



KOKEMUS VAIKUTTAA

opas osallistavasta kokemusviestinnästä



DIAK

Kokemusviestinnän opas on tarkoitettu kaikille, jotka haluavat toiminnassaan ja ulkoisessa viestinnässä lisätä kokemusäänen näkymistä ja kuulumista. Opasta voidaan hyödyntää ammattilaisten työvälineenä, mutta se toimii parhaiten, kun sisältö otetaan käyttöön yhdessä asiakkaiden, kävijöiden tai toimijoiden kanssa. Kokemusviestinnän konsepti on pilotoitu yhdistyksen toiminnassa, mutta sitä on mahdollista soveltaa kaikenlaisiin organisaatioihin ja toimintoihin.

Sisällys

Lukijalle	3
Mitä kokemusviestintä on?	4
Mitä kokemusviestintä antaa?	5
Kokemusviestinnän toteuttaminen	6
Kokemusviestinnän vaikuttavuus	7
Kokemusviestinnän tarinallisuus	9
Kokemusviestintä ja vertaisuus	10
Eettisyys ja rajaaminen	12
Yhteiset pelisäännöt kokemusviestinnän tekemiselle	15
Ohjeet kokemusviestinnän tekemiselle	17
Lopuksi	22
Oppaasta	25
Lue lisää	27

Oppaassa tulevat esiin Kokemus vaikuttaa -hankkeen ryhmän Kukkuu Kollektiivin kokemukset ja näkemykset kokemusviestinnästä. Kokemusviestintä pohjautuu tutkimuksiin ja teoretietoon. Kukkuu Kollektiivi tekee kokemus- ja vaikuttavuusviestintää sosiaaliseen mediaan (Instagram: @kukkuukollektiivi). Kukkuu Kollektiivin jäsenet ovat olleet tiiviisti mukana tekemässä opasta koko sen prosessin ajan. Puhekuplissa olevat suorat lainaukset ovat Kukkuu Kollektiivin jäseniltä.

Lukijalle

Kun Kokemus vaikuttaa –hanke vuonna 2022 käynnistyi, sen pääasiallisena tarkoituksena oli luoda kokemusviestinnän malli, jonka mukainen toiminta tukisi mielenterveysjärjestöjen tarjoamaa toimintaa. Ajatuksena oli osallistaa nuoria aikuisia mielenterveystoipujia hyödyntämään omia kokemuksiaan vaikuttavan viestinnän lähteenä, löytämään kokemuksilleen uusia merkityksiä ja toimimaan aktiivisesti omien voimavarojensa mukaan.

Koko kolmevuotisen hankkeen aikana olemme uskoneet siihen, että omia kokemuksiaan kannattaa jakaa ja niillä on merkitys niin yksilön, yhteisön kuin yhteiskunnankin kannalta. Toiminnassa olemme päässeet havainnoimaan tuloksia siitä, mitä tapahtuu, kun nuori aikuinen ymmärtää kokemuksiansa merkityksen ja saa kokemusviestinnän avulla sosiaalista tukea, toivoa, apukeinoja ja uusia näkökulmia.

Vertaistuessa on valtava voima, ja sosiaalisen median alustan käyttö vertaistuen tarjoamisen sekä vastaanottamisen välineenä on mahdollistanut valtakunnallisen ja täysin uudenlaisen tavan osallistaa toiminnassa mukana olevat osaksi vaikuttavaa mielenterveystoimintaa. Hankkeen päättyessä olemme voineet todentaa, että verkossa tapahtuva vertaistuki on hyödyllinen osa palvelutarjonnan kenttää, mutta kannustamme samalla löytämään uusia näkökulmia ja työkaluja eri kohderyhmille. Kokemusviestintää voi tehdä meistä jokainen.

Haluamme kiittää jokaista Kukkuu Kollektiivin jäsentä, kokemusviestintäkoulutuksiimme ja muihin tarjoamiimme tapahtumiin osallistunutta organisaatiota, tämän oppaan koonneita Diakonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoita sekä Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskusta (STEA) hankeavustuksesta.

Tässä oppaassa on paljon tietoa ja konkreettisia vinkkejä kokemusviestinnästä tiiviissä muodossa. Suosittelemme lämpimästi, että tutustut oppaan materiaaleihin.

Helsingissä helmikuussa 2025
Emilia Suoraniemi ja Kaisa Malinen
Kokemus vaikuttaa -hanke
Mielenterveysyhdistys Etappi ry

Mitä kokemusviestintä on?

Kokemusviestintä on omista kokemuksista, ajatuksista ja tunteista kumpuavaa viestintää, jota voi tehdä monella eri tavalla.

Kokemusviestinnän tarkoituksena on jakaa ajatuksia ja kokemuksia esimerkiksi mielenterveyteen liittyvistä aiheista, joiden ympärillä voi usein esiintyä stigmaa ja erilaisia oletuksia. Tavoitteena on lisätä tietoisuutta ja ymmärrystä eri mielenterveyden teemoista.

Kokemusviestintää voidaan tehdä joko anonyymisti tai omilla kasvoilla. Kokemusviestinnän ympärille on mahdollista perustaa yhteisö, joka voi tukea kokemusviestijöitä. Kokemusviestintä on vapaaehtoista, ja jokainen voi itse määritellä millä tavalla sitä haluaa tehdä.

