

JYU.WELL HYVINVOINNIN TUTKIMUKSEN VIESTINNÄN JA VAIKUTTAVUUDEN KEHITTÄJÄNÄ

Iida Akselin, Sofia Heiskanen, Aijaleena Kilpinen, Oona Lehtonen,
Joonas Luotonen, Anna Pohjola, Nelli Ratilainen, Ida Rautiainen,
Teemu Ruohonen & Jenika Uusipaavalniemi



JYU REPORTS 54

**Iida Akselin, Sofia Heiskanen, Aijaleena Kilpinen, Oona Lehtonen,
Joonas Luotonen, Anna Pohjola, Nelli Ratilainen, Ida Rautiainen,
Teemu Ruuhonen & Jenika Uusipaavalniemi**

**JYU.WELL HYVINVOINNIN
TUTKIMUKSEN VIESTINNÄN JA
VAIKUTTAUVUUDEN KEHITTÄJÄNÄ**



**JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ**

JYVÄSKYLÄ 2024



Avainsanat: tutkimus, vaikuttavuus, tiedeviestintä, hyvinvointi, JYU.Well, hyvinvointitutkimus, viestintäkanavat

Kansikuva: Ida Rautiainen

Copyright © 2024 Authors and University of Jyväskylä

Permanent link to this publication: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-86-0459-4>

ISBN 978-952-86-0459-4 (PDF)

URN:ISBN:978-952-86-0459-4

DOI: <https://doi.org/10.17011/jyureports/2024/54>

ISSN 2737-0046



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license (CC BY 4.0).

Tiivistelmä

Tutkimuksen vaikuttavuus on noussut keskeiseksi keskustelunaiheeksi niin tieteellisen yhteisön kuin päätöksentekijöiden keskuudessa. Tiedeviestinnällä on merkittävä rooli tieteellisen tiedon saavutettavuuden parantamisessa, tutkimusten, tutkijoiden ja yliopistojen näkyvyyden lisäämisessä sekä yhteiskunnallisen vaikuttavuuden vahvistamisessa. Tässä raportissa tarkastellaan tiedeviestintää ja tutkimuksen vaikuttavuutta osana yhteiskunnallista vuorovaikutusta sekä viestinnän tarpeita, hyötyjä ja keinoja. Lisäksi käsitellään Jyväskylän yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisön JYU.Wellin roolia hyvinvoinnin tutkimuksen viestinnän ja vaikuttavuuden kehittäjänä.

Julkaisu tarjoaa hyvinvoinnin tutkijoille ja muille tiedeviestinnästä kiinnostuneille tietoa ja konkreettisia ideoita viestinnän kehittämiseksi ja tutkimuksen vaikuttavuuden lisäämiseksi. Ideoita hyödyntämällä voidaan parantaa tutkijoiden viestintäosaamista, edistää tieteen ja yhteiskunnan välistä vuorovaikutusta sekä vahvistaa tieteellisen tiedon yhteiskunnallista vaikuttavuutta.

Esipuhe

Jyväskylän yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisön JYU.Wellin tehtävänä on edistää hyvinvoinnin tutkimuksen ja koulutuksen monialaista yhteistyötä, kirkastaa sen profiilia sekä edistää monialaisen osaamisemme vaikuttavuutta, tunnettuutta ja kilpailukykyä niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin.

JYU.Well-kesätiimi on toimintamuoto, jolla myös eri alojen opiskelijat pääsevät mukaan hyvinvoinnin monialaiseen yhteistyöhön. Kokoamme kesätiimiin eri alojen loppuvaiheen opiskelijoita annetun teeman mukaisesti monipuolisiin asiantuntijatehtäviin osoittaen tiimille myös suunnittelu- ja organisointivastuuta. Kesätiimi on osoitautunut oivalliseksi tavaksi organisoida opiskelijoiden asiantuntemusta tulokselliseksi työksi, ja samalla se on toiminut innostavana hyvinvoinnin asiantuntijoiden koulutusmuotona. Monelle opiskelijalle se on myös pakollinen tai valinnainen opintoihin kuuluva harjoittelu. Monialaisen yhteistyön on koettu opettavan hedelmälliseen työskentelyyn, jossa jokainen saa tuoda oman asiantuntemuksensa rakentavaksi osaksi tiimiä.

Kesällä 2024 kesätiimin työn teemaksi valittiin hyvinvoinnin tutkimuksen viestinnän ja vaikuttavuuden edistäminen. Saimme yliopiston opiskelijoille suunnattuun avoimeen hakuun noin 90 hakijaa, joista valitsimme kymmenhenkisen kesätiimin toteuttamaan tutkijoiden toivomia monipuolisia tehtäviä. Tutkimusryhmät saivat apua mm. verkkosivujen ja esittelymateriaalin tuottamiseen, valo- ja videokuvaukseen, sosiaalisen median julkaisujen suunnitteluun sekä erilaisten tekstien kirjoittamiseen ja kääntämiseen. Lisäksi kesätiimi ideoi ja toteutti koko JYU.Well-yhteisön viestintää tukevia toimia: mm. podcast-sarjan, uudet Instagram ja LinkedIn-kanavat, haalari-merkkejä ja infokampanjan materiaaleineen. Näitä tehtäviä kesätiimiläiset toteuttivat pienissä ryhmissä, joissa sekä hyödynnettiin oman koulutusalan osaamista että opittiin uutta.

Tämä raportti on JYU.Well-kesätiimin 2024 yhteinen lopputyö. Se toimii viitekehyksenä ja kokoaa sitä moninaista tiedeviestintätöitä, jossa kesätiimiläiset ovat olleet ideoimassa ja viemässä eteenpäin. Siihen on myös koottu vinkkejä tiedeviestinnän ja tutkimuksen vaikuttavuuden tueksi jatkossa. Kesätiimi on saanut yhteisömme tutkimusryhmistä erinomaista, kiittävää palautetta niin osaamisen ja työn tulosten kuin toimivan vuorovaikutuksen, innostuneen asenteen ja työskentelytapojenkin osalta. Onnittelten kesätiimiä hyvästä työstä ja toivotan menestystä myös jatkoon! Toivon että hyvä työ kantaa eteenpäin myös tämän raportin avulla.

JYU.Wellin puolesta työtä ohjannut Päivi Fadjukoff

SISÄLTÖ

	Tiivistelmä	3
	Esipuhe.....	4
1	Johdanto.....	7
2	Tiedeviestintä osana yliopiston yhteiskunnallista vaikuttavuutta	9
	2.1 Yliopistojen yhteiskunnallinen vaikuttavuus.....	9
	2.1.1 Vuorovaikutus ja vaikuttavuus	10
	2.1.2 Yliopiston yhteiskunnallisen vaikuttavuuden ja vuorovaikutuksen muotoja	11
	2.2 Tiedeviestintä.....	11
	2.2.1 Vaikuttava viestintä.....	11
	2.2.2 Konkreettisia tiedeviestinnän keinoja.....	15
	2.3 Tutkija tiedeviestijänä.....	15
3	JYU.Well tuo hyvinvoinnin osaamista näkyväksi.....	17
	3.1 Mikä JYU.Well?.....	17
	3.2 Tavoitteet ja pääviestit.....	18
	3.2 JYU.Wellin viestinnän toteuttaminen.....	19
	3.3 JYU.Wellin viestinnän kanavia	21
	3.3.1 Sosiaalinen media.....	21
	3.3.2 LinkedIn.....	22
	3.3.3 Instagram	22
	3.3.4 Uutiskirje.....	23
	3.3.5 Verkkosivut	23
	3.3.6 Podcast.....	25
	3.3.7 Työpajat	27
	3.3.8 Tapahtumat	27
	3.3.9 Rullajulisteet, pöytäkolmiot ja brändituotteet.....	28
4	Kohti parempaa tunnettuutta ja vaikuttavuutta	30
	4.1 Ideoita JYU.Well-yhteisölle.....	30
	4.1.1 Hyvinvointia käsittelevän opinnäytteen palkitseminen.....	30
	4.1.2 Harjoittelijat edistämään hyvinvoinnin tutkimusta	31
	4.1.3 Hyvinvointihetket	32
	4.2 Ideoita JYU.Well-yhteisön jäsenille.....	32
	4.2.1 Järjestelmällinen viestintä yliopiston viestinnän tuella	32
	4.2.2 Opinnäytetöiden toimeksianto	34

	4.2.3 JYU.Well viestintäkanavien hyödyntäminen.....	34
	4.2.4 Oman tutkimuksen esiin tuominen sosiaalisessa mediassa	35
5	Yhteenveto.....	36
	Lähteet	38
	Kirjoittajat.....	41
	Liitteet.....	42
	Liite 1.....	42
	Liite 2.....	44
	Liite 3.....	44
	Liite 4.....	46

1 JOHDANTO

Yliopistojen keskeinen tehtävä on edistää yhteiskunnan kehitystä ja hyvinvointia tutkimuksen ja koulutuksen keinoin. Tämä edellyttää aktiivista vuorovaikutusta ympäröivän maailman kanssa. Tiedeviestinnällä on tässä tärkeä rooli, sillä se tekee tieteellisen tiedon saavutettavammaksi ja vahvistaa yhteyksiä tieteen ja yhteiskunnan välillä (Karvonen, Kortelainen & Saarti 2014, 50–53). Jotta tiedeviestintä olisi vaikuttavaa ja merkityksellistä, se on kohdennettava eri yleisöille oikein. Tämä edellyttää huolellista suunnittelua ja viestinnällistä ajattelua (Åberg 2000; Salminen 2021a).

