

Jaana Torn ja Terhi Venäläinen

HYVÄ TYÖ! - ASIAA TYÖHYVINVOINNISTA

Työhyvinvoinnin monikanavainen
sosiaalisen median kampanja

Opinnäytetyö
Sosiaalialan koulutus

2017



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Jaana Torn, Terhi Venäläinen	Sosionomi (AMK)	Marraskuu 2017
Opinnäytetyön nimi HYVÄ TYÖ! – ASIAA TYÖHYVINVOINNISTA Työhyvinvoinnin monikanavainen sosiaalisen median kampanja		42 sivua 18 liitesivua
Toimeksiantaja Tiedosta – työhyvinvointia ja tuottavuutta -hanke, Xamk -Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu		
Ohjaaja Annamaija Siren		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön toiminnallisena osana suunniteltiin ja toteutettiin Hyvä työ! -sosiaalisen median kampanja, jonka tarkoituksena oli saada kampanjan kohderyhmä kiinnittämään huomiota omaan työhyvinvointiin ja sen edistämiseen. Kampanja toteutettiin kolmessa eri sosiaalisen median kanavassa, jotka olivat kampanjan oma blogi sekä kampanjan Facebook- ja Instagram-sivustot. Kampanjan materiaalin suunnittelu pohjautui positiiviseen psykologiaan ja voimavaralähtöiseen työhyvinvointimalliin. Lisäksi kehittämiskohteita kartoitettiin sosiaali- ja terveystieteen työhyvinvointitutkimuksista.</p> <p>Hyvä työ! Asiaa työhyvinvoinnista -sosiaalisen median kampanja toteutettiin toukokuussa 2017. Kampanjan aikana julkaistiin kymmenen haastetta ja kymmenen eri alojen ammattilaisten blogikirjoitusta. Lisäksi jo ennen kampanjan alkua ja sen aikana julkaistiin ajatuksia herättävää kuvamateriaalia seuraajien houkuttelemiseksi sivustoille. Haasteiden teemat olivat positiivinen ajattelu, vuorovaikutus, huumori, lepo ja palautuminen, liikunta, vahvuuksien tunnistaminen, työympäristö, työn tuunaaminen, stressinhallinta ja kiitos. Opinnäytetyö toiminnallisessa osuudessa yhdistyivät sosiaali- ja terveystieteen tuntemus, työhyvinvoinnin kehittämisosaaminen ja tiedottaminen sekä markkinointi. Kampanja itsessään oli luova ja innovatiivinen tuotos.</p> <p>Kampanjan aikana Facebook- ja Instagram-sivustoja sekä blogia luettiin useita tuhansia kertoja. Haasteet herättivät keskustelua ja kampanjan aikana jaettiin hyviä käytäntöjä työhyvinvoinnin edistämiseksi sekä Facebookissa, että kampanjan omassa blogissa. Kampanja sai paljon kiitosta ja lopputulosta kiiteltiin myös alueellisessa työelämän kehittäjien verkostossa. Pidemmällä aika välillä toteutetulla kampanjalla, ja erilaisilla painotuksilla kampanjalle olisi ollut mahdollista saada näkyvyyttä vieläkin laajemmin, jolloin opinnäytetyön vaikutukset olisivat oletettavasti kasvaneet laajemmiksi.</p>		
Asiasanat Työhyvinvointi, positiivinen psykologia, inhimillinen pääoma, sosiaali- ja terveystieteen, sosiaalisen median kampanja, psykologinen pääoma		

Author (authors)	Degree	Time
Jaana Torn, Terhi Venäläinen	Bachelor of Social Services	November 2017
Thesis Title		
Good job! Wellbeing at work Multichannel social media campaign		42 pages 18 pages of appendices
Commissioned by		
Supporting well-being at work and productivity by using measurements and quantified self, Xamk - South-Eastern Finland University of Applied Sciences		
Supervisor		
Annamaija Siren		
Abstract		
<p>The objective of this functional thesis was to create a social media campaign to spread information on wellbeing at work and how to increase it. The campaign was implemented in three different social media channels; Facebook, Instagram and the campaign blog. The material of the campaign was based on positive psychology and the resource based model of well-being at work. In addition, studies concerning wellbeing at work in the fields of health care and social welfare were surveyed.</p> <p>The social media campaign was launched in May 2017. During the campaign, ten challenges and ten blog entries were published. The writers of the blog entries were employees and entrepreneurs from different fields of working life. In addition, there were motivational pictures published before, during and after the campaign. The themes of the challenges were positive thinking, interaction, humor, rest and recovery, exercise, strengths, working environment, work modification, stress control and thanking. In the functional part of this thesis, three factors were combined: knowledge of health and social care, developing well-being at work and informing and marketing in social media. The campaign was a creative and innovative process.</p> <p>During the campaign, the sites were visited thousands of times. The challenges created conversation and good practices were shared. The campaign was well received and the outcome was appreciated in the regional network of working life developers.</p>		
Keywords		
well-being at work, positive psychology, human capital, socialcare, healthcare, social media campaign, psychological capital		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TYÖHYVINVOINTI	7
2.1	Työhyvinvointi ja työhyvinvointitutkimukset Suomessa	7
2.2	Työhyvinvointi sosiaali- ja terveysalalla	9
2.3	Positiivinen psykologia ja inhimillinen pääoma	11
2.4	Voimavaralähtöinen työhyvinvointi ja työn imu	12
3	SOSIAALINEN MEDIA	15
3.1	Facebook ja Instagram	15
3.2	Blogi.....	16
3.3	#Hastag	17
4	OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄT	17
5	TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ.....	18
5.1	Ideointivaihe	19
5.2	Suunnitteluvaihe	21
5.3	Tiedonkeruu- ja toteutusvaihe	23
6	HYVÄ TYÖ – SOSIAALISEN MEDIAN KAMPANJA.....	25
6.1	Kampanjan markkinointi ja toteutus	26
6.2	Tulokset ja tuotteet	26
6.3	Palaute	32
7	POHDINTA.....	35
7.1	Opinnäytetyön eettiset näkökulmat.....	35
7.2	Jatkotutkimusehdotukset	37
7.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi ja ammatillinen kasvu	38
	LÄHTEET.....	40
	LIITTEET	

Liite 2. Visuaalinen ilme

Liite 3. Kampanjan kuvamateriaalia

Liite 4. Kirje blogikirjoittajille

Liite 5. Kampanjan haasteet

1 JOHDANTO

Työhyvinvointi syntyy työn arjessa, ei kerran vuodessa asiaan keskittymällä. Hyvä työ! -kampanja oli sosiaalisen median kampanja, jonka tarkoituksena oli herättää ihmisiä pohtimaan omaa työhyvinvointia ja sen edistämistä. Kampanja toteutettiin 2.-12.5.2017 ja sen kanavina toimivat Facebook, Instagram ja Hyvä työ! -blogi. Kampanja pohjautui positiiviseen psykologiaan ja voimavaroalähtöiseen työhyvinvointiin sekä useisiin suomalaisiin tutkimuksiin työhyvinvoinnista sosiaali- ja terveysalalla.

Työhyvinvointi on edellytys hyvälle työlle. Kun panostamme työhyvinvointiin, panostamme samalla työhön ja tuottavuuteen. Sosiaali- ja terveysalalla työskennellään ihmisten kanssa ja ihmisiä varten. Jatkuvan kiireen ja resurssien puutteen aiheuttamien paineiden alaisena työskentely on raskasta ja energiaa vievää. Työssä jaksaminen edellyttää oman työhyvinvoinnin ylläpitämistä ja vaalimista. Sen lisäksi, että jokainen voi lisätä omaa hyvinvointiaan, pystyy jokainen vaikuttamaan myös muiden työhyvinvointiin ja työviihtyvyyteen. Työhyvinvointi ei ole vain työnantajan vastuulla, vaan siitä ovat vastuussa myös työntekijät. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kerätä jo olemassa olevaa työhyvinvointitietoa ja muuttaa se ajatuksia sekä mielenkiintoa herättävään muotoon.

Kampanjan aikana julkaistiin kymmenen blogikirjoitusta, kymmenen haastetta ja lähes 70 ajatusta herättävää kuvaa. Blogikirjoituksissa ääneen pääsivät eri alojen ammattilaiset. Oman työhyvinvoinnin ja sen edistämisen lisäksi teksteissä esiteltiin jokin hyvä, työhyvinvointia edistävä käytäntö. Kymmenen erilaisen haasteen avulla kampanjan seuraajat kannustettiin pohtimaan ja edistämään omaa ja toisten työhyvinvointia. Erilaisten kysymysten avulla seuraajat osallistutettiin myös jakamaan omia hyviä käytäntöjä. Kuvamateriaali toimi ajatusten ja keskustelujen herättäjänä, sekä hetkeen pysähdyttäjänä. Kampanjaa varten opinnäytetyön tekijät tuottivat kampanjan sisällön, markkinointimateriaalit, kuvamateriaalit ja sisällön täysin itse.

Kampanjan ja tämän opinnäytetyön tilaaja oli Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Tiedosta – työhyvinvointia ja tuottavuutta -hanke. 1.1.2017 alkanutta ja 31.12.2018 päättyvää hanketta rahoittaa Euroopan sosiaalirahasto Etelä-Savon ELY-keskuksen kautta.

2 TYÖHYVINVOINTI

Työhyvinvoinnilla tarkoitetaan työn ja vapaa-ajan tasapainoa. Työhyvinvointia lisäävät terveelliset elämäntavat, innostava työ oppimiskokemuksineen sekä läheiset ihmissuhteet. Työhyvinvointiin vaikuttavat myös työympäristö ja työturvallisuus. Työhyvinvointi on jatkuvasti arjessa läsnä, eikä sitä voi saavuttaa työstä irrallisilla tempauksilla tai kerran vuodessa järjestettävillä työhyvinvointipäivillä. (Paasivaara 2009, 16–17; Työterveyslaitos 2017.) Työhyvinvoinnin edellytys on hyvin johdettu organisaatio ja turvallinen, terveellinen sekä tuottava työ. Työhyvinvointi rakentuu työn arjessa. Sen ylläpitämisessä ja kehittämisessä on vastuu sekä työntekijällä että työnantajalla. (Työterveyslaitos 2017). Työhyvinvointi ei ole pysyvä tila, vaan se vaatii jatkuvaa ylläpitoa muuttuessaan työhön liittyvien kuormitus- ja voimavaroitekiijöiden keskinäisen tasapainoilun vaikutuksesta (Hasu ym. 2016, 6).

Työhyvinvointi muodostuu psyykkisen, fyysisen, sosiaalisen ja henkisen hyvinvoinnin tasapainosta. Sillä tarkoitetaan yksilön työn ja vapaa-ajan tasapainoa. Työhyvinvointia kokeva hallitsee työn ja sen tuoman kuormituksen. Hän myös palautuu työstään. Yksilön persoonalliset ominaisuudet vaikuttavat työssä jaksamiseen. Työhyvinvointia edistäviä persoonallisuuden piirteitä ovat itsearvostus, optimismi ja elämänhallinta. (Hietalahti & Pusenius 2012, 3.) Opinnäytetyön rajallisen sivumäärän takia laajat käsitteet liittyen työhyvinvointiin on läpikäyty tiivistetysti. Ne ovat kuitenkin vaikuttaneet kampanjan toteutukseen ja tehtyihin valintoihin koko prosessin ajan.

2.1 Työhyvinvointi ja työhyvinvointitutkimukset Suomessa

Työhyvinvointia on tutkittu 1920-luvulta saakka, jolloin tutkimukset keskittyivät enemmän yksilön kokemiin stressitekijöihin. Kielteiset tuntemukset johtivat fyysisiin reaktioihin, jotka lopulta vaikuttivat jopa sairauksien kehittymiseen.

Tutkimusten kehittyessä teoriaan lisättiin psykologiset ja yksilön käyttäytymiseen liittyvät teorat. Työsuojelu sai alkunsa, kun työntekijän terveyttä haluttiin suojella kuormittavilta tekijöiltä. Reaktioperustaiseen stressimalliin liitettiin myöhemmin myös ympäristön vaikutukset yksilön stressitekijöihin. Työn koettiin olevan yksilölle kuormittavaa, mikäli sen vaatimukset ylittivät työntekijän kyvyt vastata niihin. 1990-luvulla Suomessa otettiin käyttöön kolmiomalli, jossa työkykyä ylläpitävä toiminta (TYKY) kehitti työntekijän terveyttä, osaamista ja turvallisuutta sekä työyhteisöä. Työterveyshuollolla oli tässä tärkeä rooli. Työkykyä ylläpitävä toiminta tunnettiin kuitenkin enemmän työntekijöiden liikunta ja virkistystoimintana. (Manka 2016, 64–65.)

Viime vuosien aikana työkyvyn kehittäminen on muuttunut työhyvinvoinnin kehittämiseksi ja yksilön voimavarojen korostamiseksi (Manka 2016, 68). Työhyvinvointi on vakiintunut käsitteenä ja kehittynyt omaksi monitieteiseksi ja laajalajiseksi tutkimusalueekseen. Työn ja työelämän tutkijat ovat löytäneet työhyvinvoinnin ja työhyvinvointitutkimuksen määrä sekä monipuolisuus ovat kasvaneet valtavasti. (Mäkineniemi ym. 2014, 4.) 2000-luvulla laajan kansainväliseen suosioon noussut positiivisen psykologian tutkimussuunta on jättänyt jälkensä myös työhyvinvoinnin tutkimukseen. Positiivisella psykologialla tarkoitetaan tieteellisesti perusteltua näkökulmaa siitä, mikä tekee elämästä elämisen arvoisen ja niitä olosuhteita jotka johtavat onnellisuuteen ja kukoistukseen. (Hakanen 2011, 11.) Viimeisten kahden vuosikymmenen aikana myös työelämää on alettu tarkastella myönteisten mahdollisuuksien ja olemassa olevien voimavarojen, eikä pelkästään stressin, työuupumuksen tai sairauspoissaolojen näkökulmasta. (Uusitalo-Malmivaara 2015, 340–341.)

Sosiaali- ja terveysministeriön selvityksessä työhyvinvointiin liittyvistä tutkimuksista vuonna 2010–2013 keskityttiin psykososiaalisiin kuormitus- ja voimavariatekijöihin liittyvään tutkimukseen. Suomalaisen työhyvinvointitutkimuksen suosituimpia tutkimusteemoja vuosina 2010–2013 olivat työ eri aloilla, työstressi, työn ja muun elämän suhde, varhainen eläköityminen ja työn epävarmuus. Huomattiin, että positiivinen ja voimavarakeskeinen näkökulma on vahvistunut tutkimusten teoreettisena viitekehyksenä. (Mäkineniemi ym. 2014, 36.) Edelleen työhyvinvointitutkimuksen haasteena nähdään tutkimustiedon vieminen työpaikoille. Myös konkreettisten kehittämiskeinojen vähäisyys ja niiden

vaikuttavuuden tutkimuksen vähyys nousivat selvityksessä esille. (Mäkinieni ym. 2014, 2.)

2.2 Työhyvinvointi sosiaali- ja terveysalalla

Sosiaali- ja terveysalan työllisten määrä Suomessa on noin 400 000 henkilöä (Koponen 2015, 1). Sosiaali- ja terveysalan työhyvinvoinnilla ja työsuojelukysymyksillä voidaan nähdä laajempia, suoria tai välillisiä vaikutuksia yhteiskunnan hyvinvointiin. Sosiaalialaa kuormittavat kasvavat työmäärät ja ongelmien kasaantuminen samoille asiakkaille ja perheille. Sosiaalialalla tehtävä auttaminen on psyykkisesti kuormittavaa ja haasteena onkin, miten työn sisällöllinen merkittävyys saadaan tasapainoon työn kuormittavuuden kanssa. (Talentia 2017.) Samojen piirteiden voidaan havaita liittyvän työhön myös terveysalalla.