Kokemusviestintä ei ole valmis keino viestintään, vaan se on kehittyvää ja tekijöidensä tarpeisiin muovautuvaa. Sitä voi tehdä kuka vain ja mistä aiheista tahansa. Kokemusviestintä pohjautuu kokemososaamiseen, jossa kokemusten tuomaa tietoa ja ymmärrystä hyödynnetään esimerkiksi toisten ihmisten auttamiseksi ja tukemiseksi.



Tavoite:

- Osallisuuden ja toimijuuden vahvistuminen.
- Kuulluksi tulemisen kokemusten ja toimintamahdollisuuksien lisääntyminen.

Tarkoitus:

- Eri aiheisiin liittyvän tiedon ja ymmärryksen lisääntyminen.

Mitä kokemusviestintä antaa?

Kokemusviestintä antaa paljon niin tekijälleen kuin organisaatiollekin, jossa kokemusviestintää tehdään. Toipumisorientaation viitekehykseen nojaavassa kokemusviestinnässä korostetaan mm. toivon ja kokemuksellisuuden merkitystä sekä osallisuutta yhteisössä, jotka kaikki ovat merkittävässä roolissa yksilön ja yhteisön hyvinvoinnin kasvamisessa. Kuten toipumisorientaation viitekehys, myös kokemusviestintä pohjaa yksilöllisyyden, osallisuuden, itsemääräämisoikeuden ja jokaisen ihmisen kasvun mahdollisuuksien arvoihin.

Viestijälle kokemusviestintä antaa

- vertaistukea ja voimaantumista
- osallisuutta ja toimijuutta
- näkyvyyttä ja mahdollisuuden tuoda oma ääni kuuluviin
- yhteiskunnallisen vaikuttamisen mahdollisuuksia
- yhteisön, jossa kokemusviestintää voidaan tehdä yhdessä
- merkityksellisyyden tunnetta
- tietoa ja taitoa kokemusviestinnän tekemisen kautta
- ymmärrystä itsestä ja omista kokemuksista.

Organisaatiolle kokemusviestintä antaa

- uudenlaisen ja aidon tavan tehdä viestintää esimerkiksi sosiaalisessa mediassa
- yhteisöllisyyttä kokemusviestinnän kautta: yhdessä tekemistä ja toimimista tasavertaisesti yhteisössä
- dialogia kokemusviestijän ja organisaation välille
- tavan kertoa omista palveluista/tukitoimista kokemusviestinnän keinoin
- perinteistä organisaatioviestintää helpommin lähestyttävän viestintäkeinoon.

Kokemusviestinnän toteuttaminen

Muoto

Kokemusviestintää voi tehdä monessa eri muodossa. Valitse itsellesi sopiva!

- Valokuva
- Video
- Teksti
- Ääni
- Runous
- Kuvataide
- Musiikki
- Sarjakuva

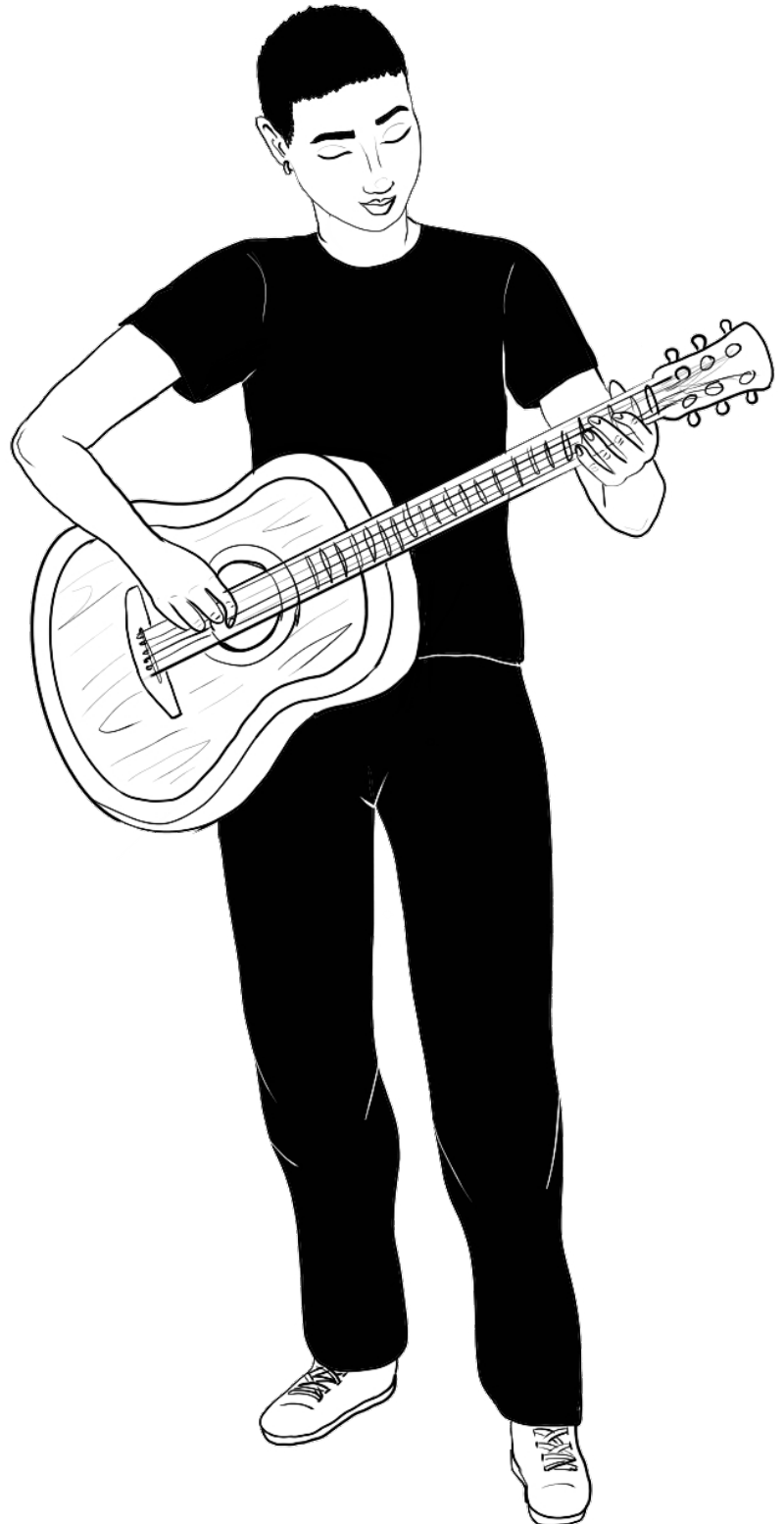
Miten muuten?