Tutkimuksen vaikuttavuus on noussut keskeiseksi keskustelunaiheeksi niin tieteellisen yhteisön kuin päätöksentekijöiden keskuudessa. Vaikuttavuus viittaa siihen, kuinka tutkimustieto muuttaa yhteiskuntaa, käytäntöjä tai tulevaa tutkimusta, ja sitä voidaan tarkastella eri tasoilla, kuten tieteellisellä, sosiaalisella ja poliittisella tasolla. Perinteisesti tieteellisen tutkimuksen vaikuttavuutta on mitattu julkaisujen määrällä ja niiden saamista viittauksilla, mutta nykyisin huomioidaan myös laajemmin tutkimuksen yhteiskunnalliset ja taloudelliset vaikutukset (Bornmann 2013). Tutkimuksen vaikuttavuus edesauttaa sen vaikutuksia erilaisiin yhteiskunnan ilmiöihin ja kehityskuluihin (Suomen Akatemia 2024).

Tiedeviestintä on noussut yhä tärkeämpään asemaan tutkimuksen merkityksen esiin tuomisessa. Aktiivinen viestintä lisää tutkimusten, tutkijoiden ja yliopistojen näkyvyyttä ja vahvistaa niiden yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Laajalle yleisölle suunnattu tieteellinen viestintä voi myös parantaa tutkimusten rahoitusmahdollisuuksia, kun projektien tai hankkeiden yhteiskunnallinen vaikuttavuus voidaan perustella selkeästi viestintästrategian avulla (Suomen Akatemia 2024). Näin ollen tutkijoiden tiedeviestintätaidot korostuvat yhä enemmän.

JYU.Well on Jyväskylän yliopiston monialainen hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisö, joka perustettiin vuonna 2021. Sen tavoitteena on yhdistää yliopiston monitieteinen hyvinvoinnin tutkimus näkyväksi ja vaikuttavaksi kokonaisuudeksi. JYU.Well kokoaa yhteen eri tieteenalojen asiantuntijat, jotka tuottavat tutkimusta

hyvinvoinnin eri näkökulmista ihmisten, yhteisöjen ja yhteiskunnan tasolla. JYU.Well on osa Jyväskylän yliopiston strategiaa "Osaava ja hyvinvoiva ihminen".

Tässä julkaisussa tarkastellaan tiedeviestintää ja tutkimuksen vaikuttavuutta osana yhteiskunnallista vuorovaikutusta, viestinnän tarpeita, hyötyjä ja keinoja, sekä syvennyttään JYU.Wellin rooliin hyvinvoinnin tutkimuksen viestinnän ja vaikuttavuuden kehittäjänä. Julkaisu tarjoaa hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisölle ja muille tiedeviestinnästä kiinnostuneille tietoa ja konkreettisia ideoita viestinnän kehittämiseksi ja tutkimuksen vaikuttavuuden lisäämiseksi. Ideoiden avulla voidaan parantaa tutkijoiden viestintäosaamista, edistää tieteen ja yhteiskunnan välistä vuorovaikutusta sekä lisätä tieteellisen tiedon yhteiskunnallista vaikuttavuutta.

2 TIEDEVIESTINTÄ OSANA YLIOPISTON YHTEISKUNNALLISTA VAIKUTTAVUUTTA

Yliopistoilla on merkittävä rooli yhteiskunnan kehittämisessä ja hyvinvoinnin edistämässä. Yliopiston yhteiskunnallisen vaikuttavuuden muotoja ovat muun muassa tiedon välittäminen, tutkimuksen edistäminen ja asiantuntijoiden osallistuminen yhteiskunnalliseen keskusteluun (Tirronen 2023; Suomen Akatemia 2024). Tutkijoiden onkin tärkeä viestiä tutkimuksistaan ja tutkimustuloksistaan tiedeviestinnän keinoin, sillä se voi lisätä tutkimuksen näkyvyyttä ja siten yhteiskunnallista vaikuttavuutta.

Tiedeviestintä sisältää tutkimuksesta ja tutkimustuloksista viestimisen ja voi tapahtua eri tasoilla, kuten asiantuntijoiden kesken tai yhteiskunnallisesti (Karvonen, Kortelainen & Saarti 2014, 165). Vaikuttavalla viestinnällä voidaan muokata vastaanottajien tietoja, mielipiteitä, asenteita ja käyttäytymistä (Åberg 2000).

2.1 Yliopistojen yhteiskunnallinen vaikuttavuus

Perinteisesti yliopistoilla nähdään olevan kaksi perustehtävää: tutkimus ja ylin opetus. Näiden lisäksi puhutaan ”kolmannesta tehtävästä” eli yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta. Yhteiskunnallinen vaikuttavuus ja vuorovaikutus on yliopistolakiin kirjattu tehtävä, mutta se ei ole vain muista tehtävistä irrallinen ”kolmas tehtävä”, vaan tärkeä osa yhtenäistä kokonaisuutta. (Niiniluoto 2015) Yhteiskunnallinen vaikuttavuus kuvaa siis sitä, miten ja kuinka paljon yliopisto vaikuttaa yhteiskuntaan (Siikaaho 2015). Parhaimmillaan vaikuttavuus on keskeinen osa yliopiston kaikkia toimintoja.



Yliopistojen tehtävänä on edistää vapaata tutkimusta sekä tieteellistä ja taiteellista sivistystä, antaa tutkimukseen perustuvaa ylintä opetusta sekä kasvattaa opiskelijoita palvelemaan isänmaata ja ihmiskuntaa. Tehtäviään hoitaessaan yliopistojen tulee tarjota mahdollisuuksia jatkuvaan oppimiseen, toimia vuorovaikutuksessa muun yhteiskunnan kanssa sekä edistää tutkimustulosten ja taiteellisen toiminnan yhteiskunnallista vaikuttavuutta.

(Yliopistolaki 558/2009 2 §)



Kuva 1. Ote yliopistolaista.

Vaikuttavuus rakentuu prosessin kautta. Tutkimustulokset voivat vaikuttaa esimerkiksi lainsäädäntöön tai ihmisten käyttäytymiseen. Pitkän aikavälin vaikuttavuus voi puolestaan johtaa merkittäviin rakenteellisiin muutoksiin esimerkiksi sosiaalisilla, kulttuurisilla, taloudellisilla tai ekologisilla aloilla. (Bornmann 2013)

2.1.1 Vuorovaikutus ja vaikuttavuus

Yliopistojen vaikuttavuus perustuu yliopiston sisällä, korkeakoulujen välillä, sekä yliopiston ja yhteiskunnan muiden sektoreiden välillä tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Onkin tärkeää, että yliopistot ja niissä toimivat tutkijat pitävät yllä suhteita moninaisiin verkostoihin ja sidosryhmiin.

Yliopistojen ja korkeakoulujen vaikuttavuutta määrittelevät niiden vuorovaikutussuhteet muiden yhteiskunnallisten toimijoiden kanssa (Ilmavirta ym. 2013). Yliopistojen yhteiskunnallinen vaikuttavuus voidaan nähdä kaksisuuntaisena vuorovaikutuksena yhteiskunnan ja yliopistojen välillä: yhteiskunnan eri sektorit osallistuvat vuorovaikutukseen, joka voi puolestaan johtaa yliopistojen vaikuttamiseen yhteiskunnassa (Siika-aho 2015). Esimerkiksi valtio tai yksityinen sektori voi osallistua vuoropuheluun tarjoamalla omiin tiedontarpeisiinsa suunnattua tukea tai resursseja yliopistolle. Yliopisto voi hyötyä tarjotuista resursseista ja saada aikaan tutkimustuloksia, joille yhteiskunnassa on tarvetta ja joista yhteiskunnan eri sektorit hyötyvät. Tällaista *win-win*-asetelmaa, jossa molemmat osapuolet hyötyvät, voidaan pitää yliopistojen yhteiskunnallisen vuorovaikutuksen tavoiteltuna tilana sekä lähtökohtana (Siika-aho 2015).

2.1.2 Yliopiston yhteiskunnallisen vaikuttavuuden ja vuorovaikutuksen muotoja

Yliopistot ovat olennainen osa sivistisyhteiskuntaamme. Yliopistot vaikuttavat yhteiskuntaan monella tasolla, suoraan ja epäsuoraan (Lyytinen ym. 2015). Suorasta vaikuttamisesta puhutaan, kun yliopisto tuottaa taitoja ja tietoa, jotka siirtyvät suoraan esimerkiksi yritysten käyttöön. Epäsuorasta vaikuttamisesta puhutaan, kun huomioidaan vaikuttavuuden ja vuorovaikutuksen moninaisuus, eikä tuotettu tieto tai osaaminen siirry suoraan ja yksisuuntaisesti yliopistolta muulle toimijalle.

