



Toi tarttee markkinointia - Toimintaterapian markkinointi cd-rom

**Noora Linnera
Heidi Åkerlund**

**Opinnäytetyö
Tammikuu 2009**



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**
Sosiaali- ja terveysala

Tekijä(t) LINNERA, Noora ÅKERLUND, Heidi	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 35	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi Toi tarttee markkinointia – toimintaterapian markkinointi cd-rom		
Koulutusohjelma Toimintaterapian koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) RITSILÄ, Jaana		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä <p>Työn tavoitteena oli tuottaa toiminnallisena opinnäytetyönä cd-rom, joka toimii toimintaterapian koulutusohjelman markkinointivälineenä. Tavoitteena oli myös ottaa kantaa cd-romiin tietolähteenä. Työn kirjallisessa osuudessa kuvattiin cd-romin tuottamiseen vaikuttaneita teorioita, lähtökohtia ja käytettyjä lähteitä sekä prosessin eri vaiheita.</p> <p>Opinnäytetyönä tehtyyn toimintaterapia cd-romiin tietoa haettiin kirjallisista sekä sähköisistä suomalaisista sekä ulkomaalaisista lähteistä, ja se muokattiin työn kohderyhmien tarpeita vastaavaksi. Työtä varten toteutettiin kyselytutkimus, jolla kartoitettiin yhden kohderyhmän tarpeita. Kohderyhmäksi työhön valittiin toimintaterapian koulutusohjelmaan hakeutuvat henkilöt, muiden oppilaitosten opinto-ohjaajat, opiskelijatutorit sekä eri koulutusohjelmien opettajat. Toimintaterapia cd-romin sisällöksi tuli tietoa toimintaterapiasta yleensä, sen koulutusohjelmasta Jyväskylän ammattikorkeakoulussa ja työn kuvausta. Sen lisäksi työhön sisällytettiin asiakaskertomuksia, kuvia, sanasto sekä luettelo lisätietoa tarjoavista internet-osoitteista. Työn tekninen osuus toteutettiin yhteistyössä tietojenkäsittelyn opiskelijan kanssa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta.</p> <p>Työn tuloksena syntyi helppokäyttöinen cd-rom, jonka avulla voidaan markkinoida toimintaterapiaa sekä sen koulutusohjelmaan. Cd-romiin liitettiin ohjeet sen ylläpitoa varten. Työtä voidaan kehittää eteenpäin tutkimalla sen käytettävyyttä sekä muokkaamalla sitä vastaamaan kohderyhmien uusia tarpeita muuttuvassa tietoyhteiskunnassa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Toimintaterapia, markkinointi, cd-rom		
Muut tiedot Työssä on liitteenä toimintaterapia cd-rom		

Date _____

Author(s) LINNERA, Noora ÅKERLUND, Heidi	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 35	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title Toi needs a marketing - A marketing cd-rom for Occupational Therapy and its Degree Programme		
Degree Programme Degree Programme in Occupational Therapy		
Tutor(s) RITSILÄ, Jaana		
Assigned by		
Abstract <p>The goal of the Bachelor's Thesis was to produce a cd-rom, which works in marketing Degree Programme in Occupational Therapy. The written part contains information about the things that influenced the Bachelor's Thesis and the contents of cd-rom. These things are theories, the points of starting, used information sources and the different stages of the process.</p> <p>As a Bachelor's Thesis there was produced a cd-rom of Occupational Therapy. The information for the cd-rom was collected from different information sources and a questionnaire was made, the purpose of which was to survey one group of users and their needs. Target groups in Bachelor's Thesis are applicants for degree Programme in Occupational Therapy, guidance counsellors, student tutors and teachers. The cd-rom contains information about Occupational Therapy in general and the Degree Programme in Jyväskylä University of Applied Sciences. There are also client instances, pictures and vocabulary. The technical part was carried out by student of Business information systems from the school of Jyväskylä University of Applied Sciences.</p> <p>The result of this Bachelor's Thesis was easy-to-use cd-rom, which makes Occupational Therapy and its Degree Programme marketing easier. The cd-rom has instructions for its up keeping. The Bachelor's Thesis can be further improved by researching its usability and improving it to match users' needs.</p>		
Keywords Occupational Therapy, marketing, cd-rom		
Miscellaneous Occupational Therapy cd-rom is in appendix		

SISÄLTÖ

1	IDEASTA OPINNÄYTETYÖKSI.....	3
1.1	Taustaa ja tavoitteita.....	3
1.2	Aiheprosessi sekä projektisykli ja SWOT-analyysi	3
1.3	Cd-rom toiminnallisena opinnäytetyönä	7
1.4	Cd-romin valmistamisprojektin toteutus	7
1.4.1	Aikataulu.....	7
1.4.2	Tiedonkeräys.....	8
1.4.3	Cd-romin toteutus	8
1.4.4	Kustannukset.....	9
2	TOIMINTATERAPIA CD-ROM MULTIMEDIAVIESTIMENÄ.....	10
2.1	Digitaalinen media.....	10
2.2	Mitä ovat multimedia ja hypermedia.....	10
2.3	Multimedian sovellusalueita.....	11
3	KÄYTTÄJÄN HUOMIOIVA MULTIMEDIASUUNNITTELU.....	12
3.1	Mikä ihastuttaa	13
3.2	Mikä vihastuttaa	14
3.3	Värikin on viesti	15
3.4	Typografia	17
4	TOIMINTATERAPIAN MARKKINOINTI JA CD-ROM.....	18
4.1	Toimintaterapia.....	18
4.2	Toimintaterapian tunnettavuus	20
4.2.1	Opinnäytetyötä varten tehty kyselytutkimus	21

4.2.2 Aiemmat tutkimukset toimintaterapian tunnettavuudesta	23
4.3 Kohderyhmät	24
4.4 Markkinointi	25
4.5 Cd-rom tietolähteenä	26
4.5.1 Cd-romin sisällön luotettavuus	27
4.5.2 Tavoitettavuus	28
5 TOIMINTATERAPIA CD-ROMIN SISÄLTÖ JA PÄIVITTÄMINEN.....	28
5.1 Aihealueen rajaus	28
5.2 Cd-romin runko ja sisältö	29
5.3 Cd-romin käyttö ja ylläpito.....	30
7 POHDINTA	30
LÄHTEET	33
LIITTEET.....	35
Liite 1. Kyselytutkimuksen kysymykset	35
Liite 2. Toimintaterapia cd-romin tekstilähteet.....	36
Liite 3. Yhteydenottoviesti valmistuvasta opinnäytetyöstä.....	37

KUVIOT

KUVIO 1. Mistä etsit tietoa koulutusalaista?

KUVIO 2. Löysitkö etsimäsi tiedon?

KUVIO 3. Saitko mielestäsi tarpeeksi tietoa alasta hakuvaiheessa?

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Projektisykli

TAULUKKO 2. SWOT-analyysi

1 IDEASTA OPINNÄYTETYÖKSI

1.1 Taustaa ja tavoitteita

Päädyimme tekemään toiminnallisen, toimintaterapian markkinointiin ja opetukseen kohdistuvan opinnäytetyömme opettajamme ehdotuksesta. Aihe kiinnosti ja koimme sen toteutuksen olevan tärkeää: toimintaterapian koulutusohjelma on positiivisessa muutosaalokossa juuri nyt Jyväskylän ammattikorkeakoulussa ja markkinointi kasvaneessa opiskelijasisäännotossa on erityisen tärkeää. Toinen meistä tekijöistä on toiminut opiskelijatutorina ja nähnyt sekä kuullut markkinointivälineen luomisen tarpeen myös kentällä. Toimintaterapian tunnettavuuden lisääminen on ajankohtaista myös yhteiskunnallisesti tarpeen lisääntymisen myötä. Vehkaperän (2003) mukaan jatkossa toimintaterapeuttien työvoimantarve tulee edelleen lisääntymään erityisesti yksityisellä sektorilla, itsenäisinä ammatinharjoittajina sekä asiantuntijoina erilaisissa kehittämissankkeissa ja projekteissa.

Tavoitteenamme oli toteuttaa cd-romin valmistusprojekti, jonka tuloksena syntyisi helppokäyttöinen markkinointiväline koulutusohjelmaan sekä alaan tutustuville opiskelijoille, opinto-ohjaajille, koulutusohjelmaa markkinoiville opiskelijatutoreille sekä opettajille opetuskäyttöön. Tiedon lisääntymisen myötä Jyväskylän ammattikorkeakoulun toimintaterapian koulutusohjelma sekä ala yleensäkin tulevat tunnetummaksi.

Tässä työssä kuvailemme cd-romin sisällön tuottamiseen liittyviä vaiheita ja sen jälkeen otamme kantaa kriittisesti cd-romiin tietolähteenä, esimerkiksi sen päivitettävyyteen ja luotettavuuteen. Näkökulmia työssämme ovat myös multimedian käyttö opetuksessa sekä erilaisten tyylikeinojen, mm. värien vaikutus kiinnostavuuteen.

1.2 Aiheprosessi sekä projektisykli ja SWOT-analyysi

Projektin alustavan valinnan pitäisi perustua selkeästi analysoituun kehittämistarpeeseen. Valinnan taustalla voivat olla muun muassa alueelliset ja/tai toimialakohtaiset kehittämissuunnitelmat, jolloin projekti on osa niiden toteuttamista. Projektiaihe voi

perustua myös yrittäjien, eri sidosryhmien tai erilaisten kehittämisorganisaatioiden omiin liiketoiminta- ja kehittämisideoihin. Kummassakin tapauksessa taustalla pitäisi olla ainakin karkea analyysi kehittämismahdollisuuksista ja – tarpeista. Mitä selkeämpi ja analyttisempi tarkastelu on projektiaiheen valinnan taustalla, sitä suuremmat mahdollisuudet projektilla on onnistua. Metodina projektin alustavassa valinnassa voidaan käyttää niin sanottua nelikenttä(SWOT)analyysia. (Silfverberg 2001, 17.)

Lähtöajatuksena oli tuottaa käsin kosketeltava materiaalipaketti, joka olisi sisältänyt tietoa toimintaterapiasta lehtisen muodossa. Tämä idea hylättiin, koska paketin kopiointi laajaan levitykseen olisi tullut kalliiksi ja sen postittaminen olisi myös hinnasta. Myös turha paperin tuottaminen ei olisi ollut ekologista tai käytännöllistä muidenkin vaihtoehtojen ollessa toteutettavissa. Seuraavaksi toteutusmuodoksi tuli internet-sivut, jotka olisivat nykyaikaiset ja opinnäytetyötä varten tehdyssä tutkimuksessa ne osoittautuivat suosituimmaksi tavaksi etsiä tietoa. Internet-sivuja ei kuitenkaan voitu toteuttaa, koska niille ei löydetty paikkaa. Itsenäisten sivujen luominen nähtiin mahdottomana sen kustannusten vuoksi ja sivujen päivittäminen olisi ollut myös hankalaa. Myös tiedon luotettavuus olisi voinut kärsiä, koska sivut olisivat olleet yksityisen henkilön kotisivuina, eikä suuren ja tunnetun oppilaitoksen alaisuudessa.

Lopulta päädyimme cd-rom-vaihtoehtoon. Cd-rom on kevyt ja pieni multimediatuote, jonka avulla on helppo markkinoida toimintaterapiaa, esimerkiksi ottamalla se mukaan markkinointitapahtumiin tai lähettämällä se opinto-ohjaajille postitse. Kerran hyvin tehtynä, cd-rom on monivuotinen markkinointituote, jonka ainoana vaatimuksena on tiedon pitäminen ajantasaisena päivittämällä.

Hyvään suunnitteluun kuuluu, että eri suunnittelu-, suunnitelmien arviointi- ja päätöksentekovaiheet erotetaan selkeästi toisistaan. Tällä vältetään se yleinen ongelma, että hanketta suunnitellaan alusta loppuun ensimmäisen idean pohjalta ilman kriittistä toteutettavuuden arviointia. Suunnittelun ja päätöksenteon eri vaiheita voidaan kuvata niin sanotulla projektisykli-käsitteellä, joka määrittelee kunkin vaiheen sisällöt sekä vastuulliset toteuttajat. (Silfverberg 2001, 16.) Taulukossa 1 nähdään tämän työn projektisykli.

