



Viestinnän palvelumuotoilun hyödyntäminen vähän liikkuvien aktivoimisessa

Maija Rihko

toukokuu 2023

Tausta ja toimeksiantaja

- Liikkumattomuus on tiedostettu uhka suomalaisten kansanterveydelle. Liikkumattomuudesta syntyvät kustannukset ja tuottavuuden menetykset ovat laskutavasta riippuen 3,2–7,5 miljardia euroa vuodessa (Vasankari & Kolu 2018).
- Liikkumattomuus on monisyinen ongelma, jonka ratkaiseminen vaatii kokonaisvaltaista kohderyhmän toimintaympäristön tuntemusta ja ymmärrystä sekä eri sektoreiden välistä yhteistyötä (Rovio & Pyykkönen 2011).
- Yksittäisten liikuntapalveluiden tarjoajien viestintä ja markkinointi tuntuu noudattelevan valitettavan usein stereotyyppistä linjaa. Ydinviesti keskittyy kehon muokkaamiseen ja kuvastoissa näkyvät pääosin fyysisesti hyvässä kunnossa olevat nuoret aikuiset.
- Opinnäytetyön toimeksiantaja on CampusSport, joka tuottaa liikuntapalveluita Turun korkeakoulu yhteisölle.

Opinnäytetyön kehittämiskysymykset ja rajaus

- **Millainen rooli viestinnällä on vähän liikkuvien liikkumisen edistämisessä?**
- **Millainen viestintä madaltaa kynnystä liikunnan aloittamiseen ja myötävaikuttaa siihen, että liikunnasta tulee konkreettisesti osa arkea?**

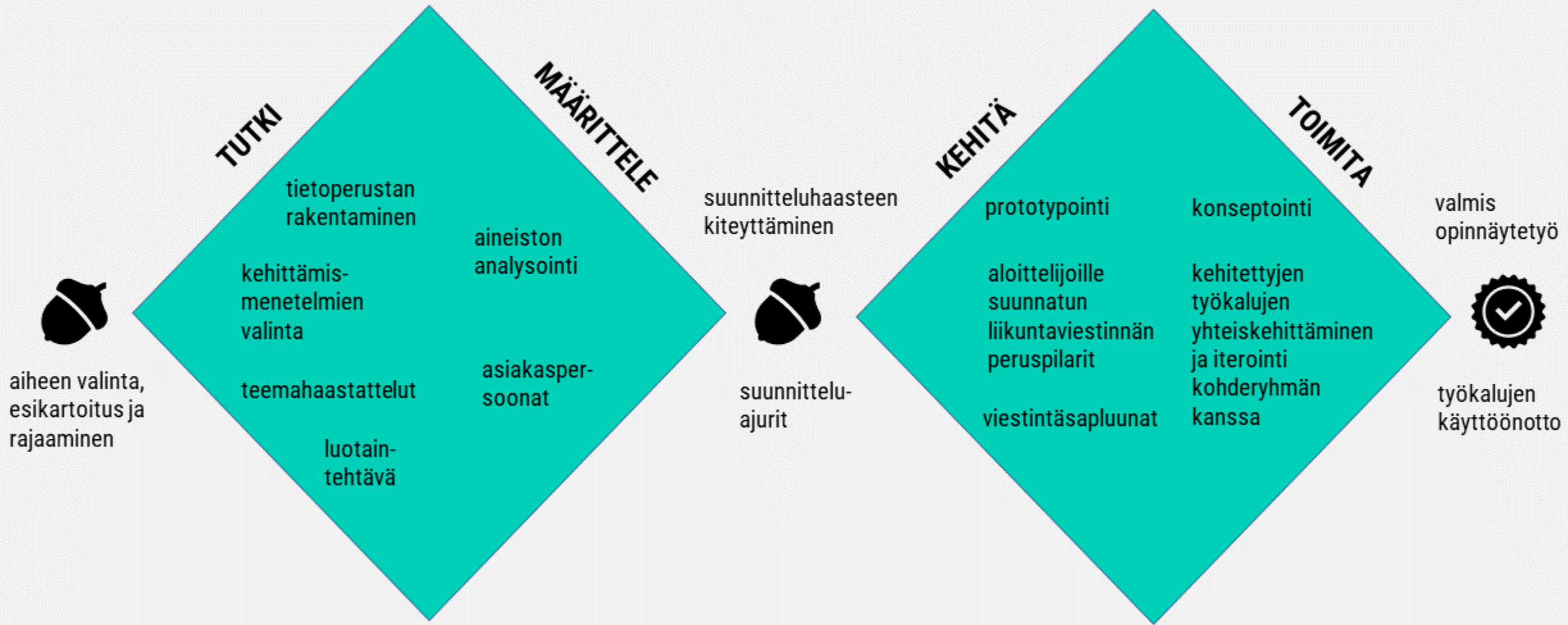
Pitkäkestoinen paikallaanolo ja istuminen rajattiin tietoisesti kehittämistyön ulkopuolelle, ja opinnäytetyö keskittyi liikkumiseen ja sen edistämiseen.

