

Opinnäytetyö (AMK)

Sosionomi

2017

Nella Nuutinen & Hanna Ojanaho

# HYVÄÄ MIELTÄ

– Markkinointitapahtuma Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan

Nella Nuutinen & Hanna Ojanaho

## HYVÄÄ MIELTÄ

- Markkinointitapahtuma Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan

Tässä opinnäytetyössä esitellään Hyvää mieltä Auralassa – mielen hyvinvoinnin tapahtuman suunnittelu ja toteutus niin itse tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen, kuin tapahtuman markkinoinnin suunnittelun ja toteutuksenkin kannalta. Työn kehittämistehtävä on se, miten saada lisää asiakkaita Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään kurssitoimintaan. Opinnäytetyön olennaisia käsitteitä ovat mielenterveys, mielen hyvinvointi, mielen hyvinvoinnin edistäminen, matala kynnyks ja tapahtumamarkkinointi, ja sen teoriapohja koostuu edellä mainittujen käsitteiden määrittelystä ja perusteluista. Tuotoksena tapahtuman järjestämisestä valmistui tapahtumajärjestäjän muistilista, joka vastaa Auralan kansalaisopiston tarpeeseen kevyestä välineestä tapahtumien suunnittelun tueksi.

Auralan kansalaisopisto on Auralan Setlementti ry:n ylläpitämä vapaan sivistystyön oppilaitos. Kansalaisopiston opintovalikoimaan kuuluu niin mielenterveyskuntoutujille suunnattua kuin mielen hyvinvoinnin edistämistä yleisestikin tukevaa toimintaa.

Työssä käytetään tapahtumamarkkinointia myynninedistämisen keinona, sillä tapahtuman vahvuuksia ovat siinä olevien elementtien hallitseminen, asiakkaan huomion kiinnittämisen mahdollisuus haluttuihin asioihin, kohtaaminen sekä elämyksellisyys. Hyvää mieltä Auralassa - tapahtuma toteutettiin matalalla kynnyksellä, johon pyrittiin niin tapahtuman sisällön kuin tapahtuman markkinointimateriaalienkin suunnittelussa. Tapahtuman sisältö koostui erilaisista näytetunneista, toiminnallisesta Mielen hyvinvoinnin puu -harjoitteesta sekä kyselystä, jolla kartoitettiin asiakkaiden mielipiteitä niin tapahtumasta, kuin Auralan kurssitoiminnastakin. Tapahtuman markkinointi toteutettiin julistemarkkinoinnilla, verkostomarkkinoinnilla ja käyttämällä sosiaalista mediaa ja sähköpostia viestinnän välineinä.

Tapahtuma veti kokonaisuudessaan arviolta 30 ihmistä. Vaikka tapahtumaan toivottiin enemmän kävijöitä, sen järjestelyitä voi kuvata onnistuneiksi. Tapahtuman jatkokehittäminen ja -hyödyntäminen jäävät Auralan kansalaisopiston vastuulle. Opinnäytetyössä yhdistyy sosiaalialan ja markkinoinnin ydinosaaminen ja työ heijasteleekin kolmannen sektorin toiminnan monialaisuutta.

### ASIASANAT:

Tapahtumamarkkinointi, mielen hyvinvointi, mielenterveystyö, edistävä mielenterveystyö, matala kynnyks, kansalaisopistot

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor's degree in social services

2017 | 65 pages

Nella Nuutinen & Hanna Ojanaho

## HYVÄÄ MIELTÄ

- A Marketing Event for Courses Promoting Mental Well-Being in Aurala Adult Education Centre

In this thesis the planning and executing process of *Hyvää mieltä Auralassa* – mental well-being event is presented. It is described from the perspectives of both the planning of the event itself as well as planning the marketing for the event. The purpose of this work is to get more customers to Aurala adult education centre's courses promoting mental well-being. The key terms for this thesis are mental health, mental well-being, promoting mental well-being, low threshold and event marketing. These terms are defined and their use explained in the theory part of the work. As a result of the development work a checklist for event organizers was created to respond to Aurala's need for a light tool to help organizing events.

Aurala adult education centre is an educational institution of liberal education sustained by Auralan Setlementti ry. Its course selection includes activities supporting mental well being for both people who have mental health issues as well as mental well-being in general.

Event marketing was chosen as a means for sales promotion. Its strengths lie in having control over the elements of the event, being able to direct the attention of customers as desired, interaction and creating experiences. *Hyvää mieltä Auralassa* -event was designed to have a low threshold, which guided the planning of both the contents of the event and its marketing. The programme of the event consisted of workshops, a creative activity that was designed to initiate discussion related to mental health and a survey, in which customers could tell their opinions on the event as well as the courses of Aurala adult education centre. Posters, networks, social media and e-mail were all used in marketing the event.

There were approximately 30 participants at the event. Although more were expected, the event as such was a success. Aurala adult education centre will be able to use the concept of the event according to its future needs. This thesis combines competences from the fields of social work and marketing, which reflects the multi-professional nature of the third sector context.

### KEYWORDS:

Event marketing, mental well-being, mental health work, mental health promotion, low threshold, adult education centres

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 MIELEN HYVINVOINNIN TEEMAPÄIVÄ AURALAN KANSALAI SOPISTOLLE</b>	<b>8</b>
2.1 Hyvinvointimessuista markkinointitapahtumaksi	8
2.2 Auralan kansalaisopisto opinnäytetyömme toteutusympäristönä	9
<b>3 MIELEN HYVINVOINTI JA MIELEN HYVINVOINNIN EDISTÄMINEN</b>	<b>12</b>
3.1 Mielen terveyden ja mielen hyvinvoinnin määrittelyä	12
3.2 Mielen hyvinvoinnin edistäminen	18
<b>4 TAPAHTUMAMARKKINOINTI JA MATALA KYNNYS</b>	<b>22</b>
4.1 Markkinoinnin käsitteiden määrittelyä	22
4.2 Matala kynnys	25
<b>5 MARKKINOINTITAPAHTUMA MIELEN HYVINVOINTIA EDISTÄMÄSSÄ</b>	<b>27</b>
5.1 Markkinointitapahtuman järjestäminen	27
5.2 Kehittämismenetelmät	36
5.3 Dokumentointitavat ja tuotetut materiaalit	38
<b>6 KEHITTÄMISTYÖN TULOKSET</b>	<b>41</b>
6.1 Markkinoinnin tulokset	41
6.2 Tapahtuman onnistuminen ja tapahtumajärjestäjän muistilista	43
<b>7 POHDINTA</b>	<b>48</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>55</b>

## LIITTEET

- Liite 1. Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman juliste
- Liite 2. Hyvän mielen puun ohjaussuunnitelma
- Liite 3. Lista markkinointitahoista
- Liite 4. Esite Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävästä kurssista
- Liite 5. Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman kyselylomake
- Liite 6. Markkinointikirje
- Liite 7. Tapahtumajärjestäjän muistilista

## KUVAT

Kuva 1. Mielen hyvinvoinnin puu.	31
Kuva 2. Tarjoilujen esillepanoon panostettiin tapahtumassa.	49

## KUVIOT

Kuvio 1. Mielen terveyden prosessimalli Sohlmanin ym. 2005 (211) esittämänä.	15
Kuvio 2. Markkinointitapahtuman järjestämisen malli mukaillen Toikko & Rantasta (2009) ja Salosta ym. (2017).	35

## TAULUKOT

Taulukko 1. Mielen hyvinvointiin vaikuttavia suojaavia tekijöitä (Laajasalo & Pirkolaa 2012, 11 mukaillen).	16
Taulukko 2. Mielen hyvinvointiin vaikuttavia riskitekijöitä (Laajasalo & Pirkolaa 2012, 11 mukaillen).	17
Taulukko 3. Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman suunnittelu- ja toteutusaikataulu	34

# 1 JOHDANTO

Suomalaisessa yhteiskunnassa mielen hyvinvoinnin vahvistamiseen tähtäävän työn perusteleminen on yhtäältä helppoa. Hoidon tarpeeseen viittaavasta psyykkisestä kuormittuneisuudesta kärsii vuosina 2012–2015 tehdyn selvityksen mukaan 10,6–13,5% väestöstä ja itsemurha-ajatuksia oli viimeisen vuoden aikana ollut tutkimukseen osallistuneista 3,7–6,4%:lla. (Viertiö & Suvisaari 2017, [1]) Lisäksi mielenterveysyistä johtuva työkyvyttömyys on merkittävä yhteiskunnallinen ongelma. Vaikka mielenterveysyistä eläkkeelle jääneiden määrä on ollut laskussa vuodesta 2007, vuonna 2016 he muodostivat yhä työkyvyttömyyseläkkeellä olevista suurimman ryhmän: 40% eli 67 000 henkeä. (Eläketurvakeskus 2016) Toisaalta mielenterveys on niin laaja ja moniulotteinen asia, että vaikka ongelmat ja niiden näkyvät seuraukset ovat näin selkeästi nähtävissä, voi olla yllättävän haastavaa paikantaa, millä keinoin tilanteeseen voidaan vaikuttaa.

Tämä käsillä oleva opinnäytetyö onkin hyvä esimerkki siitä, miten erilaisissa ympäristöissä ja eri tavoin mielen hyvinvointia edistävää työtä voidaan tehdä. Suunnittelimme ja toteutimme Turussa toimivan Auralan kansalaisopiston toimeksiantona kaikille avoimen mielenhyvinvoinnin teemapäivän Hyvää mieltä Auralassa, joka oli markkinointitapahtuma kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan. Kehittämistehtävänäme oli markkinointitapahtuman kautta tavoittaa uusia asiakkaita kyseiseen opintotoimintaan. Kehittämistyömme tuloksena syntyi kansalaisopistolle uudenlainen markkinointitapahtuman konsepti, tunnettuutta sekä opiston muissakin tapahtumissa tai toiminnoissa sovellettavia käytännön ideoita. Konkreettisena tuotoksena kokosimme Auralan kansalaisopistolle tapahtumajärjestäjän muistilistan, joka on kevyt, helposti muihin tapahtumiin sovellettavissa oleva jäsenitys siitä, millaisia asioita tapahtumaa järjestäessä on syytä huomioida.

Työmme toimeksianto oli hyvin käytännönläheinen, ja sen mukaiseksi muotoutui myös työmme toteutus. Kehittämistehtävääme toteuttaessamme lähtökohtanamme oli tapahtuman järjestäminen, ja tämä näkyy työssämme kauttaaltaan. Lisäksi kohderyhmämme oli laaja, sillä järjestämämme tapahtuma oli suunnattu kaikille Auralan mielen hyvinvointia edistävästä opintotoiminnasta kiinnostuneille aikuisille. Sosiaalialan opinnäytetyönä toimeksiantomme olikin useammalla tavalla erityinen: Ensinnäkin markkinointi on siinä keskeisessä roolissa, mikä ei ole sosiaalialan opinnäytetyöissä kovinkaan yleistä. Toisaalta kansalaisopisto on niin mielenterveystyön kuin sosiaalialankin työn

toimintaympäristönä melko harvinainen. Kolmanneksi kaikille avoin toiminta asetti työllemme harvinaisen laajan kohderyhmän. Nämä piirteet tekivät työstä mielenkiintoisen ja moniulotteisen, mutta haastoivat meitä opinnäytetyön tekijöinä myös miettimään, mikä on meidän ydinosaamistamme tulevana sosionomeina. Sosiaalialan ammatillinen erityisosaaminen näkyikin työssä ennen kaikkea työmme taustaolettamuksissa ja pyrkimyksenä järjestää tapahtuma mahdollisimman matalalla kynnyksellä.

Opinnäytetyöraporttimme rakentuu viidestä osiosta. Luvussa 2 esittelemme toimeksi-  
antomme ja työmme kehittämistehtävän, sekä Auralan kansalaisopiston toimintaympä-  
ristönä. Seuraavaksi paneudumme työmme taustalla olevaan teoreettiseen tietämyk-  
seen ja määrittelemme työmme kannalta keskeisiä käsitteitä. Luku 3 keskittyy mielen  
hyvinvoinnin käsitteen määrittelemiseen sekä siihen, mitä mielen hyvinvoinnin edistä-  
minen oikeastaan on. Luvussa 4 puolestaan valotamme työmme markkinointiin liittyvää  
teoriataustaa sekä tarkastelemme matalan kynnyksen merkitystä tapahtuman järjestä-  
miselle. Työmme teoriataustan hahmottamisen jälkeen paneudumme kehittämistyöm-  
me prosessiin ja toteutukseen luvussa 5. Työmme tulokset on puolestaan esitelty lu-  
vussa 6. Yhtäältä keskitymme markkinoinnin tuloksiin ja toisaalta itse markkinointita-  
pahtuman onnistumisen tarkasteluun. Viimeisessä luvussa 7 syvennämme työmme  
arviointia tarkastelemalla sen aikana opittua ja kehitettyä erilaisista näkökulmista.

## 2 MIELEN HYVINVOINNIN TEEMAPÄIVÄ AURALAN KANSALAI SOPISTOLLE

### 2.1 Hyvinvointimessuista markkinointitapahtumaksi

Opinnäytetyömme kehittämistehtävä eli monella tavalla ennen sen vakiintumista pian esiteltävään muotoon. Alun perin lähdimme Auralan Settlementin toimeksiantoon järjestää hyvinvointimessut, jotka Aurala oli jo aiemminkin järjestänyt. Tavoitteenamme oli olla osa isompaa kokonaisuutta ja tapahtumaa suunnittelevaa tiimiä. Ensimmäisessä tapaamisessamme toimeksiantajan kanssa tuli esille, että Suomi 100 -juhlavuoden kunniaksi järjestettyjä tapahtumia oli Auralassa tekeillä jo niin paljon, ettei isolle hyvinvointitapahtumalle ollut luonnollista tilaa vuoden tapahtumakalenterissa. Aurala oli kuitenkin hakenut rahoitusta mielenterveyskuntoutujien uuteen kurssitoimintaan, jonka tarkoituksena oli käynnistyä seuraavana syksynä. Tässä tilanteessa uudeksi kehittämistehtäväksemme muodostui järjestää tapahtuma markkinoimaan Auralan Settlementin mielenterveyskuntoutujille suunnattua kurssitoimintaa. Valitettavasti erillistä rahoitusta uuden toiminnan käynnistämiseen ei kuitenkaan saatu, joten jouduimme pohtimaan kehittämistehtäväämme uudelleen. Toimeksiantajamme toiveesta päädyimme kuitenkin pitäytymään alkuperäisessä suunnitelmassa järjestää tapahtuma.

Kehittämistehtävän uutta rajausta määrittellessämme halusimme pitää mukana mielen terveyden ja mielen hyvinvoinnin käsitteet, jotta voisimme hyödyntää sosiaalialan osaamistamme opinnäytetyössämme. Määrittelimme mielen hyvinvoinnin käsitettä, ja sitä, mitä kaikkea siihen sisältyy. Totesimme, että tietyssä mielessä lähes kaiken Auralan Settlementin kurssitoiminnan voi jo ajatella lukeutuvan mielen hyvinvointia edistävään toimintaan. Samalla pohdimme toimeksiantajamme kanssa Auralan kurssitoiminnan kohderyhmää ja sen rajauksia. Kun erikseen mielenterveyskuntoutujille suunnattu toiminta ei saanut lisärahoitusta, emme voineet lähteä suunnittelemaan tapahtumaa, joka olisi suunnattu pelkästään heille, vaan laajensimme opinnäytetyömme kohderyhmää. Toisaalta, halusimme myös rajata näkökulmaamme niin, että keskittyisimme nimenomaan mielen hyvinvoinnin parantamiseen ja edistämiseen tähtäävään kurssitoimintaan.

Kehittämistehtäväksemme tarkentui lopulta se, miten saamme hankittua lisää asiakkaita Auralan Settlementin mielen hyvinvointia edistävään kurssitoimintaan. Koska tavoit-



teenamme oli asiakkaiden tavoittaminen, liittyä opinnäytetyöhömmen olennaisena osana myös Auralan Settlementin kurssitoiminnan tunnetuksi tekeminen niin yksityisasiakkaille, kuin erilaisiin verkostoihin esimerkiksi mielenterveystyön kentällä.

Kehittämistehtävämme olennainen osa on markkinointi, jonka erilaisia keinoja hyödynnämme työssämme. Markkinoinnin keinoista näkyvin lienee tapahtumamarkkinointi. Asiakkaiden tavoittamiseksi ja tiedon lisäämiseksi järjestimme Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman, jonka tarkoituksena oli paitsi markkinoida mielen hyvinvointia edistävää kurssitoimintaa esimerkiksi näytetuntien muodossa, myös kartoittaa asiakkaiden näkemyksiä ja toiveita koskien tulevia opintokokonaisuuksia.

## 2.2 Auralan kansalaisopisto opinnäytetyömme toteutusympäristönä

Auralan kansalaisopisto on Auralan Settlementti ry:n ylläpitämä vapaan sivistystyön oppilaitos, joka on toiminut vuodesta 1939. Opistolla on töissä noin 80 tuntiopettajaa ja netto-opiskelijamäärä yksittäisinä henkilöinä laskettuna on noin 5000. Auralan kansalaisopisto onkin hyvin vakiintunut ja melko hyvin tunnettu toimija Turun alueella. Toiminta on uskonnollisesti ja poliittisesti sitoutumatonta, ja noudattaa settlementtiarvoja: yhteisöllisyys, suvaitsevaisuus ja tasa-arvo ovat tärkeitä periaatteita kansalaisopiston toiminnassa. (Auralan Settlementti ry [2017]) Auralan kansalaisopiston kurssivalikoima on hyvin laaja, ja tarjolla on vuosittain monipuolisesti opintoja terveyden edistämisestä kieliopintoihin ja kädentaidoista yhteiskunnallisiin kulttuuriopintoihin. Pelkästään syyslukukaudella 2017 oli tarjolla lähes 200 kurssia. (Opistopalvelut.fi [2017]) Terveyden edistäminen, hyvinvointi ja liikunta on kokonaisuutena opiston painopistealueista laajin, ja tässä oppiaineryhmässä on tarjolla lähes 7000 oppituntia vuosittain opiston vuosittaisesta kokonaisoppituntimäärästä, joka vaihtelee 11 000:n ja 12 000:n välillä. (Lotta Mankosen tiedonanto sähköpostitse 24.11.2017)

Opinnäytetyössämme puhumme jatkuvasti Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävästä opintotoiminnasta. Seuraavassa luvussa esittelemme teoreettisen määritelmämme mielen hyvinvoinnista, mutta mitä se konkreettisesti kansalaisopiston kontekstissa tarkoittaa? Mielen hyvinvoinnin edistäminen Auralan opintotoiminnassa on jossain määrin liukuva käsite. Opisto järjestää sekä erityisesti mielenterveyskuntoutujille suunnattuja, kuntoutusta tukevia kursseja että mielen hyvinvointia tukevaa toimintaa. Jälkimmäiseen opistolla luetaan hyvin laaja valikoima erilaisia kursseja, esimerkiksi erilaiset joogalajit, elämäntähtäilyä ja stressin hallintaa edistävät lajit, tietoisien läsnä-

olon, keskittymisen ja muistin kehittäminen sekä ihmisenä kasvaminen sekä tavoitteellisuudessa, positiivisessa elämänasenteessa ja kognitiivisissa taidoissa kehittyminen. (Lotta Mankosen haastattelu 17.5.2017 ja tiedonanto sähköpostitse 24.11.2017)

Auralan kansalaisopiston kontekstissa mielen hyvinvoinnin edistäminen voikin perustellusti tapahtua hyvin erilaisilla kursseilla: Liikunnalla on tutkitusti positiivinen vaikutus mielen hyvinvointiin, vaikka kaikki vaikutusmekanismit eivät olekaan tiedossa (ks. esim. Suomen Mielenterveysseura 2015, 15), ja kansalaisopisto tarjoaakin paljon erilaisia liikunta- ja kehonhuoltoryhmiä asiakkailleen. Hyvät sosiaaliset suhteet ja niihin liittyvät ihmissuhdetaidot suojaavat mielen hyvinvointia (ks. esim. Vuorilehto ym. 2014, 15 ja 39) ja tiedon lisäämisellä mielen terveydestä on huomattu olevan hyviä vaikutuksia asenteisiin ja kykyyn auttaa kanssaihmiä (mielen terveyden ensiapukurssien vaikutuksista ks. esim. Laajasalo & Pirkola, 69-70).

Auralassa kurssit ovat aina ryhmämuotoisia ja voivat siten mahdollistaa uusien ihmissuhteiden syntymistä ja lisätä sosiaalisia taitoja. Erilaisia tietopohjaisia opintoja tarjotaan muun muassa NLP-menetelmään ja vuorovaikutustaitoihin liittyen. Lisäksi stressinhallinnan merkitystä voi tuskin korostaa liikaa nykypäivän yhteiskunnassa. Liiallisella stressillä voi olla dramaattisia negatiivisia vaikutuksia mielen hyvinvoinnille (vrt. esim. Vuorilehto ym. 2014, 39-40), mutta stressinhallintataitoja voi opetella. Auralan opinnoissa tarjotaan muun muassa mindfulness-kursseja sekä hengitystyöpajaa, joissa voi harjoitella stressinhallintaankin liittyviä tekniikoita.