Yliopistojen yhteiskunnallisen vaikuttavuuden muotoja ovat muun muassa tiedon välittäminen osaksi yhteiskunnan eri sektoreiden toimintaa, sekä tutkimuksen, opetuksen, oppineisuuden ja sivistyksen edistäminen. Yliopistot myös kouluttavat suuren osan yhteiskunnan osaamispääomasta: koulutus on merkittävä osa yliopistojen vaikuttavuutta. (Tirronen 2023) Alla olevassa kuviossa 1 on esimerkkejä yliopistojen yhteiskunnallisen vaikuttavuuden ja vuorovaikutuksen muodoista koottuna Tirrosen (2023) ja Suomen akatemian (2024) mukaan.



Kuvio 1. Esimerkkejä yliopistojen yhteiskunnallisen vaikuttavuuden ja vuorovaikutuksen muodoista.

2.2 Tiedeviestintä

2.2.1 Vaikuttava viestintä

Viestintä on sanomien vaihtamista lähettäjän ja vastaanottajan välillä (Kunelius 2003, 10), siis tiedon, ajatusten, tunteiden ja ideoiden välittämistä ihmiseltä tai ryhmältä

toiselle. Viestintä voi olla sanallista tai sanatonta, suoraviivaista tai monimutkaista, ja se voi tapahtua kasvokkain, teknologian välityksellä tai median kautta. Tämä prosessi voi tapahtua monin eri tavoin, kuten puheen, kirjoitetun tekstin, eleiden, ilmeiden, visuaalisten kuvien, äänten ja muiden merkkien avulla. Viestintä on olennaista ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa ja keskeinen osa yhteiskunnan toimintaa, työelämää ja henkilökohtaisia suhteita.

Vaikuttavalla viestinnällä voidaan muokata vastaanottajien tietoja, mielipiteitä, asenteita ja käyttäytymistä (Åberg 2000). Viestintä on vaikuttavaa, kun sen seurauksena vastaanottajan ajattelutapa tai toiminta muuttuu toivotulla tavalla (Salminen 2021b; Åberg 2010; Åberg 2000). Suunnitelmallisuuden avulla voidaan sujuvammin yhdistää viestittävä asia, vastaanottaja-ajattelu ja jatkuvuus:

1. **Viestin ydin ja tavoite:** Viestin keskeinen sisältö ja tavoite tulee olla selkeänä mielessä. Mitä halutaan, että kohderyhmässä tapahtuu viestin innoittamana?
2. **Vastaanottajan asemaan asettuminen:** Viestintää suunniteltaessa tulee asettaa vastaanottajan asemaan. Mikä herättää vastaanottajassa reaktion? Miten muotoilla viesti kiinnostavaksi, jotta vastaanottaja välittää sen eteenpäin?
3. **Jatkuvuus:** Viesti ei ole yksittäinen ilmoitus, vaan osa hyvin suunniteltua kokonaisuutta, joka yhdistyy aiempaan ja tulevaan viestintään. (Salminen, 2021a)

Tiedeviestinnällä tarkoitetaan usein tutkimuksesta ja tutkimustuloksista yleistajuista viestimistä kohdeyleisölle, sekä tieteen toimintatapojen avaamista laajemmalle yleisölle. Tiedeviestintä on monitasoinen prosessi, joka vaihtelee oman alan asiantuntijoiden välisestä viestinnästä laajan yleisön tavoittamiseen. Sen tärkeä päämäärä on tieteellisen tiedon tuominen yhteiskuntaan sekä tieteen ja yhteiskunnan välisen suhteen ylläpitäminen. (Laaksonen & Poutanen 2020; Karvonen, Kortelainen & Saarti 2014, 50–53.)

Jotta tiedeviestinnästä saadaan vaikuttavaa, sitä voidaan kohdentaa eri yleisöille viidellä tasolla: (1) intraspecialistinen, (2) interspecialistinen, (3) pedagoginen ja (4) populaarinen viestintä sekä (5) viestintä päättäjille. *Intraspecialistinen viestintä* tapahtuu oman alan asiantuntijoiden kesken, käyttäen erikoisterminologiaa. *Interspecialistinen viestintä* taas yhdistää eri alojen asiantuntijat ja edellyttää yleensä viestin selkeyttämistä ja ymmärrystä eri tieteenalojen välillä. *Pedagogisessa viestinnässä* tieto siirtyy opiskelijoille luennoilla ja oppimateriaaleissa, tukien alan normien ja ajattelutapojen omaksumista. *Populaari viestintä* tavoittaa laajan yleisön, mukauttaen sisällön helposti ymmärrettäväksi esimerkiksi yleisöluennoilla ja tiedeartikkeleissa, edistäen samalla tieteen näkyvyyttä ja rahoitusta. (Karvonen, Kortelainen & Saarti 2014, 170–174)

Tutkimuksesta *viestiminen päättäjille* on yhteiskunnan kehityksen kannalta oleellista, ja tutkijan on hyvä pystyä kiteyttämään tutkimuksestaan tietoa, joka on relevanttia yhteiskunnallisessa päätöksenteossa. Esimerkiksi politiikkasuositukset, kohdennetut tiedotustilaisuudet sekä lausuntojen kirjoittaminen valmisteltavista uudistuksista ja lainsäädännöstä ovat viestimistä päättäjille. Viestinnän tapa voi olla sekoitus edellä mainittuja viestinnän tasoja, riippuen päättäjän tietotasosta. Yleisesti päättäjille viestiessä kuitenkin korostuvat erityisesti ajankohtaisuus sekä lyhyt ja ytimekäs viestintä, jossa ongelmien sijaan korostetaan ratkaisuja (Valtioneuvosto 2015).

Selkeä, inspiroiva ja ymmärrettävä tiedeviestintä tekee tieteellisestä tiedosta helposti lähestyttävää ja merkityksellistä laajalle yleisölle. Se ottaa huomioon erilaiset yleisöt ja heidän tietotasonsa, pyrkien herättämään uteliaisuutta sekä edistämään ymmärrystä ja keskustelua tieteellisistä aiheista.

Kun tiedeviestintää suunnitellaan ja toteutetaan, on tärkeää ottaa huomioon viestimisen tavoite, sisältö, esitystapa ja kohderyhmä. Lisäksi on varmistettava sen jatkuvuus ja säännöllisyys. Alla olevassa taulukossa 1 on tiivistettynä tiedeviestinnän pääkohtia perustuen lähteisiin: Isotalus (2023), Halonen (2021), Salminen (2021a), Salminen (2021b), Tieteellisen seurain valtuuskunta (2020), Karvonen, Kortelainen & Saarti (2014), Tirronen (2010) ja Borchelt (2008).

Taulukko 1. Tiedeviestinnän pääkohdat.

1. Tavoite, sisältö ja esitystapa



2. Vastaanottajan huomioiminen



3. Jatkuvuus ja säännöllisyys



2.2.2 Konkreettisia tiedeviestinnän keinoja

Tutkimusjulkaisut ovat keskeinen tapa lisätä tutkimuksen yhteiskunnallista näkyvyyttä ja vaikuttavuutta, ja ne on usein suunnattu erityisesti saman alan muille tutkijoille eli intraspesialistiselle yleisölle. Näiden julkaisujen avulla muut tutkijat voivat hyödyntää ja jatkojalostaa tutkimustuloksia omassa työssään. Tutkimusta ja sen tuloksia tuodaan esiin tutkimusjulkaisujen kautta, joiden merkitys tiedeyhteisön sisäisessä viestinnässä onkin korvaamaton.

Jo tutkimusartikkelia kirjoitettaessa on hyvä miettiä, miten tutkimus saavuttaisi myös laajemman, eri alojen asiantuntijoista koostuvan interspesialistisen yleisön. Tähän voi sisältyä avainsanojen huolellinen valinta, artikkelien pohdintaosioiden avaaminen eri näkökulmista sekä tutkimusartikkelista uutisointi. Näin varmistetaan, että tutkimus resonoi myös niiden kanssa, jotka eivät välttämättä ole samalla alalla, mutta joille tutkimuksen tulokset voivat olla arvokkaita. Muiden alojen asiantuntijoiden kiinnostuksen herättäminen voi olla vaativampaa, mutta tarjoaa mahdollisuuden eri näkökulmien tarkasteluun.

Kielen selkeyttäminen on avainasemassa, kun tavoitteena on populaarinen viestintä, joka tekee tutkimuksen tulokset ymmärrettäväksi laajemmalle yleisölle. Tämä koskee erityisesti sellaisia kanavia kuin blogeja ja sosiaalista mediaa, joissa viestintä on suunnattu suurelle yleisölle. Aktiivinen tiedeviestintä eri kanavissa auttaa tekemään tutkimuksesta tavoitettavampaa ja lisää mahdollisuuksia siihen, että tutkimustulokset huomataan ja niistä keskustellaan laajemmin niin yliopiston sisällä kuin sen ulkopuolellakin.

Tiedeviestinnän vaikuttavuutta voi mitata esimerkiksi tutkimusjulkaisujen katselukertojen lukumäärällä. Lisäksi julkaistujen artikkelien lukukerrat ja lataukset voivat toimia näkyvyyden ja vaikuttavuuden lisääntymisen mittareina. On hyvä kuitenkin muistaa, että lukukerrat eivät ole suoraan yhteydessä lisääntyneeseen yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden laadun ja määrän suora arvioiminen sekä mittaaminen voi olla haasteellista (Heikkilä & Jokinen 2015, 34). Mittaamisen tekee haasteelliseksi esimerkiksi korkeakoulujen heterogeeninen luonne, vaikuttavuuden monimuotoisuus ja kontekstuaalisuus (Lyytinen ym. 2015).

