

SOSIAALISEN MEDIAN HYÖDYNTÄMINEN LASTEN JA NUORTEN FYSIOTERAPIASSA

Soveltava tutkimus fysioterapeuttien kokemasta sosiaalisen median
käytön tarpeesta terapiatyössä

LAB-ammattikorkeakoulu

Fysioterapeutti YAMK

Sosiaali- ja terveysala, digitaaliset ratkaisut

Syksy 2022

Jussi Valjento

Tiivistelmä

Tekijä Jussi Valjento	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 62, 5 liitettä	Valmistumisaika Syksy 2022
Työn nimi SOSIAALISEN MEDIAN HYÖDYNTÄMINEN LASTEN JA NUORTEN FYSIOTERAPIASSA Soveltava tutkimus fysioterapeuttien kokemasta sosiaalisen median käytön tarpeesta terapiatyössä		
Tutkinto ja koulutusala Fysioterapeutti YAMK, Sosiaali- ja terveysala, digitaaliset ratkaisut		
Tiivistelmä <p>Sosiaalisen median osuus kaikesta viestinnästä on kasvanut viime vuosien aikana sekä palveluita tuottavien organisaatioiden että heidän asiakkaidensa keskuudessa. Terveystieteiden asiakkaat hakevat tutkitusti tietoa terveydestä, terveydenhuollon palveluista ja -toimijoista. Asiakkaat käyttävät tähän tiedonhakuun sosiaalista mediaa heille luonnollisena viestintäkanavana. Terveystieteiden toimijoiden tulee tunnistaa asiakkaiden käyttämät viestintämuodot- ja tarpeet. Organisaation asiakaslähtöisen viestinnän toteuttamista tulee kehittää aktiivisesti ja ennakkoluulottomasti. Ohjeistuksia sosiaalisen median soveltamisesta terveydenhuollon viestinnässä on laadittu Suomessa vielä niukasti.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin soveltavana tutkimuksena, jonka tavoitteena oli selvittää lasten fysioterapeuttien näkemyksiä sosiaalisen median soveltamisesta ja mahdollisuuksista lasten fysioterapiassa. Tämän soveltavan tutkimuksen tutkimuskysymyksenä oli: Millaiselle sosiaalisen median soveltamiselle fysioterapeutit kokevat tarvetta asiakaslähtöisessä fysioterapiatyössä? Tämä soveltava tutkimus toteutettiin yhdessä Lasten ja nuorten kuntoutusyksikön kanssa, joka on osa Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymää. Opinnäytetyö toteutettiin laadullisena haastattelututkimuksena. Aineisto kerättiin teemahaastatteluiden avulla. Aineisto analysoitiin käyttäen induktiivista sisällönanalyysiä. Soveltavan tutkimuksen tuloksena syntyi toteutus- ja kehittämissuhteita sosiaalisen median soveltamisesta.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella esitetään, että sosiaalinen media on ajan hengen mukainen viestintäkanava hyödynnettäväksi lasten fysioterapiassa. Tutkimuksessa nostetaan esiin laadullisia, organisatorisia ja ammatillisia kehittämissuhteita, joita tarvitaan sosiaalisen median käytön tueksi. Osaamista sosiaalisen median soveltamiseen on arvioitava ja tuettava organisaatio- ja yksilötasolla. Viestinnän toteutusta ja saavutettavuutta on arvioitava asiakaslähtöisyyden kautta. Sosiaalisen median soveltaminen lasten fysioterapiassa tulee perustua asiakkaan tarpeiden tunnistamiseen sekä laadukkaaseen toteutukseen koko palvelupolun aikana.</p>		
Asiasanat sosiaalinen media, fysioterapia, asiakaslähtöisyys, viestintä		

Abstract

Author Jussi Valjento	Type of Publication Master's thesis	Published Autumn 2022
	Number of Pages 62, 5 appendices	
THE USE OF SOCIAL MEDIA IN PHYSIOTHERAPY FOR CHILDREN AND ADOLESCENTS		
Applied research on the perceived need of social media use by physiotherapists in physiotherapy work		
Degree, Field of Study Master's degree in Social and Health Care - Digital Solutions		
Abstract <p>Social media's share of all communication has grown over the last few years, both among service-producing organizations and their customers. Studies show that healthcare customers search for information about health, healthcare services and providers. Customers use social media as a natural communication channel for this information search. Health care providers must identify the forms of communication and needs used by the clients. The implementation of the organization's customer-oriented communication must be developed actively and without prejudice. Guidelines for the application of social media in health care communication have still been scarce in Finland.</p> <p>The thesis was implemented as an applied study, the aim of which was to find out the views of children's physiotherapists on the application and possibilities of social media in children's physiotherapy. The research question of this applied study was: What kind of application of social media do Physiotherapists feel the need for in client-oriented physiotherapy work? This applied research was carried out together with the Children and Youth Rehabilitation Unit, which is part of the Päijät-Häme Joint Authority for Health and Wellbeing. The thesis was carried out as a qualitative interview study. The data was collected using thematic interviews. The material was analyzed using inductive content analysis. As a result of the applied research, implementation and development proposals for the application of social media emerged.</p> <p>Based on the research results, it is shown that social media is a communication channel in line with the spirit of the times to be utilized in children's physiotherapy. The research highlights qualitative, organizational and professional development proposals that are needed to support the use of social media. Competence in the application of social media must be evaluated and supported at the organizational and individual level. The implementation and accessibility of communication must be evaluated through customer orientation. The application of social media in children's physiotherapy must be based on the identification of the client's needs and high-quality implementation during the entire service path.</p>		
Keywords social media, physiotherapy, customer orientation, communication		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Soveltavan tutkimuksen lähtökohdat.....	3
2.1	Lasten ja nuorten fysioterapia.....	3
2.2	PHHYKYN viestinnän ja sosiaalisen median strategiat.....	4
2.3	PHHYKYN digistrategia.....	6
2.4	Soveltavan tutkimuksen tarkoitus, tavoite ja tutkimuskysymys.....	6
3	Asiakaslähtöinen viestintä terveydenhuollossa.....	8
3.1	Asiakasviestintä julkisessa organisaatiossa.....	8
3.2	Viestinnän asiakaslähtöisyys.....	9
3.3	Digitaalinen viestintä terveydenhuollossa.....	10
4	Sosiaalisen media terveydenhuollon viestinnän välineenä.....	14
4.1	Sosiaalisen median piirteitä.....	14
4.2	Sosiaalisen median soveltaminen terveydenhuollon viestinnässä.....	16
4.3	Sosiaalisen median soveltaminen fysioterapiassa.....	18
5	Soveltavan tutkimuksen menetelmät.....	23
5.1	Soveltava tutkimus ja laadullinen lähestyminen.....	23
5.2	Soveltavan tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä ja kohdejoukko.....	24
5.3	Laadullisen tutkimuksen sisällönanalyysi.....	26
6	Soveltavan tutkimuksen tulokset.....	29
6.1	Sosiaalisen median soveltamisen edellytyksiä lasten fysioterapiassa.....	29
6.2	Sosiaalisen median soveltamisen haasteet lasten fysioterapiassa.....	31
6.3	Sosiaalisen median soveltaminen lasten fysioterapian palvelupolulla.....	34
7	Pohdinta.....	38
7.1	Tutkimustulosten tarkastelu.....	38
7.2	Kehittämissuhteet.....	43
7.3	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys.....	45
7.4	Hyödynnettävyys ja jatkotutkimusaiheet.....	48
	Lähteet.....	50

Liite 1. Tutkimuslupa

Liite 2. Tietosuojaseloste

Liite 3. Haastattelukutsu

Liite 4. Ryhmähaastattelun haastattelurunko ja teemat

Liite 5. Pelkistetyt lauseet, alaluokat ja yläluokat

1 Johdanto

Sosiaalisen median osuus kaikesta viestinnästä on kasvanut koko 2000-luvun ajan. Myös sosiaalisen median yhteisöpalvelujen käyttö on jatkanut koko ajan kasvuaan. Yhteisöpalveluita seurasi 2020 aikana 69 prosenttia 16-89 -vuotiaista, kun vastaava luku 2015 oli 58 prosenttia. Erityisesti nuorten kohdalla sosiaalisen median käytön kasvu on ollut nopeaa. Nuorista jopa 97% käyttää sosiaalisen median palveluita älypuhelimella säännöllisesti. Vuoden 2020 muutos sosiaalisen median käytössä koko väestössä on poikkeuksellinen suuri ja sitä selittää ainakin osin covid-19 pandemia. On arveltu, että rajoitukset fyysisissä sosiaalisissa kontakteissa lisäsivät sosiaalisen median käyttöä erityisesti ikääntyneillä. (Tilastokeskus 2020,2; Ebrand Group Oy ja Oulun kaupunki 2019.)

Terveyteen liittyvät tiedot ovat yksi internetin haetuimpia tietoryhmiä. Yhdysvaltalaisista internetiä käyttävistä aikuisista 75% on vuoden aikana hakenut terveystietoa internetistä ja sosiaalisesta mediasta (Fox & Duggan 2013,3). Myös terveydenhuollon palveluissa on luonnollinen tarve sosiaalisen median soveltamiselle tämän kehityksen myötä, koska käytännössä sosiaalista mediaa ei voi enää vältellä. Ihmislähtöistä viestintää ei voi tehdä huomioimatta sosiaalisen median merkitystä. (Matikainen & Huovila 2017.) Jokaisella terveydenhuollon asiakasryhmällä on omat palvelutarpeensa. Lapsiperheet toivovat terveys- ja perhepalveluilta matalankynnyksen sähköisiä palveluita (LAPE Uusimaa 2017).

Sosiaali- ja terveysalan työtä ja sen myötä lasten fysioterapiaakaan ei voida toteuttaa ilman viestintää. Viestintätaidot ovat ammatillista ydinosaamista ja niiden käyttöä ei voi pitää vapaaehtoisena osana sosiaali- ja terveysalan ammattilaisen työtä (Roivas 2018). Monikanavainen asiakasviestintä haastaa terveydenhuollon toimijoita laadun, tietosuojan, osaamisen, resurssoinnin ja johtamisen alueilla. Kun organisaation viestintätavat muuttuvat, tulee panostaa osaamisen kehittämiseen ja johtamisen käytäntöihin (Viitala 2019, 271). Julkinen terveydenhuolto ja kansalliset instituutiot hakevat vielä rooliaan terveystiedon tuottajina sosiaalisessa mediassa. (Helve 2015.) Julkinen terveydenhuolto on vielä hyödyntänyt sosiaalista mediaa ja muita sähköisiä palveluita maltillisesti ja soveltaminen on jäänyt pääosin organisaatioiden ylätasolle. Yksityinen terveydenhuollon sektori on selvästi edellä sähköisen palvelun ja sosiaalisen median soveltamisessa. Siellä eri erikoisalot käyttävät useita viestintäkanavia samanaikaisesti asiakasohjauksessa ja hoidontarpeen arvioinnissa. Tämä näkyy myös fysioterapian kentällä. Palveluiden löydettävyyteen ja saavutettavuuteen käytetään viestintää monimuotoisesti. Tähän toteutukseen yksityissektorilla on luonnollisesti enemmän pääomaa, mutta myös näkemystä ja rohkeutta. (Päijät-Sote 2021; HUS 2021; TAYS 2021; Mehiläinen 2021; Terveystalo 2021.)

Tämän soveltavan tutkimuksen tarkoituksena on tukea sosiaalisen median käyttöönottoa lasten ja nuorten fysioterapian yksikössä. Tavoitteena on selvittää lastenfysioterapeuttien näkemyksiä sosiaalisen median soveltamisesta ja mahdollisuuksista lasten fysioterapiassa. Työssä käytetään fokusryhmähaastattelua näiden kokemusten keräämiseen. Tämän soveltavan tutkimuksen tutkimuskysymyksenä on: Millaiselle sosiaalisen median soveltamiselle fysioterapeutit kokevat tarvetta asiakaslähtöisessä fysioterapiatyössä? Soveltavan tutkimuksen tuloksena syntyy toteutus- ja kehittämisehdotuksia sosiaalisen median soveltamisesta. Tämä soveltava tutkimus toteutettiin yhdessä Lasten ja nuorten kuntoutusyksikön kanssa, joka on osa Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymää eli PHHYKYÄ ja kuuluu Ikään-tyneiden palveluiden ja kuntoutuksen toimialaan.

2 Soveltavan tutkimuksen lähtökohdat

2.1 Lasten ja nuorten fysioterapia

Lasten fysioterapian asiakkaita ovat lapset ja heidän perheensä tai huoltajansa. Fysioterapiaan ohjautuvat lapset, joiden sairaus tai oireet rajoittavat heidän kykyään liikkua ja toimia arjessa. Fysioterapialla pyritään liikuntakyvyn, kehon liikkuvuuden, vartalon toiminnallisuuden kehittämiseen tai palauttamiseen, kivun lievitykseen, pysyvien fyysisten toimintarajoitusten ehkäisemiseen tai lieventymiseen sekä perusterveyden ja hyvinvoinnin tukemiseen ja edistämiseen. Lasten fysioterapeutit työskentelevät läheisesti sekä lasten että heidän perheidensä kanssa. Terapian tavoitteena on tukea lapsen kykyä toimia itsenäisesti kotona, koulussa ja muissa lapsen arjen ympäristöissä. Lapsen tutkimisen, arvioinnin, diagnoosien ja ohjaamisen kautta lasten fysioterapeutit toteuttavat kliinistä päättelyä ja toteuttavat tavoitteellista terapiaa, jonka tavoitteena on kehittää toiminta- ja liikuntakykyä. (Academy of Pediatric Physical Therapy 2019; Suomen fysioterapeutit 2019,11.)

Leikki- ja esikouluikäisten lasten oppiminen tapahtuu leikin kautta, joten leikit, pelit ja lelujen käyttö ovat fysioterapeutin keskeisiä työkaluja oppimisen ja motivaation ylläpitämisessä pienten lasten fysioterapiassa. Kouluikäisten fysioterapiassa keskeisimpiä työkaluja ovat lapsen harrastusten ja omien mielenkiinnonkohteiden soveltaminen terapeuttisen harjoittelun toteutuksessa. Kouluikäisten fysioterapiassa painotetaan myös perusliikkumisen ja liikuntasuosituksen toteutumista kaikissa diagnoosi- ja vammaryhmissä, koska ilman toimintakykyhaasteitakin liikkumisen suositukset toteutuvat vain kolmasosalla peruskoululaisista. (SLNY 2016,5; Suomen fysioterapeutit 2019,5-6.)

Fysioterapia toteutetaan yleensä yksilöllisinä vastaanottokäynteinä, joissa ympäristön ja välineistön valinnalla mahdollistetaan tavoitteiden mukainen toteutus. Terapia voidaan toteuttaa myös pari- tai ryhmämuotoisena tai koti-, päiväkoti- ja koulukäynteinä, jolloin harjoitteluun omatoimisuutta arjessa. Tuttu ympäristö mahdollistaa terapiassa harjoiteltujen taitojen siirtymisen lapsen arkeen. Lapsen ja perheenkin oppimista tukevat terapian suunnitelmallinen jaksottaminen ja tavoitteiden päivitys tarvittaessa. (Autti-Rämö 2015,14; SLNY 2016,5.)

Lapsen toimintakyvyn arvioinnissa, mikä on tavoitteellisen fysioterapian perusta, on keskeistä monipuolinen tiedon kerääminen ja sen hallinta. Tarvittaessa toimintakyvyn sekä tilanteen laajempaan monialaiseen arviointiin osallistuu myös muita toimijoita sosiaali- ja terveydenhuollon palveluista sekä kasvatus- ja opetustyöstä. Pidempiaikaista kuntoutusta tarvitsevien lasten kohdalla korostuvat kuntoutuksen vastuutahon määrittäminen, monialaisen tiedon kokoaminen sekä tiedon kulku arjen toimijoiden ja sosiaali- ja terveydenhuollon palveluiden välillä. Kuntoutuksen vaikuttavuuden parantamisessa keskeistä on perheen ja eri

toimijoiden välinen avoin vuorovaikutussuhde. Lasten ja nuorten toimintakyvyn arvioinnissa voidaan hyödyntää myös ICF-viitekehystä kuvaamaan sairauden ja vamman vaikutusten näkymistä yksilön elämässä. (STM 2020,26; SLNY 2016,1.)

Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymässä lasten fysioterapeutit työskentelevät lasten ja nuorten kuntoutusyksikössä, joka kuuluu Ikääntyneiden palveluiden ja kuntoutuksen toimialaan. Lasten- ja nuorten fysioterapeutit toimivat kuudessa eri yksikössä perusterveydenhuollossa ja erikoissairaanhoidossa: Lahdessa, Hollolassa, Nastolassa, Orimattilassa, Asikkalassa ja Päijät-Hämeen keskussairaalassa. Lasten ja nuorten fysioterapia on osa lasten ja nuorten kuntoutuksen moniammatillista yksikköä, johon kuuluvat myös lasten puhe-terapeutit, lasten toimintaterapeutit, lasten sairaanhoitaja ja lastenlääkäri. Työntekijöitä on n. 50. Tämän moniammatillisen yksikön asiakkaita ovat 0-16 -vuotiaat lapset ja heidän perheensä. Asiakkuus voi lapsella alkaa heti synnytyksen jälkeen esimerkiksi sairaalan keskolassa. Asiakkaiden yläikäraja määräytyy pitkälti valtakunnallisesta jaosta erikoissairaanhoidossa, jossa yli 16-vuotiaat siirtyvät aikuisten terveydenhuollon pariin. (Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä, Päijät-Sote 2021.)

2.2 PHHYKYN viestinnän ja sosiaalisen median strategiat

Yritysten viestintä ja sen myötä viestinnän suunnittelu jakautuu strategiseen, taktiseen ja operatiiviseen alueeseen. Strateginen viestintä nivoutuu koko organisaation strategiaan ja on tavoitteellista viestintää, joka tähtää koko organisaation strategian toteutumiseen, talouden tuloksiin ja aineettomien pääomien esimerkiksi brändin vahvistamiseen. Lyhyemmille ajanjaksoille suunniteltu viestintä on enemmänkin taktista tai operatiivista. Organisaatioviestinnälle on tunnusomaista pyrkimys palvella organisaation olemassaolon oikeutusta, menestystä ja tavoitteita. Organisaatioviestintää voidaan toteuttaa itse tai ostaa palvelua ulkopuolisilta. Mediaviestintä on yksi ostetuimmista sisältöalueista. Viestinnän osaamista pitäisi olla kuitenkin myös oman talon sisällä, jotta olisi mahdollisuus tiedostaa oman viestinnän puutteita, toteuttaa arviointia ja tarvittaessa tilata viestintäpalvelua muualta. (Juholin 2022,55.)

PHHYKYN viestintäyksikön asiantuntijan Hannuksela-deCarvalhon (2020) mukaan 2020 aikana selkeästi rajattua some-strategiaa hyvinvointiyhtymässä ei vielä ollut. Yhtymässä on esitelty maaliskuussa 2021 henkilöstölle kokonaisviestintästrategia, jonka osa-alueena käsitellään myös sosiaalisen median viestintää ja sen toteutuksen periaatteita yhtymätasolla. Strategian mukaan tulevaisuudessa pyritään suuntaamaan yhtymä- ja yksikkötasoinen some-viestintä kohti yhteisiä sometilejä (Facebook, Instagram, Youtube), joilla on jo suurimmat seuraajamäärät valmiina. PHHYKYN viestintästrategia 2021 pääperiaatteet esitellään kuvassa 1.


Viestinnän periaatteet					
Avoimuus	Asiakas- ja kohderyhmälähtöisyys	Luottamus ja vastuullisuus	Moniäänisyys	Saavutettavuus	Ymmärrettävyys
<ul style="list-style-type: none"> • viestimme asioista ennakoivasti • kerromme myös keskeneräisistä asioista • avaaamme päätösten perustelut 	<ul style="list-style-type: none"> • viestintämme lähtee aina asiakkaasta • selvitämme kohderyhmien tarpeet • teemme puhuttelevaa ja vuorovaikutteista viestintää kaikille ryhmille 	<ul style="list-style-type: none"> • rakennamme viestinnällä luottamusta • luotamme henkilöstöön viestijöinä • tuemme viestinnässä vastuullisuuden toteutumista 	<ul style="list-style-type: none"> • asiantuntijamme viestivät ja näkyvät kanavissamme • lisäämme kuuntelemista viestinnässä ja kunnioitamme erilaisia näkemyksiä 	<ul style="list-style-type: none"> • teemme saavutettavaa viestintää • edistämme viestinnällä palvelujen saavutettavuutta ja löydettävyyttä 	<ul style="list-style-type: none"> • viestimme ovat ymmärrettäviä • viestintämme puhuttelee asiakasta • käytämme asiakkaalle tuttua kieltä ja avaaamme hankalat termit

päijät  sote

Kuva 1. Viestinnän periaatteet, Viestintästrategia 2021-2023 (Päijät-Sote 2021)

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävä sosiaalisen median tarvekartoitus palvelee viestintästrategian kuutta pääperiaatetta. Viestinnän päämääränä strategiassa on tehdä sote-palveluista saavutettavia ja ymmärrettäviä sekä vahvistaa käyttäjien luottamusta palveluihin (Tavoite 1, viestintästrategia PHHYKY). Viestintästrategian henkilöstöosiossa osatavoitteena on viestintärohkeuden lisääntyminen (Kuva 2.). Tavoitteena on vahvistaa henkilöstön näkyvyyttä kaikissa viestintäkanavissa. (Tavoite 2, viestintästrategia PHHYKY).

TAVOITE 2: Viestintäosaaminen ja työnantajamielikuva on vahvistunut ja rohkeutemme viestiä lisääntynyt
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarjoamme viestintäkoulutusta johdolle ja esimiehille <i>Mittarit: teema osaksi työhyvinvointikyselyä, koulutuksiin osallistuneiden määrä ja palaute koulutuksista</i> 2. Koulutamme henkilöstöä asiakasviestinnässä <i>Mittari: koulutuksiin osallistuneiden määrä ja koulutuksista saatu palaute</i> 3. Vahvistamme henkilöstön näkyvyyttä kaikissa kanavissa <i>Mittari: some- ja verkkoanalytiikka</i> 4. Luomme kumppaneiden kanssa yhteiset ja yhtenäiset viestit Päijät-Sotesta <i>Mittarit: yhteisen tekemisen määrä ja laatu</i> 5. Lisäämme vuorovaikutuksen konkreettisia paikkoja ja mahdollisuuksia sisäisessä viestinnässä <i>Mittarit: yhteisen tekemisen määrä ja laatu</i> 6. Parannamme rekrytointiviestintää <i>Mittari: hakijamäärät ja hakijoiden pätevyys</i>

päijät  sote

Kuva 2. Viestinnän tavoite 2., Viestintästrategia 2021-2023 (Päijät-Sote 2021)

Samalla viestintästrategian kanssa lanseerattiin Päijät-Sote brändi, jonka kautta kootaan Päijät-Hämeen julkiset sosiaali- ja terveystalvelut saman nimen alle. Päijät-Sote on asiakasviestinnässä käytettävä nimi riippumatta siitä, kuka kyseiset asiakaspalvelut tuottaa. Päijät-Sote logoa käytetään kaikissa viestintäkanavissa, joista strategiassa pääkanavaksi

määritellään verkkopalvelut pajjat-sote.fi ja pphyky.fi. Digitaalista asiointia pyritään kehittämään voimakkaasti. Sosiaalisen median käyttöä ja tilejä kehitetään muuttamalla pääkanavat Päijät-Sote brändin alle. Pienet itsenäiset kanavat lakkautetaan, joita tähän mennessä on yhtymässä ollut yksittäisillä ammattiryhmillä ja yksiköillä hyvin vaihtelevalla sisällön tuotantotavalla ja rytmillä. Strategiassa pyritään vähentämään kanavien määrää, lisäämään yleisömqääriä ja toteuttamaan sisällön tuotantoa useampien tahojen toimesta. Henkilöstön osallistumista someen pyritään lisäämään kannustamalla ja kokeilemalla. Keväällä 2022 valittiin pilottikokeiluna henkilöstöstä some-lähettiläitä, joiden kautta pyritään lisäämään eri ammattiryhmien ja toisaalta toimintayksiköidenkin näkyvyyttä. Yhtymässä suunnitellaan aktiivisesti some-viestintää ja pyritään olemaan kuulolla yhtymää koskevissa julkisissa keskusteluissa. (Päijät-Sote 2021; Reilin 2022.)

2.3 PHHYKYN digistrategia

Hyvinvointiyhtymässä julkaistiin 2021 lopulla Digistrategia 2021-2023. Siinä määritellään koko yhtymän strategiassa linjatut tavoitteet tuottavuutta ja asiakaspalvelua parantavista sähköisistä palveluista ja yhteistyöstä valtion ja yrityskumppaneiden kanssa. Digistrategian keskeisinä tavoitteina on kirjattu digipalveluiden löytämisen ja käyttöönoton helppous asiakkaan näkökulmasta, resurssien ja johtamisen tuki sosiaali- ja terveydenhuollon ammattilaisen näkökulmasta sekä digipalveluiden jatkuva kehittäminen. Digistrategiassa ei sivuta esimerkiksi sosiaalisen median käyttöä yksittäisenä viestintä- tai palvelukanavana vaan kuvataan laajemmin yhtenäisen digialustan ja kanavan roolia digipalveluiden keskittämisessä. Digistrategiassa on määritelty vuosille 2021-2022 toimialakohtaiset ja yhtymän yhteiset tavoitteet. (Päijät-Sote 2021.)

Myös lasten ja nuorten kuntoutusta yksikkönä ohjaavat ja sitovat yhtymän strategiset linjaukset ja tavoitteet. Tämä pätee myös yksikön käytössä oleviin viestintä- ja digikanaviin. Kuntoutuksen tulosalueen osalta, johon lasten fysioterapiakin toimintana sisältyy, pyritään strategiassa kehittämään neuvontaa, itsehoitoa ja palveluihin pääsyä. Koko kuntoutuksen tulosalueen toiminnalliseksi tavoitteeksi on strategioissa kirjattu asiointin ja tiedon löytämisen helppous, jonka kautta joudutaan arvioimaan myös sähköisen viestinnän toteutusta. (Päijät-Sote 2021.)

2.4 Soveltavan tutkimuksen tarkoitus, tavoite ja tutkimuskysymys

Opinnäytetyö on soveltava tutkimus Lasten ja nuorten kuntoutuksen yksikölle. Lähestymistapana on laadullinen tutkimus. Soveltavan tutkimuksen tarkoituksena on tukea sosiaalisen median käyttöönottoa lasten ja nuorten fysioterapian yksikössä yhtymän strategian digi- ja

viestintäperiaatteita noudattaen. Tavoitteena on selvittää lastenfysioterapeuttien näkemyksiä sosiaalisen median soveltamisesta ja mahdollisuuksista lasten fysioterapiassa.

Tutkimuskysymyksenä on:

Millaiselle sosiaalisen median soveltamiselle fysioterapeutit kokevat tarvetta asiakaslähtöisessä fysioterapiatyössä?