Alusta

Kokemusviestintää voi tehdä monessa eri paikassa ja alustalla. Valitse itsellesi sopiva!

- Sosiaalinen media
- Blogi
- Podcast
- Videot
- Näyttelyt
- Jäsenlehdet

Missä muualla?



Kokemusviestinnän vaikuttavuus

Kokemusviestinnällä on vaikuttavuutta yksilöön, yhteisöön sekä yhteiskuntaan.

Yksilötasolla:

- voi lievittää esimerkiksi häpeän, pelon ja huolen tunteita
- voi tarjota vertaistukea
- voi lisätä merkityksellisyyden tunnetta
- voi auttaa oman äänen löytämisessä ja sen vaikutuksen huomaamisessa.

Yhteisötasolla:

- mitä enemmän kertojia, sitä suurempi vaikutus ihmisiin ja yhteiskuntaan
- yhteisöllisyys ja muiden tuki
- paikka, mihin kuulua ja missä ei arvostella.

Yhteiskunnassa:

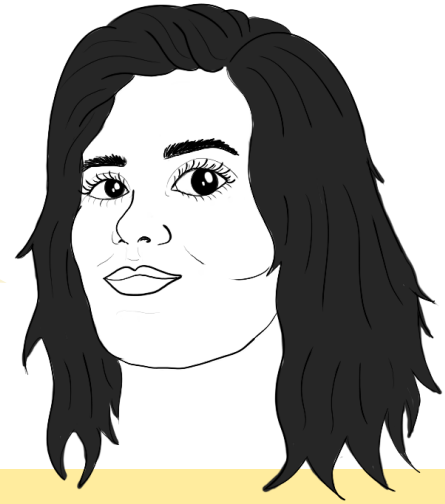
- lisää tietoisuutta
- vaikuttaa yhteiskunnalliseen keskusteluun ja ilmapiiriin
- vähentää stigmaa ja normalisoi esimerkiksi mielenterveyden häiriöitä.



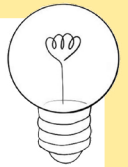
“Kokemuksen jakaminen on auttanut oman häpeän purkautumista, vaikka teen anonymisti kokemusviestintää.”



”Sairauksia ympäröivä stigma ja ihmisten tietämättömyys/ymmärtämättömyys asiasta ovat haastaneet osallistumistani koulu- ja työelämään.”



Stigma

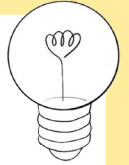


Stigma tarkoittaa kielteisen mielikuvan muodostumista ihmisen taustasta, olemuksesta, toiminnasta tai sairaudesta. Stigma voi näkyä toisten käytöksessä esimerkiksi ennakkoluuloina, syyllistämisenä tai syrjivänä kohteluna. Sairauden stigma voi aiheuttaa yksilölle häpeää sekä syrjinnän ja leimaantumisen pelkoa. Sairauteen liittyvä stigma voi vaikuttaa myös avun hakemiseen. Varsinkin vakaviin psyykkisiin sairauksiin, riippuvuuksiin ja päihdeongelmiin liittyvä stigma on edelleen voimakasta. Yhteiskunnassa olevia stigmoja ylläpitäviä rakenteita ja mekanismeja ei tavallisesti tunnusteta tai tunnusteta. Stigmaa voi kohdata vuorovaikutustilanteissa, opinnoissa, työssä, asumisessa sekä erilaisissa palveluissa.



”Laiskaksi nimittelyä saa kestää. Myös mikäli stigmaa ei olisi, kenties olisin hakeutunut avun piiriin aiemmin, enkä vasta niin myöhään, että en nyt 12 vuoteen ole tehnyt muuta kuin toipunut.”