TAULUKKO 1 PROJEKTISYKLI

1. Projektin alustava valinta	Syksyllä 2007 saimme opinnäytetyön aihe-ehdotuksen sähköpostitse. Pohtimisen jälkeen päätimme tarttua aiheeseen. Tapasimme Jaana Ritsilän joulukuussa 2007 keskustellaksemme aiheesta. Maaliskuussa 2008 osallistuimme aihe-seminaariin, jossa esittelimme aiheen, se hyväksyttiin ja opinnäytetyöllemme määriteltiin ohjaaja.
2. Päätös aloittaa projektivalmistelut	Alkuperäisenä suunnitelmana oli luoda internet-sivut sekä markkinointiprotokolla toimintaterapian koulutusohjelman markkinoinniseksi. Tämän kariuduttua, päätimme lähteä toteuttamaan markkinointivälinettä multimediatuotteena. 2.4.2008 tapaamisessa opinnäytetyön ohjaajan kanssa mietimme opinnäytetyön aiheen rajausta sekä aihesisältöä. 30.4. palautimme ohjaajalle alustavan aikataulusuunnitelman, -sisällysluettelon sekä osittaisen kirjallisuuskatsauslistan.
3. Tausta- ja esiselvittely	Tutustuimme markkinointiin, aikaisempiin tutkimuksiin aiheesta, toiminnalliseen opinnäytetyöhön sekä multimediatekniikan tuottamiseen. Teimme kyselytutkimuksen kohderyhmän kaltaiselle joukolle.
4. Projektin esisuunnitelma	Suunnitelmana oli luoda toimintaterapia cd-rom, jonka avulla voidaan markkinoida koulutusala.
5. Päätös aloittaa yksityiskohtainen projektisuunnittelu	Aloitimme keräämään tietoa teoriapohjaan ja teimme SWOT-analyysin.
6. Projektisuunnitelman laatiminen	Asetimme tarkkan aikataulun ja määritimme yhteistyökumppanit.
7. Suunnitelman toteutettavuuden ja riskien arviointi	Kirjoitimme opinnäytetyön teoriaosuutta ja suunnittelimme cd-romin visuaalista ulkonäköä sekä sisältöä.

8. Projektin toteutus	Viimeistelimme teoriaosuuden ja kävimme dialogista keskustelua cd-romin mahdollisuuksista tietojenkäsittelyn opiskelijan kanssa.
9. Projektin toteutuksen arviointi	Cd-romia ovat testanneet toteutusvaiheessa sen tekijät, opinnäytetyön opponentti sekä ohjaava opettaja.

Ennen opinnäytetyön toiminnallisen osuuden aloittamista, tehtiin SWOT-analyysi vahvuuksien ja mahdollisuuksien sekä heikkouksien ja uhkien kartoittamiseksi. Analyysia täydennettiin projektin toteuttamisen aikana.

TAULUKKO 2 SWOT-analyysi

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> • Aikaisemmat tutkimukset ja opinnäytetyöt antavat uskoa siihen, että markkinointiin on tarvetta • Kentällä huomattu kysyntä markkinointituotteelle • Oppilaitoksen ja koulutusalan kasvanut tarve markkinointiin • Vahva yhteistyösuhde työryhmän jäsenten kesken • Selkeä visio ja paljon ideoita 	<ul style="list-style-type: none"> • Tutkimustietoa vähän toimintaterapian markkinoinnista • Aika • Resurssit • Aihealueen rajojen sisällä pysyminen
Mahdollisuudet	Uhkat
<ul style="list-style-type: none"> • Luodaan uusi ja toimiva toimintaterapian markkinointiväline, joka tulee laajaan käyttöön • Tuotettu väline poikii uusia markkinointi-ideoita myös muille koulutusaloille ja –yksiköille • Mahdollisuus tuotekehittelyyn ja jatkotutkimuksiin 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuote ei koskaan tavoita kohderyhmiä • Tietoa ei päivitetä ja se vanhentuu • Tuote ja sen tieto eivät vastaa kohderyhmän tarpeita • Yhteistyökumppaneita ei löydy • Toteutus ei onnistu • Aikataulu ei pidä

1.3 Cd-rom toiminnallisena opinnäytetyönä

Toiminnallinen opinnäytetyö, kuten cd-romin luominen on vaihtoehto tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Se tavoittelee käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Toiminnallisen opinnäytetyön tulisi olla työelämälähtöinen, käytännönläheinen, tutkimuksellisella asenteella toteutettu sekä riittävästi alan tietojen ja taitojen hallintaa osoittava. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 9.)

Toiminnallinen opinnäytetyö on riippuvainen alasta. Toteutustapana, riippuen kohde-ryhmästä, voi olla kirja, kansio, opas, vihko, cd-rom, kotisivut tai tilaan järjestetty tapahtuma. Ammattikorkeakoulun toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 9-10.)

Valitsimme toiminnallisen opinnäytetyömme toteutustavaksi cd-romin sen helppokäyttöisyyden ja monipuolisuuden vuoksi. Loimme välineen, jonka avulla on helppo tutustua toimintaterapiaan, sen koulutukseen Jyväskylän ammattikorkeakoulussa sekä saada yleiskuvaa työstä ja työkentistä, joilla toimintaterapeutit voivat työskennellä. Cd-rom varmistaa sen, että ajantasaista tietoa on helposti saatavilla, eikä esimerkiksi alaa esittelemään lähtevän toisen alan opiskelijatutorin tarvitse välttämättä osata kaikkea tietoa ulkoa: hän voi cd-romin avulla esitellä koulutusalaan ja ammattia mielenkiintoisesti kuvien ja lyhyin tekstiosuuksin. Cd-romista tehtiin myös tiedollisesti kevyempi sähköinen versio. Tämä versio voidaan lähettää sähköisesti aiheesta kiinnostuneille opinto-ohjaajille ja näin he voivat markkinoida koulutusalaan eteenpäin omille opiskelijoilleen.

1.4 Cd-romin valmistamisprojektin toteutus

1.4.1 Aikataulu

Opinnäytetyön aihe päätettiin lopullisesti helmikuussa 2008, jolloin tartuttiin aiemmin esitettyyn ideaan markkinointivälineen luomisesta toimintaterapian koulutusohjelmal-

le. Maaliskuussa 2008 aiheseminaarissa esitettiin opinnäytetyön idea ja aihe hyväksyttiin.

Loppukevät työstettiin opinnäytetyön toista vaihetta. Kevät kului aihetta rajaten ja määritellen tutkimustehtävää, hahmotellen teoriaosaa, määritellen avainkäsitteitä, kirjallisuuskatsausta tehden, selvittellen aiempia tutkimuksia sekä sopimalla työnohjaaja ja aikataulut. Tässä vaiheessa selvisi, että työn toiminnallisen osuuden toteuttamiseen tarvittiin it-asiantuntijaa, joten yhteistyökumppaneita kartoitettiin.

Kesä-elokuussa 2008 tehtiin työn teoriaosuutta hakien ja lukien lähdekirjallisuutta sekä kirjoittaen työn ensimmäistä versiota. Tällöin ideapohja muokkaantui ja tarkentui melkein lopulliseen muotoonsa. Myös toiminnallisen osuuden suunnitelmaa alustettiin ja ideoitiin tietojenkäsittelyn opiskelijan kanssa. Syksyllä 2008 alkoi tiivis työn tekemisen vaihe, jolloin sekä teoria- että toiminnallista osuutta työstettiin ja muokattiin ahkerasti.

1.4.2 Tiedonkeräys

Tiedonkeruu toimintaterapia cd-romiin aloitettiin pohtimalla kohderyhmien tiedon tarvetta opinnäytetyön aiheesta. Yhden kohderyhmän tarpeita kartoitettiin myös kyselyllä. Tietoa kerättiin etsimällä ja lukemalla aiempia tutkimuksia sekä tutustumalla edellisiin markkinointituotteisiin. Kerätty tieto pyrittiin tiivistämään ja muuttamaan mahdollisimman konkreettiseksi, koska kyselyn mukaan tietoon kaivataan konkretiaa.

Teoriaosuuden tietoperustaa lähdettiin rakentamaan tutustumalla kirjallisuuteen pääkäsitteiden ”toimintaterapia”, ”markkinointi” ja ”multimedia” kautta. Teoriaa laajennettiin ottamalla käsittelyyn myös hypermedia, cd-rom ja multimediasuunnittelu. Teoriaan haettiin myös tutkimusperustaa sekä Suomesta että ulkomailta, jotta saataisiin varmistus aiheen tarpeellisuudesta sekä luotettavuudesta.

1.4.3 Cd-romin toteutus

Toimintaterapia cd-romin tekniseen toteutukseen tarvittiin tietotekniikan asiantuntija. Yhteistyökumppania haettiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun informaatioteknologi-
an koulutusyksiköstä, mediatekniikan opiskelijoista. Yhteyttä otettiin sähköpostitse
mediatekniikan opettajistoon, josta kehoitettiin etsimään opiskelijayhteistyökumppa-
neita oma-aloitteisesti. Opettajien mielestä moniammatilliseen yhteistyöhön opiskeli-
joita löytyy heikosti, vaikkakin tällainen olisi koulutusyksikön puolelta mahdollista.
Yhteistyöhön etsittiin opiskelijoita eri kanavien kautta, mutta aikataulullisten syiden
vuoksi yhteisprojektia ei saatu käynnistettyä. Yhteistyö mahdollistui tietojenkäsittelyn
loppuvaiheen opiskelijan kanssa: hän tekisi työhön omiin opintoihinsa sulautuvan
asiakaslähtöisen projektin.

Ennen cd-romin työstön aloittamista, pidettiin alkupalaveri, jossa käytiin läpi idea,
kartoitettiin sisältöjä, mietittiin aikatauluja sekä sovittiin cd-romin yleiskuvasta. Pala-
verin jälkeen jokainen työryhmän jäsen ideoi tuotetta eteenpäin ja näitä ideoita jaettiin
eteenpäin kehitettäväksi sähköpostin välityksellä. Ensimmäisen version valmistumisen
jälkeen, pidettiin uusi palaveri, jossa keskusteltiin vahvuuksista ja muutosehdotuksis-
ta. Silloin päätettiin myös tuotteen lopullinen rakenne sekä yleisilme (muun muassa
värimaailma ja fontit). Cd-romiin tulevat tekstit lähetettiin suoraan sähköisesti tieto-
jenkäsittelyn opiskelijalle ja ne muokattiin sopivaan muotoon.

1.4.4 Kustannukset

Multimediakustannusrakenne koostuu esituotantokustannuksista, varsinaisista tuotan-
tokustannuksista, monistus- ja jakelukustannuksista, päivitys- ja ylläpitokustannuksis-
ta, multimedia-ohjeistuskustannuksista, tekijänoikeusmaksuista ja lisenssimaksuista
(Luukkonen 1996, 188).

Tavoitteena työssä oli pitää kustannukset koko ajan mahdollisimman matalina sekä
tuotantovaiheessa että lopullisen tuotteen jatkokäyttöä ajatellen. Tuotteen tekemiseen
välineet olivat jo olemassa (tietokone ja ohjelmistot), joten ne eivät tulleet menoeräk-
si. Päivitys- ja ylläpitokustannuksilta vältyttiin tekemällä yksinkertainen menetelmä
sekä hyvät ohjeet, jotta se onnistuisi keneltä tahansa. Tekijänoikeus- tai lisenssimaksu-
ja ei muodostunut. Myös mahdolliset työkuksannukset koko työryhmän osalta kuit-

taantui työstä saatavilla opintosuorituksilla. Ainoat kustannukset muodostuivat cd-romin hankintakustannuksista, ohjeiden tulostuksista sekä tiedon tallennusta varten hankitusta muistitikusta. Jatkossa ainoat kustannukset tulevat olemaan uusien cd-romien hankinta sekä mahdolliset postimaksut.