Ammattiympäristöstä ja työn riittävydestä huolimatta noin 38 000 sosiaali- ja terveysalan koulutuksen saanutta henkilöä työskentelee muissa kuin koulutustaan vastaavissa oman alan tehtävissä. Myös alan vaihtoa harkitsevien määrä on suuri ja moni epäilee jaksako ja tekeekö alalla työuransa loppuun. Vuosittain sosiaali- ja terveysalalta eläkkeelle siirtyy noin 10 000 henkilöä. Tässä valossa henkilöstöjohtamisen haasteeksi nouseekin työvoiman riittävyyden turvaaminen sekä työntekijöiden luovuuden ja osaamisen kattava hyödyntäminen. (Heikka 2013, 81–82.)

Sosiaali- ja terveysalalla työskennellään hyvin erilaisissa työympäristöissä, erilaisilla koulutus- ja osaamistustoilla. Sosiaali- ja terveysalan työolot 2010 tutkimuksessa vahvimmiten työpaikkaan sitoutuneisuuteen vaikuttaviksi tekijöiksi nousivat työn sisältötekijät ja työilmapiiri. Voidaan siis nähdä, että työn sisältöä arvostetaan sosiaali- ja terveysalalla. Sosiaali- ja terveysalalla asiakkaiden moniongelmaisuus, kiire ja työn kuormittavuus koettiin toimialaa haastaviksi. Myös vaikutusmahdollisuuksia sekä työhön, että työaikoihin pidettiin puutteellina koko toimialan tasolla. (Laine ym. 2010, 5–6, 122–123.)

Sosiaali- ja terveysalalla positiivisia kokemuksia ja mielihyvää koettiin asiakkaiden ja potilaiden kanssa toimittaessa. Suorat potilas- ja asiakaskontaktit oli-

vat kuitenkin myös riittämättömyyden tunnetta esiin nostavia tilanteita. Sosiaali- ja terveysalan työolot 2010 tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että jos halutaan vaikuttaa työntekijöiden sitoutumiseen, tulee ensisijaisesti yrittää parantaa työilmapiiriä ja tuoda työn sisältöön mielekkyyttä. Tämä siitäkkin huolimatta, että palkat pysyisivät samalla matalalla tasolla. (Laine ym. 2010, 5–6, 122–123.)

Viimeisten kymmenen vuoden aikana sosiaali- ja terveysalan työhyvinvointia on alettua tutkia myös työhyvinvointia lisäävien voimavarojen näkökulmasta. Karppisen 2011 Sosiaalitoimiston sosiaalityöntekijöiden työhyvinvointia käsittelevän pro gradu -tutkielman mukaan sosiaalitoimiston sosiaalityöntekijöiden työn voimavaratekijät liittyvät työympäristöön, johtamiseen, työyhteisöön ja työilmapiiriin, sekä onnistumiseen, osaamiseen ja vaikuttamiseen työssä. Karppinen kysyy gradussaan, mitä se ”sellainen on, joka saa työntekijät jaksamaan työssään?” ja vastaa työn imun ja voimaantumisen näkökulmasta ”sellaisen” koostuvan esimiehen tuesta, hyvistä työkavereista, hallinnan tunteesta työssä, kokemuksesta tehokkuudesta, itsensä kehittämisestä ja uuden oppimisesta. Lisäksi työssä jaksamista edesauttaa tietojen ja taitojen lisääntyminen ja niihin liittyvät onnistumisen, osaamisen ja vaikuttamisen kokemukset. (Karppinen 2011, 68, 71.)

Reinikainen (2012) tutki pro gradussaan työhyvinvointia lastensuojelutyössä erityisesti työtä tukevien voimavarojen kannalta. Tuloksia hän kokoaa seuraavasti: ”Tutkimustulosten mukaan työhyvinvointia tukevia voimavaroja löytyy organisaatiosta, ryhmähengestä, omasta elämänhallinnasta, esimiestoiminnasta ja työn merkityksestä sekä vaikuttavuudesta.” Kun voimavaroja tarkastellaan organisaation kannalta nousevat esille tärkeimpinä joustavuus, ja esimiestoiminnassa luottamus sekä avoin vuorovaikutus. Merkittävin tutkimustulos liittyi kolmen voimavaran löytämiseen, joita ilman työn imu alkaa vähentyä lastensuojelutyössä. Nämä kolme voimavaraa ovat psykologinen pääoma, sosiaalinen pääoma sekä työn merkitys ja vaikuttavuus. (Reinikainen 2012, 60.) Psykologista ja sosiaalista pääomaa tarkastellaan tarkemmin luvussa 6.2.

Leinosen 2011 (44–46) tekemässä tutkimuksessa siitä, minkälaiset voimavarat tukevat kasvattajan työssä jaksamista, korostui työn sosiaalinen merkitys. Kasvattajalla tässä tarkoitetaan varhaiskasvatustyötä päiväkotiympäristössä

tekeviä ammattilaisia. Tutkimuksen mukaan tärkeimpiä seikkoja olivat työyhteisön hyvä ilmapiiri ja hyvät välit työkavereihin. Työhyvinvoinnin perustaksi havaittiin fyysinen hyvinvointi. Voimavaroja edistäviä asioita ovat henkilökohtaisen elämän, työn ja persoonallisuuden voimavarat. Johtamisen tulisi olla tasapuolista, oikeudenmukaista ja työntekijöillä olisi oltava sekä selkeät tavoitteet, että tieto yrityksen tulevaisuudesta. Esimiehen tulisi olla helposti lähestyttävä sekä osata antaa rakentavaa palautetta. Positiivinen ja optimistinen asenne auttaa jaksamaan työelämän haasteissa. Kokemus työhyvinvoinnista on kuitenkin jokaisen yksilön henkilökohtainen kokemus, johon vaikuttavat hänen omat asenteensa.

2.3 Positiivinen psykologia ja inhimillinen pääoma

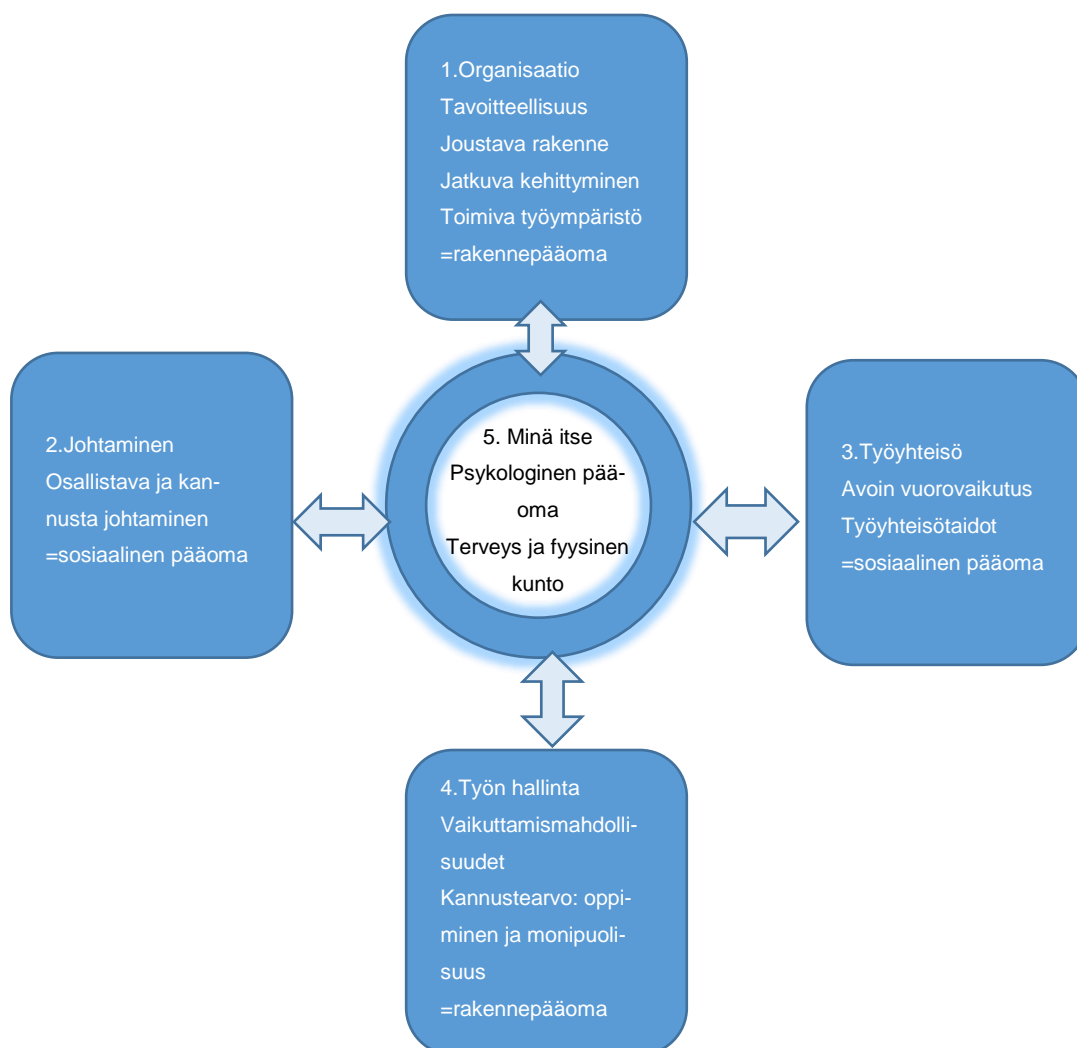
Positiivisen psykologian tutkimussuunta nousi 2000-luvulla kansainväliseen kukoistukseen psykologiaa ja työterveystieteitä vuosikymmeniä hallinneen perinteen vastapainoksi. Positiivisessa psykologiassa huomio suunnataan siihen, mikä ihmisessä tai hänen luomissaan instituutioissa on hyvää, vahvaa ja toimivaa. (Hakanen 2011, 11.) Positiivinen psykologia määritellään tieteellisesti muotoilluiksi näkökulmiksi, jotka tekevät elämästä elämisen arvoista. Positiivinen psykologia keskittyy sellaisten inhimillisten olosuhteiden piirteiden tutkimiseen, jotka johtavat onnellisuuteen, täyttymykseen ja kukoistukseen. (Manka 2016, 68–69; Hakanen 2011, 11–12.) Tämä tarkoittaa työelämän ja työhyvinvoinnin näkökulmasta sitä, mitkä tekijät tekevät mahdolliseksi työn vaatimuksista selviämisen ja mikä tekee työstä innostavaa muutosten keskellä. Pahimmillaan positiivinen psykologia on yltiöindividualistista ja yksilön vahvuuksiin keskittyminen lähentelee ajatusta vahvoista yksilöistä. Positiivisen työn psykologian onkin pyrittävä tasapainoon ja ajatukseen siitä, että vaikuttamme toistemme hyvinvointiin ja olemme yhdessä vastuussa työyhteisömme työhyvinvoinnin ja menestyksen tuottamisesta. (Hakanen 2011, 12, 14.)

Inhimillinen pääoma tarkoittaa henkilöstöön sitoutuneita, aineettomia resursseja, joita voidaan mitata ja kehittää (Larjovuori ym. 2015, 9). Inhimillistä pääomaa voi kuitenkin olla vaikea tunnistaa, sillä se on sitoutunut yrityksen historiaan, kulttuuriin ja työteon prosesseihin sekä ihmisten asenteisiin ja osaamiseen. (Manka & Manka 2016, 52). Organisaatioiden näkökulmasta inhimillinen

pääoma tarkoittaa sitä, että työntekijöiden hankkiminen, palkitseminen, kehittäminen sekä heidän hyvinvointiinsa panostaminen ovat inhimilliseen pääomaan investoimista. Yksilön näkökulmasta inhimilliseen pääomaan investoiminen tarkoittaa omasta hyvinvoinnista huolen pitämistä, kouluttautumista tai esimerkiksi verkostoitumista. (Larjovuori ym. 2015, 9.)

2.4 Voimavaralähtöinen työhyvinvointi ja työn imu

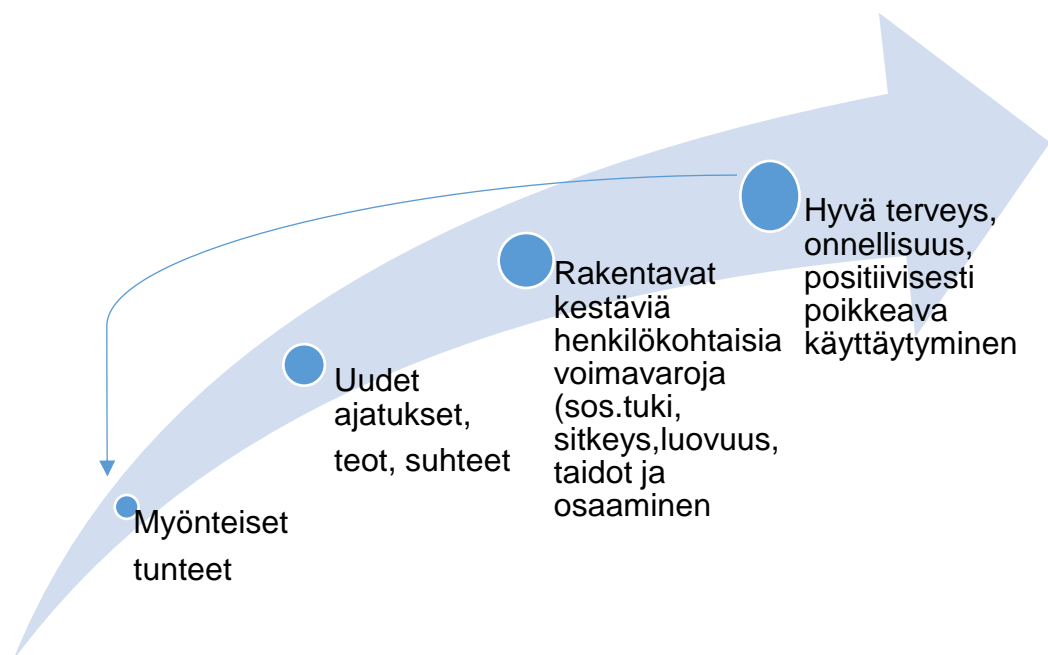
Voimavaralähtöisessä työhyvinvointimallissa (kuva 1) huomio kiinnittyy työn ja yksilön voimavaroihin sen sijaan, että kiinnitettäisiin huomiota vain siihen, mikä on huonosti. Mallilla haetaan vastauksia siihen, mitkä piirteet mahdollistavat työhyvinvoinnin niin, että tuloksena on mahdollisimman hyvin ja menestyksellisesti toimiva työpaikka, ja samanaikaisesti terve ja hyvinvoiva työntekijä, joka kokee työniloa ja työn imua. (Manka 2013; Manka 2015, 105–106.)