Mitä on palvelumuotoilu?

- ”Palvelumuotoilun tavoitteena on luoda käyttäjän kannalta helppokäyttöisiä, hyödyllisiä ja haluttavia palvelukokemuksia ja palveluorganisaation näkökulmasta vaikuttavia, tehokkaita, kannattavia ja erottuvia palvelukonsepteja.”
- Palvelumuotoiluprosessille ominaista on muun muassa eri osapuolten osallistaminen kehittämistyöhön, ratkaisuiden nopea testaaminen visualisoinnin ja prototypoinnin kautta sekä prosessin iteratiivisuus.
- Kaikki kehittäminen perustuu käyttäjäkeskeisyyteen ja syvällisen asiakasymmärryksen saamiseen: käyttäjä ja käyttökokemus ovat keskiössä.

(Ojasalo ym. 2014.)

Opinnäytetyön prosessi



Tietoperusta

-
- **Terveysliikunta ja liikuntasuositukset**
 - **Liikuntakäyttäytyminen ja vähäisen liikkumisen ilmiö**
 - **Liikuntaviestinnän aiempi tutkimus**

-
- **Käyttäytymisteoriat**
 - Transteoreettinen malli ja muutoksen vaiheet
 - Minäpystyvyys
 - Sosiaalisen tuen teoria

-
- **Sosiaalinen markkinointi**

-
- **Viestintä**
 - Imago, maine ja brändi
 - Sidosryhmäviestintä
 - Sisältömuotoilu

Aineiston keruu ja analysointi

- 11 puolistrukturoitua teemahaastattelua.
- Haastattelujen jälkeen luotaintehtävä, jonka teki 5/11 informanteista.
- Aineiston analysointi tapahtui Miroon luodun tutkimusseinän avulla. Menetelminä hyödynnettiin mm. klusterointia, asiakasarvokarttoja ja persoonakortteja.
- Aineistosta nousi neljä erilaista asiakaspersoonaa:
 - Ulpu Uudelleenaloittaja
 - Katja Kyseenalaistaja
 - Lotta Lyhytjänteinen
 - Kalle Kuormittunut



Ulpu Uudelleen- aloittaja

- 32-vuotias
- 5. vuoden opiskelija
- asuu kumppanin kanssa, ei lapsia

“Koen paineita siitä, että minun pitäisi osata yhtä hyvin kuin aikana, jolloin liikuin tavoitteellisesti.”

PROFILI

Ulpu Uudelleenaloittaja on liikkunut aiemmassa elämässään tavoitteellisesti useita kertoja viikossa, mutta liikuntaharrastus päättyi terveydellisten syiden takia. Ulpu harrastaa hyötyliikuntana kävelyä ja pyöräilyä, mutta muuten liikunnan harrastaminen on ollut kokonaan tauolla useamman vuoden ajan. Ulpu on jo puolen vuoden ajan harkinnut ja jopa valmistellut liikuntaharrastuksen aloittamista, mutta mitä pidempään hän odottaa, sitä hankalammalta aloittaminen tuntuu.

KÄYTTÄYTYMINEN

- Halu aloittaa liikkuminen on olemassa, mutta kokee, että pitäisi tavoittaa tietty kuntotaso esimerkiksi lenkkeilemällä ennen kuin kehtaa mennä liikkumaan ihmisten ilmoille.
- Oma aiempi laji ei enää erityisemmin houkuttele.
- Suurimpana motivaattorina liikunnan aloittamiseen on se, että kehossa on paljon huonoja tuntemuksia liikkumattomuuden myötä.