2 TOIMINTATERAPIA CD-ROM MULTIMEDIAVIESTIMENÄ

2.1 Digitaalinen media

Tiedonvälitys on ollut luonteeltaan analogista aivan viime vuosikymmeniin asti: uusi tietotekniikka käynnisti perustavanlaatuisen ja kiihtyvän muutoksen kohti informaation digitalisointia. (Kanerva, Packalén & Puttonen 1998, 9-10.) Jopa televisio on siirtynyt melkein joka kodissa digitaaliseen aikakauteen.

Digitalisoinnissa on kyse tiedon uudeltaisesta tuottamisesta, koodaamisesta, muokkaamisesta sekä siirtämisestä loppukäyttäjien hyödynnettäväksi. Vastaanottajilla on myös uusia keinoja ja välineitä informaation hyödyntämiseen. Kaikki tieto voidaan tarvittaessa muuttaa digitaaliseen muotoon. Tämä antaa lähes rajattomat mahdollisuudet muokata eri aineistoa useisiin käyttötarkoituksiin ja monentyyppisiä siirtoteitä pitkin. (Mts. 9-10.)

Digitaalisen viestinnän peruselementit ovat teksti, valokuva, grafiikka, video, animaatio, ääni ja musiikki. Näitä peruselementtejä voidaan yhdistellä digitaalisissa viestintävälineissä. Kun käytössä on useampi kuin kaksi mediaelementtiä, puhutaan multimediasta. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2000, 5.)

2.2 Mitä ovat multimedia ja hypermedia

Digitaalisia mediaelementtejä voidaan myös yhdistellä ja linkittää toisiinsa. Tällöin puhutaan multi- tai uusmediasovelluksista. Digitaalinen media voi olla niin kutsuttua hypermediaa eli käyttäjällä on mahdollisuus tehdä valintoja tai vaikuttaa median esitystapaan. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2000, 5.)

Multimedia tulee sanoista monta (multi) sekä viesti/esityskanava (media). Nimikkeen mukaisesti puhutaan multimediasta, jos käytössä on vähintään kolme seuraavista multimediaelementeistä: kuva, ääni, video, animaatio ja hyperteksti. (Luukkonen 1996, 15.)

Terminä **multimedia** merkitsee mitä tahansa tietokonesovellusta, jossa on yhdistettynä useampi eri mediaelementti. Mainoksissa ja markkinoinnissa multimedialla käsitetään cd-romilla tai kiintolevyllä olevaa interaktiivista markkinointi-, viihde- tai opetussovellusta. Tulevaisuudessa multimediaa tullaan jakelemaan verkon kautta tai dvd-levyillä. (Mts. 8.)

Hypermedian tunnusmerkkinä on koneen ja ihmisen vuorovaikutus, eli interaktiivisuus. Ihminen pystyy vaikuttamaan omalla toiminnallaan sovelluksen etenemiseen ja käsiteltävän tiedon määrään. Hypermedia on syntynyt hypertekstin ja multimedian yhdisteenä. (Paananen & Lallukka 1994, 11.)

Toimintaterapia cd-rom toimii sekä multimedian että hypermedian alueella. Sovellukseen on yhdistetty multimediaelementtejä ja tietoa käsitellään cd-romilla. Tätä tietoa voidaan jakaa käyttäjilleen cd-rom-levyllä tai sähköisesti verkon kautta. Hypermedia toimintaterapia cd-romissa näkyy mahdollisuutena interaktiivisuuteen: levyn tekstisuudessa on hyperlinkkejä, joista painamalla pääsee toiseen osioon. Näin käyttäjä voi vaikuttaa siihen, missä järjestyksessä tietoa hakee ja saa.

2.3 Multimedian sovellusalueita

Pelkällä tietokoneella ihminen ei tee yhtään mitään. Tietokone tulee käyttökelpoiseksi vasta sitten, kun siihen on hankittu käyttäjien tarpeita vastaavia sovellusohjelmia. Samoin hypermedia on itsessään täysin hyödytöntä, jos sen avulla ei ole toteutettu yhtään käyttäjän kannalta hyödyllistä sovellusta. (Paananen & Lallukka 1994, 13.)

Multimediassa on useita sovellusalueita. **Opetus ja koulutus** ovat ne alueet, joilla hypermediaa on pyritty soveltamaan jo pitkään: hypermedia on hyvin luonteva opetuksen apuväline havainnollistettaessa asioita ja annettaessa opiskelijan itse etsiä tietoa. **Markkinoinnissa** hypermedia soveltuu hyvin tiedonvälitykseen tuotteista asiakkailla. **Esittelysovelluksessa** asiakkaalle annetaan mahdollisuus itse tutustua tuotteeseen: tällöin se jää hänelle paremmin mieleen, kuin puhtaasti passiivisessa mainonnassa. **Teknisessä dokumentoinnissa** tieto voidaan tallentaa paperin sijaan suoraan cd-romille, jolloin mm. säilytys on helpompaa. Tiedon jäsentäminen on helpompaa ja hyvin jäsennellystä materiaalista saadaan tarvittavat tiedot ja yksityiskohdat nopeasti esille. **Informaatiokioskien** tarkoituksena on esitellä ja jakaa tietoa käyttäjälle jostakin asiakokonaisuudesta: tällaisia asioita voi olla esim. organisaation esittelyt. **Ajantvieste** muodostaa taloudellisesti tärkeimmät multi- ja hypermediasovellusten ryhmän, mm. videopelit ja interaktiiviset satukirjat. Hypermedia tarjoaa taiteilijoille uuden keinon ilmaista itseään: **hypermediataide** on vuorovaikutteista, jolloin teos muuttuu katsojan antaman palautteen mukaan ja jokainen katsoja näkee erilaisen esityksen. Muita sovellusalueita ovat mm. **tietoverkot, asiantuntijajärjestelmät, käytännön apuvälineet sekä toimistojärjestelmät.** (Paananen & Lallukka 1994, 13–23.)

Edellä kerrotuista multimedian sovellusalueista toimintaterapia cd-rom toimii opetuksen ja koulutuksen, markkinoinnin sekä esittelysovelluksen alueella. Opetuskäytössä cd-rom voi toimia havainnollistettaessa opiskelijoille toimintaterapeutin työalueita ja -paikkoja, koska se sisältää listoja sekä selkeitä kaavioita näistä aiheista. Markkinointi- ja esittelysovelluksena toimintaterapia cd-rom on silloin, kun tuotetta käytetään koulutuspaikkojen markkinoinnissa mahdollisille uusille opiskelijoille: esimerkiksi, kun opiskelijoita tulee tutustumaan Jyväskylän ammattikorkeakouluun. Alasta kiinnostuneen opiskelijan on myös mahdollista tutustua itsenäisesti tai opinto-ohjaajansa kanssa cd-romiin etsiessään tietoa alasta.

3 KÄYTTÄJÄN HUOMIOIVA MULTIMEDIASUUNNITTELU

Hyvä multimediasuunnittelu on mahdollista, jos osaa asettaa multimedian käyttäjän asemaan. Käyttäjillä on hyvin erilaisia tarpeita ja asenteita verkkoon nähden, joten kohderyhmän määrittely on yhtä tärkeää kuin missä tahansa viestinnässä. Kiinnostustenkin kohde jakaa kuluttajia: opiskelumotiivi tuottaa tarpeen löytää tietoa, kun taas huvikseen surffaavalla voi olla tavoitteena taide, peli tai ajanviete. Käyttäjäkuntaa jakavat myös alueellinen, ideologinen, kulttuurinen tai kielellinen erilaisuus. (Hatva 1998, 11.)

Multimediaviestimessä nopeus ilahduttaa, hitaus ärsyttää, sekavuus harmittaa, järjestys luo tyydytyksen tunnetta. Nämä epäkohdat ärsyttävät, joten ne tulee poistaa. Tämä kuitenkin usein unohtuu arkityössä. Hyvää multimediasuunnittelua ei huomaa, vain virheet näkyvät. (Hatva 1998, 13.)

3.1 Mikä ihastuttaa

Multimediaviestimen ensivaikutelma on tärkeää: minkälaisen kuvan annat itsestäsi tai organisaatiostasi? Kun tiedetään, että vain 10 % käyttäjistä etenee ”etusivua” pidemmälle, hyvät neuvot ovat kalliit. Multimediatuotetta suunnitellessa tulisi seuraaviin asioihin kiinnittää huomiota: esteettinen yleisilme, järjestys, jatkuvuus ja ennakoitavuus, nopeus, kuvat ja ääni. (Hatva 1998, 13.)

Esteettinen yleisilme voidaan varmistaa graafisen suunnittelun avulla huomioimalla värimaailma, layout ja tiedon määrä. Hyvälle yleisilmeelle leimaa-antavaa on jonkinlainen harmonia, yhtenäisyyden tunne. **Hyvä järjestys** ilmenee sivujen logiikkana ja toimintamallina. Käyttäjän on helppo oivaltaa järjestys ja toimia sen mukaan. Kun asiat ovat oikein ryhmiteltyinä, suurempikin sisältö hahmottuu käyttäjälle. **Jatkuvuus ja ennakoitavuus** tarkoittavat sitä, että ensimmäisellä sivulla esitetyn logiikan täytyy jatkua myöhemminkin: tietyt asiat ovat samalla paikalla, sovitut värit säilyttävät merkityksensä kautta linjan. Käyttäjä voi luottaa ”sopimuksiin” ja ennakoida tapahtumia. Aikastressi on tekijä, joka vääjäämättä vaikuttaa käyttäjään. Tiedon löytyminen **nopeasti** ilahduttaa ja saa aikaan onnistumisen kokemuksia. Tekniikan kehitys on ollut lisäämässä tehoa, mutta edelleen vastaanottajilla on vanhoja laitteita ja ohjelmia. Esteettisistä hienouksista on tingittävä nopeuden ja käyttömukavuuden hyväksi. Verko-

viestintä on parhaimmillaan silloin, kun **kuvilla** voidaan näyttää jotakin, mitä sanoin olisi vaikea selittää, ja **äänellä** esimerkiksi demonstroidaan tai korvataan luettavaa tekstiä. Molemmat voivat tietenkin toimia myös viihdyttävinä elementteinä. Tärkeintä on, että käyttäjä löytää etsimänsä sopivassa muodossa. (Hatva 1998, 13.)

Toimintaterapia cd-romin yleisilmeen suunnitteluun kiinnitettiin paljon huomiota. Cd-romin haluttiin näyttävän asialliselta, mutta silti kiinnostavalta. Kyseessä on kuitenkin sovellus, jonka tavoitteena on herättää mielenkiintoa toimintaterapiaa ja sen opiskelua sekä Jyväskylän ammattikorkeakoulua kohtaan. Esteettisen ja yhtenäisen yleisilmeen varmistamiseksi tehtiin yksi sivurakenne, joka toistuu jokaisella sivulla. Se tekee cd-romista selkeän ja viimeistellyn oloisen, lopputulos ei näytä sekavalta tai suunnittelemattomalta. Jatkuvuus ja ennakoitavuus näkyvät myös väri- ja rakennevalinnoissa: käyttäjän on helppo löytää sivulta toiselle, sillä painikkeet ovat helposti havaittavissa samoilla paikoilla.

Sovellukseen lisättiin muutamia kuvia, jotta esitellyt tekstit muuttuisivat konkreettiseksi. Haluttiin myös, ettei sovellus ole täynnä vain pelkkää tekstiä. Kuvat toimivatkin viihdyttävinä ja keventävinä elementteinä. Kuvia ei kuitenkaan haluttu liikaa, jottei sovelluksen käytettävyys kärsisi. Kaikki sovelluksessa oleva tieto haluttiin myös täysin sähköiseen muotoon, jotta tämä tietopaketti voitaisiin lähettää tarvittaessa eri yhteistyötahoille, esimerkiksi opinto-ohjaajille, myös sähköisesti. Tästä täysin sähköisestä sovelluksesta jouduttiin osin karsimaan informaatiota, kuten kuvat, pois, jotta sähköinen sovellus olisi järkevässä koossa lähetettäväksi erikokoisiin sähköpostilaatikkoihin.