2.3 Tutkija tiedeviestijänä

Tutkija voi parhaimmillaan tutkija parantaa tiedeviestinnän avulla työnsä vaikuttavuutta ja edistää tieteen ja tiedon hyödyntämistä yhteiskunnan hyväksi. Avoin viestintä vahvistaa tiedeyhteisön ja yleisön välistä suhdetta ja lisää yhteiskunnallista luottamusta tiedettä kohtaan. Tiedeviestinnän tulisikin olla tutkijan työn keskeinen osa, jolla hän jakaa tietoa tutkimuksestaan, lisää tutkimusprojektinsa näkyvyyttä ja

vaikuttavuutta sekä vahvistaa asemaansa alan asiantuntijana. Yliopistoissa ja tutkimuslaitoksissa on viestinnän ammattilaisia, mutta he eivät voi tuntea yksityiskohtaisesti jokaisen tutkijan työtä ja tutkimustuloksia, joten suuri vastuu viestinnästä on tutkijoilla itsellään.

Tutkijan rooli tiedeviestinnässä sisältää osallistumisen yhteiskunnalliseen keskusteluun, jossa asiantuntijana kommentoidaan ja arvioidaan julkisuudessa olevia ilmiöitä (Väliveronen 2015). Tutkijan tunnettuus ja asema alansa asiantuntijana voi kasvaa esimerkiksi säännöllisten blogikirjoitusten, julkisten esiintymisten ja tutkimusjulkaisujen kautta. Sosiaalinen media ja muut viestintäkanavat tarjoavat tutkijoille mahdollisuuden olla vuorovaikutuksessa laajemman yleisön kanssa, mikä on erityisen tärkeää nykypäivän vuoropuhelua korostavassa viestintäkulttuurissa. Myös hankeviestinnän avulla tutkija voi nostaa tunnettuuttaan. Hankeviestintä alkaa usein jo tutkimusprojektin tai muun hankkeen alussa ja jatkuu julkaisuilla tutkimuksen etenemisestä ja merkittävistä tuloksista, mikä lisää projektin näkyvyyttä ja kiinnostusta.

Yhteiskunnallisen näkyvyyden ja vaikuttavuuden tavoite ei kuitenkaan aina toteudu. Yhteiskunnallinen vuorovaikutus voi näyttäytyä tutkijalle vain välttämättömänä hoidettavana asiana, johon ei ole tarvittavia resursseja. Tiedeviestintä ja sitä kautta vaikuttavuuden lisääminen voi tuntua työläältä, vaikealta tai aikaa vievältä. Koska tutkijoilla ei aina ole resursseja panostaa viestintään, he tarvitsevat tukea ja työkaluja vaikuttavan tiedeviestinnän saavuttamiseksi. Käytännönläheiset viestintäoppaat ja työpajat, joissa opastetaan esimerkiksi sosiaalisen median käytössä, voivat olla hyödyllisiä. Yliopiston viestintätiimi voi auttaa tiedeviestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa. Lisäksi tutkimusavustajat voivat avustaa tutkijaa viestinnän toteuttamisessa, kuten julkaisujen laatimisessa ja aikataulutamisessa tai tiedotteiden kirjoittamisessa.

Tiedeviestinnän merkitys on kasvanut rahoitusleikkausten myötä, kun yliopistojen ja tutkimuslaitosten on pitänyt hankkia rahoitusta aiempaa omatoimisemmin (Steiner, Sundström & Sammalisto 2013). Yliopistot ja tutkimuslaitokset pyrkivät saamaan lisää näkyvyyttä ja rahoitusta tieteenaloilleen ja tutkimukselleen (Väliveronen 2015). Tutkijat ovat luonnollisesti tässä tärkeässä roolissa edustaessaan yliopistoja. Viestimällä tutkimuksistaan tutkija voi kasvattaa henkilökohtaista tunnettuuttaan ja myös houkutellessaan rahoitusta ja osallistujia tutkimusprojekteihinsa. Lisäksi tutkijan ja hänen tutkimuksensa näkyvyys tukee tutkijoiden välistä yhteistyötä ja verkostoitumista, mikä rikastuttaa tutkimustyötä, ja voi johtaa uusiin tutkimusmahdollisuuksiin ja yhteistyökumppanuuksiin.

3 JYU.WELL TUO HYVINVOINNIN OSAAMISTA NÄKYVÄKSI

3.1 Mikä JYU.Well?

JYU.Well on monialainen hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisö ja yksi Jyväskylän yliopiston profilointialueista. Se perustettiin vuonna 2021 kokoamaan yliopiston eri tieteenalojen hyvinvointitutkimus yhteen näkyväksi ja vaikuttavaksi kokonaisuudeksi. Näin haluttiin korjata tilanne, jossa eri tiedekuntiin ja yksiköihin sijoittuva yliopiston hyvinvointiosaaminen oli merkittävydestään huolimatta hajanainen kokonaisuus ja kattavan kuvan saaminen Jyväskylän yliopiston hyvinvointiosaamisesta oli vaikeaa. Perustetun JYU.Wellin päätavoite on olla Jyväskylän yliopiston hyvinvointitutkimuksen ja -osaajien tukipilari, sekä muodostua kiinteäksi osaksi yliopiston toimintaa.

JYU.Well-yhteisö koostuu eri tieteenalojen hyvinvoinnin asiantuntijoista, jotka tuottavat merkityksellistä ja vaikuttavaa tutkimusta hyvinvoinnin eri näkökulmista. Yhteisössä toimii monitieteinen johtoryhmä ja siitä valittu kolmijäseninen puheenjohtajisto, jonka johdolla varmistetaan sujuva vuorovaikutus yliopiston eri yksiköiden ja sidosryhmien kanssa.

Hyvinvoinnin tutkimusta ja sen monialaista yhteistyötä edistetään myös profiointirahoituksella, jota on osoitettu tukemaan yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen kehittämistä ja Jyväskylän yliopiston strategian Osaava ja hyvinvoiva ihminen toteutumista. JYU.Well-profiointialue on osa Jyväskylän yliopistossa toteutettavia Suomen Akatemian profiointitoimia vuosina 2023–2028. Tavoitteena on tuottaa uudenlaista ja monialaista tietoa ja ymmärrystä ihmisten hyvinvoinnista eri elämänvaiheissa, yhteisöissä sekä yhteiskunnissa. Uusia lähestymistapoja tarvitaan erityisesti hyvinvoinnin moninäkökulmaiseen tutkimiseen ihmisen elämänkaaren eri vaiheissa sekä hyvinvoinnin kannalta keskeisissä siirtymäkohdissa. JYU.Well -profiointi-

rahoitus on mahdollistanut myös uusien tutkijoiden rekrytoinnin monitieteistä hyvinvoinnin tutkimuksen kehittämiseksi sekä yliopiston profiloimiseksi hyvinvoinnin tutkimuksen edelläkävijänä. Yhteistyön ja monialaisen tutkimuksen avulla voidaan saavuttaa aiempaa yhtenäisempi käsitys hyvinvoinnista ja tuottaa tuloksia, jotka edistävät hyvinvointia eri tasoilla.

3.2 Tavoitteet ja pääviestit

JYU.Wellin päällimmäisenä tavoitteena on olla Jyväskylän yliopiston hyvinvointiosaamisen ja -tutkimuksen sekä niiden vaikuttavuuden tukipilari. Tähän tavoitteeseen yhteisö vastaa tuomalla Jyväskylän yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen ideat, ihmiset ja tulokset esiin. Hyvinvoinnin tutkimuksen näkyvyyden ja vaikuttavuuden parantamiseksi on nostettu kolme selkeää pääviestiä:

1. Tuodaan esiin hyvinvoinnin tutkimuksen eri näkökulmia ja osaajia

Tavoitteena on koko yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen ja koulutuksen profiilin kirkastaminen, johon vastataan nostamalla esiin eri näkökulmia ja hyvinvointiosaajia. Hyvinvointiin ja terveyteen liittyvää tutkimusta tehdään Jyväskylän yliopistossa yli tiedekuntarajojen; peräti yksi kolmasosa Jyväskylän yliopistossa tehtävästä tutkimuksesta liittyy olennaisesti ja tunnistettavasti JYU.Well-yhteisöön. Tämä tarkoittaa myös sitä, että kaikki hyvinvoinnin saralla tutkimustyötä tekevät tutkijat ovat merkityksellinen osa yhteisöä ja määrittävät sen toimintaa. Jyväskylän yliopistossa hyvinvointia tutkitaan elämänkulun eri vaiheissa, aina varhaislapsuudesta vanhuuteen. Kiinnostuksen keskiössä ovat erilaiset toimintaympäristöt, kuten perheet, koulut ja työelämä. Lisäksi hyvinvointia tarkastellaan erilaisten hoidon, hoivan, kuntoutuksen ja terapian käytänteiden kautta.