Soveltavan tutkimuksen tuloksena syntyy toteutus- ja kehittämissuhteita sosiaalisen median soveltamisesta yksikön fysioterapiatyössä ja asiakaslähtöisessä palveluviestinnässä. Näitä ehdotuksia voidaan jatkossa hyödyntää myös muiden lasten kuntoutuksen ammattiryhmien kohdalla, jos nämä ammattiryhmät kokevat tarpeelliseksi käyttää sosiaalisen median kanavia. Soveltavan tutkimuksen toteutusta ja tuloksia peilataan Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän (PHHYKY) tuoreeseen 2021 viestintästrategiaan ja siinä määriteltyihin sosiaalisen median käytön tavoitteisiin ja strategiaan.

3 Asiakaslähtöinen viestintä terveydenhuollossa

3.1 Asiakasviestintä julkisessa organisaatiossa

Sosiaali- ja terveydenhuollon lainsäädännössä Suomen kansalainen nähdään asiakkaana, potilaana, palvelun käyttäjänä ja maksajana (Sosiaalihuoltolaki 710/1982; Laki vammaisuuden perusteella järjestettävistä palveluista ja tukitoimista 380/1987; Erikoissairaanhoidtolaki 1062/1989; Lastensuojelulaki 417/2007; Terveydenhuoltolaki 1326/2010). Laissa potilaan asemasta ja oikeuksista (785/1992) todetaan, että terveystaloutta on annettava siten, ettei ihmisiä aseteta eriarvoiseen asemaan esimerkiksi iän, terveydentilan tai vammaisuuden perusteella. Potilas termillä kuvataan laissa sairasta henkilöä, joka käyttää terveydenhuollon palveluita. Asiakas voidaan taas määritellä henkilöksi, joka on osapuoli sosiaali- ja terveysalan hoidossa, palveluissa tai auttamistyössä. Asiakas voidaan kuvata yksilönä, joka tekee aktiivisena valintoja ja vaikuttaa toimintoillaan palveluihin. Asiakas-käsitteellä voidaan kuvata kaikkia palveluiden käyttäjiä riippumatta siitä, ovatko he toiminnan kohteita, aktiivisia yhteistoimijoita, tahdonvastaisten toimien kohteita tai kuluttajia. (Valkama 2012, 77.) Asiakkuus tarkoittaa asiakkaan ja asiantuntijan välistä vuorovaikutusta. Prosessia, jossa oleellista on asiakkaan osallistaminen, jotta hän voi ottaa itse vastuuta omasta hoidosta ja välittää omia tunteuksiaan eteenpäin. (Hedman 2018, 19; Koivuniemi & Simonen 2011, 17–18.)

Asiakasviestintä on tarvittavaa yhteydenpitoa olemassa olevien asiakassuhteiden hoitamiseksi. Asiakasviestinnän tavoitteena on lujittaa asiakassuhdetta ja muistuttaa yrityksen tai organisaation olemassaolosta. Julkisen sektorin viestinnällä tarkoitetaan tavoitteellista viestintää sekä organisaatioiden sisällä että organisaatioiden ja sidosryhmien välillä. Viestintä osaltaan mahdollistaa tavoitteiden mukaisen toiminnan siinä ympäristössä, jossa se toimii. Julkisen sektorin viestinnän tarkoituksena on ylläpitää ja rakentaa luottamusta kansalaisten ja viranomaisten välillä. Julkisen organisaation viestinnässä painottuvat usein enemmän palvelukuvaus ja löydettävyyden ratkaisut, koska asiakkaat pääosin hakeutuvat tietoisesti palveluiden piiriin. Julkisilla organisaatioilla on lakisääteinen tarkoitus eli yleisön palveleminen. Kaupalliset yritykset toimivat enemmänkin markkinoiden intressien perusteella tavoitellen voittoa. (Canel & Luoma-Aho 2018, 47; Rusaw 2017, 348.) Julkisten organisaatioiden viestinnän merkitystä ja sen kasvua voidaan tarkastella yhteiskunnan muutosten ja muuttuneiden palveluodotusten kautta, hallinnon roolien ja toimintojen kautta sekä median kehittymisen kautta (Pasquier & Villeneuve 2018, 145).

Viestinnän ja markkinoinnin rajan määrittely voi olla julkisessa organisaatiossa haastavaa. Niiden toteutus organisaatiossa usein limittyy. Organisaatio, jolla on tarvetta markkinoida toimintaansa ei välttämättä tee suurta eroa näiden kahden osa-alueen välillä. Myös julkinen organisaatio tarvitsee ajoittain markkinoinnin elementtejä. Markkinointi on toimintaa ja ajattelua, jonka päämääränä on tunteen ja kiinnostuksen luominen julkisen toiminnan asiakkaille. Markkinointi ohjaa sisäisissä ja ulkoisissa asiakasryhmissä valintoihin. Markkinoinnin elementtejä voidaan käyttää julkisissa organisaatioissa tehokkaasti sisällön, palvelun ja brändin kuvaamiseen ja tunteen herättämiseen. Sisältömarkkinointi ja brändin rakentaminen ovat sellaisia keinoja, joissa yhdistyvät sekä viestintä että markkinointi. (Juholin 2022, 50, 212.) Julkinen sektori mielletään usein yksityistä sektoria monimutkaisempaan ja epävakampaan ympäristöön esimerkiksi lainsäädännöllisten ja muodollisten rajoitusten, jäykkien prosessien ja moninaisempien tavoitteiden kautta (Gelders ym. 2007, 329–332).

3.2 Viestinnän asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisessä terveydenhuollon palvelussa asiakas osallistuu omaa terveyttä ja hyvinvointia koskevaan päätöksentekoon. Asiakaslähtöisen palvelun toteutus perustuu asiakkaan tarpeisiin. Se pitää sisällään hoidon tai palvelun, jossa asiakas on aktiivinen sekä yhdenvertainen toimija hoidon tai palvelun antajan kanssa. Asiakassuhde on nykyisessä terveydenhuollon kentässä vuorovaikutussuhde, jossa käydään dialogia asiakkaiden kanssa. Onnistunut viestintä on yhteisen toiminnan työväline. (Virtanen ym. 2011,12.) Köhler ym. (2017,734-735) toteavat artikkelissaan, että lääkäreiden ja potilaiden kohtaamisissa viestinnän tavoitteena on luoda osapuolten välille toimiva yhteys ja pohja molemminpuoliselle tietojen vaihdolle. Toimiva tai onnistunut viestintä voi myös tarkoittaa ammattilaiselle ja asiakkaille eri asioita. Tyytyväisyys, tulokset ja viestinnän turvallisuus eivät välttämättä kulje käsi kädessä palvelun käyttäjän näkökulmasta. Parhaimmillaan asiakaslähtöinen toiminta edistää palvelun tuotannossa parempaa vaikuttavuutta, tehokkuutta ja tuottavuutta.

Vastatakseen asiakkaiden kasvaviin tarpeisiin, julkisen sektorin toimijoiden tulisi pyrkiä ymmärtämään paremmin, mitä palvelutarpeita ja odotuksia asiakkaille syntyy ja ennen kaikkea miksi (Koivunen 2017,2). Valtionhallinnon viestintäsuosituksessa (2016) linjataan, että kansalaisia on osattava kuunnella. Palveluja on kehitettävä kansalaisten odotukset tiedostaen. Viestinnällä lisätään palveluiden tunnettavuutta ja luodaan edellytykset kansalaisten ja hallinnon vuorovaikutukselle. Tiedon ja vuorovaikutuksen tarpeisiin on vastattava ennakoivasti. (Valtioneuvoston kanslia 2016, 11.) Ennakoiva viestinnän digitalisaatio tuo asiakkaat lähemmäksi organisaatiota. Aktiivisena digitaalisena toimijana organisaatio voivat saada arvokasta tietoa asiakkaan kiinnostuksen kohteista ja tiedon tarpeista viestintä

strategian rakentamisen tueksi. Esimerkiksi keskustelut ja jakamiset sosiaalisessa mediassa ovat tärkeitä keinoja tavoittaa uusiakin asiakkaita. (Ilmarinen & Koskela 2015,180-181.)

3.3 Digitaalinen viestintä terveydenhuollossa

Terveydenhuollon sähköiset palvelut

Valtiovarainministeriö on linjannut, että viranomaisten kanssa asioidessa tulisi digitaalisten palveluiden olla kansalaisille ensisijainen vaihtoehto vuoteen 2022 mennessä. Tätä voidaan edistää esimerkiksi yhtenäistämällä sähköisen asioinnin ja viestinvälityksen toimintatapoja sekä kehittämällä lainsäädäntöä. Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta (60/2018) astui voimaan 1.4.2019. (Valtiovarainministeriö 2022.) Vaikka linjausta ei ole laadittu juuri sosiaali- ja terveydenhuollon näkökulmasta, voidaan sitä pitää tavoitteena myös tämän hetken terveydenhuollon palveluketjujen suunnittelussa. Esimerkiksi Kainuun alueella on kehitellessä toimintamalli, jossa sähköinen asiointi on asetettu ensisijaiseksi palvelumuodoksi perusterveydenhuollossa. (THL 2019,30; THL 2021,3-10.)

Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisussa (2016) todetaan että, kun palveluja ja palveluketjuja uudistetaan, on asiakkaan oltava toteutuksen keskiössä. On kiinnitettävä huomiota ensisijaisesti siihen, miten digitalisaatio helpottaa asiakkaan toimintaa ja kommunikaatiota niillä kanavilla, joita asiakas tai asiakasryhmät käyttävät. Asiakaslähtöisen kehittämisen avulla voidaan merkittävästi yksinkertaistaa ja nopeuttaa myös omaa toimintaa. Palveluiden ja palveluviestinnän painopiste on siirtynyt entistä vahvemmin digitaalisiin kanaviin ja ennaltaehkäiseviin palveluihin. Ajasta ja paikasta riippumattomalla itsepalvelulla on jo merkittävä rooli. Tämä mahdollistaa hajanaisten palvelukokonaisuuksien keskittymisen ja henkilökohtaisemman palvelukokemuksen sekä tarjoaa mahdollisuuksia tuottavuuden ja kustannustehokkuuden parantamiseen. Digitalisaatio parantaa palvelujen saatavuutta ja lisää terveydenhuollon tuottavuutta säästämällä aikaa, vähentämällä välillistä työtä ja mahdollistamalla paremman tiedonsaannin. Sähköinen viestintä lisää palvelujen esteettömyyttä mahdollistamalla esimerkiksi etäyhteydenoton asiantuntijoihin, jotka muuten olisivat vaikeasti tavoitettavissa. Digitalisaation tarjoamat sähköiset palvelut helpottavat potilaiden kanssa kommunikointia ja mahdollistavat kommunikaatiotapojen joustavuuden yksilöllisiin tarpeisiin. Lisäksi luotettavan tiedon ja ohjeiden nopeampi saatavuus saattaa lisätä potilasturvallisuutta. (Lapão 2018; STM 2016,31.)

Euroopan komissio määrittelee sähköisen terveydenhuollon (eHealth) eli e-terveyspalvelut tieto- ja viestintäteknologian käytöksi terveydenhuollon tuotteissa, palveluissa ja prosesseissa (Euroopan komissio 2012,4). Tuoreissa THL:n tilastoissa todetaan, että sosiaali- ja

terveydenhuollon sähköisistä palveluista hyödynnetään erityisesti laboratoriotestien tai muiden tutkimustulosten vastaanottamista, omien potilas- tai asiakastietojen tarkastelua ja ajanvarausta. Noin puolet väestöstä oli esimerkiksi vuoden aikana 2020 käyttänyt näitä sähköisiä palveluita. (THL 2021.) Näillä sähköisillä palveluilla tarkoitetaan terveydenhuoltoalan välineitä ja palveluja, joissa hyödynnetään tieto- ja viestintäteknikkaa. Niiden tavoitteena on parantaa sairauksien ehkäisyä, diagnosointia, hoitoa, seuranta ja terveydenhuollon hallintoa. Sähköiset terveydenhuoltopalvelut käsittävät tietojen vaihtoa potilaiden, terveydenhuoltopalvelujen tarjoajien, muiden toimijoiden ja terveysalan tietoverkkojen välillä. (WHO2014.) Tutkimusten mukaan terveydenhuollon asiakkaat valitsevat sähköiset palvelut todennäköisemmin, jos kokevat oman digiosaamisensa hyväksi ja heillä on positiivinen asenne sähköisiä palveluita kohtaan (Hyppönen ym. 2017,43). Väestöstä 85 prosentilla on subjektiivisesti arvioitu hyvä internetin käytön osaaminen. Nuoremmassa ikäryhmässä osuus on lähes 100 prosenttia. (Kyytsönen ym. 2041.)

Digitaalista organisaatio- ja asiakasviestintää voidaan määritellä ja tarkastella myös osallistavuuden ja osallisuuden näkökulmasta. Monikanavainen julkisen organisaation viestintä tuo mukanaan moniäänisiä osallistamisen mahdollisuuksia työntekijöille ja asiakkaille. Sosiaalisen median soveltaminen tarjoaa julkisen sektorin organisaatioille mahdollisuuksia toteuttaa demokraattista osallistamista, yhteistoimintaa, joukkoistamista ja keskustelua osallistamalla palveluiden käyttäjiä. (Lovari & Valentini 2020,315.) Monikanavaisuus ruokkii avoimuutta ja luovuutta, mutta samalla haastaa totuttuja käytäntöjä viestinnän yksikanavaisuudesta, ennakoinnista ja johtamisesta. Viestinnän muutosjohtamisessa on tärkeää tiedostaa ja tiedottaa tasapainosta näiden välillä. (Pekkala & Luoma-Aho 2019,20.)

Sosiaalinen media palveluketjun osana

Kun kuvataan terveydenhuollon sosiaalisen median soveltamista, on tärkeää erottaa se virallisesta terveydenhuollon sähköisestä asioinnista. Sähköinen asiointi, johon kytkeytyy vahva tunnistautumisen, on tarkasti kuvattua toimintaa ja osa virallista asiakkaan ja viranomaisen välistä tiedonkulkua. Sosiaalisen median sovellus voi olla mukana palveluketjun osana ohjaamassa palvelun piiriin, jossa asiakas tunnistautuu ja toiminta määritellään sähköiseksi asiointiksi. Sosiaalisessa mediassa ei vahvaa tunnistautumista käytetä. (Pajukoski 2004,90-112.) Organisaation on selvästi tiedotettava, miten palvelun käyttäjän tulee toimia tällaisessa tilanteessa. Sosiaalisen median verkkopalveluissa on kyse viestinnästä, vuorovaikutuksesta ja neuvonnasta. Käyttäjille on tehtävä selväksi, että vaikka organisaatio olisi-kin läsnä sosiaalisen median palvelussa, virallinen asiointi edellyttää yhteydenottoa ja tunnistautumista muilla tavoilla. Käyttäjää on informoitava myös sosiaalisen median kanavien julkisuusasteesta ja tietoturvariskeistä. (Aalto 2010,8; Korteso & Patjas 2011,16.)

Reponen ym. (2021) raportissa esitellään sähköisen tiedonvaihdon toteutumista terveydenhuollossa asiakkaan ja ammattilaisten välillä. Terveydenhuollon mobiilisovelluksia käytettiin 67 %:ssa sairaanhoitopiireistä ja 12 %:ssa terveyskeskuksista. Sairaanhoitopiireistä 10 % ja terveyskeskuksista 2 % ilmoitti käyttävänsä yleisiä mobiilisovelluksia. Erikoissairaanhoidossa perinteisten menetelmien rinnalle on noussut vahvasti terveydenhuollon mobiilisovellusten käyttö. (Reponen ym. 2021,93.)

Sosiaalisen median käyttö lasten ja nuorten terveydenhuollossa on nopeasti kasvava ja laajeneva ilmiö. Hammin ym. (2014) systemaattisen katsauksen mukaan voisi olla tehokasta hyödyntää nuorten ja lasten käytössä olevia sosiaalisen median sovelluksia terveyden edistämiseen sen sijaan, että luotaisiin täysin uusia alustoja. Katsauksen mukaan yleisimmät sosiaalisen median käyttöaiheet lasten terveydenhuollossa olivat terveystiedon saaminen, ruokavalio, harjoittelu, seksuaaliterveys, tupakoinnin lopettaminen ja vanhemmuuteen liittyvät asiat. Teini-ikäiset olivat yleisin kohderyhmä ja keskustelufoorumit yleisin sosiaalisen median toteutusmuoto. Katsauksessa arvioiduista 25 tutkimuksesta lähes kaikissa todettiin, että tutkitut sosiaalisen median sovellukset osoittivat todisteita hyödyllisyydestä esimerkiksi terveystiedon välittämisessä ja sen löydettävyyden parantumisessa. Samanaikaisesti valtaosassa vertailevista tutkimuksista ei pystytty osoittamaan merkitsevää vaikutusta.

Sosiaalisen median verkkoyhteisöjä voidaan pitää uuden ajan sähköisen viestintäympäristön standardina ja toteuttamisen mallina. Kansallisella tasolla ja julkisessa terveydenhuollossa näiden toteutus on vielä usein alkuvaiheessa. Kansainvälisestikin yleisimmiksi haasteiksi on todettu organisaatioiden sähköisen viestinnän käytäntöjen ja strategioiden määrittely. Määrittelyä hidastavat organisaatioiden hierarkisuus, koko ja resurssit. (Galbán ym. 2019,1898.) Palveluiden käyttäjien näkökulmasta digitaalinen viestintäkanava edustaa enemmistölle heistä jo standardia tapaa. Suomalaisten laajan internetin käytön myötä kansalaisilla on hyvät tietotekniset mahdollisuudet ottaa käyttöön internet- ja mobiilipohjaisia palveluita myös sosiaali- ja terveydenhuollossa. Suomi on toistuvasti ollut muiden Pohjoismaiden kanssa kärkikastia kansainvälisissä sähköisten palveluiden vertailututkimuksissa. Esimerkiksi Kanta-palveluiden kehittämisen ja käytön vuoksi on todettu, että Suomi on e-terveyden kansainvälinen esimerkkimaa. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2015,2)

Sosiaalisen median asettaminen julkisen viestinnän kanavaksi on tuonut esiin kolme fundamentaalista muutosta julkisten organisaatioiden viestinnästä. Ensinnäkin viestinnän nopeus ja asiakkaiden odotukset nopeatahtisesta tiedon saavutettavuudesta pakottavat organisaatiot olemaan jatkuvassa viestintätöydessä. Tietoa pitää pystyä tarjoamaan nopeassa ja helposti sulateltavassa muodossa, ei raskaassa yksityiskohtaisessa raporttimuodossa,

joiden työstämiseenkin kuluu aikaa. Toiseksi, sosiaalisen median soveltaminen on muuttanut julkisen sektorin viestinnässä käytettävää kieltä yksinkertaisemmaksi, suoremaksi, persoonallisemmaksi ja vähemmän byrokraattiseksi. Kolmanneksi, sosiaalisen median käyttö on kasvattanut julkisen viestinnän määrää ja toimintoja niin, että sitä voidaan toteuttaa yhä persoonallisemmalla, interaktiivisemmalla ja kansalaisia aktivoivilla tavoilla. (Lovari & Valentini 2020,321; Canel & Luoma-Aho, 2018; Tirkkonen & Luoma-Aho, 2014,14.)

4 Sosiaalisen media terveydenhuollon viestinnän välineenä

4.1 Sosiaalisen median piirteitä

Merriam-Webster sanakirja määrittelee sosiaalisen median (somen) sähköiseksi kommunikation muodoksi, jossa käyttäjät luovat verkkoyhteisöjä jakaakseen tietoa, ideoita, henkilökohtaisia viestejä ja muuta sisältöä. Erona perinteiseen joukkoviestintään pidetään esimerkiksi sitä, että käyttäjät eivät ole vain vastaanottajia, vaan voivat olla monin tavoin interaktiivisia ja esimerkiksi kommentoida, tutustua toisiinsa ja jakaa sisältöjä. (Merriam-Webster 2021.) Tämä monisuuntainen toiminta lisää sosiaalisuutta, verkottumista ja yhteisöllisyyttä. Sosiaalisella medialla voidaan tarkoittaa myös kokonaisuutta, jossa verkkoviestinnän kautta jokainen sosiaalisen median käyttäjä avaa palveluun käyttäjätilin, luovuttaa henkilötietoja ja ylläpitää näkyvää, yksilöityä profiilisivua. Viestintä tapahtuu yleensä verkkopalveluissa useiden viestijöiden kesken, jolloin jokainen voi olla viestin ja tiedon vastaanottaja ja lähettäjä. Toisaalta sosiaalinen media voi mahdollistaa myös viestinnän, joissa viestitään kahden käyttäjän välisesti. Sosiaalinen media on vuorovaikutteinen ja käyttäjälähtöinen viestinnän muoto, jossa käyttäjät hyödyntävät sisältöä tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntäen ja ylläpitävät moninaisia suhteita. (Hintikka 2016; Pesonen 2013,21.)

Sosiaaliselle medialle tyypillistä on helppokäyttöisyys, nopea omaksuttavuus, maksuttomuus ja mahdollisuus kollektiiviseen tuotantoon. Sisällöntuotantoon on laaja valikoima erilaisia välineitä, kuten audiovisuaalisen aineiston välittäminen (YouTube), ryhmätyökalut, ryhmätöimistosovellukset (Google Docs) sekä kollektiiviset tuotanto- ja julkaisualustat (wikit kuten Wikipedia). Kommunikointi sosiaalisen median sivustoilla on julkista tai rajattua tietyille ryhmälle käyttäjiä. Sosiaalisen median sivustot voidaan jakaa profiilikeskeisiin ja sisältökeskeisiin sivustoihin. Profiilikeskeisissä sivustoissa, kuten Facebookissa, keskeisiä ovat yksittäisten käyttäjien tietoa sisältävät profiilit. Sisältökeskeisillä sivustoilla, esimerkiksi YouTubeissa, profiilien alle ladattu sisältö on käyttäjien kiinnostuksen pääkohde. Sosiaalisen median määrittely ja luokittelu sen toiminnallisuuden kautta on jatkuvasti muuttuva ajankuvaus. Tästä syystä määrittelyä tulee tarkastella aina siitä näkökulmasta, jota halutaan kulloinkin korostaa. (Panda 2012,10; Hintikka 2016.; Laaksonen ym. 2013, 12-14.) Lasten kunnoutuksen näkökulmasta tulisi olla kiinnostunut siitä mitä viestintäkanavia lapset, nuoret ja lasten nuorehkot vanhemmat käyttävät. Nuorille sosiaalinen media on merkittävä uutisten ja tiedon lähde. Nuoret käyttävät sosiaalisen median kanavia sosiaalisten suhteiden ylläpidon lisäksi tiedon hakuun. (Amberla 2019,5; Pönkä 2021,6-15.)

Suomessa käytetyimmät sosiaalisen median yhteisöpalvelut 2020 olivat Whatsapp, Youtube, Facebook, ja Instagram. Nuoret käyttävät useammin WhatsAppia ja Instagramia.

Vanhemmissa ikäryhmissä eniten käytettiin WhatsAppia ja Facebookia. Käyttäjämääriä ovat viime vuosina kasvattaneet eniten Whatsapp ja Instagram. Tilastokeskuksen 2020 tilaston mukaan suomalaisista yhteisöpalveluita sosiaalisessa mediassa seurasi viimeisen kolmen kuukauden aikana 69 prosenttia 16–89-vuotiaista. Seuraajien määrässä on ollut kasvua. Vuonna 2018 seuraajia oli 61 prosenttia. Arvioidaan, että vuoden 2020 aikana koronaepidemian tuomat rajoitukset siirsivät entisestään sosiaalista yhteydenpitoa verkkoon ja motivoivat esimerkiksi ikäihmisiä oppimaan uusia some-taitoja. Nuoret viettivät jo ennen koronaepidemiaa aikaa sosiaalisessa mediassa keskimäärin 15–20 tuntia viikossa. Tutkimusten mukaan, COVID-19 epidemian myötä käyttö on lisääntynyt entisestään. (Pönkä 2020; Tilastokeskus 2020,2.; Lasten ja nuorten säätio 2021.)

Tietoliikennekonserni DNA:n Nepa-tutkimuslaitoksella teettämässä tuoreessa tutkimuksessa (2022) selvitettiin eri somepalveluiden käyttöaktiivisuutta (n=1000). Facebookia (52%) ja WhatsAppia (62%) käytetään sovelluksista päivittäin eniten. TikTokin päivittäinen ja viikoittainen käyttö on noussut selkeästi edelleen, erityisesti 16-24-vuotiaiden ikäryhmässä. Snapchatia ja WhatsAppia käytetään TikTokin lisäksi selkeästi eniten 16-24-vuotiaiden joukossa. Instagram Reelsin päivittäinen käyttö on kasvanut eniten kaikista sosiaalisista medioista ja sen käyttö lähestyy jo TikTokin päivittäistä käyttöä.

Sosiaalisen median soveltamiseen, toteutukseen, rakenteisiin ja käyttöön nivoutuu monia tekijöitä, joiden valvomiseksi tarvitaan sääntöjä. Näitä ovat esimerkiksi yksityisyys, sananvapaus, tekijänoikeudet, tiedontallennus ja tietosuojat. Suomen lainsäädännössä ei tunneta sanaa ”sosiaalinen media” eikä sitä varten ole laadittu erityistä lainsäädäntöä. Sosiaalisen median soveltamiseen, käyttöön ja viestintään sovelletaan olemassa olevaa lainsäädäntöä: kuluttajansuojalakia, lakia sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa, henkilötietolakia, sähköisen viestinnän tietosuojalakia, tekijänoikeuslakia, tavaramerkkilakia, työsopimuslakia, rikoslakia, peruslakia sekä YK:n ja EU:n ihmisoikeussopimuksia. (Pulkinen 2015; Pesonen 2013,69.)

Sosiaalisen median soveltaminen on viestintää, johon voi liittyä vastikkeellista tai vastikkeetonta palvelun tarjontaa, henkilötietojen käsittelyä sekä sananvapauden käyttämistä. Sananvapauden käyttö merkitsee oikeutta julkaista tietoa kenenkään estämättä joskus myös anonyymisti. Tiedonvälityksen vapautteen ei kuitenkaan sisälly kaikkien tietojen käsittelyn vapaus. Sosiaalisessa mediassa sananvapautta on käytettävä harkiten ja yksilön oikeudet huomioon ottaen. Viestinnän, viestintätietojen ja henkilötietojen suojasta on säädetty lailla. Mikäli käyttö liittyy työ- tai virkatehtäviin, saattaa tilanne tulla arvioitavaksi näiden lisäksi työsuhteen tai virkasuhteen oikeuksien ja velvollisuuksien näkökulmasta. (Pulkinen 2015; Pesonen 2013,74.)

Sosiaalisen median käytännesäännöt on määritelty Suomessa sosiaalisten ja yhteisöllisten palveluntarjoajien toimesta ohjeistamaan palveluntarjoajia toiminnassaan. Esimerkiksi lasten ja nuorten mediafoorumien työryhmässä on luotu käytännesäännöt yleisimpien nuorten käyttämien palveluiden palveluntuottajien kanssa. Vaikka palveluntarjoajat sitoutuisivat noudattamaan käytännesääntöjä, on heidän edelleen noudatettava tavalliseen tapaan Suomen lainsäädäntöä. Euroopan unionin tasolla on laadittu käytännesäännöt Euroopan komission ja tiettyjen tietotekniikkayritysten toimesta. Tavoitteena on torjua verkossa esiintyvää vihapuhetta Euroopassa. Nämä säännöt ohjaavat yritysten toimintaa ja mahdollistavan hyvien toimintatapojen vaihtamisen erilaisten yritysten, foorumien ja sosiaalisessa mediassa toimivien tahojen kesken. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2010.)