3.2 Mikä vihastuttaa

Voimme välttää pahimpia virheitä miettimällä oman kokemuksemme perusteella, mikä saa käyttäjän lopettamaan tiedon selailun. Ensivaikutelma on tässäkin ratkaiseva askel kohti jatkuvaa suhdetta tai sen loppumista lyhyeen. (Hatva 1998, 11.)

Huonoon ensivaikutelmaan johtavat seuraavat asiat: epäselvyys (liian pieni teksti, suttuisuus), tolkuttomuus (sekavuus, ei tiedä mitä odottaa), odottelu (liian pitkät la-

taamisajat), eksyminen (missä ollaan), dead end (aina oltava vähintään kaksi aktiivista kohdetta, eteen-taaksepäin), kehnot kuvat (kuvia kuvien vuoksi) sekä vanha tieto. (Mts. 11-12.)

Toimintaterapia cd-romia koottaessa pyrittiin ottamaan huomioon kaikki yllämainitut ”sudenkuopat”. Epäselvyyteen ja tolkuttomuuteen pyrittiin vaikuttamaan tekemällä selkeä ja toistuva rakenne jokaiselle sivulle. Teksti pyrittiin pitämään luettavana ja siksi tietoa karsittiin: liikaa pientä tekstiä ahdetuna pieneen ikkunaan ei varmasti houkuta ketään tutustumaan sisältöön. Vaikka sisältöön laitettiin kuvia, on niitä vain muutama ja jokaisella on tarkoituksensa. Kuvat pyrittiin myös pitämään sopivan kokoisina: liian suuressa kuvassa pikselit hajoavat ja kuva muuttuu sutuksi, liian pienestä kuvasta ei taas saa selvää.

3.3 Värikin on viesti

Väri kertoo aina kohteestaan jotakin; tahallisesti tai tahattomasti. Värien avulla voidaan vaikuttaa, sillä väreihin liittyy paljon tuntemuksia, tunnelmia, symboliikkaa ja makuja. Usein puhutaan värimuistista, jonka mukaan värit herättävät muistikuvia. Ihmiset ovat tottuneet kokemaan tietyt asiat tietynvärisinä. Kokemukset näkyvät myös kielessä väreinä: taivaansininen, viininpunainen. Värit ovat jossain määrin myös henkilökohtaisia aistimuksia. Esimerkiksi lähes jokaisella on oma määritelmänsä myrkynevihreälle. (Loiri & Juholin 2002, 112.)

Huomion herättäminen, mielenkiintoisuus ja helppolukuisuus ovat julkaisun tärkeimpiä ulkoasullisia piirteitä. Sivun pitää jollakin kiinnostavalla tavalla erottua suuresta joukosta ja sivulla olevan informaation on oltava helposti saatavilla. Väri on yksi erottautumisen ja esteettisyyden moniulotteinen työkalu. Samalla se, muodon ohella on visuaalisuuden peruselementti. (Hatva 1998, 41.)

Arnkil (2008) sanoo tumma-vaaleakonstrastin olevan keskeistä havaitsemiselle, eli havainnot muodoista ja tiloista perustuvat tummuusvaihteluihin. Tämä tarkoittaa sitä, että vaalea kohde erottuu parhaiten tummasta taustasta ja vaalea tummasta. Ääriesimerkki tummuus-vaaleuskonstrastista on musta ja valkoinen: tämä on tehokas huomiokeino, koska niiden vastakkaisuus erottuu ympäristössä kaksikulotteisuudella. (Arnkil

2008, 96–98, 138.) Toimintaterapia cd-romin tekstien väriksi valittiin musta ja niiden taustaksi vaaleanvihreä, jotta kontrasti olisi mahdollisimman suuri ja teksti erottuisi helposti. Pesosen (2007) mukaan tekstin ja taustan välinen sävykontrasti voi tehdä lukemisesta miellyttävää tai vaivalloista. Kun teksti erottuu sopivasti taustastaan, lukeminen on helppoa. Jos taustan ja tekstin sävyt ovat liian lähellä toisiaan, eivät kirjaimet erotu tarpeeksi. (Pesonen 2007, 33.) Työhön ei valittu musta-valkea-kontrastia sen kovuuden ja tavallisuuden, niin sanotun asiakirjamaisuuden vuoksi.

Lämpimät värit, kuten punainen, oranssi ja keltainen ovat huomioarvoltaan tehokkaampia kuin vihreä, sininen ja violetti, jotka luetaan viileiksi väreiksi. Lämpimät värit näyttävät työntyvän eteen ja laajenevan, kun taas viileät värit näyttävät vetäytyvän ja supistuvan muihin väreihin verrattuna. Lisäämällä vaaleutta ja kylläisyyttä, eli värin puhtautta suhteessa taustaan saa minkä värin tahansa laajenemaan visuaalisesti ja työntymään eteen. (Arnkil 2008, 141.) Suurimmalla osalla väreistä on sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia. **Punainen** yhdistetään usein vereen ja energisyyden, innostuksen, intohimon tai erotiikan tunteisiin. Toisaalta punainen herättää myös aggressiivisuutta, vihaa ja väkivaltaisuutta. **Oranssi** mielletään helposti lähestyttäväksi ja epämuodolliseksi. Negatiivisessa mielessä oranssi voidaan kokea puutteelliseksi laaduksi. **Keltainen** on auringon paisteen väri. Se on optimistinen, moderni ja menevä. Toisaalta keltaisen energia voidaan kokea ylivoimaiseksi: siksi keltainen ei ole muodissa kovin pitkiä aikoja. (Jirousek 1995.)

Vihreä kuvaa luontoa, elämää, pysyvyyttä, levollisuutta sekä luonnollisuutta. Toisaalta jotkut vihreän sävyt voivat kuvata kateutta ja keinotekoisuutta sekä joissakin yhteyksissä lahoamista ja myrkyllisyyttä. **Sininen** koetaan viileänä, etäisenä, hengellisenä tai pidättyväisenä eleganssina. Jotkut sinisen sävyt nähdään imartelevana. Sininen voi kuvata myös passiivisuutta, surua, masennusta sekä ulkopuolisuutta. **Violetti** on fantasian, leikkisyyden, impulsiivisuuden ja unelmien väri. Violetti voi myös kuvata painajaisia sekä hulluutta. (Jirousek 1995.)

Cd-romin sovelluksen taustaväriksi valittiin vaaleanvihreä. Kuten yllä on mainittu, se kuvaa levollisuutta ja luonnollisuutta. Tämä valittiin siksi, ettei taustavärin haluttu ponnahtavan silmille, eikä se saanut häiritä keskittymistä tekstiin. Vihreä kuvaa myös pysyvyyttä, mikä on tärkeä osa esteettisen yleisilmeen suunnittelua: sovelluksen käy-

tettävyys paranee, kun väri ja rakenne ovat yhtenäisiä joka sivulla. Taustan reunaan lisättiin myös violetinsävyinen kukka, joka kasvaa hieman joka sivulla reunaan. Tämä tuo pienen kiintopisteen muuten haaleaan yleisilmeeseen ja tuo sovellukseen hieman ryhtiä. Violetti väri valittiin kukkaan, koska haluttiin sen tuovan mukaan hieman leikkisyyttä ja keveyttä asiatekstiin.

Värillä on siis ulottuvuutensa merkityksiä ja mielenkiintoa luovana tekijänä. Sillä voidaan auttaa huomaamista ja lukemista. Median ja vastaanottimen tekniset ominaisuudet kuitenkin rajoittavat väri-ilmaisua. Aikaa ei kannata unohtaa, sillä latautumisnopeus eli sivujen koko asettaa ulkoasusuunnittelulle perustavaa laatua olevan rajoituksen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettei ulkoasua voisi suunnitella hyvin ja monipuolisesti ottaen huomioon myös viestin sisältö ja tarkoitus sekä kohderyhmä. (Hatva 1998, 41.)

3.4 Typografia

Typografialla tarkoitetaan tekstin graafista ulkoasua. Hyvin laadittu typografia on kaunista ja helppolukuista, lisäksi sillä on kyky viestiä tai kertoa jotain tekstin hengestä, ilmapiiristä ja julkaisuajankohdasta. Typografia on jo itsessään viesti, ja voimakas kerronnan väline: tärkeää ei siis ole vain mitä sanotaan, vaan miten sanotaan. Hyvä typografia pysäyttää ja herättää halun lukemiseen sekä toimii lukijan apuna: se auttaa hahmottamaan rivien alku- sekä loppukohdat, ja näin estää katseen harhailun ja lukemisen katkeamisen. (Loiri 2004, 9-12.) Kirjaintyyppivalinnoissakin vähän on paljon: useimmiten paras ja tasapainoisin kokonaisuus syntyy vähillä fonteilla. Ylenpalttinen runsaus ei ole enää jännittävän, vaan lähinnä rasittavan näköistä. Jos valitaan useampi kuin yksi fontti, on syytä huolehtia siitä, että kirjaintyyppit ovat riittävän erilaisia keskenään. (Pesonen 2007, 29.)

”Typografia pukee kirjoitetut ajatukset näkyvään muotoon (Loiri 2004, 9).”

Typografian suunnitteluun kuuluu mm. tekstityypin valinta, fonttien koot, lihavuusasteet ja tekstin jako palstoihin sekä otsikoihin. Tämä suunnittelutyö alkaa aina tutustumisella tekstin sisältöön. Suunnittelutyötä tehdessä on aina muistettava kohderyhmä,

resurssit, päämäärä sekä olosuhteet. Kuten puhuttu kieli, on myös typografia altis ulkopuolisille vaikutuksille, niin muotivirtauksille ja muille ajan tapahtumille. (Mts. 29–38.)

Kirjaimen koko valitaan suhteessa käytettävään tilaan, tekstin määrään ja palsta leveyteen. Sopivan kokoinen fontti ja riittävä tila tekstin ympärillä kiinnittävät huomiota tekstiin ja helpottavat lukemista. Liian pientä tekstiä on vaikea lukea, mutta myös liian suuri fontti voi olla hidas lukuinen ja luotaantyöntävä. (Pesonen 2007, 31.)

Toimintaterapia cd-romin tekstityypiksi valittiin kaksi erilaista fonttia, jotta teksti olisi tasapainoinen, mutta silti houkutteleva. Toisena fonttina ”pääotsikossa” (toistuu joka sivulla), käytettiin script-kirjaisinta. Se luo illuusion käsin tekstaamisesta, mutta näyttää silti siistiltä (Loiri 2004, 51). Tämä tekstityyppi valittiin, koska työhön haluttiin luonnollisuutta. Toiseksi tekstityypiksi valittiin Times New Roman-tyyppi, koska se on selkeä ja helposti luettavissa. Se myös eroaa toisesta käytetystä fontista selkeästi. Tekstityyppien valinnassa huomioitiin myös kohderyhmää ja käyttötarkoituksia, ja myös eri laitteistojen vaatimuksia: työhön valittiin vain sellaisia fonteja, jotka toimivat kaikissa tietokoneissa niiden iästä tai ohjelmistoista huolimatta.

4 TOIMINTATERAPIAN MARKKINOINTI JA CD-ROM

4.1 Toimintaterapia

Opinnäytetyöllä halutaan parantaa toimintaterapia-käsitteen ymmärrettävyyttä ja tietoisuutta alasta sekä sen mahdollisuuksista. Useissa eri lähteissä toimintaterapia on määritelty hieman eri tavoin: tarkoituksena sekä erityisesti haasteena on yhdistellä näitä määritelmiä ja luoda monipuolinen sekä kattava kuvaus, jotta kuka tahansa saisi kuvan tästä laajasta ammatista. Seuraavaksi muutamia hyviä määritelmiä, jotka ovat olleet pohjana cd-romilla olevalle määritelmälle:

Toimintaterapia on asiakaslähtöistä kuntoutusta. Asiakas toimintaterapiassa on oman elämänsä asiantuntija ja terapeutin toiminnan asiantuntija on toimintaterapeutti.