2. Tuetaan uusien tutkimusideoiden syntyä

Toisena tavoitteena on olla uusien tutkimusideoiden kasvualusta. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimusyhteistyötä mahdollistetaan eri toimijoiden välillä luomalla tilaisuuksia keskustella tutkimuksista ja toimimalla sillanrakentajana eri hyvinvointitoimijoiden välillä yhteistyön kehittämiseksi. Esimerkiksi tieteellisten tapahtumien ja yleisötilaisuuksien järjestäminen mahdollistaa ihmisten välisen vuorovaikutuksen.

Eri tieteenalolla kehitetään uusia ideoita, menetelmiä ja keinoja, joilla voidaan edistää hyvinvointia. Tutkijat pyrkivät tieteellisiin läpimurtoihin, jotka tarjoavat uusia, näyttöön perustuvia näkökulmia päätöksenteon tueksi. Tuomalla ideoita esiin mahdollistetaan muun muassa uudenlaisten ratkaisujen ja mahdollisuuksien löytämistä,

jotka voivat auttaa tunnistamaan ongelmia ja kehityskohteita sekä rohkaisevat yhteistyöhön ja keskusteluun.

3. Edistetään yhteiskunnallisesti vaikuttavaa hyvinvoinnin tutkimusta ja koulutusta

Tavoitteena on edistää tiedekunnissa ja oppiaineissa tehtävän hyvinvoinnin tutkimuksen ja koulutuksen yhteiskunnallista vaikuttavuutta. Tutkimuslähtöinen koulutus tuottaa yhteiskuntaan osaajia ja uudistumiskykyä. Merkittävää yhteiskunnallista tutkimusta tuotetaan analysoimalla, kehittämällä ja jakamalla uusia tutkimukseen perustuvia tuloksia, hallinnollisia ratkaisuja ja toimintapoliittisia suosituksia. Vaikuttavaa hyvinvoinnin tutkimusta edistetään tuomalla se näkyväksi verkostojen ja viestintäkanavien kautta. Aktiivisen tiedonvaihdon avulla yhteisön tuottamat tutkimustulokset auttavat muun muassa päätöksentekijöitä kohdentamaan julkisia resursseja tehokkaammin ja parantamaan kansalaisten hyvinvointia kokonaisvaltaisesti. Yhteistyötä tehdään tiiviisti Keski-Suomen hyvinvointialueen kanssa, mutta toiminta kattaa myös muut Suomen hyvinvointialueet.

3.2 JYU.Wellin viestinnän toteuttaminen

JYU.Wellin päätoiminen käytännön koordinaattori toteuttaa yhteisön viestintää yhteistyössä Jyväskylän yliopiston viestinnän asiantuntijoiden kanssa. Jyväskylän yliopiston osana toimiminen ilmenee etenkin bränditeemojen ja yhteisten linjausten noudattamisella. Linjauksiin kuuluu esimerkiksi saavutettavuuden varmistaminen ja englanninkieliset verkkosivut. Kansainvälisyyden edistäminen näkyy JYU.Wellin toiminnassa muun muassa englanninkielisten työpajoja järjestämisenä, uutiskirjeen kaksikielisyysnä (suomi-englanti) sekä myös Suomen ulkopuolelta tulevien tutkijoiden rekrytoimisena. Toimintaan pyritään ottamaan mukaan koko yliopistoyhteisö kansainvälisyyden edistämiseksi sekä kansainvälisten osaajien integroimiseksi osaksi tutkijayhteisöä.

JYU.Wellin viestinnän keskeinen tehtävä on yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksesta ja osaamisesta viestiminen, joka tarkoittaa:

- Yliopistossa tehtävän hyvinvoinnin tutkimuksen tunnistamista
- Lisääntyvää ja parantuvaa yhteistyötä yli tiedekuntarajojen
- Yliopiston hyvinvointiin liittyvien tutkimusten kokoamista
- Keskustelun herättämistä hyvinvoinnin tutkimuksen eri näkökulmista, niiden kytkeytymisestä yhteen sekä merkityksellisyydestä

Eri tieteenalojen hyvinvoinnin alueella tekemää tutkimusta ja koulutusta tehdään näkyväksi esimerkiksi sosiaalisen median nostoilla, verkkosivuilla ja uutiskirjeessä. Näkyvyyttä ja vaikuttavuutta lisäämällä pyritään tukemaan ihmisten, yhteisöjen ja yhteiskunnan hyvinvointia. Tähän vastataan myös ilmaisella Hyvinvoinnin monet muodot MOOC-kurssilla, jossa käsitellään laajasti hyvinvointia, sekä tarjotaan mahdollisuus pohtia sitä oman elämän kautta.

Sisällöllisesti yhteisön viestinnän päätavoitteet koskevat erityisesti Jyväskylän yliopistossa tapahtuvaa toimintaa, mutta yhteisön verkostomaisen luonteen vuoksi se ulottuu myös muihin tahoihin. Yhteistyötä tehdään alueellisesti Keski-Suomessa sekä kansallisesti muiden korkeakoulujen ja yhteistyökumppanien kanssa. Monialaisuus näkyy siis vahvasti ja viestintä eri ryhmien kanssa lisää saavuttamisen mahdollisuuksia.

Monipuolista yhteistyötä tuetaan esimerkiksi seuraavien toimintojen kautta:

1. Yhteisön asiantuntijoiden listaus, jolloin heidän asiantuntemustaan ja tutkimusalojaan voidaan tuoda esiin medialle eri tarpeiden mukaan.
2. Yhteistyötä tehdään niin kansainvälisesti kuin kansallisesti. Tästä esimerkkinä yhteistyökumppani Keski-Suomen osaamiskeskittymä KEHO, jonka kanssa järjestetään yhteisiä seminaareja, työpajoja ja muita tilaisuuksia.
3. Tutkijayhteisön mahdollisuudet päästä puhumaan aiheestaan tapahtumissa, kuten Jyväskylän Kesän puheohjelmassa.

Monitieteisyyden eri rajapinnoilla toimiminen tuo viestintään mukaan sisäisen ja ulkoisen ulottuvuuden. Seuraavassa kuviossa 2 on listattu eri ryhmiä ja sidosryhmiä, joille viestintää kohdistetaan.



Kuvio 2. JYU.Well-yhteisön sisäinen ja ulkoinen viestintä.

3.3 JYU.Wellin viestinnän kanavia

3.3.1 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media kasvattaa jatkuvasti rooliaan viestinnässä ja yhä useammilta eri tasojen ja alojen toimijoilta odotetaan näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Vuonna 2023 noin 61 % EU-alueen yrityksistä käytti vähintään yhtä sosiaalisen median kanavaa viestinnässä ja Suomessa vastaava luku oli jopa 81 %. Nousu on ollut merkittävää viime vuosina, sillä esimerkiksi vuonna 2015 vastaavat luvut olivat EU-alueella 37 % ja Suomessa 50 %. (Eurostat 2024) Sosiaalisen median etuihin kuuluu sen edullisen hinnan lisäksi sen tarjoama mahdollisuus vuorovaikutukselle organisaatioiden ja niiden sidosryhmien välillä. Aktiivisella viestinnällä ja vuorovaikuttamisella eri alustoilla voidaan edistää tunnettuutta ja rakentaa brändiä.

JYU.Well valitsi toimintansa alkuvaiheessa vuonna 2022 sosiaalisen median kanavakseen Twitterin. Sen muututtua X-palveluksi kanavan luonne on muuttunut, ja Jyväskylän yliopisto on muiden mukana siitä luopumassa vuonna 2024. Vuonna 2024 päätettiin X-palvelun käyttöä vähentää ja ottaa sen tilalle käyttöön sosiaalisen

median kanaviksi LinkedIn ja Instagram. Monikanavaisuus mahdollistaa sisällön kohdistamisen tavoitelluille kohderyhmille.

Viestinnän strategisuus ja suunnitelmallisuus ovat vaikuttavuuden edellytys. Suunnitelmallisuuteen liittyy esimerkiksi visuaalinen ilme ja sen yhtenäisyys, julkaisujen äänensävy sekä julkaisujen aikatauluttaminen. Sosiaalisen median sisältöjen suunnittelun tukena voidaan käyttää aktiivisesti päivitettävää julkaisukalenteria. Julkaisukalenteri mahdollistaa sisältöjen suunnittelun pitkälle aikavälille, mikä edesauttaa julkaisujen yhdenmukaistamista. JYU.Well käyttää julkaisukalenteria kaikkien käyttämiensä sosiaalisen median alustojen julkaisujen suunnittelun tukena.

3.3.2 LinkedIn

JYU.Well otti aktiiviseen käyttöön LinkedIn-kanavan heinäkuun alussa 2024. Aiemmin käytössä olleen viestintäpalvelu X:n (entinen Twitter) seuraajakunnasta pyrittiin ohjaamaan mahdollisimman suuri osa LinkedIniin. X-tili passivoitiin heinäkuun 2024 lopussa, jolloin seuraajia oli noin 560. Ensimmäisten neljän kuukauden aikana LinkedIniin on saatu yli 500 seuraajaa.