Kuva 1. Voimavaralähtöinen työhyvinvointimalli (Manka & Manka 2016, 76)

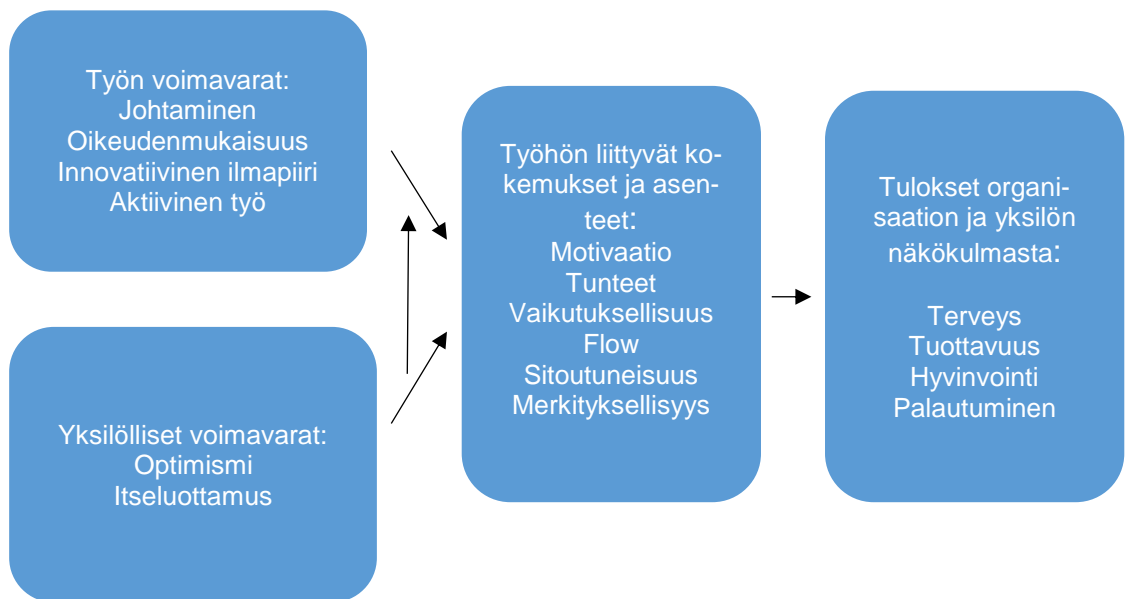
Työntekijä voi tuntea positiivista tai negatiivista painetta. Negatiiviseen paineeseen vaikuttavia tekijöitä ovat roolien epäselvyys, työn epävarmuus, huonot yhteistyösuhteet, epäselvät tavoitteet tai epärealistiset aikarajat. Negatiivinen paine vie pitkään jatkuessaan ihmiseltä voimat. Positiivinen, haastava paine on yhteydessä työtyytyväisyyteen. Työn vaatimusten ja omien voimavarojen sekä tuen ja hallinnan ollessa tasapainossa, työntekijä pystyy positiivisella paineella vähentämään negatiivisen paineen vaikutuksia. Negatiiviset tunteet vaikuttavat ihmisen kykyyn tarkastella itseään objektiivisesti. Tuolloin voi syntyä negatiivisen ajattelun kierre, joka voi kasvaa. On tärkeää opetella huomamaan asiat joihin ihminen itse voi vaikuttaa ja pohtia, kuinka oppii elämään sellaisten asioiden kanssa mihin ei voi vaikuttaa. (Manka 2015, 71–72, 74.)

Kuvassa 2 on positiivisten tunteiden laajenemisteoria, jonka mukaan myönteisyys mahdollistaa henkisen tilan, jossa on helppo olla muiden ihmisten kanssa tekemisissä. Myönteiset tunteet vaikuttavat ihmisen hyvinvointiin kokonaisvaltaisesti. (Manka 2015, 43–44.)



Kuva 2. Myönteisten tunteiden laajentumisteoria (Manka 2015, 43)

Laajasti käsitettynä työn voimavaroja ovat ne psyykkiset, sosiaaliset ja materiaaliset tekijät, jotka auttavat saavuttamaan työn tavoitteet, edistävät työssä esiintyvien vaatimusten kohtaamista sekä edesauttavat oppimista ja henkilökohtaista kasvua työssä. (Hakanen & Perhoniemi 2012, 9.) Kuvassa 3 esitellään voimavaramalli, joka on kehitetty Pohjoismaisen ministerineuvoston rahoittamassa projektissa. (Christensen ym. 2008, 13, 72). Mallin mukaan työn ja yksilön voimavarat mahdollistavat työn imun ja työn ilon kokemukset. (Manka 2016, 69).



Kuva 3. Voimavaramalli (Christensen ym. 2008, 72)

Työn imulla tarkoitetaan työntekijän kokema myönteistä tilaa, jossa työntekijä kokee työnsä puolesta täyttymystä ja motivoituneisuutta. Käytännössä työnimua kokeva henkilö tuntee tarmokkuutta, omistautumista ja uppoutumista. Työn imua kokeva lähtee mielellään aamulla töihin ja kokee työstään ylpeyttä sekä tuntee saavansa ponnisteluilleen vastinetta. (Hakanen 2011, 38–39.)

Työn imu on hetkellistä flown kaltaista huippukokemusta pidempiaikainen ja pysyvämpi tila. (Hakanen 2011, 49.) Työn imun tasoa voivat vahvistaa työn voimavarojen lisäksi työn rasituksesta palautuminen, yksilölliset voimavarat (esimerkiksi optimismi) ja työtovereiden kokema työn imu. (Hakanen & Perhoniemi 2012, 9-10.)

3 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalisella medialla tarkoitetaan internetissä toimivia sosiaalisen median palveluja, jota mahdollistavat ihmisten välisen kanssakäymisen, tiedon jakamisen ja levittämisen sekä reagoimisen erilaisiin julkaisuihin. Sosiaalinen media on käsitteenä moninainen ja kompleksinen, eikä sille ole yhtä ainoaa oikeaa määritelmää. Käsiteanalyysinsa tulosten perusteella Erkkola (2008, 83) määrittelee sosiaalisen median käsitteen seuraavasti: ”Sosiaalinen media on teknologiasidonnainen ja rakenteinen prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla vertais- ja käyttötuotannon kautta.”

Sanastokeskus TSK määrittäi sosiaalisen median (2010, 13–14) seuraavasti: ”Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita.” Molemmissa määritelmässä keskeiseksi nousee vuorovaikutuksellisuus ja yhteisten sisältöjen rakentaminen.

3.1 Facebook ja Instagram

Facebook inc. on vuonna 2004 perustettu yritys, joka omistaa Facebook-palvelun. Facebook on kenties tunnetuin sosiaalisen median palvelu maailmassa. Sen tuotteisiin kuuluvat keskeisimmin erilaiset palveluun sisältyvät sivut kuten profiilisivut, news feed eli ”seinä”, messenger viestipalvelu, ryhmät, tapahtumat, video, kuvat, etsimistyökalu, pages eli sivut ja instagram. (Facebook 2017.)

Tämän opinnäytetyön kannalta tärkeimmät Facebookissa hyödynnetyt palvelut ovat kampanjalle luotu oma sivu ja profiili Facebookissa, sekä Facebookin yhdeksi tuotteeksi luettava Instagram-palvelu. Sivustot Facebookissa ovat julkisia profiileja yrityksille, brändeille ja erilaisille organisaatioille, joilla voidaan mahdollistaa näkyvyys Facebookissa ja saada yhteys Facebookin ihmisiin ja yhteisöihin. Kun joku tykkää (englanniksi like) sivusta, hän alkaa nähdä omalla uutisseinällään kyseisen sivuston päivityksiä. Kun sivun julkaisua kommentoi-

daan tai siihen reagoidaan, aktiivisuus saattaa näkyä käyttäjäasetuksista riippuen myös reagoineen henkilön ystäville Facebookissa näin kasvattaen sivuston näkyvyyttä ja levinneisyyttä. (Facebook 2017.)

Tilastokeskuksen erikoistutkija Rauli Kohvakan (2013) julkaisun mukaan internetin yhteisöpalveluista suosituin on Facebook. Artikkelin mukaan yhteisöpalveluissa voi olla mukana eri tavoin. Yhteisöpalveluiden jäsenet ovat jaoteltu seurailijoihin, satunnaisiin kommentaattoreihin ja aktiivisiin toimijoihin. Tilastokeskuksen (2016) mukaan 25–34-vuotiaista 88 prosenttia seurasi jotakin yhteisöpalvelua viimeisen kolmen kuukauden aikana. 35–44-vuotiaiden ryhmästä 79 prosenttia, 45–54 vuotiaista 59 prosenttia sekä 55–64-vuotiaista 35 prosenttia. Tutkimuksen mukaan naiset ovat miehiä hieman aktiivisempia yhteisöpalveluiden käyttäjiä.

Instagram on sosiaalisen median palvelu, jonka omistaa Facebook inc. Instagram mahdollistaa tärkeiden hetkien jakamisen kuvana tai videona ystäville, perheelle ja tuttaville. Instagram filttäreiden eli suodatinten avulla kuvia pystytään helposti muokkaamaan ja korostamaan. Palvelun avulla kuvien ja videoiden jakaminen on helppoa myös Facebookin sivustoille. (Facebook 2017.)

3.2 Blogi

Blogi on yksilöllinen verkkosivusto, johon yksi tai useampi tekijä luo sisältöä. Blogille ominaista on päiväkirjamaisuus ja kirjoittajan tai kirjoittajien henkilökohtainen näkökulma käsiteltyyn asiaan. Blogimerkinnällä, blogikirjoituksella ja blogiartikkelilla tarkoitetaan kirjoittajan luomaa ja blogiin tallentamaa sisältöä. (Sanastokeskus TSK 2010,12, 32.)

Blogia perustettaessa on hyvä löytää oma, muista blogeista erottuva tyyli ja rajata aihepiiriä. Valitussa aihepiirissä pysyminen tuo vakiolukijakuntaa. Oman blogin perustamista voi verrata yrityksen perustamiseen, on analysoitava markkinat ja löydettävä vapaa asiakasryhmä. (Kortesuo 2014, 90–91.)

3.3 #Hastag

#Hastag on kuvan aihetunniste. Hastagin avulla kuva ohjautuu oikeaan aihepiiriin. Tapahtumien markkinointia suunnitellessa, on alusta saakka tärkeää olla virallinen tunniste. Oikealla hastagilla vältetään väärät tunnisteet ja keskustelijat löytävät toisensa. (Kortesuo 2014, 74.) Tässä työssä käytettiin Instagramissa aihetunnisteina #hyvatyo, #tiedosta, #tyhy ja #tyohyvinvointi.

4 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄT

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli luoda teoretietoon ja tutkimuksiin perustuva sosiaalisen median kampanja. Kampanjan tarkoituksena oli saada ihmiset pohtimaan omaa työhyvinvointia ja sen edistämistä. Kampanjan rakentumisen voi jakaa kolmeen osaan:

1. Työhyvinvointitutkimuksista nousseiden kehittämistarpeiden rajaaminen ja valitseminen kampanjaan
2. Valittujen aiheiden ympärille visuaalisen, osallistavan ja houkuttelevan materiaalin luominen sekä kampanjan kokonaisuuden suunnitteleminen
3. Työhyvinvointitutkimuksiin ja teoretietoon pohjautuvan materiaalin ja tiedon levittäminen sosiaalisen median -kampanjan keinoin

Kampanjan ja tämän opinnäytetyön tilaaja oli Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Xamkin Tiedosta – työhyvinvointia ja tuottavuutta -hanke.

1.1.2017–31.12.2018 toteutettavaa hanketta rahoittaa Euroopan sosiaalirahasto Etelä-Savon ELY-keskuksen kautta. Hanke on Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun ja Lapin yliopiston yhteistyöhanke, jossa Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu vastaa hankkeen kokonaissuunnittelusta, toteutuksen organisoinnista sekä hallinnollisista velvoitteista ja hankkeen arvioinnista. Osaltaan Xamk vastaa myös tiedottamiseen ja viestintään liittyvistä toimenpiteistä. Lapin yliopisto huolehtii työhyvinvoinnin ja tuottavuuden mittaamisen prosesseista sekä kunkin yrityksen toimintatutkimuksellisista prosesseista. Hyvä työ! -kampanja on tilaustyö, jonka suunnittelu pohjautuu Tiedosta -työhyvinvointia ja tuottavuutta -hankkeen hankesuunnitelmaan ja tavoitteisiin. Kampanja toteutettiin 2.–12.5.2017.

Hyvä työ! -kampanjassa on kyse hankesuunnitelman mukaisesta tiedotuksesta ja viestinnästä, joka on osa hankeen työpakettia 2:

Työpaketti 2: Osaamisen kehittäminen, verkostoitumisen edistäminen sekä viestintä ja vuorovaikutus (erityisesti Xamk)

Tiedosta – työhyvinvointia ja tuottavuutta hankkeessa on haluttu edistää asiakaskartoituksissa havaittujen arkipäivän käytäntöjen kehittämistä sekä siihen liittyvää tiedotusta ja viestintää. Tämä valinta perustuu Lapin yliopiston tutkimustiedon sekä tutkimustietoon perustuvan Xamkin työhyvinvointitoiminnan voimavaralähtöistä -toteutukseen, jossa tarve on havaittu yrityskohtaisissa suunnittelutyöpajoissa.

Sosiaali- ja terveysalalla tapahtuu tällä hetkellä suuria muutoksia sote- ja maakuntaudistuksen myötä. Muutokset aiheuttavat ylimääräistä työtä ja kuormittavat työntekijöitä normaalin työn suorittamisen rinnalla. Positiivisessa työn psykologiassa on tiedostettu tarve ymmärtää se hyvä, mikä ihmisen ja työpaikan kohdalla mahdollistaa työn vaatimuksista selviämisen (Hakanen 2011, 11–12). Tässä opinnäytetyössä suunnitellaan ja toteutetaan kampanja, joka pohjautuu positiiviseen psykologiaan ja voimavaralähtöiseen työhyvinvointiin. Kampanjassa hyödynnetään sosiaalisen median mahdollisuuksia ja pyritään osallistuttamaan työntekijät oman työhyvinvoinnin edistämistalkoisiin.

5 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Opinnäytetyö on toiminnallinen ja käytännönläheinen. Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Sen voi toteuttaa suunnittelemalla toimeksiantajan toiveiden ja tavoitteiden mukaisen tapahtuman tai tuotteen, joka on suunnattu tietylle kohderyhmälle. Opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9–10.) Opinnäytetyön toiminnallinen osuus toteutettiin luomalla sosiaalisen median kampanja ja perustamalla kampanjaa varten sivustot Facebookiin, Instagramiin ja Bloggeriin. Toiminnallisissa opinnäytetöissä ei ole välttämätöntä analysoida aineistoa yhtä tarkasti, kuin tutkimuksellisissa opinnäytetöissä (Vilkkä & Airaksinen 2003, 56).

Opinnäytetyömme kirjallinen ja visuaalinen tuotos pohjautuu teoretietoon. Tiedonhankinnan toteutimme kirjallisuuskatsauksena, jonka avulla rajasimme työmme teoreettisen viitekehyksen. Toiminnallisen opinnäytetyön raportoinnin apuna ovat useat erilaiset luonnokset, muistiinpanot, käsittekartat ja opinnäytetyön päiväkirja. (Hirsjärvi ym. 2004, 79–81.) Toiminnallisessa opinnäytetyössä tulee olla tulosten ja prosessin onnistumisen arviointi. Opinnäytetyöntekijät arvioivat myös omaa työskentelyään ammatillisesta näkökulmasta. (Vilka 2004, 96–97.) Nämä edellä mainitut toiminnallisen opinnäytetyön vaatimukset kuvaavat omaa prosessiamme.