Toimintaterapialla tuetaan asiakkaan päivittäistä elämää; leikkimistä, lepoa, vapaa-ajan viettämistä, itsestä huolehtimista, asioimista ja kotielämää, koulunkäyntiä ja opiskelua, työkykyä ja työssä selviytymistä sekä yhteiskunnallista osallistumista. Toimintaterapian käsityksen mukaan ihminen itse voi vaikuttaa terveyteensä, hyvinvointiinsa ja tulevaisuuteensa omien valintojensa ja toimintansa kautta. (Joutsivuo 2005, 228.)

Toimintaterapia kuntoutuksena perustuu toiminnan terapeuttiseen käyttöön sekä toimintaterapeutin ja asiakkaan väliseen yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen. Toimintaterapian tavoitteena on asiakkaan itsenäisyys toiminnassa ja elämänhallinnassa. Terapiassa rohkaistaan olemaan oman elämän aktiivinen toimija. Tarkoituksena on asiakkaan kanssa yhdessä löytää ratkaisuja arkielämän haasteisiin. Toimintaterapiassa kehitetään niitä taitoja ja valmiuksia, joita ihminen tarvitsee arkielämässään. Keinoina asiakkaan toimintamahdollisuuksien parantamisessa voi esimerkiksi asunnon muutostöiden suunnittelu, apuvälinetarpeen arviointi, arjen toimintojen harjoittelu tai psykososiaalisten taitojen harjoittelu. Toimintaterapiaa voidaan toteuttaa yksilö tai ryhmämuotoisena palveluna. Toimintaterapeutti voi myös ohjata asiakkaan lähiympäristöä, kuten perhettä asiakkaan arjen omatoimisuuden tukemiseen. (Toimintaterapeuttiliitto 2008.)

Toimintaterapia on kuntoutusta, joka perustuu toimintaterapeutin ja asiakkaan väliseen yhteistyöhön sekä toiminnan terapeuttiseen käyttöön. Asiakkaan ja toimintaterapeutin välisen vuorovaikutussuhteen sekä terapeuttisen toiminnan tarkoituksena on parantaa asiakkaan toimintamahdollisuuksia sekä tukea asiakasta ylläpitämään ja parantamaan omaa toiminnallista suoriutumistaan. Toimintaterapian tarkoituksena on tehdä mahdolliseksi, että asiakas selviytyy hänelle merkityksellisistä ja tärkeistä päivittäisen elämän toiminnoista huolimatta toimintakykyyn vaikuttavista rajoituksista tai ympäristöllisistä esteistä. Toimintaterapialla tuodaan apua asiakkaan päivittäiseen elämään siten, että asiakas löytää keinoja selviytyä ja hallita toimintoja, jotka liittyvät itsestä huolehtimiseen, asioimiseen ja kotielämään, koulunkäyntiin ja opiskeluun, työkykyyn ja työssä selviytymiseen, yhteiskunnalliseen osallistumiseen, vapaa-ajan viettämiseen, leikkimiseen ja lepoon. (Holma, Liukko, & Aralinnä 2003, 7-8.)

Toimintaterapia perustuu asiakaslähtöiseen työotteeseen, jolloin asiakas nähdään tasa-veroisenä kumppanina toimintaterapian suunnittelussa, terapian tavoitteiden määritte-

lyssä, toteutuksessa ja toteutuneen terapian arvioinnissa. Toimintaterapia perustuu asiakkaan tilanteen huolelliseen arviointiin yhteistyössä asiakkaan ja hänen omaisten-
sa ja tukiverkostonsa kanssa. (Mts. 8.)

4.2 Toimintaterapian tunnettavuus

Toimintaterapian juuret pohjautuvat 1800-luvun ja 1900-luvun alun yhteiskunnalli-
seen kehitykseen, jota määrittävät teollistuminen, kaupungistuminen ja modernisaatio.
Suomessa toiminnallista hoitoa käytettiin 1900–1950. Ensimmäiset suomalaiset toi-
mintaterapeutit kouluttautuivat ulkomailla 1950-luvun puolivälistä eteenpäin. Vasta
vuonna 1970 Suomessa alettiin kouluttaa toimintaterapeutteja. (Joutsivuo 2005, 19-
86.) Vuonna 2002 Suomessa oli 1330 laillistettua toimintaterapeuttia (Holma, Liukko
& Aralinna 2003, 8). Suurin toimintaterapeutin työnantaja on kuntasektorilla kunta tai
kuntayhtymä. Yhä enemmän toimintaterapeutit ovat työllistyneet yksityiselle sektoril-
le. Myös itsenäisenä ammatinharjoittajana ja yrittäjänä toimiminen ovat yleistyneet.
(Vehkaperä 2007, 21.)

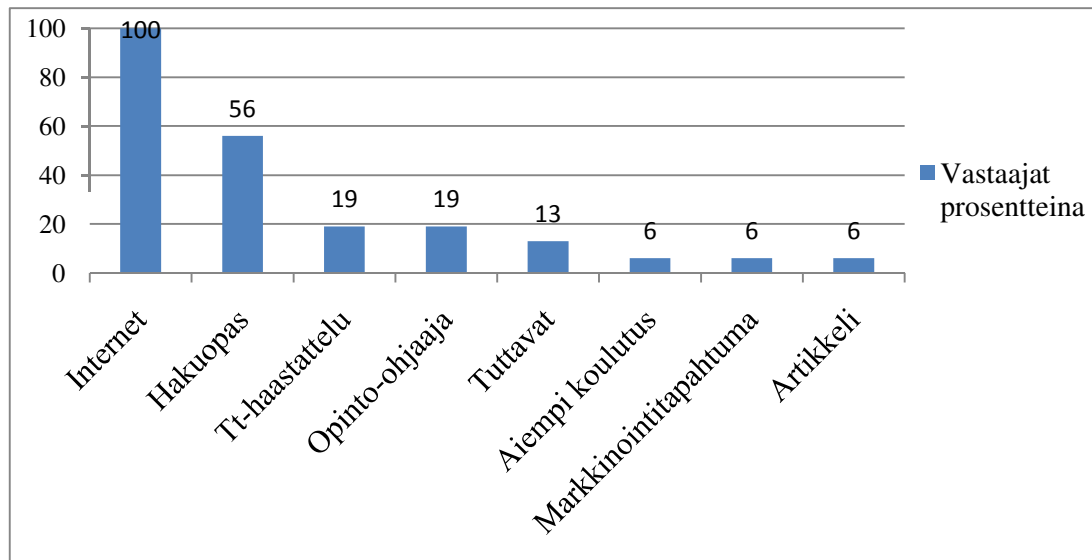
Toimintaterapia on nuori ja melko pieni ammattikunta Suomessa verrattuna esimer-
kiksi sairaanhoitajien ja fysioterapeuttien ammattiin. Tämä on luultavasti yhtenä syynä
toimintaterapian melko heikkoon tunnettavuuteen. Toimintaterapian monitieteellisyys-
den ja työnkuvan moninaisuuden vuoksi sitä on vaikeaa määritellä ihmisille, jotka
eivät siitä tiedä. Opinnäytetyön tarkoituksena onkin yrittää luoda toimintaterapiasta
mahdollisimman ymmärrettävä kokonaisuus ja saada tieto yhteen paikkaan.

Toimintaterapian tunnettavuuden lisääminen on ajankohtaista myös alan töiden lisään-
tymisen myötä. Tulevaisuudessa toimintaterapeuttien työvoimantarve tulee edelleen
lisääntymään ja entistä voimakkaammin lisääntyy toimintaterapeuttien määrä yksityi-
sellä sektorilla, itsenäisinä ammatinharjoittajina ja asiantuntijoina erilaisissa kehittä-
mishankkeissa ja projekteissa. Toimintaterapia tulee myös laajenemaan erityisesti
tutkimuksen, suunnittelun ja hallinnon aloilla. Toimintaterapeutin asiantuntemusta
voidaan hyödyntää myös yhteiskunnan palvelujen kehittämiseen ja ympäristön suun-
nitteluun liittyvissä tehtävissä. (Holma, Liukko & Aralinna 2003, 9.)

4.2.1 Opinnäytetyötä varten tehty kyselytutkimus

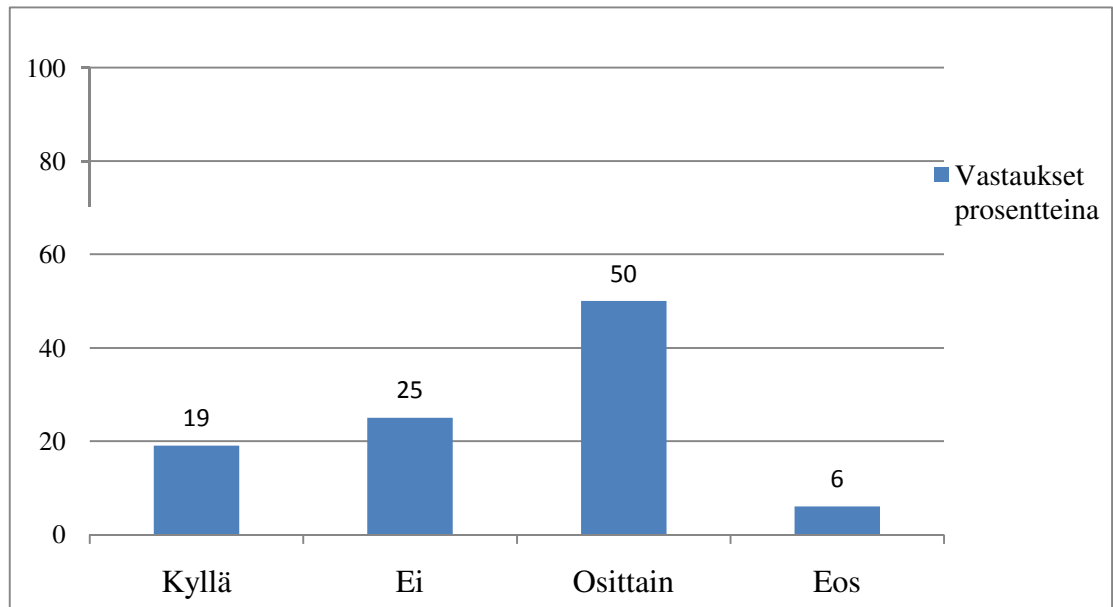
Koska tutkimuksessa ei haluttu nojautua pelkästään tekijöiden tunteeseen toimintaterapian tunnettavuudesta ja mahdollisesta tiedon vähyydestä, opinnäytetyötä varten tehtiin kysely Jyväskylän ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden toimintaterapeuttiopiskelijoille. Kyselyssä kartoitettiin opiskelijoiden kokemuksia siitä, mistä he hakivat tietoa hakeutuessaan koulutusohjelmaan, löysivätkö he etsimänsä tiedon sekä millaista tietoa he jäivät kaipaamaan. Kyselyssä kartoitettiin myös, tunsivatko he saaneensa tarpeeksi tietoa toimintaterapiasta alana hakuvaiheessa. Kysely tehtiin opiskelijoiden ja opettajien suostumuksella erään oppitunnin lopussa, ja siihen vastasi 16 toimintaterapeuttiopiskelijaa.

100 % vastaajista ilmoitti etsineensä tietoa internetistä, esim. oppilaitosten ja toimintaterapeuttiliiton kotisivuilta. Hakuoppaista tietoa haki 56 % ja toimintaterapeuttien haastattelujen kautta 19 %. Opinto-ohjaajilta tietoa haki 19 % ja tuttavilta 13 %. Yksittäiset opiskelijat olivat saaneet tietoa aikaisemmasta koulutuksesta, markkinointitapahtumasta sekä artikkelista (6 %). Kaikki vastaajat olivat hakeneet tietoa useammasta kuin yhdestä tietolähteestä. Vastaukset on koottu kuvioon yksi.