Tarinallisuus



Tarinallisuutta voidaan esittää kirjallisin, kehollisin, visuaalisin tai suullisin ilmaisukeinoin. Tarina on tapahtuma jostain aiheesta ja kokemus aiheesta on pysyvä, vaikka tulkinta voi muuttua. tarinat voivat myös elää riippuen siitä, muuttuuko kertojan mieliala tai olosuhteet elämässä vai haluaako hän muuttaa tarinansa näkökulmaa. Joustavuus on tarinallisuuden edellytys. Tarinan ei tarvitse olla pitkä eikä sen tarvitse sisältää alkua, keskikohtaa ja loppua, vaan se voi olla esimerkiksi lyhyt kuvaus jostain hetkestä.

Kokemusviestinnän tarinallisuus

- Kuulluksi tuleminen tarinoiden avulla lisää merkityksellisyyden tunnetta.
- Tarinat voivat toimia suojana, ja tarjota keinon käsitellä ja tarkastella oman elämän vaikeita asioita.
- Mahdollisuus löytää uusi tapa viestiä ja kertoa omista kokemuksistaan.
- Ihmiset liikuttuvat pienistäkin tarinoista.

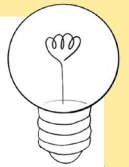


Kokemusviestintä ja vertaisuus

Yhteisten kokemusten jakaminen voi auttaa lisäämään ymmärrystä ja vähentämään häpeän tunnetta. Kokemustarinat ovat ihmisten aitoja kokemuksia elämästä.

Vertaisuus voi olla joko vuorovaikutteista tai toimia yhdensuuntaisesti. Kokemusviestintään ei sisälly ajatus, että viestijän pitäisi tarjota vertaistukea tai toimia asiantuntijana. Lukija tai kuulija voi saada vertaisuuden tunteen, vaikka kokemusviestijä ei sitä tiedostaisikaan.

Vertaistuki



Vertaistuki on toimintaa, jossa samankaltaisia kokemuksia läpikäyneet ihmiset antavat toisilleen keskinäistä tukea. Ihmisten välistä suhdetta tässä tilanteessa kutsutaan vertaisuudeksi, ja samankaltaisten kokemusten ja elämäntilanteiden läpikäyminen yhdessä hyödyttää sekä yksilöä itseään että muita ryhmässä. Vertaisuus on keskinäistä asiantuntijuutta.



”Olen saanut vertaistukea ja ymmärrystä omille kokemuksille, kun niitä on voinut peilata muiden kanssa. Olen kokenut yhteenkuuluvuutta ja sitä, että minulla ja minun tunteilla/kokemuksilla on väliä.”

”Kukkuu Kollektiivi on auttanut pääsemään takaisin kiinni tunteeseen, että kuulun yhteiskuntaan ja olen sen tuottava jäsen. Se on korjannut käsitystä itsestäni, näen nyt vahvuuteni ja uskon itseeni ensimmäistä kertaa. Kukkuussa mukana oleminen on tehnyt minuun pysyvää positiivista muutosta ja uskon tämän kantavan elämässäni vielä pitkälle!”



Resilienssi



Resilienssi tarkoittaa kykyä sopeutua vastoinkäymisiin elämässä. Resilienssin avulla ihminen pystyy sopeutumaan vaikeisiin tapahtumiin ja menemään eteenpäin elämässä vaikeuksien kanssa. Resilienssi vahvistuu esimerkiksi selviämiskokemusten myötä. Kokemusviestinnän avulla resilienssi voi vahvistua, sillä kokemusviestintä voi auttaa ymmärtämään elämän kokemuksia paremmin ja selviämään niiden kanssa. Myös kokemusviestinnän ympärille luotu yhteisö auttavat resilienssin muodostamisessa ja ylläpitämisessä.

Eettisyys ja rajaaminen

Kokemusviestintää tekevät organisaatiot ja vertaiset sekä muu yhteisö tarjoavat tukea kokemusviestinnän tekemiseen ja auttavat rajaamisessa. Rajojen asettaminen auttaa meitä hahmottamaan mitä vastuita kokemusviestintään liittyy. Rajat eivät ole pysyviä vaan ne voivat muuttua ja joustaa elämän aikana. Lisäksi kokemusviestinnän kautta omat rajamme voivat hahmottua paremmin.

Miksi rajoja on hyvä asettaa?

Rajat ja niiden asettaminen liittyvät aina vuorovaikutustilanteisiin. Kokemusviestintä ei itsessään välttämättä sisällä vuorovaikutusta, mutta se voi johtaa siihen tai tulla ilmi vuorovaikutustilanteissa. Tämän vuoksi rajojen hahmottaminen sekä asettaminen ovat tärkeitä myös kokemusviestintää tehdessä.

Omien rajojen, tarpeiden sekä tavoitteiden asettaminen auttavat meitä pitämään huolta omasta hyvinvoinnistamme. Niiden kautta voimme oppia tunnistamaan mitkä asiat lisäävät tai puolestaan heikentävät omaa hyvinvointiamme.