5.1 Ideointivaihe

Tapasimme yhteisen opintojakson myötä syksyllä 2016 ja päädyimme keskustelemaan opinnäytetyön aiheista. Selvisi, että olemme molemmat kiinnostuneita työhyvinvoinnista ja päätimme lähteä yhdessä ideoimaan työhyvinvointikampanjaa sosionomiopiskelijoille suunnatun toimeksiannon perusteella. Kampanjan ideointi lähti nopeasti liikkeelle. Olimme molemmat hyvin innostuneita ja motivoituneita aiheesta. Kohderyhmäksi valitsimme 30–65-vuotiaat työssä käyvät suomalaiset naiset ja miehet. Tutkimukset ja omat kokemuksemme työelämästä olivat kohderyhmän valinnan perusteluina.

Toimeksiantaja antoi meille vapaat kädet kampanjan suunnitteluun ja kannusti luovuuden käyttämiseen. Alussa haasteita tuotti kampanjan nimen keksiminen ja näkökulman valitseminen. Kampanjan työnimenä oli pitkään: ”Mikä vitun työhyvinvointi?”. Pohdimme paljon sitä, kuinka kampanjalle saataisiin näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa ja toisaalta millaiseen kohderyhmään pyrimme vaikuttamaan. Rajaamisen ja pohdinnan ohessa tutustuimme työhyvinvointitutkimuksiin ja positiiviseen psykologiaan. Kohderyhmän tarkentuminen ja näkökulman rajaaminen käynnistivät prosessin. Toimeksiantajan kanssa käydyn palaverin, hankesuunnitelman ja teoretiedon pohjalta kampanjan sisällön tuottaminen alkoi edistyä vauhdilla.

Kampanjan kanaviksi valittiin heti alusta alkaen Facebook, Instagram ja blogi. Näiden avulla uskoimme tavoittavamme kohderyhmämme parhaiten. Usein työhyvinvointi ja sen kehittäminen eivät näyttäytyä konkreettisesti työntekijöille

tai vaikuta suoraan heidän työhönsä. (Tiedosta hanke 2017–2018, 2.) Opinnäytetyössä tavoitteena oli tuoda kohderyhmälle konkreettisia keinoja työhyvinvoinnin parantamiseen sekä keinoja vahvistaa myönteistä ajattelua. Sosiaalisen median kautta mahdollistettiin se, että jokainen voi tutustua materiaaliin itselleen sopivana ajankohtana. Ne ihmiset, jotka eivät käytä yhteisöpalveluita, voitiin tavoittaa blogin tai yhteisöpalveluja käyttäneen työkaverin kautta.

Aluksi pohdimme blogin olevan liian työläs opinnäytepisteisiin nähden. Vilkan ja Airaksisen (2003, 18) mukaan tulisi ammatillisen kasvun näkökulmasta pohdita opinnäytetyön laajuutta ohjaajan ja toimeksiantajan kanssa yhdessä. Päädyimme lopulta siihen, että työn määrän lisääntymisestä huolimatta blogi perustetaan mahdollistamaan sellaisten henkilöiden osallistumisen kampanjaan, jotka eivät ole sosiaalisessa mediassa muuten aktiivisia.

Kampanjassa päätettiin painottaa erityisesti yksilön voimavaroja vahvistavaa ja ennaltaehkäisevää näkökulmaa. Kampanjan tarkoituksena oli auttaa kohderyhmää heräämään sellaisiin arjen tekoihin, joilla he voivat itse edesauttaa työhyvinvoinnin lisääntymistä. Alusta asti ajatuksena oli luoda voimaannuttavia kuvia, joihin liitetään teoriaan pohjautuvaa ja ajatuksia herättävää tekstiä. Tekijänoikeuksien näkökulmasta päätimme käyttää itse ottamiamme kuvia. Teemaan sopivaa kuvamateriaalia meillä oli jonkin verran valmiina ja kampanjaa varten otimme kuvia lisää. Suunnittelimme itse sivustojen visuaalisen ulkoasun. Teimme myös logon, joka liitettiin kaikkiin kuviin sekä sivustoille profiloimaan kampanjaa kokonaisuudeksi.

Kuvamateriaalista ideoimme kokoavamme konkreettisen Hyvä työ! -korttipakan, jotta kuvamateriaalia voisi hyödyntää mahdollisimman monipuolisesti työhyvinvoinnin työkaluna. Keksimme myös Haaste! -kortit, jotka olisivat konkreettisia, käsin kosketeltavia kortteja, joilla markkinoida kampanjaa ja haastaa työyhteisöjä ja työntekijöitä mukaan kehittämään työhyvinvointia, sekä lisäämään omia voimavaroja. Ideointivaiheen alusta asti teimme tiivistä yhteistyötä toimeksiantajan kanssa ja pidimme säännöllisesti palavereja eri ratkaisujen tiimoilta. Tästä vaiheesta alkoi opinnäytetyömme toteutusprosessi, jonka aikana teimme jatkuvasti työnjakoa sen lisäksi, että pohdimme ja teimme toteutusta myös yhdessä. Sovittua työnjakoa on noudatettu koko opinnäytetyöprosessin ajan.

Vilka & Airaksinen (2003, 51–56) kuvaavat kirjassaan opinnäytetyöpäiväkirjan helpottavan opinnäytetyön raportointia. Meillä opinnäytetyöpäiväkirja toimi muistin tukena vuoden kestäneen prosessin aikana. Myös jatkuva ja aktiivinen viestittely välillämme tallennettiin muistuttamaan siitä, miten prosessi eteni ja miksi teimme sellaisia valintoja kuin teimme. Esittelimme opinnäytetyön idean ideaseminaarissa marraskuussa 2016, jonka jälkeen kohderyhmää ja teoreettisista viitekehystä rajattiin vielä tarkemmaksi.

5.2 Suunnitteluvaihe

Ideointi- ja suunnitteluvaihe kulkivat lomittain ja opinnäytetyön teoreettinen viitekehys tarkentui matkan varrella. Opinnäytetyön suunnitelma selkeytti ideaa, tavoitteita sekä sitoutti noudattamaan aikataulua (liite 1). Toiminnallista opinnäytetyötä tehdessä on tärkeää nostaa toimeksiantajan kanssa esille se, miten mahdolliset kustannukset hoidetaan (Vilka 2004, 27–28). Toimeksiantajana oleva Tiedosta – työhyvinvointia ja tuottavuutta -hanke lupautui osallistumaan mahdollisiin kustannuksiin. Tekijänoikeuksista keskustelimme palaverissa toimeksiantajan ja ohjaavan opettajan kanssa. Hyvä työ! -logoon lisättiin toimeksiantajan toiveesta hankkeeseen viittaava merkintä #tiedosta. (Liite 2.)

Suunnitelmaseminaarissa maaliskuussa 2017 ohjaavalta opettajalta saatujen neuvojen myötä, opinnäytetyön suunnitelmaa tarkennettiin ja opinnäytetyö rajattiin sosiaalialan vaikuttamistyöksi. Mielestämme oli tärkeää pitää sivustojen materiaali sellaisena, että sisältö sopi tukemaan kaikkien alojen hyvinvointia. Mitään alaa ei sosiaalisessa mediassa rajattu näkyvästi kohderyhmäksi, vaikka teoria pohjautuikin sosiaali- ja terveystieteen työhyvinvointitutkimuksiin. Toimeksiantajana oli opinnäytetyöprosessin alkaessa Työhyvinvointi akatemia. Hankkeen päätyttyä vuoden 2016 lopussa uudeksi toimeksiantajaksi vaihtui Tiedosta – työhyvinvointia ja tuottavuutta -hanke.

Visuaalisen sisällön tuottaminen sosiaalisen median kampanjaa varten oli tärkeässä osassa. Halusimme luoda sivustoista raikkaat ja innostavat. Kaikki toteutettu kuvamateriaali on itse tekemäämme ja materiaalissa olevat tekstit pohjautuvat teoretietoon työhyvinvoinnista. Teoriatiedossa keskityimme yksilön voimavaroihin ja niiden vahvistamiseen. Työhyvinvointisivustoja on sosiaa-

lisessa mediassa useita. Pääosa sivustoista on kuitenkin perustettu kaupallisissa markkinointitarkoituksissa. Yleishyödyllisiä selkeästi hyvinvointiin ja voimavaralähtöiseen työhyvinvointiin pohjautuvia kampanjoita ei löydetty. Myöskään opinnäytetyönä tehtyjä sosiaalisen median kampanjoita emme työhyvinvoinnista löytäneet, ja pääsimme näin luomaan jotakin aivan uutta ja innovatiivista.

Lukemiemme tutkimuksien sekä pro gradu -tutkielmien mukaan työhyvinvointia on tutkittu paljon sen kuormittavuuden kannalta. Työhyvinvointi on kuitenkin laaja käsite, eikä sitä voi määritellä vain yhdellä tavalla. Työhyvinvointi muodostuu psyykkisen, fyysisen, sosiaalisen ja henkisen hyvinvoinnin tasapainosta. Sillä tarkoitetaan yksilön työn ja vapaa-ajan tasapainoa. Työhyvinvointia tunteva kokee hallitsevansa työn ja sen tuoman kuormituksen sekä palautuu työstään. Yksilön persoonalliset ominaisuudet vaikuttavat työssäjaksamiseen. Työhyvinvointia edistäviä persoonallisuuden piirteitä ovat itsearvostus, optimismi ja elämänhallinta. (Hietalahti & Pusenius 2012, 3.) Teoriatietoa vahvistivat omat kokemuksemme työelämästä. Kuvien tavoitteena oli yksilön fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin parantaminen. Suunnittelun pohjana aihealueita määritti kuvassa 4 esitetty mielenterveyden käsi.



Kuva 4. Mielenterveyden käsi (Karila-Hietala ym. 2014, 126)

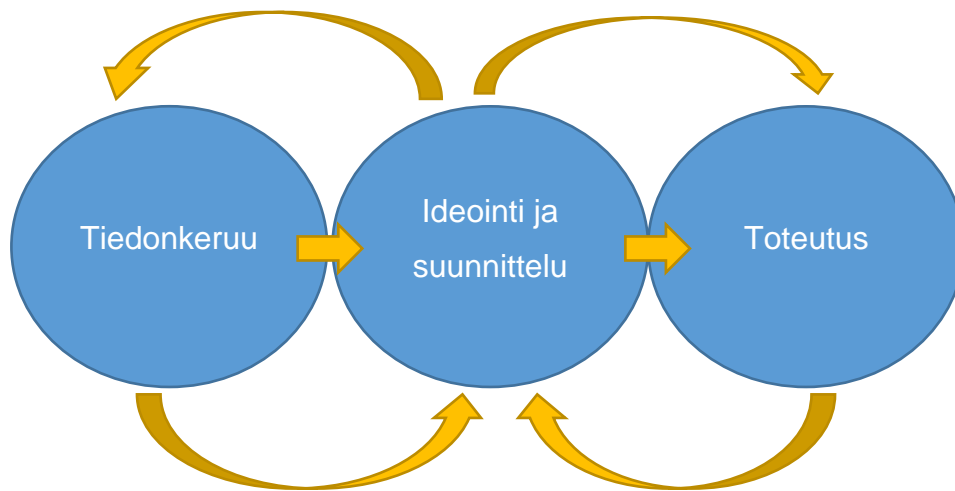
Tutkimusten pohjalta suunnittelimme helmi-maaliskuun 2017 aikana 50 kuvaa teksteineen. Liitteessä 3 esittelimme viisi näistä kuvista. 17.3.2017 avasimme sivustot Facebookissa, Instagramissa ja Bloggerissa. Tarkoituksena oli kerätä sivustolle tykkäyksiä ja seuraajia jo ennen varsinaista kampanjaa. Kampanja päätettiin toteuttaa 2.5.–12.5.2017. Kampanjan aikana julkaistaisiin joka päivä uutta sisältöä: blogikirjoituksia työhyvinvoinnista eri ammattialojen edustajilta ja haasteita työhyvinvoinnin sekä omien voimavarojen parantamiseksi. Haasteiden tarkoituksena olisi osallistuttaa ja aktivoida kohderyhmää mukaan kampanjaan. Oheismateriaalina oli tarkoitus teettää Hyvä työ! -korttipakka, mutta toimeksiantajan ehdotuksesta tehtiin aluksi vain kaksi konkreettista korttia kampanjan ja hankkeen markkinointia varten. Suunniteltua materiaalia hyödynnetään mahdollisesti myös jatkossa joko sähköisesti tai kortteina.

Sivustolle kertyneiden seuraajien lisäksi haastoimme kampanjaan mukaan myös kahdeksan eri alojen asiantuntijaa pohtimaan ja kirjoittamaan laajemmin omasta työhyvinvoinnista ja työhyvinvoinnin edistämisestä omassa työyhteisössä. Osaa heistä lähestyimme sähköpostitse ja osan houkuttelimme mukaan kasvotusten tai aikaisempia työelämäkontakteja käyttäen. Opinnäytetyön toimeksiantajahankkeen projektipäällikkö kirjoitti blogikirjoituksen työhyvinvoinnista yhtenä asiantuntijoista. Päätimme myös itse kirjoittaa blogikirjoitukset oman ammatillisen kasvun edistämiseksi. Blogikirjoitusten lisäksi, suunnittelimme myös kymmenen osallistavaa haastetta kuvamateriaalin kera (liite 4). Blogikirjoitukset, haasteet ja kuvat jaettiin kampanjan päiville teemojen mukaan niin, että jokaiselle kampanjapäivälle rajattiin oma teema ja sisältökokoaisuus.

5.3 Tiedonkeruu- ja toteutusvaihe

Aloitimme ideoinnin ja kampanjan hahmottelun kartoittamalla jo olemassa olevaa tutkimustietoa ja tarkentamalla teoreettista viitekehystä kirjallisuuskatsauksen avulla. Kirjallisuuskatsauksen tarkoitus on selvittää millaisista näkökulmista ja millä tutkimusmenetelmillä sekä tuloksilla aiheesta on aiemmin tarkasteltu (Hirsjärvi ym. 2009, 121). Kirjallisuuskatsauksen avulla saimme kattavan käsityksen jo olemassa olevista työhyvinvointitutkimuksista sekä hahmotuksen siitä, kuinka oma työmme liittyy niihin. Kirjallisuuskatsauksen selvitystä

tehdessämme käytimme tiedonhakuun korkeakoulujen ja yliopistojen tietokantoja sekä Googlea. Hakusanoina käytimme työhyvinvointi, positiivinen psykologia, työn imu, inhimillinen pääoma ja voimavaralähtöinen työhyvinvointimalli. Tutkimuksia rajasimme koskemaan sosiaali- ja terveysalaa. Rajasimme tutkimuksia myös vuosiluvun mukaan, jotta teoriatieto olisi uutta ja antaisi meille mahdollisimman hyvän kuvan työhyvinvointitutkimuksien nykytilasta.