KUVIO 1 Opiskelijoiden vastaukset kysymykseen: mistä etsit tietoa toimintaterapian koulutusalaista?

Vastaajista 19 % ilmoitti saaneensa toimintaterapiasta sitä tietoa, jota etsi. 25 % vastaajista oli sitä mieltä, ettei saanut hakemaansa tietoa. 50 % vastaajista kertoi, että löysi hakemansa tiedon vain osittain. Yksi vastaaja ei osannut sanoa, löysikö hakemaansa tietoa. Kuvio kaksi havainnollistaa vastausjakauman.



KUVIO 2 Opiskelijoiden vastaukset kysymykseen: löysitkö etsimäsi tiedon?

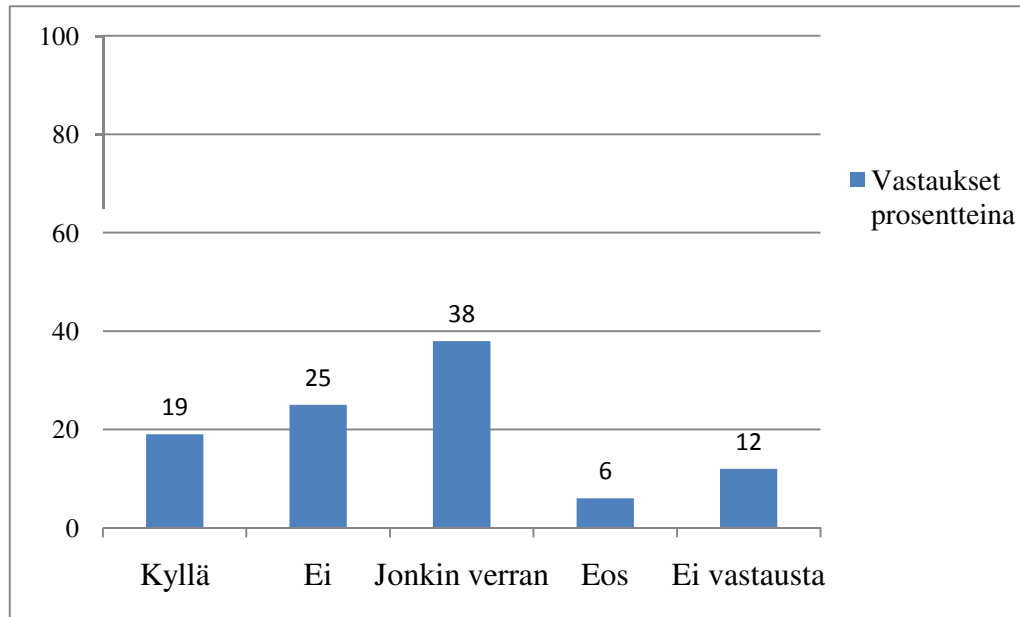
Kysyttäessä opiskelijoilta, saivatko he tarpeeksi tietoa koulutusohjelmaan hakiessaan, 19 % vastasi kyllä, 25 % ei, 6 % ei osannut sanoa ja 38 % sai tietoa jonkin verran. 13% vastaajista ei vastannut kyseiseen kohtaan. Kuvion kolme avulla nähdään, että suurin osa hakijoista, noin kolmannes, sai tietoa vain jonkin verran. Kyselyn mukaan lisätietoa olisi kaivattu koulutusohjelman sisällöstä, siitä, millaista opiskelu tulee olemaan sekä millainen tuleva työnkuva voi olla. Suppeisiin yleiskuvauksiin kaivattiin konkreettisia käytännön esimerkkejä.

”Laaja-alaisempaa ammattikuvausta jäin kaipaamaan, koska yleensä tieto on liian tiiviisti ilmaistu.”

”Konkreettinen tieto siitä, mitä toimintaterapia on ja missä voi työskennellä.”

”Ainakin tietoa siitä, miten paljon kaikkea erilaista ammatti pitää sisällään... toimintaterapeuttien käyttämät toiminnotkin jäivät aika epäselviksi.”

”Tietoa kyllä on, mutta se on ripoteltu eri paikkoihin. Olisi kiva, jos kaikki tieto olisi helposti yhdessä paikassa.”



KUVIO 3 Opiskelijoiden vastaukset kysymykseen: saitko mielestäsi tarpeeksi tietoa alasta hakuvaiheessa?

4.2.2 Aiemmat tutkimukset toimintaterapian tunnettavuudesta

Toimintaterapian markkinoinnista ja tunnettavuudesta on tehty useita opinnäytetyön tasoisia tutkimuksia 2000-luvulla. Tämä kertoo siitä, että toimintaterapian markkinointi eri kanavien kautta nähdään tarpeellisena. Tutkimuksissa tutkittuja ja toteutettuja markkinointimenetelmiä olivat ammatinkuvaus-esite (Hujanen, Markkanen & Metelinen 2002), juliste toimintaterapiasta (Turunen 2004), erään oppilaitoksen toimintaterapian koulutusohjelman suomalaiset www-sivut (Paukkeri & Pekarila 2000), toimintaterapia cd-rom (Helin, Liiri & Soikkeli 2003), diasarja ”mitä toimintaterapia on” (Salmela 2001) sekä kirjanen ”mikä toi on – tietoa ja tapauskertomuksia toimintaterapiasta” (Guedra & Lampinen 2007). Yksittäisiä tutkimuksia toimintaterapian tunnettavuuden lisäämiseksi on tehty, muun muassa ”toimintaterapia osana ikääntyvien kun-

toutusta Saarijärvellä - kyselytutkimus Saarijärven terveystieteiden keskuksessa työskenteleville työntekijöille yli 65-vuotiaiden jatkokuntoutuksesta ja toimintaterapian tunnetavuudesta” (Kataja 2004).

Tietoa toimintaterapian markkinointitarpeesta tätä työtä varten etsittiin ulkomaalaisesta lähdekirjallisuudesta muun muassa sivustolta Highbeam.com (2008), joka on johtava internetissä toimiva kirjasto. Sinne on kerätty artikkeleita ja tutkimuksia eri lehdistä, kuten The Washington Post, The Economist, Journal of Research in Childhood Education sekä The Canadian Journal of Occupational Therapy, The American Journal of Occupational Therapy, New Zealand Journal of Occupational Therapy ja Occupational Therapy Now.

Toimintaterapian markkinointia käsitteleviä artikkeleita löydettiin ainoastaan yksi. Artikkelin ”Occupational therapy: a hidden treasure” oli The Canadian Journal of Occupational Therapy-lehdessä. Artikkelin kirjoittaja oli vahvasti sitä mieltä, ettei suuri yleisö, asiakkaita lukuun ottamatta, tiedä mitä toimintaterapia on. Erityisesti päätöksentekijöiden tietämystä alasta ja sen kuntoutuksellisesta arvosta tulisi kasvattaa, jotta alan kasvu ja kehittyminen onnistuisi. Artikkelissa toimintaterapeutteja kehoitettiin tekemään alaa tunnetuksi muun muassa selittämällä ja jakamalla materiaalia siitä, toimimaan asiakaslähtöisesti, tuottamaan tutkimustietoa, työskentelemään moniammatillisesti ”sulassa sovussa” ja luomaan markkinointisuhteita sekä valtakunnallisella että paikallistasolla. (Dickinson 2003, 133–135.)

4.3 Kohderyhmät

Toimintaterapia cd-rom suunniteltiin opettajille opetuskäyttöön sekä opiskelijoille tietopankiksi toimintaterapiasta. Kohderyhmänä olivat myös opiskelijatutorit, joille cd-rom voi toimia koulutusalan markkinointivälineenä markkinointitapahtumissa. Opinto-ohjaajat lukioissa ja ammatillisissa oppilaitoksissa voivat käyttää cd-romia yhtenä tietolähteenä etsiessään opiskelijan kanssa yhdessä jatkokoulutusmahdollisuuksia. Opinto-ohjaajat voivat myös itsenäisesti cd-romin avulla markkinoida koulutusohjelmaa, mikäli kouluun ei ole mahdollista saada vierailulle Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijatutoria. Tärkeänä kohderyhmänä oli myös koulutusohjelmaan

hakeutuvat opiskelijat, jotka haluavat itsenäisesti tietoa etsien, saada kuvan mahdollisesta ammatista.

4.4 Markkinointi

Markkinointi pitää sisällään kaikki ne asiat, joilla tähdätään uusien asiakkaiden hankkimiseen tai vanhojen asiakassuhteiden säilyttämiseen. Markkinointi on luonteeltaan prosessinomaista ja se on tapahtumaketju, jossa selvitetään asiakkaiden tarpeet ja halut, tiedotetaan asiakkaille heidän tarpeita tyydyttävistä palveluista tai tuotteista, toimitetaan palvelut ja/tai tuotteet asiakkaille, pyritään luomaan pitkäaikaisia asiakassuhteita ja toimitaan kannattavasti. (Opetushallitus 2008.) Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda väline, jolla saavutetaan uusia mahdollisia asiakkaita (uusien opiskelijoiden tavoittaminen) ja säilytetään vanhoja asiakassuhteita (cd-romin käyttö opetuksessa).

Tässä opinnäytetyössä pyritään myös edellä mainittuun markkinoinnin prosessiketjuun, esimerkkinä cd-romin käyttö opintojen ohjauksessa: tarve asiakkaalla huomataan (toimintaterapian markkinoinnin vaikeus), luodaan siihen apuväline (cd-rom), tiedotetaan ja toimitetaan tuote asiakkaalle (cd-rom opinto-ohjaajalle) ja pyritään luomaan pitkäaikainen asiakassuhde (opinto-ohjaaja saa aina päivitetyn version cd-romista, markkinoi alaa opiskelijoilleen, saa tarvittaessa markkinointiapua Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ja opiskelijat kiinnostuvat alasta).

Markkinointi voidaan jakaa *ulkoiseen ja sisäiseen markkinointiin*. Ulkoisen markkinoinnin kohderyhmiä ovat asiakkaat ja muut yrityksen ulkopuoliset tahot. Ulkoisen markkinoinnin tarkoituksena on saada asiakkaat tietoiseksi yrityksestä sekä kiinnostumaan siitä ja sen tuotteista, saada tuotteet asiakkaiden ulottuville ja lisäksi saada asiakkaat ostamaan yrityksen tuotteita. Sisäinen markkinointi kohdistuu yrityksen koko henkilöstöön. Sillä pyritään vaikuttamaan henkilöstön asenteisiin ja käyttäytymiseen sekä sitouttamaan henkilöstö yritykseen ja sen tavoitteisiin. (Opetushallitus 2008.)

Tähänkin markkinointikohtaan opinnäytetyö vastasi: cd-rom luotiin ensisijaisesti ulkoisen markkinoinnin tarpeeseen, mutta sen avulla voidaan hoitaa myös sisäistä

markkinointia. Muut koulutusohjelmat, erityisesti lähiyhteistyössä tulevaisuudessa toimivat fysioterapeutit ja kuntoutuksenohjaajat voivat tutustua toimintaterapiaan opintojaksoilla cd-romin avulla.

Aiemmin mainitut, jo tehdyt markkinointituotteet ovat suunnattu yksittäisille kohderyhmille, kuten toimintaterapeuttiliiton jäsenille, ja näin eroavat tämän tutkimuksen toimintaterapia cd-romin kohderyhmistä. Aiemmat tuotteet ovat myös heikosti saatavilla tai jopa saavuttamattomissa: osa tuotteista on poistunut kokonaan (esim. erään oppilaitoksen koulutusohjelman www-sivut), ne sisältävät vanhentunutta tietoa (aiemmin tehty toimintaterapia cd-rom) tai ne ovat vain ammattihenkilöiden saatavilla (esim. liiton jäsenkanavan kautta saatava kirjanen toimintaterapeutin työstä). Toimintaterapiasta löytyy tietoa myös erilaisilta nettisivuilta, kuten työvoimatoimiston sivuilta, mutta opinnäytetyötä varten tehdyn kyselytutkimuksen mukaan saatavilla oleva tieto on suppeaa ja ympäröivää.