Kansalaisopistot mainitaan harvoin puhuttaessa mielen hyvinvointia edistävästä toiminnasta tai ennaltaehkäisevästä mielen terveytyöstä. (Vrt. esim. Partanen ym. 2015, 361) Se ei ole yllättävää, sillä toiminnan luonteen vuoksi kansalaisopistot profiloituvat sivistystyön toimijoiksi. Tällöin jäävät kuitenkin huomioimatta kansalaisopisto-opiskelun monet tutkitusti positiiviset vaikutukset. Esimerkiksi kymmenessä Euroopan maassa toteutetussa Benefits of Lifelong Learning -projektin kyselytutkimuksessa on selvitetty kansalaisopisto-opiskelun vaikutuksia, ja tulokset viittaavat siihen, että vapaan sivistystyön opinnot tuottavat monipuolisia hyötyjä niin yksilön kuin myös yhteisön ja yhteiskunnan tasolla. (Manninen & Meriläinen 2015) Kyselyssä vaikutukset näkyivät esimerkiksi oppimiseen liittyvänä myönteisenä kehityksenä, sosiaalisten taitojen kehityksenä ja elämän tarkoituksellisuuden kokemusten vahvistumisena. (Kaikista hyödyistä ks. Manninen & Meriläinen 2015, 41-42).

Tällaisilla vaikutuksilla on merkitystä myös mielen hyvinvoinnille. Suomen osalta kyselyn tulokset osoittivat, että kansalaisopistolla oli merkittäviä positiivisia vaikutuksia

kursseille osallistuneiden henkiseen hyvinvointiin (64,6% vastanneista koki enemmän tai paljon enemmän henkistä hyvinvointia kursseille osallistumisen seurauksena). (Manninen 2015, 44) Lisäksi yli puolet vastanneista kokivat yhtä merkittävää positiivista muutosta sosiaalisessa osallistumisessaan ja elämän tarkoituksellisuudessa. (Manninen 2015, 44) Tällaista taustaa vasten kansalaisopiston toiminta näyttäytyykin hyvinvointia vahvistavana – ja sitä kautta mahdollisesti myös yhteiskunnallisesti ja kansantaloudellisesti merkittävänä (Manninen 2015, 55) – toimintana.

Toimintaympäristönä Auralan kansalaisopisto onkin mielenkiintoinen mielen hyvinvointia edistävän työn kannalta. Toisaalta se on myös haastava, sillä Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia tukevan opintotoiminnan kohderyhmään voi lähtökohtaisesti kuulua kuka vain, joka on kiinnostunut osallistumaan kursseille. Laaja kohderyhmä vapauttaa toisaalta räätälöimästä toimintaa yksityiskohtaisesti, mutta samalla se asettaa haasteeksi sen, miten tapahtumasta saadaan kiinnostava mahdollisimman laajalle joukolle ihmisiä. Markkinointitapahtumaa suunnitellessamme teimme kuitenkin toimeksiantajan toiveesta rajauksen, että tapahtuma on suunnattu täysi-ikäisille. Muita rajoituksia kohderyhmän suhteen ei tehty, vaikka pyrimmekin levittämään tietoa markkinointitapahtumasta mielenterveystyötä tekeville verkostoille Turussa.

Markkinointitapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen osallistui meidän lisäksi Auralan kansalaisopiston henkilökuntaa. Toimeksiantajana ja opiston edustajana tapahtuman suunnittelyyhteistyössä toimi Auralan kansalaisopiston suunnittelija Lotta Mankonen ja markkinointiin työpanostaan antoi suunnittelija-tiedottaja Susanna Viherä. Tapahtumapäivänä näytetunteja ohjaamassa olivat opiston tuntiopettajat Satu Posti, Kreeta Ranki sekä Susanna Andersson. Opiston toiminnasta ja tarjonnasta olivat kertomassa suunnittelija Lotta Mankonen, toiminnanjohtaja-rehtori Sannaleena Härkönen sekä vahtimestari Okko Kuisma. Lisäksi saimme apua muulta henkilökunnalta.

## 3 MIELEN HYVINVOINTI JA MIELEN HYVINVOINNIN EDISTÄMINEN

Opinnäytetyömme toimeksiantona olevassa markkinointitapahtumassa pyritään tavoittamaan uusia asiakkaita Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan. Tässä luvussa määrittelemme keskeisiä työmme taustalla olevia teorioita ja käsitteitä. Alaluvussa 3.1 kysymme, miten mielen hyvinvointia voidaan määrittellä, ja esittelemme kaksi työmme määrittelyiden kannalta hyödyllistä mielenterveyden mallia. Lisäksi tarkastelemme lyhyesti tekijöitä, jotka vaikuttavat mielen hyvinvointiin. Alaluvussa 3.2 puolestaan tarkastelemme, mitä mielen hyvinvoinnin edistämisen käsitteellä tarkoitetaan ja millaisin edellytyksin mielen hyvinvointia voidaan edistää.

### 3.1 Mielenterveyden ja mielen hyvinvoinnin määrittelyä

Mielenterveys ja mielen hyvinvointi ovat laajoja ja moniulotteisia käsitteitä, ja niiden täsmällinen määrittelyminen on hyvin haastavaa. Aiheeseen liittyvässä kirjallisuudessa todetaan toistuvasti, ettei yhtä tyhjentävää ja yleisesti hyväksyttyä määritelmää mielenterveydestä ole (ks. esim. Toivio & Nordling 2013, 60). Mielen hyvinvointi on yhtä lailla vaikeasti määriteltävä käsite, ja sanaparia käytetään tällä hetkellä hyvin eri tavoin. Mielen hyvinvointia saatetaan pitää terveen mielen synonyymina (vrt. Väestöliitto 2017) tai sitä saatetaan käyttää laajana kattokäsitteenä sille, mitä ihmisen hyvinvointi ja mielenterveyden ylläpitäminen edellyttävät (vrt. THL 2014). Mielenterveyden ja mielen hyvinvoinnin käsitteiden moniulotteisuus ja vaikeasti määriteltävyys ei kuitenkaan tee niistä käyttökelvottomia, kunhan kussakin tilanteessa tuodaan esiin, mitä niillä kulloinkin tarkoitetaan.

Tässä työssä käytetään tietoisien valinnan tuloksena mielen hyvinvoinnin käsitettä mielenterveyden sijaan. Mielenterveys on sana, joka yhä valitettavan helposti assosioituu mielenterveyden haasteisiin ja mielen sairauksiin. Sitä käytetään paljon lääketieteellisissä yhteyksissä, mistä johtuneekin, että arkikielessä mielenterveyden käsite liitetään voimakkaasti nimenomaan ongelmiin ja sairauksiin. Arkisessa puheessa hyvää mielenterveyttä ilmentävät useammin muunlaiset ilmaisut, kuten hyvä mieliala, onnellisuus tai tyytyväisyys elämään (vrt. Sohlman 2004, 33).

Suomessa mielenterveyteen liittyvistä asioista puhuminen on ylipäänsä yhä vaikeaa. Tiedon puute ja leimautumisen pelko ovat eräitä syitä tähän, siitäkin huolimatta, että positiivista kehitystä on tapahtunut. (Toivio & Nordling 2013, 61) Lisäksi mielenterveyteen liittyvät positiivisetkin asiat koetaan usein hyvin henkilökohtaisiksi, (Hirvijärvi-Okkonen 2013, 59-60) ja mielenterveyden häiriöihin liittyy paljon salailua ja häpeää (Hirvijärvi-Okkonen 2013, 60-61). Käsitys mielenterveysongelmaisten käyttäytymisestä ja ulkoisesta olemuksesta on usein yhä negatiivinen – heidät saatetaan kokea jopa uhkaaviksi – ja heidän ajatellaan olevan voimakkaasti normista poikkeavia. (Ks. esim. Hirvijärvi-Okkonen 2013, 56-59) Ei ole ihme, että tällaisessa ilmapiirissä mielenterveyden ongelmista on vaikeaa puhua ja että lievemmistä ongelmista kärsivätkin pelkäävät leimautumista.

Käsitteenä mielen hyvinvointi on sävyltään ja sisällöltään jossain määrin erilainen kuin mielenterveys. Se ei ole mielenterveyden tapainen vakiintunut kattokäsite, vaikka mielen hyvinvointia saatetaankin käyttää (hyvän) mielenterveyden synonyymina (vrt. esim. THL 2014). Joskus mielen hyvinvointi ja mielenterveys saatetaan asettaa kuitenkin jopa vastakkain: esimerkiksi lääkärikeskus Mehiläisen sivuilla mielen hyvinvointi on jotakin positiivista, jota täytyy vaalia ja johon voi vaikuttaa elämän haasteiden ja paineiden keskellä, kun taas mielenterveys viittaa ensisijaisesti mielenterveyden häiriöihin. (Mehiläinen 2015) Positiivisen psykologian viime aikoina esiin nostamat uudenlaiset mielenterveyden määrittelyt ovat luoneet pohjaa sille, että mielen hyvinvoinnista puhutaan enenevässä määrin. Aiemman, mielenterveyden sairauskeskeisen mallin rinnalle on noussut uudenlainen käsitys mielenterveydestä, jossa ihminen nähdään aktiivisesti omaa mielenterveyttään muuttavana toimijana. (Toivio & Nordling 2013, 65)

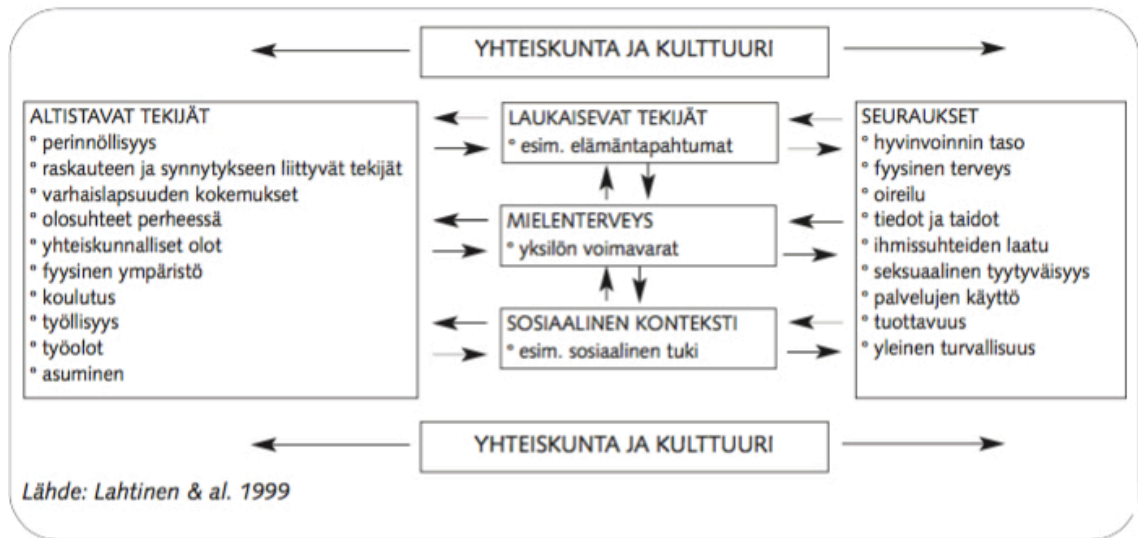
Opinnäytetyömme kontekstissa mielen hyvinvoinnin käsite on mielenterveyttä käyttökelpoisempi. Valintamme pohjaa useampaan seikkaan. Ensinnäkin haluamme toimeksiantoamme toteuttaessa painottaa sitä, että jokaisella on mielenterveyttä – mielen hyvinvointia. Toisekseen katsomme, että jokainen voi jossain määrin itse vaikuttaa oman miensä hyvinvointiin, kunhan ympäristö ja ihmisen henkilökohtaiset resurssit mahdollistavat sen.

Ensimmäistä ajatusta siitä, että jokaisella on mielenterveyttä, voi hahmottaa mielenterveyden kahden jatkumon mallin kautta (ks. esim. Sohlman 2004, 31). Mallissa mielenterveys ja mielen sairaus ovat kaksi toisistaan erillistä asiaa, eikä mielenterveyttä voida määritellä mielen sairauden puuttumisena. Silloinkin, kun ihmisellä on jokin psykiatrinen diagnoosi, hänellä on myös mielenterveyttä – vaihtelevissa määrin eri aikoina, niin

kuin jokaisella. (Toivio & Nordling 2013, 62) On kuitenkin tärkeää täydentää mallin hahmotustapaa ajatuksella, että mielenterveyden ja mielen sairauden jatkumot todellisuudessa kuitenkin vaikuttavat toisiinsa. On hyvin todennäköistä, että vaikea psykiatrinen diagnoosi vaikuttaa henkilön mielenterveyteen negatiivisesti, jolloin siirryttäessä mielen sairauden jatkumolla kohti toista ääripäätä, henkilön mielenterveydenkin tilanne muuttuu.

Kuitenkin on myös kysyttävä, kuka määrittelee mielen sairauden tai mielenterveyden. Kahden jatkumon mallissa on se huono puoli, että mielen sairaus viittaa ikään kuin automaattisesti psykiatrisiin sairauksiin ja on siten normatiivinen. Mutta entä mielenterveys? Se voi yhtä lailla viitata ulkopuolelta annettuihin määrittelyihin kuin henkilön sisäiseen kokemukseen. Mielenterveydestä puhuttaessa nämä kaksi näkökulmaa voivat olla voimakkaassakin ristiriidassa keskenään, sillä joissakin mielenterveyden häiriöissä sairauden tunto puuttuu. Tätä ongelmaa mielen hyvinvoinnin käsite ei ratkaise, sillä sana hyvinvointi viittaa suoraan subjektiiviseen kokemukseen. Mielen hyvinvoinnin käsite siirtää helposti huomion pois mielen sairaudesta ja mielenterveydestä lääketieteellisenä tai muuten ulkoapäin määriteltynä ilmiönä, vaikka normeilla ja kontekstilla (vrt. esim. Toivio & Nordling 2013, 61) on mielenterveyden ilmenemisessä valtavan suuri merkitys.

Tästä syystä mielenterveyden kahden jatkumon mallin rinnalla onkin opinnäytetyömme kannalta hyödyllistä tarkastella myös mielenterveyden prosessimallia, jota kutsutaan myös mielenterveyden funktionaaliseksi malliksi. Tässä mallissa mielenterveyttä tarkastellaan prosessina tai tasapainotilana mielenterveyden, yhteiskunnan ja kulttuurin, altistavien tekijöiden, laukaisevien tekijöiden, sosiaalisen kontekstin sekä seurausten välillä. Mielenterveys nähdään mallissa positiivisena mielenterveytenä: erilaisina psykologisina resursseina ja kykyinä. (Sohlman 2013, 38)



Kuvio 1. Mielenterveyden prosessimalli Sohlmanin ym. 2005 (211) esittämänä.

Kuten kuvio 1 havainnollistaa, mielenterveyden prosessimallissa nähdään mielenterveys monenlaisten eritasoisten tekijöiden erilaatuisten vaikutusten summana. Yksilöön liittyvät tekijät, yhteiskunnalliset tekijät ja yksilön sosiaalinen konteksti voivat kaikki vaikuttaa eri tavoilla. Ne voivat toimia yksilön mielenterveyden prosessissa altistavina, laukaisevina ja toisaalta suojaavina vaikuttajina. (Vrt. esim. Toivio & Nordling 2013, 63) Samalla mallissa otetaan huomioon se, että yksilön mielenterveys heijastuu takaisin yhteiskuntaan ja kulttuuriin arkipäiväisen vuorovaikutuksen kautta. (Lahtinen ym. 1999, 31)

Prosessimallin konkreettista merkitystä voi havainnollistaa esimerkiksi: Ajatellaan, että Mikalla on perinnöllinen alttius sairastua masennukseen, mutta hänen kasvuympäristönsä on suotuista, jolloin negatiivisen altistavan tekijän vaikutus vähenee, eikä hän sairastu. Toisaalta Mika menettää nuorena aikuisena tyttöystävänsä auto-onnettomuudessa, jolloin läheisen menetys toimii laukaisevana tekijänä, ja aiheuttaa sairastumisen masennukseen. Seurauksena on muun muassa masennusoireita ja Mikkan hyvinvoinnin tason lasku. Mikalla on kuitenkin vahva sosiaalinen verkosto, jolloin se toimii suojaavana tekijänä, eikä Mikkan oireilu pahene, vaikka hänen palvelujen käyttönsä lisääntyikin. Mika pystyykin jatkamaan opintoja sairasloman jälkeen ja hänen vuorovaikutuksensa sosiaalisen piirinsä kanssa pysyy enimmäkseen hyvänä. Mikkan tilanteen negatiivinen yhteiskunnallinen ja sosiaalinen vaikutus jääkin siksi verraten vähäiseksi, ja toivuttuaan Mika toimiikin vertaistukiryhmän vetäjänä läheisensä menettäneille, jolloin Mikkan sairaudesta toipumisella on positiivisia vaikutuksia.

Sekä kahden jatkumon malli että mielenterveyden prosessimalli auttavat havainnollistamaan sitä, ettei mielen hyvinvointi ole yksinkertainen tai yksiselitteinen asia. Opinnäytetyössämme käytämme mielen hyvinvoinnin käsitettä siten, että se viittaa mielenterveyden kahden jatkumon mallia ja prosessimallia hyödyntäen mielen sairauksista riippumatta olemassa olevaan joukkoon psykologisia resursseja ja kykyjä, joka yksilöllä on vaihteleva määrä eri aikoina. Niihin vaikuttavat niin ympäristö, jossa yksilö elää, erilaiset altistavat ja suojaavat tekijät, kuin elämäntapahtumatkin. Mielen hyvinvointi ei myöskään ole riippumatonta yksilön kehon hyvinvoinnista.

Työssämme lähdemme lisäksi olettamuksesta, että yksilöllä on suotuisissa olosuhteissa mahdollisuus omalla toiminnallaan vahvistaa mielensä hyvinvointia. Mielenterveyden kentän kirjallisuudessa on eritelty niitä seikkoja, jotka vaikuttavat mielen hyvinvointiin. Ne luokitellaan tyypillisesti riskitekijöihin ja suojaaviin tekijöihin, ja kummatkin niistä voivat olla luonteeltaan niin yksilöön, perheeseen, talouteen, sosiaalisiin tekijöihin kuin ympäristötekijöihin liittyviä. (WHO 2004, 20) Alla oleviin taulukoihin on koottu keskeisimpiä Maailman terveysjärjestön (WHO 2004) tutkimuksessa esiin nostettuja mielen hyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä Laajasalo ja Pirkolaa (2012, 11) mukaillen:

Ympäristöön ja yhteiskuntaan liittyviä riskitekijöitä	Ympäristöön ja yhteiskuntaan liittyviä suojaavia tekijöitä
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Huumeiden ja alkoholin helppo saatavuus</li> <li>• <b>Koulutuksen</b> tai asunnon <b>puute</b></li> <li>• Köyhyys, ravinnon puute</li> <li>• Työttömyys</li> <li>• Syrjintä</li> <li>• Väkivalta</li> <li>• <b>Työhön liittyvä stressi</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vähemmistöjen integraatio</b></li> <li>• <b>Mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa</b></li> <li>• <b>Suvaitsevaisuus, vastuunkanto</b></li> <li>• Toimivat sosiaalipalvelut</li> <li>• <b>Yhteisön tuki</b></li> </ul>

Taulukko 1. Mielen hyvinvointiin vaikuttavia suojaavia tekijöitä (Laajasalo & Pirkolaa 2012, 11 mukaillen).



Yksilöön ja lähisuhteisiin liittyviä riskitekijöitä	Yksilöön ja lähisuhteisiin liittyviä suojaavia tekijöitä
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ennenaikainen syntymä ja alhainen syntymäpaino</li> <li>• Lapsen kaltoinkohtelu</li> <li>• Vanhempien mielenterveyshäiriö tai päihteiden käyttö</li> <li>• <b>Heikko opintomenestys</b></li> <li>• Krooninen unettomuus tai kipu</li> <li>• Päihdeongelmat</li> <li>• <b>Yksinäisyys</b></li> <li>• Somaattinen sairaus</li> <li>• Menetykset ja kuormittavat elämäntapahtumat</li> <li>• <b>Heikko stressinsietokyky</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positiivinen varhainen vuorovaikutus</li> <li>• <b>Myönteinen minäkuva, itseluottamus</b></li> <li>• Turvallisuuden tunne</li> <li>• <b>Ongelmanratkaisutaidot</b></li> <li>• <b>Oppimiskyky</b></li> <li>• <b>Vuorovaikutustaidot</b></li> <li>• <b>Ystävien ja perheen tuki</b></li> <li>• <b>Stressinhallintataidot</b></li> </ul>

Taulukko 2. Mielen hyvinvointiin vaikuttavia riskitekijöitä (Laajasalo & Pirkolaa 2012, 11 mukaillen).

Edellä esitetyt tekijät vaikuttavat mielen hyvinvointiin kumulatiivisesti (WHO 2004, 20), ja puhuttaessa yksilön mahdollisuuksista vaikuttaa mielensä hyvinvointiin, onkin aina muistettava ottaa huomioon, missä tilanteessa on kohtuullista olettaa, että yksilöllä on jäljellä resursseja, joilla vahvistaa omaa hyvinvointiaan.

Kuitenkin, kun tarkastelee edellä esitettyä listaa, on helppo huomata, että moniin tekijöistä yksilöllä on itselläänkin mahdollista vaikuttaa omalla aktiivisella toiminnallaan. Tämä havainto on keskeinen opinnäytetyömme kannalta. Taulukosta on korostettu sellaisia tekijöitä, joihin osallistuminen kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan voisi optimitalanteessa vaikuttaa mielen hyvinvoinnin kannalta myönteisesti. Niitä on useita, eikä lista ole millään muotoa tyhjentävä. Esimerkiksi liikunnan mielen hyvinvointia tukevat vaikutukset puuttuvat siitä kokonaan. Mielen hyvinvoinnin edistämässä pienilläkin asioilla voi olla suuri merkitys. Seuraavassa luvussa tarkastelemmekin, mitä mielen hyvinvoinnin edistäminen on.