Kuva 5. Opinnäytetyön suunnittelun ja toteutuksen prosessi

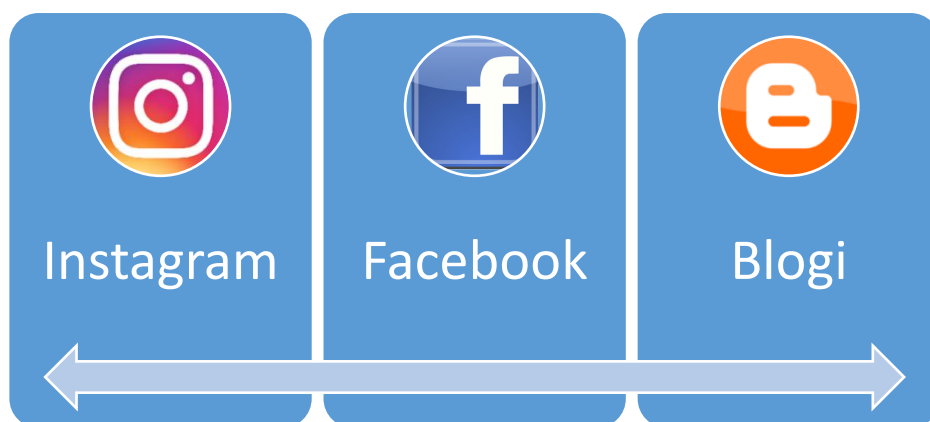
Koko prosessin ajan tiedonkeruu-, ideointi- suunnittelu- ja toteutusvaiheet ristellivät ja kumpuilivat kampanjan rakentumisen myötä (kuva 5). Monta kertaa palattiin takaisin tiedonkeruuvaiheeseen, ideoitiin uudestaan ja suunniteltiin lisämateriaalia kampanjaa varten. Toisaalta, välillä syntyi ensin inspiroiva kuva, josta nousi idea, ja tälle idealle etsittiin tueksi teoriapohjaa. Materiaalia kerättiin, luotiin, tuotettiin ja muokattiin teorian pohjalta kohti kampanjan lopullista toteutusta. Paljon syntyi materiaalia, joka ei lopulta sopinut tiiviin kampanjan kokonaisuuteen. Tällaisella materiaalilla kerättiin ennen kampanjan alkua näkyyttä ja tykkäyksiä sivustoille.

Materiaalin työstämisessä tärkeää oli meidän opinnäytetyöntekijöiden yhteistyö. Kuvien muokkaamisen nopeuttamiseksi ja helpottamiseksi päädyimme käyttämään ilmaista Sapseed-mobiilisovellusta, joka on tarkoitettu nopeaan kuvien muokkaamiseen. Tämä ohjelma oli meidän molempien saatavilla. Pro-

sessissa luotu kuva ja teksti -materiaali lähetettiin aina kommentoitavaksi toiselle opinnäytetyöntekijälle ennen julkaisua ja tarvittaessa kuvaa tai tekstiä muokattiin kommenttien myötä. Ammatillinen ja avoin vuorovaikutus mahdollistivat myös rakentavan palautteen puolin ja toisin. Materiaalia tuotimme koko ajan kasvavien taitojen myötä laadukkaammaksi, kasvaviin laatuvaatimuksiimme vastaten. Kampanjan aikana julkaistiin päivittäin blogiteksti ja haaste. Useina kampanjapäivinä korostettiin ja nostettiin Facebook-sivustolla esiin myös aiheeseen sopivaa kuvaa, jossa esiintyvän tekstin tai ajatuksen oli tarkoitus johdattaa teemaan ja aiheeseen.

6 HYVÄ TYÖ – SOSIAALISEN MEDIAN KAMPANJA

Hyvä työ! -kampanja on sosiaalisen median kampanja, jonka tarkoituksena on herättää ihmisiä pohtimaan omaa työhyvinvointia ja sen edistämistä. Kampanja toteutettiin 2.–12.5.2017. Kampanjan toimeksiantajana toimi Tiedostahanke. Kampanjan kanavina toimivat Facebook, Instagram ja Hyvä työ! -blogi (kuva 6). Kampanja sisälsi ajatuksia herättäviä kuvia, videoita ja blogitekstejä. Kampanjan aikana seuraajat kannustettiin pohtimaan ja edistämään työhyvinvointia kymmenen erilaisen haasteen avulla. Blogiteksteissä eri alojen työntekijät pääsivät kertomaan, miten he pitävät huolta työhyvinvoinnistaan yksilön ja yhteisön tasolla. Osallistujia kannustettiin myös jakamaan omia hyviä käytäntöjä muille kampanjaan osallistuneille.



Kuva 6. Opinnäytetyössä käytetyt yhteisöpalvelut

6.1 Kampanjan markkinointi ja toteutus

Mikko Salmela (2014, 7–8) on opinnäytetyössään kuvannut eri tutkimuksia sosiaalisen median mahdollisuuksista markkinoinnissa. Hänen mukaansa Facebookin tai blogin ylläpitäminen ei pelkästään ole riittävää, vaan tärkeintä on kommunikaatio ihmisten välillä. Erilaisten kilpailuiden ja kommenttien myötä seuraaja saa osallistumaan mukaan entistä paremmin. Materiaalin tuottamisen sivustolle tulisi olla säännöllistä, jotta seuraajat eivät joudu odottamaan liian kauan.

Hyvä työ! -kampanjassa sivustojen ylläpitämistä ja seuraajien aktivoimista suunniteltiin ja kirjattiin ylös. Selkeän työnjaon avulla pysyimme aktiivisena ja reagoimme nopeasti sivustojen toimintoihin. Kuvia sekä muuta materiaalia suunniteltiin ennakkoon ja näin helpotettiin kampanjaviikon työtä. Siitäkin huolimatta kampanja vaati käynnissä ollessaan jatkuvasti yhden henkilön täyden viikon työpanoksen.

Kampanjan aikana järjestettiin arvontoja (liite 2). Arvontaan pääsi osallistumaan kertomalla kommenttikenttään omista tavoista pitää huolta työhyvinvoinnista tai miten työpaikalla edistetään työntekijöiden työhyvinvointia. Arvontojen tarkoitus oli paitsi kerätä sivustolle näkyvyyttä, myös saada tietoa hyvistä käytännöistä. Palkinnot arvontaan tulivat Tiedosta – työhyvinvointia ja tuottavuutta -toimeksiantaja hankkeelta. Palkintoina olivat aikaisemman hankkeen julkaisut suklaalevyjen kera, työpaikan hedelmäkori (arvo 35 euroa), Jurassic piknik -liput ja piknik-kori sekä First Beat hyvinvointianalyysi (arvo 200 euroa).

Arvontojen lisäksi kävimme markkinoimassa kampanjaa Innostuksen iltapäivässä, joka oli Tyhyverkoston järjestämä tilaisuus Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun tiloissa Mikkelissä. Jaoimme myös kampanjan käyntikortteja ja painettuja kortteja erilaisissa tilaisuuksissa ennen kampanjaa.

6.2 Tulokset ja tuotteet

Kampanjan ajalle suunnittelimme erilaisia haasteita pohjautuen jo aiemmin raportissa käsiteltyyn teoriaan. Valitsimme haastekuviin aiheiksi positiivinen ajattelu, ergonomia, liikunta, ravinto, lepo ja palautuminen sekä työn sisältö ja tuu-

naaminen sekä työympäristö. Blogikirjoituksia varten valmistimme blogikirjoittajille saatekirjeen noin kuukausi ennen kampanjan alkamista (liite 4). Kirjeeseen kirjasimme kysymyksiä kirjoittamisen tueksi ja toisaalta ohjataksemme kirjoittajia pohtimaan työhyvinvointia kampanjalle rajaamastamme näkökulmasta. Blogikirjoittajiksi pyysimme pääosin sosiaali- ja terveydenhuoltoalalla toimivia, mutta koimme tärkeäksi saada myös muiden alojen edustajia mukaan. Toimeksiantajan toiveesta pyysimme mukaan myös hankkeen asiakasyrityksen edustajan. Eri alojen asiantuntijoiden avulla saimme sivustoille laajemman kattavuuden sekä erilaisia näkökulmia työhyvinvointiin ja sen edistämiseen. Saatuamme blogikirjoitukset valitsimme kirjoitusten sisällön perusteella kullekin kampanjapäivälle sopivan blogikirjoituksen ja sen kanssa kokonaisuuteen sopivan haasteen. Haasteiden avulla kannustin seuraajia osallistumaan ja olemaan aktiivisia aiheeseen liittyviin kysymyksiin vastaamalla ja tehtäviä tekemällä. Haastoimme kohderyhmää jakamaan omia kokemuksia sekä toimivia käytäntöjä työhyvinvoinnin edistämiseksi. Blogikirjoittajat sekä haasteet ovat taulukossa 7 siinä järjestyksessä, kuin ne kampanjassa julkaistiin.

Taulukko 7. Haasteet ja blogikirjoittajat

Päivä ja teema	Haaste	Blogikirjoitus
Positiivinen ajattelu ja huomion kiinnittäminen hyvään	Positiivinen ajattelu	Venäläinen, T.: Pienet jutut arjen keskellä
Vuorovaikutus	Vuorovaikutus	Valtola, O.: Työhyvinvointini perusta on mahtava työyhteisö, innostava työ, perhe ja harrastukset
Huumori	Huumori	Hiltunen, S.: Moi kaikki työhyvinvoinnista välittäjät!
Lepo ja palautuminen	Lepo ja palautuminen	Aschan, T.: Hyvän elämän tasapaino!
Liikunta	Liikunta	Anonyymi sairaanhoitaja: Ihminen on kokonaisuus. Kaikki vaikuttaa kaikkeen.

Tunnista vahvuutesi	Tunnista vahvuutesi	Mayor, M.: Itsestä huolehtiminen alkaa vasta kun ymmärtää että se on oikeasti tarpeen.
Työympäristö	Työympäristö	Siitarinen, A.: Ruokavalio, uni ja työvälineet!
Työn tuunaaminen	Työn tuunaaminen	Kohvakka, A.: Se fiilis, kun teet työtä jota rakastat
Stressinhallinta	Stressin hallinta	Huovinen, M.: Luonnolliset asiat eivät ole hävettäviä
Kiitos	Kiitos	Torn, J.: No ne on niitä arjen pieniä hetkiä!

Haasteet ja niiden rakentaminen

Kampanjaan valittuja haasteita avaamme psykologisen pääoman ja sosiaalisen pääoman kehittämisen näkökulmasta. Psykologisella pääomalla kuvataan sitä, miten koemme elämämme ja työmme. Se voidaan jakaa neljään ulottuvuuteen; itseluottamukseen, toiveikkuuteen, sitkeyteen ja optimismiin. Psykologista pääomaa voi kehittää oppimalla tunnistamaan omat vahvuutensa. Ulospäin omien vahvuuksien löytäminen ja niiden tiedostaminen näkyvät energisyytenä ja innostuksena. Tämä lisää työntekijän hallinnan tunnetta ja onnellisuutta. (Manka 2015, 162–165.)

Psykologista pääomaa omaavalla yksilöllä on kyky tunnistaa pienetkin onnistumisen kokemukset ja hyödyntää oppimaansa jatkossakin. Toiveikkuus ja sinnikkyys auttavat saavuttamaan asetettuja tavoitteita ja optimismi luo uskoa tulevaisuuteen. Optimismilla tarkoitetaan kykyä nähdä asioiden valoisat puolet ja luottaa siihen, että asiat kääntyvät lopulta parhain päin. (Manka 2015, 170–174.)

Positiivinen ajattelu

Positiivisen ajattelun -haasteen (ks. liite 5/1) tarkoitus on tukea työntekijän itseluottamuksen kehittymistä ja edistää myönteisen ilmapiirin syntymistä.

Haasteessa kannustettiin kirjaamaan viisi asiaa, joista on kiitollinen. Jatka-
malla harjoitusta viikon ajan, myönteisyys ja positiivisuus lisääntyvät ja ihmi-
nen kokee itsensä onnellisemmaksi. Myös työhyvinvoinnin kannalta on tär-
keää oppia tiedostamaan elämän positiiviset asiat. Harjoitus perustuu Mankan
kirjassa olevaan harjoitukseen myönteisyyden lisäämisestä. (Manka 2016,
195.) Kyseisen päivän blogikirjoittajan ja haasteeseen osallistuneiden kokemia
positiivisia asioita olivat mm. työyhteisön erilaiset, sopivasti samanhenkiset ih-
miset sekä monipuolinen ja mielekäs arki. Moni mainitsi myös terveyden, har-
rastukset ja perheen. Huomio kiinnittyi myös pieniin piristäviin arjen hetkiin,
kuten puolison tekemään aamupalaan tai aamuiseen lenkkiin auringon pais-
teessa.

Vuorovaikutus ja huumori

Mankan (2015, 144) mukaan työyhteisön ilmapiiri on tärkein ilonlähde, joka
kannustaa jatkamaan työssä. Seuraavat haasteet käsittelivät vuorovaikutusta
(ks. liite 5/2) ja huumoria (ks. liite 5/3). Myönteisen ilmapiirin rakentamiseen
voivat osallistua kaikki työyhteisön jäsenet. Yhteinen avoin keskustelukuluttuuri
ja toisen saappaisiin asettumisen taito edistävät myönteisen ilmapiirin synty-
mistä. (Toppinen-Tanner ym. 2015, 91–92.) Vuorovaikutus-haasteella py-
rimme herättämään ihmiset kiinnittämään huomiota omaan viestintään ja vuo-
rovaikutukseen työyhteisössä. Työyhteisön ja sen jäsenten välinen vuorovai-
kutuksen synnyttää sosiaalista pääomaa, joka vahvistaa työntekijöiden luotta-
musta, verkostoitumista sekä vastavuoroisuutta. Se on työyhteisön, sekä sen
jäsenten voimavara. Sosiaalinen pääoma vaikuttaa työntekijöiden terveyteen.
Sosiaaliseen pääomaan vaikuttavat turvallinen ja motivoiva ilmapiiri, työnteki-
jän itseluottamuksen kehittyminen ja kokemus hyväksytyksi tulemisesta.
(Manka 2016, 132–133.)

Huumori-haasteen avulla halusimme tuoda naurua ja myönteisyyttä työyhteisöihin ja kampanjaan osallistuvien arkeen. Blogikirjoittajamme mukaan hymy ja vitsi toimivat aina työhyvinvoinnin parantajina, useimmiten huonokin vitsi. Nämä yhdistettynä kahviin ja makeisiin luovat täydellisen tauon. Parhaimmillaan huumori osana työtä parantaa työhyvinvointia ja tuottavuutta. Holopaisen (2015) kirjoittamassa artikkelissa haastateltiin huumoritutkija Pirjo Vesaa, joka toteaa: ”Työpaikoilla aletaan ymmärtää, että positiivinen huumori on keskeinen osa työtä ja parantaa tuottavuutta. Leppoisa yhdessäolo tuo avoimuutta ja

työhyvinvointia.” Vesan mukaan on myös muistettava, että huumori on parhaimmillaan tilannetajuista, eikä se loukkaa. Huumori voi olla työyhteisöä yhdistävä tekijä, joka lisää työhyvinvointia, rentouttaa ja tarttuu helposti. Jos itselleen voi nauraa töissä, kertoo se myös työyhteisöstä ja työilmapiiristä. Tauot ja muut yhteiset hetket ovat tärkeitä yhteisöllisyyden kannalta ja ilman niitä on vaikea oppia tuntemaan työtovereita. (Holopainen 2015.)

Vahvuudet

Luontevahvuuksien käyttö on tutkitusti yhteydessä onnellisuuteen ja elämäntyytyväisyyteen. Kun pääsemme käyttämään vahvuuksiamme työssä, työtyytyväisyytemme lisääntyy. Usein kiinnitämme huomiota puutteisiimme ja vähättelemme luonteen ominaisuuksiamme. Omien vahvuuksien tiedostaminen lisää itseluottamusta. Työkavereille vahvuudet näkyvät innostuneisuutena ja työn imuna. (Manka 2015, 172.) Omien luontevahvuuksien tiedostaminen ja käyttö ovat yhteydessä siihen, että ihminen kokee onnellisuutta ja elämäntyytyväisyyttä ja luontevahvuudet yhdistyvät myös fyysiseen hyvinvointiin (Uusitalo-Malmivaara 2015, 75). Kampanjan neljäs haaste käsitteli vahvuuksien tunnistamista (ks. liite 5/4, liite 3/4).

