



97  
FI

# FACTS

Euroopan työterveys- ja työturvallisuusvirasto

ISSN 1681-2174

## Viedään viestiä eteenpäin Tieliikennealan työterveys- ja työturvallisuuskampanjointi

Tässä Fact Sheet -julkaisussa esitetään tuloksia raportista, joka sisältää esimerkkejä kampanjoista ja aloitteista tieliikennealan työterveyden ja työturvallisuuden parantamiseksi. (1)

Tehokkaat viestintävälineet ovat ensiarvoisen tärkeitä, kun pyritään takaamaan, että kuljettajat ja heidän työnantajansa tiedostavat täysin tieliikenteeseen liittyvät vaarat ja että he ymmärtävät hyvin, mitä voidaan tehdä turvallisuuden parantamiseksi. Monien syiden vuoksi tiedon levittäminen tieliikennealalla on kuitenkin erityisen haasteellista. Suurin osa yrityksistä on pieniä, alle kymmenen työntekijän yrityksiä, ja monet kuljettajista ovat itsenäisiä ammatinharjoittajia. Kuljettajat työskentelevät usein kiinteän toimipaikan ulkopuolella. Monilla heistä on pitkä kokemus työstään, ja he ovat tottuneet työskentelemään hyvin itsenäisesti.

Työn itsenäisyys yhdistettynä tieliikennealan erittäin voimakkaaseen kilpailutilanteeseen voi myös osaltaan vaikuttaa siihen, että kuljettajat ja heidän työnantajansa eivät ole halukkaita ottamaan käyttöön uusia työtapoja. Kuljettajat luottavat usein eniten omaan kokemukseensa eivätkä ole halukkaita hyväksymään ulkopuolista työterveys- ja työturvallisuusneuvontaa, vaikka he olisivatkin siitä tietoisia. Työterveyttä ja työturvallisuutta koskevassa viestinnässä tuntuu olevan puutteita kuljettajien ja heidän työnantajien ja johtajien tai omistajakuljettajien ja heidän kanssaan sopimuksia tehneiden yritysten välillä. Tieliikennealalla työskentelevät kiinnittävät todennäköisesti parhaiten huomiota käytännölliseen ja visuaaliseen tietoon edellyttäen, että he pitävät sitä merkityksellisenä.

Raportissa kuvatuissa esimerkkitapauksissa käytettiin monia erilaisia lähestymistapoja.

- Yksilöllistä lähestymistapaa käytettiin 44 tapauksessa, joissa oli tarkoituksena muokata tietämystä tai asenteita. Tällainen lähestymistapa vaatii suhteellisen vähäisiä resursseja, ja se voi olla kannattava keino, kun pyritään saavuttamaan laajoja kohderymiä.
- Kahdessatoista tapauksessa käytettiin kollektiivista lähestymistapaa, jolla pyrittiin rakenteellisiin ja/tai kulttuuriin liittyviin muutoksiin. Tällä lähestymistavalla on usein saavutettu merkittäviä parannuksia työterveyden ja työturvallisuuden alalla.
- Neljässä tapauksessa käytettiin yhdistettyä lähestymistapaa, jolla pyrittiin muokkaamaan tietämystä ja asenteita ja samalla käynnistämään rakenteellisia ja kulttuuriin liittyviä muutoksia. Tämä lähestymistapa vaatii enemmän resursseja, mutta sillä katsotaan olevan suurimmat vaikutukset.

Esimerkeissä voidaan havaita lukuisia erilaisia menestystekijöitä ja niiden pohjalta voidaan tehdä ehdotuksia, jotka voidaan jakaa seuraaviin toisiinsa yhteydessä oleviin keskeisiin aiheisiin:

- näyttöön ja riskinhallintaan perustuvan käytännöllisen lähestymistavan käyttö

(1) Delivering the message — Programmes, initiatives and opportunities to reach drivers and SMEs in the road transport sector.



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© Julkaistu Puolan työsuojelusta vastaavan keskusviraston kansallisen tutkimuslaitoksen työturvallisuudesta järjestämän julistekilpailun luvalla

- erityisen huomion kiinnittäminen kohderyhmän saavuttamiseen
- sitoutuminen ja kumppanuus
- toimien suunnittelu yleisölle sopiviksi
- monenlaisten toimenpiteiden ja tiedotusvälineiden käyttö.