HAASTEET

- Armollisuuden puute itseä kohtaan.
- Mitä kauemmin on liikkumatta, sitä korkeammaksi aloittamisen kynnyks nousee.
- Muu elämä asettaa rajoituksia liikkumiselle.

TARPEET

- Fyysisen toimintakyvyn parantaminen.
- Turvallisuuden tunteen saaminen, että kelpaa liikkumaan sellaisena kuin on.
- Yhteisöllisyyden tunteen ja me-hengen saavuttaminen.



Katja Kyseenalaistaja

- 22-vuotias
- 3. vuoden opiskelija
- asuu yksin, ei lapsia

“Miksi uhraisin aikaani liikunnalle, kun en edes koe saavani siitä positiivisia vaikutuksia.”

PROFIILI

Katja Kyseenalaistaja on hyvin aktiivinen elämässään. Opintojen lisäksi hän tekee vuorotyötä sekä toimii opiskelijajärjestön hallituksessa. Hän arvottaa ystävät hyvin korkealle ja priorisoi ystävien kanssa vietettyä aikaa. Katja on muuttanut opintojen myötä uudelle paikkakunnalle, ja monet uuden kotikaupungin palvelut ovat jääneet vieraiksi, kun elämä on keskittynyt opiskelijaympyröihin.

KÄYTTÄYTYMINEN

- Muut asiat elämässä menevät liikunnan edelle.
- On helppo keksiä tekosyitä, miksi ei mene liikkumaan.
- Sisäinen motivaatio liikkumiseen puuttuu.
- Usein syy liikunnan väliin jättämiseen on puhtaasti laiskuus, jos esimerkiksi liikuntapaikalle on vähänkään pidempi kävelymatka.

HAASTEET

- Ei koe saavansa liikunnasta positiivisia vaikutuksia.
- Vaikeaa löytää motivaatiota liikkumiseen.
- Arki on kiireistä ja vuorotyö vaikeuttaa aikataulujen suunnittelua.

TARPEET

- Pitäisi löytää riittävän voimakas syy sille, että haluaa liikkua.
- Elämyksien saaminen.
- Fyysisen muutoksen saavuttaminen mahdollisimman vähällä vaivalla.



Lotta Lyhytjanteinen

- 41-vuotias
- töissä korkeakoulussa
- yksi lapsi, josta hoitovastuusta vuoroviikoin

“Tykkään kokeilla kaikenlaista, mutta jotenkin se innostus vaan aina lopahtaa.”

PROFIILI

Lotta Lyhytjanteinen on elämänsä aikana kokeillut useita eri liikuntalajeja, mutta liikuntaharrastuksen ylläpitäminen on ollut haastavaa. Lotalle on tärkeää, että liikunnasta jää hyvä fiilis. Jos jokin lajin järjestämistavassa ei miellytä tai osallistujien keskinäiset tasoerot ovat liian suuria, saattaa Lotta luovuttaa nopeasti. Lisähaasteita liikuntaharrastuksen ylläpitämiseen tuo vuoroviikkovanhemmuus, joka hankaloittaa säännöllisiin liikuntaharrastuksiin osallistumista.

KÄYTTÄYTYMINEN

- Liikkuminen on hyvin kausittaista ja erityisesti elämässä tapahtuvat muutokset voivat katkaista liikkumisen pitkäksi aikaa.
- Uteliaisuus ja kiinnostus uutta kohtaan sekä vahvuus että heikkous.
- Motivaattorina liikunnan aloittamiseen toimii faktatieto siitä, että liikunnalla on hyödyllisiä terveysvaikutuksia. Ylläpitämisen motivaattori on vielä löytymättä.

HAASTEET

- Liikkumisesta on vaikeaa tehdä rutiinia.
- Liikunta-alan kilpailullisuus ja suorituskeskeisyys häiritsee.
- Ei ole ollut helppoa löytää liikuntakaveria.