LinkedIn on tunnettu erityisesti eri alojen ammattilaisten verkostoitumisalustana, joten sen kautta pystytään tavoittamaan monipuolisesti etenkin asiantuntijoita ja päättäjiä. JYU.Well pyrkii nostamaan LinkedIn-julkaisuissaan esiin ajankohtaisia ja kiinnostavia aiheita pääasiassa yhteisönsä sisältä, mutta myös muilta keskeisiltä hyvinvoinnin toimijoilta. Alusta sopii erityisen hyvin ajankohtaisten asioiden tiedottamiseen ja esimerkiksi erilaisten uutisartikkelien ja ideoiden jakamiseen. Lisäksi julkaisuissa voidaan tuoda henkilöiden kautta esiin tutkimuksia ja niiden tuloksia. Julkaisujen sisällöt ja ulkoasut ovat tyyliltään harkittuja ja hiottuja.

3.3.3 Instagram

Instagram on tyyliltään LinkedIniä rennompimpi, joten sen koettiin tarpeellisuuskartoituksessa soveltuvan suuren yleisön tavoittamiseen ja popularisoituun tiedeviestintään. Popularisoidulla sisällöllä tarkoitetaan sellaista sisältöä, joka on muotoiltu helposti ymmärrettävään muotoon. Etenkin tarinamuotoiset julkaisut mahdollistavat rennomman julkaisutavan.

JYU.Well-Instagram-tilille tehtiin kesällä 2024 käyttöönottosuunnitelma, jossa laadittiin erilaisille sisällöille valmiit julkaisupohjat, joiden avulla luodaan yhtenäisyyttä. Instagramissa julkaisujen visuaalisuudella on korostunut merkitys verrattuna muihin sosiaalisen median alustoihin, sillä yksittäisen profiilin peräkkäisten julkaisujen kansikuvia pystyy tarkastelemaan yhdessä kokonaisuutena. Lisäksi kansikuvat voivat nousta "etsi"-sivulle, josta käyttäjät voivat tutustua heille kohdennettuun sisältöön sellaisilta käyttäjiltä, joita he eivät seuraa. Tässä korostuu kansikuvan kiinnostavuus, johon vaikuttaa muun muassa kuvan ja mahdollisen tekstin värit, fontit ja fonttikoot.



JYU.Well jakaa Instagramissa esimerkiksi nostoja yhteisön ajankohtaisista uutisista, tutkimuksista ja tapahtumista. Lisäksi Instagramissa voidaan esitellä yhteisön jäseniä ja käynnissä olevia projekteja. Sisältö on tyyliltään osittain kevyempää kuin LinkedInissä, mutta kuitenkin asiallista ja harkittua.

3.3.4 Uutiskirje

JYU.Well julkaisee kuukausittain uutiskirjeen, joka ilmestyy kunkin kuukauden ensimmäisenä tiistaina. Uutiskirjeellä oli syyskuussa 2024 yli 500 tilaajaa. Uutiskirje on suunnattu erityisesti JYU.Well-yhteisölle yliopiston eri tieteenaloilla, mutta sen voi tilata kuka tahansa hyvinvointiuutisista, akateemisista tapahtumista ja tutkimuksista kiinnostunut.

Uutiskirje tiedottaa hyvinvoinnin tutkimuksista ja tapahtumista sekä sitouttaa lukijoita osaksi JYU.Wellin yhteisöä. Uutiskirjeessä on ajankohtaisia nostoja esimerkiksi uusista hankkeista, tutkimuksista ja avoimista työpaikoista. Uutiset-osiossa tuodaan esiin hyvinvoinnin tutkimusuutisia, tulevia väitöstilaisuuksia, menneitä tapahtumia sekä hyvinvoinnin parissa työskenteleviä yliopiston asiantuntijoita. Tulevat tapahtumat -osio sisältää kattavasti JYU.Wellin omia sekä yhteistyötahojen hyvinvointitapahtumia seminaareista puhe-esityksiin ja aamukahveihin.

3.3.5 Verkkosivut

Verkkosivut perustettiin vuonna 2021 Jyväskylän yliopiston sivupohjaa käyttäen. Yliopiston verkkosivuille on luotu oma brändi ja brändivärit, jotka luovat JYU.Wellin

sivustosta yhdenmukaisen kokonaisuuden yliopiston muiden yhteisöjen ja tiedekuntien verkkosivujen välillä.

Verkkosivut ovat olleet tehokas väline tiedon välittämiseen ja vaikuttamiseen. Google Analytics -datasta selviää, että ajanjaksolla 1/2021–7/2024 yhteisön sivuilla on käynyt noin 30 000 kävijää. Sivulla vierailaan eniten arkipäivisin, mutta kävijämäärät vaihtelevat tapahtumien, ilmoitusten ja vuodenaikojen mukaan. Lokakuussa 2023 Jyväskylän yliopisto otti käyttöön Piwik Pro Analytics -palvelun verkkovierailujen seurantaan, korvaten aiemmin käytössä olleen Google Analyticsin. Taulukkoon 2 on koottu tietoa verkkosivujen kävijämääristä sekä suosituimmista sivuista.

Taulukko 2. Katsaus JYU.Well-verkkosivujen kävijämääriin.

	GOOGLE ANALYTICS 1.1.2021-31.7.2023		PIWIK PRO ANALYTICS 31.10.2023-30.6.2024	
	SUOMENKIELISET VERKKOSIVUT	ENGLANNINKIELISET VERKKOSIVUT	SUOMENKIELISET VERKKOSIVUT	ENGLANNINKIELISET VERKKOSIVUT
KÄVIJÄMÄÄRÄ	20 931	2342	2759	3190
KESKIMÄÄRÄINEN VERKKOSIVUILLA VIETETTY AIKA	01.37 min	01.27 min	*	*
KOLME SUOSITUINTA SIVUA	<ul style="list-style-type: none"> • Etusivu • Asiantuntijasivu * • Tutkimusteemasivu 	<ul style="list-style-type: none"> • Main page • Joining JYU.Well • Community 	<ul style="list-style-type: none"> • Etusivu • Tutkimusteemasivu: Kulttuurihyvinvointi • Tutkimusteemasivu: Sosiaalinen hyvinvointi 	<ul style="list-style-type: none"> • Main page • Greetings from JYU.Well post doc peer-mentoring program • JYU.Well workshop: Be at home

* Piwik pro analyticsissä ei ole saatavilla kyseistä tietoa.

Tuloksellisesti osioita on vaikea verrata suoraan keskenään, sillä Piwikin kaikki käyttömahdollisuudet eivät ole olleet vielä saatavilla. Voidaan kuitenkin huomata, että erityisesti ihmisiä kiinnostavia osioita ovat tutkimusteemat sekä integroituminen yhteisön toimintaan. Huomattavaa on, että Google ohjaa kävijöitä ensiksi englanninkielisille sivuille, ja datasta ilmenee, että kävijät ovat vaihtaneet pian saapumisensa jälkeen sivun suomenkieliseksi. Tähän voi vaikuttaa esimerkiksi hakukoneoptimointi, sillä Googlen tavoite on yksinkertaisesti tarjota ensimmäisenä sivuja, jotka vastaavat tehtyyn Google-hakuun (Mäkiranta 2020).



Kuva 2. Esimerkki toteutuneesta tiedeviestinnästä, EXECP-hankkeen verkkosivut (Liite 1)



Kuva 3. Toinen esimerkki toteutuneesta tiedeviestinnästä, Ihmisarvoinen kuntoutus -verkoston verkkosivut (Liite 2)

3.3.6 Podcast

Kesällä 2024 perustettiin JYU.Wellin oma podcast *Hyvinvoinnin välittäjät*. Hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisön usealla jäsenellä oli toive saada oma ääni ja tutkimustieto esiin helposti lähestyttävässä muodossa. Tähän koettiin hyväksi ratkaisuksi yhteinen podcast, jossa hyvinvointi on kattoteemana eri tutkimus- ja hyvinvointiaiheille. Podcastista rakennettiin matalan kynnyksen tiedepodcast, joka tarjoaa tutkittua tietoa hyvinvointiaiheista helposti ymmärrettävässä muodossa. Kohderyhmänä ovat opiskelijat, ammattilaiset, tutkijat ja muut hyvinvoinnista kiinnostuneet.

Podcastin keskeinen tavoite on tuoda tutkittu tieto hyvinvoinnista helposti saataville. Se tukee JYU.Wellin omia viestinnällisiä tavoitteita; tuoda Jyväskylän yliopiston hyvinvointitutkimuksen ideat, ihmiset ja tulokset esiin. Tavoitteena on parantaa Jyväskylän yliopiston hyvinvointitutkimuksen näkyvyyttä ja tunnettuutta.

Podcastissa keskustellaan hyvinvointiaiheista, joita tutkitaan Jyväskylän yliopistossa, ja haastateltaviksi vieraisiksi valittiin yliopistossa työskenteleviä asiantuntijoita ja tutkijoita. Podcastin avulla rakennetaan JYU.Wellistä positiivista mielikuvaa hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisönä. Helposti lähestyttävän tiedepodcastin avulla voidaan lisätä mielenkiintoa opiskelijoiden ja alan ammattilaisten keskuudessa hyvinvointitutkimusta kohtaan. Podcast voi toimia laajalle yleisölle yhteiskunnallisen vaikuttavuuden edistäjänä. Uudet näkökulmat hyvinvointiin ja ajankohtaiset aiheet herättävät keskustelua. Tarkoituksena on tuoda hyvinvoinnin teemoja ja tutkimuksen merkityksellisyyttä yleiseen keskusteluun kuuntelijoiden keskuudessa ja sosiaalisen median kanavissa JYU.Wellin viestintätavoitteiden mukaisesti.