Edellä mainitut kuljettajien ominaispiirteet, esimerkiksi heidän asiantuntemuksensa ja itsenäisyytensä, otetaan viestinnässä huomioon monin tavoin, muun muassa seuraavasti:

- Käytetään kuljettajien suosimia paikkoja, kuten valtateiden varsilla olevia rekkapysäkkejä.
- Varmistetaan, että lähestymistavat ovat käytännöllisiä mutta eivät holhoavia.
- Varmistetaan, että neuvonta ja ratkaisut perustuvat kuljettajien käytännön kokemuksiin; käytetään kuljettajia ratkaisujen puolestapuhujina.
- Otetaan kuljettajat läheisesti mukaan ratkaisujen toteutukseen – kuljettajat kehittävät ratkaisuja toisia kuljettajia varten (osallistavien menetelmien avulla). Tällä tavoin otetaan huomioon heidän kokemuksensa ja saavutetaan heidän hyväksyntänsä.

Raportissa esitetään, että sitoumuksen ja kumppanuuden ei pitäisi rajoittua vain kuljettajiin. Kohderymiin on mahdollisesti otettava mukaan työnantaja, johtaja, liikenteenharjoittaja, lastaushenkilöstöä sekä tavaroiden vastaanottaja ja lähettäjä. Kumppanuuksiin voi osallistua työterveys- ja työturvallisuusalan järjestöjä, tieliikennealan sidosrymiä, työmarkkinaosapuolet mukaan lukien, sekä liikenneturvallisuusalan järjestöjä. Jotkin toimet voidaan suunnata yleisesti kuljettajien perheille ja suurelle yleisölle.

Esimerkitapauksiin sisältyi muun muassa seuraavanlaisia kiinnostavia lähestymistapoja ja innovatiivisia tekijöitä:

- kokonaisvaltainen lähestymistapa toimiin; keskittyminen sekä riskien ehkäisyyn että niiden hallintaan työpaikalla ja liikenteessä
- tieliikennealan ulkopuolisten kumppaneiden ottaminen mukaan tukemaan kuljettajien terveyden ja turvallisuuden edistämistä
- tapahtumien suunnittelu paitsi kuljettajille myös yleisemmin heidän perheilleen – kuljettajan perheen ja laajemman yhteisön

osallistuminen saattaa lisätä ohjelman herättämää kiinnostusta ja ohjelmaan osallistumista

- kiinnostavien ja ainutlaatuisten harjoitusten ja esitysten käyttö tapahtumissa kuljettajien osallistumisen ja kiinnostuksen lisäämiseksi
- toimitusketjujen käyttäminen tiedonlevityksen tehostamiseksi
- kokemusten vaihdon ja jakamisen edistäminen esimerkiksi verkostojen tai parhaita käytäntöjä koskevien palkintojärjestelyjen avulla
- kuljettajien suosimien paikkojen, esimerkiksi valtateiden varsilla olevien rekkapysäkkien, käyttäminen
- käytännöllisten mutta ei kuitenkaan holhoavien lähestymistapojen käyttöönotto
- kuljettajien käytännön kokemuksiin perustuvien ja heidän kokemuksensa kannalta merkityksellisten neuvojen ja ratkaisujen tarjoaminen
- kuljettajien käyttäminen puolestapuhujina hyviä käytäntöjä koskevan tiedon välittämiseksi muille kuljettajille
- asiakkaiden ja kuluttajien mukaanotto
- henkilökohtaisten yhteyksien luominen kuljettajiin rekkapysäkeillä – tämä ratkaisu on suhteellisen kallis, ja sillä voidaan saavuttaa vain rajoitettu kohderyhmä, mutta se on yksi parhaista keinoista kuljettajien sitoumuksen saavuttamiseksi
- käytännöllisten ja konkreettisten asioiden tarjoaminen, esimerkiksi terveys- tai ajokokeiden järjestäminen tai riskien arvioinnissa tarvittavien resurssien tarjoaminen maksutta
- rekkapysäkit, joissa tarjotaan terveellisiä ateriavaihtoehtoja ja jaetaan tietoa
- vastuullista johtamista koskeva ohjelma, johon työnantajat ilmoittautuvat
- tietojen toimittaminen useilla kielillä, jos kohderyhmään kuuluu ulkomaisia työntekijöitä.