TARPEET

- Kasvattaa omaa fyysistä ja henkistä voimaa.
- Löytää aikaa liikkumiseen kiireisessä arjessa.
- Liikkuminen itselle sopivan tasoryhmän kanssa.



Kalle Kuormittunut

- 24-vuotias
- 3. vuoden opiskelija
- asuu yksin, ei lapsia

“Elämä on tällä hetkellä niin stressaavaa, että liikunta on täysin toissijais- ta.”

PROFIILI

Kalle Kuormittunut elää kuormittavaa vaihetta elämässä, jossa stressi ja huoli ovat läsnä päivittäin. Kalle suoriutuu pakollisista opinnoista ja työvuoroistaan, mutta muuten energiaa ei riitä mihinkään ylimääräiseen, vaan vapaa-aika tulee vietettyä pääsääntöisesti yksin kotona. Kalle on aiemmin harrastanut liikuntaa ja jopa pitänyt siitä, mutta tällä hetkellä Kalle ei näe mahdollisena, että hän alkaisi liikkua säännöllisesti.

KÄYTTÄYTYMINEN

- Ei halua harrastaa liikuntaa stressaantuneena, koska kokee, että jos pää ei ole mukana, niin treeni ei kulje eikä siitä pysty nauttimaan.
- Uskoo, että huono vaihe elämässä on vain vaihe, joten liikkumisen aikakin tulee vielä, eikä nyt ole oikea hetki pakottaa itseään liikkumaan.

HAASTEET

- Elämän kokonaiskuormitus liian suuri.
- Ei halua tai aikomusta aloittaa liikuntaa ennen kuin muut asiat elämässä ovat paremmalla mallilla.

TARPEET

- Pitäisi saada apua niihin asioihin, jotka aiheuttavat stressiä.
- Kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin lisääminen ja sen myötä mahdollisesti heräävä kiinnostus liikkumiseen.

Suunnitteluajurit

Samaistuttavuus

Viestinnän äänensävyyn tulee olla sellainen, että kaikki ovat tervetulleita ja kaikki halutaan mukaan. On tärkeää, että monimuotoisuus ja sen myötä samaistuttavuus huomioidaan myös kuvastossa.

Tieto edellä

Käyttäjien tulee saada tietoa palveluista yksityiskohtaisella tasolla, mutta kuitenkin niin, että tiedot on jaoteltu selkeästi ja ne on helppo löytää.

Ensiaskelien tärkeys

Erityishuomio siihen, että aloittamisen vaatimat toimenpiteet on esitetty mahdollisimman selkeästi ja konkreettisesti.

Monikanavaisuus

Teksti- ja videomuotoisen viestinnän rinnakkainen käyttö. Useampi viestintäkanava aktiivisessa käytössä.

Tulokset

- Liikuntaviestinnän suurimmaksi kompastuskiveksi osoittautui se, että siihen on vaikeaa samaistua. Kuvastossa toistuvat liian nuoret, hyvännäköiset, timmit ja virheettömältä vaikuttavat henkilöt.
- Jotta liikuntaviestintä kannustaisi vähän liikkuvia aloittamaan liikkumisen, sen pitäisi olla huomattavasti nykyistä monimuotoisempaa.
- Liikuntaharrastuksen aloittamisen kynnystä madaltaa se, jos palveluntarjoaja tarjoaa viestintäkanavissaan mahdollisimman yksityiskohtaista faktatietoa. Etukäteistietoa kaivataan niin liikuntalajeista, liikuntatiloista kuin ohjaajina toimivista henkilöistä.
- Faktatiedon saaminen ja tiedon esittämisen selkeys ovat niin tärkeitä prioriteetteja, että viestinnän visuaalinen houkuttelevuus tai käytettävät viestintäkanavat ovat siihen nähden toissijaisia.

Aloittelijoille suunnatun liikuntaviestinnän peruspilarit

Älä yritä olla viestinnässä jotakin sellaista, mitä et oikeasti ole.

Inhimillisuus ja ihmisläheisyys puhuttelee, joten pyri tarjoamaan tarttumapintaa ja nosta esiin erilaisia ihmisiä, osallistumisen tapoja ja tunnetiloja.

Pyri luomaan turvallisuuden tunnetta kaikki mukaan kutsuvalla puhetavalla, jossa korostuu, että kaikki voivat tulla liikkumaan sellaisena kuin ovat.