Esimerkiksi vaikean elämäntilanteen kohdatessa on tärkeää, että saamme käsitellä tilannettamme omassa tahdissamme. Vaikka asioista puhuminen ja muihin ihmisiin tukeutuminen edistäväisit toipumista, on meidän myös tärkeää tiedostaa, milloin emme halua puhua ja milloin joku ylittää rajamme. Meillä jokaisella on oikeus kieltäytyä ja sanoa ei, jos emme halua puhua jostain asiasta. Vaikka asioiden jakaminen on tärkeää, voimme silti valita mitä jaamme ja kenelle.



Tehtävä: Omien rajojen hahmottelu

Tässä voitte hahmotella omia rajoja liittyen kokemusviestinnän tekoon. Voitte pohtia esimerkiksi sitä, mitä haluaa itsestään ja omasta elämästään jakaa tai sitä, mitä haluaa organisaatiosta kertoa.



Mitä on tärkeää ottaa huomioon kokemusviestintää tehdessä?

Pohtikaa

- mitä asioita haluatte / ette halua itsestänne jakaa
- mitä asioita voitte kertoa itsestänne tai läheisistänne. Tämä on hyvä huomioida, jotta voitte suojata omaa sekä läheistenne tietosuojaa ja yksityisyyttä
- mitä vaikutuksia oman kokemuksenne jakamisella voi olla läheisiin ihmissuhteisiin.

Pohtikaa omassa organisaatiossanne myös tietosuojaa ja tietoturvallisuutta, kun aloitatte kokemusviestinnän.



Yhteiset pelisäännöt kokemusviestinnän tekemiselle

Kokemusviestijät ja työntekijät tekevät yhdessä yhteiset pelisäännöt kokemusviestinnän tekemiseen organisaatiossa. Yhteiset pelisäännöt kertovat esimerkiksi sen, minkälaista sisältöä kannattaa julkaista esimerkiksi sosiaaliseen mediaan, jotta ne myös toimisivat organisaation arvojen mukaisesti. Työntekijöillä on ensisijainen vastuu puuttua ja ottaa puheeksi, jos yhteisiä sääntöjä ei olla kunnioitettu.

- Tärkeää määritellä yhteiset säännöt kokemusviestinnän tekoon.
- Organisaation arvoja on hyvä selventää, ja puhua niistä yhteisesti.
- Kokemusviestinnän tavoitteena on toteuttaa yhdessä organisaation arvojen mukaista viestintää.
- Kokemusviestinnän keinoin voidaan tavoitella yhdessä hyvää.

Turvallisemman tilan periaatteet

Turvallisemman tilan periaate toimii konkreettisenä työkaluna, jolla viestitään minkälaisiin arvoihin ja toimintatapoihin oma organisaatio on sitoutunut. Periaatteissa voidaan tuoda esille esimerkiksi se, että jokaisella on oikeus olla turvallisesti oma itsensä.

Turvallisemman tilan periaatteilla ja muilla toimintatavoilla luodaan tila, jossa kaikki noudattavat kunnioittavaa, yhdenvertaista sekä avointa ilmapiiriä ja keskustelua. Periaatteet koskevat niin organisaation työntekijöitä kuin asiakkaitakin, ja ne olisi hyvä laatia yhdessä. Organisaation työntekijöille on kuitenkin ensisijainen vastuu puuttua syrjintään ja häirintään.

Tehtävä: Turvallisemman tilan periaatteiden luominen

Voitte halutessanne kirjata tähän teidän turvallisemman tilan periaatteet, tai luoda uudet kokemusviestinnän näkökulmasta.

Ohjeet kokemusviestinnän tekemiselle

Näin pääsette alkuun

Kokemusviestinnän tekeminen on vapaaehtoista, ja sen tekeminen lähtee omasta motivaatiosta ja halusta, eikä se synny velvoitteista. Kokemusviestintää varten tarvitset kiinnostuksen ja idean sen tekemiseen.

Löytyykö teiltä jotain erityisosaamista, jota voisitte hyödyntää kokemusviestinnässä? Oletko esimerkiksi erityisen taitava kirjoittamaan tarinoita, runoja, tai pidätkö valokuvaamisesta, piirtämisestä. Vai onko jotain taitoja mitä haluaisitte vielä oppia?

Kun aloitatte kokemusviestinnän tekemisen, miettikää mistä aiheista ja kenelle haluatte sitä tehdä. Mitkä asiat puhuttelevat teitä? Pohtikaa alkuun mikä kertomanne viestin idea on. Haluatteko tarjota sillä esimerkiksi tietoa ja lisätä muiden ymmärrystä, tai sanoittaa omia tuntemuksianne.



Ensiaskleet kokemusviestintään

- Sopikaa yhteiset pelisäännöt kokemusviestinnän tekemiselle. Tähän voitte hyödyntää oman organisaationne arvoja.
- Valitkaa aiheet ja/tai teemat, joista haluatte kokemusviestintää tehdä.
- Pohtikaa omia rajojanne, mitä asioita haluatte itsestänne sekä elämästänne jakaa, ja mitä asioita haluatte jättää pois.
- Pohtikaa mitä haluatte kokemusviestinnällä tavoitella / mitkä ovat henkilökohtaiset tavoitteenne kokemusviestinnän tekemiselle.
- Valitkaa julkaisutapa. Haluatteko tehdä julkaisun anonyymisti vai omilla kasvoilla?
- Valitkaa tyyli tai muoto, miten ja millä tavoin kokemusviestintää teette (esimerkiksi: teksti, esiintyminen, taide, tarinallisuus, kuva + teksti, video + ääni jne).
- Valitkaa alusta, jossa haluatte julkaista sisältöä (esimerkiksi: Instagram, TikTok, Facebook, organisaation omat verkkosivut, jäsenlehdet jne).
- Sopikaa mihin sisältöä kerätään, ja kuka sen julkaisee (esimerkiksi: sisältöä kerätään yhteiseen tiedostoon tai pilvipalveluun jne).
- Halutessanne käyttäkää avuksenne seuraavien sivujen kokemusviestinnän suunnitelmapohjaa.