Tämän opinnäytetyön cd-romissa otettiin huomioon kyselyssä ilmenneet aiemmat tiedon haun hankaluudet, ja pyrittiin ratkaisemaan niitä. Cd-romilla otettiin myös huomioon olemassa olevan tiedon nopea vanheneminen ja tehtiin se päivitettäväksi. Koska cd-romin sisältö on helposti kopioitavissa tarvittavalle määrälle levyjä ja myös sähköisenä versiona, on sen lähettäminen ja levittäminen kiinnostuneille aiempaa helpompaa sekä kustannustehokkaampaa. Toimintaterapia cd-romin käyttöaste haluttiin mahdollisimman suureksi ja tämä varmistettiin kertomalla valmistuvasta opinnäytetyöstä ulkoisen markkinoinnin avainhenkilöille, kuten JAMK:in opinto-ohjaajalle sekä tutor- ja markkinointivastaavalle. Nämä henkilöt saavat tiedon tuotteesta kulkemaan luontevasti työn puolesta kohderyhmille.

4.5 Cd-rom tietolähteenä

Cd-rom on nykyaikainen, moni- ja helppokäyttöinen sekä jo nykyään hyvin halpa viestintäväline. Cd-romin sisällön tuottaminen ei osaavalta henkilöltä vaadi paljon aikaa ja huolellisesti työstettynä se täyttää usean kohderyhmän vaatimukset. Aiemmin opinnäytetyönä tehty toimintaterapia cd-rom sisältää jo vanhentunutta tietoa, eikä sen päivittäminen ole mahdollista. Emme kuitenkaan nähneet tätä menetettynä viestinvä-

littäjänä, vaan päivitettyinä uutena mahdollisuutena. Eihän vanha sanontakaan kehota keksimään pyörää uudelleen.

4.5.1 Cd-romin sisällön luotettavuus

Nykyaikana tietoa tulee koko ajan lisää ja edellinen tieto vanhenee samaa, nopeaa tahtia. Internetin kehitys on edesauttanut tätä tiedon määrällistä kasvua, mutta voinut myös vähentää sen laadukkuutta: melkein kuka tahansa voi nykyaikana perustaa nettisivun ja laittaa sinne tietoa, olkoon se sitten johonkin tieteelliseen tutkimukseen tai omiin ajatuksiin perustuvaa. Tiedon oikeellisuutta on useimmiten jopa mahdotonta itse sivustolta tarkistaa. Internetiin on perustettu myös jokaisen muokattavissa olevia tietosanakirjoja, jotka ovat nousseet suureen suosioon.

Luotettavan tiedon löytyminen nojaa tiedonhakijan omaan aktiivisuuteen ja kriittisyyteen: kuinka paljon tiedonhakija jaksaa tai viitsii tehdä työtä tiedon oikeellisuuden tarkistamiseen. Yritysten ja yhteisöjen kotisivuilta löytyvä tieto tai niihin viittaava tieto voi olla luotettavampaa, kuin yksityisen henkilön kotisivujen tietopankki, poikkeuksineen tietysti. Tiedon luotettavuutta lisää myös sen uutuus. Mikäli luetussa tiedossa viitataan uusiin tutkimuksiin sekä artikkeleihin, lisää se lukijan luottavaisuutta tekstin oikeellisuuteen. Mikäli internet-sivut ovat tiuhaan päivitetyt ja muokatut, voidaan olettaa, että niiden päivittämiseen ja ylläpitämiseen nähdään vaivaa, myös tiedollisesti.

Toimintaterapia cd-romin luotettavuus perustuu sen pohjaksi tehtyyn opinnäytetyötasoiseen tutkimukseen: tiedonhakija voi olla varma, että cd-romilla oleva tieto on läpäissyt useamman asiantuntijan tarkastuksen sekä tutkimusprosessin. Tiedonhankkija voi myös hankkia opinnäytetyön kirjallisen osion käsiinsä ja edetä samoja tiedollisia polkuja kuin tekijät, ja lopulta tehdä omat johtopäätöksensä. Tieto on myös tarkastettavissa siten, että sitä verrataan muihin, helposti luotettaviksi todettaviin lähteisiin, kuten Jyväskylän ammattikorkeakoulun kotisivuihin. Toimintaterapia cd-romilla oleva tiedon vanheneminen otettiin myös tekovaiheessa huomioon ja näin sekin riski eliminoitiin, mm. helpolla ja nopealla päivittämismahdollisuudella sekä siihen tarkoitettuilla, tarkoilla ohjeilla.

4.5.2 Tavoitettavuus

Edellisenä opinnäytetyönä tehty toimintaterapia cd-rom on hankalasti saatavilla Jyväskylän ammattikorkeakoulun ulkopuolisille henkilöille. Cd-rom on ollut opinnäytetyöhyllyssä, eikä sitä ole kovin hanakasti markkinoitu tai käytetty sen apuna. Käyttämättömyyden syynä voi olla myös vanhentunut tieto, jota on niin mahdoton käyttää.

Tämän tutkimuksen tuotos, uusi toimintaterapia cd-rom pyrittiin tuomaan esille niille henkilöille, jotka vastaavat toimintaterapian koulutusohjelman markkinoinnista ja tapaavat niitä henkilöitä, joille cd-rom olisi hyödyksi. Näitä henkilöitä ovat tutor- ja markkinointivastaavat sosiaali- ja terveysalalla sekä muissa koulutusyksiköissä (tieto tutoropiskelijoille sekä opinto-ohjaajille), toimintaterapian opettajat (tieto yhteyttä ottaville hakijoille) sekä lähialueiden opinto-ohjaajat (tieto omille opiskelijoille). Tietoa cd-romista levitettiin myös muille opettajille sosiaali- ja terveysalalla, jolloin muut, toimintaterapiasta tietoa kaipaavat opiskelijat tavoitettiin.

Lopullista toimintaterapia cd-romia valmistettiin opinnäytetyöprosessin loppuun kuusi kappaletta ja niitä annettiin mm. Hyvinvointipalvelutoiminnan oppimiskeskukseen, toimintaterapian lehtori Jaana Ritsilälle sekä sosiaali- ja terveysalan kirjastoon.

5 TOIMINTATERAPIA CD-ROMIN SISÄLTÖ JA PÄIVITTÄMINEN

5.1 Aihealueen raja

Opinnäytetyön suunnittelun alussa, oli olemassa selkeä kuva, mitä halutaan tehdä ja osittain työn toteutus. Suunnitteluvaiheessa tavoite pysyi selkeänä, mutta toteutusosa muuttui melkein päivittäin: ideoita oli monia ja kaikki kiinnostivat yhtä paljon.

Useimmiten ne kuitenkin kaatuivat resurssien puutteeseen. Aihealueen raja ei ollut helppoa, koska työn tekijöinä oli kaksi hyvin luovaa ja tekemisestä innostuvaa opiske-

lijaa: ideoita syttyi ja sammui kuin tähtiä taivaalla. Tässä opinnäytetyön ohjaajalla oli kova työ pitää tekijöiden jalat maassa ja tavoitteet realistisena.

5.2 Cd-romin runko ja sisältö

Sisällön suunnittelu tätä opinnäytetyötä varten oli melko helppoa. Aluksi mietittiin, millaista tietoa itse hakijoina ja aloittavina opiskelijoina kaivattiin ja kuinka hyvin tietoa löytyi. Opinnäytetyötä ei kuitenkaan haluttu tehdä vain kahden, tekijöiden oman, ehkä puolueellisen mielipiteen perusteella: vahvistukseksi ajatukselle ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoille tehtiin jo aiemmin mainittu kysely aiheesta.

Sisällöksi cd-romille tuli toimintaterapian yleisesittely, koulutusohjelmaan hakeminen ja opiskelu Jyväskylän ammattikorkeakoulussa sekä työelämä. Cd-romille tuli lisäksi omat alueensa kuville ja asiakaskertomuksille, jotka havainnollistavat helposti toimintaterapeutin työnkuvaa. Koska kaikkea ei voitu cd-romille laittaa, koottiin myös linkkilista, josta kiinnostuneet voivat hakea lisää tietoa haluamastaan aihealueesta.

Aihealueiksi cd-romiin otettiin ne, jotka mahdollisesti hyödyttävät eniten kohderyhmiä. Mahdollisilla tulevilla opiskelijoilla tiedonhakukohteet liittyvät siihen, mitä työ voi tulevaisuudessa olla, millainen on työllisyystilanne ja millaista on alan opiskelu. Näitä tietoja tarvitsevat myös tutor-opiskelijat, jotka markkinoivat alaa kouluissa sekä opinto-ohjaajat, painotuksen ollessa kuitenkin opiskeluun liittyvissä tiedoissa. Yhtenä kohderyhmänä oli myös toimintaterapian opettajisto, joka käyttänee cd-romia esitellessään uusille, jo valituille opiskelijoille alaa: cd-rom voi toimia heille apuvälineenä, josta saatua tietoa lähdetään syventämään keskusteluilla ja opiskelijoille annetuilla tehtävillä.

Cd-romin rungosta haluttiin mahdollisimman selkeä ja kronologisesti etenevä: kuvitteellinen lukiolainen tutustuu ensin itse cd-romin avulla toimintaterapiaan ja huomaa kiinnostuvansa siitä. Seuraavaksi hän saa tietoa opiskeluihin hakeutumisesta ja itse opiskelusta. Tätä seuraava suuri kokonaisuus on tuleva työelämä: mahdollisia työpaikkoja, työtilanne sekä työnkuvia. Tätä tietoa tehostavat ja tukevat kuvat sekä lyhyet

asiakaskertomukset. Viimeiseksi opiskelija voi vielä tutkia linkkilistaa ja hakea syventävää lisätietoa aihealueista.

5.3 Cd-romin käyttö ja ylläpito

Opinnäytetyön ”hedelmä” haluttiin mahdollisimman hyvin hyödynnetyksi, ettei se jäisi vain kirjastoon pölyttymään ja tiedollisesti vanhentumaan. Tämän vuoksi päätettiin tuotteesta tehdä mahdollisimman helppokäyttöinen käyttäjäryhmiä ajatellen, jotta cd-rom ei ainakaan vaikeakäyttöisyyden vuoksi jäisi hyllyyn. Myös tiedon tuli olla mahdollisimman yleistä ja tiivistä: käyttäjäryhmät ovat erilaisia, samoin kiinnostuksen kohteet sekä käytettävissä oleva aika. Tiedon tulee olla helposti saatavilla ja sen tuli herättää helpolla informaatiolla kiinnostus, jonka ansiosta käyttäjä lähtee etsimään lisätietoa.

Jotta cd-rom tulisi tehokkaaseen käyttöön, tulee tiedon olla ajantasaista. Tämä asetti opinnäytetyöllemme uuden haasteen: koska työhön ei voitu sisällyttää tietoa, joka olisi aina ajantasaista, oli cd-romia pystyttävä helposti päivittämään. Ylläpidon tulisi olla hyvin helppoa, koska käyttäjillä ei välttämättä ole aikaa tai tietotaitoa tähän.

Päivitettävyys tehtiin helpoksi tallentamalla kaikki tieto usb-muistitikulle, jossa tietoa voi tarvittaessa muokata tavallisen tekstinkäsittelyn keinoin. Tähän kirjoitettiin myös tarkat ohjeet. Kustannuksetkaan eivät ole kovin suuria: yksittäisen cd-romin hinta on hyvin alhainen, eikä kerran hankittava muistitikku kovin paljoa maksa.