### 3.2 Mielen hyvinvoinnin edistäminen

Opinnäytetyössämme puhumme Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävästä opintotoiminnasta. Mitä tämä edistäminen oikeastaan on? Edistämisen käsitettä on mielenterveyden kontekstissa pitkään pidetty tulkinnanvaraisena käsitteenä, jonka käytön monimuotoisuus on tehnyt siitä jossain määrin vaikeasti hyödynnettävää. (Vrt. Kaleva & Valkonen 2013, 675) Lisäksi edistämisen käsite sekoittuu usein ennaltaehkäisyyn, ja näitä toisiaan lähellä olevia käsitteitä saatetaankin pitää jopa rinnasteisina (Kaleva & Valkonen 2013, 676). Käytännön työssä ennaltaehkäisy ja edistäminen ovatkin lähellä toisiaan, sillä mielenterveyttä edistävä toiminta on usein yhtä lailla sairauksia ehkäisevää. (Laajasalo & Pirkola 2012, 10 ja Kaleva & Valkonen 2013, 677)

Ennaltaehkäisemisen (preventio) ja edistämisen (promootio) käsitteillä on kuitenkin myös merkittäviä eroavaisuuksia, ja ne on usein hyödyllistä erottaa toisistaan. Ennaltaehkäisemisen käsite viittaa suoraan ongelmien olemassaoloon tai niiden synnyn ehkäisyyn: Primaaripreventiolla tarkoitetaan ongelmien synnyn ennaltaehkäisyä esimerkiksi riskiryhmiin kuuluvien sairastumista ehkäisemällä. Sekundaaripreventio viittaa ongelmien varhaiseen tunnistamiseen ja niihin puuttumiseen ajoissa ja tertiaaripreventio puolestaan viittaa ongelmien uusiutumisen ja pahenemisen torjumiseen. (Kaleva & Valkonen 2013, 676. Ks. myös Laajasalo & Pirkola 2012, 10.) Edistämisen käsitteeseen puolestaan liittyy tausta-ajatuksena huomion kohdistaminen ongelmien sijaan voimavaroihin ja terveyttä tuottavien tekijöiden vahvistamiseen. (Kaleva & Valkonen 2013, 676-677)

Mielen hyvinvoinnin edistämisen ajatusta voidaan hahmottaa Aaron Antonovskyn jo 1970-luvulla muotoileman salutogeneesin käsitteen avulla. Salutogeneesillä viitataan terveyttä luoviin tekijöihin, joista mielenterveyden yhteydessä on tutkimuksissa havaittu erityisen keskeiseksi koherenssin tunne, johon kuuluvat elämän ymmärrettävyys, hallittavuus ja mielekkyys. (Toivio & Nordling 2013, 65) Salutogeenisten tekijöiden vastinparina voidaan nähdä olevan patogeeniset eli sairautta aiheuttavat tekijät. Kumpiakin tekijöitä on kunkin yksilön kohdalla olemassa yhtä aikaa, (Kaleva & Valkonen 2013, 676) ja vaikka ne vaikuttavat reaali maailmassa toisiinsa, ne eivät ole suoranaissessa riippuvuussuhteessa toisiinsa. Henkilöllä, jonka elämässä on paljon patogeenisiä tekijöitä esimerkiksi kuormittavan työympäristön ja läheisen menetyksen vuoksi, voi olla yhtä aikaa paljon salutogeenisiä tekijöitä hyvien ihmissuhteiden ja vahvan koherenssin tun-

teen takia. Tämä ajatus rinnastuu hyvin myös mielenterveyden prosessimallin tapaan hahmottaa yksilön mielenterveyteen vaikuttavien tekijöiden erilaista altistavaa, suojaavaa tai laukaisevaa vaikutusta (ks. edellinen luku).

Mielen hyvinvoinnin edistämisestä puhuttaessa huomio kohdistetaan nimenomaan salutogeenisten tekijöiden tarkasteluun. Kun mielen hyvinvointi nähdään resurssina ja huomio suunnataan ongelmien ehkäisyyn sijaan voimavarojen vahvistamiseen, jokaista ihmistä voidaan tarkastella ”voimavaroin varustettuna kokonaisuutena” (Kaleva & Valkonen 2013, 676) riippumatta siitä, onko hänellä jokin psykiatrinen diagnoosi vai ei. Tällaisessa tarkastelussa ihmisen arkiympäristön keskeinen merkitys mielen hyvinvoinnille tulee myös selkeämmin näkyväksi. (Kaleva & Valkonen 2013, 676) Kun tarkastellaan jokaisen yksilön voimavaroja ja sitä, miten niitä on mahdollista vahvistaa, päästään irti mielenterveyteen liittyvää keskustelua leimaavasta ongelmasta jopa sairauskeskeisyydestä. Erityisen hyvin ongelmakeskeisyys näkyy mielenterveyspalveluissa, joita määrittävässä lainsäädännössä prevention ja promootion näkökulma on vielä puutteellinen (Kaleva & Valkonen 2013, 678) riippumatta siitä, että mielenterveyden poliittisissa linjauksissa enenevässä määrin painotetaan ennaltaehkäisyä ja mielenterveyden edistämisen näkökulmia. (Ks. esim. Laajasalo & Pirkola 2012, 9 ja Tuulos 2015, 31-32)

Opinnäytetyömme konteksti kuitenkin poikkeaa perinteisestä mielenterveystyön kentästä. Kansalaisopistossa ei pääasiassa hoideta sairauksia tai häiriöitä (poikkeuksena tästä ovat terapeutit ryhmät, joissa hoidollinen aspekti on mukana), vaan nimenomaan tarjotaan mahdollisuuksia mielen hyvinvoinnin vahvistamiseen vapaa-ajalla ja vapaaehtoisesti. Edistävän työn käsitteen hyödyntäminen onkin tällöin tarkoituksenmukaista. Vaikka käytännön työn tasolla mielen hyvinvointia edistävä opintotoiminta voi tuottaa myös ennaltaehkäiseviä vaikutuksia, huomio markkinoimassamme opintotoiminnassa on ensisijaisesti hyvinvoinnin vahvistamisessa. Mielen hyvinvoinnin määrittelimme edellä mielen sairauksista riippumatta olemassa olevaksi joukoksi psykologisia kykyjä ja resursseja, joita yksilöllä on vaihteleva määrä eri aikoina. Näitä reunaehtoja tarkastellen edistämisen käsite on opinnäytetyössämme ennaltaehkäisyä soveltuvampi.

Työssämme mielen hyvinvoinnin edistämällä viitataan käytännön toimintaan, jolla yksilö voi itsenäisesti tai yhdessä muiden kanssa vahvistaa niitä psykologisia kykyjä ja resursseja, jotka muodostavat hänen mielensä hyvinvoinnin. Edistävä toiminta Auralan kansalaisopiston opintotoiminnassa voi joko tuottaa suoraan näitä resursseja ja kykyjä

tai vaikuttaa niihin epäsuorasti. Esimerkiksi opintoihin sisältyvässä haastavassa tehtävässä onnistuminen voi tuottaa kokemuksen pystyvyydestä ja vaikuttaa siten suoraan mielen hyvinvointiin. Toisaalta opinnot voivat mahdollistaa uusia ihmissuhteita ja siten vaikuttaa mielen hyvinvointiin vaikuttamalla yksilön ulkopuolisiin tekijöihin.

Jos tarkastelemme mielen hyvinvoinnin edistämisen käsitettä uudelleen yleisemmällä tasolla, siihen sisältyy lähtökohtaisesti ajatus siitä, että riskiryhmien tai muutoin rajatun kohderyhmän sijaan pyritään kaikkien hyvinvoinnin edistämiseen. (Kaleva & Valkonen 2013, 677) Mielen hyvinvointi on jokaista koskettava asia, ja vaikuttaa suoraan arkielämään, jolloin jokaisella on tärkeä tehtävä oman mielensä hyvinvoinnista huolehtimisessa. Lisäksi erityisesti ihmisten kanssa töitä tekeillä eri alojen ammattilaisilla on erityinen vastuu mielen hyvinvoinnin huomioimisesta työssään. (Vrt. mm. Lahtinen ym. 1999, 29) Mielen hyvinvoinnin edistämisen kenttä ja kohderyhmä näyttävätkin helposti hyvin laajoina ja rajautumattomina. Mielestämme onkin tärkeää huomioida, missä yhteydessä edistävää työtä tehdään, jolloin päästään kiinni niihin reunaehtoihin, joiden puitteissa toimitaan. Toiminnan konteksti määrittää pitkälti sitä, millaisin resurssein, keinoin ja tavoittein mielen hyvinvointia edistävää työtä voidaan tehdä.

Kun puhutaan edistävästä työstä, rajausta siinä, kuka kuuluu toiminnan kohderyhmään, ja kuka ei, ei kumminkaan tehdä kovin tiukkojen määritelmien kautta, sillä sopiva edistävä toiminta voi hyödyttää kaikkia. Edistävän työn kohderyhmään voi lähtökohtaisesti kuulua kuka vain, sillä kuten edellä esitimme, jokaisella ihmisellä on mielenterveyttä. Tämän tausta-ajatuksen ei tarvitse kuitenkaan tarkoittaa sitä, että pyritään kehittämään universaaleja keinoja hyvinvoinnin edistämiseen siinä mielessä, että jokin tietty toimintatapa soveltuisi aina ja kaikkialla kaikille. Vaikka on olemassa tekijöitä, jotka vaikuttavat kaikkien mielenterveyteen (ks. edellinen luku), ihmiset ovat kuitenkin yksilöitä. Siitä huolimatta, että voidaan yleistäen todeta, että rentoutuminen ja stressinhallinta ovat mielen hyvinvoinnin kannalta tärkeitä asioita, on yhtä tärkeää painottaa sitä, että niitä voi tehdä eri keinoin. (Vrt. esim. Vuorilehto ym. 2014, 42) Mielen hyvinvoinnin edistämiseen tähtäävässä toiminnassa onkin tärkeää muistaa se, että universaaliudesta huolimatta kaikella edistävällä työllä on jokin kohderyhmä ja konteksti, jolle ja jossa sitä tehdään.

Oleellista edistävän työn kannalta onkin, että toiminta tavoittaa ne ihmiset, jotka toiminnasta hyötyvät. Laaja kohderyhmä antaa vapauksia siinä mielessä, että periaatteessa kuka vain on oikea henkilö osallistumaan mielen hyvinvointia edistävään toimintaan. Kumminkin olisi sekä yhteiskunnallisesti että yksilöiden kannalta arvokasta tavoittaa

edistävän työn piiriin sellaisia ihmisiä, jotka erityisesti tarvitsevat tukea ja virikkeitä elämäänsä: ihmisiä, joiden elämässä on esimerkiksi paljon mielenterveyden oireilulle ja sairauksille altistavia tekijöitä ja vain vähän suojaavia tekijöitä. Tällöin puhutaan usein ihmisistä, joilla on vähemmän henkilökohtaisia resursseja käytettävissään, mikä voi muodostua esteeksi mielen hyvinvointia edistävään toimintaan osallistumiselle.

## 4 TAPAHTUMAMARKKINOINTI JA MATALA KYNNYS

Opinnäytetyössämme toteutamme Auralan Settlementille mielen hyvinvoinnin teemapäivän. Tapahtuman tarkoituksena on markkinoida Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävää toimintaa, sekä kartoittaa samalla asiakaskunnan toiveita mielen hyvinvoinnin kurssitarjonnan suhteen. Alaluvussa 4.1 käsittelemme tapahtumamarkkinointia yhtenä, itsenäisenä markkinoinnin ja markkinointiviestinnän osa-alueena, sekä nostamme esille tapahtumamarkkinoinnin etuja kehittämistehtävämme kannalta. Alaluvussa 4.2 käsittelemme matalan kynnyksen käsitettä, sekä sen merkitystä mielen hyvinvoinnin teemapäivän suunnittelun, toteutuksen ja markkinoinnin kannalta.

### 4.1 Markkinoinnin käsitteiden määrittelyä

Markkinointia voidaan ajatella sekä organisaation strategiana, että taktiikkana. Markkinoinnin käsite ja määritelmät ovat laajentuneet ajan saatossa: kun ennen markkinoinnin ajateltiin olevan vain yksi organisaation toiminnoista tai vain markkinointihenkilöstön tekemää työtä, nykyisin markkinointi ajatellaan strategiseksi, liiketoimintaa ohjaavaksi ajattelutavaksi, jonka toimijoina ovat organisaation kaikki työntekijät, yhteistyökumppanit ja jopa asiakkaat itse. Kausittaisesta kampanjoinnista on siirrytty pitkälti jatkuvaan, ympäri vuoden kestävään, suunnitelmalliseen ja kohdistettuun markkinointiin, ja mukaan on tullut lakien ja normien noudattamisen lisäksi myös eettisten periaatteiden noudattaminen, sekä taloudellisen, ympäristöllisen ja sosiaalisen vastuun kantaminen. Asiakassuhteen ylläpitäminen on korostunut, ja asiakastyytyvyyteen, sekä asiakassuhteen tuottavuuteen panostetaan paljon. (Bergström & Leppänen 2015, 18-20)

Opinnäytetyömme tapahtuman tarkoituksena on houkutella asiakkaita mukaan Auralan kansalaisopiston toimintaan. Tätä varten tarvitaan erilaisia suunnitelmallisia lähestymistapoja, joita hyödyntämällä pystytään lähestymään asiakkaita. Näitä kutsutaan markkinoinnin kilpailukeinoiksi, ja niiden pohjalta rakennetaan niin kutsuttu markkinointimix, jossa käytettävät kilpailukeinot määritellään. Kilpailukeinot voidaan nähdä monella tavalla, ja niistä on erilaisia määritelmiä, mutta opinnäytteemme kannalta olennaisin lie-nee yksi klassikoista, Neil Bordenin ja Jerome McCarthyn 1960-luvulla kehittämä 4P-malli. Se kuvaa kilpailukeinojen yhdistelmää, joita ovat tuote (*Product*), hinta (*Price*), saatavuus (*Place*) ja markkinointiviestintä (*Promotion*). Malliin on myös kehitetty jatkoa ns. 7P-mallilla, jossa edellä oleviin lisätään henkilöstö ja asiakkaat (*Participants*), toi-

mintatavat ja prosessit (*Processes*) ja palveluympäristö (*Physical evidence*). (Bergström & Leppänen 2015, 148-149)

Opinnäytetyömme kannalta olennaisin osa 4P-mallista on markkinointiviestinnän osa-alue, sillä työmme puitteissa markkinoimme jo olemassa olevia palveluita, joiden hinta ja saatavuus on jo määritelty. Markkinointiviestinnän voidaan ajatella olevan organisaation markkinoinnin näkyvin osa-alue. Sen avulla esimerkiksi organisaation tarjoamasta tuotteesta tai palvelusta viestitään asiakkaiden tai muiden sidosryhmien suuntaan eri tavoin. Markkinointiviestinnän muotoja ovat muun muassa mainonta, henkilökohtainen myyntityö, myynninedistäminen ja PR (*public relations*) eli tiedotus- ja suhdetoiminta (Bergström & Leppänen 2015, 152). Opinnäytetyömme kehittämistehtävän kannalta olennaista on markkinointitapahtuman järjestäminen, mikä markkinointiviestinnän termein on myynninedistämistä.

Suunnitelmallisena myynninedistämistoimintana tapahtumamarkkinointi on verraten uusi markkinoinnin keino. Ensimmäinen suomenkielinen väitöskirja koskien tapahtumamarkkinointia on julkaistu vuonna 2008, ja tapahtumamarkkinointi on noussutkin yhdeksi markkinointiviestinnän olennaiseksi osa-alueeksi. Aiemmin tapahtumat ovat usein olleet osa PR-toimintaa esimerkiksi saunailtoineen. Nykyisin tapahtumamarkkinointi on kohdennetumpaa. Tapahtumien suunnittelussa mietitään aiempaa tarkemmin, kenelle tapahtuma suunnataan ja miksi. Lisäksi tapahtumien järjestäminen markkinointitarkoituksessa on ammattimaistunut aiempaan verraten. (Vallo & Häyrinen 2014, 8 ja 19-26)

Tapahtumalla markkinoinnin keinona on Petri Hollménin mukaan kolme erityispiirrettä suhteessa muuhun markkinointiviestintään: 1. tapahtumalla voidaan luoda valta-asema, sillä kävijän huomio voidaan kiinnittää haluttuun asiaan, koska tapahtuman tila ja elementit ovat järjestäjän hallittavissa. 2. Tapahtuman kävijät vahvistavat toistensa ajatuksia ja luovat erityisen sosiaalisen paineen, joka parhaimmillaan luo myytävään tuotteeseen tai palveluun uskottavuutta ja luotettavuutta. 3. Tapahtumassa on mahdollista hyödyntää kaikkia aisteja, ja hyvässä tapahtumassa kävijän tunnetiloja pyritäänkin ohjaillemaan tapahtuman tunnelmalla ja erilaisilla osasilla. (Evento 2016, 16-17) Opinnäytetyömme yhteydessä toteuttamamme tapahtuma on nimenomaan tapahtumamarkkinointia, sillä pyrimme lisäämään toimeksiantajamme asiakasvirtaa ja se täyttää tapahtumamarkkinoinnin kriteerit: tapahtuma on suunniteltu etukäteen, sen tavoite ja kohderyhmä on määritelty ennalta ja pyrimme tapahtumassamme kokemuksellisuuteen, elämyksellisyyteen ja vuorovaikutteisuuteen. (Vallo & Häyrinen 2014, 8 ja 19-26)

Puhumme tekstissämme organisaation tarpeesta markkinoida toimintaansa. Jokainen painotus markkinoinnissa vaihtelee sen mukaan, millaiset markkinointitarpeet organisaatiolla on ja millaisen markkinointimixin se on itselleen valinnut. Opinnäytetyössämme on olennaista hahmottaa se, että järjestämämme tapahtuma on vain yksi osa koko Auralan kansalaisopiston markkinoinnin kokonaisuutta. Järjestämällämme markkinointitapahtumalla pyritään tiettyjen, kehittämistehtävämme mukaisten kurssien myynninedistämiseen.

Kun tapahtumaa on päätetty käyttää markkinointikeinona, sitä täytyy myös erikseen markkinoida. Tapahtuman markkinointiviestintäsuunnitelma koostuu esimerkiksi sisäisestä markkinoinnista, lehdistötiedottamisesta, mediamarkkinoinnista, suoramarkkinoinnista ja some-markkinoinnista. (Vallo & Häyrinen 2014, 58 ja 86-90) Opinnäytetyömme kannalta olennaisia väyliä ovat suoramarkkinointi ja some-markkinointi. Suoramarkkinoinnissa lähestyminen tapahtuu suorapostituksina kohderyhmille (Bergström & Leppänen 2009, 298), meidän tapauksessamme mielenterveystyötä tekeville tahoille sekä kotitalouksiin Aurala-lehden kautta. Lisäksi hyödynnämme some-markkinointia, jossa pyritään levittämään tapahtumatietoa esimerkiksi Facebookin välityksellä. Some-markkinoinnin etuna voidaan nähdä laaja käyttäjäkunta, ja se, että tapahtumaa pystytään sosiaalisessa mediassa mainostamaan paitsi ennen ja jälkeen tapahtuman, jopa reaaliaikaisesti tapahtuman kanssa. (Vallo & Häyrinen 2014, 58 ja 86-90) Markkinoinnissa, oli se minkä väylän kautta tahansa, on noudatettava eettisesti kestäviä ja sallittuja periaatteita. Sopimattomaksi luettavaa markkinointia on esimerkiksi aggressiivinen markkinointi, jossa asiakkaan ostopäätökseen pyritään vaikuttamaan painostavin keinoin, tai esimerkiksi uhkaavalla viestinnällä (Virtanen 2010, 99-100).

Toimeksiannossamme järjestimme tapahtuman saadaksemme lisää asiakkaita Auralan mielen hyvinvointia tukevaan kurssitoimintaan. Tapahtuman järjestäminen tukee tavoitettamme hyvin, sillä sen voi profiloida kohderyhmäämme sopivaksi. Tapahtuman luonteella, markkinointimateriaalilla ja visuaalisella ilmeellä voidaan luoda haluttu vaikutelma, tässä tapauksessa se, että tapahtuma on tarkoitettu kaikille mielen hyvinvoinnista kiinnostuneille ja kynnyksellä osallistumiselle pyritään pitämään matalana. Tapahtumaan pystyy sisällyttämään kokemuksellisuutta ja elämyksellisyyttä, ja asiakkaat pääsevät tutustumaan Auralan kurssivalikoimaan tapahtumassa järjestettävien kokeilutuntien puitteissa. Tapahtuma voi parhaillaan myös herättää tunteita ja ajatuksia, ja pyrimmekin tapahtumassamme herättämään mielen hyvinvointiin liittyvää keskustelua toiminnan esittelemisen lisäksi. Toimeksiantajamme tarpeisiin tapahtuma vastaa hyvin senkin



vuoksi, että tapahtuma perustuu kohtaamiseen. Auralalla on tilaisuus tuoda tapahtumassa toiminnalleen kasvot: kokeilutunteja vetävät ne opettajat, jotka ovat asiakasta vastassa kurssitoiminnassakin. Asiakkaiden voi olla helpompi tarttua mukaan Auralan toimintaan, kun tunnistaa jo parit kasvot entuudestaan. Lisäksi Aurala saa tapahtuman kautta arvokasta tietoa siitä, mitä asiakkaat toiminnalta jatkossa toivovat.