KOKEMUSVIESTINNÄN SUUNNITELMA

TAVOITE

Tämä on kokemusviestinnälle asettamamme tavoite mahdollisimman konkreettisesti.

Käyttäkää apuna kysymyksiä kuten: Miksi teemme kokemusviestintää? Mitä haluamme saavuttaa? Kenelle sisältömme on tärkeää?

KOHDERYHMÄT

Nämä kohderyhmät haluamme tavoittaa, jotta pääsemme tavoitteeseemme. Pyrkikää olemaan mahdollisimman tarkkoja kohderyhmää kuvattaessa.

KOKEMUSVIESTINTÄ

Nämä henkilöt voivat tehdä kokemusviestintää organisaatiossamme. Kirjatkaa myös ylös, miten kokemusviestintä auttaa pääsemään tavoitteeseenne.

KOKEMUSVIESTINNÄN SUUNNITELMA

TIIMI

Päävastuuhenkilö(t):

Ei tee kaikkea, vaan hahmottaa kokonais kuvan

Sisällöntuottajat:

Kaikki, jotka tekevät sisältöä kokemusviestintään liittyen

Kokemusviestijät:

Omista kokemuksistaan kertovat henkilöt

Julkaisijat:

Julkaisevat sisällöt valituille alustoille

AIKATAULUT

Tiimi tapaa kertaa / vk kk 3kk

Tiimi jakaa pikatarkastelun aiheesta muille

Esim. Viikkopalaverissa joka viikko tai johtoryhmän kokouksessa kerran kuussa

JULKAISUALUSTAT

Valitkaa vain ne kanavat, joihin on osaamista ja resursseja

A Kanavat, joihin työntekijät luovat sisältöä

B Kanavat, joihin kokemusviestijät luovat sisältöä

C Kanavat, joihin muille kanaville luotu sisältö jaetaan sellaisenaan

D Kanavat, joissa voidaan julkaista muiden (esim. katto-organisaation) tekemää sisältöä

A B C D

Instagram

Facebook

TikTok

X

Bluesky

Linkedin

Youtube

A B C D

Blogi

Podcast

Jäsenlehti

KOKEMUSVIESTINNÄN SUUNNITELMA

JULKAISUTYYPIT

Näitä julkaisutyyppjä käytämme

Valokuva	Tarinat (stoorit)	Jotain muuta, mitä?
Kuvituskuva	Kelat (reels)	
Kuvakaruselli	Kyselyt	
Video	Äänitallenne	
Teksti	Podcast	
Linkki	Sarjakuva	

SISÄLTÖ

Näistä aiheista ja teemoista teemme sisältöä.

Käyttäkää apuna kysymyksiä kuten: Mitkä aiheet koskettavat kohderyhmäämme?
Mistä aiheista haluamme lisätä tietoa? Mistä aiheista kohderyhmä hyöttyy?

KOKEMUSVIESTINTÄ

Alustava pohdinta - Miten voisimme toteuttaa kokemusviestintää?

Käyttäkää apuna kysymyksiä kuten: Kuka kerää ja julkaisee kokemusviestijöiden sisällön? Ovatko kokemusviestijät yhteydessä toisiinsa? Miten? Erottuvatko kokemusviestijöiden sisällöt visuaalisesti muusta sisällöstä? Onko kiellettyjä aiheita?

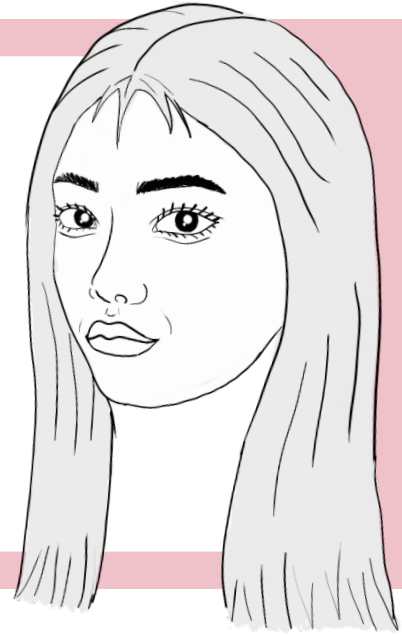
**Ensimmäinen kokemusviestinnän
suunnittelupalaveri järjestetään**

Lopuksi

Kokemusviestinnällä voi olla suuri merkitys yksilöön ja tämän kokemukseen itsestään suhteessa ympäröivään maailmaan. Se voi antaa uusia näkökulmia, varmuutta ja uskallusta puhua ajatuksista ääneen, ja näin olla väylä myös yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen.