Podcastin toteutus aloitettiin elokuussa 2024, jolloin jaksot käsikirjoitettiin ennakkoon ja äänitettiin Jyväskylän yliopiston kirjastolla Ympyrä-studiossa. Tuottamisesta ja asiantuntijoiden haastattelusta vastasivat JYU.Wellin kesätiimin jäsenet. Jaksojen teemoiksi valittiin ajankohtaisia hyvinvointiaiheita: yhdenvertaisuus sekä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen näkyminen urheilukentällä, kehon ja mielen yhteys mielenterveydessä, taide ja musiikki, luontohyvinvointi, digitalisaatio ja riippuvuuskäyttäytyminen, työhyvinvointi sekä vanhemmuus ja perheiden hyvinvointi. Jaksot julkaistiin viikon välein tiistaisin Spotifyssa ja tekstitettynä versiona Moniviestimessä elokuun lopusta alkaen.

Podcastissa haastateltavat asiantuntijat valittiin ajankohtaisten tutkimusaiheiden mukaan. Asiantuntijoiksi valikoitui henkilöitä, joilla oli halu tuoda omaa tutkimusaihettaan esiin, esiintyä ja keskustella aiheesta. Asiantuntijoiden toivotaan kertovan omissa sosiaalisen median kanavissaan podcast-vierailusta tai jakavan eteenpäin podcast-jaksoa koskevia LinkedIn-julkaisuja, joiden kautta podcast tavoittaa lisää yleisöä ja herättää kiinnostusta laajemmin.

Podcastia markkinoidaan JYU.Wellin LinkedInissä ja Instagramissa sekä yliopiston sosiaalisen median kanavissa. Markkinointia varten podcastin äänityksistä kuvattiin myös videomateriaalia, jonka on tarkoitus herättää seuraajien mielenkiinto. Sosiaalisen median kanavien kautta podcastin odotetaan tavoittavan eniten Jyväskylän yliopiston opiskelijoita ja henkilökuntaa. Lisäksi podcastin toivotaan tavoittavan kuuntelijoita laajasti ympäri Suomea. Jaksojen kuuntelijalukujen, kuunteluminuuttien ja palautteen perusteella voidaan mitata podcastin suosiota, arvioida sen roolia viestintästrategian edistäjänä ja suunnitella mahdollista jatkoa podcastille. Liitteessä 3 näkyy Hyvinvoinnin välittäjät -podcastin Spotify-sivujen visualisointi.



3.3.7 Työpajat

JYU.Well on järjestänyt kevästä 2023 lähtien käsitetyöpajoja, joissa pohditaan hyvinvointitutkimukseen liittyviä keskeisiä käsitteitä yli tieteenalarajojen. Käsitteet liittyvät hyvinvoinnin tutkimukseen erilaisista tulokulmista. Työpajojen tavoitteena on innostaa pohtimaan käsiteltäviä aiheita etenkin lisätutkimusmielessä sekä lisätä keskustelua teemojen ympärillä. Käsitetyöpajojen ensisijainen kohderyhmä on tutkijat, mutta keskustelutilaisuudet ovat avoimia kaikille. Käsitetyöpajoja ohjaavat JYU.Wellin tutkijatohtorit.

Käsitetyöpajojen pohjalta koostetaan käsitepankkia, jonka kautta on mahdollista tutustua käsitteiden monialaisiin määritelmiin ja niihin liittyviin keskeisiin lähteisiin. Käsitepankista löytyy tällä hetkellä (elokuu 2024) resilienssin, osallisuuden, yksinäisyyden, vaikuttavuuden, yhdenvertaisuuden, luontohyvinvoinnin, addiktion/riippuvuuden, empatian ja vuorovaikutuksen määritelmät. Tulevia teemoja syksyille 2024 ovat kulttuurihyvinvointi ja emootiot. Käsitepankki on hyödyllinen työkalu tutkijoiden lisäksi esimerkiksi maisterivaiheen opiskelijoille opintojen tueksi, mutta myös muille hyvinvointitutkimuksesta kiinnostuneille aiheiden ymmärryksen syventämiseksi.

Käsitetyöpajojen lisäksi JYU.Well-yhteisö on järjestänyt akateemisen elämän teemoihin liittyviä työpajoja yhteisöstä nousseiden kiinnostusten mukaan. Niissä on mm. pyritty tukemaan integroitumista akateemiseen yhteisöön sekä tarjoamaan osallistujille työkaluja arjen ja työhyvinvoinnin tueksi. Tutkijatohtoreille järjestetystä monialaisesta vertaismentorointiohjelmasta on noussut useita aiheita käsiteltäväksi yhteisissä työpajoissa. Syksyllä 2024 aiheina toimintatyöpajoissa on tulevaisuudensuunnittelu ja vaatimukset, sekä tasapaino työn ja vapaa-ajan välillä.

3.3.8 Tapahtumat

JYU.Well on monipuolisesti ja aktiivisesti mukana erilaisissa tapahtumissa, joista vuosittain toistuvia ovat Jyväskylän Kesä, Tutkijoiden yö, Tiedettä kaikille, Yrityspäivä, Hakijan päivä ja avajaispäivät/fuksiviikot. Näiden lisäksi JYU.Well osallistuu moniin yhteisön jäsenten järjestämiin ja hyvinvoinnin tutkimuksen kannalta tärkeisiin yksittäisiin tapahtumiin, kuten seminaareihin tai konferensseihin. Kaikissa tapahtumissa, joissa JYU.Well toimii mukana, pyritään tuomaan esiin monialaista hyvinvoinnin tutkimusta ja kaikkia koskevaa hyvinvointia. Opiskelijatapahtumissa korostetaan erityisesti hyvinvoinnin tutkimusta ja sen merkitystä.

JYU.Wellin uutiskirjeessä viestitään yhteisön jäsenille tulevista hyvinvoinnin tutkimukseen liittyvistä tapahtumista. Näistä tapahtumista esimerkkinä ovat väitöstilaisuudet hyvinvointiaiheista tai muut ajankohtaiset kaikille avoimet ja maksuttomat tapahtumat. Hyvinvointitutkimukseen liittyviä tapahtumia julkaistaan myös

JYU.Wellin verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Lisäksi tapahtumista jaetaan kuvia tai videoita sosiaalisen median kanavilla, jotta hyvinvoinnin näkökulmia saadaan entistä laajemmin esiin. Näillä toimilla halutaan edesauttaa tapahtuman näkyvyyttä ja tuoda esiin JYU.Well-yhteisöä ja sen monialaisuutta.

Tapahtumissa JYU.Well näkyy esimerkiksi rullajulisteiden ja pöytäkolmioiden avulla, mutta keskeisintä on Jyväskylän yliopiston tutkijoiden hyvinvointitutkimuksen esilletulo. Myös kahvitarjoilu voi olla osana hyvinvoinnin levittämistä ja hyvinvointiaiheisen keskustelun käynnistämistä.

3.3.9 Rullajulisteet, pöytäkolmiot ja brändituotteet

Brändituotteet, kuten tarrat ja heijastimet edistävät Jyväskylän yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen näkyvyyttä kampusalueella ja sen ulkopuolella. Tilat, joihin brändituotteet sijoitetaan, otetaan huomioon uusia brändituotteita suunniteltaessa. Vaikka JYU.Wellin pääasiallisena kohdeyleisönä ovat tutkijat sekä yhteiskunnan eri tehtävissä toimivat hyvinvoinnin asiantuntijat ja päättäjät, myös opiskelijoita ja muita ulkoisia toimijoita halutaan huomioida. Hyvin suunnitellut brändituotteet ovat pitkäikäisiä, mikä mahdollistaa jatkuvan markkinoinnin ja näkyvyyden.

JYU.Wellillä on seitsemän erilaista **rullajulistetta** sijoitettuna ympäri kampusaluetta paikkoihin, joissa näkyvyyden koetaan olevan riittävää. Ne ovat matalan kynnyksen keino saada näkyvyyttä etenkin erilaisissa tapahtumissa ja kampusalueen keskeisillä paikoilla, kuten ruokaloissa ja aulatiloissa. Niiden etuna on erimerkiksi se, että ne voidaan helposti siirtää paikasta toiseen. Rullajulisteet pyritään sijoittamaan eri paikkoihin teemaan sopivan kuvituksen mukaisesti. Esimerkiksi Jyväskylän kaupunginkirjastossa oli elo-syyskuun 2024 aikana JYU.Wellin piste, jossa oli ajankohdaisia hyvinvointitutkimusuutisia julisteina. Pisteelle oli myös sijoitettu hyvinvointipäiväkirja, johon hyvinvoinnista kiinnostuneet henkilöt pystyivät kirjoittamaan omia hyvinvointivinkkejään. Tälle pisteelle oli sijoitettu rullajuliste, jossa on ihmisiä venyttelemässä ja keskustelemassa kentällä, kuvastaen yhteisöllisyyttä. Toinen esimerkki on kahvilaan sijoitettu rullajuliste, jossa on kahvikupin kuva teemaan sopien.