Ole selkeä ja pidä asiasisältö viestinnän keskiössä.

Lievennä osallistumisen jännitystä tarjoamalla yksityiskohtaista, mutta hyvin jäsenneltyä tietoa liikuntatoiminnasta ja sen osa-alueista.

Häivytä suorituskeskeisyys. Korosta liikunnan tuottamia positiivisia tunteita ja sen tarjoamia mahdollisuuksia sosiaalisiin kontakteihin.

Liikuntaviestinnän runko

Hyödynnä kaikissa vaiheissa edellisessä vaiheessa tehtyjä päätöksiä

Miksi?

1. Kuka, milloin, mikä, miten ja miksi?

Kuka? (missä ryhmässä)

Määrittele kohdeyleisö ja osallista heitä viestinnän kehittämisen eri vaiheissa.

Milloin? (missä kontekstissa)

Huomioi ajankohta ja konteksti (esim. olympialaisten aikana tai uuden vuoden alkaessa)

Mikä? (on viestin tavoite)

Mikä on viestin tavoite ja mitä sillä pyritään saavuttamaan? (esim. minäpystyvyys, tietämyksen lisääminen, motivaatio)

Miten? (viestin on tarkoitus toimia)

Millä keinoilla viesti pyrkii saamaan aikaan muutosta? (esim. valistus tai kannustaminen tavan syntymiseen)

2. Viestin sisältö

Viesti voi sisältää yhden tai useampia seuraavista lähestymistavoista:

Mitä tehdä?	Miksi tehdä?	Miten tehdä?
suosituksia liikunnan määristä ja tavoista	tietoa liikkumisen hyödyistä / liikkumattomuuden haitoista	käytännön tietoa tai kannustamista

Tämä tieto voi olla:

Hyöty- tai haittanäkökulmasta	Genereristä, kohdennettua (tietylle ryhmälle) tai räätälöityä (yksilölle)	Personoitua (sis. dataa, kuten nimen tai osoitteen) tai personoimatonta
-------------------------------	---	---

Ota huomioon seuraavat:

Kieli- ja sanavalinnat	Äänensävy
konteksti, etnisyys, kulttuuri, ikäryhmä	esim. muodollinen, kannustava, uhkaava

3. Viestin formaatti ja välittäminen

Viesti voidaan välittää yhdellä tai useammalla seuraavilla tavoilla:

Teksti	Kuva tai video	Ääni
"liikunta on hauskaa"	kuvamateriaalia ihmisistä, joilla on hauskaa liikkua	esim. musiikki tai selostus

Huomioi formaatin suhteen:

Media, tapa tai kanava	Määrä tai pituus
esim. juliste, radiomainos, some-postaus	esim. 100 sanaa tai 20 sekuntia

Huomioi välittämisen suhteen:

Viestin välittäjä	Konteksti	Määrä, tiheys, ajankohta
Keneltä viesti tulee? (esim. lääkäri, hallitus)	Missä kontekstissa viesti saadaan?	Kuinka usein viesti välitetään, mihin aikaan ja kuinka pitkään?

Mahdollisuuksien mukaan kaikkien päätösten tulisi perustua yhteen tai useampaan seuraavista:

formatiivinen arviointi ja yhteiskehittäminen kohderyhmän kanssa	relevantit psykologiset tai sosiologiset teoriat	kohderyhmää koskeva kirjallisuus / aineisto
--	--	---

Huomioi kaikissa vaiheissa diversiteetti, oikeudenmukaisuus ja inklusiivisuus

Liikuntaviestinnän esimerkki: Ulpu Uudelleenaloittaja

Hyödynnä kaikissa vaiheissa edellisessä vaiheessa tehtyjä päätöksiä

Miksi?