4.2 Sosiaalinen median soveltaminen terveydenhuollon viestinnässä

Moorhead ym. (2013) kirjallisuuskatsauksessa arvioitiin nykyisten julkaisujen rakentamaan kuvaa sosiaalisen median soveltamisesta terveysalan viestinnässä. Katsauksessa käsiteltiin 98 julkaisua vuosilta 2002-2012. Katsauksen tuloksissa nostetaan esiin kuusi hyödynäkökulmaa sosiaalisen median käytöstä terveydenhuollossa: (1) lisääntynyt yhteydenpito eri toimijoiden välillä, (2) tiedon parempi saatavuus, jaettavuus ja räätälöinti, (3) terveystietojen parantunut saavutettavuus, (4) sosiaalisen- ja vertaistuen mahdollisuus, (5) julkisen terveydenhuollon arviointi mahdollisuus ja (6) mahdollisuus vaikuttaa terveydenhuollon käytäntöihin. (Moorhead 2013.)

Terveydenhuollon ammattilaisten näkökulmasta sähköisten palvelujen käyttöönotto ja käyttö työssä edellyttävät uutta osaamista ja uusia osaamisen vaatimuksia. Tällaisia ovat esimerkiksi vuorovaikutteisen verkkoviestinnän, asiakaslähtöisten palvelujen sekä monikanavaisen terveystietojen kehittämisen. Laajan osaamisen soveltaminen perustuu ammattilaisen motivaatioon ja näkemykseen asiakaslähtöisestä työtavasta. Ammattimaisuus näkyy kykyä hahmottaa palvelukokonaisuus, johon sähköiset palvelut kytkeytyvät. (Sihvo ym. 2014,60.)

Terveydenhuollon ammattilaiset voivat yksilö ja yksikötasolla käyttää sosiaalista mediaa potilaiden hoitoon, ohjaukseen ja yleiseen terveystietoon kuin myös ammatillisen verkostoitumisen, koulutautumisen rekrytoinnin edistämiseen (Ventola 2014,493-495). Digitaalisilla ratkaisuilla voidaan laajentaa kuntoutusmahdollisuuksia ja luoda uudentyyppisiä palvelurakenteita, joilla tavoitetaan kuntoutujat asuinpaikasta ja palvelutarjoajasta riippumatta (Paltamaa 2020,52). Esimerkiksi Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL), joka koordinoi kansallisesti sähköisten sote-palvelujen kehittämistä, haluaa tuoda esille terveyden ja hyvinvointiin liittyviä asioita sosiaalisessa mediassa ja niillä foorumeilla, joilla ihmiset muutenkin aktiivisesti toimivat. THL:n tavoitteena on edistää luotettavan tiedon saatavuutta ja

levittämistä. THL haluaa käyttää sosiaalisen median kanavia tiedottamiseen ja herättämään keskustelua sen omasta toiminnasta, tapahtumista ja ajankohtaisista asioista. (THL 2021.)

Kun uusia toimintatapoja kehitetään ja otetaan käyttöön terveydenhuollossa, tulee työntekijöiden perehdytyksen ja osaamisen vastata työn uusia vaatimuksia. Jos tästä tasapainosta ei huolehdita, voi olla hyvin haastavaa työntekijälle löytää sisäistä motivaatiota, jota käyttää uusien työmuotojen hyödyntämisessä. Kun terveydenhuollon organisaatio suunnittelee näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa ja aloittaa sosiaalisen median palvelujen käytön, on laadittava ohjeistus sivustoa ylläpitäville työntekijöille ja henkilökunnalle. Ilman tätä ohjeistusta ei voida edellyttää henkilökunnankaan ymmärtävän käyttöön liittyviä velvoitteita ja vastuita. Ohjeiden laatimiseen velvoittaa työelämän tietosuojalaki. Tämä ohjeistus on laadittava, vaikka organisaatio itse ei esiintyisi sivustoilla, vaan palvelua käyttää vain sen henkilökunta. (STM 2016,25; Pesonen 2013,154.)

Sosiaalisen median käyttö tuo mukanaan myös mahdollisia riskejä sekä terveydenhuollon asiakkaiden että ammattilaisten näkökulmasta. On mahdollista, että jaettu sisältö ja tieto on huono laatuista, rikkoo tietosuoja-asetuksia ja potilaan yksityisyyttä tai on jopa laitonta esittää julkisesti. Yhteisöpalvelussa esitettävän viestinnän ja tiedon on oltava asiallista ja todenperäistä. Palvelun käyttäjän on varmistuttava siitä, että hänellä on oikeus kyseisten tietojen levittämiseen. Tiedot eivät saa myöskään loukata toisen yksityisyydensuojaa tai muita oikeuksia. Tietojen on lisäksi oltava oikeita yhtä suurella varmuudella kuin muidenkin palveluntuottajan viestintäkanavien ja -välineiden levittämien tietojen. Saatavilla olevan tiedon laatua ja luotettavuutta voi olla hankala tai lähes mahdotonta arvioida jopa ammattilaisen toimesta. Tätä arviointia ei myöskään helpota tiedon jatkuvasti lisääntyvä määrä. Terveydenhuollon ammattilaisen sosiaalisen median huolimaton käyttö voi vahingoittaa yksilö ja organisaatiotasolla ammatillista imagoa sekä aiheuttaa ristiriitaa ammattihenkilönä ja yksityishenkilönä esiintymisen rajoissa. (Moorhead 2013; Ventola 2014,496-498; Pesonen 2013,149.)

Wang ym. (2018,8) tutkivat kirjallisuuskatsauksessa (57 julkaistua artikkelia vuosilta 2012-2018) misinformaation esiintymistä terveysaiheisissa julkaisuissa sekä sosiaalisen median roolia sen leviämisessä. Misinformaatiolla tarkoitetaan väärää tai harhaanjohtavaa tietoa (Merriam-Webster 2022). Tärkein havainto oli misinformaation määrän jyrkkänousu sosiaalisessa mediassa. Katsauksessa pidettiin tärkeänä pohtia ja tutkia ratkaisuja, joilla terveydenhuollon ammattilaiset voisivat hillitä ja vaikuttaa misinformaation leviämiseen aktiivisesti sosiaalisessa mediassa. Bautista ym. (2021) misinformaatiota käsittelevässä laadullisessa tutkimuksessa esittellään kaksi vaiheinen toimintamalli sovellettavaksi julkisessa terveydenhuollossa. Ensimmäisessä vaiheessa terveydenhuollon ammattilaiset pyrkivät

todentamaan sosiaalisessa mediassa onko terveysaiheinen julkaisu totta vai ei. Toisessa vaiheessa julkaisujen asiasisältöjä pyritään korjaamaan ja täydentämään luotettavaksi todennetulla tiedolla.

4.3 Sosiaalisen median soveltaminen fysioterapiassa

Suuri osa ihmisten hakemasta tiedosta tällä hetkellä on sosiaalisen median sisältöä. Kun sähköinen viestintä ja sosiaalinen media laajentuvat, on myös terveydenhuollon ammattilaisilla velvollisuus muokata ammatillisen viestinnän toteutumista asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden mukaiseksi. Tämä mukautuminen voi tarkoittaa esimerkiksi sosiaalisen median käyttöä, jos se tunnistetaan asiakkaan käyttämäksi viestintäkanavaksi. Ihmisistä, jotka etsivät verkosta terveyteen liittyvää tietoa, vaativat myös terveydenhuollon ammattilaisten kuten fysioterapeuttien osallistumista verkossa käytävään keskusteluun. On näyttöä siitä, että nämä samat ihmiset terveystalveluiden käyttäjinä ovat valmiita ottamaan sosiaalisen median osaksi omaa terveydenhuollon toteutusta. Laadukkaasti toteutettu läsnäolo sosiaalisen median alustoilla luo mahdollisuuden ja ehkä jopa velvollisuuden tuottaa laadukasta tietoa kuntoutuksesta ja terveydestä. (Gagnon ym. 2015,406; Knight ym. 2015, 390.)

Useissa maissa kansalliset terveydenhuollon valvontavirastot ja myös terveydenhuollon eri ammattiryhmien edunvalvontajärjestöt ovat antaneet suosituksia sosiaalisen median soveltamisesta ja käytännöistä mm. fysioterapian asiakastyössä. Maailman fysioterapiajärjestö World confederation for physical therapy (WCPT) ja International network of physiotherapy regulatory authorities (INPTRA) aloittivat 2017 yhteistyöprojektin, jolla pyrittiin luomaan yhtenäiset käytännöt digitaalisen fysioterapian toteuttamiseen. Digitaalinen fysioterapia määritellään raportissa termiksi, jolla kuvataan palveluita, tukea ja tietoa, jota välitetään asiakkaille sähköisten kanavien ja laitteiden avulla. Raportissa todetaan modernien teknologioiden ja digitaalisten sovellusten käytön mahdollistavan fysioterapian ammattilaisille aikaisempaa laajemmän asiakaskunnan sekä monipuolisemman vaikuttamisen kanavan. Digitaalisten sovellusten käyttö voi raportin mukaan johtaa palvelurakenteeseen, jossa asiakkaalle välitetään palvelua hänen haluamallaan kanavilla, tietoa ja sisältöä tarjotaan helpommin ja nopeammin. Samalla tuetaan palvelumuotoilua, tietojen saavutettavuutta ja tuetaan jopa globaalia yhteistyötä ja toisilta oppimista. Raportissa suositellaan maakohtaista arviointia digitaalisten palveluiden käytön tasosta, kehitystarpeista sekä rohkaistaan tutkimaan sosiaalisen median käyttöä ja sovelluksia. (Dantas ym. 2020,381; WCPT 2020.)

Englannissa kansallisen fysioterapian ammattijärjestön CSP:n (Chartered society of physiotherapy) 2019 julkaisemassa sosiaalisen median soveltamisen oppaassa painotetaan ammattimaisuutta, somen käytön suunnitelmallisuutta ja vaikutusten arviointikeinoja. Oppaassa on hyvin ansiokkaasti arvioitu eri sosiaalisen median alustojen ominaisuuksia; etuja

ja haasteita (Kuva 3.) Esimerkiksi Youtuben eduksi katsotaan jo valmiina oleva valtava varanto videomateriaalia, jolla on helppo tavoittaa yleisöä. Toisaalta todetaan, että videomateriaalin luonti vaatii enemmän työtä kuin ehkä muiden alustojen nopeat julkaisumuodot. Instagramin eduksi katsotaan visuaalisuus, jolla on helppo rikastuttaa sisältöä. Toisaalta visuaalisuus vaatii sisällöntuottajalta luovuutta. (CSP 2019,7.)

<p>Youtube</p> 		
<p>EDUT</p> <p>valtava maailman laajuinen yleisö ja varasto valmista sisältöä</p> <p>videoiden kautta korkea seuraajien sitoutumisaste verrattuna muihin alustoihin</p>	<p>HAASTEET</p> <p>videoiden luonti vaatii enemmän työtä kuin muut julkaisumuodot</p> <p>tyypillisesti uskollisen seuraajaryhmän kokoamiseen menee pidempi aika</p>	
<p>Sopii: koontipaikaksi fysioterapian ohjaus ja opetusvideoille</p>		
<p>Instagram</p> 		
<p>EDUT</p> <p>julkaisujen visuaalinen perusta muodostaa rikkaamman käyttäjäkokemuksen</p> <p>Instagram julkaisujen sitouttavuus paljon korkeampi kuin Facebookissa tai Twitterissä</p>	<p>HAASTEET</p> <p>vaikea linkittää julkaisuihin muiden verkko alustojen sisältöä</p> <p>Julkaisujen täytyy olla kuva tai videotyyppisiä, mikä vaatii enemmän luovaa panostusta</p>	
<p>Sopii: kun haluat kuvata omaa tai toimintasi imagoa</p>		

Kuva 3. Sosiaalisen median alustojen ominaisuuksia (mukailtu CSP 2019.)

Kanadassa Canadian Physiotherapy Association (CPA) on julkaissut kansallisen suosituksen sosiaalisen median käytöstä. Julkaisussa painotetaan henkilökohtaisen viestinnän, ammatillisen asiakasviestinnän ja ammattilaisten välisen viestinnän sävyeroja, kun sovelletaan sosiaalista mediaa. (CPA 2021.) Suomessa terveydenhuollon toimintaa valvoja viranomaisena on sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira. Valviran sivuilta ei tällä hetkellä löydy suoraan sosiaalisen median käytön suositusta terveydenhuollossa, mutta joissain suosituksissa sivutaan sosiaalisen median käyttöä mm. potilastietojen käsittelyyn liittyvissä ohjeissa. Suomen Fysioterapeutit Ry:n tai Kuntoutusalan Asiantuntijat ry:n sivuilta ei myöskään löydy koottua materiaalia sosiaalisen median käyttösuosituksista (Suomen Fysioterapeutit Ry 2022). Suomen Fysioterapeuttien kehittämisasiantuntija Katri Partanen (2022) kertoi, että liiton toimesta ei ole tehty sosiaalisen median ohjeistusta fysioterapeuteille. Ei ollut tiedossa, että mikään muukaan taho olisi sellaista fysioterapiakentälle laatinut Suomessa. Tarve on kyllä liitossa noussut esille ja heillä on suunnitelmissa sellainen tehdä lähitulevaisuudessa. Ajankohtaa ei ole tällä hetkellä määritetty.

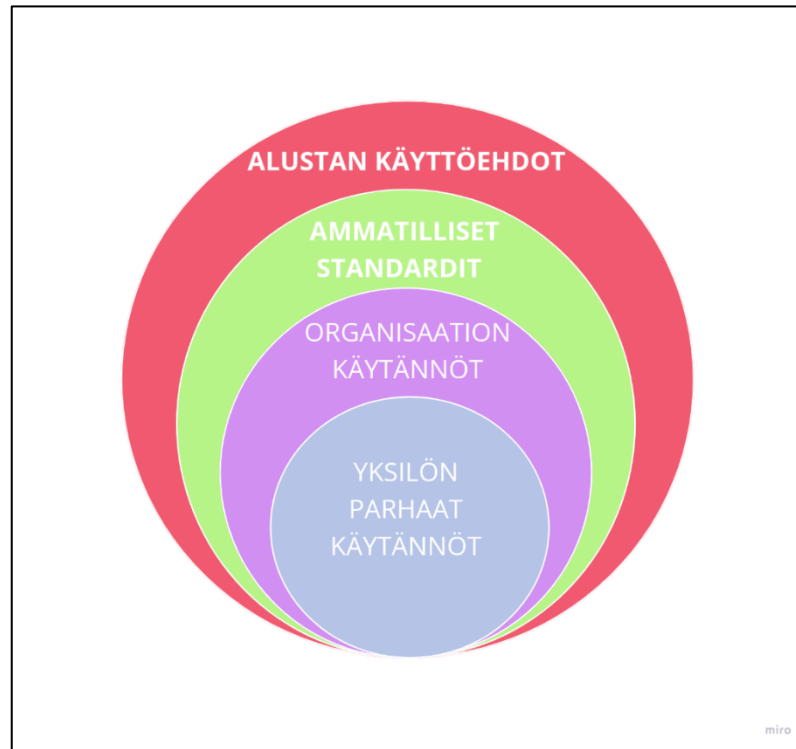
Esimerkiksi Lääkäriliitto ja Sairaanhoidajaliitto ovat julkaisseet varsin yksityiskohtaiset sosiaalisen median ohjeet omilla sivuillaan. (Lääkäriliitto 2020; Suomen Sairaanhoidajat 2020.)

Suomessa julkisessa terveydenhuollossa fysioterapian ja kuntoutuksen alueella on käytössä ajanvaraukseen sekä yhteystietojen ja palvelukuvausten jakamiseen liittyviä verkkosivuja ja asiointipalveluja. Nämä ovat käytännössä aina osa terveystieteiden tai hyvinvointiyhtymien verkkosivuja. Fysioterapiaan tai fysioterapiayksikköön profiloituvia verkkosivuja tai sosiaalisen median sivustoja sen sijaan julkisessa terveydenhuollossa ei ole. Esimerkiksi Instagram-sovelluksesta ei löydy tällä hetkellä yhtään suomenkielistä julkisen terveydenhuollon lastenkuntoutus- tai fysioterapiayksikön käyttäjäprofiilia. Yksityissektorin yrittäjien ja yritysten fysioterapia- ja kuntoutusprofiileja löytyy jo kymmeniä sekä Instagramista että Facebookista. Nämä ovat käytännössä suurimmalla osalla julkaisijoista sisällöltään identtisiä rinnakkaisalustoja. (Lasten fysioterapia Aurora 2021; Terapia Asema Kuperkeikka 2021). Isot valtakunnalliset terveystieteiden yritykset kuten Terveystalo ja Mehiläinen käyttävät sosiaalisessa mediassa myös yleisprofiileja, joissa teemoittain julkaistaan myös lasten ja kuntoutuksen sisältöä satunnaisesti. (Päijät-Sote 2021; HUS 2021; TAYS 2021; Mehiläinen 2021; Terveystalo 2021.)

Maailman fysioterapiajärjestö (WCPT) kokoontuu joka toinen vuosi kansainväliseen kongressiin. Vuodesta 2015 jokaisessa kongressissa on toteutettu sosiaalisen median verkostoitumista käsitteleviä työpajoja ja näistä lähtien on myös järjestön kautta todettu, että sosiaalisen median käytöllä on paljon potentiaalia järjestön toiminnallisten tavoitteiden tukemisessa. (Merolli ym. 2018.) WCPT:ssä valittiin Twitter pääasialliseksi somealustaksi ja hashtag eli aihetunniste ”#GlobalPT” lanseerattiin kansainvälisen fysioterapiayhteisön verkostoitumisen tunnisteeksi, jota se on ollut siitä lähtien. Merolli ym. julkaisivat (2018) laadullisen tutkimuksen em. Twitter- hastagin käytöstä kansainvälisesti ja toteavat tuloksissa, että hashtagia käytettiin 24 maassa 4:llä eri kielellä. Eurooppa oli aktiivisin alue. Sisällyksenanalyysissä kolmeksi pääteemaksi nousivat: tiedon jako, palveluiden mainostaminen ja positiivisen palautteen antaminen.

Gagnon ja Sabus (2015) käsittelevät laajasti sosiaalisen median käyttöönoton mahdollisuuksia ja haasteita artikkelissaan. Vaikka sosiaalinen media ei ole enää uusi ilmiö, se on sitä terveydenhuollossa ja vaatii terveydenhuollon toimijoilta uudenlaista arviointi- ja tiedonhallinta kykyä organisaation, ammattilaisten ja yksilöiden näkökulmasta. Artikkelissa esitetään nelikerroksinen ”pallomalli” (Kuva 4.), jossa kuvataan tätä sosiaalisen median tuottamisen kerroksellisuutta ja tarvittavien ohjeistuksien laajuutta. Mallin alustan käyttöehdot (Platform terms of service) pallolla kuvataan, kuinka sosiaalisen median käyttäjä sitoutuu laillisella sopimuksella sivuston käyttöehtoihin. Ehdot käsittelevät usein yksityisyyttä,

tietoturva, turvallisuutta, sisällön rajoituksiin, ikärajoja, tunnistautumista. Käyttäjä usein hyväksyy käyttöehdot hätäisesti, mutta olisi tärkeää sisäistää näiden ehtojen sisältö ja ennen kaikkea hahmottaa niiden dynaaminen ja mahdollisesti päivittyvä luonne palveluiden muuttuessa.



Kuva 4. Sosiaalisen median tuottamisen kerrokset (mukailtu Gagnon ja Sabus 2015)

Ammatilliset standardit (Professional standards) osiossa todetaan, että fysioterapeutit ovat velvollisia noudattamaan voimassa olevia ammatillisia ja eettisiä standardeja toimiessaan ammattilaisina sosiaalisen median kautta. Nämä ammatilliset standardit löytyvät joka maasta kansallisen fysioterapiajärjestön laatimina. Organisaation käytännöt (Organizational policy) pallolla kuvataan aluetta, jossa terveydenhuollon organisaatio olisi hyvä laatia omat käytännöt ja kehityskohteet. Nämä voidaan jakaa kolmeen kategoriaan: maine, yksityisyys ja tuottavuus. Usein organisaatioilla on jo käytännöt luotuna näihin osa-alueisiin, mutta ne tarvitsevat päivitystä sosiaalisen median erityispiirteistä. Yksilön parhaat käytännöt (Individual best practices) pallolla kuvataan tilaa, jossa sosiaalinen media antaa terveydenhuollon ammattilaiselle kauas ulottuvan työkalun. Tällä työkalulla voidaan osallistua laadukkaaseen verkkosisällön tuotantoon, nostaa esiin positiivista ja tarkkaa terveystietoa- ja viestintää. Se antaa myös mahdollisuuden käydä foorumeissa keskustelua ja korjata väärää tietoa ja väärinkäsityksiä terveydenhuollon alueelta. Tämä malli ja ohjeistukset luovat Gagnonin ja Sabusin mukaan viitekehyksen kaikille fysioterapeutin rooleille: klinikolle, joka haluaa kehittää asiakasohjausta, esimiehelle, joka kehittää organisaation käytäntöjä,

työtovereiden tai opiskelijoiden ohjaajalle tai sitten tutkijalle, joka kehittää omaan verkostoon. (Gagnon ja Sabus 2015,1-9.)

Fysioterapeutit voivat hyödyntää sosiaalisen median alustoja omaksumalla uusia mahdollisuuksia muuttuvassa verkko- ja terveystiedon kentässä. Saavuttavan asiakaslähtöisen keskustelun käynnistäminen erilaisten ryhmien kanssa ja sen myötä fysioterapian toteutusmallien kehittäminen auttaa osaltaan kehittämään koko fysioterapian kenttää asiakaslähtöisemmäksi. (Knight ym. 2015, 390.) Fysioterapeuttien läsnäolo verkon julkaisu- ja keskustelualustoilla voi tarkoittaa esimerkiksi sosiaalisen näkyvyyden luomista ja näyttöön perustuvan laadukkaan tiedon jakamista aikaisempaa laajemmalla näkyvyydellä. Tämä toiminta avaa uusia mahdollisuuksia ammatillisen identiteetin ja brändin kehittämiseen. Fysioterapeutit voivat käyttää sosiaalisen median tarjoamaa tehoa ja toimintamalleja asiakkaiden saavutettavuuden ja hoidon tehokkuuden kehittämiseen. Knight ym. mukaan tieteellistä näyttöä tämän onnistumisesta on vielä esitetty niukasti. (Knight ym. 2015, 390-395.)

5 Soveltavan tutkimuksen menetelmät

5.1 Soveltava tutkimus ja laadullinen lähestyminen

Tutkimustyöhön ja kehittämiseen kuuluvat menetelminä perustutkimus sekä soveltava tutkimus. Perustutkimukselle on tunnusomaista uuden tiedon tavoittelu ilman käytännön sovelluksia. Soveltavassa tutkimuksessa taas tavoitteena on uuden tiedon avulla toteuttaa käytännön sovellus. Toteutus voi olla esimerkiksi sovellusten etsiminen perustutkimuksen tuloksille tai uusien menetelmien luominen tutkimuksessa käsiteltävän ongelman ratkaisemiseksi. (Tilastokeskus 2021.) Soveltavassa tutkimuksessa on tyypillistä ilmiön vaikutusten ennustaminen (Hirsjärvi yms. 2009, 132–134). Niiniluodon mukaan soveltavan tutkimuksen käsite on kuitenkin epäselvä. Sillä voidaan toisaalta tarkoittaa tieteen tulosten edelleen kehittämistä, jolloin se on usein perustutkimuksen luontoista. Tai soveltavassa tutkimuksessa voidaan tieteen tuloksia soveltaa johonkin, jolloin se on tavoitetutkimuksen luonteista. (Niiniluoto 1997.) Tutkimuksessa pyritään hyödyntämään tosiasioita ja tekemään niiden pohjalta uusia ratkaisuja, joista on hyötyä. Tutkimuksen tavoite on hyödyttää ihmisten tarpeita sekä kehittää ja testata ihmisten käyttämiä palveluita. Tutkimuksella voidaan tavoitella myös taloudellista hyötyä, vaikka kyseessä olisikin yleishyödyllinen asia, esimerkiksi uuden hoitomuodon kehittäminen. (Tieteen termipankki 2021; Hirsjärvi yms. 2009, 132–134; Luuppala ym. 2017.)

Kvalitatiivinen lähestymistapa on laadullinen tutkimusmenetelmä, jonka tarkoituksena on ymmärtää tutkittavan kohteen ominaisuuksia, laatua ja merkityksiä. Sen avulla voidaan tuottaa vastauksia kysymyksiin miksi, millainen ja miten. Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohdiana on tosiasioden löytyminen ja esiin tuominen, ei niinkään olemassa olevien totuuksien todentaminen. (Hirsjärvi ym. 2018, 160–164.) Laadullisella tutkimuksella pyritään kuvaamaan ilmiötä. Tutkimusprosessia ohjaa kysymys siitä, mitä tutkittava ilmiö on ja mitä siinä tapahtuu. Tutkimuksen tuloksiin vaikuttavat yksilön käsitys tutkittavasta ilmiöstä, ilmiöille annettavat merkitykset sekä tutkimuksessa käytettävät välineet. (Kylmä ym. 2003,610.)

Vaikka laadullinen tutkimus on empiiristä, se ei ole teorialontta. Myös laadullisen tutkimuksen havainnot ovat teoriapitoisia. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ilmiöiden mittaamisen ja selittämisen sijaan on tutkijan toiminnan tavoitteena kuvata, tulkita ja luokitella tutkimusaineistoa. Tutkijalla ei ole ennako-oletuksia tutkimuskohteesta tai ilmiöstä, mutta samaan aikaan havaintoihin sekoittuu tutkijan aikaisempia kokemuksia. Tutkija myös ymmärtää tutkimuskohdetta siten, että hänelle tutut piirteet korostuvat ja vieraat jäävät vähemmälle huomiolle. Tämä korostaa laadullisen tutkimuksen subjektiivisuutta. Tutkijan keskeinen tehtävä on pyrkiä objektiivisuuteen. Tästä huolimatta tieto on tutkijan oman ymmärryksen vallassa

subjektiivista. (Paavilainen 2012, 17; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009,135–138;156 – 160; Tuomi & Sarajärvi 2018,97; Varto 1992,14.)