#### 4.2 Matala kynnyks

Matalan kynnyksen käsite on opinnäytetyömme tapahtuman kannalta olennainen, sillä markkinointitapahtumaa järjestäessämme halusimme, että siihen olisi mahdollisimman helppo osallistua. Perinteisesti matalan kynnyksen käsite liitetään sosiaali- ja terveydenhuollon palveluihin (vrt. Leemann & Hämäläinen 2015, 1), mutta se on sovellettavissa hyvin myös muunlaisiin konteksteihin. Matalan kynnyksen palveluilla viitataan yleensä sellaisiin palveluihin, joihin pääsy on tavallista helpompaa. Osallistujalle asetettuja edellytyksiä on tällöin vähennetty. (Vrt. Leemann & Hämäläinen 2015, 1) Käytännössä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi pidennettyjä aukioloaikoja, maksuttomuutta tai anonyymia asiointia. (Leemann & Hämäläinen 2015, 4) Mielen hyvinvointia edistävässä työssä matalan kynnyksen merkitys voi olla erityisen suuri, sillä kuten aluvuossa 3.1 totesimme, mielenterveyteen liittyy yhä voimakkaita ennakkoluuloja ja leimautumisen pelkoa, ja toiminnasta hyötyvän henkilökohtaiset resurssit voivat olla vähissä.

Tyypillisiä matalan kynnyksen piirteitä, jotka soveltuvat erityisen hyvin perinteisen sosiaali- ja terveydenhuollon kontekstin ulkopuolellekin ovat maksuttomuus, pidennetyt aukioloajat, helposti saavutettava sijainti, mahdollisuus osallistua omaehtoisesti ja anonyymisti, nopea saatavuus ja leimaamaton toimintaympäristö. Yhtäläillä kohderyhmän maailman huomioiminen, vaivattomuus, valinnanvapaus ja osallistujan arvostaminen ovat moniin erilaisiin konteksteihin sopivia tekijöitä. (Leemann & Hämäläinen 2015, 4-5) Mielen hyvinvointia edistävässä toiminnassa, jossa kohderyhmä voi olla hyvin laaja ja heterogeeninen, käytännön tekijät saattavat painottua kohderyhmän erityispiirteisiin liittyviä tekijöitä enemmän. Tällöin on kuitenkin tärkeää kiinnittää erityistä huomiota siihen, että toiminnassa olisi mahdollisimman vähän tekijöitä, jotka poissulkisivat osallistujia.

Matalan kynnyksen tavoittelemisen on kuitenkin myös haasteellista. Toimintaan osallistumisen kynnyks ei ole koskaan mitattavissa vain objektiivisesti edellä esitellyn kaltaisten määrittelyjen kautta, vaan se on aina myös subjektiivinen kokemus (Leemann &

Hämäläinen 2015, 3), ja jokaisen osallistujan kohdalla hänen henkilökohtainen kokemuksensa viimekädessä ratkaisee sen, miten matala kynnyks juuri hänelle oli. Tähän kokemukseen liittyy valtava määrä sellaisia tekijöitä, jotka eivät millään tavalla ole toiminnan järjestäjien käsissä: erilaiset mieltymykset, mielipiteet, maailmankatsomukset, kulttuuriset tekijät tai henkilökemiat voivat vaikuttaa yksittäisen ihmisen kokemukseen jostakin toiminnasta ratkaisevalla tavalla. Osallistujan kokemus siitä, miten helppoa osallistuminen oli, voi erota huomattavasti siitä, miten me tapahtuman järjestäjinä hahmotamme osallistumisen.

Vaikka toimintaa suunnitellessa pyrittäisiin huomioimaan mahdollisimman monipuolisesti erilaisia osallistumisen esteitä, matalakin kynnyks on aina kynnyks. Tämä ei kuitenkaan estä pyrkimästä mahdollisimman helppoon osallistumiseen. Jonkin toiminnan kynnyksistä madaltaessa on syytä tarkastella realistisesti sitä, mitä kynnyksen madaltamisella todellisuudessa tavoitellaan. Halutaanko sen avulla varmistaa, että osallistujia on mahdollisimman paljon, vai tavoitellaanko nimenomaan jonkin tietyn kohderyhmän osallistumisen helpottamista? Lisäksi on pohdittava, millaisilla keinoilla kynnyksistä tietyssä kontekstissa on mahdollista madaltaa. Käytännön asiat, kuten paikalle löytämisen helppous, ovat usein helpompia hallita kuin osallistujan subjektiivinen kokemus ja niihin on mahdollista vaikuttaa ennakoimalla.

Aina kaikki kynnyksen madaltamisen keinot eivät ole käytettävissä, sillä esimerkiksi aukioloaikojen pidentäminen voi olla käytettävien resurssien vuoksi mahdotonta, kuten Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman yhteydessä oli, mutta jotakin on aina tehtävissä. Tässä opinnäytetyössä matalan kynnyksen merkitys onkin ennen muuta siinä, että pyrimme markkinointitapahtuman käytännön suunnittelussa ottamaan huomioon erilaiset osallistajat ja tunnistamaan jo suunnitteluvaiheessa sellaisia esteitä, joihin osallistuminen voi kariutua. Samalla, kun hyväksymme käytännön realiteetit, jotka nostavat tapahtuman kynnyksistä, pyrimme laskemaan sitä mahdollisimman monella eri tavalla, ja hyödynnämme tässä prosessissa matalan kynnyksen käsitettä.

## 5 MARKKINOINTITAPAHTUMA MIELEN HYVINVOINTIA EDISTÄMÄSSÄ

Opinnäytetyömme kehittämistehtävä ehti muuttua useaan otteeseen ennen lopullista muotoaan, kuten luvussa 2.1 kerrotaan. Tapahtuman järjestäminen kehittämistehtävämme toteutustapana ja työskentelymenetelmänä säilyi kuitenkin kaiken aikaa suunnitteluprosessimme mukana. Syntyi Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuma, joka järjestettiin Auralan Settlementin tiloissa 28.8.2017. Olennaisena osana tapahtumaamme oli myös sen markkinoiminen. Tässä luvussa esittelemme markkinointitapahtuman järjestämisen prosessia, käsittelemme työmme kehittämismenetelmiä ja dokumentointitapoja.

### 5.1 Markkinointitapahtuman järjestäminen

Opinnäytetyömme kehittämistoiminnan luonnetta tarkasteltaessa on kiinnitettävä huomiota sen keston, tavoitteeseen, tarkoitukseen, resursseihin, sekä sen muihin erityispiirteisiin. Työmme pääasiallisena tavoitteena oli järjestää mielen hyvinvoinnin teemapäivä, jonka avulla esitellä Auralan kansalaisopiston kurssitoimintaa ja houkutella kursseille lisää asiakkaita. Tavoite itsessään jo suuntaa työmme luonnetta projektityön suuntaan, sillä se on selkeästi suunnitelmallinen, tavoitteellinen ja aikaan sidottu kokonaisuus mutta muitakin projektityölle ominaisia piirteitä täyttyy työssämme: työmme tekijät oli nimetty alusta saakka ja se oli rajattu aihesisällöllisesti (Paasivaara ym. 2013, Salovaaran ym. 2017, 36 mukaan). Hyvää mieltä -tapahtuma toteutettiin kevyellä rakenteella ja pääasiassa valmiilla resursseilla, tähdäten hyvin konkreettiseen tavoitteeseen. Projektin suunnittelussa keskityttiin ensisijaisesti tapahtuman markkinoinnin ja toteutuksen käytännöllisiin piirteisiin, kuten markkinointitahojen kartoittamiseen ja tapahtumapäivän sisältöön. Näin ollen työssämme korostuu myös projektille tyypillinen käytännönläheisyys, joka tekee projektityön rakenteesta hieman kehittämis- tai tutkimustyötä kevyemmän (Salonen ym. 2017, 35).

Rajat projektitoiminnan, kehittämistoiminnan ja tutkimustoiminnan välillä ovat kuitenkin ajoittain vaikeasti hahmotettavissa. Voisi ajatella, että työmme sisältää myös kehittämistyön piirteitä: tapahtumamme perustuu kehittämistyölle tyypillisesti työn tulosten hyödyntämiseen (Salonen ym. 2017, 34). Työmme tuloksista tapahtuman toistaminen

ja jatkokehittäminen jäävät rajaussyistä toimeksiantajamme vastuulle. Lisäksi käytimme osana tapahtumaamme tutkimuksellista menetelmää, kyselyä, jonka voidaan ajatella kuuluvan läheisemmin kehittämistyön (Salonen ym. 2017, 35) kuin projektityön piiriin. Kyselyn tuloksia Aurala pystyy halutessaan hyödyntämään jatkotoiminnassaan ottamalla vastaukset huomioon tulevan kurssitoimintansa suunnittelussa. Salonen kumppaneineen kuvaakin projektityötä termillä "projektilla kehittäminen" (Salonen ym. 2017, 35). Kootusti voitaisiinkin todeta, että vaikka kehittämistyön piirteitä työssämme onkin, putoaa se kuitenkin enemmän projektityön kuin kehittämistyön kategoriaan.

Toikon ja Rantasen (2009, 56) mukaan kehittämisprosessiin kuuluu viisi tehtäväkokonaisuutta: perustelu, organisointi, toteutus, levittäminen ja arviointi. Salonen kumppaneineen puolestaan jäsentää kehittämisprosessin seitsemään vaiheeseen: kehittämistarpeen tunnistaminen, ideointivaihe, suunnitteluvaihe, toteutusvaihe, tulos ja/tai tuotos, arviointivaihe ja päätös vaihe (Salonen ym. 2017, 51). Jäsennämme opinnäytetyömme prosessia Toikon ja Rantasen tekemällä jaottelulla, sillä Salosen ym. jäsenyyksen osat tuotosta lukuun ottamatta sisältyvät selkeästi Toikon ja Rantasen jaotteluun. Vaikka tapahtumasuunnitteluprojektimme olikin ensisijaisesti kokeilemisen ja projektin tekijöiden jo olemassa olevan taidon ja tiedon hyödyntämistä teoreettisen lähestymisen sijaan, voimme hyödyntää edellä mainittuja tehtäväkokonaisuuksia prosessin hahmottamisessa ja ymmärrettäväksi tekemisessä.

Ensimmäinen tehtäväkokonaisuus, perustelu, sisältää kehittämistoiminnan lähtökohdat, tärkeimpänä kysymyksenä sen, miksi kehittämistoimintaan lähdetään juuri nyt (Toikko & Rantanen 2009, 57). Opinnäytetyömme aihe määrittyi pitkälti toimeksiantajan kiinnostuksesta alun perin mielenterveyskuntoutujien kurssitarjonnan lisäämiseen ja myöhemmin mielen hyvinvointiin liittyvän kurssitoiminnan markkinoimiseen. Projektin ajankohta puolestaan määrittyi käytännön syistä Turun Ammattikorkeakoulun opinnäytetyösyklin mukaan, mutta osuvasti Auralan kansalaisopiston uuden lukukauden käynnistymisvaiheeseen. Lisäksi, kuten luvussa 3 kerrotaan, mielenterveys on aiheena Suomessa edelleen valitettavan tabu, vaikka mielenterveydestä ja mielen hyvinvoinnista puhutaankin jo aiempaa hieman avoimemmin. Hyvää mieltä -tapahtumamme toi ajankohtaista mielen hyvinvoinnin käsitettä esille ja osaltaan profiloit Auralan kansalaisopistoa mielen hyvinvoinnin kurssitoiminnan tuottajana.

Kehittämistoiminnan organisoinnilla Toikko ja Rantanen (2009, 58) tarkoittavat esimerkiksi kehittämistyön resurssien määrittelyä, projektin henkilöstöresurssien suunnittelua, ja toimintasuunnitelman tekemistä. Hyvää mieltä -tapahtuma toteutettiin pääosin jo

valmiita resursseja hyödyntäen: Auralan kansalaisopiston omissa tiloissa sekä lähinnä opinnäytetyötiimin ja Auralan kansalaisopiston työntekijöiden työpanoksella. Resurssit puolestaan määrittävät olennaisesti Toikon ja Rantasen kolmatta tehtäväkokonaisuutta, kehittämistoiminnan toteutusta, jonka kirjoittajat jakavat neljään osuuteen: ideointiin, priorisointiin, kokeiluun ja mallintamiseen (Toikko & Rantanen 2009, 59). Salosen ym. esittelemä suunnitteluvaihe (2017, 51) niveltyy Toikon ja Rantasen organisointi- ja toteutusvaiheisiin, sillä organisointivaiheen toimintasuunnitelman ideoihin voidaan toimintavaiheessa palata (Toikko & Rantanen 2009, 59).

Opinnäytetyössämme on hahmotettavissa kaksi isoa osa-aluetta: varsinaisen tapahtuman suunnittelu ja toteutus, sekä tapahtuman markkinoinnin suunnittelu ja toteutus. Tapahtuman suunnittelun edetessä vastasimme Vallon ja Häyrisen esittelemiin tapahtumasuunnittelun strategisiin (miksi, mitä, kenelle, missä ja milloin) ja operatiivisiin (millainen ja kuka/ketkä) kysymyksiin (Vallo & Häyrinen 2014, 103-109). Voimme huomata, että Vallon ja Häyrisen jaottelu limittyy osittain tässä luvussa esiteltyihin Toikon ja Rantasen tehtäväkokonaisuuksiin, mutta hyödynnämme ensiksi mainittujen teoriaa, sillä se liittyy suoraan tapahtuman järjestämiseen. Tapahtumamme ideana oli tuoda Auralan kurssitoiminta lähelle asiakkaita, kerätä Auralalle arvokasta tietoa asiakkaiden kurssitoiveista, sekä herättää keskustelua mielen hyvinvoinnista. Tapahtuman kohderyhmäksi valikoituivat lopulta kaikki mielen hyvinvoinnista kiinnostuneet henkilöt. Kehittämistehtävämme mukaisesti tapahtuman kantavimpana ajatuksena oli se, että se pyrittiin järjestämään matalan kynnyksen periaatteella, jotta mahdollisimman moni saapuisi paikalle. Tapahtuman nimeksi valittiin "Hyvää mieltä Auralassa – mielen hyvinvoinnin teemapäivä" kuvaamaan tapahtuman luonnetta, teemaa ja viestiä. Tapahtumapäivän ajankohdaksi valittiin 28.8, joka sopi hyvin Auralan kurssitoiminnan käynnistymisaikatauluihin. Ajatuksena oli, että tapahtumapäivän jälkeen asiakas ehtii vielä ilmoittautumaan ja pääsemään alusta saakka mukaan haluamalleen opintojaksolle.

Tapahtuman toteutuspaikkana käytettiin Auralan kansalaisopiston omia tiloja, Aurorasalia ja Pohjola-salia osoitteessa Satakunnantie 10, Turku. Salit sijaitsevat samassa pihapiirissä Auralan päärakennuksen kanssa ja suhteessa toisiinsa saleihin kuljettiin vierekkäisistä ovista. Valinta oli luonnollinen, sillä suurin osa Auralan muusta toiminnasta tapahtuu saman pihan sisäpuolella, ja näin ollen sen tilat ja sijainti tulivat samalla tutuksi myös uusille asiakkaille. Erilliset tilat antoivat työrauhaa tapahtuman eri toiminoille, ja tarkoituksena oli myös hajauttaa vierailijoita, jotta yksi tila ei kävisi liian ruuhkaiseksi. Lisäksi Auralan omien tilojen hyödyntäminen piti tapahtuman kulurakennetta

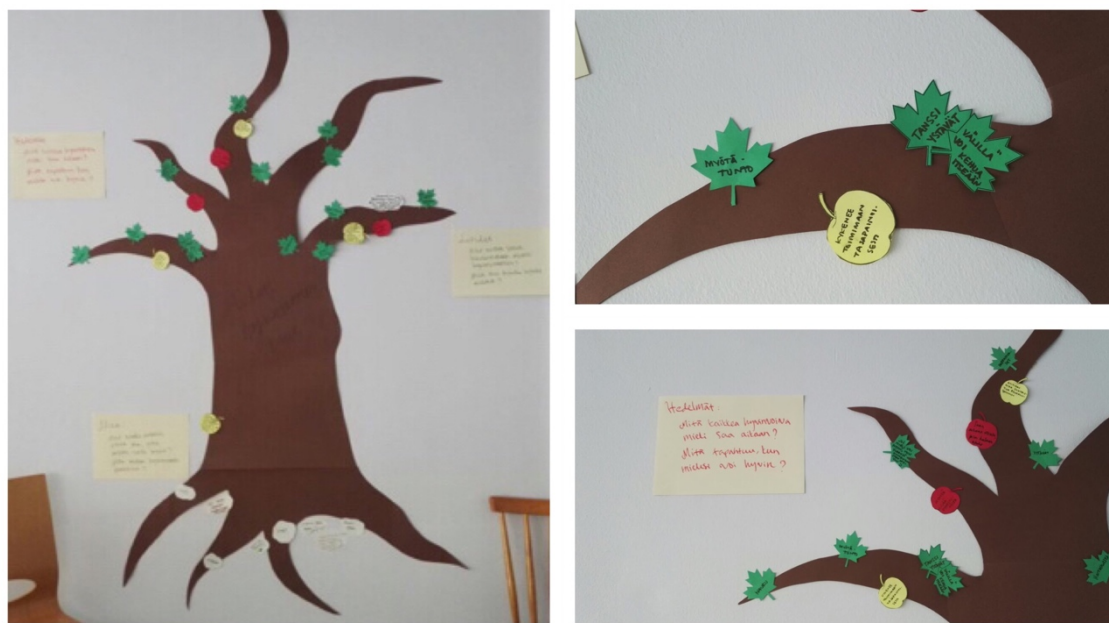
aisoissa. Vierekkäisten, erillisten salien käyttö otettiin huomioon tapahtuman opasteissa, ja kulkureitit sekä salien nimet pyrittiin tuomaan selkeästi esille niin tapahtuman esitteessä kuin piha- ja oviopasteissakin.

Tapahtuman sisältö muotoutui kevään aikana toimeksiantajan, sekä opinnäytetyötiimin välisten palavereiden aikana. Mukaan haluttiin niitä Auralan opintotoiminnasta valikoituja näytetunteja, jotka sopivat mielen hyvinvoinnin teemaan ja joita tässä opinnäytetyössä nimitämme tapahtumastamme puhuttaessa työpajoiksi. Halusimme myös, että työpajoja ohjaavat ne ihmiset, jotka näitä kursseja normaalistikin Auralassa vetävät. Tämä toimi kävijöiden suuntaan ikään kuin Auralan kansalaisopiston käyntikorttina ja toisaalta se myös vapautti opinnäytetyötiimin resursseja keskittyä täysipainoisemmin opinnäytetyön kehittämistehtävään. Tapahtuman työpajoiksi valikoituivat NLP (Susanna Anderson), terapeutin jooga (Kreeta Ranki), sekä mindfulness (Satu Posti). Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman tarkemman työpaja-aikataulun löydät tapahtuman julisteesta, liitteestä 1. Työpajojen osallistujamäärää rajoitettiin, sillä halusimme varmistaa niiden työrauhan. Osallistumispaikat jaettiin vuoronumeroin kävijöiden saapuessa tapahtumaan.

Opinnäytetyötiimin ja näytetuntien ohjaajien lisäksi tapahtumapäivän järjestämisessä oli mukana kolme muuta henkilöä, joista kaksi vastasi kävijöiden tiedusteluihin Auralan opintotoimintaa kohtaan ja esittelivät tulevaa kurssitoimintaa. Kolmas oli apuna siellä, missä apua tarvittiin. Opinnäytetyötiimi jakautui molempiin saleihin, jotta oli mahdollista ottaa paljon kontaktia kävijöihin. Molemmissa saleissa järjestettiin kahvitarjoilu ja toisessa salissa oli kyselylomakkeen täyttöpiste, sekä mahdollisuus osallistua ratkaisukeskeisten lyhytterapiakeskusteluiden sarjan arvontaan. Lisäksi tapahtumaan tuotiin persoonallisuutta tilojen koristelun avulla. Käytimme tilan personoimisessa esimerkiksi erilaisia tapahtuman teemaan liittyviä paperille tulostettuja aforismeja, joita asetettiin esille molempiin tapahtumasaleihin. Kaikki tapahtumapäivän järjestämisessä osallisena olevat huolehtivat kävijöiden kahvituksesta, lisäopastuksesta salien, kurssien tai päivän kulun suhteen sekä muistuttelivat kävijöitä kyselyyn vastaamisesta ja arvontaan osallistumisesta.

Tapahtumaa suunnitellessa pohdimme myös mielen hyvinvoinnin käsitteen korostamista ja aukaisemista tapahtumassa niin, että se herättäisi ajatuksia ja jutustelua kävijöiden keskuudessa. Syntyi ajatus toiminnallisesta harjoitteesta, johon kävijät voisivat itse osallistua ja kuvailla, mitä mielen hyvinvointi heille merkitsee. Toteuttamistavaksi muodostui Mielen hyvinvoinnin puu, joka toimi tapahtumassamme työpajojen oheisohjel-

mana. Puun yksityiskohtainen ohjaussuunnitelma on liitteessä 2. Ideana puussa oli koota seinälle askarrellun puunrungon juurelle kivenmurikoihin asioita, jotka ovat edellytyksiä mielen hyvinvoinnille, oksille lehtiin asioita, jotka ruokkivat mielen hyvinvointia sekä hedelmiksi asioita, joita hyvinvoiva mieli mahdollistaa. Tapahtuman kävijät osallistuivat puun rakentamiseen mielellään, ja kaikkiin puun osiin kirjoitettiin monenlaisia asioita.



Kuva 1. Mielen hyvinvoinnin puu.

Tapahtuman jälkeen tilat palautettiin alkuperäiseen järjestykseen koko tiimin toimesta ja päivästä pidettiin lyhyt jälkipuintikeskustelu toimeksiantajan kanssa vielä saman päivän aikana. Myös kävijöiden täyttämät kyselylomakkeet luettiin läpi, ja arvonta suoritettiin kaikkien arvontalipukkeiden jättäneiden kesken. Myöhemmin tapahtumapäivää puitiin vielä sähköpostikeskusteluissa toimeksiantajan edustajan ja opinnäytetyötiimin välillä. Tapahtumasta pyrittiin saamaan esille ne asiat, joita voi jatkossa parantaa, mutta myös niitä asioita ja ideoita jotka olivat tapahtuman kannalta onnistuneita. Näistä kerromme yksityiskohtaisemmin seuraavassa luvussa.

Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman markkinoinnin suunnittelu puolestaan lähti liikkeelle Auralan omien yhteistyökumppaneiden ja -verkostojen kartoittamisella. Vuosien varrella Aurala on kerännyt laajan verkoston, joten sen hyödyntäminen tuntui varsin luonnolliselta ajatukselta. Lisäksi kartoitimme Turun kaupungin alueella mielenterveyden kentällä työskenteleviä tahoja, joiden asiakaskuntaa toivoisimme paikalle tapahtu-

maamme ja joita voisimme tapahtumaa markkinoidessamme lähestyä. Markkinoinnin välineeksi näiden verkostojen suuntaan valittiin sähköposti, sillä se on markkinoijan näkökulmasta nopea ja helppokäyttöinen kanava sekä vastaanottajan kannalta kevyt eikä ole sidottu johonkin tiettyyn aikaan, toisin kuin esimerkiksi puhelinmarkkinointi. Lista niistä tahoista, joille kohdennettua verkostomarkkinointia suunnattiin, löytyy liitteestä 3. Käytimme myös Facebookia sosiaalisen median markkinointikanavamme, sillä se on sähköpostiviestinnän tavoin nopea ja lisäksi usein tehokas, tavoittavuudeltaan suuri ja kohdennettavissa oleva markkinointikanava. Lisäksi hyödynsimme Auralan omaa mainoslehteä ja jalkauduimme jakamaan esitteitä julkisille mainostauluille.

Markkinointimateriaalin tuottaminen tapahtui pääosin kesäkuun 2017 aikana. Tapahtuman mainoksen (liite 1) teksteillä pyrittiin luomaan helposti lähestyttävä vaikutelma tapahtumasta matalan kynnyksen periaatteen mukaisesti, ja sisällön haluttiin olevan selkeää ja informatiivinen. Tapahtumaan toteutettiin myös erillinen esite, johon koottiin spesifimmin Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävää kurssitoimintaa (liite 4). Esitteeseen valikoitui niitä kurssikokonaisuuksia, joissa pyritään aktiivisesti mielen hyvinvointiin ja tasapainoon. Kootun esitteen ideana oli herättää kiinnostusta tapahtuman teeman mukaiseen kurssitoimintaan, sekä tehdä kyseisten kurssien löytämisestä helppoa. Lisäksi listan ajateltiin tuovan lisäarvoa tapahtumaan, sillä se koottiin kävijöille ikään kuin lisäpalveluksi. Mainoslehtisten taitossa ja muotoiluissa käytettiin Auralan omaa osaamista, ja niiden painamiseen ostopalvelua.

Varsinainen aktiivinen markkinointityö alkoi elokuun 2017 lopussa. Markkinoinnin aloitus haluttiin juuri tähän ajankohtaan siksi, että halusimme odottaa kesälomien päättymistä niin, etteivät mainoksemme mene lomainnostuksen vuoksi ihmisiltä ohi silmien. Lisäksi kaikki markkinointi oli Auralan henkilöstön kesälomien ja opinnäytetyötiimin aikataulujen vuoksi järkevää sijoittaa samaan ajankohtaan. Auralan puolelta mainos painettiin Aurala-lehteen, sekä lisättiin Auralan kansalaisopiston päärakennuksessa olevalla infonäytölle. Verkostomarkkinoinnista, julistemarkkinoinnista ja sosiaalisen median markkinoinnista puolestaan vastasi opinnäytetyötiimi.



Helmikuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinnäytetyön aloituspalaveri toimeksiantajan kanssa</li> <li>• Alustavaa suunnittelua opinnäytetyön kaikkien osa-alueiden osalta</li> <li>• Tapahtumamarkkinoinnin valitseminen markkinoinnin keinoksi</li> <li>• Tapahtumapäivän päättäminen ja alustavaa ideointia</li> </ul>
Maaliskuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kehittämistehtävän kirkastaminen ja suhteuttaminen suunniteltuun tapahtumaan</li> <li>• Tapahtuman kohderyhmän valitseminen</li> <li>• Suunnitelmien tarkentaminen ja selkiyttäminen niin opinnäytetyötiimille kuin toimeksiantajallekin</li> <li>• Tapahtumapäivän sisällön ja aikataulujen suunnittelu, sekä tapahtuman näytetuntien ohjaajien valinta</li> <li>• Markkinointitahojen ja -aikataulujen kartoitus</li> </ul>
Huhtikuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinnäytetyön suunnitelman palautus ja teoriapohjan kirjoittaminen</li> <li>• Tapahtuman kohderyhmän tarkentuminen</li> </ul>
Toukokuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toimeksiantajan haastattelu</li> <li>• Opinnäytetyön teoriapohjan kirjoittaminen</li> </ul>
Kesäkuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tapahtuman markkinointimateriaalin suunnitteleminen, tekeminen ja tuottaminen</li> <li>• Markkinointiaikataulun tarkempi suunnitteleminen</li> <li>• Markkinointitahojen määrittelemine</li> <li>• Tapahtuman työpajojen ohjaajien varmistuminen</li> <li>• Tapahtumapäivän ohjelman viimeisteleminen</li> <li>• Työnjaon ja aikataulujen selkeyttäminen</li> <li>• Tapahtuman nimen vahvistaminen</li> </ul>
Heinäkuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinnäytetyövapaa kuukausi</li> </ul>

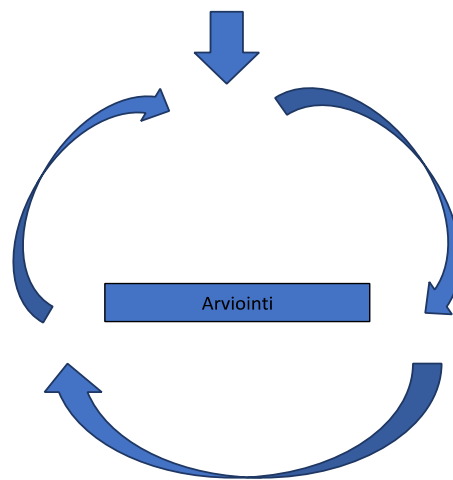
Elokuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Markkinoinnin aloittaminen kuun alussa</li> <li>• 28.8.2017 Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuma</li> <li>• Tapahtuman jälkipuinti</li> </ul>
-------------	---

Taulukko 3. Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman suunnittelu- ja toteutusaikataulu

Toikon ja Rantasen kaksi viimeisintä tehtäväkokonaisuusvaihetta, kehittämistoiminnan arviointi, sekä tulosten levittäminen tarkoittavat sitä, miten toteutettu kehittämistoiminta (meidän tapauksessamme tapahtumaprojektimme) on vastannut tavoitteisiin ja miten kehittämistoiminnan aikana saatuja tuloksia saadaan hyödynnettäväksi eteenpäin (Toikko & Rantanen 2009, 61-62). Salonen kumppaneineen (2017, 51) esittävät tulos- ja/tai tuotosvaiheen, joka sijoittuu kehittämistoiminnan vaiheissa ennen Toikon ja Rantasen jaottelemaa kehittämistoiminnan arviointia ja tulosten levittämistä. Opinnäytetyömme tuotos esitellään ja tuloksia arvioidaan erikseen luvussa 6, joten ei ole mielekästä avata niitä tässä. Tapahtuman ja sen suunnittelu- ja toteutusvaiheessa käytettyjen elementtien jatkohyödyntäminen ja -kehittäminen puolestaan jää opinnäytetyömme ulkopuolelle ja näin ollen Auralan kansalaisopiston pohdittavaksi, vaikka pohdintaluvussa 7 joitakin kehittämisideoita esitämmekin.

Opinnäytetyömme kehittämistoiminnan prosessi eteni varsin suoraviivaisesti, lineaarisesti (vrt. esim. Salonen ym. 2017, 52), tapahtuman ja tapahtuman markkinoinnin päällekkäisellä suunnittelulla ja toteutuksella kohti tavoitetta – Hyvää mieltä Auralassa -tapahtumapäivää. Toisaalta, koska työssämme korostuu myös sykliselle kuvaustavalle ominaisia piirteitä, kuten vaiheiden jatkuvaa reflektointia sekä arviointia (Salonen ym. 2009, 52), voitaisiin prosessiamme kuvata konstruktivisen mallin avulla (kuvio 2), joka yhdistää lineaarisen ja syklisen kuvaustavan (Salonen ym. 2017, 53). Kuviossa esitetään konstruktivistinen syklimalli, jota on muokattu opinnäytetyömme kehittämistoimintaan sopivaksi. Konstruktivistinen näkemys on yksi kehittämistoiminnan metodologisia lähtökohtia (Salonen ym. 2017, 31). Metodologia, eli menetelmäoppi määrittelee kehittämistoiminnan periaatteita (Toikko & Rantanen 2009, 35). Huomionarvoista on, että projektissamme tapahtuman ja tapahtuman markkinoinnin suunnitteluvaihe on kuviossa varsin vahvasti erillisenä osa-alueena. Suunnitteluvaiheen sisällyttäminen pelkääntään organisointivaiheeseen ei olisi antanut täysin oikeaa kuvaa sen asemasta työmme prosessissa. Tältä osin kuvion sisältö noudattelee Salosen ja kumppaneiden esittelemää jaottelua. Lisäksi kuviossa on merkittävää se, että sen syklisyys on opinnäytetyös-

sämme kulkenut ainoastaan yhden ympyrän: jatkokehittelyjen myötä sykli voi parhaassa tapauksessa jatkua ja sen sisältö kehittyä.



nen Auralassa

Kuvio 2. Markkinointitapahtuman järjestämisen malli mukailien Toikko & Rantasta (2009) ja Salosta ym. (2017).

## 5.2 Kehittämismenetelmät

Kehittämistoiminnassa käytetyt menetelmät juontuvat ihannelilanteessa kehittämistoiminnan metodologisista perusteista (Toikko & Rantanen 2009, 166). Metodologiset perusteet antavat kehittämistoiminnassa mukana oleville yhtenäisen pohjan lähteä tarkastelemaan prosessia kokonaisuudessaan. Se määrittelee orientaation, jolla esimerkiksi tietoa tarkastellaan, tietoa tuotetaan tai tuloksia julkaistaan. Lisäksi se määrittelee esimerkiksi sitä kieltä ja niitä käsitteitä, joita kehittämistoiminnan parissa työskentelevä tiimi yhteisesti käyttää. (Salonen ym. 2017, 29)

Opinnäytetyömme menetelmällisyys on hyvin käytännönläheistä ja kuhunkin prosessin vaiheessa olevaan tilanteeseen ja tehtävään sidottua. Koemme käyttämämme menetelmät ennemminkin työvälineiksi, keinoiksi päästä haluamaamme lopputulokseen: tapahtumamme ja kehittämistehtävämme toteutukseen. Tärkeimpiä työvälineitä opinnäytetyössämme olivat erilaiset palaverit ja tapaamiset, muistilistat, toiminnallinen Mielen hyvinvoinnin puu ja asiakkaille toteutettu kysely. Lisäksi toteutimme pienimuotoisen haastattelun Lotta Mankosen kanssa. Haastattelu avasi meille opinnäytetyömme suunnitelmaa varten Auralan kansalaisopiston toimintaa ja konseptia. Tapahtuman toteutuksen kannalta haastattelu jää hieman irralliseksi, joten jätämme haastattelun käsitteilyn tässä kohtaa maininnan tasolle. Lisäksi Mielen hyvinvoinnin puun käyttö tapahtumassamme esiteltiin luvussa 5.1 ja sen tarkempi kuvaus löytyy liitteestä 2, joten emme käsittele sitä enempää tässä menetelmäluvussa.

Mikäli opinnäytetyössämme käytettyjä työvälineitä jaoteltaisiin Toikon ja Rantasen esittelemien viiden työvaihekokonaisuuden (ks. luku 5.1) mukaan, huomaamme, että menetelmämme kietoutuvat useiden vaiheiden kanssa päällekkäin. Eniten useiden vaiheiden kanssa päällekkäisiä menetelmiä olivat palaverit ja erilaiset muistiinpano- ja tehtävälisät. Palavereita ja tapaamisia järjestettiin niin opinnäytetyötiimin kesken, kuin yhdessä toimeksiantajankin kanssa ja niiden luonne oli eri vaiheista riippuen erilaista. Perusteluvaiheessa palavereilla pyrittiin hakemaan tapahtumamme tarkoitus ja kohderyhmä selkeäksi. Tässä perusteluvaiheessa voidaan havaita syklisyyttä siinä mielessä, että kun tulokulma tapahtuman kohderyhmään muuttui, kävimme palaverein perusteluvaihetta uudelleen läpi päästäksemme yhteiseen käsitykseen tapahtuman luonteesta, kohderyhmästä ja tarkoituksesta. Kehittämistoiminnan organisointi- ja toteutusvaiheessa palaverit koskivat tapahtuman tarkempaa suunnittelua sisältöineen, aikatauluineen ja tehtävänjakoineen, sekä tapahtuman markkinoinnin suunnittelua, yhteistyötahojen

kartoittamista ja itse markkinoinnin toteuttamista. Tapahtumapäivän jälkeen palavereita järjestettiin lähinnä opinnäytetyötiimin kesken, koskien opinnäytetyön kirjallisen osuuden toteuttamista. Palaverien pohjalta kootut muistiinpano- ja tehtävälisterit olivat olennaisessa osassa etenkin tehtäväkokonaisuusvaiheesta toiseen siirryttäessä. Ne mahdollistivat työnjakoa ja yhteistä konsensusta opinnäytetyön eri vaiheissa ja toimivat tärkeinä työvälineinä mennyttä dokumentoidessa ja tulevaa suunnitellessa.

Opinnäytetyömme tapahtuman yhteydessä tapahtuman kävijöillä oli mahdollista täyttää kyselylomake koskien Auralan kansalaisopistossa järjestettävää kurssitoimintaa niin mielenterveyskuntoutujien kuin muunkin kurssitoiminnan suhteen. Samalla kerättiin myös palautetta Hyvää mieltä Auralassa -tapahtumasta. Kyselyn järjestäminen oli tapahtumassamme sivutuotteen roolissa, koska pääasiallinen tehtävämme oli suunnitella ja järjestää markkinointitapahtuma. Sen merkitys Auralan kansalaisopistolle on kuitenkin olennainen. Kyselylomakkeen avulla asiakkailta oli mahdollista vaikuttaa toivein Auralan kansalaisopiston järjestämään mielen hyvinvointia tukevaan kurssitoimintaan. Lisäksi Auralan kansalaisopistolla on puolestaan palautteen perusteella mahdollista kehittää toimintaansa niin, että heidän järjestämänsä opintotoiminta vastaisi enemmän palvelun käyttäjien tarpeisiin ja näin ollen lisäisi kurssien kävijämääriä.

Kyselylomakkeen käyttö opinnäytetyössämme yhdistää Auralan kansalaisopistoon toteuttamaamme kehittämistyöhön tutkimuksellista otetta. Kyselylomaketta käytettiin tapahtumamme yhteydessä kvantitatiivisena tutkimusmenetelmänä. Tapahtumaan odotettiin paljon asiakkaita, jonka vuoksi päädyimme kyselylomakkeen kaltaiseen nopeaan keinoon kartoittaa asiakkaiden toiveita ja ajatuksia. Kyselylomakkeessa käytettiin sekä monivalintakysymyksiä, että avoimia kysymyksiä. Siinä kartoitettiin kävijän sukupuolta ja ikää, aiempaa osallistumista Auralan kurssitoimintaan, mielipidettä Hyvää mieltä -tapahtuman onnistumisesta, sekä toiveita niin mielenterveyttä edistävän kuin yleisenkin opintotoiminnan suhteen. Lisäksi kyselyssä tiedusteltiin, mistä asiakas oli kuullut Hyvää mieltä -tapahtumasta. Kyselylomakkeeseen vastaamista pyrittiin tekemään houkuttelevammaksi liittämällä arvonta kyselyyn vastanneille. Palkintona oli kaksi kappaletta kolmen kerran lyhytterapiakeskustelujen sarjaa Lotta Mankosen kanssa.

Kyselyyn vastanneita asiakkaita oli tapahtumassamme yhteensä 12, joten sen tuloksia ei ole mielekästä purkaa taulukoihin tai analysoida irrallisena kokonaisuutena, sillä pienen otoksen perusteella ei voi muodostaa kovinkaan suuria johtopäätöksiä. Työn kannalta hedelmällisempää on sen sijaan tarkastella kyselyn tuloksia suhteessa tapahtuman onnistumiseen (ks. luku 6.2).

Tapahtuman järjestäminen oli opinnäytetyömme selkeästi isoin ja näkyvin työ. Sen tarkoituksena oli markkinoida Auralan mielen hyvinvointia edistävää kurssitoimintaa, joten markkinoinnin näkökulmasta toteutimme hyvin selkeästi myynninedistämistä tapahtumamarkkinoinnin kautta. Suhteessa kehittämistehtäväämme, asiakkaiden lisäämiseen Auralan kurssitoimintaan, koemme että tapahtumamarkkinointi ja Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuma toimivat myös eräänlaisena työkaluna tavoitteen saavuttamiseen, vaikka niiden juuret markkinoinnin teoriassa ovatkin. Tulostemme vaikutusten arviointi jää tosin Auralan toteutettavaksi ja kiinnostavaa olisikin tietää, tuliko Auralan kurssitoimintaan mukaan ihmisiä Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman myötä.

### 5.3 Dokumentoitavat ja tuotetut materiaalit

Toikko ja Rantanen jakavat kehittämisprosessin vaiheiden dokumentoinnin neljään osaan: kehittämistoiminnan virallisen osuuden, toiminnan kuvauksen, epävirallisen seurannan sekä erillisten arviointidokumenttien dokumentointiin (Toikko & Rantanen 2009, 80-82). Opinnäytetyössämme voidaan hahmottaa dokumentointia kolmesta edellä mainitusta dokumentointityypistä.

Kehittämistoiminnan virallisella osuudella voitaisiin opinnäytetyössämme tarkoittaa Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman suunnitteluosuutta, joka jäsentyy Toikon ja Rantanen kehittämistoiminnan tehtäväkokonaisuusjaottelussa osittain sekä kehittämistoiminnan organisointi-, että toteutusvaiheisiin (ks. luku 5.1). Suunnitteluosuus oli erityisen tärkeässä asemassa tapahtuman onnistumisen ja sitä kautta tulosten saavuttamisen kannalta. Dokumentoimme suunnitteluvaihetta pääosin palavereista kirjoitetuilla muistioidilla ja tehtävälistoilla, joita hyödynsimme tulevissa palavereissa ja niiden välissä tapahtuneessa toimintavaiheessa, jolloin pyrittiin saamaan listan sisältämiä tavoitteita eteenpäin ennen seuraavaa palaveria. Toimintavaiheessa dokumentointi rajoittui lähinnä opinnäytetyötiimin keskinäisiin, aikataulullisten tavoitteiden pohtimiseen ja tehtävälisistä nousseisiin työnjaollisiin aspekteihin, ei niinkään Toikon ja Rantanen esimerkkeinä kuvaamiin näkyväksi tehtyihin kalentereihin tai työsuunnitelmiin (Toikko & Rantanen 2009, 81). Tapahtumamme toteutuksen kannalta suunnittelu- ja toteutusvaiheen muistiinpanot olivat kuitenkin erityisen tärkeitä, jotta kaikki työn osa-alueet pystyttiin toteuttamaan suunnitellun aikataulun mukaisesti ja työnjako niin opinnäytetyötiimin, kuin toimeksiantajankin kesken oli selkeää.

Esitellyistä dokumentointityypeistä viimeinen, arvioinnin dokumentointi, on myös tärkeä osa opinnäytetyömme dokumentointia. Hyvää mieltä -tapahtuman yhteydessä toteutetun kysely- ja palautelomakkeen välittämästä tiedosta saatiin materiaalia, joka on luetavissa suoraan arvioinnin dokumentoinniksi. Vaikka kyselyn toteuttaminen ei ollutkaan opinnäytetyömme pääasiallisia tehtäviä, se toi lisäarvoa tapahtumalle luomalla pohjaa sen jatkokehittelylle sekä tuottamalla Auralan kansalaisopistolle relevanttia tietoa.