1. Kuka, milloin, mikä, miten ja miksi?

Kuka? (missä ryhmässä) henkilö, joka aloittaa liikkumisen liikuntapalveluissa, jossa on monen tasoisia osallistujia

Milloin? (missä kontekstissa) kesken lukukautta, kun toiminta on ollut jonkin aikaa käynnissä ja muut osallistujat ovat ehtineet kerryttää taitoja

Mikä? (on viestin tavoite) minäpystyvyyden vahvistaminen, jännityksen lieventäminen, aloittamisen kynnyksen madaltaminen

Miten? (viestin on tarkoitus toimia) turvallisuuden tunteen luominen, tarttumapinnan tarjoaminen, samaistumiskokemuksen antaminen

2. Viestin sisältö

Viesti voi sisältää yhden tai useampia seuraavista lähestymistavoista:

Mitä tehdä? **Miksi tehdä?** **Miten tehdä?**
käytännön tietoa siitä, mitä liikuntavuoroilla tehdään ja mitä välineitä käytetään

kuva- tai videomateriaalia tunnilta, jossa näkyy, mitä siellä tapahtuu

Tämä tieto voi olla:

Hyöty- tai **Geneeristä,** **Personoitua**
haittanäkö- **kohdennettua** (sis. dataa,
kurmasta (tietylle ryhmälle) tai kuten nimen
tai osoitteen)
räätälöityä tai **personoi-**
(yksilölle) **matonta**

Ota huomioon seuraavat:

Kieli- ja sanavalinnat **Äänensävy**
"kelpaat sellaisena kannustava ja lempeä
kuin olet"

3. Viestin formaatti ja välittäminen

Viesti voidaan välittää yhdellä tai useammalla seuraavilla tavoilla:

Teksti	Kuva tai video	Ääni
ohjeistuksia siitä, mitä voi huomioda etukäteen	videomateriaalia, jossa näkyy monenlaisia liikkujia	

Huomioi formaatin suhteen:

Media, tapa tai kanava	Määrä tai pituus
Instagram, verkkosivut	n. 30 sek video, tekstissä pituuden sijaan olennaista helppo silmäiltävyys

Huomioi välittämisen suhteen:

Viestin välittäjä	Konteksti	Määrä, tiheys, ajankohta
liikuntatoimija, liikuntatuutori	omaehtoisen tiedonhaku	aina saatavilla + Instagramissa muistutus 2 krt / kk

Mahdollisuuksien mukaan kaikkien päätösten tulisi perustua yhteen tai useampaan seuraavista:

formatiivinen arviointi ja yhteiskehittäminen kohderyhmän kanssa

relevantit psykologiset tai sosiologiset teoriat

kohderyhmää koskeva kirjallisuus / aineisto

Huomioi kaikissa vaiheissa diversiteetti, oikeudenmukaisuus ja inklusiivisuus

Johtopäätökset

- Kun nykyinen liikuntaviestintä ei moneltakaan osin vastaa vähän liikkuvien tarpeisiin ja viestinnän rooli liikkumista edistävänä keinona koetaan merkitykselliseksi, on liikuntaviestintää syytä uudistaa, jotta se kannustaisi yhä useampia ihmisiä liikkumaan.
- Liikuntapalveluiden viestintään panostamisen voi nähdä paitsi palveluntarjoajan saamana kilpailuetuna, niin ennen kaikkea yhteiskunnallisesti merkittävänä toimenpiteenä, jonka avulla voidaan edesauttaa liikkumattomuuden haasteen ratkaisemista.

Ehdotuksia jatkokehittämiseen

- Tutkimuksen toteuttaminen laajemmalla tutkimusjoukolla siten, että informanteiksi saataisiin mukaan erityisesti sellaisia henkilöitä, joilla ei ole minkäänlaista kiinnostusta aloittaa liikkumista eikä aiempaa yritystä aloittaa liikuntaharrastusta.
- Seurantatutkimus, jossa voitaisiin selvittää muun muassa sitä, kuinka kauan siirtyminen muutosvaiheesta toiseen kestää ja onko viestinnällä siihen vaikutusta.
- Tutkimus, joka selvittäisi sitä, voivatko liikkumisen edistämistä ja istumisen vähentämistä koskeva viestintä käyttää samoja keinoja ja sitä, tuleeko niitä pyrkiä ratkaisemaan viestinnällisesti yhtenä kokonaisuutena vai kahtena erillisenä ilmiönä.
- Vähän liikkuvien ja aktiivisesti liikkuvien viestintätarpeiden yhteneväisyydet ja erot ja tarpeiden yhteensovittaminen.