



Matleena Helojoki on toiminut Suomen Migreeniyhdistyksen toiminnanjohtajana kuutisen vuotta.

## Migreeniyhdistys kehittää viestintäänsä

Kevään 2008 aikana Suomen Migreeniyhdistykselle tehdään ensimmäistä kertaa viestintästrategia. Jäsenten toivotaan osallistuvan projektiin aktiivisesti lähettämällä palautetta esimerkiksi kotisivun toimivuudesta ja Päänsärky-lehden merkityksestä.

– Tämä on todella jännittävä hanke, jonka alkua odotamme innolla. Viimeksi viestintäämme tutkittiin nelisen vuotta sitten, kyselyn merkeissä, joten kehitystyö on todella tervetullutta, sanoo toiminnanjohtaja **Matleena Helojoki**.

Projekti toteutetaan yhteistyössä ammattikorkeakoulu HAAGA-HELIAn kanssa. Työn toteuttaa Työyhteisöviestinnän erikoistumisopintoja suorittava opiskelija.

Yhdistyksen jäsenet ovat vastanneet innokkaasti esimerkiksi migreeniprofiileihin liittyviin postituksiin, ja Matleena toivoo jäsenten innostuvan myös viestinnän kehittämishankkeesta.

– Palautetta viestinnästä voi lähettää jo nyt. Vuodenvaihteen jälkeen opiskelija kerää lisää taustatietoa haastatteleamalla yhdistyksen sidosryhmien edustajia, ja ennen kesää projekti on valmis. Viestintästrategian ohella ensi vuoden puolella käyttöön otetaan uusi jäsenrekisterijärjestelmä, joten edessä on mielenkiintoinen vuosi.

### **Lehti on keskeinen osa viestintää**

Migreeniyhdistys perustettiin vuonna 1995 ja vuonna 1996 ilmestyi ensimmäinen Päänsärky-lehti. Lehteä lähe-

tetään jäsenten ohella esimerkiksi neurologeille ja työterveyslääkäreille.

– Lehteä on hyvä jakaa myös vaikkapa messuilla, koska sisältö on niinsanotusti täyttä tavaraa. Erityisesti teemanumeroista löytyy paljon hyödyllistä tietoa, sanoo yhdistyksen alueyhteyshenkilö ja hallituksen jäsen **Rita Pöllänen**, jonka yhteystiedot monet ovat löytäneet nimenomaan Päänsärky-lehdestä.

Yhdistyksen kotisivut avattiin jo 1990-luvun loppupuolella.

– Jäsenrekisterinpidon uudistuksen myötä avautuu uusia mahdollisuuksia myös kotisivun osalta. Voimme esimerkiksi perustaa sinne vain jäsenille tunnuksilla avautuvat erilliset sivut, Matleena kertoo.

– Siellä voisivat migreenikot kohdata esimerkiksi jäsenten keskustelupalstalla, Rita ideoi.

Hän korostaa kohtaamisen merkitystä yhdistyksen viestinnässä.

– Vertaisryhmätoimintaa tulisi kehittää entisestään, se on suuri haaste. Olemme tehneet näkyvää tiedotustyötä kolmevuotisen Lasten ja nuorten päänsärky-projektin yhteydessä, ja tämän työn jatkaminen on toinen suuri haaste. Ja

kolmas haaste on toki se vanha tuttu eli uusien jäsenten saaminen, hän naurahtaa.

### **Miten muualla?**

Viime aikoina viestinnän kehittämiseen on kiinnitetty huomiota muissakin potilasyhdistyksissä. Esimerkiksi Suomen ADHD-liitossa tehtiin muutama vuosi sitten viestintäsuunnitelma ja Suomen Parkinson-liitossa viestinnän kehittämistyö aloitetaan ensi vuoden puolella. **Helena Lindman** Ruotsin Migränförbundetistä toteusi, että heilläkin olisi suuri halu kehittää viestintäänsä tulevaisuudessa.

Oli kyse suuresta tai pienestä yhdistyksestä, on tärkeää määritellä viestinnän keinot ja tavoitteet.

– Potilasyhdistyksenä teemme eri tavoin työtä hyvän hoidon tukemiseksi ja viestintä liittyy lähes jokaiseen tehtävään, kun sitä tarkemmin ajattelee; pidämme säännöllisesti yhteyttä moniin eri ryhmiin, tiedotamme ja neuvomme niin jäseniämme kuin ulkopuolisia tahoja, Matleena pohtii.

---

Teksti ja kuva:  
Johanna Poutiainen

# Viestintästrategia on käytännöllinen työkalu

Strategia on kuin kartta, joka auttaa erilaisten hankkeiden suunnittelussa ja toteutuksessa. Viestintästrategian teko aloitetaan yhdistyksen viestintäresurssien kartoituksella.

Hanke aloitetaan keväällä selvittämällä millaisia voimavaroja viestinnässä käytetään juuri nyt. Yksi tärkeä viestintäresurssi on esimerkiksi kaksi kertaa vuodessa julkaistava jäsenlehti Päänsärky. Myös aktiivisten jäsenten osallistuminen toimintaan on tärkeä resurssi viestinnän näkökulmasta.

Alkuvaiheeseen kuuluu myös eri sidosryhmien edustajien haastattelu. Näin selvitetään, millainen käsitys eri tahoilla on yhdistyksen viestinnästä. Haastatteluissa keskustellaan esimerkiksi kotisivun merkityksestä.

Kun ns. perusmäärittelyt on tehty, eli tiedetään miten viestintä toimii ja miten eri tahot käsittävät yhdistyksen nykyisen viestinnän, määritellään viestinnälle tarkemmat tavoitteet ja keinot. Tässä työssä yhdistyksen hallitus ja muut aktiiviset henkilöt ovat tärkeässä osassa.

Viestintästrategia on siis selvitys, joka toimii eräänlaisena karttana, joka

jatkossa auttaa erilaisten hankkeiden suunnittelussa ja toteutuksessa. Sen linjaukset tukevat yhdistyksen yleisempiä tavoitteita.

Yhdistysten ja yritysten ohella viestintästrategioita käytetään myös esimerkiksi kunnissa. Joka toisella Suomen kunnalla on viestintästrategia. Niin suuret kuin pienet yhteisöt hyötyvät viestinnän kartoituksesta

toimintaympäristössä, jossa pelkkä yksisuuntainen tiedottaminen hukkuu tietotulvaan.

---

Teksti ja kuva:  
Johanna Poutiainen

*Lähteenä käytetty Elisa Juholinin teosta **Communicare!** (2006)*

---

## Lähetä palautetta!

Kuinka usein käytät Suomen Migreeniyhdistyksen kotisivulla? Luetko Päänsärky-lehden kannesta kanteen? Mitä vertaisryhmätoiminta sinulle merkitsee?

Lähetä risuja ja ruusuja osoitteeseen [migreeni@migreeni.org](mailto:migreeni@migreeni.org) tai Suomen

Migreeniyhdistys, Sähköttäjänkatu 2 B, 00520 Helsinki.

Palautteet käsitellään anonymisti ja niistä on suuri hyöty viestinnän kehittämiseksi.

**Kiitos avustasi!**



Ensimmäinen Päänsärky-lehti julkaistiin jo vuonna 1996. Yhdistys on julkaissut vuosien varrella myös monia esitteitä.