



Kampanjaohjeet viestijälle

Pysäytä seksuaalinen häirintä töissä – Seksuaalisen häirinnän ehkäisykampanja kunta- ja hyvinvointialalle

Tämä kampanja on Kunta- ja hyvinvointialuetyönantajat KT:n sekä kunta- ja hyvinvointialan pääsopijajärjestöjen (JUKO, JAU ry ja Sote ry ammattijärjestöineen) yhteinen ponnistus seksuaalisen häirinnän ennaltaehkäisemiseksi ja siihen puuttumiseksi alan työpaikoilla.

Mistä kampanjassa on kyse?

Tavoite: Lisätä tietoisuutta seksuaalisen häirinnän ilmenemismuodoista, edistää ennaltaehkäisyä ja tarjota työpaikoille selkeitä työkaluja häirintään puuttumiseen.

Näkökulma: Kampanjan viestintä ja visuaalisuus ovat roolineutraaleja ja sukupuoleettomia. Viestin sävy ei syyllistä, mutta se on täysin suora ja pysäyttävä: **seksuaalinen häirintä pitää tunnistaa ja pysäyttää töissä.**

Tuki työpaikoille: Kampanja vahvistaa häirintää kokeneen oikeutta ilmoittaa asiasta ja muistuttaa työnantajaa lakisääteisestä velvollisuudesta puuttua tilanteisiin.

Miten voitte hyödyntää näitä materiaaleja?

Tämä materiaalipaketti on suunniteltu vapaasti käytettäväksi kaikkien kunta- ja hyvinvointialan organisaatioiden, työpaikkojen ja järjestöjen sisäisessä sekä ulkoisessa viestinnässä:

Sosiaalisen median kuvat ja tekstit: Valmiit kuva- ja tekstipohjat sosiaalisen median kanaviin jalkautettavaksi. Tekstipohjat ovat vapaasti muokattavissa kunkin järjestön omaan viestintään sopivaksi, kunhan kampanjan konstailematon ja suora viestinnän sävy ei muutu.

Infotaulujen näyttökuvat: Digitaalisille infotauluille ja näyttöruuduille tarkoitetut materiaalit työpaikoille ja julkisiin tiloihin.

PowerPoint-esityspohja: Visuaalisen ilmeen mukainen pohja hyödynnettäväksi työpaikkojen sisäisissä infotuokioissa, tiimipalavereissa ja koulutuksissa.

Kampanjan yhteisesti sovittu Tone of Voice

Ratkaisukeskeinen	Ytimekäs
Vastuullinen	Konkreettinen
Suora	Ymmärtävä
Konstailematon	Sitouttava
Pysäyttävä	

Yhteisesti sovittu sävy kampanjan alla tapahtuvalle viestinnälle on suora ja konstailematon. Viestillä on tarkoitus herättää vastaanottaja pohtimaan omaa rooliaan seksuaalisen häirinnän ketjussa ja rohkaista toimimaan oikein. Sävy ei syyllistä tai uhkaile vaan keskittyy herättämisen jälkeen ratkaisuihin. Toisaalta sävyn tulee olla häirintää kokeneen ja sivusta seuranneen kannalta ymmärtävä. Tilanteet voivat olla nopeita ja olo epävarma.

Ei sopivat sävyt

Syyttävä	Kevyt	
Virastomainen	Kuiva	Etäinen
Uhkaava	Aggressiivinen	Rauhallinen
Humoristinen	Pehmeä	

Kampanjan viestinnässä ei haluta käyttää syyttävää, uhkaavaa tai aggressiivista sävyä. Toisaalta viestinnässä käytettyjen termien ja ilmaisutapojen ei tule olla liian virastomaisia tai vaikeasti ymmärrettäviä. Yleiskieliset, helposti lähestyttävät sanavalinnat ovat suositeltavia. Kampanjan teeman vuoksi viestintään ei haluta liian pehmeää, kevyttä tai humorististakaan sävyä. Seksuaalinen häirintä työpaikoilla on aiheena vakava, ja ansaitsee tulla nähdyksi juuri sellaisena.



Kampanjaohjeet viestijälle

Kärkiviestit

(Kattoviesti)

Se häiritsee – Pysäytä seksuaalinen häirintä töissä.

(Häirintää kokenut)

Oikeus olla turvassa – Kerro seksuaalisesta häirinnästä töissä.

(Häirintää todistava)

Älä seuraa sivusta – Puutu seksuaaliseen häirintään töissä.

(Häiritsijä)

Se ei ole läppä – Lopeta seksuaalinen häirintä töissä.

(Esihenkilöt/HR)

Puhu ja riko tabu – Pysäytä seksuaalinen häirintä töissä.

Kampanjan viestinnän tueksi on yhteisesti rakennettu kohderyhmäkohtaiset kärkiviestit, joita voi hyödyntää oman viestinnän rakentamisessa. Kohderyhmäkohtaiset viestit herättävät viestin vastaanottajaa pohtimaan omaa rooliaan häirinnän ketjussa sekä ohjaa oikeaan toimintatapaan. Tarkemmat ohjeet sosiaalisen median kuvien ja postausmallien käyttömahdollisuuksista löytyvät some-ohjeesta.