Haasteen apuna käytimme VIA-mittaria (Values in Action). VIA-filosofian mukaan VIA-mittarin avulla voidaan tunnistaa jokaisen luontevahvuudet. VIA -mittari antaa tietoa henkilön toimivimmista ominaisuuksista, eli vahvuuksista. (Uusitalo-Malmivaara 2015, 72–73.) Halutessaan seuraajat jakoivat tuloksia ja niistä heränneitä ajatuksia. Osa haastoi myös oman työyhteisön työntekijöitä mukaan.

Työn tuunaaminen ja työympäristö

Kuten jo luvussa 5.1 on mainittu, kohderyhmäksi rajasimme 30–65-vuotiaat suomalaiset työssäkäyvät naiset ja miehet. Tutkimukset ja omat kokemuksemme työelämästä olivat kohderyhmän valinnan perusteluina. Suurimmat haasteet työn, perheen ja muun elämän yhteensovittamisessa ovat juuri kohderyhmässämme. Ruuhkavuodet ajoittuvat usein 30–40-vuoden ikään ja keski-iässä kannetaan huolta omista ikääntyvistä vanhemmista tai muista läheisistä. Kokemukset vapaa-ajalla heijastelevat työstä kotiin ja kotoa työhön. (Karila-Hietala ym. 2014, 142.) Työympäristön ja työn sisällön tuunaaminen on

työn muokkaamista työntekijän omien voimavarojen, tavoitteiden ja intohimojen mukaiseksi. Ne korostavat työn oma-aloitteisuutta, mielekkyyttä ja merkityksellisyyttä. (Manka 2015, 156.) Viides haaste käsitteli työn tuunaamista (ks. liite 5/5) ja kuudes haaste työympäristöä (ks. liite 5/6).

Stressinhallinta, lepo ja palautuminen

Stressinhallinnan (ks. liite 5/7) valitsimme haasteen teemaksi, koska jokaisen olisi hyvä oppia tunnistamaan hetki, jolloin positiivinen stressi muuttuu negatiiviseksi. Stressaantunut työntekijä on myös työyhteisön asia. (Manka 2016, 179.) Tehtäväksi haasteeseen valitsimme ajankäyttöpäiväkirjan pitämisen. Idea tähän pohjautuu Hyvä terveys -lehden artikkeliin, joka perustuu työterveyspsykologi ja psykoterapeutti Sini Cavénin ja perheterapeutti Solita Hyvärin asiantuntijuuteen. Ajankäyttöpäiväkirja pohjautuu 8-8-8-malliin, joka jakaa vuorokauden tapahtumat lepoon, työhön ja vapaa-aikaan. (Koivula 2012.)

Lepo ja palautuminen haasteessa (Ks. liite 5/8, liite 3/3) kannustimme kiinnittämään huomiota levon ja palautumisen määrään sekä laatuun. Palautumisen keinot voivat olla hyvinkin yksilöllisiä, ja pyysimme kampanjan seuraajia jakamaan omat hyvät tapansa palautua ja jakaa kaikille hetki, jossa mieli lepää. Blogikirjoittajien ja seuraajien mukaan palautumista edistäviä keinoja olivat riittävä uni, terveellinen ruokavalio, mielekkäät harrastukset sekä tasapaino työn ja perhe-elämän välillä. Työpäivään olisi hyvä tuoda myös palauttavia hetkiä. Lounas ja kahvitauoista sekä vapaapäivistä on hyvä pitää kiinni. Kiireisen päivän keskellä voi myös rauhoittua hetkeksi istumalla alas ja hengittämällä syvään. (Manka 2015, 196–197.)

Liikunta ja luonto

Useissa kuvissa käytimme luontoteemaa ja luonnon rauhoittava vaikutus perustuu tutkimuksiin. Luontoympäristön myönteiset vaikutukset rentouttavat fysiologisesti jo 4–7 minuutin kuluessa. Luontoympäristön vaikutukset ovat voimakkaammat, mikäli ympäristössä on myös vettä. Luonto kohentaa mielialaa ja itseluottamusta. Se innostaa liikkumaan, lievittää stressiä ja rauhoittaa. Metsä vaikuttaa terveyteen näkemisen ja havainnoinnin, luonnossa olemisen ja siellä tapahtuvan liikkumisen kautta. (Manka 2015, 204–205; Karila-Hietala

ym. 2014,138.) Kuvat ovat toimineet myös meille itsellemme voimaannuttavina, joten uskoimme niiden voivan vaikuttaa samalla tavoin myös sivustoilla kävijöihin.

Liikuntahaasteessa (ks. liite 5/9, 3/4) kannustimme ihmisiä löytämään itselleen mielekkään tavan liikkua. Liikunta auttaa irrottautumaan huolista ja peloista. Työpäivän tapahtumat voivat kuormittaa mieltä ja liikunta auttaa työstämään näitä kokemuksia. Liikunnan aloittaminen on ajan ottamista oman hyvinvoinnin parantamiseen ja se avaa mahdollisuuden elämäntapojen muuttamiseen. (Juuti & Salmi 2014, 217–218.)

Kiitos

Kampanjan viimeisen haasteen (ks. liite 5/10, 3/5) myötä kannustimme kiittämään työkaveria tai yhteistyökumppania. Kiitoksen sanominen tai kehuminen parantaa työilmapiiriä. Työyhteisötaitoihin kuuluvat mm. myönteisen ilmapiirin edistäminen, kohteliaat käytöstavat, yhteistyön tekeminen työkaverin ja esimiehen kanssa, muiden työn arvostaminen, palautteen antaminen ja vastaanottaminen sekä kiittäminen. (Manka 2015, 146.) Blogikirjoittajat kannustivat myös kiittämään ja huomioimaan työyhteisön jäseniä sekä jatkamaan hyvän kierrettä eteenpäin. Kiitos-haasteeseen oli luonnollista päättää kampanja ja kiittää siihen osallistuneita sekä sivuston seuraajia.

6.3 Palaute

Kampanjan aikana saimme jatkuvasti tietoa sivustojen kävijämääristä, tykkäyksistä, kommentteista, jaoista ja henkilöistä, jotka näkivät kampanjan julkaisuja. Näiden summasta eli kokonaisluvusta puhumme tässä kokonaiskattavuutena. Aivan tarkkoja lukuja ei ole käytössä, sillä blogi ei kerro, onko blogissa kävijä sama henkilö, joka on jo nähnyt Facebookin julkaisun. Suuntaa antavia lukuja sen sijaan on käytössä, kunhan niitä muistetaan tarkastella kriittisesti.

Huhtikuun 2017 lopusta toukokuun 2017 loppuun Facebook-sivuston ja julkaisujen kokonaiskattavuus oli lähes 13 000. Samana ajanjaksona blogissa vieraili yli 4 300 kävijää. Suurin osa bloginlukijoista tavoitettiin Facebookin avulla.

Instagramissa seuraajia tavoitettiin 134. Näiden joukossa oli sekä yksityisiä henkilöitä, työyhteisöjä, työhyvinvoinnin ammattilaisia ja muita erilaisia organisaatioita. Sitoutuminen kampanjaan oli hyvin eritasoista. Tätä on kuitenkin vaikea arvioida, sillä monia haasteita kehoitettiin pohtimaan ja tekemään itseä varten.

Pyysimme kampanjasta palautetta toimeksiantajalta ja kampanjaan osallistuneilta. Sosiaalisen median luonteen vuoksi palaute annettiin omalla nimellä ja kasvoilla, mikä saattaa hieman vääristää palautetta positiivisempaan suuntaan. Toisaalta kampanjassa käsitettiin työhyvinvointiin liittyviä asioita juuri voimavarojen ja positiivisen psykologian pohjalta, ja näin ollen lähestymistapa oli hyvin valoisa ja lämminhenkinen, mikä saattoi myös vaikuttaa palautteen sävyyn. Palautetta saimme kuitenkin melko vähän. Alla muutamia kampanjasta saatuja palautteita.

Mä oon ihan innoissani mukana tuossa hyvä työ- haasteessa. Toisin yksin. Paitsi tänään haastan mukaan perhetyöntekijöitä.

Perhetyöntekijä Mikkelistä

Mä oon saanu tästä ihan uudenlaisen asian mun päivään. Työskentelen pääasiassa yksin ja työparia näen harvoin. On tosi tärkeää tiedostaa näitä asioita, että muistaa kiireen keskellä kohdattessa ottaa toisen huomioon eikä vaan pitäytyä omissa asioissa.

Kampanjaan aktiivisesti osallistunut

Kiitos kampanjasta! Päivittäin on ollut hienoa lukea artikkelit ja useana päivänä olen jakanut tekstit myös organisaatiossamme kollegoille jaettavaksi yksiköissään. Kaikki kirjoitukset ovat puhutelleet ainakin minua.

Keski-Suomen sairaanhoitopiirin työntekijä

Tämä kampanja on saanut ajatukset tietoisesti työhyvinvointiin. Vaikka alitajuisesti toimisikin itselleen ja yhteisölleen edullisella tavalla, on hyvä tuoda nämä tietoiseen toimintaan.

Kampanjaan osallistunut

Kampanja oli todella kivasti rakennettu. Se oli monipuolinen ja seuraavan päivän pohdintaosuutta oikein odotti. Tuntui, että on osallisena, vaikka toteuttikin tätä yksilötasolla.

Kampanjasta saatiin myös epäsuoraa palautetta. Tämäkin palaute oli erittäin positiivista ja viestitti, että voimme olla kampanjasta ja sen toteutuksesta ylpeitä.

Kiinnostus pysyi yllä ja nyt kampanjan jälkeen heräsi vielä monia ajatuksia joita voi itse työstää. Ei ollut siis " liian tyhjentävä."

Toimeksiantajan palaute Hyvä työ! -työhyvinvointikampanjasta oli positiivista. Palautteen mukaan onnistuimme ylittämään annetut tavoitteet ja saimme erityistä kiitosta kohderyhmän huomioimisesta ja kohderyhmää koskevan teorian tiedon osaavasta ja puhuttelevasta popularisoinnista. Sisällön visuaalinen toteutus oli toimeksiantajan mukaan ammattimaisen taitavasti toteutettu. Lopputulosta on kiitelty myös alueellisessa työelämän kehittäjien verkostossa. Toimeksiantaja aikoo hyödyntää materiaalia sosiaalisen median lisäksi jatkossa myös työhyvinvoinnin työpajoissa ja keskustelun avaajana erilaisilla keskustelufoorumeilla. Kokonaisuus edustaa toimeksiantajan palautteen mukaan korkeatasoista ammattilaistyötä.

Kampanjan jälkeen olemme saaneet yhteydenottoja kampanjan materiaaliin liittyen. Materiaalia on haluttu hyödyntää erilaisissa tapahtumissa ja työhyvinvointivalmennuksissa. Kampanjaa on saanut paljon kiitosta ja sitä on suunniteltu hyödynnettävän erilaisissa työyhteisöissä myös jatkossa. Kampanjan jälkeen sivustot ovat tasaisesti keränneet lisää seuraajia ja ovat edelleen saatavilla.

7 POHDINTA

Ennen kampanjan alkua jännitimme. Mitä jos kukaan ei osallistu? Mitä jos kukaan ei lue? Jännitys oli lopulta turhaa. Kampanjan aikana oli upeaa huomata, miten moni osallistui ja pysähtyi pohtimaan omaa työhyvinvointiaan. Lukuisat kommentit, tykkäykset ja rohkeat blogitekstit saivat suorastaan häkeltymään, ja monessa kohtaa kampanjan aikana nousi ajatus, että juuri tätä tarvitaan: ihmisten herättämistä, keskustelun avauksia ja haasteita oman hyvinvoinnin parantamiseksi. Vastuuta työhyvinvoinnista ei voi sysätä vain työnantajapuolelle, vaikka silläkin on toki merkityksensä. Jokaisella meillä on avaimet työhyvinvoinnin parantamiseksi, niiden olemassaoloon pitää herätä ja tiedostaa nämä mahdollisuudet.

Kommenteista ja blogeista nousivat esille upeat ideat työhyvinvoinnin parantamiseksi käytännössä: kiitollisuuspäiväkirja Instagramiin, kiitollisuusfläppitaulu, hiljaisuushuone rauhoittumiseen, yhteinen aamupala ja työhyvinvointikahvila, vain muutaman mainitaksemme. Lisäksi kampanjan aikana nousivat esille ne aina yhtä merkitykselliset hyvinvoinnin peruspilarit: liikunta, ravinto, ajanhallinta, työyhteisö, esimiestyö sekä työn ja vapaa-ajan tasapaino. Blogikirjoitukset olivat Hyvä työ! – Asiaa työhyvinvoinnista -kampanjan sydän ja niitä luettiin kampanjan aikana todella paljon.

Sosiaali- ja terveysalalla työskennellään ihmisten kanssa ja ihmisiä varten. Sote-uudistuksen myötä sosiaali- ja terveysalalla tapahtuu paljon muutoksia, jotka aiheuttavat työntekijöissä epävarmuutta. Erityisesti Etelä-Savosta on kentältä kuulunut avunhuutoja huonon työhyvinvoinnin ja heikentyneen työilmapiirin vuoksi. Tämä huolestutti meitä ja oli osa syy opinnäytetyön aiheen valintaan. Alalla, jossa palkkaus ei vastaa työn kuormittavuutta ja vastuuta, tulisi työhyvinvointiin kiinnittää erityistä huomiota.

7.1 Opinnäytetyön eettiset näkökulmat

Toiminnallisen opinnäytetyön tekemistä ohjaavat samat eettiset näkökulmat kuin tutkimuksellisia opinnäytetöitä. Näihin eettisiin näkökulmiin voidaan lukea näkökulman valinta, ihmisarvon kunnioittaminen, ihmisten itsemääräämiskeuden kunnioittaminen ja epärehellisyyden välttäminen. Hirsjärvi, Remes ja

Sajavaara listaavat teoksessaan Tutki ja kirjoita (2009, 26–27) keskeisimmät huomioon otettavat periaatteet tutkimustyössä. Näitä periaatteita ovat plagioimattomuus – sekä toisten, että omien tutkimusten näkökulmasta, tulosten yleistäminen kriitikkittömästi, raportoinnin oikeellisuus, toisten tutkijoiden osuutta vähättelemättömyys ja tutkimukseen myönnettyjen määrärahojen oikeellinen käyttö.

Tässä opinnäytetyössä eettisyyttä voidaan arvioida kolmesta näkökulmasta: tiedonhankinnan eettisyys, kampanjan toteutuksen eettisyys ja raportoinnin eettisyys. Tiedonhankinnassa lähteitä ja tutkimuksia on tarkasteltu kriittisesti ja niiden suhteen on tehty rajausta. Kampanjassa on otettu huomioon mahdollisimman monien ihmisten mahdollisuus osallistua, eikä ketään ole pakotettu tai painostettu mukaan kampanjaan. Blogikirjoittajille on etukäteen kerrottu, mihin he sitoutuvat, ja heillä on ollut halutessaan mahdollisuus kirjoittaa anonyymisti. Erään blogikirjoittajan pyynnöstä hänen valokuvansa otettiin blogista pois kampanjan päätyttyä.