Edellä esitettyjen dokumentointityyppien kirjanmukaisten määritelmien ulkopuolelle jää kuitenkin lähes kokonaan eräs tärkeä osa opinnäytetyötä: itse Hyvää mieltä -tapahtumapäivän toteutuksen dokumentointi. Työn toteuttamisvaiheessa Salonen ym. mainitsevat erääksi toteuttamisvaiheen välineeksi työpajojen järjestämisen, jonka tärkeänä tehtävänä on saattaa kehittämistyössä olevat osalliset yhteen ja vaihtaa ideoita ja ajatuksia teemaan liittyen (Salonen ym. 2017, 62). Järjestämämme tapahtuma kokoisi yhteen sekä potentiaaliset asiakkaat käyttäjäkokemuksen kertojiksi että palvelun tarjoajan mielipiteiden kuuntelijaksi ja keskustelu- ja kokemusalustan tarjoajaksi, voitaneen edellä mainittua soveltaa tapahtumaamme. Dokumentoimme tapahtuman pääosin kuvia ottamalla. Ajoitimme kuvien ottamisen pääosin ennen tapahtumaa, jolloin tilat olivat valmiina kävijöitä varten ja kahvipöytä oli vielä koskematon. Lisäksi Mielen hyvinvoinnin puusta otettiin kuvia, kun tapahtuma oli ohitse ja puuhun oli ilmestynyt kävijöiden ajatuksia mielen hyvinvoinnin merkityksestä. Eräs mielenkiintoinen dokumentoinnin kohde olisivat olleet tapahtuman työpajatilanteet, mutta halusimme jättää ohjaajille ja kävijöille työrauhan ja pidimme kameramme loitolla työpajatilanteista.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöprosessissamme tuotetut materiaalit voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan: kehittämisprosessissa tuotettuihin ja tapahtuman aikana tuotettuihin materiaaleihin. Kehittämisprosessin aikana tuotettuihin materiaaleihin kuuluu kirjoittamamme palaverien muistilistat ja suunnitelmat tapahtuman järjestämisen suhteen. Nämä materiaalit ovat opinnäytetyössämme toimineet lähinnä opinnäytetyötiimin ja toimeksiantajan välisten palaverien sisäisinä, muistin ja tehtävänjaon mahdollistavina dokumentteina. Hyödynnettäväksi tuotomateriaaliksi voidaan laskea kokoamamme yhteistyötaholista (liite 3), jota hyödynsimme tapahtumamme verkostomarkkinoinnin osuudessa. Listasta voi olla myös jatkossa hyötyä toimeksiantajallemme. Tapahtuman aikana hyödyllistä tuotettua materiaalia olivat myös asiakkaiden täyttämät kyselylomakkeet, joista nousevan tiedon avulla pääsemme lähemmäs kehittämistehtävämme toteutumista. Kyselylomakkeen tuloksia avataan luvussa 6. Tuotettuihin materiaaleihin voimme laskea myös Mielen hyvinvoinnin puun, joka toimii esimerk-

kinä toiminnallisen menetelmän käytöstä tapahtumassa. Lisäksi työstämme valmistui tuotos, tapahtumanjärjestäjän muistilista, joka kuvataan tarkemmin luvussa 6.2 (liite 7).



## 6 KEHITTÄMISTYÖN TULOKSET

Opinnäytetyömme kehittämistehtävänä oli tavoittaa uusia asiakkaita Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan. Mielen hyvinvoinnin teemapäivän kautta ja tapahtumaa markkinoimalla tavoitimme huomattavan määrän ihmisiä eri kanavien kautta ja eri tavoilla: nämä luvut ja pohdinnat kehittämistehtävämme onnistumisesta tässä suhteessa esitellään tarkemmin alaluvussa 6.1. Lisäksi alaluvussa 6.2 tarkastelemme sitä, miten kehittämistehtävämme onnistui itse tapahtuman osalta sekä esittelemme opinnäytetyömme tuotoksen, tapahtumajärjestäjän muistilistan (liite 7). Hyödynnämme tässä osiossa sekä työskentelyn aikana eri tavoin keräämäämme tietoa että markkinointitapahtumassa toteuttamamme kyselyn (liite 6) tuloksia.

### 6.1 Markkinoinnin tulokset

Käytimme Mielen hyvinvoinnin teemapäivän markkinoinnissa useita eri kanavia: julistemarkkinointia, suoramarkkinointia sähköpostitse ja Aurala-lehden kautta, sekä markkinointia Facebookissa. Ainoastaan Facebookin osalta on mahdollista tietää melko tarkasti, kuinka paljon ihmisiä tavoitimme, kun taas muiden markkinointikanavien kohdalla joudumme tyytymään karkeampiin arvioihin asiasta. Perinteisimpinä markkinoinnin kanavina käytimme Aurala-lehteä sekä julistemarkkinointia. Aurala-lehti on Auralan kansalaisopiston oma ilmaisjakelulehti, jossa julkaistaan kurssiohjelmat sekä muut opiston tapahtumat. Lehdessä oli mielen hyvinvoinnin teemapäivän tiedot, ja tapahtuman julisteita puolestaan jaettiin ilmoitustauluille mahdollisimman laajasti erilaisia ihmisiä tavoittaviin paikkoihin. Julkisten ilmoitustaulujen määrä on jatkuvasti vähentynyt, ja tehtävä oli haastavampi kuin voisi kuvitella.

Juliste- ja lehtimarkkinoinnin vaikuttavuutta on vaikein arvioida. Aurala-lehti jaetaan noin 80 000 kotitalouteen Turun kaupungin alueella, joten se tavoittaa hyvin laajan ihmismassan. Haasteena mielen hyvinvoinnin teemapäivän osalta oli kuitenkin se, että samassa lehdessä julkaistaan Auralan kaikki tulevan vuoden kurssit, jolloin teemapäivän kuvaus saattoi jäädä lukijalta huomaamatta. Tapahtuman vasta melko myöhään keväällä alkanut suunnittelu aiheutti myös sen, ettei lehteen ollut enää mahdollista saada isompaa ilmoitusta tapahtumasta. Pelkkä teksti-ilmoitus erottuikin lehden muusta tiedosta melko heikosti. Kuitenkin tapahtumaan saapuneista ja kyselyyn vastanneis-

ta kaksi (17% vastanneista) mainitsi saaneensa tiedon tapahtumasta myös Aurala-lehdestä, eli lehtimarkkinointi tavoitti ainakin joitakin ihmisiä.

Julistemarkkinoinnin osalta on hyvin vaikea arvioida, miten monia ihmisiä se on tavoittanut. Vaikka tiedämme jakaneemme julisteita 28 eri paikkaan (moniin paikkoihin useita ja joihinkin esitteenomaisesti kokonaisen nipun), emme tiedä, moniko on kiinnittänyt niihin huomiota. Kyselyyn vastanneista kolme (25% vastanneista) sanoi saaneensa tiedon myös julisteesta, mikä viittaa siihen, että julisteillakin on saatu kuitenkin jonkin verran näkyvyyttä tapahtumalle ja Auralan mielen hyvinvointia edistävälle opintotoiminnalle.

Kolmas hyödyntämämme markkinointikanava oli suora verkostomarkkinointi sähköpostin kautta. Jo työn suunnitteluvaiheessa kokosimme listan (liite 3) sellaisista erityisesti ennaltaehkäisevää mielenterveystyötä tekevistä tahoista, joiden asiakaskunnassa arvioimme olevan tapahtumamme kohderyhmään kuuluvia, täysi-ikäisiä ja oman mielensä hyvinvoinnin edistämisestä kiinnostuneita ihmisiä. Vaikuttavuuden arvioiminen on tältäkin osin haasteellista, sillä koimme, ettei ollut tarkoituksenmukaista edellyttää vastaanottajilta vastausta tai tietoa siitä, ottivatko he tapahtuman markkinoitavakseen. Resurssit ovat monilla toimijoilla tiukalla, eikä aikaa sähköpostitiedusteluihin vastaamiseen juuri ole. Koimmekin avoimen lähestymistavan paremmaksi: pyysimme vastaanottajia olemaan meihin yhteyksissä, mikäli halusivat lisätietoa tai valmiiksi tulostettuja paperisia markkinointimateriaaleja jaettavaksi toimipisteeseensä. Markkinointikirjeemme löytyy työmme liitteestä 6.

Sähköpostimarkkinointiin saimme joitakin vastauksia. Yksi tuttu toimija kehotti jakamaan tapahtuman vapaaehtoistyöntekijöidensä Facebook-ryhmässä, johon toinen meistä kuului, ja teimmekin niin. Lisäksi kaksi toimijaa vastasi kertoen ottavansa tapahtuman markkinoitavakseen asiakkailleen. Kyselyssä kukaan vastanneista ei sanonut saaneensa tietää tapahtumasta sähköpostitse, mutta se ei ole yllättävää, sillä sähköpostimarkkinoinnin tarkoitus olikin tavoittaa eri toimijoiden työntekijöitä, jotka markkinoisivat tapahtumaa omille asiakkailleen tai laittaisivat tapahtuman julisteen esille. Kaksi kyselyyn vastanneista (17%) oli kuitenkin kuullut toiminnasta jossakin palvelussa. Meidän kannaltamme ilahduttavaa oli, että kumpikin oli kuullut tapahtumasta eri paikassa. Verkostomarkkinointimme oli siis onnistunut ainakin jossain määrin, vaikkamme tietenkään voi olla varmoja, mitä kautta kyseiset tahot olivat kuulleet tapahtumasta.

Facebookin kautta tehdyn markkinoinnin vaikuttavuutta on muita kanavia helpompaa arvioida. Mielen hyvinvoinnin teemapäivän tapahtuma itsessään ei ollut kovin vilkas: osallistuvansa ei ilmoittanut kukaan ja kiinnostuneitakin oli vain 26. Tapahtuman keskustelussakin julkaistiin muiden kuin järjestäjien toimesta vain kerran. Kuitenkin tavoitettujen ihmisten kokonaismäärä oli viisikymmenkertainen: tapahtumaa koskevia tietoja oli näytetty Facebookissa 1400 henkilölle ja varsinaisella tapahtumasivuilla oli vierailut 217 henkilöä. Tapahtumaan osallistuneista ja kyselyyn vastanneistakin neljä (33%) oli saanut tapahtumasta tietoa Facebookin kautta, ja edelleen kaksi heistä ainoastaan sieltä.

Facebook-markkinointi tavoitti ihmisiä todella hyvin siitäkin huolimatta, että markkinointi sitä kautta polkaistiin käyntiin vasta melko myöhään, muutamaa viikkoa ennen tapahtumaa, jolloin myös tavoitettujen ihmisten määrä luonnollisesti jäi vähäisemmäksi. Lisäksi se, että Auralan työntekijä hallinnoi Facebook-tapahtumaa yksin saattoi olla tapahtuman markkinoinnin kannalta huono valinta, sillä jos olisimme valjastaneet meidänkin työpanoksemme sosiaalisen median hyödyntämiseen markkinoinnissa, olisimme saaneet mutkattomammin aikaiseksi keskustelua tapahtuman sivuille. Nyt tapahtumasivu jäi käytännössä ilmoitusluontoiseksi areenaksi, emmekä hyödyntäneet sosiaalisen median mahdollisuuksia täysimääräisesti. Tämä oli seurausta sekä tapahtuman hallinnointiratkaisusta että myös resurssi- ja aikataulukysymys.

## 6.2 Tapahtuman onnistuminen ja tapahtumajärjestäjän muistilista

Mielen hyvinvoinnin teemapäivään saapui kokonaisuudessaan noin 30 henkilöä. Luku on epätarkka siksi, että tapahtuma järjestettiin kahdessa tilassa ja tarkan osallistujamäärän laskeminen oli siksi käytännössä hyvin hankalaa. Päivän aikana järjestetyistä kolmesta työpajasta jokaiseen osallistui sekä ihmisiä, jotka tulivat vain kyseiseen paikkaan, että ihmisiä, jotka osallistuivat useampiin työpajoihin. Terapeuttisen joogan osallistujamäärä oli 11, NLP-luennon 12 ja mindfulness-työpajan 12 henkeä. Ohjausta Auralan kursseihin liittyen sai noin 8 henkilöä ja mielen hyvinvoinnin puun rakentamiseen osallistui arviolta puolet osallistujista.

Aurala taholta oli varauduttu suurempaan kävijämäärään, sillä kansalaisopisto on vaikiintunut toimija Turun alueella, ja esimerkiksi Auralan senioripäiville osallistuu satoja ihmisiä vuosittain. Vaikka osallistujamäärä jäi lukumäärällisesti melko pieneksi, kyselyvastausten perusteella onnistuimme kuitenkin tavoittamaan paljon kokonaan uusia asi-

akkaita, mikä oli Auralan mielen hyvinvointia edistävän opintotoiminnan markkinoinnissa keskeinen tavoite. Niinkin suurelle osuudelle kuin 50 prosentille kyselyyn vastanneista Auralan kansalaisopisto ei ollut entuudestaan tuttu toimija ja 75 prosenttia vastanneista ei ollut koskaan osallistunut Auralan kursseille. Markkinointitapahtuman järjestäminen toikin Auralan opintotoiminnalle tunnettuutta huomattavasti enemmän kuin mitä tapahtuman kävijämäärä itsessään näyttää.

Onnistuimme tavoittamaan oikeanlaista kävijäkuntaa myös sitä tarkastellen, että kyselyyn vastanneista lisäksi 92% sanoi olevansa kiinnostunut Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointiin liittyvistä kursseista. Vaikka kysymyksen asettelu on löyhä, se viittaa siihen, että valtaosa tapahtumaan osallistuneista oli aidosti potentiaalisia Auralan asiakkaita, eivätkä he olleet tulleet tapahtumaan esimerkiksi vain ilmaisen kahvitarjoilun vuoksi. Tapahtumamarkkinoinnin hyvä puoli onkin se, että tapahtumaan osallistuminen edellyttää ihmisiltä vaivannäköä, jolloin osallistujat ovat jossain määrin motivoituneita markkinoitavan asian suhteen.

Tapahtuman pieneksi jäänyt kävijämäärä oli kuitenkin toisaalta myös merkki siitä, ettemme onnistuneet tapahtuman markkinoinnissa niin hyvin kuin olisimme voineet onnistua: mikään työpajoista ei tullut täyteen, ja tapahtumapäivään olisi helposti voinut sen resursoinnin puitteissa osallistua moninkertainen määrä ihmisiä. Toimeksiantajamme kanssa tunnistimme muutamia sellaisia syitä, jotka saattoivat vaikuttaa kävijämäärän jäämiseen alhaiseksi. Ensinnäkin tapahtuman ajankohta elokuun lopulla oli siitä haasteellinen, että Turussa järjestetään kesäaikaan muutenkin niin paljon tapahtumia, että kokonaiskilpailu on todella suurta. Tapahtuman ajankohta maanantaina päivällä karsi myös varmasti osallistujia, sillä virka-aikaan työskentelevät eivät päässeet osallistumaan. Lisäksi ajankohta oli siitä haastava, että koulut olivat jo alkaneet, mutta kaikki korkeakouluopinnot eivät. Julistemarkkinointi kampuksilla onkin tästä syystä voinut jäädä osin vähälle huomiolle.

Jos arvioimme, että markkinointimme tavoitti tavalla tai toisella varmasti ainakin 2000 ihmistä, joista vain 30 saapui paikalle, osallistumisprosentti jäi lukuna melko pieneksi: 1,5 prosenttiin. Luku voi olla jopa huomattavasti pienempi, sillä tavoitettujen ihmisten määrä voi olla huomattavasti suurempikin mm. Aurala-lehden jakelualueen suuruuden tähden. Kehittämistyömme onnistumisen arvioinnin kannalta osallistumisprosentin merkityksen ylikorostaminen ei kuitenkaan ole kovin hyödyllistä: mitä enemmän ihmisiä markkinointimme tavoitti, sitä pienemmältä osallistumisprosentti näyttää, mutta sitä

laajemman yleisön olemme kuitenkin tavoittaneet. Tapahtumaan osallistuneiden määrä ei yksin heijastelekaan työmme onnistumista.

Järjestelyiden puitteissa tapahtuma olikin menestys: työpajat olivat onnistuneita, tapahtuma sujui hyvin ja kävijät kokivat tapahtuman onnistuneeksi. Useampi ihminen kehui tapahtumaa spontaanisti meidän järjestäjien kanssa keskustellessaan ja muun muassa tapahtuman maksuttomuus koettiin tervetulleeksi. Lisäksi tapahtumassa teetettyyn kyselyyn vastanneiden tapahtumalle antamien kouluarvosanojen (asteikolla 4-10) keskiarvo oli 8,2, ja kyselystä saamamme sanallinen palaute oli todella positiivista. Emme saaneet yhtäkään negatiivista palautetta, ja kehitysehdotuksetkin, joita saimme, olivat pikemmin positiivissävytteisiä. Esimerkiksi tapahtuma olisi voinut olla yhden palautteenantajan mielestä pidempikin.

Oheisohjelmana erillisessä salissa ollut mielen hyvinvoinnin puu oli myös onnistunut valinta. Yhteisen puun kokoaminen viritti keskustelua ja toi tapahtuman osallistujat pohtimaan omakohtaisesti mielen hyvinvointiin vaikuttavia asioita eri näkökulmista. Puu havainnollisti hyvin sitä, miten erilaiset asiat vaikuttavat mielen hyvinvointiin: osa kirjoitetuista asioista oli hyvin laajoja ja isoja kokonaisuuksia, kuten tuki ja ystävät tai hyvinvoinnin yksityiskohtaisia, kuten tärinäterapiamenetelmä. Harjoituksen ideana oli johdatella myös sen havainnon äärelle, että yllättävän monet asiat voisivat olla sekä mielen hyvinvoinnin pohjana toimivaa maaperää, sitä ruokkivia lehtiä että sen tuloksia. Tämä toteutuikin, sillä jotkin asiat kuten hyvät ihmissuhteet toistuivat puun eri osissa. Mikäli tapahtuma järjestetään uudelleen, puu voisi kuitenkin olla hyvä sijoittaa samaan tilaan, josta työpajoihin mennään. Vaikka oleskelu tilassa työpajojen aikana voi tuottaa meteliä, tapahtuman sijoittaminen suoraan toisiinsa yhteydessä oleviin tiloihin olisi tunnelman kannalta parempi ratkaisu.

Hyvää mieltä -tapahtuman kokemustemme pohjalta muotoilimme opinnäytetyömme tuotokseksi tapahtumajärjestäjän muistilistan (liite 7), johon kokosimme Hyvää mieltä -tapahtuman järjestämisen keskeisimmät vaiheet. Auralan kansalaisopisto järjestää tapahtumia pitkällä kokemuksella sekä usein nopealla aikataululla ja melko pienellä henkilöstöresurssilla, joten luovuimme alkuperäisestä ajatuksestamme kirjoittaa heille perusteellinen markkinointitapahtuman konsepti yksityiskohtaisine markkinointisuunnitelmineen ja muine tapahtuman kuvauksineen. Toimeksiantajamme tarpeet huomioon ottaen tuotoksen käytettävyys olisi jäänyt silloin heikoksi. Sen sijaan päätimme muotoilla kaksisivuisen muistilistan, jota on mahdollista hyödyntää kevyemmällä otteella.

Tiivistimme tapahtumajärjestämiseen liittyvät keskeisimmät havaintomme tuotokseen tapahtumajärjestämisen kronologian mukaan. Käytimme tuotoksen sisältöjä muotoillessamme uudelleen apuna Vallon ja Häyrisen tapahtumasuunnittelun strategisia (miksi, mitä, kenelle, missä ja milloin) ja operatiivisia (millainen ja kuka/ketkä) kysymyksiä (Vallo & Häyrinen 2014, 103-109). Painotimme tuotoksessa lisäksi sellaisia kohtia, jotka tunnistimme itse tapahtumaa järjestäessämme erityisen olennaisiksi (kuten matala osallistumiskynnys) sekä kehittämiskohteiksi (kuten markkinoinnin tehostaminen). Muistilistaa onkin nyt mahdollista hyödyntää ikään kuin tarkistuslistana sille, mitkä eri vaiheet tapahtuman järjestämiseen sisältyvät ja millaisiin kysymyksiin kussakin tapahtuman järjestämisen vaiheessa on erityisesti syytä kiinnittää huomiota. Lista voi toimia sekä konkreettisenä apuna tapahtumasuunnittelussa että auttaa kysymään tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen kannalta oleellisia kysymyksiä, laajentaen siten suunnittelun näkökulmaa.

Tuotoksen osalta emme tässä vaiheessa vielä tiedä, missä määrin se osoittautuu hyödylliseksi työkaluksi Auralan kansalaisopistolle. Tapahtuma pyritään järjestämään myös jatkossa uudelleen, mutta aikataulusta tai siitä, missä muodossa tapahtuma toteutetaan, ei ole vielä tässä vaiheessa tarkempaa tietoa. Tapahtumajärjestäjän muistilista on kumminkin sovellettavissa myös muihin tapahtumiin, sillä siihen kootut sisällöt on koottu pääasiassa hyvin yleisellä tasolla. Tuotoksen lisäksi tapahtumassa kehitettyjä toimintamalleja tullaan varmasti hyödyntämään myöhemmin. Yhteistyökumppanimme voivat käyttää osia tapahtumasta, kuten pajatyöskentelyä, tarjoilusuunnitelmaa ja mielen hyvinvoinnin puun ohjaussuunnitelmaa. Lisäksi jatkossa hyödyksi ovat yhteistyötahoista tekemäämme lista sekä kyselyllä kerättyä tietoa, tarjoilusuunnitelma ja markkinointimallimme.

Yhteenvedona voimme todeta, että kehittämistehtävämme tulokset ovat kahtalaiset: Toisaalta tulokset jäivät vaatimattomiksi tapahtuman osallistujamäärän osalta, mikä osoittaa, että markkinointitapahtuman toteutuksessa ja ennen kaikkea sen markkinoinnissa on kehittämisen varaa. Kuten edellä totesimme, huomioimme tämän Auralalle kirjoittamassamme tapahtumajärjestäjän muistilistassa. Toisaalta tavoitimme kuitenkin markkinointimme kautta laajan yleisön ja onnistuimme tavoitteessamme lisätä Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävän opintotoiminnan tunnettuutta. Lisäksi tapahtumaan saapuneet ihmiset olivat aidosti kiinnostuneita Auralan mielen hyvinvointia edistävästä opintotoiminnasta. Markkinointitapahtumaa voidaan siis työmme tulosten perusteella pitää onnistuneena valintana markkinointikeinoksi opintotoiminnal-

le. Lisäksi markkinointitapahtuman sivutuotteena keräsimme tapahtumassa toteutetun kyselyn avulla suuntaa-antavaa tietoa siitä, missä määrin Auralan kansalaisopiston potentiaalisilla asiakkailla olisi kiinnostusta nimenomaan mielenterveyskuntoutujille suunnattua opintotoimintaa kohtaan, ja vastaavanlaisia kyselyjä on mahdollista Auralan kansalaisopistossa toteuttaa myös myöhemmin.