Tässä soveltavassa tutkimuksessa perehdyttiin lasten fysioterapeuttien kokemuksiin sosiaalisen median käytöstä sekä näkökulmiin sen soveltamistarpeista osana terapiatyötä ja asiakasviestintää. Opinnäytetyöprosessi alkoi lokakuussa 2020 aiheen valinnalla ja rajaamisella. Aihe hahmottui ja rajautui kohdeorganisaation sisällä käytyjen sosiaalisen median käyttöön liittyvien keskustelujen kautta. Keskustelua sosiaalisesta mediasta viestinnän muotona käytiin koko yhtymässä ja sen eri yksiköissä 2019-2020. Keskustelua heräsi samaan aikaan myös lasten fysioterapian käytössä olevien viestintäkanavien kirjavuudesta ja niiden käytön ohjeistuksesta. Tutkimussuunnitelman kirjoittamisen ja hyväksymisen jälkeen annettiin tutkimuslupa (Liite 1.) ja tehtiin yhteistyösopimus PHHYKYN Kuntoutuksen tulosalueen esihenkilön kanssa. Tämän jälkeen laadittiin tietosuojaseloste (Liite 2.). Tutkimusluvun saamisen jälkeen tutkimussuunnitelma esiteltiin lasten fysioterapian yksikössä esihenkilöille ja työntekijöille. Keväällä 2022 lähettiin yksikön kaikille lasten fysioterapeuteille kutsu ryhmähaastatteluun sähköpostilla (Liite 3.). Kutsu sisälsi kuvauksen tutkimuksen tavoitteista ja tarkoituksesta, tietosuojakäytännöstä ja käsiteltävistä teemoista. Kaksi ryhmähaastattelua toteutettiin 18.5. ja 2.6. 2022. Näistä kerättiin aineisto, se analysoitiin. Tutkimustulosten pohjalta nostettiin esiin kehitysehdotuksia sosiaalisen median soveltamisesta ja nämä esiteltiin kohdeyksikössä ja organisaation viestintäyksikölle.

5.2 Soveltavan tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä ja kohdejoukko

Aineistonkeruumenetelminä laadullisessa tutkimuksessa voidaan käyttää haastattelua, havainnointia, päiväkirjoja sekä kirjallisia tai äänilähteitä (Eskola & Suoranta 1998,12). Aineistonkeruumenetelmänä tässä soveltavassa tutkimuksessa käytettiin haastattelua. Haastattelumenetelmänä käytettiin fokusryhmähaastattelua, joka on haastattelijan ylläpitämä ryhmäkeskustelu. Sen käyttöalueita ovat mm: asiakkaan näkökulman ja kokemusten ymmärtäminen sekä terveydenhuollon ammattilaisten ajattelutavan ja toiminnan tutkimus. (Liamputtong 2011.) Fokusryhmähaastattelu tuottaa rikkaan ja monipuolisen aineiston. Heikkoutena menetelmässä on haastateltavien lausuntojen mahdollinen epäluotettavuus ryhmätilanteen vaikutuksesta, määrällisen aineiston puute, tilastollinen epäpätevyys ja haastattelijan taitojen ja motivaation vaikutus tulosten laatuun (Ovaska ym. 2005, 54). Fokusryhmähaastattelussa pyritään saamaan aikaan mahdollisimman paljon keskustelua osallistujien välille, jolloin saadaan monipuolinen kuva ilmiöstä ja mahdollisimman paljon tietoa halutuista asioista. Keskustelu muodostaa tutkimusaineiston. (Puusa 2020,110-115.) Haastattelijalla on yleensä käytössä strukturoitu haastattelurunko, sekä muutama teema, joissa suositaan avoimia kysymyksiä. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu eli se voi olla joko

avointa haastattelua muistuttava tai strukturoidusti etenevä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 65–66; Mäntyranta & Kaila 2008, 1507-13.) Tämän tutkimuksen etukäteen valitut teemat valikoituvat tutkimuksen viitekehystä ja tietoperustasta (Liite 4.)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusaineisto täytyy rajata harkitusti ja tarkoituksen mukaisesti. Harkinnanvarainen näyte mahdollistaa keskittymisen yksityiskohtaisesti ilmiöön, josta voidaan saada runsas määrä tietoa. (Hirsjärvi & Hurme 2004, 59.) Tutkimuksen perusjoukon valinnassa voidaan käyttää eri menetelmiä. Yksi vaihtoehto on niin kutsuttu eliittiotanta, jossa tiedon lähteeksi valitaan vain ne henkilöt, joilta uskotaan saatavan paras tieto tutkittavasta ilmiöstä. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että haastateltavilla henkilöillä on tietoa ja kokemuksia tutkittavasta ilmiöstä ja aiheesta mahdollisimman paljon. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 97-99.) Tähän tutkimukseen pyydettiin osallistumaan terapeutteja, jotka käyttävät ja seuraavat sosiaalista mediaa ja sen soveltamista aktiivisesti työssä tai vapaa-ajana. Aineisto haluttiin kerätä tältä rajatulta joukolta, jotta saadaan esiin kokemuksia tutkittavasta ilmiöstä: sosiaalisesta mediasta ja tarpeesta sen käyttöön fysioterapeutin työssä.

Haastatteluun osallistuminen oli vapaaehtoista. Kukaan osallistujista ei keskeyttänyt osallistumistaan kesken haastattelun. Kaksi ryhmähaastattelua toteutettiin 18.5. ja 2.6. 2022. Molempiin oli varattu ennakolta 60 minuuttia aikaa ja molemmat kestivät tämän suunnitellun ajan. Haastattelut toteutettiin TEAMS-sovelluksen kautta. Ensimmäiseen haastatteluun osallistui 4 erikoissairaanhoidon fysioterapeutteja. Toiseen haastatteluun 4 fysioterapeuttia perusterveydenhuollon yksiköistä. Osa haastatelluista terapeuteista työskentelee myös yrittäjinä sivutoimisesti. Taustatietoina osallistujia pyydettiin kertomaan työkokemus vuosina sekä kaksi eniten käytössä olevaa sosiaalisen median sovellusta. Terapeuttien työkokemuksen keskiarvo oli 22 työvotta. Kaksi yleisintä käytössä olevaa sosiaalisen median alustaa olivat Instagram ja Facebook. Haastatteluiden alussa kerrattiin tutkimuksen tavoite ja tarkoitus sekä tietosuojakäytäntö. Lisäksi muistutettiin mahdollisuudesta keskeyttää osallistuminen haastatteluun. Tämän jälkeen esiteltiin kolme haastattelun teemaa: sosiaalisen median soveltaminen fysioterapiassa tällä hetkellä, sosiaalisen median soveltamisen mahdollisuudet terapiasuhteessa ja lasten fysioterapiassa sekä sosiaalisen median soveltamisen vaikutukset lasten fysioterapiayksikön viestintään.

Haastatteluissa materiaali tallennettiin käyttämällä TEAMS-sovelluksen ”Aloita transkriptio”-toimintoa, joka tallentaa keskustelun reaaliaikaisesti ja tuo sen näkyviin tekstimuodossa osallistujille. (Microsoft 2022.) Kokoukseen osallistuminen esimerkiksi meluisassa tilassa on helpompaa visuaalisen tuen avulla. Ominaisuus voi tehdä kokouksesta tuottavamman ja osallistavamman niille osallistujille, jotka ovat kuuroja tai kuulovammaisia tai joiden kieli-taito on eri tasoilla. Osallistajat voivat myös valita tunnistetaanko heitä kokouksen

transkriptioissa. Sovellus tuottaa kokoustallenteesta litteroidun Word-tiedoston kyseisen kokouksen tiedostokansioon. Tätä TEAMS-sovelluksen toiminnallista ominaisuutta sekä käytössä ollutta tietokonetta, mikrofonia ja kaiutinta testattiin ennen molempia haastatteluita.

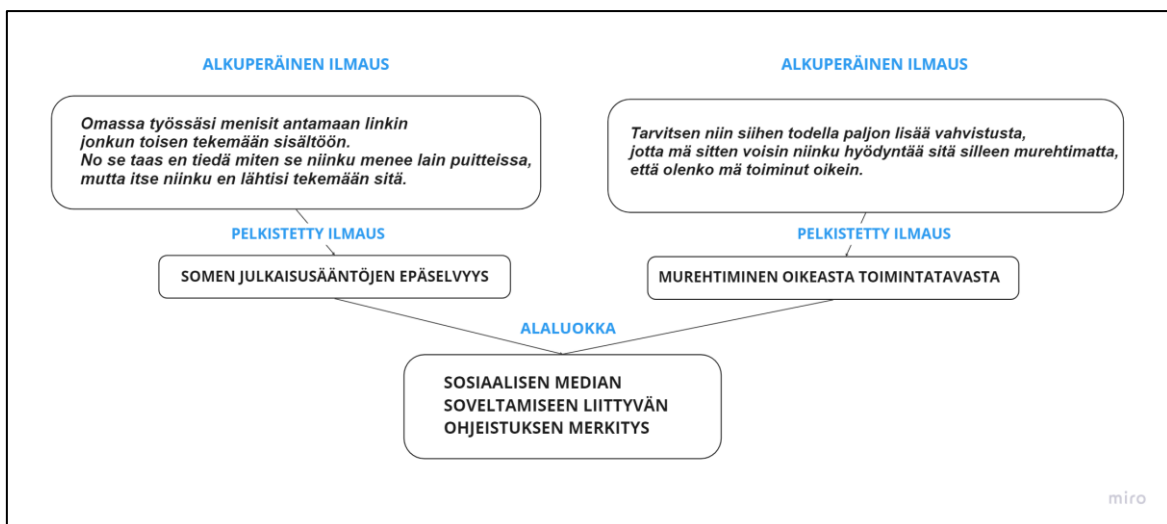
Toteutuneista kahdesta ryhmähaastattelusta syntyi kaksi Word-tiedostoa, jotka siirrettiin järjestettyjen TEAMS-kokousten tiedostokansioista Office-ympäristöön, opinnäytetyön Sharepoint-sivustolle. Opinnäytetyön tietosuojaselosteen kuvauksen mukaisesti haastateluista kerääntynyt aineisto säilytettiin oppilaitoksen suojatussa Office-verkkoympäristössä. Aineisto anonymisoitiin litterointi vaiheessa ja tuhottiin heti kun sisältö oli saatu dokumentoitua opinnäytetyöhön. Tietoja ei siirretty keräämisen ja tuhoamisen välissä Office-ympäristöstä muihin sijainteihin.

5.3 Laadullisen tutkimuksen sisällönanalyysi

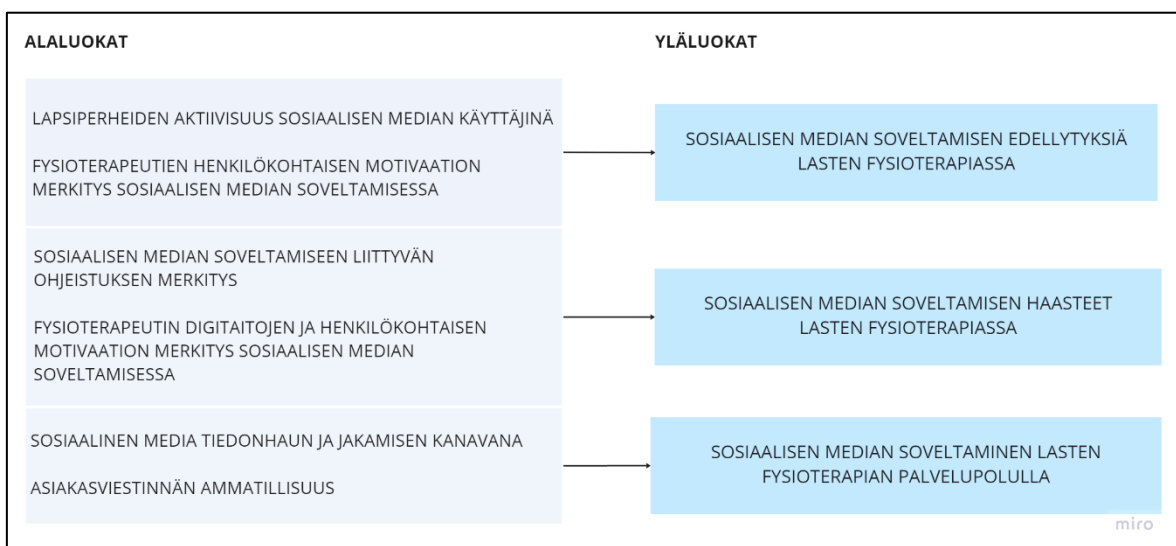
Sisällönanalyysissä keskeistä on valita aineistosta tutkimuskysymyksen kannalta oleellisin ja kiinnostavin aines, luokitella ja teemoittaa aineisto ja kirjoittaa yhteenveto (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 104). Sisällönanalyysissä havainnot tutkittavasta ilmiöstä pelkistetään hallittavammaksi joukoksi. Tämän jälkeen niitä tulkitaan ja ne saavat merkityksen tutkimuksen kontekstissa (Alasuutari 2011, 38–48). Sisällönanalyysi voidaan toteuttaa aineistolähtöisesti, teorialähtöisesti tai teoriaohjaavasti. Tässä tutkimuksessa sisällönanalyysi oli aineistolähtöinen. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä päättely kulkee yksittäisistä, aineistosta tehtävistä havainnoista yleisten käsitteiden luomiseen. Tarkoitus on edetä pelkästään aineiston ohjaamana ja saada käsitys tutkittavasta ilmiöstä ilman, että tutkimuksen teoreettinen tausta vaikuttaisi analyysiin. Päättely on tällöin induktiivista. Tutkimusaiheesta aiemmin tiedetty ei tällöin vaikuta analyysin kulkuun. On pohdittu, voiko aineistosta päättely olla täysin induktiivista, koska mukana on väistämättä tutkijan ennakko-olettamuksia. Yhtenä ratkaisuna pidetään sitä, että tutkija tuo tarkoituksellisesti esiin omat ennakkokäsityksensä tutkimusalueesta. (Eskola, 2018,212; Tuomi ja Sarajärvi 2018,107–109.)

Tuomi ja Sarajärvi (2018) jakavat aineistolähtöinen sisällönanalyysin kolmeen eri vaiheeseen: aineiston pelkistämiseen, ryhmittelyyn ja abstrahointiin. Aineistoa pelkistämällä eli redusoinnilla rajataan aineistosta epäolennaiset seikat pois. Tämä tapahtuu poimimalla litteroidusta aineistosta tutkimuskysymyksen kannalta olennaiset ilmaukset. Aineiston ryhmitteilyllä eli klusteroinnilla etsitään aineistosta samankaltaisuuksia tai eroavaisuuksia kuvaavia käsitteitä. Samaa tarkoittavat ilmaukset yhdistetään omaksi luokaksi ja nimetään sisältöä kuvaavalla tavalla. Aineiston abstrahoinnissa erotellaan tutkimuksen kannalta olennainen tieto, jonka perusteella tunnistetaan teoreettisia käsitteitä. Abstrahoinnille tulee antaa aikaa ja sitä on jatkettava niin pitkälle kuin se aineiston kannalta on mahdollista. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 27).

Litteroitua aineistoa kertyi kahdesta haastattelusta 70 A4 sivua, fonttina Calibri, fonttikoko 11 ja 1.08 rivivälillä. Aineiston analyysin alussa litteroitu aineisto luettiin useaan kertaan läpi aineistosta nousevien teemojen, termien ja näkökulmien hahmottamiseksi. Analyysia jatkettiin kokoamalla aineistoista kaikki tutkimuskysymyksen näkökulmasta oleelliset lauseet ja niistä muodostettiin 100 pelkistettyä lausetta, joista muodostui analyysin runko. Lauseiden pelkistämisen jälkeen niistä etsittiin samankaltaisuuksia. Pelkistyksistä muodostettiin alaluokkia, joita muodostui yhteensä 6 kappaletta. Alaluokkia yhdistämällä muodostui 3 yläluokkaa. Pelkistetyt lauseet, alaluokat ja yläluokat koottiin visuaalisena aineistona yhteen Miro-sovelluksessa (kuviot 1 ja 2 sekä liite 5) Miro toimii virtuaalisena valkotauluna, joka helpottaa työskentelyä luomalla visuaalisen alustan ideointiin ja materiaalien kokoamiseen. Valkotaulun avulla päästiin jäsentelemään aineistoa ja ryhmittelyä monipuolisten graafisten elementtien kautta, jolloin työskentelystä tuli mielekkäämpää ja monipuolisempaa. Tulokset esitellään 6. luvussa, kuvan 5. mallin mukaisesti. Yläluokat muodostavat tulosten otsikot ja alaluokat numeroimattomat alaotsikot.



Kuvio 1. Esimerkki aineiston redusointivaiheesta, jossa lauseet ja pelkistetyt lauseet on yhdistetty alaluokaksi



Kuvio 2. Kaaviossa alaluokat yhdistettynä yläluokiksi

6 Soveltavan tutkimuksen tulokset

6.1 Sosiaalisen median soveltamisen edellytyksiä lasten fysioterapiassa

Lasten ja perheiden aktiivisuus sosiaalisen median käyttäjinä

Kaikki haastateltavat fysioterapeutit olivat yksimielisiä sosiaalisen median tarpeesta tämän päivän terapiatyössä lasten ja perheiden parissa. Kaikki totesivat älypuhelimien olevan yleisin lasten ja perheiden käyttämä viestintäväline toiminnassa fysioterapeuttien kanssa. Vastaanottotilanteissa on käynyt ilmi, että lähes kaikilla vanhemmilla ja kouluikäisillä lapsilla on älypuhelin. Vastaanotolla suurin osa perheistä ja lapsista käyttää älypuhelimia myös luonnollisena välineenä tiedon tallentamiseen ja hakuun. Vanhemmat ja lapset tuovat vastaanotolla aktiivisesti esille käyttämiään sosiaalisen median alustoja. Fysioterapeuttien kokemuksen mukaan vanhempien eniten käyttämät somealustat ovat Facebook ja Instagram. Lasten eniten käyttämät alustat ovat Tiktok ja Snapchat.

No olisihan se nyt ainakin siis tietysti tietyllä tavalla semmoista niin kun tätä päivää, koska niillä teineillä on aina kännykkä. Jos sä ajattelet pienten lasten vanhempia, niin he on enemmän tuolla Instagramissa ja Facebookin puolella nykyään.

Ja sitten jos asiakas laittaa jonkun videon minulle, vaikka että hei miltä tämä nyt näyttää? Miten tää liikkuminen sitten? Mä aina kuittaa, että mä soitan tästä sulle.

Osa fysioterapeuteista on käyttänyt terapiatilanteessa sosiaalisen median sisältämää ohjausmateriaalia ja sisältöä tai jakanut sitä linkkeinä asiakkaille. Mikäli lapselle tai vanhemmille sosiaalisen median käyttö ei vaikuta luontevalta terapiatilanteessa, on materiaalia jaettu myös perinteisessä paperimuodossa. Näiden somea vierastavien vanhempien osuus on kaikkien haastateltavien mielestä vähentynyt voimakkaasti viime vuosien aikana. Terapiasuhteiden aikana, vanhemmat ja yläaste- sekä lukioikäiset nuoret lähettävät kuvamateriaalia fysioterapeuteille pääosin WhatsApp-sovelluksella. Aloite kuvamateriaalin välittämiseen tällä kanavalla tulee pääosin asiakkailta.

Fysioterapeuttien henkilökohtaisen motivaation merkitys sosiaalisen median soveltamisessa

Kaikki haastateltavat fysioterapeutit totesivat käyttävänsä aktiivisesti sosiaalista mediaa vapaa-aikanaan. Yleisimmät sovellukset olivat Instagram ja Facebook. Haastattelun alussa osa terapeuteista koki sosiaalisen median määritelmän käsittävän vain toiminnan, jossa julkaistaan, katsellaan tai jaetaan kuvamateriaalia julkisilta alustoilta. Koska osa ei tätä toteuttanut työaikana, he eivät kokeneet käyttävänsä sosiaalista mediaa aktiivisesti työssä tai käyttö oli hyvin satunnaista. Ne terapeutit, jotka eivät käyttäneet sosiaalisen median

materiaalia säännöllisesti tai suunnitelmallisesti, välttivät myös tietoisesti tiettyjä sosiaalisen median sovelluksia. Esimerkiksi TikTok-sovellus koettiin videopainotteisena formaattina vieraaksi, jos ei itse tuottanut videomateriaalia edes vapaa-aikana. Keskustelun edetessä kaikki kuitenkin totesivat käyttävänsä esimerkiksi WhatsApp-sovellusta asiakastyössä, varsinkin jos aloite sovelluksen valinnasta tuli terapia-asiakkaalta. Tästä näkökulmasta kaikki haastateltavat käyttivät sosiaalista mediaa siis myös työaikana.

Terapiatyössä someaktiivisuus vaihteli huomattavasti enemmän. Aktiivisimmat somen soveltajat hakivat somen kautta työkaluja lasten fysioterapian arviointi- ja ohjaustyöhön säännöllisesti. Käytetyimmät alustat tiedon hakuun olivat Instagram ja Youtube. Terapeutit, jotka sovelsivat somemateriaalia säännöllisesti, käyttivät myös monipuolisesti ja määrällisesti enemmän eri somesovelluksia ja -alustoja. Aktiivisimpien käyttäjien mielestä somen kautta tapahtuvaan tiedonhakuun on luonnollista ja tarpeellistakin käyttää työaika, koska tarve siihen nousee esiin lasten ja perheiden kanssa tehtävästä työstä. Aktiivisten terapeuttien somen käyttöä työssä ohjasi vahvasti mielenkiinto vapaa-ajalla seurattavien kanavien tai julkaisijoiden sisältöön. Tällöin oli muodostunut laajempi kuva julkaistun materiaalin laadusta, sisällön vaihtelusta ja siitä, vastaako materiaali terapeutin omaa näkemystä käyttökelpoisuudesta.

Mutta semmoisia olen uskaltanut sanoa asiakkaille mitä mä oon ite niinku kokeillut ja sen on ollut yleensä vapaa-ajan oma niinku mielenkiintojuttu.

Kaikki haastateltavat kokivat, että somekanavien suuri määrä eri alustoilla tuo haasteita sopivat terapia- ja ohjausmateriaalin löytämiseen. Osa terapeuteista halusi kerätä aktiivisesti materiaalia myöhempää suunniteltua käyttöä varten. Tämä koettiin hyödylliseksi, jos omat taidot eivät vielä mahdollistaneet nopeaa ja ketterää sisällönhakua. Osa haastateltavista koki sopivan sosiaalisen median ohjausmateriaalin tulevan vastaan satunnaisesti joko oman selailun tuloksena tai asiakkaiden esittelemänä. Kaikki olivat yhtä mieltä siitä, että paperisia ohjausmateriaaleja tulisi digitoida, jolloin niiden päivittämisen, laadun ja jakamisen hallinta olisi huomattavasti helpompaa.

Mä en siellä käy niin paljon, että mä olisin myöskin niinku kartalla niin hyvin esimerkiksi hyvistä sivuista.

Tässä on niinku tulevaisuutta, että mä esimerkiksi henkilökohtaisesti niinku inhoan kaikkia paperisia jumppaohjeita missä on yhdelle aa neloselle ehkä viidestä liikkeestä niinku yks sopiva ja sitten olisi taas toisella paperilla yksi sopiva.

6.2 Sosiaalisen median soveltamisen haasteet lasten fysioterapiassa

Sosiaalisen median soveltamiseen liittyvän ohjeistuksen merkitys

Sosiaalisen median käyttöä ja tiedon jakamista ohjaavat säännökset, lait ja ohjeet herättivät aihealueena runsaasti keskustelua molemmissa haastatteluryhmissä. Haastateltavien mielestä eri tahojen roolia sosiaalisen median käytön ohjeistajana on vaikea hahmottaa sekä yksityishenkilönä että julkisen terveydenhuollon ammattilaisena. Keskustelussa moni pohti, pätevätkö samat ohjeistukset julkisen työn tekijään ja yksityishenkilöön. Roolit joka tapauksessa ajoittain sekoittuvat, koska sosiaalista mediaa käytetään ja ammatillistakin sisältöä haetaan sekä työssä että vapaa-ajalla. Moni tunnisti käyttävänsä vapaa-ajalla haettua sosiaalisen median sisältöä työssä, tai ainakin siihen olisi tarvetta.

Haastateltavista kukaan ei ollut törmännyt verkossa kansallisiin fysioterapian tai kuntoutusalan sosiaalisen median ohjeistuksiin. Myöskään oman organisaation someohjeistusta ei oltu löydetty. Haastattelun alussa esitellyt sosiaalisen median julkaisut ja ammatilliset ohjeistukset kotimaasta ja maailmalta koettiin ajatuksia herättäväksi. Monen mielestä selkeät ammatilliset tai organisaation ohjeistukset olisivat välttämätön työkalu laadukkaan ja turvallisen sosiaalisen median käytön tueksi. Monen haastateltavan mielestä näillä ohjeistuksilla voitaisiin myös perustella ja johtaa ajan sekä resurssien käyttöä sosiaalisen median soveltamiseen. Resurssointi näkökulma nähtiin tärkeänä etenkin, jos tavoitteena olisi jatkossa tuottaa materiaalia omille virallisille somekanaville.

Nää on ehkä just ne asiat mitkä niinku pohdittua, että vaikka sosiaalista mediaa voisi niinku hyvinkin laajasti käyttää, minä ainakin koen, että minulla on liian vähän tietoa ja osaamista juuri tästä niinku että mä ymmärtäisin tietosuoja asiat.

Mut sit aina välillä tulee se ajatus että, jos mä julkaisen jotai, en ole ihan varma, että mitkä ne kaikki niinku tiedät sä ne säännöt ja juuri nämä tietosuoja ja yksityisyysuoja on.

Sosiaalisen median käytön tietoturvallisuutta pohdittiin sekä oman oikeusturvan että asiakkaan, etenkin lapsiasiakkaan, oikeuksien näkökulmasta. Asia oli jäänyt kaikille haastateltaville vähintäänkin epäselväksi. Osa totesi selvästi rajoittavansa esimerkiksi kuvien jakamista ja vastaanottamisesta sosiaalisen median käytössä, koska tietoturvan toteutuminen jää epäselväksi. Fysioterapeutit kokivat, etteivät voi tehdä aloitetta WhatsAppin käytöstä asiakasviestinnässä, mutta toisaalta asiakkaiden viestintään koettiin tärkeäksi vastata jollain tavalla. Asiakkaat myös ovat usein aloitteellisia nimenomaan kuvamateriaalin lähettämisessä. Yleensä vastattiin vähintään kehotuksella vaihtaa toiseen viestintäkanavaan, esimerkiksi turvasähköpostiin tai pyydettiin näyttämään kuvia vasta vastaanotolla.

Kuvamateriaali palvelee tietyissä tilanteissa kuntoutuksen arviointia ja jatkon suunnittelua merkittävästi, minkä vuoksi haastateltavat pitivät tärkeänä ohjeistuksen päivytystä. Haastateltavien mielestä olisikin tärkeää avoimesti tiedottaa yhtymän sivuilla ja yksiköissä, miten eri viestintäkanavia sovelletaan ja mitkä säännöt työntekijöitä sitovat ja rajoittavat eri kanavien käytössä työssä.

Omassa työssäsi menisit antamaan linkin jonkun toisen tekemään sisältöön. No se taas en tiedä miten se niinku menee lain puitteissa, mutta itse niinku en lähtisi tekemään sitä.

Tarvitsen niin siihen todella paljon lisää vahvistusta, jotta mä sitten voisin niinku hyödyntää sitä silleen murehtimatta, että olenko mä toiminut oikein.