Blogissa eettisyys näkyi myös lukijoiden huomioon ottamisena. Sitouduimme jakamaan materiaalia säännöllisesti ja julkaisemaan blogikirjoitukset samaan aikaan vuorokaudesta kahden viikon ajan. Olimme luotettavia ja kannoimme vastuumme tekijöinä. Pohdimme julkaisujen sisältöjä emmekä julkaisseet keskeneräistä materiaalia. Lukijoiden palautteet käsiteltiin avoimesti ja ammatillisesti. Tiedotimme kampanjan alusta ja loppumisesta ajoissa. Kortesus (2014, 108) on kehittänyt itselleen eettiset ohjeet blogin kirjoittamiseen. Näitä ohjeita sovelsimme blogin eettisyyttä pohdittaessa.

Raportoinnissa olemme kunnioittaneet toisten tuottamaa tekstiä lähdeviitteet merkiten ja plagiointia eli luvaton lainaamista olemme välttäneet. Myös raportoinnin rehellisyyteen, oikeellisuuteen ja totuudenmukaisuuteen olemme kiinnittäneet erityistä huomiota. Prosessia olemme kuvanneet niin kuin se on toteutunutkin ja lukuja sekä kommentteja ja palautetta on esitetty juuri näitä periaatteita noudattaen.

7.2 Jatkotutkimusehdotukset

Sosiaalisen median kampanjoita on tehty vielä toistaiseksi vähän muihin kuin kaupallisiin tarkoituksiin. Sosiaalisessa mediassa on kuitenkin valtava potentiaali niin tiedon levittämisen kuin keräämisenkin näkökulmasta. Sosiaalinen media mahdollistaa tiedon jakamisen molempiin suuntiin, sekä tekijälle, että kohdeyleisölle. Osallistuvien ihmisten myötä tieto leviää laajalle sosiaalisessa mediassa, ikään kuin verkostomaisesti. Tässä on tietysti vaarana se, ettei tieto leviä sinne, missä sitä eniten kaivattaisiin. Kampanjan sisältöä levittävät ihmiset, joita sen sisältö on jollakin tavalla puhutellut. Tästä syystä sisällön kehittäminen on mietittävä tarkasti kohdeyleisö huomioon ottaen.

Samasta aiheesta voi jatkossakin tehdä toiminnallisia opinnäytetöitä kampanjaa kehittäen ja suunnaten sitä entistä tarkemmin tietyille alalle, esimerkiksi sosiaali- ja terveysalalle. Hyvä työ! -kampanjassa oli monenlaisia haasteita ja blogitekstejä eri työhyvinvoinnin alueisiin liittyen, mutta jatkossa kampanja olisi mahdollista tehdä keskittyen vain yhteen osa-alueeseen. Sosiaalinen media ja tietoyhteiskunta mahdollistavat myös globaalin, maailmanlaajuisen kampanjan luomisen esimerkiksi englanniksi.

Toisaalta jatkotutkimuksen voisi tehdä tämän kampanjan tuottamista materiaaleista ja niiden vaikuttavuudesta. Facebook ja blogipalvelu Blogspot keräävät automaattisesti kävijätietoja, määriä sekä muuta tietoa, joiden pohjalta voisi tehdä tutkimusta kampanjan levinneisyydestä. Lisäksi kampanjassa kerättiin hyviä käytäntöjä työelämästä, joita olisi mielenkiintoista kerätä lisää. Blogissa julkaistiin kymmenen eri alan ammattilaisen blogikirjoitusta aiheesta työhyvinvointi. Blogitekstit ovat myös mielenkiintoinen aineisto, joiden pohjalta voisi tehdä tutkimusta.

Hyvä työ! -kampanjan Facebook-sivustolla oli syyskuussa 2017 lähes 300 seuraajaa. Heille voisi suunnata esimerkiksi tutkimuskyselyn kampanjasta tai työhyvinvoinnista yleensä. Mielenkiintoista olisi myös tutkia kampanjaan osallistuneiden demografisia tekijöitä kuten esimerkiksi ikää, sukupuolta, koulutusta, siviilisäätyä ja asuinkuntaa.

7.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi ja ammatillinen kasvu

Tämän opinnäytetyön prosessi on ollut antoisa, innostava ja inspiroiva, mutta se on opettanut myös rajojen asettamista ja oman jaksamisen tarkkailua. Pitkänä prosessina kampanjan luominen, läpi vieminen ja raportoinnin tekeminen on opettanut paljon projektin ja ajanhallinnasta sekä yhteistyön merkityksestä. Ammatillisuus on kykyä sitoutua pitkäaikaiseen ja tavoitteelliseen toimintaan, yhteistyötä tehden ja tässä tapauksessa työparina toimien. Prosessin aikana olemme tekijöinä tutustuneet toisiimme, ja toisaalta verkostoituneet alan asiantuntijoiden kanssa. Olemme oppineet kunnioittamaan toistemme vahvuuksia, mutta myös esittämään eriäviä mielipiteitä ja rakentavaa kritiikkiä. Olemme oppineet myös kehuaan ja kannustamaan, lohduttamaan ja auttamaan sen hopeisen reunuksen näkemisessä.

Jotta pystyimme luomaan positiiviseen psykologiaan ja voimavaralähtöiseen työhyvinvointiin pohjautuvan kampanjan, oli meidän ensin itse omaksuttava positiivisempi asenne ja voimavaralähtöinen ajattelutapa. Pidimme tärkeänä heti alusta alkaen sitä, että tällainen ajattelumalli ei tarkoita ongelmien lakaisemista maton alle. Positiivisten asioiden olemassaoloon herääminen tukee jaksamista sekä vahvistaa olemassa olevia voimavaroja. Tällaisen ajattelutavan omaksuminen tulee varmasti tulevaisuudessa tukemaan omaa jaksamista työssä ja antaa myös uusia voimavaroja asiakastyön tekemiseen sosiaalialalla. Saimme onnistumisen kokemuksia ja toimme omaa luovuuttamme esiin. Innostuneisuus tarttui muihin myös omissa työyhteisöissämme. Toimeksiantaja uskoi meihin täysin ja kannusti olemaan rohkea. Tämä edesauttoi kampanjan luomista.

Tämän opinnäytetyön prosessi oli ainutlaatuinen ja prosessissa rakennettu kampanja oli tekijöidensä näköinen oman aikansa luova tuotos. Teorian perusteella popularisoitiin tietoa ajatuksia herättävään ja helpommin omaksuttavaan muotoon. Kampanjan voisi samoilla materiaaleilla toistaa ja lopputulema saattaisi olla sama, mutta mahdollisuus on, että ei olisi. Eri kohderyhmälle osoitettuna tai hieman erilaisella sisällöllä kampanja saattaisi saada hyvin erilaisen lopputuleman. Todennäköisesti, jos aloittaisimme prosessin itse alusta, tekisimme joitakin asioita toisin. Esimerkiksi työhyvinvointia käsittelevien videoiden tuottaminen olisi antanut toisenlaista näkökulmaa ja syvyyttä sivustoille.

Videointia rajattiin kahteen lyhyeen videoon, koska kameralla itsensä kuvaaminen tuotti haasteita ja se ei tässä vaiheessa tuntunut luontevalta.

Opinnäytetyön raportoinnissa tavoittelimme ulkoasultaan selkeää ja ymmärrettävää kirjallista tuotosta. Raportoinnissa on yhdistetty käytännön toteutus ja teoreettinen viitekehys. Kielentarkastukseen raportin olisimme voineet lähettää aikaisemmin, muutoin opinnäytetyön aikataulu on pysynyt suunnitellussa. Tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut meille valtava oppimisprosessi niin sosiaalisessa mediassa kampanjoinnista, työhyvinvoinnista, positiivisesta psykologiasta kuin ammatillisesti sosionomiksi kasvamisestakin. Saavutimme asetetut tavoitteet ja ylitimme odotukset, niin omamme kuin toimeksiantajankin.

LÄHTEET

- Christensen, M., Lindström, K., Vivoll Straume, L., Hofslett Kopperud, K., Borg, V., Clausen, T., Hakanen, J., Aronsson, G. & Gustafsson, K. 2008. Positive Factors at Work. The First Report of Nordic Project. PDF -dokumentti. Saatavissa: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:702340/FULLTEXT01.pdf> [viitattu 11.10.2017].
- Erkkola, J.-P. 2008. Sosiaalisen median käsitteestä. Taideteollinen korkeakoulu. Medialaboratorio. Pro-gradu -työ. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/12480/optika_id_989_erkkola_jussi-pekk_a_2008.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 11.10.2017].
- Hakanen, J. 2011. Työn imu. Tampere: Työterveyslaitos.
- Hakanen, J. & Perhoniemi, R. 2012. Työn imun ja työuupumuksen kehityskulut ja tarttuminen työtoverista toiseen. Työterveyslaitos. Helsinki.
- Hasu, M., Pahkin, K. & Puttonen, S. 2016. Työhyvinvointi paremmaksi. Keinoja työhyvinvoinnin ja työterveyden kehittämiseksi suomalaisilla työpaikoilla. Työterveyslaitos. Helsinki. Pro-gradu -työ. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/130787/Ty%C3%B6hyvinvointi%20paremmaksi.pdf?sequence=1> [viitattu 11.10.2017].
- Heikka, H. 2013. Monimuotoistuvan työyhteisön johtamisen haasteita. Teoksessa: Johtaminen ja työhyvinvointi muuttuvissa toimintaympäristöissä. Lea Rissanen juhlaKirja. Pro-gradu -työ. PDF-dokumentti. Saatavissa: http://theseus56-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/61253/LeaRissanen_juhlakirja%20Heik-ka.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 11.10.2017].
- Hietalahti, H., Pusenius, R. Työntekijän omavastuu työhyvinvoinnin osatekijänä. Terveyskasvatuksen pro gradu – tutkielma Jyväskylän yliopisto Terveystieteiden laitos. Kevät 2012. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/125755/URN_ISBN_978-952-00-3543-3.pdf?sequence=1. [viitattu 11.10.2017].
- Hintikka, K. Sosiaalinen media. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 26.3.2017. Pro-gradu -työ. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media> [viitattu 26.3.2017].
- Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. 15.- 17. painos. Helsinki: Tammi.
- Holopainen, H. 2015. Tutkija kehottaa nauramaan työpaikalla: "Huumori on yhteisöllistä liimaa". Päivitetty 31.3.2015. WWW- dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7900544> [viitattu 11.10.2017].

Karila – Hietala R., Wahlbeck K., Heiskanen T., Stengård E., Hannukkala M. 2014. Turenki: Kirjapaino Jaarli Oy.

Karppinen, P. 2011. Sosiaalitoimiston sosiaalityöntekijöiden työhyvinvointi – työn imun ja voimaantumisen näkökulma työhyvinvointiin vaikuttaviin tekijöihin. Pro gradu - tutkimus. Lapin yliopisto.

Kohvakka R. Tilastokeskus 2013. WWW-dokumentti. Saatavissa: http://tilastokeskus.fi/artikkelit/2013/art_2013-06-03_001.html?s=1 [viitattu 2.10.2017].

Koponen, E.-L. 2015. Sosiaali- ja terveystalouden työvoiman riittävyys nyt ja tulevaisuudessa. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. TEM raportteja 13/2015. Saatavissa: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/75078> [viitattu 29.9.2017].

Kortesuo, K. 2014. Sano se someksi 1. Ammattilaisen käsikirja sosiaaliseen mediaan. Viro: Keski-Suomen sivu Oy.

Laine, M., Kokkinen, L., Kaarle-Tuomaala, A., Valtanen, E., Elovainio, M., Keinänen, M. & Suomi, R. 2010. Sosiaali- ja terveystalouden työolot 2010. Kahden vuosikymmenen kehityskulku. Työterveyslaitos. Helsinki. PDF- dokumentti. Saatavissa: https://www.researchgate.net/profile/Lauri_Kokkinen/publication/49288122_Sosiaali-ja_terveysalan_tyoolot_2010/links/5466265d0cf25b85d17f59b5/Sosiaali-ja-terveysalan-tyoolot-2010. [viitattu 11.10.2017].

Larjovuori, R.-L., Manka, M.-L. & Nuutinen, S. 2015. Inhimillinen pääoma. Työhyvinvointia, tuloksellisuutta, pidempiä työuria? Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 2015:5.

Leinonen, E. 2011. Voimavarat työssäjaksamisen edistäjänä. Positiivisen psykologian näkökulma työhyvinvointiin varhaiskasvatustyössä. Varhaiskasvatustieteen pro gradu -tutkielma. Kasvatustieteen laitos. Jyväskylän yliopisto.

Manka, M.-L. 2013. Hallintopäälliköt yliopiston moottoreina - oikeita polttoaineita tankissa? Luentodiat. PDF-dokumentti. Saatavissa: http://www.uta.fi/ltl/hp_paivat_2012/esitykset/Hallintop%C3%A4%C3%A4llikk%C3%B6p%C3%A4iv%C3%A4t%202017.8%20Manka..pdf [viitattu 27.11.2016].

Manka, M.-L. 2015. Stressikirja. Mistä virtaa? Latvia: Talentum.

Manka, M.-L. & Manka, M. 2016. Työhyvinvointi. Helsinki: Talentum pro.

Mäkinieniemi, J.-P., Bordi, L., Heikkilä-Tammi, K., Seppänen, S. & Laine, N. 2014. Psykososiaalisiin kuormitus- ja voimavara-tekijöihin liittyvä työhyvinvointitutkimus suomessa 2010–2013. Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 2014:18 Sosiaali ja terveysministeriö. Helsinki.

Ojanen, M. 2014. Positiivinen psykologia. Helsinki: Edita. 2. uudistettu painos.

Reinikainen, K. 2012. Työhyvinvointia tukevat voimavarat lastensuojelutyössä. Pro gradu -tutkielma. Sosiaalityö. Syksy 2012. Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/61469/Reinkainen.Katja.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [viitattu:18.8.2017].

Sanastokeskus 2010. PDF-dokumentti. Saatavissa: http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf. [viitattu 2.10.2017].

Salmela M. 2014.Sosiaalinen media ja markkinointi. Opinnäytetyö. PDF- dokumentti. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/72712/salmela_mikko.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [viitattu 2.10.2017].

Tikkanen, A. 2005. Aikuisen lukivaikeus, koulutus ja työura. Pro gradu-tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Psykologian laitos. PDF-dokumentti. Päivitetty maaliskuussa 2005. Saatavissa: https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/10862/URN_NBN_fi_jyu-2005137.pdf?sequence=1 [viitattu 24.10.2016].

Toppinen-Tanner, S., Vanhala, A., Puttonen, S., Larvi, T. & Vaaranen, H. 2015. Voimaa arkeen. Työterveyslaitos. Helsinki.

Tilastokeskus 2016. Päivitetty 19.12.2016. WWW-dokumentti. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tie_001_fi.html [viitattu 2.10.2017].

Työterveyslaitos 2017. WWW- dokumentti. Saatavissa: <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/tyohyvinvointi/>. [viitattu 17.9.2017].

Uusitalo-Malminvaara, L. 2015. Positiivisen psykologian voima. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.

Opinnäytetyön aikataulusuunnitelma





Haastebanneri



↖ Logot



← Arvonta/ kilpailu



Arvailletko mitä suljettujen ovien takana puhutaan juuri nyt?