## 7 POHDINTA

Opinnäytetyössämme täytimme kehittämistehtävämme tavoitteen saada tavoitettua uusia potentiaalisia asiakkaita Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan. Määrällisesti arvioiden työmme tulokset jäivät melko vaatimattomaksi, mutta kehittämistyömme tärkeinä tuloksina olivat kuitenkin myös markkinointitapahtuman suunnittelu ja toteutus. Näiltä osin työmme tulokset tulevatkin myös jatkossa Auralan kansalaisopiston käyttöön joko uuden Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman puitteissa tai sovellettuna muissa yhteyksissä. Työmme tuloksia voidaan soveltaa hyvin eri tavoin: esimerkiksi Auralan kansalaisopiston rehtori pohti, voisiko Mielen hyvinvoinnin puuta soveltaa myös työyhteisön kehittämisessä. Toiminnalliset harjoitteet mahdollistavat elämyksellisyyttä ja osallistumista, ja niiden kautta voi myös tuoda esimerkiksi Auralan arvoja esille. Kehitettyjen toimintamallien lisäksi toteuttamamme kyselyn tuloksista voi olla hyötyä Auralan tulevien kurssien suunnittelemisessa.

Sekä me opinnäytetyön tekijöinä että toimeksiantajamme olimme sitä mieltä, että markkinointitapahtuma oli onnistunut valinta myynninedistämisen menetelmäksi. Asiakaspalautteen mukaan mielen hyvinvoinnin teemapäivän tyyppiselle tapahtumalle oli tilausta, ja erityisesti tapahtuman maksuttomuus ilahdutti kävijöitä. Tapahtumassa osallistujat pääsivät konkreettisesti tutustumaan Auralan kurssien sisältöihin ja kokemaan itse, millaisia asioita kursseilla tehdään. Lisäksi, ohjaajien ollessa samoja kuin kursseilla muutenkin, asiakkaalla on mahdollisuus tutustua kurssin vetäjään ja se madaltanee osallistumisen kynnystä entisestään. Erityisen tärkeitä näytetunnit voivat olla ihmisille, joille uusiin asioihin mukaan lähteminen on vaikeaa tai joilla on taloudellisesti tiukkaa. Varsinkin, jos Auralan kansalaisopistossa pyritään tulevaisuudessa edelleen hakemaan rahoitusta mielenterveyskuntoutujille suunnattuun toimintaan, opinnäytetyötämme voidaan varmasti hyödyntää tälle kohderyhmälle suunnatussa markkinoinnissa. Markkinointitapahtuman vahvuus oli lisäksi siinä, että asiakkaat voitiin huomioida melko yksilöllisesti tapahtumassa ja henkilökohtaiselle neuvonnalle kurseista oli hyvin mahdollisuuksia. Tätä mahdollisuutta hyödynsi harmillisen harva tapahtuman kävijä, ja neuvontaa voisikin olla hyvä kehittää eteenpäin. Mikäli sellainen olisi teknisesti järjestettävissä, neuvontaan voisi jatkossa yhdistää mahdollisuuden ilmoittautua kursseille jo tapahtumapaikalla.

Käytimme työmme suunnittelussa ja markkinoinnissamme tietoisesti mielen hyvinvoinnin käsitettä ja pohdimme, mikä kaikki Auralan opintotoiminta voidaan nähdä mielen



hyvinvointia edistävänä. Markkinointitapahtumassa tämä näkyi niin työpajojen aiheiden valinnassa kuin tapahtumalle suunnitellussa ilmeessä. Mielen hyvinvointi tuntuikin palvelevan tarkoitustaan tapahtuman otsikkona ja vastaavan tapahtuman sisältöjä. Jälkeenpäin pohdimme kuitenkin, jäivätkö työpajojen otsikot ihmisille vieraiksi, kun esimerkiksi julistemarkkinoinnissa ei avattu työpajojen sisältöä mitenkään. Terapeuttinen jooga, mindfulness ja NLP ovat kaikki kurssiaiheita, jotka olisivat varmasti monen mielestä kaivanneet avaamista. Yhdeltä tapahtuman kävijältä saimmekin palautetta, että olisi ollut mukava tietää etukäteen, mitä työpajassa konkreettisesti tehdään. Jatkossa tähän tarpeeseen voisi vastata esimerkiksi lisäämällä Facebook-tapahtumaan kuvaukset työpajojen sisällöistä. Markkinoinnin jatkoa suunnitellessa on kuitenkin tärkeää huomioida kansalaisopiston rajallisten resurssien tasapuolinen jakaminen eri kurssikonaisuuksien kesken sekä opettajien tasapuolinen kohtelu markkinoinnissa.



Kuva 2. Tarjoilujen esillepanoon panostettiin tapahtumassa.

Mielen hyvinvoinnin teemapäivämme tavoitti monipuolisesti ihmisiä, vaikka selvä enemmistö osallistujista olikin naisia. Yksityiskohtaista tietoa meillä ei kävijöistä ole, mutta kyselyyn vastanneista moni ilmoitti olevansa kiinnostunut myös nimenomaan mielenterveyskuntoutujille suunnatuista kursseista. Tästä ei voida vetää yksiselitteisiä johtopäätöksiä siitä, että tavoitimme myös ihmisiä, jotka kokivat tai olivat kokeneet mielenterveyden haasteita, sillä on mahdollista, että kyselyyn vastanneet olivat kiinnostuneita kursseista vaikkapa perheenjäsenen takia. On kuitenkin todennäköistä, että ainakin osa erityisryhmälle suunnatuista kursseista kiinnostuneista oli itse kokenut mielenterveyden haasteita. Jos näin on, se tarkoittaisi, että onnistuimme siinä, mitä tavoitte-

limme: rakentamaan tapahtuman, johon erilaisissa tilanteissa olevat ihmiset kokivat itsensä tervetulleeksi. Tämä puolestaan viittaa siihen, että olimme onnistuneet madaltamaan tapahtumaan osallistumisen kynnystä ja luomaan tapahtumalle imagon, joka houkutteli paikalle erilaisia ihmisiä.

Tapahtuman aikana eräs osallistuja ihmetteli kyselylomakkeemme kysymystä, jossa kysyttiin kiinnostusta mielenterveyskuntoutujille suunnattuihin kursseihin. Hän vaikutti olevan jopa hiukan huolissaan siitä, oliko hän sittenkin päätyneet erityisryhmälle tarkoitettuun tapahtumaan. Keskustelu hänen kanssaan antoi osviittaa siitä, että tapahtuman profilointi kaikille avoimeksi mielen hyvinvoinnin tapahtumaksi oli onnistunut, ja markkinointi oli ollut neutraalia. Mielenterveysasioihin liittyvän leiman pelkoa ei ollut ainakaan tälle kävijälle syntynyt ennen kuin vasta kyselylomakkeen kysymyksen kohdalla. Vaikka kyse onkin yksittäisestä esimerkistä, se havainnollistaa erittäin hyvin sitä, kuinka pienestä leimatuksi tulemisen pelko voi syntyä – jopa nimettömänä täytettävästä kyselylomakkeesta – sekä sitä, miten tärkeitä käsitteet ihmisille ovat, tiedostivat he sitä tai eivät. Tämä on tärkeää muistaa, mikäli tapahtuma järjestetään uudelleen.

Pohdimme opinnäytetyön tekemisen aikana myös eettisiä kysymyksiä. Markkinoinnin eettisyyden kohdalla teoriapohjassammekin mainittu aggressiivisen ja painostavan markkinoinnin epäeettisyys oli meille jotensakin itsestään selvää. Tapahtuman aikana osallistujat saivat rauhan olla tapahtumassa mukana omalla tavallaan, vaikka kurssi-neuvontaa heille tarjottiinkin ja heidän kanssaan keskusteltiin. Jatkossa tapahtumaan voitaisiin sisällyttää myös enemmän markkinointipuhetta: kävijöiltä voisi esimerkiksi systemaattisemmin kysyä, millaisista kursseista he olisivat kiinnostuneet, ovatko he ilmoittautuneet sellaisille jo, kertoa tarjonnasta lisää ja kehottaa ilmoittautumaan kursseille. Etenkin, jos ilmoittautuminen on mahdollista heti paikan päällä, markkinoinnin tulosta voitaisiin mahdollisesti parantaa tällaisilla keinoilla. On kuitenkin tärkeää ottaa huomioon se, ettei tapahtuman tunnelma kärsi. Lisäksi jos tapahtumaa myöhemmin sovelletaan mielenterveyskuntoutujille suunnattuun markkinointiin, on otettava huomioon se, että kohderyhmään voi kuulua ihmisiä, jotka voivat kokea neutraalinkin markkinointipuheen painostuksena, eivät itse vastaa raha-asioistaan tai jotka ovat hyvin impulsiivisia. Markkinoinnin eettisyyden pohdinta on tällöin entistä tärkeämpää.

Markkinoinnin etiikan osalta pohdimme myös sitä, mitä mielen hyvinvoinnin teemapäivä osallistujilleen lupaa ja mitä se todellisuudessa tarjoaa. Pidimme huolta siitä, ettemme tapahtumaa markkinoidessamme esitä mitään sellaisia väitteitä, jotka eivät pidä paikkaansa, mikä on yllättävän haastava tehtävä. Esimerkiksi markkinointitapahtumaa var-

ten tehtyä Hyvää mieltä -kurssilistaa (liite 4) tarkastellessaan joku voisi perustellusti kysyä, millä perusteella listan kurssit ovat ”mielen hyvinvointia edistäviä terveysterveyskurssija”. Vaikka listan kurssien valinnalle on löydettävissä tutkimuksellisiakin perusteita, ne ovat yleistasoisia, eikä juuri näiden kurssien vaikutuksista ole olemassa tutkimusnäyttöä. Listaa voisikin muokata suuntaan, jossa painotetaan enemmän sitä, että kurssien tarkoitus on olla mielen hyvinvointia edistäviä, ja osallistujilla on itsellään mahdollisuus edistää hyvinvointiaan niihin osallistuessaan, sen sijaan, että julisteessa implisiittisesti väitetään kurssien itsessään edistävän mielen hyvinvointia.

Sosiaalialalle tutumpia eettisiä näkökulmia hyödynsimme arvontalomakkeen ja kyselyn toteuttamisessa tapahtuman kävijöiden yksityisyyden suojaa pohtiessamme. Kyselyt täytettiin nimettömänä, ja mikäli halusi osallistua lyhytterapiakeskusteluiden arvontaan, yhteystiedot täytettiin erilliselle lomakkeelle, joka laitettiin suljettuun laatikkoon. Tällä tavoin kyselyn vastaukset ja osallistujan yhteystiedot eivät yhdistyneet. Arvonnin suorittamisen jälkeen yhteystietolomakkeet hävitettiin. Sosiaalialan eettinen näkökulma nousi esiin myös, kun määrittelimme tapahtumamme kohderyhmän uudelleen. Kun päätimme laajentaa tapahtuman kohderyhmän mielenterveyskuntoutujista avoimeksi, perusteina olivat ennen kaikkea se, ettei erityisryhmälle suunnattu toiminta ollut saanut sille haettua rahoitusta ja ettei kansalaisopiston toimintaa haluttu markkinoida voimakkaasti kohderyhmälle, jolle räätälöityä toimintaa olisi ollut tarjolla vain vähän.

Kuitenkin siinä, missä nimenomaan mielenterveyskuntoutujille suunnattuun markkinointitapahtumaan olisi voinut tulla ihmisiä, joille kansalaisopiston niin sanotuille tavallisille kursseille osallistuminen olisi syystä tai toisesta mahdotonta, aivan samoin avoimeen, matalan kynnyksen tapahtumaan osallistuu hyvin suurella todennäköisyydellä ihmisiä, joille kursseille osallistuminen ei ole mahdollista, vaikka tapahtumaan osallistuminen onkin. Tämä on erittäin tärkeä muistutus siitä, että kansalaisopiston kannalta on oleellisempaa ja asiakkaita kohtaan oikeudenmukaisempaa lähteä liikkeelle siitä määrittelystä, millaisia edellytyksiä opinnot asettavat osallistujille kuin siitä olettamuksesta, millaisia ihmisiä johonkin tiettyyn ryhmään kuuluu. Esimerkiksi Auralan kansalaisopiston kohdalla ydinkysymyksiä ovat kurssien edellytykset, pelisäännöt ja niiden viestiminen osallistujille. Jos Auralassa pyritään jatkossa erityisryhmien suurempaan osallistumiseen ja integroimiseen, tällaiset kysymykset nousevat erittäin oleellisiksi. Jos toiminnalla on selkeät, viestittävässä olevat raamit ja osallistumisedellytykset, kurssille ilmoittautuva voi paremmin arvioida kykyään osallistua, ja lisäksi mahdollisesti syntyviin ongel-

matilanteisiin on helpompaa puuttua, kun niin voidaan tehdä yhteisesti sovittujen ja tiedossa olevien pelisääntöjen puitteissa.

Viimeisenä työhömmä liittyvänä eettisenä näkökohtana arvioimme työmme luotettavuutta. Teimme työelämälähtöistä kehittämistehtävään perustuvaa opinnäytetyötä, joten tutkimukselliset näkökohdat jäävät työssä vähäisiksi. Tältä osin riittänee todeta, että perustelimme työmme taustalle valitut teoreettiset näkökohdat suhteessa työmme tarkoitukseen ja pyrimme hyödyntämään mahdollisimman monipuolista ja ajantasaista tietoa. Lisäksi hyödyntäessämme toteuttamamme kyselyn tuloksia huomioimme pienen vastaajamäärän sekä kyselystä tehtävissä olevien johtopäätösten rajoitukset. Työmme tuloksia esittäessämme esitimme totuudellisen kuvan siitä, mitä työllämme saavutettiin ja toimimme esiin puutteet käytettävissämme olevassa tiedossa esimerkiksi koskien markkinointimme tuloksia. Mikäli työn luotettavuuteen on jäänyt puutteita, olemme työn kirjoittajina niistä täysin vastuussa.

Sekä tapahtuman markkinoinnin suunnitteluun ja toteutukseen, kuin itse tapahtumankin suunnitteluun ja toteutukseen käytimme hyvin käytännönläheistä ja hetkessä tarvittavaa menetelmällisyyttä. Jotta opinnäytetyöhömmä olisi saatu enemmän tutkimuksellista otetta, olisi sen metodologiset lähtökohdat ja sen myötä menetelmät voitu määritellä selkeämmiksi ja jäsentää työn tätä osuutta jo sen alkuvaiheessa. Kuitenkin projektimme käytännönläheisyys huomioon ottaen, onnistuimme mielestämme niissä menetelmissä, joita lähdimme työssämme hyödyntämään. Palavereita varten kirjoitetut asialistat, sekä muistiot toimivat työmme seuraavien vaiheiden kartoittamisessa hyvin, joskin niiden kirjoitustyö olisi voinut olla suunnitelmallisempaa, säännöllisempää ja selkeämpää, jotta ne olisi voitu arvioida ja raportoida tarkemmin. Itse palavereiden järjestämistiheys oli kuitenkin mielestämme onnistunut: saimme tapahtumaan liittyviä tehtäviä ja asioita eteenpäin sopivassa tahdissa ja yhteistyö niin opinnäytetyötiimin kuin toimeksiantajankin kesken toimi jouhevasti niin, että palaverit saatiin sopimaan jokaisen aikatauluihin.

Tapahtuman aikana toteutettu kysely oli mielestämme varsin onnistunut, tosin olisimme toivoneet tapahtumallemme enemmän kävijöitä ja sitä kautta kyselyllemme enemmän vastaajia. Koimme, että Mielen hyvinvoinnin puu toiminnallisena harjoitteena toimi tapahtumamme yhteydessä, toi tapahtumaamme elämyksellisyyttä ja saimme asiakkaisiin hyvää kontaktia ja samalla keskusteltua tärkeistä asioista. Henkilöstöresurssit huomioon ottaen puun kaltainen toiminnallinen, osallistava harjoite vaatii yhden työntekijän jatkuvan panoksen, sillä keskustelun viriämiseen on hyvä olla mukana eräänlai-

nen katalysaattori, joka pyrkii aktiivisesti saamaan asiakkaita osallistumaan harjoitukseen.

Oppimisprosessina opinnäytetyömme on ollut mielenkiintoinen ja haastava. Työmme tulokulma muuttui jo alkuvaiheessa, ja saimme ikään kuin maistiaisia siitä arjesta, jossa useat kolmannen sektorin toimijat elävät. Toiminta on usein riippuvaista ulkopuolisesta rahoituksesta, mutta aina rahoituksia ei tule ja suunniteltu toiminta joko pistetään jäihin tai sen mittakaavaa tai tulokulmaa muutetaan. Kun Auralan mielenterveyskuntoutujien kurssitoiminnan kehittämiseen haettu rahoitus vesittyi, mietimme pitkään uutta suuntaa työllemme. Uusi kehittämistehtävä löytyi, mutta hieman toisenlaisesta kulmasta kuin olimme itse ajatelleet: markkinoinnin ja sosiaalialan yhdistämisestä. Opinnäytetyömme kohdalla voisikin todeta, että moniammatillinen yhteistyö olisi ollut varsin vartenotettava vaihtoehto.

Mikäli Hyvää mieltä Auralassa -tapahtumamme olisi suunniteltu alusta saakka markkinoinnin perusajatuksen mukaan imagon rakentamisineen ja monimuotoisine markkinointiketjuineen, siitä olisi jo varmasti itsessään tullut markkinoinnin opinnäytetyö. Sosiaalialan opiskelijoina meidän ydinosaamisemme olisi ollut vahvemmin kohderyhmän tuntemisessa ja sitä kautta esimerkiksi tapahtuman sisällön suunnittelussa ja toteuttamisessa, sekä erilaisten verkostojen luomisessa. Markkinoinnin osaajan työpanos olisi varmasti tuonut opinnäytetyöllemme lisäarvoa ja vapauttanut resurssijamme sosiaalialan osaamisen käyttämiseen tapahtumassamme niin Auralan kansalaisopiston kuin tapahtuman asiakkaidenkin hyväksi. Toisaalta löydämme myös hyviä puolia markkinointiin tutustumisessa, sillä myös sosiaalialaan liittyvästä toiminnasta täytyy tiedottaa, jotta toimintaan saadaan asiakkaita. Markkinoinnin perusteita opiskelemalla tähän työhön on mahdollista saada enemmän valmiuksia.

Kaiken kaikkiaan kaikki opinnäytetyömme osa-alueet ovat olleet mielenkiintoisia ja jokainen niistä on tuonut tärkeitä kokemuksia, ajatuksia ja tietoa, jotka edesauttavat meitä ammatillisessa kasvussamme ja joita voimme hyödyntää mahdollisissa tulevilla tapahtuman järjestämiseen liittyvissä työtehtävissä. Vaikka markkinointiaspektin mukaan ottaminen tarkoittikin hyppäämistä hieman tuntemattomille vesille, olemme kiitollisia siitä, että opitut asiat ovat nyt mukana omassa ammatillisuuden työkalupakissamme. Yhteistyö opinnäytetyötiimin kesken on ollut henkilökemiallisesti mutkatonta ja prosessin aikana on korostunut se, kuinka työparista voi saada voimavaroja hankalan hetken tullen. Tiimissä työskenteleminen on lisäksi antanut paljon perspektiiviä erilaisiin

työskentelytapoihin ja hienointa parin kanssa työskentelemisessä on ollut se, että molemmat tuovat työskentelyyn omat vahvuutensa, joita voidaan hyödyntää prosessissa.

## LÄHTEET

Auralan Setlementti ry [2017]: Yleistä kansalaisopistosta.

<http://www.aurala.fi/kansalaisopisto/yleista-kansalaisopistosta/> [Viitattu 29.3.2017]

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Eläketurvakeskus 2016. Masennus vie yhä harvemman työkyvyttömyyseläkkeelle. Tiedote 16.3.2016. <http://www.etk.fi/tiedote/masennus-vie-yha-harvemman-tyokyvyttomyyselakkeelle/> [Viitattu 22.11.2017]

Evento 2016. Tapahtuma. Tavoite, toteutus, tulos. Helsinki: Mediatalo Keskisuomalainen Oyj Aikakauslehtiryhmä.

Hirvijärvi-Okkonen, S. M. 2013. Kulttuurisia käsityksiä mielenterveydestä. Pro gradu -tutkielma. Perinteentutkimus. Joensuu: Itä-Suomen yliopisto.

Kaleva, S. & Valkonen, J. 2013. Mielenterveyden edistämisen dilemmat. Yhteiskuntapolitiikka 78, 6/2013. [Helsinki]: Terveiden ja hyvinvoinnin laitos, Eläketurvakeskus & Tampereen yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunta.

Laajasalo, T. & Pirkola, S. 2012. Ennen kuin on liian myöhäistä. Ehkäisevän mielenterveystyön toimivia käytäntöjä palvelujärjestelmän kehittäjille. Raportti 47/2012. Helsinki: Terveiden ja hyvinvoinnin laitos.

Lahtinen, E.; Lehtinen, V.; Riikonen, E. & Ahonen, J. (Eds.) 1999. Framework for Promoting Mental Health in Europe. Helsinki: STAKES.

Leemann, L. & Hämäläinen, R.-M. 2015. Matalan kynnyksen palvelut. Sosiaalisen osallisuuden edistämisen koordinaatiohanke (Sokra). Helsinki: Terveiden ja hyvinvoinnin laitos.

Manninen, J. & Meriläinen, M. 2015. Benefits of Lifelong Learning. BeLL Survey Results. Project BeLL – Benefits for Lifelong Learning, Additional deliverable for Work packages WP2: Development Research Framework: Quantitative Part and WP3: Development Research Practice Part: Quantitative Part. Joensuu: University of Eastern Finland.

Manninen, J. 2015. Suomi nousuun sivistystyöllä? Kansalaisopisto-opiskelun tuottamien hyötyjen merkitys -esitutkimus. Kansalaisopistojen liiton julkaisuja 2. Helsinki: Kansalaisopistojen liitto KoL - Medborgarinstitutens förbund MiF ry.