Sosiaalisen median sisällön jakaminen ja tekijänoikeuskysymykset olivat laajasti esillä molemmissa haastatteluissa. Kaikilla haastateltavilla, jotka jakoivat löytämänsä sosiaalisen median sisältöä asiakkaille, oli epäselvyyttä mitä lakeja tai suosituksia tulisi noudattaa materiaalin jakamisessa. Osa haastateltavista oli pohtinut, onko tekijänoikeuksien näkökulmastakin eroja yksityishenkilön tai julkisen organisaation tuottaman somesisällön jakamisessa. Yleisesti haastateltavat halusivat suosia julkisten organisaatioiden tuottamaan materiaalia, jota pidettiin lähtökohtaisesti laadukkaana. Toisaalta yksityisten tuottaman materiaalin tai kanavien jakamisessa koettiin ongelmalliseksi se, että usein materiaalin laatu ja soveltuvuus vaihtelee tai kyseinen kanava saattaa muuttaa sisällöllistä profiiliaan. Näiden tekijöiden vuoksi terapeutit kokivat, että eivät voi tai pysty ottamaan vastuuta saman lähteen materiaalin soveltuvuudesta asiakkaalle pysyvästi. Monen haastateltavan mielestä terapeutin tulisi olla tarkka ja selkeä ohjatessaan lapsia tai vanhempia tietyn somejulkaisun tai kanavan pariin. Tämän vuoksi haastateltavat kokivat oman somemateriaalin tuottamisen järkeväksi, kunhan se tekeminen on resursoitu eikä vie fokusta pois perustyöstä ja tehtävästä.

Se, että mä jakaisin jotain linkkiä: seuraa tätä niin ei, koska en mä voi tietää minkälaiseksi se materiaalia esimerkiksi muuttuu kuukauden tai sitten vuoden päästä. Niin mä en tiedä, että voinko mä seisoa sen takana. Mutta sen mä tiedän, että sen oman toimintani takana seison kyllä.

Mä voin ottaa ideoita omaan työhöni sieltä tietyistä asioista, mutta en mä lähde niinku antamaan, että nyt mene tälle ja tälle Insta sivulle ja teen niinku sen mukaan, koska mä en voi ottaa vastuuta siitä nimenomaan mitä siellä tilillä jatkossa tehdään ja se on myös toisen tekemää sisältöä.

Lasten fysioterapian yhtenä oleellisena osana pidettiin lasten ja perheiden ohjausta oman alueen liikunta- ja harrastustoiminnan pariin ja näiden suosittelua sosiaalisen median kautta pidettiin hieman ongelmallisena. Monella haastateltavat tunnistivat tämän tarpeen perheiden pyynnöistä suositella tiettyä toimintaa tai toimijaa alueella. Vastaanotolla käytävän keskustelun puitteissa suosittelua pidettiin vielä yksinkertaisena, mutta somen kautta tapahtuva mahdollinen eri harrastustoimijoiden mainitseminen koettiin ongelmalliseksi. Toisen haastateltavan mielestä kyseessä on selkeästi luvaton mainonta. Toinen ei pitänyt asiaa ongelmallisena, jos tilanteessa ohjataan vanhempia enemmänkin vertailevaan tiedon hakuun.

Fysioterapeutin digitaitojen ja henkilökohtaisen motivaation merkitys sosiaalisen median soveltamisessa

Haastateltujen fysioterapeuttien digitaidoissa oli heidän itsensä arvioimana subjektiivisia eroja. Keskustelua eri digiosaamisen tasoista ja eroista käytiin avoimesti. Kaikki tunnistivat selviytyvänsä yksikön yhteisten digityökalujen ja sovellusten käytöstä tyydyttävästi ja perehdytyksen tasoa pidettiin hyvänä. Kaikki haastateltavat seurasivat säännöllisesti eri sovelluksilta sosiaalisen median kuva- ja videomateriaalia. Kaksi haastatelluista oli tuottanut sosiaaliseen mediaan fysioterapia-alan julkaisuja. Kuva- ja videomateriaalia yleisellä tasolla lähes jokainen. Sosiaalisen median soveltamisesta keskusteltaessa, suurin osa totesi laadukkaan sisällön tuottamisen vaativan perehdytystä eri sovelluksiin ja keskeisiin julkaisuelementteihin ja -taitoihin. Vieraampien sovellusten väliset erot ja vertailu koettiin ainakin osin haastavaksi hahmottaa. Erityisesti kuvaustaidot ja kuvankäsittely koettiin haasteelliseksi ja osaamisen tasot näissä vaihtelivat paljon. Kukaan ei ollut löytänyt verkosta suoraan terveydenhuollon ammattilaisille suunnattua kuvausohjeistusta tai perehdytysmateriaalia.

No mä ajattelisin niin, että meillä kaikilla se lähtökohta ajatus on aika korkealla, se laadukkaan tuotannon niinku tuottaminen. Silloin mä uskon et se ei voi olla muuta kuin positiivista ja lähestyttävää ja sillä tavalla edistyksellistä ja nykyaikaista, että kaikki tieto on niinku hyvästä mikä on laadukasta.

Millaisiin asioihin me saadaan niinku hyviä informaatio pläjäyksiä tavallaan tuotettua, niin se on mun mielestä sitten se pointti siinä tekemisessä.

Sosiaalisen median ja yleensäkin viestinnän taidot ja resurssointi herättivät keskustelua. Terveydenhuollon ja lastenkin kuntoutuksen viestinnän koettiin muuttuneen monikanavaisemmaksi ja rytmiltään nopeammaksi. Osa muutoksista johtui haastateltavien mielestä tietojärjestelmien kehityksestä, tietotekniikan tason parantumisesta ja viimeisimpänä covid19-pandemian myötä tapahtuneen etävastaanottoiminnan käynnistymisestä. Haastateltavat totesivat kuntoutuksen asiakaskunnan koostuvan normaali väestöstä ja sen myötä myös

palveluiden käyttäjien oletus viestinnän monikanavaisuudesta näkyy päivittäin kuntoutuksen arjessa. Asiakkaat lähestyvät terapeutteja monikanavaisesti itselleen luontevimmalla tavalla ja tähän pitäisi pystyä vastaamaan sujuvasti tietosuojasääntöjä noudattaen. Asiakslähtöiselle viestinnälle pitäisi osata terapiatyön lomassa varata riittävästi aikaa. Subjektiiiviseen ajan tarpeeseen vaikuttavat henkilökohtaiset viestintä- ja tietojenkäsittelytaidot. Haastatteluissa palattiinkin tähän haasteeseen useasti.

Muilla yhden työntekijän työpanos niinku somen päivitykseen kertoo niinku siitä, että kun työn ohella niinku rupesin sitten niinku värkkäämään sitä, niin se oli vasemmalla kädellä tehty ja sitten se jää ja jäät miettimään, että mitkä oli nää säännöt ja tavat ja tottumukset ja luvat ja oikeudenmukaisuuden ja sit mä totesin, että antaa olla.

Mutta silloin kun kysyttiin ohjetta sinne ----, minä silloin sanoin kauhuskenaario on, että kiireessä jotain tämmöistä tehdään mitä saa hävetä lopun ikäänsä.

Osa haastateltavista totesi kokevansa vaivaannuttavaksi omilla kasvoilla esiintymisen sosiaalisessa mediassa. He eivät tehneet sitä juuri vapaa-aikanakaan. Toisten mielestä kasvoilla esiintyminen virallisissa julkaisuissa loisi osaltaan kuvaa palvelusta ja voisi esimerkiksi lieventää lasten ja vanhempienkin jännitystä. Yksikön virallisen materiaalin osalta pohdittiin myös yleisemmän ohjausmateriaalin jakamisen etuja. Materiaalia, mikä ei perustu henkilökuvauksiin, voidaan hyödyntää laajemmin ohjauksessa ja sen päivitystarve on pienempi.

Tälleen yleisellä tasolla mä ajattelen, että mä en ole niin kauhean innostunut siitä, että mun naama on jossain näkyvissä netistä.

Kun monille ihmisille se voi olla pelottavaa tulla sairaalaan ja pelottava tulla tavallaan tilanteeseen, että on niinku ammattilaisia. Niin tavallaan sitten noi kuvat on ehkä semmoista, että siitä tulee niinku inhimillisempään noissa kuvissa niin sitten se vanhemmatkin rentoutuu.

6.3 Sosiaalisen median soveltaminen lasten fysioterapian palvelupolulla

Sosiaalinen media tiedonhaun ja -jakamisen kanavana

Yhtenä tärkeimmistä asiakasviestinnän osa-alueista fysioterapiassa haastateltavat näkivät mahdollisuuden laadukkaasti tiedon ja materiaalin välittämiseen asiakkaille. Osa haastateltavista piti sosiaalista mediaa monipuolisena ammatillisen tiedon hakukenttänä. Osalla oli säännöllisessä seurannassa fysioterapia- ja terveysalan somekanavia vapaa-ajalla ja työssä ja näistä otettiin vaikutteita omaan työhön ja harjoitteiden valintaan. Tiedon osalta olennaisena laatukriteerinä pidettiin sen perustumista tutkittuun tietoon. Osalle merkitsi

laadullisesti enemmän se, että julkaisija oli tunnustettu virallinen taho ja sen materiaali perustuu tutkittuun tietoon.

Niinku jakamisen näkökulmasta, niin siinä on myös aika iso ero, että onko se joku yksittäinen yksityishenkilö, joka jotain henkilökohtaista some tiliä pitää ja jakaa siellä, jotain vaikka harkka ohjeita. Tai onko se esimerkiksi joku ukk instituutti, jonka kuitenkin niinku se toiminta perustuu tutkittuun tietoon.

Kaikki olivat yhtä mieltä siitä, että ennen saapumista itse terapiaan olisi hyvä, jos ajanvarauksen yhteydessä sisäiset yhteistyökumppanit voisivat jakaa digitaalista ennakkomateriaalia asiakkaille. Ennakkomateriaalilla voitaisiin tukea lasten fysioterapian toiminnan hahmottamista ja esimerkiksi käynnistää yleisempään terveys- ja liikuntakasvatusta sekä lapsille että perheille. Käytössä olevia yhtymän verkkosivuja ei pidetty tämän tyyppiseen materiaalin jakoon ainakaan helppona vaihtoehtona. Päivitysketjua pidettiin liian pitkänä ja epäselvänä. Ja monet haastateltavista pitivät epätodennäköisenä, että ennakkomateriaalia osattaisiin hakea verkkosivuilta. Osalle haastateltavista oli tärkeää toteuttaa tiedon hakua vuorovaikutteisesti lasten ja vanhempien kanssa. Samalla voitiin tuoda esille ammattilaisen näkökulmaa laajaan informaatiokenttään sekä haetun tiedon laatuun ja soveltuvuuteen.

Kanavia on nyt jo aika paljon. Mun mielestä meidän talossa, tässä yhtymässä, pitäisi tulla niinku jäätävän yksiselitteinen viesti tänne tekijätasolle, että mille alustalle niinku kaikki semmoinen mitä me halutaan viestittää laitetaan.

Laadukas asiakasviestintä nähtiin molemmissa haastatteluryhmissä myös tärkeänä palveluiden lähestyttävyyden lisääjänä. Kaikki haastateltavat totesivat itse yksityiselämässä luovansa kuvaa käyttämistään palveluista myös sosiaalisen median sisällön kautta. Lasten fysioterapian yksikön helposti löydettävää ja ymmärrettävää toiminnan kuvausta pidettiin tärkeänä. Fysioterapeutin eli asiakkaan vastaanottajan profiilin rakentaminen sosiaaliseen mediaan jakoi selvästi mielipiteitä. Toisaalta nähtiin arvokkaana, että palvelulle annetaan kasvot. Haastateltavat tunnistivat myös itse arvostavansa terveystalossa vastaanottajien näkyvyyttä ja esimerkiksi kasvokuvaa. Erona fysioterapian yksityissektoriin huomioitiin kuitenkin se, että julkisessa terveydenhuollossa asiakas ei voi valita vastaanottajaa. Erikoissairaanhoidon yksikössä oli huomioitu, että asiakkaiden hakeutuessa sairaalaympäristöön olisi hyvä, jos tiettyjä ennakkokäsityksiä voitaisiin hieman tasoittaa ja näin poistaa esimerkiksi jännitystä ja jopa pelkoa. Lasten fysioterapiayksiköiden profilointi ja julkisuuskuva rakentaminen sai huomattavasti enemmän kannatusta kuin henkilökuvien rakentaminen. Haastatteluissa koettiin tärkeäksi kyky kuvata selkokielellä yksikön ja ammattiryhmän toimintaa ja palvelurakennetta. Nykyinen verkkosivuilta löytyvä materiaali koettiin

enemmänkin organisaation kuvaukseksi. Monien lasten ja perheiden todettiin käyttävän yksikön palveluita laajasti koko palvelupolun matkalla, eri toimipisteissä ja moniammatillisesti.

Ollaanhan me aika kaukana asiakkaasta, jos asiakas halusi silleen niinku äkkiseltään kysyä jotain ja hänellä nyt ei ole, vaikka juuri oman fysioterapeutin puhelinnumeroa tai sähköpostia niin on hankalaa.

Siis tavallaan tarkoitan, että se juttu voisi olla näkyväksi tekeminen, että mitä siellä meidän talossa tapahtuu. Tavallaan myös vähentää niille vanhemmille sitä semmoista niinku pelkoa, että heissä on jotain vikaa tai erilaista. Vaan sitä, että täällä käy paljon erilaisia nuoria lapsia eri syistä ja ei se ole niinku semmoinen iso vika.

Asiakasviestinnän ammatillisuus

Molemmissa haastatteluryhmissä haluttiin painottaa voimakkaasti lasten fysioterapian perustehtävän eli vastaanottotyön ja asiakkaan kohtaamisen merkitystä koko kuntoutusprosessin aikana. Työntekijäresurssien riittävyttä pidettiin ensisijaisen tärkeänä ja sosiaalisen median tai muiden sähköisten palveluiden käyttö nähtiin tätä perustyötä tukevana toimintana. Palvelupolun käsite oli useimmille tuttu ja siitä keskusteltaessa nousi esiin tiedon käsittelyn, haun ja jakamisen haasteita. Myös tiedon ja materiaalien laatu herätti paljon keskustelua.

Haluan vielä sanoa et fuck this, konkreettiset palvelut niille asiakkaille on kuitenkin niinku se toiminnan ydin. Et tavallaan, ettei unohtuisi sitten kuitenkaan niin kuin se, että se viestintä ja se somemateriaali, niin se ei sitten niinku yksistään kuitenkaan riitä, kun puhutaan niinku sosiaali- ja terveystalvasta.

Haastatteluissa keskusteltiin laajasti lasten fysioterapian toiminnan laadusta. Viimeiseksi teemaksi keskusteluissa muodostui yleensäkin terapian ja viestinnän ammattimaisuus ja sosiaalisen median soveltaminen sekä ammatillisuuden välineenä että markkinointikanavana. Haastateltavat tunnistivat lukuisia asiakasviestinnän osa-alueita palvelupolulla, joihin sosiaalista mediaa voitaisiin soveltaa sopivissa olosuhteissa.

Yhtenä kehityskohteena nähtiin yksikön oman materiaalin tuottamisen ja päivittämisen haasteet. Materiaalien muodon osalta todettiin, että paperisten materiaalien päivittäminen ja jakaminen ei ole enää sujuvaa tai tehokasta. Kuva ja videomateriaalia löytyi myös useasta tallennuspaikasta. Nykyisellä toteutuksella materiaalin kehittäminen nähtiin työläänä ja lopulta tarvittavan työajan hahmottaminen oli hankalaa. Osa haastatelluista koki myös, että ohjeiden ja materiaalien laatu kuvastaa ainakin osalle asiakkaista myös toiminnan laatua yleisesti.

Vanhemmuutta tukevaa ja tietyllä tavalla voimaannuttavaa ja myös toisaalta niitä nuoriakin, että en ainakaan ensin lähtisin rakentaa kauhean semmoista jotenkin terapiakeskeistä siitä sisällöstä vaan enemmän semmoiseen terveyden ja hyvinvoinnin asiaa.

Haastattelujen aikaan lasten fysioterapia yksikön toimintaa ei esitelty Päijät-Soten sosiaalisen median kanavilla suunnitelmallisesti, verkkosivuilla kylläkin. Sosiaalisen median hyödyntäminen nähtiin tärkeänä mahdollisuutena toteuttaa oman yksikön toiminnan kuvaamista ja esittelyä julkisesti ja ajanhengen mukaisesti. Nykyisiltä verkkosivuilta löytyvää toiminnan kuvausta pidettiin sisällöltään perinteisenä ja saadun asiakaspalautteen mukaan verkkosivuilla ei vierailta ainakaan ensisijaisena julkaisualustana. Asiakkaiden ja sisäisten yhteistyökumppaneiden mukaan tiedon löytäminen myös vie aikaa. Verkkosivujen yhteydessä toimivaa Chattibotti-sovellusta haastateltavat pitivät jo selvästi vuorovaikutusta edistävänä sovelluksena, joka lisäsi verkkosivuille ohjautuvuutta sosiaalisen median tyyppisenä elementtinä. Yksikön toiminnan kuvaaminen asiakkaiden käyttämillä julkaisualustoilla lisäisi haastateltujen mukaan palveluiden näkyvyyttä, maantieteellistä löydettävyyttä ja vähentäisi sekä asiakkaan että terapeutin hukka-aikaa.

Haastateltavien mielestä laadukas someviestintä lisää minkä tahansa palvelun lähestyttävyyttä ja fysioterapian alalla tämä on huomattu enemmänkin yritysten ja kolmannen sektorin toimijoiden viestinnässä. Haastateltavat keskustelivatkin siitä, kuinka paljon fysioterapian yksityissektorin ja julkisen terveydenhuollon yksiköiden viestinnän ja palvelunkuvauksen tarvitsee yleensä erota toisistaan. Yksityissektorilla painotetaan löydettävyyttä, palvelun ja terapeuttien kuvausta, saavutettavuusohjeistusta ja ilmoitetaan tietysti palveluhinnasto. Näistä kaikki muut paitsi tietysti hinnoittelu, koettiin hyvien tärkeiksi palvelukuvauksen osaluokiksi, ja ne nähtiin nykyisellään omassa yksikössä ja yhtymän sivuilla vielä varsin suppeiksi.

7 Pohdinta

7.1 Tutkimustulosten tarkastelu

Tämän soveltavan tutkimuksen tarkoituksena oli tukea sosiaalisen median käyttöönottoa lasten ja nuorten fysioterapian yksikössä yhtymän strategisia digi- ja viestintäperiaatteita noudattaen. Tavoitteena oli selvittää lastenfysioterapeuttien näkemyksiä sosiaalisen median soveltamisesta ja mahdollisuuksista lasten fysioterapiassa. Tämän soveltavan tutkimuksen tutkimuskysymyksenä oli: Millaiselle sosiaalisen median soveltamiselle fysioterapeutit kokevat tarvetta asiakaslähtöisessä fysioterapiatyössä? Soveltavan tutkimuksen tuloksena syntyi toteutus- ja kehittämisehdotuksia sosiaalisen median soveltamisesta yksikön fysioterapiatyössä ja asiakaslähtöisessä palveluviestinnässä.

Sosiaalisen median soveltamisen edellytyksiä lasten fysioterapiassa

Haastatellut lasten fysioterapeutit olivat aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä erityisesti vapaa-ajalla. Vapaa-ajan käytön myötä eri sovellusten käyttö oli säännöllistä ja jatkuvasti kehittyvää. Näistä sovelluksista selkeimmät esimerkit olivat Instagram ja Youtube. Samalla terapeuteille oli myös hahmottunut materiaalin etsimiseen ja julkaisuun tarvittava ajankäyttö sekä taitovaatimukset. Haastateltavien subjektiivinen kokemus omasta digikyvykkyydestä ja tietojenkäsittelytaidoista vaihteli. Heillä oli positiivinen asenne uusien digitaalisten työkalujen käyttöönottoon. Covid-19 pandemian aikainen TEAMS-sovelluksen käyttöönottoprosessi koettiin pääosin onnistuneeksi omassa yksikössä. Lähes kaikki haastateltavat kokivat sen myötä saaneensa lisää yleistä tiedonhallinta- ja viestintäosaamista. Sen sijaan keskustelua herätti oman yksikön ja organisaation viestinnän ja resurssoinnin painopisteet, niiden hahmottaminen ja avoimet linjaukset niiden soveltamisesta.

Uusien sähköisten kanavien käyttöönotto edellyttääkin ammattilaiselta motivaatiota ja sitoutumista uuden opetteluun. Yksi käyttöönoton onnistumisen edellytys subjektiivisella tasolla on se, että terveydenhuollon ammattilaiset osaavat itse käyttää ja soveltaa palveluja asiakastyössä. Tämän myötä syntyy mahdollisuus uuteen asiakaslähtöiseen palveluun. Muita edellytyksiä ovat mm. eettinen sitoutuminen työhön, laaja-alainen ammattikentän hallinta ja moniammatilliset verkosto- ja tiimityötaidot. (Sihvo ym. 2014,54.) Tämän soveltavan tutkimuksen tulokset olivat saman suuntaisia kuin Sihvon (2015) tutkimuksessa. Näitä kaikkia em. edellytyksiä haastateltavat käsittelivät puheenvuoroissaan ja ne olivat hyvin vahvasti läsnä haastateltujen lasten fysioterapeuttien ammatillisessa identiteetissä. He osoittivat vahvaa eettistä sitoutumista työhön nostamalla esiin korkeita laatuvaatimuksia viestinnästä, sääntöihin perehtymisestä ja asiakkaiden kohtaamisesta. Kaikki haastateltavat näkivät oman työn osana moniammatillista ammattilaisten verkostoa.

Sosiaalisen median tuomilla mahdollisuuksilla terveydenhuollon organisaatio voi saavuttaa suuria määriä palveluiden käyttäjiä. Heille voidaan levittää nopeasti tietoa ilman riippuvuutta ajasta ja paikasta. Sosiaalisessa mediassa organisaatiolla on mahdollisuus tarkkailla sidosryhmien reaktioita, palautetta ja rohkaista heitä itseilmaisuun ja dialogiin. (Laaksosen 2019,26.) Sosiaalisesta mediasta aktiivisesti ohjausmateriaalia hakeneet fysioterapeutit kokivat tärkeäksi löytää ja soveltaa laadukasta sosiaalisen median materiaalia asiakastyössä. Se nähtiin mahdollisuutena kokeilevaan viestintään, mutta sen ei haluttu vievän resurssia pois perustehtävästä asiakasta kohtaavana fysioterapeutina. Sosiaalisen median soveltaminen nähtiin tietyissä olosuhteissa mahdollisuutena kehittää asiakkaan ja terapeutin välistä kommunikointia laadukkaammaksi.

Lasten fysioterapian asiakkaat; lapset, nuoret ja perheet ovat tutkitusti sosiaalisen median aktiivisia käyttäjiä. Lasten ja nuorten säätöön (2021) mukaan 82 prosenttia 15-18 vuotiaista nuorista uskoo käyttävänsä viiden vuoden päästä enemmän sosiaalista mediaa kuin tällä hetkellä. Nuorista 71% uskoo ja toivoo, että voi tulevaisuudessa vaikuttaa somen avulla nykyistä enemmän yhteiskunnallisesti tärkeinä pitämiinsä asioihin (Lasten ja nuorten säätö 2021). Osa näistä nuorista on muutaman vuoden päästä vanhempia. Myös haastatellut fysioterapeutit olivat havainneet lasten ja perheiden käyttämien viestintäkanavien ja muotojen muuttuneen sosiaalisen median kasvaneen käytön myötä. Tämä subjektiivinen arvio mukaillee hyvin valtakunnallisia tilastoja, jotka on esitelty aikaisemmin kappaleessa 4. Lasten fysioterapian asiakkaat käyttävät ja lähestyvät terapeutteja aktiivisesti sosiaalisen median kanavilla. Osa vanhemmista ja nuorista lähetti WhatsApp-sovelluksella viestejä ja kuvamateriaalia ja terapeutit kokivat tarpeelliseksi näihin kyllä reagoida. Tosin mutkatonta se ei ole. Asiakkuus tämänkin ryhmän kanssa tarkoittaa läsnä olevaa vuorovaikutusta heidän käyttämillään viestintäkanavilla. Vuorovaikutusta, jossa toimija muistuttaa olemassaolostaan asiakkaalle ja luo luottamusta, johon asiakkaan on helppo tarttua samalla kun ottaa itse vastuuta omasta tai lapsensa hoidosta (Hedman 2018,19). Ammattilaisen tulee reagoida monikanavaiseseen asiakasviestintään, mutta samalla tiedostaa viestinnän edellytykset ja vaikutukset asiakkaaseen ja asiakassuhteeseen. Leikkari (2020) toteaa pro gradu -tutkielmissaan, että suomalaiset haluavat kuluttaa luotettavaa sosiaalisen median terveystietoa. Suomalaisia kiinnostavat terveystietämisessä eniten faktat, informaatio sekä hyödynnettävät vinkit ja ohjeet. Suomalaiset kuluttajat arvostavat avointa lähteiden esittämistä ja mielenkiintoisia sisältöjä. Leikarin tutkimuksen mukaan terveystietoa sopii sisältö, jossa yhdistyvät runsas ja luotettava tieto sekä tiedon esittäminen mielenkiintoisesti kuvia ja tekstiä tai videoita yhdistämällä.

Haastateltavien mukaan sisäiseen viestintää työajalla käytettiin pääasiassa WhatsApp-sovellusta. Käyttöä pidettiin selkeänä ja nopeana. Asiakastietoja ei kanavalla lähetetty ja tämä

sisällöllinen raja oli kaikille selkeä. Ulkoiseen viestintään aloite WhatsApp-sovelluksen käytöstä tuli poikkeuksetta perheiltä tai nuorilta. Viestinnän jatkuessa terapeutit kehottivat vaihtamaan tekstiviestiin tai soittivat asiakkaille. Sisällön julkaisuun tähtäävää sosiaalisen median käyttöä toteutti vain kolme terapeuttia.

Sosiaalisen median käytöllä on erilaisia vaikutuksia itse terveydenhuollon asiakkaisiin, mutta myös asiakkaan ja ammattilaisen suhteeseen. Positiivisia asiakasvaikutuksia ovat parantunut elämänhallinta, psykologinen hyvinvointi ja subjektiivisen hyvinvoinnin nouseminen. Koettuja negatiivisia vaikutuksia ovat subjektiivisen hyvinvoinnin laskeminen, addiktio sosiaalisen median käyttöön, yksityisyyden vähentyminen ja mainonnan kohteeksi joutuminen. Sosiaalisen median käytön on todettu lisäävän asiakkaan ja terveydenhuollon ammattilaisten välistä tasavertaisempaa ja harmonisempaa kommunikointia. Se voi lisätä myös epäolennaisen tiedon käsittelyä vastaanotolla, mikä osaltaan vaikuttaa ajankäyttöön ja vastaanottotyön onnistumiseen. (Smailhodzic ym. 2016;9-11.)