Alla kokemusviestintää jo pitkään tehneiden Kukkuu Kollektiivin jäsenten ajatuksia syistä tehdä kokemusviestintää ja siitä, mitä kokemusviestintä on heille antanut.

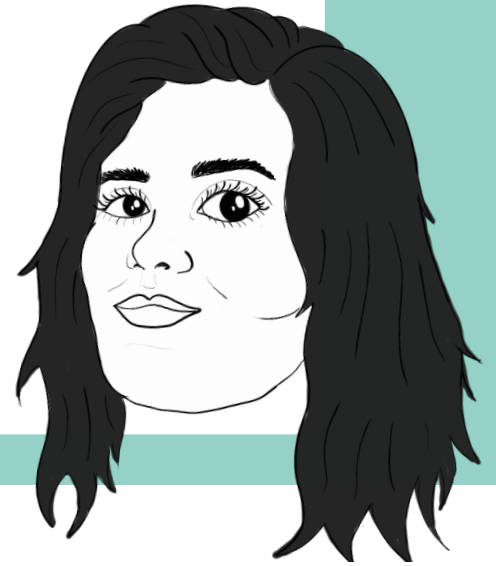
”**K**annustan etsimään sen oman tavan toimia kokemusviestijänä! Ei ole vain yhtä tapaa tehdä tätä. Se voi olla vaikka kirjoittamista, videoiden tekoa, laulamista tai sarjakuvien piirtämistä. Jokaisen kokemusviestijän oma ääni ja tarina ovat tärkeitä. Kokemusviestijyydessä palkitsevinta on se, kun kuulee, että joku on voinut samaistua kertomaasi asiaan. **Vertaistuki on tärkeää ja se kantaa. <3**”



”**H**aluan antaa kasvot ilmiöille, oireille ja sairauksille, joista itse olen kuumeisesti aikoinaan etsinyt tietoa ja kokemustarinoita. Näen kokemusviestinnän osana sekä yhteiskunnallista vaikuttamista että henkilökohtaista vertaisuuden ja tiedon jakamista. Kokemusviestintä on mulle tapa tuoda näkyväksi erilaisia asioita ja tuottaa yhteiskuntaan uutta tietoa ja näkemystä. **Mulla ja mun kokemuksella on väliä.**”



”**E**lämäni paras päätös oli se, kun päätin jättää häpeän sivuun ja avata vihdoin suuni. Olen somen kautta saanut valtavasti vertaistukea ja olen sitä pystynyt tarjoamaan muille. Usein saan kiitosta siitä, kun puhun asioista, joista muut eivät uskalla puhua. Jonkun täytyy puhua, ellemmme sitten aio loputtomiin saakka kärvistellä häpeässä. Olen ylpeä siitä, että minä uskalsin olla se, joka ottaa vaikeitakin asioita puheeksi. On helpottavaa huomata, ettei peloista huolimatta olekaan ainoa, joka painii tällaisten ongelmien ja haasteiden kanssa. Koen tekeväni kaikille palveluksen, mutta samalla autan myös itseäni. Kannustan kaikkia puhumaan kokemuksistaan, vaikka se varmasti tuntuukin alussa pelottavalta. **Rehellisyys ja avoimuus kunniaan.**”



”**M**ulle kokemusviestintä on ollut tärkeä väylä pysyä mukana yhteiskunnassa kun oma jaksaminen on ollut vähissä. Kokemusviestintä tuo mun elämään merkitystä, mitä en ole normaali päivätöistä koskaan saanut. Se on auttanut tunnistamaan omia rajoja ja toimimaan jaksamisen rajoissa. **Kukkuu Kollektiivin jäsenien vertaistuki on vaikuttanut syväälle mun sisimpään ja poistanut sieltä häpeää ja yksinäisyyttä.**”



”

”**O**man kokemuksen jakaminen voi tuntua puhdistavalta. Koen, että kokemusviestintä antoi minulle väylän tulla kuulluksi, sekä nähdyksi. Kokemukseni sai olla olemassa, se sai kuulua. Kokemustani ei sumutettu ja sain olla totta. Loin itselleni minulle sopivat rajat, joiden mukaan toimin kokemusviestijänä ja se helpotti kokemuksen jakamista. Suosittelen siis pohtimaan omia rajoja, koska se auttaa pitämään omaa jaksamista yllä. On ihan okei toimia mukavuusalueella. Sieltä on välillä hyvä poistua, mutta kokemusviestinnän tarkoitus ei ole rikkoa kokemusviestijää. Ei ole myöskään yhtä ja oikeaa tapaa tehdä kokemusviestintää. Valitse se tapa, mikä tuntuu omalta. Itse olen yhdistänyt taidetta kokemusviestintään. Usko rohkeasti itseesi. Meissä jokaisessa on enemmän voimaa, kuin osaamme aina käsittää. **Olet ihana ja arvokas ja kokemuksesi saa tulla esiin!**”