Mehiläinen 2015. Nuori nainen. Mielen hyvinvointi. <https://www.mehilainen.fi/nuorinainen/mielen-hyvinvointi> [Viitattu 8.8.2017]

Opistopalvelut.fi [2017]. Auralan kansalaisopisto/Auralan Setlementti ry. Kurssit. <https://opistopalvelut.fi/aurala/courses.php?l=fi#pos-205> [Viitattu 13.11.2017]

Paasivaara, L.; Suhonen, M. & Virtanen, P. 2013. Projektijohtaminen hyvinvointipalveluissa. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Partanen, A.; Solin, P.; Ahlgren, A.; Bergman, V.; Karjalainen, J.; Kesänen, M.; Markkula, J.; Marttunen, M. Moring, J.; Mustalampi, S.; Nordling, E.; Partonen, T.; Santalahti, P.; Tuulos, T. & Wuorio, S. 2015. Miten mielenterveys- ja päihdetyön kehittäminen jatkuu? Teoksessa: Mielenterveys- ja päihdesuunnitelma 2009-2015. Miten tästä eteenpäin? Toim. Partanen, A.; Moring, J.; Bergman, V.; Karjalainen, J.; Kesänen, M.; Markkula, J.; Marttunen, M.; Mustalampi, S.; Nordling, E.; Partonen, T.; Santalahti, Pia Solin, Tytti Tuulos, Sanna Wuorio. Helsinki: THL.

Salonen, K.; Eloranta, S.; Hautala, T. & Kinos, S. 2017. Kehittämistoiminta ja kehittämisen menetelmiä ammatillisessa korkeakoulussa. Turun Ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 108. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Sohlman, B. 2004. Funktionaalinen mielenterveyden malli positiivisen mielenterveyden kuvaajana. Stakes – Tutkimuksia 137. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.

Sohlman, B.; Immonen, T. & Kiikkala, I. 2005. Ongelmallinen mielenterveys. Yhteiskuntapolitiikka 70, 2/2005. [Helsinki]: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Eläketurvakeskus & Tampereen yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunta.

Suomen Mielenterveysseura 2015. Liikunta ja mielen terveys osana hyvinvointia. Liikunta- ja mielenterveysalan kehittämislinjaukset. Helsinki, Suomen Mielenterveysseura.

THL 2014. Terveyden edistäminen – Toimijat – Terveyden edistäminen eri toimialoilla – Terveyden edistäminen ammatillisessa koulutuksessa – Mielen hyvinvointi. <https://www.thl.fi/fi/web/terveyden-edistaminen/toimijat/terveyden-edistaminen-eri-toimialoilla/terveyden-ja-hyvinvoinnin-edistaminen-ammattillisessa-koulutuksessa/mielen-hyvinvointi> [Viitattu 7.8.2017]

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.



Toivio, T. & Nordling, E. 2013. Mielenterveyden psykologia. Helsinki: Edita.

Tuulos, T. 2015. Käsitteet liikkeessä – rakenteet muutoksessa. Teoksessa: Mielenterveys- ja päihdesuunnitelma 2009-2015. Miten tästä eteenpäin? Työpaperi 20/2015. Toim. Partanen, A.; Moring, J.; Bergman, V.; Karjalainen, J. Kesänen, M.; Markkula, J.; Marttunen, M.; Mustalampi, S.; Nordling, E.; Partonen, T.; Santalahti, P.; Solin, P.; Tuulos, T.; & Wuorio, S. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallinna: Tallinna Raamatutrükikoda.

Viertö S. & Suvisaari J. 2017. Mielenterveysoireet ja palveluiden käyttö mielenterveysongelmien vuoksi Suomessa vuosina 2012-2015 – alueellinen tarkastelu. Tutkimuksesta tiiviisti 28, syyskuu 2017. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos.

Virtanen, P. 2010. Markkinointi ja myy oikein. Sallitut ja kielletyt markkinointikeinot. Juva: WS Bookwell Oy.

Vuokko, P. 2002. Markkinointiviestintä – merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vuorilehto, M.; Larri, T.; Kurki, M. & Hätönen, H. 2014. Uudistuva mielenterveystyö. Helsinki: Fioca Oy.

Väestöliitto 2017. Nuoret – Minä ja muut – Mielen hyvinvointi. <http://www.vaestoliitto.fi/nuoret/mina-ja-muut/mielen-hyvinvointi/> [Viitattu 7.8.2017]

WHO 2004. Prevention of Mental Disorders. Effective Interventions and Policy Options. Summary Report. A Report of the World Health Organization, Department of Mental Health and Substance Abuse in collaboration with the Prevention Research Centre of the Universities of Nijmegen and Maastricht. Geneva: World Health Organization.

## Liite 1. Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman juliste

# Hyvää mieltä Auralassa.

- Mielen hyvinvoinnin teemapäivä 28.8.2017

Lämpimästi tervetuloa Auralan kansalaisopistolle maanantaina 28.8.2017 klo 11–15 viettämään mielen hyvinvoinnin teemapäivää!

Tule tutustumaan Auralan mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan työpajoissa ja kansalaisopiston suunnittelijan opastuksella, rakentamaan mielen hyvinvoinnin puuta yhdessä muiden kanssa sekä vaikuttamaan Auralan kurssitoimintaan osallistumalla kyselyyn.

<b>11.15–12</b>	<b>Terapeuttinen jooga</b> FT, jooganopettaja <i>Kreetta Ranki</i> <i>mukaan mahtuu 20 ensimmäistä</i>
<b>12.15–13</b>	<b>NLP-luento</b> Psykologi, PsM <i>Susanna Andersson</i> <i>mukaan mahtuu 50 ensimmäistä</i>
<b>13.15–14</b>	<b>Mindfulness</b> Jooga- ja mindfulness-ohjaaja <i>Satu Posti</i> <i>mukaan mahtuu 40 ensimmäistä</i>
<b>11–15</b>	<b>Henkilökohtaista opastusta liittyen Auralan mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan</b> <i>Suunnittelija, VTM, SHO, THO Lotta Mankonen</i>
<b>koko päivä</b>	<b>Mielen hyvinvoinnin puu ja kysely</b> <i>Sosionomiopiskelijat FM Nella Nuutinen ja tanssinopettaja (AMK) Hanna Ojanaho</i>

Tarjolla on lisäksi kahvia, teetä ja pientä purtavaa. Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan ratkaisukeksisiä lyhytterapiakeskusteluja.

Tapahtuma on **maksuton** ja suunnattu **aikuisille**. Työpajoihin ei ole ennakkoilmoittautumista, mutta osallistujamäärä on rajallinen, joten tulethan ajoissa paikalle ja pyydät järjestäjiltä osallistumislipukkeen järjestäjiltä! Olet tervetullut myös avustajan tai tukihenkilön kanssa. Huomioithan, että työpajoissa kaikille osallistujille annetaan työrauha. Teemapäivä on osa sosionomiopiskelijoiden opinäytetyötä.

Teemapäivää vietetään Auralan Settlementin Pohjola- ja Aurora-saleissa osoitteessa *Satakunnantie 10, 20100 Turku*. Käynti saleihin sisäpihan puolelta.

**Auralan  
Setlementti**

## Liite 2. Hyvän mielen puun ohjaussuunnitelma

### Ohjaussuunnitelma – Mielen hyvinvoinnin puu

#### Tarvikkeet:

3kpl isoa ruskeaa kartonkia (esim. A2)

N. 25 arkkia vihreänsävyisiä värillisiä A4-papereita

N. 25 arkkia punaisen- ja keltaisensävyisiä A4-papereita

N. 25 arkkia vaaleita ruskean- ja harmaansävyisiä A4-papereita

3 arkkia valkoista A4-paperia.

(Huom! Kaikki A4-paperit voivat olla kierrätettyjä, eli toisella puolella saa olla tekstiä)

Maalarinteippiä tai sinitarraa

2 sakset

5-10 kpl tusseja

#### Valmistelut:

Ruskealle kartongille piirretään suuri puun runko juurineen, leikataan se irti ja kiinnitetään seinälle.

Valkoisille papereille kirjoitetaan ohjeet kutakin puun osiota varten ja kiinnitetään seinälle sopiville kohdille puun ympärille.

Leikataan valmiiksi vihreänsävyisistä papereista lehdenmuotoisia kuvioita, punaisen- ja keltaisensävyisistä hedelmiä sekä ruskean- ja harmaansävyisistä kivenmurikan- tai multaakunmuotoisia.

Asetellaan kaikki tarvikkeet esille.

#### Ohjaus:

Ohjeistetaan osallistujia ottamaan kustakin lappupinosta jokunen lappu ja kirjoittamaan niihin erilaisia asioita seuraavasti:

Puun juurien ympärille ja väliin kirjoitetaan kivenmurikkalapuille asioita, joiden osallistuja kokee muodostavat **perustan** mielen hyvinvoinnille. Esimerkiksi ravinto, asunto, riittävä lepo, fyysinen terveys.

Lehtiin kirjoitetaan asioita, joilla osallistuja kokee, että mielen hyvinvointiin **voidaan vaikuttaa ja millä sitä voidaan lisätä**. Esimerkiksi liikunta, ystävien näkeminen, harrastukset, tunteiden ilmaiseminen.

Hedelmiin kirjoitetaan asioita, joita osallistuja kokee mielen hyvinvoinnin **tuottavan itselleen**. Esimerkiksi hyvä mieli, toimivat ihmissuhteet, työssäjaksaminen, realistinen minäkuva.

## Liite 3. Lista markkinointitahoista

Lista toimijoista, joille Hyvää mieltä -tapahtumaa markkinoidaan

- Monitori**
  - o Skanssin yhteispalvelu
  - o Skanssin kirjasto
- Etsivä nuorisotyö**
- Nuorten taide- ja toimintatalo Vimma**
- Turun Ohjaamo**
- Turun Vamos**
- Turun Tyttöjen Talo**
- Varsinais-Suomen FinFami ry**
- Tsemppi ry**
- Itu ry**
- TST ry**
- Nyyti ry**
- YTHS**
- Turun kaupungin psykiatrian poliklinikka**
- Kaisla – Provesta**
- Pelastusarmeijan tuettu asuminen**

## Liite 4. Esite Auralan kansalaisopiston mielen hyvinvointia edistävästä kurssista

# Hyvää mieltä -kurssitoimintaa Auralan setlementissä

Auralan opisto tarjoaa lukuisia **Hyvää mieltä** edistäviä kursseja!  
Tässä syksyllä alkavista muutamia esimerkkejä. Tutustu, osallistu ja ihastu!

### MIELLEN HYVINVOINTIA EDISTÄVÄT TERVEYSKURSSIT

#### Mielenterveyden ylläpitäminen (Sopii hyvin mielenterveyskuntoutujille)

Aktivoiva ja terapeuttinen ryhmä kuntoutujille  
Aikuisopiskelijan ratkaisukeskeinen aktiivintiryhmä  
Voimautumista ja tukea yksinhuoltajan arkeen ja kasvatustehtävään

#### Elämäntapaohjaus, tavoitteellisuus ja itsensä kehittäminen

NLP (Neuro Linguistic Programming)  
Koti järjestykseen -kurssit  
Logoterapeuttinen omaelämäkerta  
Alexander-tekniikka

#### Psyykkinen hyvinvointi, stressinhallinta ja aivoterveys

Mindfulness  
Open floor -tanssimindfulness  
Shiatsu, rentouttava päähoito

#### Neurologiset erityisryhmät

Pilates  
Kehonhuolto  
Terveys- ja hyvinvointikahvilan yksilötapaamiset  
Qigong

#### Fysioterapia ja kehon hyvinvointi

Klassinen hieronta  
Asahi-liikunta

#### Kehonhuolto ja -hallinta, kehotietoisuus & jooga

Energisoiva venyttelybreikki  
Kehonero  
Essential Motion Basic  
Hengitystyoöpaja  
Terapeuttinen jooga  
Asahi ja jooga elämäntapana

#### Vuorovaikutus ja sosiaalinen hyvinvointi

Myönteinen jämäkkyys  
Sokraattinen dialogi

#### Ravitsemus ja painonhallinta

Terveellisten herkkujen paja  
Ratkaisukeskeistä painonhallintaa

Lisäksi laaja tarjonta muun muassa kunto- ja terveysliikuntaa, joogaa, tanssia ja taideaineita.

#### Lisätiedot ja ilmoittautuminen

[www.aurala.fi](http://www.aurala.fi) (kohdasta "ilmoittautuminen kansalaisopistoon"),  
numerosta 050 316 7702 tai 13.8. lähtien paikan päältä toimistosta.

**Auralan  
Setlementti**

## Liite 5. Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman kyselylomake

Kysely Hyvää mieltä Auralassa -tapahtuman  
kävijöille

**Auralan  
Setlementti**

**Ikä:**

Oliko Auralan kansalaisopisto sinulle  
entuudestaan tuttu? Ympyröi. Kyllä / Ei

**Sukupuoli:**

Oletko osallistunut Auralan kansalaisopiston  
kursseille aiemmin? Ympyröi. Kyllä / En

**Mistä kuulet Hyvää mieltä -tapahtumasta?**

Ympyröi.

- |                                       |                    |
|---------------------------------------|--------------------|
| a) Auralan verkkosivuilta             | d) Facebookista    |
| b) Auralan lehdestä                   | e) Muualta, mistä? |
| c) Hyvää mieltä -tapahtumajulisteesta |                    |

**Minkä kouluarvosanan (4-10) antaisit Hyvää mieltä Auralassa -tapahtumalle? \_\_\_\_\_**

**Vapaa sana!**

**Oletko kiinnostunut erityisesti mielenterveyskuntoutujille suunnatuista kursseista? Ympyröi.**

Kyllä / En / En osaa sanoa

**Jos vastasit kyllä, mitä toivoisit saavasi kursseilta? Voit ympyröidä useita vaihtoehtoja.**

- |   |  |
|---|--|
| a) Uusia ystäviä, yhteisöllisyyttä                | g) Liikunnallisuutta, fyysistä hyvinvointia              |
| b) Vertaistukea                                   | h) Elämännhallintataitojen kehittämistä                  |
| c) Oman hyvinvoinnin parantamista                 | i) Oman aktiivisuuden kehittämistä                       |
| d) Stressinhallintaa, rentoutumista               | j) Konkreettisia työkaluja erilaisiin elämäntilanteisiin |
| e) Omien kokemusten ja ongelmien työstämistä      | k) Yleistä mielen tasapainoa                             |
| f) Harrastetoimintaa, tekemistä, sisältöä päiviin | l) Muu toive, mikä?                                      |

**Oletko kiinnostunut yleisesti mielen hyvinvointiin liittyvistä kursseista? Ympyröi.**

Kyllä / En / En osaa sanoa

**Jos vastasit kyllä, mitä toivoisit saavasi kursseilta? Voit ympyröidä useita vaihtoehtoja.**

- |   |  |
|---|--|
| a) Uusia ystäviä, yhteisöllisyyttä                | g) Liikunnallisuutta, fyysistä hyvinvointia              |
| b) Vertaistukea                                   | h) Elämännhallintataitojen kehittämistä                  |
| c) Oman hyvinvoinnin parantamista                 | i) Oman aktiivisuuden kehittämistä                       |
| d) Stressinhallintaa, rentoutumista               | j) Konkreettisia työkaluja erilaisiin elämäntilanteisiin |
| e) Omien kokemusten ja ongelmien työstämistä      | k) Yleistä mielen tasapainoa                             |
| f) Harrastetoimintaa, tekemistä, sisältöä päiviin | l) Muu toive, mikä?                                      |

**Milaisia muunlaisia kursseja toivoisit Auralassa järjestettävän?**

## Liite 6. Markkinointikirje

Hei kaikki mielenterveystyötä tekevät!

Järjestämme osana opinnäytetyötämme Mielen hyvinvoinnin teemapäivän Auralan kansalaisopistossa maanantaina 28.8.2017 klo 11-15.

Päivän ohjelmaan kuuluu Auralan opettajien vetämiä työpajoja, kahvittelua sekä mielen hyvinvoinnin puun rakentamista yhdessä. Lisäksi Auralan kansalaisopiston suunnittelija Lotta Mankonen opastaa Auralan mielen hyvinvointia edistävään opintotoimintaan liittyen. Tapahtumassa on myös mahdollista vaikuttaa Auralan kurssitoimintaan ja osallistua samalla arvontaan.

Olette kaikki lämpimästi tervetulleita tapahtumaan! Se on maksuton ja suunnattu aikuisille. Lisätietoa ja tarkemman ohjelman löydätte liitteenä olevasta esitteestä, jota voitte vapaasti tulostaa ja jakaa teemapäivästä kiinnostuneille. Voimme toimittaa valmiiksi painettuja esitteitä tapahtumasta, mikäli haluatte ottaa niitä jaettavaksi.

Hyvää mieltä toivottaen,  
Nella ja Hanna  
Sosionomiopiskelijat

Lisätietoja ja esitepyynnöt:  
Nella Nuutinen  
nella.nuutinen@edu.turkuamk.fi

Hanna Ojanaho  
hanna.ojanaho@edu.turkuamk.fi



## Liite 7. Tapahtumajärjestäjän muistilista

### Hyvää mieltä – Tapahtumajärjestäjän muistilista

#### Hyvissä ajoin ennen tapahtumaa

- suunnittele tapahtuman sisältö ja aikataulu sekä tee tarvittavat hankinnat ja varaukset
  - työpajat ja niiden ohjaajat
  - oheisohjelma
  - tarjoilut
  - tilat
  - turvallisuussuunnitelma
  - työnjako
  - mitä tapahtuman jälkityöt vaativat
  - palautekanava

Mieti miksi tapahtuma järjestetään ja mitä sillä tavoitellaan. Suunnittele tapahtuma tavoitteen mukaan. Kiinnitä erityisesti huomiota kohderyhmään ja suunnittele tapahtuma heille. Asetu asiakkaan asemaan. Mikä tekee tapahtumasta sellaisen, että asiakas haluaa valita kaikesta tarjonnasta juuri sinun tapahtumasi? Miten osallistumisen kynnys olisi mahdollisimman matala?

- tee markkinointisuunnitelma ja toteuta markkinointi sen mukaisesti
  - varmista markkinoinnin aikataulut ja deadlinet eri painetuissa medioissa
  - tuota painettavat markkinointimateriaalit: sisältö, ulkoasu, taitto ja paino
  - järjestä markkinointimateriaalien jakaminen
  - suunnittele ja toteuta some-markkinointi

Aloita markkinointi ajoissa. Tapahtuman lähestyessä sosiaalisen median kanavia kannattaa hyödyntää aktiivisemmin. Mitä henkilökohtaisempaa markkinointi on, sitä enemmän se vaikuttaa.

#### Juuri ennen tapahtumaa

- käytännön järjestelyt
  - tarkista tilat, niiden kunto, sisustus ja poistumistiet
  - huolehdi paikalle selkeät opasteet tapahtumaan
  - valmistelee tarjoilut ja muu oheisohjelma
- valmistautuminen
  - varmista, että tapahtuman työnjako on selvä
  - mieti tapahtuman järjestelyt vielä kerran läpi asiakkaan näkökulmasta ja korjaa puutteet

Tapahtuman suunnitelman muuttaminen käytäntöön vaatii usein joustavuutta ja yllätyksiä tulee yleensä aina vastaan. Varaa valmisteluun riittävästi aikaa.

### Tapahtuman aikana

- huolehdi asiakkaista
  - viihtyvyys on tärkeää: toivota asiakkaat tervetulleeksi ja luo tunnelmaa
  - opasta työpajoihin ja vastaa kysymyksiin
  - kerää asiakkailta palautetta jossakin muodossa

Asiakkaille tapahtuma voi olla ensikosketus markkinoimaasi toimintaan. Ensivaikutelmalla on merkitystä ja tapahtumassa työskentelevät ihmiset ovat toiminnan käyntikortteja.

Tapahtumamarkkinoinnin ehdoton etu muihin markkinointivälineisiin nähden on sen elämyksellisyys, joten asiakkaan kokemukseen tapahtumasta kannattaa panostaa.

- huolehdi käytännön asioiden sujumisesta
  - varmista, että ohjaajat ja muu henkilökunta saapuvat ajallaan ja että heillä on tarvittavat välineet käytössään
  - varmista aikataulussa pysyminen
  - huolehdi tarjoiluista

Tapahtuman sujuvuus on tärkeä osa sitä kokemusta, jonka asiakkaat siitä saavat. Oleellista on myös, että ohjaajat saavat keskittyä ydintehtäväänsä ja tapahtuman järjestäjä huolehtii käytännön asioista.

### Tapahtuman jälkeen

- käytännön työt
  - opasteiden, somistusten ja tarjoiluiden purku
  - tilojen siistiminen
  - tarvikkeiden varastointi

Tapahtumapäivät saattavat olla raskaita ja pitkiä, joten purkuun on hyvä varata riittävästi aikaa ja työvoimaa.

- purku henkilökunnan kanssa
  - esitä kiitokset ja oma palautteesi tapahtuman järjestämiseen osallistuneille
  - välitä asiakaspalautteet sopivalla tavalla eteenpäin esim. työpajojen ohjaajille
  - järjestä tarvittaessa purkupalaveri, jossa tapahtuma voidaan käydä vielä läpi ja jakaa kokemuksia ja opittuja asioita

Yhteisten purkukeskusteluiden merkitys on suuri jatkoa ajatellen. Tapahtuman aikana kukin järjestelyihin osallistunut on keskittynyt erilaisiin asioihin. Opittu jää helposti yhden ihmisen hiljaiseksi tiedoksi, jollei kokemuksia jaeta yhteisesti.

2017

Nella Nuutinen & Hanna Ojanaho

Muistilista on osa Turun ammattikorkeakoulun sosiaalialan koulutusohjelman opinnäytetyötä.