Sosiaalisen median soveltamisen haasteet lasten fysioterapiassa

Kaikki haastateltavat olivat sosiaalisen median käyttäjiä sekä yksityishenkilöinä että terapeutteina. Näiden roolien koettiin sekoittuvan tiedon ja materiaalin haun osalta silloin, kun käytettiin vapaa-ajalla löydettyä sosiaalisen median materiaalia terapiaohjauksessa. He totesivat pohtivansa säännöllisesti, onko olemassa erikseen vain julkisen terveydenhuollon työntekijää sitovia säännöksiä, jotka rajoittavat sosiaalisen median sisällöllistä soveltamista. Samoin sosiaalisen median tekijänoikeussäädöksiin liittyen pohdittiin tekijänoikeus näkökulmastakin eroja yksityishenkilön tai julkisen organisaation tuottaman somesisällön jakamisessa. Haastateltavat tosin halusivat suosia julkisten organisaatioiden tuottamaan materiaalia, joita pidettiin lähtökohtaisesti laadukkaampina.

Sosiaalisen median sisältöön pätevät samat tekijänoikeusperiaatteet kuin muuhunkin julkaistuun sisältöön: tekijä päättää oman tekijänoikeudellisen aineistonsa käyttämisestä, tekijä tulee huomioida ja antaa hänelle tunnustusta tekijänoikeuslain edellyttämällä tavalla. Tekijänoikeudet eivät häviä sosiaalisessa mediassa ja aineisto ei välttämättä ole vapaasti käytettävissä, vaikka se on verkossa julkista. (Kontkanen 2016.) Muiden julkaisemaan tekstiä, materiaalia ja tietoa voi siteerata sosiaalisessa mediassa siteerausosoikeuden rajoissa. Tämän tekijänoikeuslain 22 §:ssä määritellyn tekijänoikeuden rajoituksen mukaan julkistetusta teoksesta voidaan hyvän tavan mukaisesti ottaa lainauksia, mutta vain tarkoituksen edellyttämässä laajuudessa. Siteeratessa tulee mainita lähde, koska tekijällä säilyy moraalisesti tekijänoikeus eli tekijän nimi kuuluu kertoa, eikä teosta saa käyttää loukkaavalla tavalla. Sopimattomaan tai hyvän tavan vastaiseen sosiaalisen median sisällön julkaisemiseen voidaan puuttua kuluttajansuojalain ja elinkeino-toiminnassa annetun lain nojalla.

(Tekijänoikeuslaki 1961/404,22§;kuluttajansuojalaki 29.8.2008/561,1§;Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa. 22.12.1978/1061, 1§.). Kuvia ei tulisi levittää, jollei ole varma niiden tekijänoikeuksista. Tarvittaessa tulee kysyä lupa julkaisemiseen kuvan ottajalta ja kuvassa näkyviltä henkilöiltä. Toisen omistamia kuvia ei tule ladata sosiaalisen median palveluihin ilman lupaa (Suomentietotoimisto STT 2022). Suuri osa sosiaalisen median sisällöstä on kuvien ja sisällön linkittämistä. Materiaalia voidaan julkaista upotuskoodin avulla eli linkkaamalla linkin tai kuvan avulla alkuperäiseen sisältöön. Tämä embedding-upotustoiminto ei esimerkiksi EU-tuomioistuimen 2014 päätöksen mukaan ole Youtube-palvelun osalta tekijänoikeusloukkaus. (Warr 2014.)

Haastattelujen alussa esitellyt ulkomaiset fysioterapialan sosiaalisen median ohjeistukset, puuttuvat kansalliset ohjeistukset ja oman organisaation ohjeistukset herättivät laajaa keskustelua sosiaalisen median käytöstä ja käyttöönoton haasteista. Ammatillisia tai organisaation ohjeistuksia pidettiin välttämättöminä työkaluina laadukkaaseen ja turvalliseen sosiaalisen median käyttöön. Näiden puuttuminen kansallisella ja organisaatiotasolla koettiin selkeäksi puutteeksi.

Uudet teknologiat lisäävät palveluiden saavutettavuutta, saatavuutta ja parantavat asiakkaiden ja potilaiden kokemusta. Teknologian käyttöönotossa tulee välttää tarpeetonta hidastelua ja kehittämistä on ohjattava asiakkaiden palautteen ja kokemusten pohjalta. Sosiaali- ja terveydenhuollon viestintää koskevat säännöt ja ohjeistukset on päivitettävä vastaamaan organisaatioiden muuttuvaa toimintaympäristöä. (STM 2022,33.) Suomen kunnista 69 % oli 2019 laatinut työntekijöille ohjeita sosiaaliseen median käyttöön liittyen. Lisäksi 21 % suunnitteli ohjeistusten laatimista. Puolet kunnista oli järjestänyt henkilöstölleen koulutusta sosiaalisen median käytöstä. (Hagerlund & Komu 2019,10-11.) Pirkanmaan sairaanhoitopiirin verkkosivuilla on 2020 päivitetty TAYSin eli Tampereen yliopistollisen sairaalan sosiaalisen median ohje. Ohjeen tarkoituksena on linjata sairaanhoitopiirin sosiaalisen median tavoitteet ja toimintaperiaatteet sekä opastaa henkilöstöä toimimaan sosiaalisessa mediassa työ- ja vapaa-aikana. (TAYS 2020.) Monen haastateltavan mielestä näillä ohjeistuksilla voitaisiin myös perustella ja johtaa ajan sekä resurssien käyttöä.

Kansallisella tasolla ja julkisessa terveydenhuollossa sosiaalisen median soveltaminen on usein alkuvaiheessa ja kansainvälisestikin yleisimmiksi haasteiksi on todettu organisaatioiden sähköisen viestinnän käytäntöjen ja strategioiden määrittely. Määrittelyä taas hidastavat usein organisaatioiden hierarkisuus, koko ja resurssit. (Galbán ym. 2019,1898.) Yhtymän viestintä- ja digistrategiaa pidettiin kattavana. Haastateltavat pitivät tärkeänä, että kuntoutuksen tulosalueen toiminnalliseksi tavoitteeksi on kirjattu digistrategiassa asioinnin ja

tiedon löytämisen helppous, jonka kautta joudutaan arvioimaan myös sähköisen viestinnän muotoja ja toteutusta (Päijät-Sote 2021 Digistrategia).

Haastateltavat kokivat, että oman organisaation tulee selkeästi linjata sosiaalisen median käyttöä ja ohjeistaa henkilöstöä, jos sosiaalista mediaa käytetään tulevaisuudessa hyvinvointiyhtymän tai yksikön virallisena viestintäkanavana. Tämä ohjaa resurssien käytön suunnittelua ja laadukasta toteutusta. Tätä pidettiin myös työntekijän oikeusturvaa parantavan tekijänä. Toisaalta kaivattiin myös fysioterapian kansallisen järjestön, eli Suomen Fysioterapeuttien, kansallista ohjeistusta aiheesta. Tämä avasi todennäköisesti keskustelua sosiaalisen median soveltamisesta ja kokemuksista fysioterapian ammatillisella kentällä yli organisaatorajojen.

Sosiaalisen median soveltaminen lasten fysioterapian palvelupolulla

Haastateltavat tunnistivat lasten fysioterapian asiakaskunnasta hyvin eri tasoisia sähköisen viestinnän ja sosiaalisen median käyttäjiä. Aktiivisia käyttäjiä havaittiin kaikissa ikäryhmissä. Myös asiakkaiden aktiivisuus kertoo sosiaalisen median käytöstä terapeutille vaihteli paljon. Haastateltavat kokivat tärkeäksi, että terapian aikana muodostuisi kuva asiakkaan tai perheen suhteesta sosiaaliseen mediaan, mikä puolestaan helpottaisi päätöksen tekemistä sen soveltamisesta.

Osana oman yksikön palvelupolkua ja -kokonaisuutta, terveydenhuollon ammattilaisen tulee tuntee oman organisaation sähköiset palvelut ja nähdä sähköisten palvelujen hyödyntämisen mahdollisuudet asiakastyössä. Ammattilaisen tulee osata arvioida, minkälaisia viestintäkanavia asiakas luonnollisesti hyödyntää ja mitkä palvelut asiakkaalle sopivat. Sähköisiä palveluja tarjotaan niille, jotka niistä hyötyvät. Terveydenhuollon asiakaskentän ollessa laaja, sähköisten palvelujen rinnalle tulee tarjota myös perinteisiä kommunikoinnin ja asioinnin kanavia. (Sihvo ym. 2014,59.)

Lasten kuntoutusyksikön tulisi pystyä tarjoamaan tietoa toiminnastaan hyvin saavutettavasti koko palvelupolun aikaisesti ja kaikille asiakasryhmille. Jo ennen saapumista itse terapiaan, asiakas voisi saada fysioterapeuttien tuottamaa digitaalista ennakkomateriaalia sisäisiltä yhteistyökumppaneilta. Ennakkomateriaalilla voitaisiin tukea lasten fysioterapian toiminnan ja julkisuuskuvaan hahmottamista ja esimerkiksi käynnistää yleisempään terveys- ja liikuntakasvatusta sekä lapsille että perheille. Fysioterapian aikana tapahtuvan sosiaalisen median käytön tärkeimmäksi kriteeriksi haastatteluissa nousi käytettävän ja esiteltävän materiaalin laatu ja löydettävyyden. Osa haastateltavista painotti, kuinka tärkeää on toteuttaa laadukkaan tiedon hakua vuorovaikutteisesti lasten ja vanhempien kanssa. Tämä mahdollistaa ammattilaisen näkökulman ja laatuvaatimusten esille tuomisen sekä tiedon soveltamisen kehittymisen yksilö- ja organisaatiotasolla.

Sosiaalinen media tarjoaa viestintämuotona monia ominaisuuksia, joita organisaatio voi hyödyntää ulkoisessa viestinnässä. Verkostoitumisella voidaan tavoittaa tarvittaessa suuria asiakasmääriä. Julkisuuskuvan siirrettävyys helpottaa organisaation julkisuuskuvan esittämistä aikaisemmin tavoittamattomissa olleille asiakasryhmille. Omakohtaisella laajennettavuudella mahdollistetaan sosiaalisen median sisällön saavuttaminen ajasta ja paikasta riippumatta. (Laaksonen 2019,20.)

7.2 Kehittämisehdotukset

Tämän soveltavan tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että lasten fysioterapeutit kokevat sosiaalisen median tarjoavan ajan hengen mukaisia työkaluja laadukkaan fysioterapian toteutumisen tueksi. Fysioterapeutit nostavat kuitenkin samalla esiin laadullisia, organisatorisia ja ammatillisia vaatimuksia, joita tarvitaan sosiaalisen median käytön tueksi. Kehittämisehdotukseni käyttöönoton tukemiseksi perustuvat tutkimuksessa esiin nousseisiin kokemuksiin sosiaalisen median käytöstä ja käytön tarpeesta lasten fysioterapiassa. Ehdotukset esitetään kuviossa 3.



Kuvio 3. Soveltavan tutkimuksen kehittämisehdotukset sosiaalisen median käyttöönoton tukemiseksi

Osaamisen tukeminen

Mikäli sosiaalinen media otetaan käyttöön viestinnän työkaluna yksikössä, tulee varmistaa toteuttavan henkilöstön osaamisen ja sitoutumisen taso. Osaaminen varmistetaan kartoittamalla valitun henkilöstön digikypsyyden ja tietoteknisen osaamisen tasoa. Myös tarvittava osaaminen sosiaalisen median julkaisualustojen, audiovisuaalisten sovellusten ja AV-laitteistojen käytöstä tulee määritellä ja arvioida. Tähän arviointiin voidaan pyytää tukea viestintäyksiköstä, joka vastaa yhtymätasoisesta sosiaalisen median ohjeistuksesta. Hyvällä osaamisen tasolla varmistetaan työntekijöiden motivaatio oppia ja toteuttaa sosiaalisen median soveltamista laadukkaasti ja työaikaan tehokkaasti käyttäen.

Työntekijöiden perehdytys ja tukeminen sosiaalisen median käyttöönottoon tulee pitää sisällään koulutusta yhtymän strategisista linjauksista, lainsäädännöstä, tietosuojasta, tietoturvasta, julkisen terveydenhuollon erityispiirteistä, kuvan käsittelyn perusteista sekä sosiaalisen median julkaisualustojen toiminnallisuuksista. Hyviä käytäntöjä ovat työpajat, sisäiset koulutukset sekä julkisten tahojen järjestämät verkkokoulutukset ja tietovisat esimerkiksi tietosuojasta ja lainsäädännöstä. Näitä yleisempiä verkkokoulutuksia on veloitettu suoritettavaksi yhtymässä jo usean vuoden ajan henkilöstön tietotason kehittämiseksi. Sosiaalisen median pilottijaksoilla voidaan kerätä käytännön kokemuksia soveltamisen tavoista ja toimivuudesta erityyppisten ammattilaisten ja profiilien kautta. Vastaava pilottijakso toteutettiin yhtymässä kesäkuusta 2022 alkaen, kun noin kymmenen somelähettilään moniammatillinen joukko aloitti aktiivisen julkaisutoiminnan sosiaalisessa mediassa. Kokemuksia ja palautetta kerättiin marraskuussa kootusti ja kokemuksia toivottavasti hyödynnetään jatkossa toiminnan käynnistämisessä eri organisaation tasoilla.

Viestinnän kehittäminen

Kun pilottiyksikössä osaamisen taso, kiinnostuksen määrä ja koulutustarve on selvitetty, tehdään suunnitelma sosiaalisen median hallitusta käyttöönotosta. Suunnitelma yksikön uuden viestintäkanavan käytöstä tulee tehdä yhdessä yhtymän viestintä- ja digiyksikön kanssa, jolloin siihen pystytään peilaamaan yhtymätason viestintä- ja digistrategian tavoitteita. Viestinnän kehittäminen vaatii avointa keskustelua resurssien ja ajankäytön määrittelystä, tarpeista ja linjauksista organisaation eri tasoilla.

Tutkimuksen tuloksissa todetaan, että lasten fysioterapian toteutuksessa tarvitaan monimuotoista, asiakaslähtöistä ja saavutettavaa viestintää riippumatta siitä mitä viestintäkanavaa käytetään. Tämän tutkimuksen tulosten kautta perustellaan sosiaalisen median käyttöä fysioterapiayksikön viestintäkanavana yhtymän muiden viestintäkanavien rinnalla. Sosiaalisella mediallyllä kehitetään ajan hengen mukaisesti palveluiden löydettävyyttä ja saavutettavuutta. Samalla kehitetään lasten fysioterapiayksikön toiminnan ja palvelun kuvausta

asiakslähtöisempään suuntaan. Sosiaalista mediaan voidaan käyttää terapia- ja ohjausmateriaalin jakamisen kanavana. Yksikkötason sosiaalisen median viestintää toteutettaessa on tärkeää määritellä käytössä oleva henkilöstöresurssi ja suhteuttaa toteutustapa siihen. Pilottijakson lopussa arvioidaan sidosryhmien reaktioita uuteen viestintämuotoon ja sisällön toimivuuteen. Tämä voidaan toteuttaa esimerkiksi kyselynä asiakkaille ja yhteistyötahoille.

Fysioterapian kehittäminen

Fysioterapian toteutuksen aikana on tärkeää arvioida asiakkaan, lapsen tai perheen suhdetta sosiaaliseen mediaan. Sosiaalista mediaa luontevasti käyttäville lapsille ja perheille tarjotaan mahdollisuutta saada terapiassa käytettävää ohjausmateriaalia sosiaalisen median kautta. On tärkeää tutustua käytettäviin sosiaalisen median julkaisuihin yhdessä asiakkaan kanssa. Asiakasta tulee informoida käytettävän materiaalin luonteesta, laadusta, alkuperästä ja käyttötarkoituksesta. Pilottijakson aikana arvioidaan yksikössä itse tuotetun ohjausmateriaalin käytön mielekkyyttä suhteessa tavoitteisiin. Toiminnan tulee olla ajankäytöllisesti tehokasta. Muiden tahojen tuottaman ohjausmateriaalin käyttökelpoisuutta, laatua ja saatavuutta verrataan omaan sisällön tuotantoon. Sosiaalisen median käyttö avaa myös mahdollisuuden hyödyntää muiden yhteisöjen ja organisaatioiden tuottamaa materiaalia, kunhan jakaminen tapahtuu tekijänoikeussäädöksiä kunnioittaen. Sisäisille yhteistyökumppaneille toimitettavalla ennakkomateriaalilla voidaan tukea lasten fysioterapian toiminnan hahmottamista ja esimerkiksi käynnistää yleisempään terveys- ja liikuntakasvatusta jo ennen terapiasuhteen alkamista. On tärkeää myös seurata esimerkiksi säännöllisen asiakaspalautteen keinoin, miten viestintä tavoittaa asiakkaat ja muuttuvatko heidän odotuksensa palveluista. Näin turvataan sosiaalisen median soveltamisen jatkuva kehittäminen, laatu ja saavutettava hyöty toiminnalle.

7.3 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksella tarkoitetaan tiedon tuottamista järjestelmällisen tutkimisen, ajattelun, tarkkailun sekä kokeilun kautta (Eskola & Suoranta 1998, 208). Hyvät tutkimuskäytännöt pohjautuvat tutkimuseettisiin perusperiaatteisiin. Luotettavuudella varmistetaan tutkimuksen laatu aina suunnittelusta tulosten analyysiin sekä luodaan pohjaa menetelmien ja resurssien käyttöön. Rehellisyys luo pohjan avoimelle, oikeudenmukaiselle ja puolueettomalle tutkimuksen kehittämiselle, toteuttamiselle, arvioinnille, raportoinnille ja viestimiselle koko prosessin ajan. Tutkijan on osoitettava arvostusta kollegoita, tutkimuksen osapuolia, yhteiskuntaa, ekosysteemejä, kulttuuriperintöä ja ympäristöä kohtaan. Tutkijan tulee toteuttaa vastuullisuutta koko tutkimusprosessin läpi aina ideavaiheesta ja toteutuksesta tulosten vaikutusten arviointiin. Nämä periaatteet ohjaavat tutkimustyötä ja auttavat ratkaisemaan

tutkimuksen toteutukseen liittyviä eettisiä ja älyllisiä haasteita. (ALLEA 2020,2-4; Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012,6-7.)

Tutkija sitoutuu laadulliseen tutkimukseen tiiviisti ja on lähellä tutkimuksen kohdetta. Tämän vuoksi henkilökohtaisen kokemuksen vaikutus tiedostetaan ja hyväksytään (Aaltio & Puusa 2020,173). Tutkijan kyky tarkastella kriittisesti omaa koottua tietopohjaa ja esitietoja yhdistämällä niitä uusiin havaintoihin, avaa mahdollisuuden huomioida asioita, jotka muuten saattaisivat vaikuttaa merkityksettömiltä. Kun teoria, tutkimusmenetelmät ja tulokset tukevat toisiaan, syntyy uutta teoreettista ymmärrystä ja olemassa olevan tutkimuksen kehittämistä. (Aaltio & Puusa 2020,173.) Itselläni oli ennakkokäsityksiä joidenkin lasten fysioterapeuttien sosiaalisen median soveltamisen asteesta ja toisaalta haasteista ammatillisessa soveltamisessa. Tietopohjaan kootessani näitä käsityksiä jäsenneltiin vertaamalla muiden sosiaali- ja terveydenhuollon ammattiryhmien kokemuksiin. Kokoamani tietopohjan perusteella minulle piirtyi myös kuva eri organisaatorakenteiden ja -strategioiden vaikutuksista sosiaalisen median käytön edellytyksiin ja mahdollisuuksiin fysioterapian kentällä.

Tutkimuksen tulosten laatu ja arvo perustuvat tutkijan tarjoamaan uuteen tietoon tai tapaan käsitellä olemassa olevaa tietoa uuden ymmärryksen kautta. (Puusa & Julkunen 2020, 186-188.) Fysioterapian ja sosiaalisen median suhdetta on maailmalla ja suomessa tutkittu hyvin niukasti. Sähköisten palveluiden toteutusta fysioterapiassa ja kuntoutuksen alueella sitäkin enemmän. Tämän tutkimuksen tietopohjaa kootessa oli mielestäni tärkeää suhtautua kriittisesti terveydenhuollon sähköisten palveluiden ja sosiaalisen median suhteeseen ja sisällöllisiin eroihin. Julkisuudessa termit usein limittyvät lähekkäin ja voidaan jopa mieltää helposti samaksi palvelun muodoksi. Yhtäläisyyksiäkin toki on, mutta asiakasviestinnän, palvelumuotoilun ja ohjauksellisen terapiatyön perspektiivistä eroja on paljon. Selkeimmin erot näkyvät sisällön tuottajan rooleissa, paikassa palvelupoluilla sekä soveltuvuudessa terapiatyön eri vaiheiden viestintään ilman vahvaa tunnistautumista. Nämä näkökulmat puuttuivat lähes jokaisesta fysioterapia-alan tutkimuksesta ja kirjallisuuskatsauksesta, jotka ilmiötä käsittelevät tai ne oli mainittu jatkotutkimusaiheina. Laajemmissa ja tuoreissa terveydenhuollon organisaatioviestintää ja erityisesti COVID-19 pandemian aikaista palveluviestintää kuvaavissa artikkeleissa näkökulma oli tuoreempi ja näissä digitaalisen asiakasviestinnän edellytyksiä, hyötyjä ja riskejä käsiteltiin laajemmin. Oma ymmärrykseni sosiaalisen median luonteesta ja soveltuvuudesta terveydenhuollon viestintään kasvoi tutkimuksen aikana. Tämä soveltava tutkimus tuo esiin uutta näkökulmaa ja ymmärrystä sosiaalisen median tarpeesta lasten fysioterapiassa.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta kuvaavista käsitteistä on olemassa erilaisia tulkin-
toja ja suomen kielen käännöksiä (Tuomi & Sarajärvi 2018,120). Laadullisessa

tutkimuksessa, jossa käytetään sisällönanalyysia, suositellaan käytettäväksi seuraavia luotettavuuskriteereitä: uskottavuus, vahvistettavuus, refleksiivisyys ja siirrettävyys.

Uskottavuudella tarkoitetaan tutkimuksen ja tutkimustulosten uskottavuutta esimerkiksi arvioitaessa tutkimuksen aineiston laatua ja saturaation saavuttamista sekä tutkittavan joukon homogeenisyyttä ja otoksen kokoa. Laadullisen tutkimuksen haastatteluaineiston luotettavuus on riippuvainen aineiston laadusta. Haastatteluaineiston luotettavuutta voidaan parantaa laatimalla haastattelurunko huolellisesti. Haastatteluiden ja tallennusten äänenlaatu vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen, joten tallennuksessa käytettävän laitteiston toimivuus on varmistettava. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 184–185.) Aineistoa tässä tutkimuksessa kertyi 70 A4 sivua, joista pystyttiin pelkistämään tuottamaan 100 pelkistettyä lausetta. Molemmissa haastatteluissa keskustelu palasi jo käsiteltyihin teemoihin uudestaan ja kaikki teemat sekä esille nousseet aihealueet keskusteltiin läpi ilman ajan loppumista. Aineiston saturaatio saavutettiin tutkimuskysymyksen kannalta hyvin. Tutkittava joukko oli varsin homogeeninen verrattain pitkän fysioterapian työkokemuksen (2-38 vuotta) ja sosiaalisen median käytön osalta. Tämän tutkimuksen uskottavuutta heikentää pieni otos.

Vahvistettavuutta kutsutaan prosessikriteeriksi. Vahvistettavuus edellyttää tutkimusprosessin kirjaamista niin, että toinen tutkija voi seurata tutkimuksen ja analyysin kulkua. Toinen tutkija ei välttämättä päädy samanlaiseen tulkintaan samasta aineistosta, mikä voi osaltaan jopa lisätä laadullisessa tutkimuksessa ymmärrystä tutkimuskohteesta. (Kylmä ym. 2003,613.) Tässä tutkimuksessa vahvistettavuus tukee luotettavuutta. Kuvasin tulkintani aineistosta kolmen yläluokan ja kuuden alaluokan kautta ja peilannut niitä monipuoliseen tietopohjaan. Tietopohjaa olisi voitu vielä täydentää asiakaslähtöisen terveystiedon ja fysioterapian viestinnän tuoreimmilla tutkimuksilla.

Refleksiivisyys edellyttää tutkijalta tietoisuutta omasta lähtökohdastaan tutkimukselle. Tutkijan tulee myös arvioida kuinka hän tästä lähtökohdasta vaikuttaa aineistoonsa. (Kylmä ym. 2003,613.) Tämän tutkimuksen alkaessa tiedostin oman kiinnostukseni sosiaalisen median soveltamiseen fysioterapiassa ja subjektiivisen halun sen käyttöä kehittää. Oma aktiivisuuteni tai mielipiteeni sosiaalisen median käytöstä fysioterapeuttina, ei näkynyt haastattelun toteutuksessa tai tulosten tulkinnassa. Samoin tiedostin osan mahdollisista esteistä sosiaalisen median soveltamiselle omassa organisaatiossa. Näitä seikkoja ei tuotu haastatteluissa esille, vaan organisaation julkiset strategiset linjaukset ja resurssit tuotiin objektiivisesti esille.

Siirrettävyys tarkoittaa tutkimustulosten siirrettävyyttä muihin vastaaviin tilanteisiin (Kylmä & Juvakka 2007, 127 – 129). Tässä tutkimuksessa kuvattiin tarkasti lasten fysioterapian toiminta- ja viestintäympäristö, asiakaskuntaa, tutkimukseen osallistuneiden terapeuttien

kokemustaustaa ja eroja sosiaalisen median soveltamisessa. Tuloksia voidaan soveltaa saman tyyppisten terveydenhuollon ammatillisten yksiköiden tai palveluyksiköisen toiminnan tutkimukseen.

Tässä tutkimuksessa toimittiin hyvän tieteellisen tutkimuskäytännön mukaisesti jokaisessa työn vaiheessa. Opinnäytetyöprosessin mukaisesti LAB-Ammattikorkeakoulun ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyön ohjeen mukaan tehtiin PHHYKYN kanssa yhteistyösopimus, lupahakemus ja tietosuojailmoitus sekä suunnitelma toteutuksesta. (LAB 2021,8.) Tutkimuksen toteutus suunniteltiin etukäteen mahdollisimman tarkasti. Tekniikka äänittämistä, videoyhteyttä ja tallentamista varten testattiin etukäteen. Haastattelun runko rakentui opinnäytetyön tietoperustan pohjalta. Tässä työssä pystyttiin tarkentamaan haastattelun aiheita ensimmäisen haastattelu kerran jälkeen, mikä osaltaan lisäsi tulosten luotettavuutta. Saatekirjeen luettuaan terapeutit arvioivat oman osaamistasonsa sosiaalisen median käyttäjinä ja ilmoittautuivat itse vapaaehtoisena haastateltavaksi. Haastateltavilta pyydettiin lupa haastattelujen tallentamiseen. Haastateltavien henkilötietoja ei tuoda ilmi raportissa. Haastatteluista kerääntyvä aineisto säilytettiin oppilaitoksen suojatussa Office-verkkoympäristössä käsittelyn ajaksi. Aineisto anonymisoitiin litterointivaiheessa ja tuhottiin heti kun sisältö saatiin dokumentoitua opinnäytetyöhön.