## Päätelmät

Mitään yksittäistä tiedonlevitystekniikkaa ei voida pitää ihmeläkkeenä tieliikennealan haasteisiin vastaamiseksi. Kaikilla eri tekniikoilla on kuitenkin omat erityisansionsa. Sopivimman viestintävälineen valinnassa otetaan huomioon levitettävän tiedon tyyppi ja monimuotoisuus, kohderyhmä ja kampanjan laajuus. Useita tekniikoita yhdistämällä saavutetaan todennäköisesti tehokkaimmin kuljettajat ja heidän työnantajansa sekä kuljettajien kanssa sopimuksia tehneet yritykset. Erityisten viestintämenetelmien käyttäminen kampanjan eri vaiheissa voi auttaa tiedonlevityksen maksimoinnissa.

Erityisesti pk-yrityksille suunnatussa viestinnässä tehokkainta on todennäköisesti käyttää toimia, joissa ollaan suoraan yhteydessä työnantajiin ja kuljettajiin, varsinkin jos toimien yhteydessä tarjotaan palveluja tai resursseja. Kuljettajiin luotavia henkilökohtaisia yhteyksiä pidetään parhaimpana keinona kuljettajien sitoumuksen saavuttamiseksi, vaikka se onkin suhteellisen kallista ja vaikka sillä saavutetaan vain rajallinen kohderyhmä.

Alan toimijoiden ja työmarkkinaosapuolten välistä osaamisen siirtoa varten on hyödyllistä kehittää verkostoja, joilla tuetaan tietojen, resurssien

ja parhaiden käytäntöjen levitystä alalla. Tässä yhteydessä olisi tehtävä yhteistyötä valtion virastojen, välittäjien ja yksityissektorin välillä.

On selvästikin tarpeen ottaa käyttöön käytännöllisiä lähestymistapoja, joissa otetaan huomioon alan realiteetit sekä työnantajien ja kuljettajien kokemukset. Tässä yhteydessä olisi hyödyllistä kehittää uusia ratkaisuja työnantajien terveyttä ja turvallisuutta koskevien asenteiden muuttamiseksi.

Alalla toteutettavan kampanjoinnin tehostaminen edellyttää seuraavia toimia:

- tehokas kumppanuustoiminta liikenneturvallisuutta edistävien tahojen, työterveyttä ja työturvallisuutta edistävien organisaatioiden sekä alan sidosryhmien välillä
- kokemusten jatkuva vaihtaminen ja jakaminen
- lisätutkimusten laatiminen ongelmista ja menestystekijöistä, jotka liittyvät työturvallisuuden ja työterveyden edistämiseen työnantajien ja kuljettajien keskuudessa.



© Doc Stopin luvalla

Alankomaissa toteutetussa "Fit on the road" -kampanjassa sovellettiin useita erilaisia strategioita: kuljettajien huomion herättämiseksi käytettiin ensin kiertueita ja tiedotusvälineitä ja sen jälkeen heidän tietoisuuttaan lisättiin järjestämällä terveys- ja kuntokokeita. Sen jälkeen yksittäisiä kuljettajia kutsuttiin kunnon kohottamiseksi järjestettävään ohjaukseen ja heille tarjottiin tukea ja tietoa terveellisten elintapojen omaksumiseksi.

## Raportin hankkiminen

Raportti on saatavilla kokonaisuudessaan englanninkielisenä osoitteessa <http://osha.europa.eu/en/publications/reports/>, josta sen voi ladata ilmaiseksi.

Tämä Fact Sheet -julkaisu on saatavilla kaikilla EU:n kielillä seuraavassa osoitteessa:

<http://osha.europa.eu/en/publications/factsheets/>

## Euroopan työterveys- ja työturvallisuusvirasto

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, ESPANJA

P. +34 944794360, f. +34 944794383

Sähköposti: [information@osha.europa.eu](mailto:information@osha.europa.eu)

© Euroopan työterveys- ja työturvallisuusvirasto. Tekstin jäljentäminen on sallittua, kunhan lähde mainitaan. Printed in Belgium, 2011