EHKÄ SIELLÄ LAUSUTAAN...

kauniita
sanoja
SINUSTA.

HYVÄ TYÖ!
#TIEDOSTA

*Miten
palkitset
itsesi
hyvästä
työstä?*

HYVÄ TYÖ!
#TIEDOSTA



KIITOS!



HYVÄ TYÖ!
#TIEDOSTA

Hei!

Hyvä työ! -kampanja on sosiaalisen median kampanja, jonka tavoitteena on herättää ihmisiä pohtimaan, miten työhyvinvointia voi edistää pienillä arjen teoilla. TIEDOSTA! –hankkeen tilaama kampanja toteutetaan 2.-12.5.2017.

Haastamme sinut osallistumaan kampanjaamme kirjoittamalla lyhyen blogitekstin itsestäsi ja työhyvinvoinnista. Toimita teksti meille oman kuvasi kanssa 23.4.2017 mennessä. Teksti ja kuva julkaistaan kampanjan sekä <http://hyvatyoelama.fi/etelasavo-sivun> blogeissa ja jaetaan kampanjan Facebook -sivuille 2.-12.5.2017. Toivoisimme tekstin olevan sanamäärältään n. 100 -200 sanaa ja, että tekstistä ilmenisivät vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Kuka olet ja mitä teet työksesi?
- Miten pidät huolta itsestäsi ja työhyvinvoinnista?
- Miten pyrit edistämään työhyvinvointia työyhteisössäsi?
- Kerro tai kuvaile tilanne jolloin koit työniloa tai työn imua?
- Jaa jokin konkreettinen käytännön vinkki työhyvinvoinnin parantamiseksi jonka olet työyhteisössä kokenut hyväksi tai toimivaksi. (Tämä voi olla pieni ele, tai suurempi projekti)

Toivomme, että näiden kysymysten pohtiminen ja kirjoittaminen herättävät myös sinut pohtimaan työhyvinvointiasi ja saavat sinut hetkeksi pyhäntymään oman hyvinvoinnin äärelle. Tekstin voit toimittaa osoitteeseen:

hyvatyoasiaatyohyvinvoinnista@gmail.com tai terhi.venalainen@edu.xamk.fi

Voit käydä tutustumassa jo olemassa oleviin Hyvä työ! -sivustoihin Facebookissa, Instagramissa ja bloggerissa:

<https://hyvatyokampanja.blogspot.fi/>
<https://www.facebook.com/hyvatyoasiaa/>
<https://www.instagram.com/hyvatyo/>

Ystävällisin terveisin

Jaana Torn & Terhi Venäläinen

Hyvä työ! -kampanjan puuhanaiset

TAUSTA:

Hyvä työ-kampanjan tilaaja on Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Tiedosta- työhyvinvointia ja tuottavuutta –hanke. 1.1.2017–31.12.2018 toteutettavaa hanketta rahoittaa Euroopan sosiaalirahasto Etelä-Savon ELY-keskuksen kautta. Lisätietoja: www.xamk.fi/tiedosta

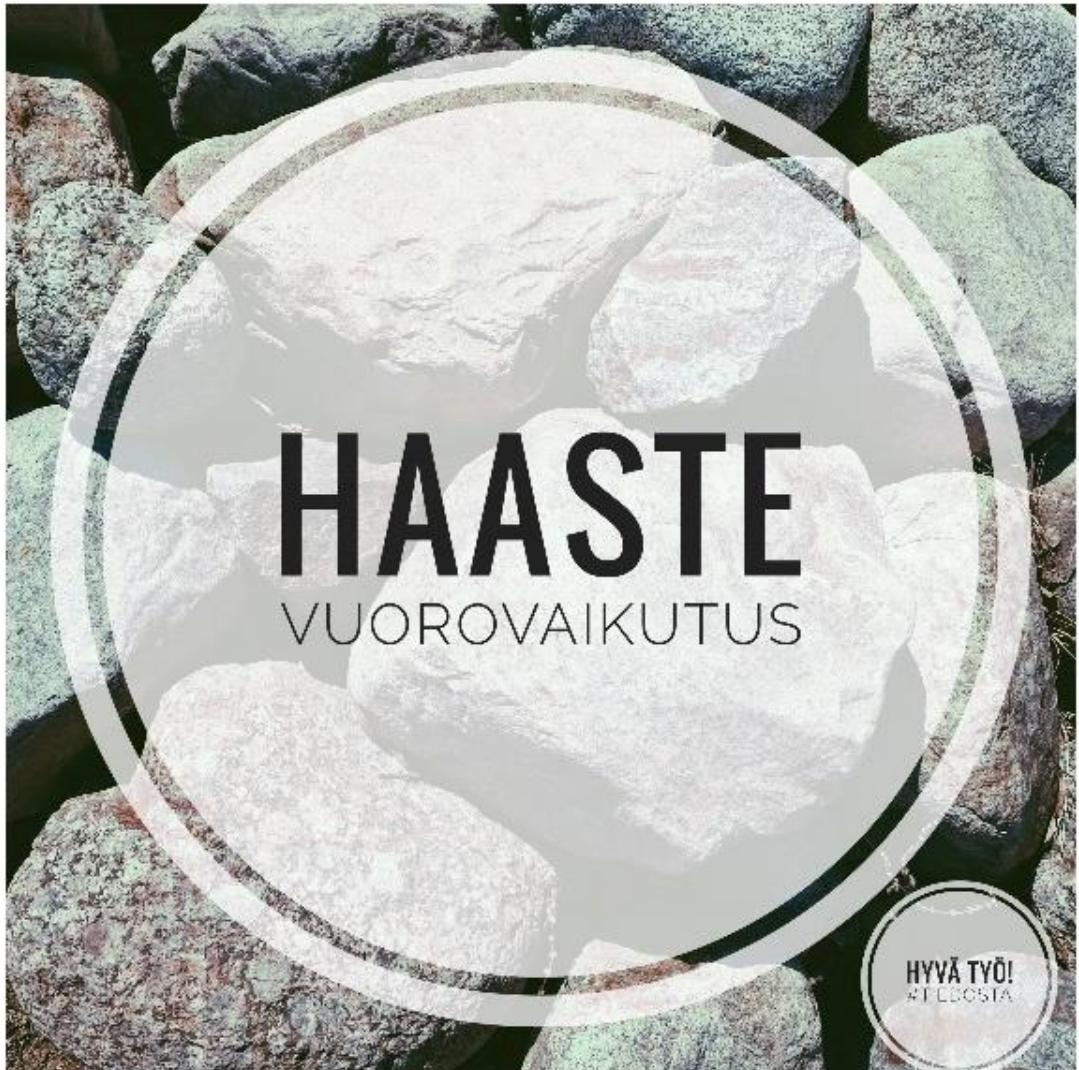
HYVÄ TYÖ -KAMPANJAN HAASTEET

Tänään haaste liittyy positiiviseen ajatteluun.

Kirjoita ylös viisi asiaa, joista olet tänään kiitollinen.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Tämä harjoitus tekee viikon ajan tehtynä ihmisen onnellisemmaksi, kun tiedostat elämässäsi olevia positiivisia asioita. Kokeile tänään, ja jatka vaikka koko viikko.



Tänään haastamme sinut pohtimaan vuorovaikutusta. Kohtaatko ihmiset niin, kuin toivoisit itsesi kohdattavan? Tervehdi iloisesti hymyillen. Kuuntele kärsivällisesti, ole aidosti läsnä ja kiinnostunut. Katso silmiin. Älä keskeytä. Havainnoi vaikutukset. Työyhteisössä jokaisen tulisi kokea olevansa tarpeellinen ja arvokas. Hyvässä vuorovaikutuksessa käydään keskustelua dialogissa tasa-arvoisesti. Kuuntelemalla ja kysymällä voidaan välttää turhat tulkinnat ja väärinkäsitykset.

Kerro meille, millainen on sinun unelmien työyhteisösi?



Parhaimmillaan huumori osana työtä parantaa työhyvinvointia ja tuottavuutta. Hyvä huumori on tilannetajuista, eikä loukkaa ketään. Nauru rentouttaa ja se tarttuu helposti. Huumori voi olla työyhteisön liima! Jos itselleen voi nauraa töissä, kertoo se myös työyhteisöstä ja työilmapiiristä. Tauot ja muut yhteiset hetket ovat tärkeitä yhteisöllisyyden kannalta, ja ilman niitä on vaikea oppia tuntemaan työtovereita.

Haastamme sinut tänään pohtimaan, miten huumori vaikuttaa sinun työssä jaksamisesi.

Jaa kommenttikenttään kuva, video, idea tai asia joka saa sinut hyvälle tuulelle. Luo daan yhdessä huumorin ja iloisuuden kommenttiketju. Haasta myös joku, joka saa sinut nauramaan töissä tai vapaa-ajalla pohtimaan huumorin voimaa.



Tänään haastamme sinut pohtimaan vahvuksiasi. Luontevahvuuksien käyttö on tutkitusti yhteydessä onnellisuuteen ja elämäntyytyväisyyteen. Kun pääsemme käyttämään vahvuksiamme työssä, työtyytyväisyytemme lisääntyy. Oletko koskaan pohtinut mitkä ovat sinun vahvuutesi?

Pysähdy hetkeksi ja mieti viisi vahvuuttasi ja kirjaa ne ylös. Mene sen jälkeen viacharacter.org osoitteeseen ja täytä VIA -mittari. Kerro meille yllätytkö tuloksista! Mieti myös mielessäsi jokin tilanne, jossa voit näitä vahvuuksia soveltaa.

Halutessasi jaa meille vahvuutesi ja ajatuksesi haasteen suhteen. Haasta myös kaksi kaveriasi tai työyhteisösi pohtimaan vahvuuksia ja niiden merkitystä.



Tänään haastamme sinut pohtimaan, miten sinä voisit muuttaa työtäsi itsellesi mielekkäämmäksi. Pysähdy ja mieti, haluaisitko tai voisitko tehdä työtäsi jollakin uudella tavalla? Jokainen työntekijä pystyy vähintäänkin vaikuttamaan omaan olemiseensa, tekemiseensä ja siihen millaisen näkökulman asioihin ottaa. Pystyt ehkä vaikuttamaan enemmän kuin uskotkaan. Tai ehkä olet jo tuunnannut työsi itsellesi mielekkäämmäksi. Kerro meille siitäkin!

Pohdi, ja halutessasi kerro meille, mikä lisäisi sinun voimiasi ja innostustasi työssä?

Pohdinnan tueksi muutama ajatustenherättäjä: Oman työn tavoite, merkitys, näkökulma, yhteistyön tekeminen, vuorovaikutus, työtehtävät (eri tavalla, lisää, pois, uudet haasteet), oman osaamisen lisääminen, rutiinien rikkominen, uudet ideat...



Kiinnitä tänään erityisesti huomiota työympäristöösi.

Tarkkaile työskentelyasentoasi ja sitä mitä työsi vaatii sinulta fyysisesti. Istu selkäsuorana, ovatko kätesi hyvässä asennossa? Jos työsi sisältää paljon istumista, muista nousta ajoittain ylös. Muista ergonomia. Liu'uta, siirrä, käytä koko kehoa, pidä paino jaloilla ja selkä suorana. Huomioi omat voimavarasi, hyödynnä moniammatillisuus ja käytä apuvälineitä. Pysähdy hetkeksi ja mieti: Onko työpisteesi toimiva? Innostava? Tukevatko puitteet sinun työtäsi? Olisiko parempi, jos olisi hiljaisempaa vai kaipaatko musiikkia rytmittämään työtäsi? Onko työpisteessä liikkuminen esteetöntä? Ovatko tarvittavat tavarat lähelläsi? Tarkasta työtuolin toimivuus ja tason korkeus.

Kerro tai jaa kuva omasta työympäristöstäsi. Millaisia muutoksia olet sinne tehnyt tai haluaisit tehtävän?



Stressi voi olla positiivinen voimavara ja sitä tarvitaan sopivassa määrin tavoitteisiin pääsyssä. Opettele tunnistamaan stressioireet itsessäsi ajoissa ja hallitsemaan niitä. Ota etäisyyttä asiaan. Käy kahvi- ja ruokatauoilla, jaa työt kiireellisiin ja ei - kiireellisiin. Tee selkeät rajat työn ja vapaa-ajan välille. Sulje työpuhelin ja tietokone, anna aikaa läheillesi, hemmottele itseäsi, syö ja nuku riittävästi. Ota apua vastaan rohkeasti. Vastoinkäymisetkin voi oppia näkemään oppimiskokemuksina. Pohdi pystytkö itse vaikuttamaan stressin syihin? Murehditko liikaa asioita, joihin et itse pysty vaikuttamaan? Yksi hyvä tapa on pitää ajankäyttöpäiväkirjaa. Aloita tarkastelemalla ajankäyttöäsi päiväkirjan avulla. Kirjoita ylös vuorokauden tapahtumat sekä niihin kulutettu aika mahdollisimman tarkasti. Jaa tapahtumat lepoon, työhön ja vapaa-aikaan. Jatka viikon ajan ja pohdi mitä haluaisit muuttaa ja kuinka sen tekisit? Voit kirjata myös onnistumiset ja muut ilonaiheet päiväkirjaan.

Voit myös kommentoida meille, millaisin keinoin sinä hallitset stressiä?

Laita hyvät keinot jakoon!

Käy kokeilemassa linkin hengitysharjoitusta

<https://www.youtube.com/watch?v=eoBgnWnlhvw>



Meillä jokaisella on oma tapamme palautua työpäivästä ja viikosta. Pysähdy hetkeksi miettimään millä tavalla sinä palautut työpäivästä ja työviikosta? Miten sinä saat ajatuksesi pois työasioista? Missä sinun mielesi lepää? Palautumisen keinot voivat olla hyvinkin yksilöllisiä.

Halutessasi kerro jokin hyväksi todettu ja konkreettinen tapa saada ajatukset pois työstä. Voit kirjoittaa vinkkejäsi kommenttikenttään, jakaa kuvia tai vaikka videon. Lisää keskustelua aiheesta Facebook-sivullamme.



Tänään haastamme sinut liikkumaan! Liikunta vaikuttaa tutkitusti psyykkisesti, fyysisesti ja sosiaalisesti. Liikunnan avulla voidaan hallita stressiä, parantaa unen laatua ja helpottaa nukahdamista. Pidä siis huolta itsestäsi ja liiku!

Tänään, lähde pitkälle kävelylle, käy juoksemassa, käy rangella lyömässä palloja, ratsasta, pelaa jalkapalloa, pulahda uimaan, laita musiikki soimaan ja tanssi, hakkaa halkoja, joogaa, venyttele, käy salilla tai jumppaa kotona. Kuuntele kehoasi! Mitä se kaipaa? Tyyli on vapaa.

Kommentoi ja kerro meille mikä on sinulle mieluisin tapa liikkua? Jaa myös halutessasi kuva tämän päivän liikunnallisesta hetkestäsi!



Tänään haastamme kiittämään työkaveria tai yhteistyökumppania.

Kirjoita post it -lapulle tai vastaavalle jokin positiivinen asia henkilöstä ketä haluat kiittää. Vie lappu paikkaan, josta kyseinen henkilö voi sen löytää (tietokoneen näyttö, lokeron ovi, työhuoneen ovi jne.). Älä laita omaa nimeäsi lappuun, vaan anna henkilön rauhassa arvuutella kuka häntä on muistanut.

Kerro meille, miten tämä vaikutti teidän työpaikkanne ilmapiiriin.

Positiivista hyrinää työpäivään toivotellen!