7 POHDINTA

Opinnäytetyömme täyttää mielestämme hyvin sen tavoitteen, joka sille asetettiin. Pienimuotoinen tutkimuskatsaus, jonka teimme opinnäytetyötämme varten, paljasti, että erilaisia toimintaterapian markkinointivälineitä on olemassa, mutta ne eivät vastanneet meidän opinnäytetyömme kohderyhmien tarpeita. Tutkimuksista myös selvisi, että markkinointi nähdään tärkeänä ja sitä tulisi lisätä. Työssämme olisimme kuitenkin

voineet kartoittaa useamman kohderyhmämme spesifejä tarpeita cd-romilla olevaa tietoa kohtaan: teimme yhden kartoituksen yhdelle tärkeimmistä kohderyhmistämme ja saimme hyviä ideoita sekä näkökulmia, joten useampi kartoitus olisi varmasti tuonut lisää hyviä ideoita. Tämä kuitenkin jäi pois aikataulullisista syistä.

Meillä oli koko ajan hyvin selkeä kuva siitä, mitä haluamme tehdä, mutta toteutustapa muuttui sekä meistä riippuvaisista syistä, että myös meihin liittymättömistä syistä. Yhtenä vaihtoehtona olleet koulutusohjelman internet-sivut olisivat varmasti tavoittaneet suuremman yleisön helpommin, mutta niistä aiheutuvat jatkuvat kustannukset sekä niiden vaatima tekninen osaaminen nähtiin liian suurena miinuspuolena. Täysin paperiversioinen materiaalipaketti olisi toteutuksena ollut nykyajan tietoyhteiskunnassa vanhanaikainen, mutta tietenkin selkeä ja muodikkaan retro. Mutkien kautta päädyimme siis cd-rom vaihtoehtoon, joka osoittautui lopulta tähän tarkoitukseen parhaaksi vaihtoehdoksi.

Suurien ajankohtaista tietoa tarjoavien ympäristöjen ylläpito ja päivittäminen voi vaatia usean henkilön päivittäisen työpanoksen. Pienempien ympäristöjen ylläpito vaatii nimetyn vastuuhenkilön, joten palveluita suunnitellessa on siis huomioitava, että niiden toteutukseen on olemassa riittävät henkilöresurssit. Päivittämisellä pidetään käyttäjien mielenkiinto yllä ja annetaan luotettava vaikutelma. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2000, 30.) Opinnäytetyötämme tehdessä suurin ja koko ajan meitä seuraava hankaluus oli tiedon päivittäminen ja ylläpitäminen: kuinka järjestää niin, että alati muuttuva tieto on aina ajantasaista? Koska opettajien aikaresurssit ovat rajatut ja tiedon päivittäminen voi viedä pitkänkin ajan, voisi päivittämisvastuu jatkossa olla opiskelijoilla. Esimerkiksi toimintaterapian tutoropiskelijalla, yrittäjäyyspolkulaaisella tai Hyvinvointipalvelutoiminnan oppimiskeskuksessa olevan harjoittelun yhdeksi oppimistehtäväksi voisi kuulua cd-romin tiedon ajantasaisuuden tarkistaminen lukukausittain, uuden tiedon etsiminen ja sen siirtäminen cd-romille. Näin vastuu ei olisi kiireisillä opettajilla ja tiedon tarkistaminen tapahtuisi puolivuositain. Samalla opiskelijat saisivat tärkeää tietoa markkinoinnista. Tästä mahdollisuudesta keskusteltiin opinnäytetyötä ohjaavan opettajan, toimintaterapian lehtorin Jaana Ritsilän kanssa: yhdessä tulimme siihen tulokseen, että päivittäminen voisi jatkossa kuulua Hyvinvointipalvelutoiminnan oppimiskeskuksessa harjoittelussa olevalla toimintaterapian opiskelijalle yhtenä vastuutehtävänä.

Jatkotutkimusaiheita meille nousi prosessin aikana. Osan olisimme halunneet toteuttaa jo itse ja näin laajentaa omaa työtämme. Yhtenä tällaisena aiheena oli tutkimus siitä, vastaako cd-romin sisältö kaikkien käyttäjärühmien tarpeita. Myös käytettävyyden arviointi jäi työstämme, joten yhtenä jatkotutkimuksena tämä, ja sen pohjalta muutoksien tekeminen, olisi myös mahdollinen aihe. Dickinsonin (2003) artikkelissa toimintaterapian markkinoinnista painotettiin toimintaterapia-käsitteen tunnetuksi tekemisen tärkeyttä. Tästä syntyi meille ajatus siitä, että toimintaterapia cd-romia voisi muokata ja laajentaa vastaamaan myös ammatinharjoittajien tarvetta: erillinen versio voisi toimia markkinointivälineenä sellaisissa paikoissa, esim. koulut ja palvelutalot, joissa toimintaterapeuttia ei ole. Tällaisen cd-romin sisällön tulisi olla eri näkökulmasta koottu.

Koemme, että omaa ammatillista kasvua on opinnäytetyöprosessin aikana tapahtunut. Tietoisuus omasta alasta on lisääntynyt sisältöjä hakiessa laajasti cd-romia varten. Myös oma ammatillinen identiteetti on kasvanut, koska tietous oman alan tärkeydestä ja sen laajuudesta on vahvistunut tiedonhaun ja prosessin myötä. Työn luonteen vuoksi olemme myös oppineet arvioimaan kriittisesti haettua tietoa sekä jäsentämään sitä. Yksittäisten teorioiden käyttö työssä on tuonut myös työkaluja itse toimintaterapia-työhön tulevaisuutta varten. Tästä esimerkkinä toimii hyvin värioppi, johon emme olleet ennen tutustuneet: syvempi katsaus teoriaan antoi paljon uusia näkökulmia.

Opinnäytetyön tekeminen kahdestaan opetti meitä tekemään selkeää työnjakoa sekä aiheen rajaamista, joka on kummallekin ollut hankalaa. Omien voimavarojen ja jakamisen huomioiminen on ollut tärkeää ja siinä työpari on ollut tukena. On ollut hyvä, kun toinen on ollut tsemppaamassa, kun toinen on kohdannut epätoivon. Opettajalta saadun ohjauksen tärkeyden huomasimme vasta opinnäytetyön prosessin loppuvaiheessa, ja jos nyt tekisimme jotain toisin, liittyisi se varmasti myös tähän. Haastavaksi opinnäytetyön tekemisen on tehnyt se, että tämän tyyppinen opinnäytetyö ei ole toimintaterapian koulutusohjelmalle kovin tavanomainen. Esimerkkejä on ollut vähän, joten työtä on jouduttu tekemään ”mututuntumalla”. Muissa koulutusyksiköissä vastaavanlaisia opinnäytetöitä on kylläkin tehty, mutta niissä näkökulma on ollut hyvin erilainen. Täysin uuteen aiheeseen tutustuminen on ollut aika ajoitin raskasta (markkinointi ja multimedia), mutta se on ollut mielenkiintoista ja olemme saaneet siitä vinkkejä, joita voimme varmasti hyödyntää markkinoidessamme itse omaa työtämme tulevaisuudessa.

LÄHTEET

Airaksinen, T. & Vilkka, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi. 9-10.

Arnkil, H. 2008. Värit havaintojen maailmassa. 2p. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. 96-98, 138-141.

Anttila, P. & Juvani, T. 2002. Hieronta cd-rom. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, hallinto ja kauppa, tietojenkäsittelyn koulutusohjelma.

Dickinson, R. 2003. Occupational therapy: A hidden treasure. Canadian Journal of Occupational Therapy Vol. 70, 3. 133-135.

Hatva, A. 1998. Esteettinen ja toimiva verkkojulkaisun ulkoasu. Helsinki: Edita. 11-13, 41.

Helin, A., Liiri, K. & Soikkeli, J. 2003. Toimintaterapia cd-rom. Kuvaus toiminnallisen opinnäytetyön toteutuksesta. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveysala, toimintaterapian koulutusohjelma.

Holma, T., Liukko, M. & Aralinna, V. 2003. Toimintaterapianimikkeistö. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. 7-9

Jirousek, C. 1995. Color, Value and Hue. Viitattu 5.12.2008.
<http://char.txa.cornell.edu/language/element/color/color.htm>

Kanerva, J., Packalén, J. & Puttonen, M. 1997. Ideasta multimediksi. Helsinki: Edita. 9-10.

Keränen, V., Lamberg, N. & Penttinen, J. 2000. Multimedia. Multimedian peruskirja. Porvoo: WSOY. 5, 30.

Loiri, P. 2004. Typo. Pieni käytösopas typografian laatijalle. Tampere: Tammer-Paino Oy. 9-12, 29-38.

Loiri, P. & Juholin, E. 2002. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy. 112.

Luukkonen, J. 1996. Viestinnäntekijän multimediaopas. Helsinki: Inforviestintä Oy. 15, 188.

Mistä Toi on tullut. 2005. Toim. T. Joutsivuo. Helsinki: Edita. 228.

Etälukio. Opetushallituksen teemasivut, viitattu 29.4.2008.
<http://www2.edu.fi/etalukio/yrittajyysvayla>

Paananen, V-M. & Lallukka, L. 1994. Multimedia – kohti hypermediaa. Jyväskylä: Gummerus. 11, 13-23.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. Porvoo: WS Bookwell. 29, 31

Silfverberg, P. 2001. Ideasta projektiksi, projektisuunnittelun käsikirja. Helsinki: Edita.

Toimintaterapeuttiliitto. 2005. Viitattu 27.4.2008. www.toimintaterapeuttiliitto.fi

Vehkaperä, U. 2007. Monessa mukana – toimintaterapeuttien asiakasryhmät laajentuneet ja työnantajatahot monipuolistuneet. Toimintaterapeutti 4, 20-22.

LIITTEET

Liite 1. Kyselytutkimuksen kysymykset

1. Mistä etsit tietoa koulutusalaista?
2. Löysitkö etsimäsi tiedon?
3. Jäikö jotain tietoa puuttumaan? Jos jäi, mitä, millaista?
4. Saitko mielestäsi tarpeeksi tietoa alasta, kun hait koulutusohjelmaan? (esimerkiksi opinto-ohjaajalta, oppilaitokselta ym.)

Liite 2. Toimintaterapia cd-romin tekstilähteet

Heittola, H. 2006. Toimintaterapia alana. Luentomateriaalit. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveystieteiden, toimintaterapian koulutusohjelma.

Heittola, H. 2007. Työkyvyn arviointi ja tukeminen. Luentomateriaalit. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveystieteiden, toimintaterapian koulutusohjelma.

Holma, T., Liukko, M. & Aralinn, V. 2003. Toimintaterapianimikkeistö. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. 7-9

Hyvinvointipalvelutoiminnan oppimiskeskus. 2008. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 20.12.2008. www.jamk.fi, palvelut yleisölle

Koulutustarjonta. 2009. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 16.1.2009. www.jamk.fi/koulutus

Koulutus- ja ura. 2008. Työ- ja elinkeinotoimisto. Viitattu 12.10.2008. www.mol.fi, koulutus ja ura.

Mistä Toi on tullut. 2005. Toim. T. Joutsivuo. Helsinki: Edita. 228

Ritsilä, J. 2008. Luovat terapeuttiset toiminnat. Luentomateriaalit. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveystieteiden, toimintaterapian koulutusohjelma.

Vehkaperä, U. 2007. Monessa mukana – toimintaterapeuttien asiakasryhmät laajentuneet ja työnantajatahot monipuolistuneet. Toimintaterapeutti 4, 20-22.

Liite 3. Yhteydenottoviesti valmistuvasta opinnäytetyöstä

Hei,

Jyväskylän ammattikorkeakoulusta, toimintaterapian koulutusohjelmasta on valmistumassa opinnäytetyö toimintaterapian markkinoinnista. Opinnäytetyössä valmistettiin cd-rom, jota voidaan käyttää opetuksessa sekä apuna toimintaterapian ja sen koulutusalan markkinoinnissa. Opinnäytetyötä voi tiedustella Kyllönmäen kampuksen kirjastosta sekä toimintaterapian lehtori Jaana Ritsilältä.

Ystävällisin terveisin,

Toimintaterapeuttiopiskelijat

Heidi Åkerlund ja Noora Linnera