KUKKUU
KOLLEKTIIVI

Oppaasta

Tämä opas on tehty yhteistyössä Kokemus vaikuttaa -hankkeen ja Diakonia-ammattikorkeakoulun sosionomiopiskelijoiden Heta Heikuran, Riikka Kokkonien sekä Veera Salmivaaran kanssa. Edellä mainitut sosionomiopiskelijat ovat koonneet oppaan tekstisisällön Kokemus vaikuttaa -hankkeen kokemusviestintäkoulutuksen materiaaleista sekä yhteiskehittämisen työpajoista. Kokemusviestintäkoulutuksen materiaali on kehitetty yhdessä Kukkuu Kollektiiviin ja koulutukseen osallistuneiden organisaatioiden palautteiden perusteella. Yhteiskehittämisen työpajat järjestettiin hankkeessa opiskelijoiden toimesta. Oppaan tekstisisältö on sosionomi (AMK) opinnäytetyön tuotos. Kokemus vaikuttaa -hanke on Mielensterveysyhdistys Etappi ry:n alainen hanke. Kokemus vaikuttaa -hanke on valtakunnallinen hanke, jonka kohderyhmänä ovat 18–35-vuotiaat nuoret aikuiset. Hankkeen tavoitteena on mahdollistaa ja lisätä nuorten aikuisten kokemuserään kuulumista yhteiskunnassa.

Mielensterveysyhdistys Etappi ry tekee mielensterveystyötä ja tuottaa nuorten aikuisten asumispalveluja pääkaupunkiseudulla. Yhdistys tarjoaa kodinomaista kuntoutusta ja palveluasumista asumispalveluyksikössä 18–35-vuotiaille mielensterveyskuntoutujille. Asumispalveluyksikkö tukee nuoria aikuisia muun muassa kuntoutumisessa, itsenäistymisessä ja palveluohjauksessa. Etappi ry:n tavoitteena on edistää nuorten aikuisten osallisuutta yhteiskunnassa. Lisäksi Etappi ry:n toimintaan kuuluu 18–35-vuotiaiden nuorten aikuisten mielensterveysaktivismiryhmä Koala. Koala-ryhmä tekee muun muassa tapahtumia ja aktivismitoimintaa sekä järjestää kokemuseräajakoulutusta. Etappi ry:llä on myös aikuisille tarkoitettu kohtaamispaikka Tsänssi, jossa on yhdessäoloa ja mielekäästä tekemistä. Tsänssin toimintaan kuuluu muun muassa työpajoja, retkiä ja vapaaehtoistoimintaa.

Oppaan teossa on ollut mukana opiskelijoiden sekä hanketyöntekijöiden lisäksi Kukkuu Kollektiivin jäseniä ja sitä on työstetty kevästä 2024 kevääseen 2025.

DIAK

Oppaan lähteet ja lisätiedot löytyvät Heta Heikuran, Riikka Kokkonien ja Veera Salmivaaran opinnäytetyöstä **Kokemusviestinnällä kokemukset kuuluviin, opas kokemusviestinnästä.**

> <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-202503114036>

Oppaan kokoaminen ja kirjoitus:

Heta Heikura
Riikka Kokkonien
Veera Salmivaara

Hanketyöntekijät:

Emilia Suoraniemi
Kaisa Malinen

Kuvitus:

Amanda Tikkanen
www.grippysockgang.com

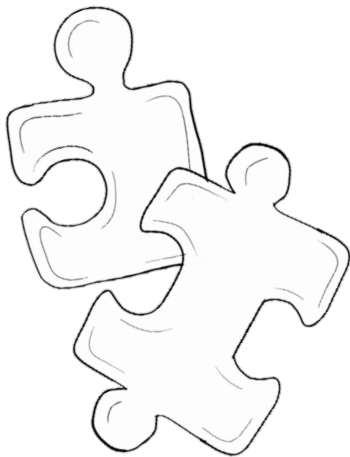


KUKKUU
KOLLEKTIIVI



Lue lisää

- > **Sairauden häpeällinen leima**
Kaltiala-Heino, R., Poutanen, O., & Välimäki, M. *Duodecim*
- > **Resilienssi arjessa**
Lipponen, K. *Duodecim*
- > **Vertaistuki sosiaali- ja terveysalalla**
Mikkonen, I., & Saarinen, A. *Tietosanoma*
- > **Resilienssi: Muutosten kohtaamisen taito**
Pojjula, S. *Kirjapaja*
- > **Nuoret aikuiset, terveys ja toimeentulotuki**
[Raportti 4/2020] Vaalavuo, M., Haula, T., & Bakkum, B. *THL*
- > **Mielenterveystalo.fi**, Kriisi ja ihmissuhteet
<https://www.mielenterveystalo.fi/fi/trauma-kriisi/kriisi-ja-ihmissuhteet>
- > **Mieli Suomen Mielenterveys ry**, Vuorovaikutustaitoja voi oppia
<https://mieli.fi/vahvista-mielenterveyttasi/ihmissuhteet-ja-vuorovaikutus/vuorovaikutustaitoja-voi-oppia/>
- > **Suosituksia mielenterveyteen, päihdeongelmiin ja riippuvuuteen liittyvän stigman ja syrjinnän tunnistamiseen ja vähentämiseen**
Strand, T., Ridanpää, S., & Kotovirta, E. *Sosiaali- ja terveysministeriö*
https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165165/STM_2023_29_J.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- > **Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen materiaalit**
<https://thl.fi>



- > **Mty Etappi ry**
<https://etappiry.net>
- > **Koala-ryhmä**
<https://www.koalaryhma.fi>
- > **Kokemus vaikuttaa –hanke**
<https://kokemusvaikuttaa.fi>