7.4 Hyödynnettävyys ja jatkotutkimusaiheet

Vastaavia tutkimuksia sosiaalisen median ja lasten fysioterapian suhteesta on tehty vähän. Tutkimuksen tuloksia voidaan käyttää lasten fysioterapian asiakaslähtöisyyden kehittämisessä. Tuloksista nousevia sosiaalisen median erityispiirteitä hahmottamalla voidaan tehostaa yksiköiden viestintää ja tavoittaa asiakkaita uudella tavalla. Tuloksia voidaan soveltaa myös muiden ammattiryhmien toiminnan arviointiin ja kehittämiseen. Tutkimuksen tuloksista voidaan nostaa esiin myös uusia osaamisvaatimuksia suunniteltaessa terveydenhuollon työntekijöiden koulutusta ja perehdyttämistä. Tuloksilla voidaan perustella sosiaalisen median käyttöä viestintämuotona, joka antaa organisaatiolle uusia mahdollisuuksia hyödyntää ulkoista viestintää esimerkiksi julkisuuskuvan ja verkostoitumisen kehittämisessä.

Tässä tutkimuksessa selvitettiin lasten fysioterapeuttien kokemuksia sosiaalisen median soveltuvuudesta terapiatyöhön. Lasten kuntoutus on moniammatillista työtä ja asiakkaat käyttävät lasten kuntoutuksen palveluita usein moniammatillisesti. Olisi mielenkiintoista verrata tämän tutkimuksen tuloksia lasten toimintaterapeuttien ja puheterapeuttien kokemuksiin sosiaalisen median soveltuvuudesta terapiatyöhön.

Tärkeä jatkotutkimus aihe olisi myös selvittää asiakkaiden kokemuksia terveydenhuollon sosiaalisen median soveltamisesta. Ilman asiakaskokemuksen kartoitusta sosiaalisen median kehittäminen asiakaslähtöiseksi on haastavaa. Asiakaskokemuksen tutkimisella voitaisiin myös selvittää parantaako sosiaalisen median soveltaminen palveluiden löydettävyyttä ja julkisuuskuvaa.

Lähteet

Aaltio, I., Puusa, A. 2020. Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon? Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus. 103-117. Viitattu:15.10.2022.

Aalto, T. 2010. Sosiaalisen median mahdollisuudet hallinnolle. Oikeusministeriö, Demokratia- ja kieliasioiden yksikkö. Viitattu 23.9.2022. Saatavissa:

<https://docplayer.fi/643575-Sosiaalisen-median-mahdollisuudet-hallinnolle.html>

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino. Viitattu 23.10.2022.

Academy of Pediatric Physical Therapy. APTA, American Physical Therapy Association.

2019. FACT SHEET Pediatric physical therapists as the practitioner of choice. Viitattu

23.8.2021. Saatavissa: [https://pediatricapta.org/includes/fact-](https://pediatricapta.org/includes/fact-sheets/pdfs/FactSheet_PhysicalTherapistsPractitionerofChoice_2020.pdf?v=2)

[sheets/pdfs/FactSheet_PhysicalTherapistsPractitionerofChoice_2020.pdf?v=2](https://pediatricapta.org/includes/fact-sheets/pdfs/FactSheet_PhysicalTherapistsPractitionerofChoice_2020.pdf?v=2)

ALLEA - All European Academies. 2020. Tutkimusetiikan eurooppalaiset käytännöt ja ohjeistus. The European Code of Conduct for Research Integrity Revised Edition -ohjeen suomennos. Viitattu 23.8.2021. Saatavissa:

[https://allea.org/wp-](https://allea.org/wp-content/uploads/2020/08/Finnish_European_Code_of_Conduct_digital-final.pdf)

[content/uploads/2020/08/Finnish European Code of Conduct digital-final.pdf](https://allea.org/wp-content/uploads/2020/08/Finnish_European_Code_of_Conduct_digital-final.pdf)

Amberla, A-L. 2019. Sosiaalinen media sosiaalityön välineenä. Pro Gradu. Helsingin yliopisto Valtiotieteellinen tiedekunta. Viitattu 29.11.2021. Saatavissa:

[https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/301054/Amberla_Anna-](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/301054/Amberla_Anna-Liisa_Pro_Gradu_2019.pdf?isAllowed=y&sequence=2)

[Liisa_Pro_Gradu_2019.pdf?isAllowed=y&sequence=2](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/301054/Amberla_Anna-Liisa_Pro_Gradu_2019.pdf?isAllowed=y&sequence=2)

Autti-Rämö, I. 2015. Lapsen ja nuoren kuntoutus. Teoksessa Arokoski, Jari, Mikkelsen, Marja, Pohjolainen, Timo, Viikari-Juntura, Eija (toim.) Fysiatria. Verkkokirja. Duodecim oppiportti. Viitattu 3.4.2022.

Bautista, J., Zhang, Y., Gwizdka, J. 2021. Healthcare professionals' acts of correcting health misinformation on social media. International Journal of Medical Informatics.

Volume 148, April 2021, 104375. Viitattu 23.10.2022. Saatavissa:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1386505621000010>

Canel, M. J. & Luoma-Aho, V. 2018. Public Sector Communication. Closing Gaps

between Citizens and Public Organizations. Hoboken: Wiley Blackwell. Viitattu 8.9.2022.

Saatavissa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119135630>

- Chartered Society of Physiotherapy. 2019. Social media guidance for CSP members. Viitattu 8.4.2022. Saatavissa: https://www.csp.org.uk/system/files/publication_files/csp-social-media-guidance-may-2019-v02.pdf
- CPA Canadian Physiotherapy Association. 2021. Social Media Use in Physiotherapy: How to best use social media when you're a physiotherapist, physiotherapist assistant or PRT. 2021. Viitattu 8.9.2021. Saatavissa: <https://physiotherapy.ca/sites/default/files/socialmediaeng.pdf>
- Dantas, L., Barreto, L., Ferreira, C. 2020. Digital physical therapy in the COVID-19 pandemic. Verkkojulkaisu. Brazilian Journal of Physical Therapy. 2020 Sep-Oct; 24(5): 381–383. Viitattu 25.9.2022. Saatavana: [Digital physical therapy in the COVID-19 pandemic \(nih.gov\)](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34811111/)
- DNA Oyj. 2022. Digitaaliset elämäntavat 2021- tutkimus. Viitattu 25.9.2022. Saatavana: https://www.dna.fi/documents/753910/11433306/Digitaaliset_elamantavat_tutkimusraportti_2022.pdf/
- Ebrand Group Oy, Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut. 2019. Suomessa asuvien 13-29 -vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. Viitattu 23.3.2022. Saatavissa: <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/tiivistelma/>
- Erikoissairaanhoidolaki 1062/1989. Viitattu 23.9.2022. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1989/19891062>
- Eskola, J., Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimiseen. 2. painos. Tampere: Vastapaino. Viitattu 8.9.2021.
- Euroopan Komissio. 2012. Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle ja alueiden komitealle. Sähköisen terveydenhuollon toimintasuunnitelma 2012–2020 – innovatiivista terveydenhuoltoa 21. vuosisadalle. Viitattu 23.3.2022. Saatavissa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0736&from=EN>.
- Fox, S., Duggan, M. 2013. Health online. Pew Research Center. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/01/15/health-online-2013/>
- Gagnon, K., Sabus, C. 2015. Professionalism in a Digital Age: Opportunities and considerations for using social media in health care. Physical Therapy Volume 95 Number 3. Viitattu 25.4.2022. Saatavana: <https://academic.oup.com/ptj/article/95/3/406/2686557#>

Galbán, P., Hernández Vidal, O., Sánchez, A. 2019. Use of institutional social media for information management and communication in healthcare in a national health system. a Department of Special Information Services, Cuban National Center of Medical Sciences Information. Havana, Cuba. Studies in Health Technology and Informatics. Verkkokirja. Volume 264: MEDINFO 2019: Health and Wellbeing e-Networks for All. Viitattu 25.4.2022. Saatavana: <https://ebooks.iospress.nl/voearticle/52467>

Gelders, D., Bouckaert, G., Van Ruler, B. 2007. Communication management in the public sector: Consequences for public communication about policy intentions. Government Information Quarterly – Elsevier. Viitattu 25.9.2022. Saatavana: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740624X06000967>

Hagerlund, T., Komu, R. 2019. Kuntien verkkoviestinnän ja sosiaalisen median käyttö 2019. Suomen Kuntaliitto. Kuntaliiton julkaisusarja Uutta Kunnista 8/2019. Viitattu 25.10.2022. Saatavana: <https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Kuntien%20verkkoviestint%C3%A4%20ja%20sosiaalisen%20median%20k%C3%A4ytt%C3%B6%202019.pdf>

Hamm, M., Shulhan, J., Williams, G., Milne, A. Scott, S. & Hartling, L. 2014. A systematic review of the use and effectiveness of social media in child health. Verkkojulkaisu. BMC Pediatrics 14 (138). Viitattu 25.4.2022. Saatavana: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4047773/pdf/1471-2431-14-138.pdf>

Hannuksela-deCarvalho, L. 2020. Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä, Päijät-Sote 2020. Haastattelu. Viitattu 20.6.2021.

Hedman, A. 2018. Asiakas sosiaali- ja terveydenhuollon palvelujärjestelmässä. Diskurssianalyysi asiakkuudesta Sote-uudistuksen valmisteluraporteissa. Tampereen yliopisto, Porin yksikkö Yhteiskuntatieteiden tiedekunta Hyvinvointipalvelujen järjestämisen maisteriohjelman pro gradu -tutkielma. Viitattu 25.9.2022. Saatavana: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/104100/gradu07454.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Helve, O., Kattelus, M., Norhomaa, S., Saarni, S. 2015. Terveystieto ja sosiaalinen media. Lääketieteellinen aikakauskirja Duodecim 2015;131(21):2003-8. Viitattu 8.9.2021. Saatavissa: <https://www.duodecimlehti.fi/duo12512>

Hintikka, K. Sosiaalinen media. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>

- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. Tutki ja kirjoita. 2009. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi. Viitattu:12.9.2021.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2018. Tutki ja kirjoita. 21. uudistettu painos. Helsinki: Tammi. Viitattu:12.7.2022.
- Hirsjärvi, S., Hurme H., 2008. Tutkimushaastattelu : teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki : Gaudeamus Helsinki University Press. Viitattu:12.8.2021.
- HUS Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri. 2021. Fysioterapia. Viitattu:17.9.2021. Saatavissa: <https://www.hus.fi/hoidot-ja-tutkimukset/fysioterapia>
- Hyppönen, H., Pentala-Nikulainen, O., Aalto, A. 2018. Sosiaali- ja terveydenhuollon sähköinen asiointi 2017 Kansalaisten kokemukset ja tarpeet. Raportti 3/2018. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136258/URN_ISBN_978-952-343-103-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ilmarinen, V., Koskela, K. 2015. Digitalisaatio. Yritysjohdon käsikirja. Talentum Media Oy. Viitattu 6.9.2021. Saa
- Juholin, E. 2022. Communicare! Ota viestinnän ilmiöt ja strategiat haltuun. 8. uusittu laitos. Helsinki: Infor/Management Institute of Finland MIF Oy. Viitattu: 27.4.2022.
- Kiviranta T, Sätälä H, Suhonen-Polvi H, Kilpinen-Loisa P, Mäenpää H. 2016. Lapsen ja nuoren hyvä kuntoutus. Suomen Lastenneurologinen yhdistys. Viitattu: 6.4.2022. Saatavissa: https://bin.yhdistysavain.fi/1589471/t3gOd6h7cj4r7SNSHANh0SQVlj/SLNY%20Lapsen%20ja%20nuoren%20hyv%C3%83%C2%A4%20kuntoutus%20p%C3%83%C2%A4ivitys%202016_01_15.pdf
- Knight, E., Werstine, R., Rasmussen-Pennington, D., Fitzsimmons, D., Petrella, R. 2015. Physical Therapy 2.0: Leveraging social media to engage patients in rehabilitation and health promotion. Physical Therapy Volume 95 Number 3, 389-396. Viitattu: 6.10.2022. Saatavissa: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24627429/>
- Koivunen, K. 2017. Asiakas- tai ihmislähtöisyys – tasavertaisuutta ja vastavuoroisuutta ammattilaisten ja palvelun käyttäjien kanssa. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 62. Viitattu: 6.10.2022. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/123071/ePooki%206_2017.pdf?sequence=8

- Koivuniemi, K., Simonen, K. 2011. Kohti asiakkuutta. Ihmistä arvostava terveydenhuolto. Helsinki. Kustannus Oy Duodecim. Viitattu 14.10.2022.
- Kontkanen, P. 2016. Sosiaalinen media, tieteellinen tutkimus – tekijänoikeus. Sosiaalilääketieteellinen Aikakauslehti, 53(2). Viitattu: 6.10.2022.
Saatavissa: <https://journal.fi/sla/article/view/56924>
- Kortesuo, K., Patjas, L-M. 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. Kuopio. Infor.
- Kuluttajansuojalaki 29.8.2008/561,1§. Viitattu 6.10.2022. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038#L2P1>
- Kylmä, J., Juvakka, T. 2007. Laadullinen terveystutkimus. Bookwell Oy, Porvoo. Viitattu 6.10.2022.
- Kylmä, J., Vehviläinen-Julkunen, K., Lähdevirta, J.2003. Laadullinen terveystutkimus – mitä, miten ja miksi?. Lääketieteellinen aikakauskirja Duodecim 2003;119(7):609-615. Viitattu 6.11.2022. Saatavissa: <https://www.duodecimlehti.fi/xmedia/duo/duo93495.pdf>
- Kyytsönen, M., Aalto., Anna-Mari., Vehko, T. 2021. Sosiaali- ja terveydenhuollon sähköinen asiointi 2020–2021. Väestön kokemukset. Terveyden ja hyvinvoinninlaitos THL raportti 7/2021. Viitattu 6.4.2022. Saatavissa: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/142675/URN_ISBN_978-952-343-680-0.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- LAB Ammattikorkeakoulu 2021. Opinnäytetyön ohje. Ylempi ammattikorkeakoulututkinto. Viitattu 15.9.2021. Saatavissa: <https://elab.lab.fi/sites/default/files/category-page/2020-12/Opinn%C3%A4ytety%C3%B6n%20%28YAMK%29%20ohje%20082020.pdf>
- Laaksonen, S., Matikainen J., Tikka M. (toim.) 2013. Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Vastapaino Tampere. Viitattu 6.9.2021.
- Laaksonen, T. 2019. Sosiaalinen media organisaation viestinnän välineenä. Jyväskylän yliopisto, Tietojärjestelmätiede, kandidaatintutkielma. Viitattu 6.10.2022.
Saatavissa: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/63715/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201905022385.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa. 22.12.1978/1061. Viitattu 6.10.2022. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19781061>

Laki vammaisuuden perusteella järjestettävistä palveluista ja tukitoimista 380/1987. Viitattu 6.9.2022. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870380>

Lasten fysioterapia Aurora 2021. Instagram-profiili. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: <https://www.instagram.com/lastenfysioterapiaaurora/>

Lasten ja nuorten säätio. 2021. Unelmien some: Mitä nuoret toivovat tulevaisuuden sosiaaliselta medialta. Verkkojulkaisu. Viitattu 6.4.2022. Saatavissa: <https://www.nuori.fi/unelmien-some-2021/>

Lastensuojelulaki 417/2007. Viitattu 6.9.2022. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2007/20070417>

Liamputtong, P. 2011. Focus group methodology, principles and practise. Sage Publication:London. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: <https://methods.sagepub.com/book/focus-group-methodology>

Liikenne- ja viestintäministeriö. 2010. Sosiaalisen median toimijat sitoutuvat edistämään turvallisempaa nettikäyttöä. Tiedote 12.03.2010. Viitattu 6.4.2022. Saatavissa: <https://www.lvm.fi/-/sosiaalisen-median-toimijat-sitoutuvat-edistamaan-turvallisempaa-nettikayttoa-780553>

Lovari, A., Valentini, C. 2020. Public sector communication and social media: Opportunities and Limits of Current Policies, Activities, and Practices. Teoksessa Luoma-Aho, V., Canel, M-J. (toim.) The Handbook of Public Sector Communication, 1. painos. 315-328. Viitattu 6.10.2022. Saatavissa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/9781119263203.ch21>

Luuppala, A., Mäkinen, K., Raisanen, K. 2017. Tutkimusmenetelmät/Soluessee. Pro akatemian esseepankki. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: <https://esseepankki.proakatemia.fi/tutkimusmenetelmat/>

Lääkäriliitto. 2020. Sosiaalinen media. Viitattu 30.9.2021. Saatavissa: <https://www.laakari-liitto.fi/laakarin-tietopankki/kuinka-toimin-laakarina/sosiaalinen-media/>

Matikainen, J., Huovila, J. 2017. Sosiaalinen media terveyden edistämässä. Lääketieteellinen aikakauskirja Duodecim 2017;133(10):1003-7. Viitattu 30.9.2021. Saatavissa: <https://www.duodecimlehti.fi/duo13732>

Mehiläinen. 2021. Instagram-profiili. Viitattu: 20.9.2021. Saatavissa: <https://www.instagram.com/mehilainenoy/?hl=fi>

Merolli, M., Busuttill, M-L., Wählin, C., Green, A. 2018. Global communication practices of physiotherapists on Twitter. Alkuperäinen artikkeli julkaistu verkossa 26.4.2018. Viitattu: 20.9.2021. Saatavissa:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21679169.2018.1464061>

Merriam Webster Online Dictionary 2021. Definition of social media. Viitattu 6.9.2021.

Saatavissa:<https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>

Merriam Webster Online Dictionary 2022. Definition of misinformation. Viitattu 6.11.2022.

Saatavissa: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/misinformation>

Microsoft. 2022. Reaaliaikaisen transkription tarkasteleminen Teams-kokouksessa.

Verkkoaineisto. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: [https://support.microsoft.com/fi-](https://support.microsoft.com/fi-fi/office/reaaliaikaisen-transkription-tarkasteleminen-teams-kokouksessa-dc1a8f23-2e20-4684-885e-2152e06a4a8b)

[fi-office/reaaliaikaisen-transkription-tarkasteleminen-teams-kokouksessa-dc1a8f23-2e20-4684-885e-2152e06a4a8b](https://support.microsoft.com/fi-fi/office/reaaliaikaisen-transkription-tarkasteleminen-teams-kokouksessa-dc1a8f23-2e20-4684-885e-2152e06a4a8b)

Moorhead, SA., Hazlett, DE., Harrison, L., Carroll, JK., Irwin, A., Hoving, C.A., 2013. New Dimension of Health Care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. Viitattu: 15.1.2022. Saatavissa:

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3636326/>

Mäntyranta, T., Kaila, M. 2008. Fokusryhmähaastattelu laadullisen tutkimuksen

menetelmänä lääketieteessä. Lääketieteellinen aikakauskirja Duodecim

2008;124(13):1507-13. Viitattu 8.9.2021. Saatavissa:

<https://www.duodecimlehti.fi/duo97349>

Niiniluoto, I. 1997. Johdatus tieteenfilosofiaan. Käsitteen ja teorianmuodostus. Otava.

Keuruu. Viitattu:8.9.2021.

Ovaska, S., Aula, A., Majaranta, P. (toim.) 2005. Käytettävyystudkimuksen menetelmät.

Tampereen yliopisto. Tietojenkäsittelytieteiden laitos. Viitattu 15.9.2021. Saatavissa:

https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/96627/kaytettavyystutkimuksen_menetelmat_2005.pdf?sequence=1

Pajukoski, M. 2004. Sähköinen asiointi sosiaali- ja terveydenhuollossa Lainsäädännön rajat ja mahdollisuudet. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimus- ja kehittämiskeskus STAKES.

Raportteja 283. Viitattu 8.4.2022. Saatavissa:

<https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/76597/Ra283-S%C3%A4hk%C3%B6inenasiointi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Paltamaa, J., Janhunen E., Matikainen E., Tammelin, M., Harra, T., Rantakokko, M. 2020 Kuntoutuksen soveltavan tutkimuksen nykytila ja tulevaisuuden tarpeet. Viitattu 6.9.2021. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/352236>

Panda, M., El-Bendary, N., Salama, M., Hassanien, A., Abraham, A. 2012. Computational Social Networks: Tools, Perspectives, and Challenges. Teoksessa Ajith Abraham & Aboul-Ella Hassanien (toim.) Computational Social Networks Tools, Perspectives and Applications. Springer: London ss. 10–23. Viitattu 5.3.2022. Saatavissa: [https://www.researchgate.net/publication/288199502 Computational social networks Tools perspectives and challenges](https://www.researchgate.net/publication/288199502_Computational_social_networks_Tools_perspectives_and_challenges)

Partanen, K., 2022. Kehittämisasiantuntija, Suomen Fysioterapeutit – Finlands Fysioterapeuter ry. Helsinki. Haastattelu. Viitattu 11.11.2022.

Pasquier, M., Villeneuve, J-P. 2018. Marketing Management and Communications in the Public Sector, 2. painos. Viitattu 5.10.2022. Saatavissa: <https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/46734/oa-9781317222613.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pekkala, K., Luoma-aho, V. 2019. Osallistava viestintä. Teoksessa: Osallistava viestintä. PROCOMMA ACADEMIC. Viitattu 5.6.2022. Saatavissa: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/302465/procom_procomma-academic_2019_digikirja.pdf?sequence=1

Pesonen, P. 2013. Sosiaalisen median lait. 7. painos. verkkoaineisto. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus. Viitattu: 26.4.2022.

Puusa, A. Haastattelutyypit ja niiden metodiset ominaisuudet. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus. 103-117. Viitattu:15.10.2022.

Puusa, A., Julkunen S. 2020. Uskottavuuden arviointi laadullisessa tutkimuksessa. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus. 103-117. Viitattu:15.10.2022.

Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymä, Päijät-Sote 2021. Verkkosivut. Viitattu 22.4.2021. Saatavissa: <https://www.phhyky.fi/>

Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymä, Päijät-Sote 2021. Lasten ja nuorten fysioterapia. Viitattu 22.4.2021. Saatavissa: <https://www.phhyky.fi/fi/ikaantyneiden-palvelut-ja-kuntoutus/kuntoutus/fysioterapia/lasten-ja-nuorten-fysioterapia/>

Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymä, Päijät-Sote 2021. Päijät-Hämeen Hyvinvointiyhtymän laadun, asiakas- ja potilasturvallisuuden suunnitelma 2021–2022. Viitattu 2.4.2022. Saatavissa: https://paijat-sote.fi/wp-content/uploads/2021/05/phhyky_laadun-asiakas-ja-potilasturvallisuuden-suunnitelma-2021-2022.pdf

Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymä, Päijät-Sote 2021. Digistrategia. Viitattu 22.4.2021. Saatavissa: https://www.phhyky.fi/assets/files/2021/02/Digistrategia_tiivisversio_22022021.pdf

Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymä, Päijät-Sote 2021. Viestintästrategia. Viitattu 22.4.2021. Saatavissa: [Viestintästrategia 2021–2023 \(paijat-sote.fi\)](https://www.paijat-sote.fi/viestintastrategia-2021-2023)

Pönkä, H. 2020. Sosiaalisen median tilastot ja käyttö Suomessa: somekatsaus 02/2020. Viitattu 30.3.2022. Saatavissa: <https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-tilastot-suomessa-somekatsaus-022020/>

Pönkä, H. 2021. Sosiaalisen median tilastot ja käyttö Suomessa: somekatsaus 04/2021. Miten korona vaikutti suomalaisten somen käyttöön? Viitattu 30.3.2022. Saatavissa: <https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-kaytto-suomessa-somekatsaus-04-2021/>

Reilin, T., 2021. Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä, Päijät-Sote. Haastattelu. Viitattu 20.4.2022.

Reponen, J., Kangas, M., Hämäläinen, P., Keränen N., Haverinen, J., 2018. Tieto- ja viestintäteknologian käyttö terveydenhuollossa vuonna 2017: Tilanne ja kehityksen suunta. Viitattu 23.7.2021. Saatavissa: <https://www.julkari.fi/handle/10024/136278>

Reponen, J., Keränen, N., Ruotanen, R., Tuovinen, T., Haverinen, J., Kangas, M. 2021. Tieto- ja viestintäteknologian käyttö terveydenhuollossa vuonna 2020- Tilanne ja kehityksen suunta, Raportti 11/2021. Oulun yliopisto ja Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/143508/URN_ISBN_978-952-343-771-5.pdf?sequence=1

Roivas, M. 2018. Sosiaali- ja terveysalan ammattilainen – satsaa viestintään!. Rehablogin bloggaajat 19.6.2018. Rehablogi, kuntoutuksen ja terveydenhuollon hyviä käytänteitä kehittämässä. Viitattu 23.7.2022. Saatavissa: <https://blogit.metropolia.fi/rehablogi/2018/06/19/sosiaali-ja-terveysalan-ammattilainen-%E2%88%92-satsaa-viestintaan/>

Rusaw, C. 2007. Changing Public Organizations: Four Approaches. *International Journal of Public Administration*, 30(3), 347–361. Viitattu 23.7.2022. Saatavissa:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01900690601117853>

Sihvo, P., Jauhiainen, A., Ikonen, H. 2014. Terveysthuollon ammattilaisten laajeneva osaaminen sähköisten terveystalvelujen kehittämisessä ja käytössä. Teoksessa *Sähköiset terveystalvelut asiakkaiden käyttöön terveydenhuollossa – Teoriasta käytäntöön* Annikki Jauhiainen & Päivi Sihvo (toim.). Viitattu 23.10.2022. Saatavissa:

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/86478/B33.pdf?sequence>

Smailhodzic, E., Hooijsma, W., Boonstra, A., Langley D. 2016. Social media use in healthcare: A systematic review of effects on patients and on their relationship with healthcare professionals. *BMC Health Serv Res* 16, 442 (2016). Viitattu:5.10.2022.

Saatavissa: <https://doi.org/10.1186/s12913-016-1691-0>

Sosiaalihuoltolaki 710/1982. Viitattu:5.10.2022. Saatavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20141301>

Sosiaali- ja terveystministeriö. 2016. Digitalisaatio terveyden ja hyvinvoinnin tukena. Sosiaali- ja terveystministeriön digitalisaatiolinjaukset 2025. Helsinki: Sosiaali- ja terveystministeriö. Viitattu 4.4.2022. Saatavissa:

<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75526/JUL2016-5-hallinnonalanditalisaation-linjaukset-2025.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sosiaali- ja terveystministeriö, Kuntaliitto. 2015. Tieto hyvinvoinnin ja uudistuvien palvelujen tukena. 2020 Sote-tieto hyötykäyttöön -strategia 2020. Viitattu 10.1.2021.

Saatavissa:

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/70321/URN_ISBN_978-952-00-3548-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sosiaali- ja terveystministeriö. 2018. Sähköinen perhekeskus. Kehittämistarpeet, tavoitetila, skenaarit ja toimenpide-ehdotukset. Työryhmän selvitys. Sosiaali- ja terveystministeriön raportteja ja selvityksiä 57/ 2018. Viitattu 12.5.2021. Saatavissa:

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161209/Rap_57_18_Sahkoinen%20perhekeskus_netiti.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sosiaali- ja terveystministeriö. 2020. Kuntoutuksen uudistaminen. Kuntoutuksen uudistamisen toimintasuunnitelma vuosille 2020–2022. Sosiaali- ja Terveystministeriön julkaisuja 2020:39. Viitattu 6.4.2022. Saatavissa:

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162622/STM_2020_39.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2022. Asiakas- ja potilasturvallisuusstrategia ja toimeenpanosuunnitelma 2022-2026. Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisu 2022:2 Viitattu 6.10.2022. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-00-8464-6>

Suomen Fysioterapeutit ry. 2019. Suositus koululaisten ja opiskelijoiden fysioterapiasta kouluympäristössä. Viitattu: 5.4.2022. Saatavissa: <https://www.suomenfysioterapeutit.fi/wp-content/uploads/2019/06/Fysioterapeutit-kouluilla.pdf>

Suomen Fysioterapeutit ry. 2021. Koronavirusohjeita fysioterapeuteille, Etäteknologian käyttöönotto fysioterapiassa. Viitattu: 8.9.2021. Saatavissa: <https://www.suomenfysioterapeutit.fi/edunvalvonta/koronavirus-ohjeita-fysioterapeuteille/fysioterapeutin-tyo-poikkeustilanteessa/etateknologian-kayttoonotto-fysioterapiassa-ohjeistus-fysioterapeuteille/>

Suomen sairaanhoitajat. 2020. Sairaanhoitajien sosiaalisen median ohjeet. Viitattu: 8.9.2021. Saatavissa: <https://sairaanhoitajat.fi/wp-content/uploads/2020/01/Sairaanhoitajien-sosiaalisen-median-ohjeet.pdf>

Suomentietotoimisto STT. 2022. Tekijänoikeudet sosiaalisessa mediassa. Toimittajan etiikka ja juridiikka. Ohjeet sosiaaliseen mediaan. Verkkojulkaisu. Viitattu 12.10.2022. Saatavissa: <https://stt.fi/tyylikirja/toimittajan-etiikka-ja-juridiikka/ohjeet-sosialiseen-mediaan/tekijanoikeudet-sosiaalisessa-mediassa/>

TAYS Pirkanmaan sairaanhoitopiiri. 2020. Sosiaalisen median ohje. Päivitetty 5.11.2020 Verkkosivut. Viitattu 12.10.2022. Saatavissa: [https://www.tays.fi/fi-FI/Sairaanhoitopiiri/Hallinto_ja_paatosenteko/Saannot_ja_ohjeet/Sosiaalisen_median_ohje\(51946\)](https://www.tays.fi/fi-FI/Sairaanhoitopiiri/Hallinto_ja_paatosenteko/Saannot_ja_ohjeet/Sosiaalisen_median_ohje(51946))

TAYS Pirkanmaan sairaanhoitopiiri. 2021. Verkkosivut. Viitattu 12.5.2021. Saatavissa: <https://www.tays.fi/fi-fi/sairaanhoitopiiri>

Tekijänoikeuslaki 404/1961. Viitattu: 20.9.2022. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404>

Terapia Asema Kuperkeikka. 2021. Facebook-profiili. Viitattu 28.8.2021. Saatavissa: <https://www.facebook.com/Terapia-asema-Kuperkeikka-568181266549914>

Terveyden ja hyvinvoinninlaitos THL. 2020. Sosiaali- ja terveystaloudet OYS-eritysvastuualueella 2019. Helsinki: Päätösten tueksi 8/2020. Alueellinen seuranta-arvio. Viitattu 28.8.2021. Saatavissa:

https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/140687/THL_Alueellinen_raportti_2020_OYS%20s%2004122020.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Terveyden ja hyvinvoinninlaitos THL. 2021. Sosiaalisen median toimintapolitiikka. Viitattu 28.8.2021. Saatavissa: <https://thl.fi/fi/ajankohtaista/sosiaalinen-media/sosiaalisen-median-toimintapolitiikka>

Terveyden ja hyvinvoinninlaitos THL. 2021. Sähköisten palveluiden käyttö on lisääntynyt: joka viides asioi sähköisesti sosiaali- tai terveydenhuollossa viime vuonna. Tiedote. Viitattu 28.3.2022. Saatavissa: <https://thl.fi/fi/-/sahkoisten-palveluiden-kaytto-on-lisaantynyt-joka-viides-asioi-sahkoisesti-sosiaali-tai-terveydenhuollossa-viime-vuonna>

Terveydenhuoltolaki 1326/2010. Viitattu: 20.9.2022. Saatavissa: <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20101326>

Terveystalo. 2021. Instagram-profiili. Viitattu: 20.9.2021. Saatavissa: <https://www.instagram.com/terveystalo/?hl=fi>

Tieteen termipankki 2021: Filosofia:soveltava tutkimus. Viitattu:8.9.2021. Saatavissa: https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:soveltava_tutkimus

Tilastokeskus. 2020. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 5.12.2020. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_fi.pdf

Tilastokeskus. 2021. käsitteet, tutkimus ja kehittämistoiminta. Määritelmä. Viitattu:28.8.2021. Saatavissa: https://www.stat.fi/meta/kas/t_ktoiminta.html#tab1

Tirkkonen, P., & Luoma-aho, V. 2014. Authority crisis communication vs. discussion forums: Swine flu. In M. DiStaso & D. Bortree (Eds.), Ethical practice of social media in public relations (192–204). New York, NY: Routledge. Viitattu:28.9.2022. Saatavissa: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315852171-25/authority-crisis-communication-vs-discussion-forums-swine-flu-p%C3%A4ivi-tirkkonen-vilma-luoma-aho>

Tuomi, J., Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi. Viitattu 8.9.2022.

Tutkimuseettinen lautakunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Toimituskunta: Varantola, K., (pj.),Launis, V., Helin, M., Spooft, S., & Jäppinen, S. (siht.) Helsinki. Viitattu:5.10.2021. Saatavissa: https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf

Valkama, K. 2012. Asiakkuuden dilemma. Näkökulmia sosiaali- ja terveydenhuollon asiakkuuteen. Väitöskirja no 267. Vaasa. Vaasan yliopisto. Viitattu:5.10.2022. Saatavissa: https://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-412-4.pdf

Valtioneuvoston kanslia (2016). Avoimesti, rohkeasti ja yhdessä – Valtionhallinnon viestintäsuositus. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 14/2016. Viitattu 26.8.2022. Saatavissa: <https://vnk.fi/viestintasuositus>

Valtiovarainministeriö. 2022. Digitaalisten palvelujen ensisijaisuus. Verkkojulkaisu. Viitattu:5.10.2022. Saatavissa: <https://vm.fi/digipalvelujen-ensisijaisuus>

Varto, J. 1992. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Kirjayhtymä, Helsinki. Viitattu:5.10.2022.

Ventola C Lee. 2014. Social Media and Health Care Professionals: Benefits, Risks, and Best Practices. Pharmacy and Therapeutics. 2014 Jul; 39(7): 491-499, 520. Viitattu: 3.9.2021. Saatavissa: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4103576/pdf/ptj3907491.pdf>

Viitala, R. 2019. Johtamisen keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Helsinki: Edita. Viitattu:5.10.2022.

Virtanen, P., Suoheimo, M., Lemminmäki, S., Ahonen, P. & Suokas, M. 2011. Matkaopas asiakaslähtöisten sosiaali- ja terveystalvelujen kehittämiseen. Tekesin katsaus 281. Tekes, Helsinki. Viitattu:5.10.2022. Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/matkaopas.pdf>

Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., Stuckler, D. 2019. Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. Social Science & Medicine Volume 240, November 2019, 112552. Viitattu:5.10.2022. Saatavissa: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0277953619305465>

Warr, P. 2014. EU ruling: embedding does not equal copyright infringement. Verkkojulkaisu. United Kingdom. Internet Policy Review, Journal on internet regulation. Viitattu:5.10.2022. Saatavissa: <https://policyreview.info/articles/news/eu-ruling-embedding-does-not-equal-copyright-infringement/337>

World confederation for physical therapy WCPT. 2020. Report of the World Physiotherapy/INPTRA digital physical therapy practice task force. World Physiotherapy; 2019.19 March 2020. Viitattu: 3.4.2022. Saatavissa: <https://world.physio/sites/default/files/2021-06/digital-practice-report-2021-FINAL.pdf>

World Health Organisation WHO. 2014. 6. eHealth Factsheet for European Parliament.

Viitattu: 3.4.2022. Saatavissa: [https://www.euro.who.int/_data/assets/pdf file/0010/261694/6.-eHealth,-Factsheet-for-European-Parliament.pdf](https://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0010/261694/6.-eHealth,-Factsheet-for-European-Parliament.pdf)

Liite 1. Tutkimuslupa



PÄIJÄT-HÄMEEN
hyvinvointikuntayhtymä

Ikääntyneiden palvelut ja kuntoutus, kuntoutuksen tulosalue, kuntoutuskeskus ja
asiantuntijapalvelut
Tulosyksikköpäällikkö

VIRANHALTIJAPÄÄTÖS

16.11.2021/11 §

Asianumero	
Päätöslaji	Opinnäytetyö
Otsikko	Luvan myöntäminen opinnäytetyöhön - Valjento Jussi, Sosiaalisen median hyödyntäminen lasten ja nuorten fysioterapiassa, LAB-ammattikorkeakoulun YAMK-opinnäytetyö, M-muut opinnäytteet
Päätöserustelut	<p>LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijan tekemä opinnäytetyö, jonka tarkoituksena on tukea sosiaalisen median käyttöönnottoa lasten ja nuorten kuntoutuksen yksikössä, lasten fysioterapeuttien yksikössä. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää lasten fysioterapeuttien näkemyksiä sosiaalisen median soveltamisesta ja mahdollisuuksista asiakasviestinnän osana lasten fysioterapiassa.</p> <p>Opinnäytetyöstä ei aiheudu kuluja Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymälle.</p>
Päätös	<p>Päätän myöntää luvan opinnäytetyöhön 31.3.2022 saakka seuraavin ehdoin ja edellytyksin.</p> <ul style="list-style-type: none">- saadut tiedot ovat salassa pidettäviä ja niitä saa käyttää vain lupahakemuksessa määritellyn tutkimukseen, rekisteriselosteen mukaisesti- tutkimuksen aikana rekisterinpitäjän on huolehdittava siitä, että tutkimuksessa muodostuvat yksittäisen henkilön identifioinnin mahdollistavat tutkimusaineistot säilytetään omina asiakirjoista erillisinä aineistoina ja suojataan asiattomilta pääsyyiltä sekä manuaalisten että atk-tiedostojen osalta.- jos tutkimusasetelmissa, -henkilöissä tai tiedonkeruussa tulee muutoksia, tulee niistä ilmoittaa lupaviranomaiselle ja tarvittaessa hakea uusi lupa- tietosuojasyyistä tutkimuksen tulokset tulee julkistaa siten, ettei niistä voi tunnistaa yksittäistä henkilöä. Tulosten raportoinnissa ja julkaisemisessa on noudatettava tieteen eettisiä ohjeita.- lupa voidaan peruuttaa, jos lupapäätöksen ehtoja rikotaan- lupapäätöksen saajan tulee antaa päätös tiedoksi kaikille tutkimusryhmän jäsenille ja valvoa ehtojen täyttymistä- henkilötietojen käsittely tapahtuu EU:n yleisen tietosuojasetuksen (GDPR) mukaisesti <p>Luvan saanut on velvollinen toimittamaan valmiin opinnäytetyön sähköisen version Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän</p>

ALLEKIRJOITETTU KONEELLISESTI

tulosyksikköpäällikkö 16.11.2021 14:31

Liite 2. Tietosuojaseloste

Opinnäytetyön tietosuojaseloste:

Henkilötietojen käsittely

Tässä opinnäytetyössä käsitellään henkilötietoja voimassa olevan tietosuojalainsäädännön (EU:n yleinen tietosuoja-asetus 2016/679) mukaisesti. Opinnäytetyön aineistonkeruu tehdään ryhmähaastatteluna etänä TEAMS-sovelluksella. Haastateltavat ovat Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän lasten ja nuorten kuntoutuksen työntekijöitä, lasten fysioterapeutteja. Haastatteluun osallistuminen on vapaaehtoista ja tarvittaessa osallistujalla on mahdollisuus perua tai keskeyttää osallistuminen haastatteluun.

Opinnäytetyössä kerättävä tieto

Saatekirjeen luettuaan terapeutit ilmoittautuvat itse vapaaehtoisena haastateltavaksi. Haastateltavilta pyydetään lupa haastattelujen tallentamiseen. Tarkoituksena on kerätä anonymia tietoa. Haastateltavien henkilötietoja ei tuoda ilmi raportissa. Haastateltavista kerätään tietoina työkokemus vuosina ja käytössä olevat sosiaalisen median sovellukset.

Henkilötietojen suojaaminen

Haastatteluista kerääntyvä aineisto säilytetään oppilaitoksen suojatussa Office-verkkoympäristössä. Aineisto anonymisoidaan litterointi vaiheessa ja tuhoaan heti kun sisältö on saatu dokumentoitua opinnäytetyöhön.

Tietojen siirtäminen

Tietoja ei siirretä keräämisen ja tuhoamisen välissä Office-ympäristöstä muihin sijainteihin.

Henkilötietojen käsittelyaika

Tutkimuslupa on haettu huhtikuun 2022 aikana. Opinnäytetyö valmistuu 2022 aikana. Opinnäytetyön koko aineisto tuhoaan, kun opinnäytetyö on hyväksytty.

Liite 3. Haastattelukutsu



Haastattelukutsu osallistumisesta TEAMS-ryhmähaastatteluun

Hei,

Opiskelen LAB-ammattikorkeakoulussa Sosiaali- ja terveysalan digitaaliset palvelut YAMK-tutkin-
toa. Etsin haastateltavia lastenfysioterapeutteja YAMK- opinnäytetyöhöni liittyvään ryhmähaastatte-
luun. Opinnäytetyössä tutkitaan sosiaalisen median hyödyntämistä lasten fysioterapiassa. Työ on
soveltava tutkimus fysioterapeuttien kokemasta sosiaalisen median käytön tarpeesta.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tukea sosiaalisen median käyttöönottoa lasten ja nuorten kuntou-
tuksen yksikössä, lasten fysioterapeuttien ammattiryhmässä. Tavoitteena on selvittää lastenfysio-
rapeuttien näkemyksiä sosiaalisen median soveltamisesta ja mahdollisuuksista asiakasviestin-
nän osana lasten fysioterapiassa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyy toteutus- ja kehittämisehdotuksia sosiaalisen median soveltami-
sesta. Soveltavan tutkimuksen toteutusta ja tuloksia peilataan Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän
(PHHYKY) tuoreeseen 2021 viestintästrategiaan ja siinä määriteltyihin sosiaalisen median käytön
tavoitteisiin ja strategiaan.

Tämän tutkimuksen aineisto kerätään haastattelemalla lasten fysioterapeutteja ryhmähaastatte-
luna. Tavoitteena on haastatella 4-10 terapeuttia, jotka työskentelevät hyvinvointiyhtymässä eri
kuntien alueella ja sekä perusterveydenhuollossa että erikoisairaanhoidon yksiköissä.

**Tutkimukseen pyydetään osallistumaan terapeutteja, jotka käyttävät ja seuraavat sosiaalista
mediaa ja sen soveltamista aktiivisesti työssä tai vapaa-aikana.**

Haastattelu toteutetaan TEAMS-sovelluksen kautta etänä n.45-60 minuutin mittaisena, alustavasti
touko/kesäkuussa 2022. Haastattelun alussa osallistujille kerrataan tutkimuksen tavoitteet, tieto-
suojakäytäntö ja käsiteltävät teemat sekä avainkäsitteet. Haastattelu tallennetaan.

Mikäli olet halukas osallistumaan tutkimushaastatteluun em. ajankohtana, ole ystävällinen ja ilmoit-
taudu mukaan vastaamalla tähän sähköpostiviestiin tai ottamalla yhteyttä 040-73xxxx.

fysioterapeutti
Jussi Valjento
jussi.valjento@student.lab.fi
LAB-ammattikorkeakoulu
Fysioterapeutti YAMK
Sosiaali- ja terveysala, digitaaliset ratkaisut
Kevät 2022

Liite 4. Ryhmähaastattelun haastattelurunko ja teemat

Haastattelurunko: Lasten fysioterapeutit

Kevät 2022

Taustatiedot haastateltavista:

Haastateltava 1. työkokemus 24v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG, FB

Haastateltava 2. työkokemus 35v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG,FB

Haastateltava 3. työkokemus 22v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG,FB

Haastateltava 4. työkokemus 15v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG,FB

Haastateltava 5. työkokemus 22v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG,FB

Haastateltava 6. työkokemus 17v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG,FB

Haastateltava 7. työkokemus 38v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG,FB

Haastateltava 8. työkokemus 1v., 2 eniten käyttämäsi some-sovellusta: IG,FB

1. Tutkimuksen tavoitteen ja tarkoituksen kertaus
2. Tutkimuksen tietosuojakäytäntö
3. Osallistujien mahdollisuudet osallistua tai vetäytyä haastattelusta
4. Haastattelun toteutustapa- ja aikataulu
- 5. Haastattelun teemat:**

1. Sosiaalisen median soveltaminen fysioterapiassa tällä hetkellä
2. Sosiaalisen median soveltamisen mahdollisuudet terapisuhteessa ja lasten fysioterapiassa
3. Sosiaalisen median soveltamisen vaikutukset lasten fysioterapiayksikön viestintään

Liite 5. Pelkistetyt lauseet, alaluokat ja yläluokat

PELKISTETYT LAUSEET

HARJOITUSTEN ETSIMINEN SOMESTA
SOME VIESTINTÄ ON TÄTÄ PÄIVÄÄ
HALU SIIRTYÄ PAPERITTOMUUTEEN
VANHENTUNEEN OHJAUSMATERIAALIN DIGITOIMINEN
SOMEMATERIAALIN TARPEEN NOUSEMINEN TOIMINNASTA
AKTIIVINEN AJANKÄYTTÖ
SAMANSUUNTAISTEN ASIOIDEN SEURANTA
SATUNNAINEN SOMEN SEURAAMINEN
OMAN TOIMINNAN TAKANA SEISOMINEN
VAPAA-AJAN MIELENKIINTO VAIKUTTAA SIIHEN MITÄ SUOSITTELEE
SOMEKANAVIEN SUURI MÄÄRÄ
SOVELLUKSEN VÄLTÄMINEN

LASTEN VANHEMPIEN KÄYTTÄMÄT SOME ALUSTAT ON TIEDOSTETTU
PERHEEN LÄHETTÄMÄ MATERIAALI
WHATSAPPIN KÄYTTÖ KUUVAN VÄLITTÄMISESSÄ
KÄNNYKÄN KÄYTTÖ PÄÄASIAKALLISENA VIESTINTÄ VÄLINEENÄ
KOULUIKÄISET TAVOITETAAN ÄLYPUHELIMEN KAUTTA VARMIMMIN
ÄLYPUHELIN LUONTEVAMPI TAPA SÄILOÄ TIE TOA KUIN PAPERI

TYÖKALUJEN SAAMINEN
LAATUVAATIMUS OIKEASTA TOIMINTATAVASTA
PEREHDYTYSTARVE PIENI
SOVELLUSTEN ERO, EN HAHMOTTAMINEN ONNISTUU
OMAN OSAAMISEN RAJAT TIE...OSTETAAN
SOMETARONNAN HAHMOTTAMINEN
OSAAMATTOMUUS KUVAAMISEEN
ÄANKÄYTTÖÄ OSTAAN ARVIOIDA

MUREHTIMINEN OIKEASTA TOIMINTATAVASTA
PEREHDYTYSTARVE
OSAAMISEN PUUTE
SOVELLUSTEN ERO, EN HAHMOTTAMINEN HAASTAVAA
OMAN OSAAMISEN RAJOJA EI HAHMOTETA
OSAAMATTOMUUS KUVAAMISEEN
ÄANKÄYTTÖÄ OLISI ARVIOITAVA

VAIN VHSAPP KÄYTÖSSÄ
EN KÄYTÄ SOMEA
SATUNNAISUUS KÄYTÖSSÄ
SATTUMANVARAISTA KÄYTTÖÄ
ÄANPUUTE MATERIAALIN TUOTTAMISEEN
HALUTTOMUUS OMIEN KASVOJEN NÄKYVYYTEEN SOMESSA

AMMATILLISEN OHJEISTUKSEN PUUTTUMINEN
KANSALLISEN OHJEISTUKSEN PUUTTUMINEN
TIETOTURVALLISUUDEN EPÄSELVYYS
TIETOTURVALLISUUDESTA HUOLESTUMINEN
SELKEÄN OHJEISTUKSEN TARVE
MATERIAALIN PÄIVITTÄMISEN VASTUUKO
SOMEN KÄYTÖN RESURSSOINNIN ÄRÄESTÄMINEN
HARRASTESEURAN ESITTELY ON KAUPALLINEN MAINOS

TOISEN TUOTTAMAN SISÄLLÖN ESITTELY TUNTUMINEN EPÄILYTTÄVÄLTÄ
EPÄTIE TOISUUS YKSITYISHENKILÖN TUOTTAMAAN SOMEMATERIAALIN AKAMISEN
EPÄSELVYYS SAAKO TIETTYÄ

YKSITYISYYS SÄÄNTÖJEN EPÄSELVYYS
SOMEN JULKAISUSÄÄNTÖJEN EPÄSELVYYS
JULKAISUN SUORA LAINAUS TAI JAKAMINEN
EN USKALLA ANTAA SUORAA LINKKIÄ SOMEMATERIAALEIHIN
LIIKUNTAKASVATUKSEN TOTEUTTAMINEN SOMEN KAUTTA
SOME SISÄLLÖN PAINOTTAMINEN YLEISEMPÄÄN TERVEYSKASVATUKSEEN
ASIAKKAAN KANSSA ETSITÄÄN YHDESSÄ SOMEMATERIAALIA HETKESSÄ
MATERIAALIA HAETAAN VASTAANOTTO HETKESSÄ
SOSIAALINEN MEDIA OHJAUSVÄLINEENÄ TERAPIASSA
HARJOITUSOHJEIDEN LOYTYMINEN SOMESTA
SOMEN KÄYTTÄMINEN OHJAUSKEINONA NUORTEN RYHMÄ KUNTOOUTUKSESSA
SOMEN SOVELTAMINEN TIEDOTTAMISEEN
SOMEN SOVELTAMINEN PALVELUJEN LÖYDETTÄVYYDEN PARANTAMISEEN
ASIAKKAIEN OHJAAMINEN SOME MATERIAALIIN TUTUSTUMISEEN
SUOREMPI YHTEYS SOMEN KAUTTA
ASIAKKAAN TAUSTATIEDON VÄHYYS
SOMENÄKYVYYDEN TUOMA INHIMILLISYYS TERVEYSPALVELUIHIN
VANHEMPIEN TEKEMÄ SÄHKÖISEN TIEDON HAKEMINEN VERKKOSIVUILTA
ERIKOISSAIRAANHOIDON ROOLIN SELVENTÄMINEN SOMEN KAUTTA
SAAPUMISOHJEISTUKSEN TOTEUTTAMINEN SOMESSA
SOMEMATERIAALIN TUOTTAMINEN SEKÄ VANHEMMILLE ETTÄ LAPSILLE
SOMEN AVULLA NUORTEN PALVELUN KÄYTTÄJÄN TAVOITAMINEN
SOMESSA KOROSTUU VUOROVAIKUTTEISUUS TIEDON JAKAMISEN LISÄKSI
SÄHKÖPOSTIIN LÄHETTÄMINEN
VASTAANOTTAJAN PROFIILIN LÖYTYMINEN SOMESTA ENNAKKOON AJANVARAUKSEN
YHTEYDESSÄ
VINKKAAMINEN MATERIAALIN LÖYTTÄMISESTÄ

SOPIVAN SOMEMATERIAALIN SATTUMALTA LÖYTYMINEN
HAKUSANALLA HAKEMINEN
LAADUKKAAN MATERIAALIN LÖYTYMINEN MAINONNAN KAUTTA
HARJOITUSOHJEIDEN LOYTYMINEN SOMESTA

SOVELLUKSEN KÄYTÖN ASIANMUKAISUUS
PALVELUN VALITSEMINEN ENEMMÄN SAATAVUUTEEN KUIN VASTAANOTTAJAN
NÄKYVYYDEN PERUSTEELLA
PALVELUIDEN NÄKYVÄKSI TEKEMISEN TÄRKEYS
PALVELUPOLUN KUVAAMISEN TYÖKALU
SOMEN VAIKUTUS LÖYDETTÄVYYTEEN
PALVELUN HELppo LÖYDETTÄVYYS
DI...ITAALISEN PALVELUKANAVAN KÄYTTÖ
SOMEN HYÖDYNTÄMINEN LÖYDETTÄVYYDEN TOTEUTTAMISESSA YKSITYISSEKTORILLA
LAADUKKAAN SOMEVIESTINNÄN POSITIIVINEN VAIKUTUS PALVELUIDEN
LÄHESTYTTÄVYYTEEN

AMMATILLINEN TARVE ASIAKKAAN INFORMOINTIIN
SISÄLLÖN JAKAMISEN VASTUUN ASIAKASTYÖSSÄ
JULKAISTAVAN MATERIAALIN MUUTTUMISEN HUOMIOINTI
YHDEN HALLITTAVAN ESIMERKKIJULKAISUN ANTAMINEN
VOIDAANKO SOMEA KÄYTTÄÄ ERI LIIKUNTAMAHDO LLISUUKSISTA KERTOMISEEN
HARRASTESEURAN ESITTELY ON MAHDOLLISESTI KAUPALLINEN MAINOS
VÄÄRÄT YHTEYDENOTOT HUONOSTI HALLITUN SOMENÄKYVYYDEN VUOKSI
HALUTTOMUUS OTTAA VASTUUTA TOISEN JULKAISEMASTA SOMEMATERIAALISTA
YKSITYISEN JA JULKISTEN TAHOJEN SOMEMATERIAALIN JAKAMISEN VÄLINEN ERO
SOMEN KÄYTTÖ TUTKITUN TIEDON JAKAMISEEN
MATERIAALIN PÄIVITTÄMISEN HELPPUUS

ALALUOKAT

LAPSIPERHEIDEN AKTIIVISUUS SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÄJINÄ
FYSIOTERAPEUTIEN HENKILÖKOHTAISEN MOTIVAATION
MERKITYS SOSIAALISEN MEDIAN SOVELTAMISESSA

SOSIAALISEN MEDIAN SOVELTAMISEEN LIITTYVÄN
OHJEISTUKSEN MERKITYS

FYSIOTERAPEUTIN DIGITAITOJEN JA HENKILÖKOHTAISEN
MOTIVAATION MERKITYS SOSIAALISEN MEDIAN
SOVELTAMISESSA

SOSIAALINEN MEDIA TIEDONHAUN JA JAKAMISEN KANAVANA
ASIAKASVIESTINNÄN AMMATILLISUUS

YLÄLUOKAT

SOSIAALISEN MEDIAN SOVELTAMISEN EDELLYTYKSIÄ
LASTEN FYSIOTERAPIASSA

SOSIAALISEN MEDIAN SOVELTAMISEN HAASTEET
LASTEN FYSIOTERAPIASSA

SOSIAALISEN MEDIAN SOVELTAMINEN LASTEN
FYSIOTERAPIAN PALVELUPOLULLA