Pöytäkolmioita on kahta eri mallia, joista toinen malli on suunnattu tutkijoille ja henkilökunnalle ja toinen opiskelijoille. Pöytäkolmiot sisältävät muun muassa tietoa JYU.Wellin toiminnasta ja tapahtumista. Ne voidaan sijoittaa eri kampusalueiden ravintoloihin ja oleskelutiloihin näkyvyyden lisäämiseksi. Rullajulisteiden tapaan pöytäkolmioita voi helposti siirtää paikasta toiseen.

Tarrat ja kannettavan tietokoneen **kameransuojukset** ovat suunnattu koko yliopistoyhteisölle. Tarroja on helppo sijoittaa eri kohteisiin, kuten kannettavaan tietokoneeseen, juomapulloon tai työpuhelimen takakanteen. Laajalle yleisölle

tarkoitettut **heijastimet** ovat oiva keino parantaa näkyvyyttä niin yliopistoyhteisön sisällä kuin sen ulkopuolellakin.

Pinssien kohderyhmänä ovat erityisesti JYU.Wellin työntekijät, ohjausryhmä ja puheenjohtajat, sekä muut JYU.Welliä edustavat henkilöt. Niiden tavoitteena on helpottaa verkostoitumista ja henkilön tunnistamista, esimerkiksi erilaisissa tapahtumissa. Pinssin voi sijoittaa esimerkiksi vaatteeseen tai avainkaulanauhaan.

Haalarimerkit ovat suunnattu erityisesti opiskelijoille. Jos haalarimerkit ovat näkyvillä tai muuten tunnistettavissa kuvista tai videoista, markkinointia tapahtuu myös välillisesti sosiaalisen median kautta. Esimerkiksi opiskelijatapahtumista otetut ja jaetut kuvat saattavat herättää myös Jyväskylän yliopiston ulkopuolisten kiinnostuksen brändituotteiden suhteen.

Brändituotteiden lisäksi kesällä 2024 aloitettiin JYU.Wellin tunnettuuden ja monipuolisen hyvinvointitutkimuksen edistämiseen tähdännyt infotaulukampanja, jossa tutkimusdiat olivat näkyvillä Agoran ja Lähteen rakennuksissa. Infotaulujen avulla voidaan nostaa esiin tutkijoita, jotka ovat tehneet hyvinvointiin liittyvää tutkimusta Jyväskylän yliopistossa. Niiden avulla esitellään ajankohtaisten hyvinvoinnin tutkimusten tuloksia. Syksyllä 2024 kampanjaa pyritään laajentamaan myös muihin kampusalueen rakennuksiin. Jatkossa tutkimusdioiden lisäksi pyritään suunnittelemaan myös muita dioja, ja suuntaamaan niitä kahdelle eri kohderyhmälle: opiskelijoille ja tutkijoille. Muissa dioissa voisi esitellä esimerkiksi JYU.Wellin kehittämää kaikille avointa MOOC-kurssia, jota pyritään tuomaan paremmin esille. Infotaulukampanjojen tavoitteena yleisesti on puhutella tutkijoita ja opiskelijoita sekä saada heidät innostumaan Jyväskylän yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksesta ja sen laajuudesta.

4 KOHTI PAREMPAA TUNNETTUUTTA JA VAIKUTTAVUUTTA

Jyväskylän yliopiston hyvinvoinnin tutkijat tuottavat yhteiskunnallisesti vaikuttavaa hyvinvoinnin tutkimusta analysoimalla, kehittämällä ja jakamalla uusia tutkimustietoon perustuvia interventioita, hallinnollisia ratkaisuja sekä toimintapoliittisia suosituksia. Aktiivinen vuorovaikutus käytännön kentän kanssa niin tutkimuksen tekemisessä kuin tutkimustulosten esiin nostamiseksi auttaa päättäjiä kohdentamaan julkisia resursseja yhä tuloksellisemmin ja siten kokonaisvaltaisesti parantamaan kansalaisten hyvinvointia.

4.1 Ideoita JYU.Well-yhteisölle

4.1.1 Hyvinvointia käsittelevän opinnäytteen palkitseminen

Tutkinto-opiskelijat ovat määrällisesti suurin yliopiston sisäinen ihmisryhmä; heitä oli vuonna 2023 yli 14 600 (Jyväskylän yliopisto 2024). Tästä syystä hyvinvoinnin tutkimuksen tunnettuuden lisääminen heidän joukossaan on tärkeää. Osa tutkinto-opiskelijoista hakeutuu tulevaisuudessa jatko-opintoihin, mahdollisesti hyvinvointitutkimuksen pariin. Tästäkin syystä olisi suotavaa, että mahdollisimman moni yliopiston tutkinto-opiskelijoista olisi tietoinen omassa yliopistossaan tehtävästä hyvinvointitutkimuksesta.

Hyvinvoinnin tutkimuksen tunnettuutta ja vaikuttavuutta tutkinto-opiskelijoiden joukossa voidaan lisätä viestimällä heille hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisön toiminnasta tai osallistamalla heitä hyvinvointitutkimukseen. Etenkin opintojen alkuvaiheessa oleville opiskelijoille voitaisiin viestiä JYU.Well-yhteisön olemassaolosta ja toiminnasta, sekä sen tarjoamista opiskelijoille hyödyllisistä palveluista, kuten käsitepankista, Hyvinvoinnin monet muodot -kurssista sekä kesällä 2024

avautuneesta JYU.Speak-virtuaalisovelluksesta¹. Opintojen keskivaiheilla tai loppupuolella oleville voi olla hyödyllistä edellä mainittujen lisäksi viestiä jatko-opintojen mahdollisuudesta hyvinvoinnin tutkimuksen alueella.

Yksi tapa lisätä hyvinvointitutkimuksen tunnettuutta tutkinto-opiskelijoiden parissa olisi palkita opiskelijoiden hyvinvointiaiheisia opinnäytetöitä, kuten kandidaatintutkielmia ja pro gradu -tutkielmia. Opiskelijoiden laatimista hyvinvointitutkimukseen liittyvistä opinnäytetöistä voitaisiin esimerkiksi joka lukuvuosi valita tietyn kriteerein paras kandidaatin tutkielma sekä pro gradu -tutkielma. Palkintona voisi olla esimerkiksi tietty rahasumma tai lahjakortti. Palkitsemisen kriteerit voisivat vaihdella vuosittain, jos halutaan korostaa tiettyjä profilointialueen tai yliopiston strategiaan pohjautuvia ajankohtaisia hyvinvointiteemoja. Myös esimerkiksi ajankohtaisuus, vaikuttavuus tai uutuusarvo voisivat olla kriteerejä palkitsemiselle.

Parhaiden hyvinvointiteemaisten opinnäytetöiden palkitsemisesta voidaan uutisoida JYU.Wellin ja yliopiston viestintäkanavilla. Tämä lisää hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisön tunnettuutta etenkin tutkinto-opiskelijoiden keskuudessa. Näin toimimalla voitaisiin tuoda myös esille sitä, miten monenlaista hyvinvointiin liittyvä tutkimus voi olla, ja miten laajasti ja monitieteisesti hyvinvoinnin tutkimusta Jyväskylän yliopistossa tehdään.

4.1.2 Harjoittelijat edistämään hyvinvoinnin tutkimusta

Hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisö JYU.Well on vuodesta 2023 saakka palkannut monialaisen joukon harjoittelijoita JYU.Well-kesätiimiksi. Harjoittelijat ovat olleet Jyväskylän yliopiston tutkinto-opiskelijoita tai Jyväskylän yliopistosta juuri valmistuneita. Kahden kesän aikana hyvinvoinnin tutkimuksen parissa on työskennellyt jo 22 harjoittelijaa. Tutkinto-opiskelijoiden ja alumnien palkkaaminen lisää hyvinvoinnin tutkimuksen tunnettuutta opiskelijoiden keskuudessa, ja antaa heille samalla mahdollisuuden kerryttää työkokemusta hyvinvoinnin tutkimuksen parissa. Suuren harjoittelijajoukon palkkaamista on pidetty erityisesti harjoittelijoiden näkökulmasta positiivisena ja antoisana kokeiluna, jonka jatkamista tulevina vuosina toivotaan. Kesätiimeille tarjottiin mahdollisuus jakaa työtehtävät tiimin kesken haluamallaan tavalla. Harjoittelijat ovat antaneet molempina kesinä erinomaista palautetta ja kiitosta monialaisen työskentelymallin mahdollistamisesta.

Useamman harjoittelijan palkkaaminen samanaikaisesti on osoittautunut hyväksi toimintamalliksi, jota myös muut yliopiston toimijat tai tiedekunnat voisivat

¹ JYU.Speak on opiskelijoiden ja henkilökunnan käyttöön tarkoitettu tutkimusperustainen VR-sovellus esiintymisjännityksen ja julkisen puhumisen helpottamiseen. Sovellus on käytössä ajanvarauksella maksutta Jyväskylän yliopiston kirjasto Lähteessä.

hyödyntää. Tällainen lähestymistapa voi tuoda projekteihin lisää resursseja ja monipuolisia näkemyksiä, sillä jokaisella harjoittelijalla on oma erityisosaamisensa koulutuksen, aiempien työtehtävien ja vapaa-ajan harrastusten kautta. On hyödyllistä valita harjoittelijoita erilaisista taustoista, jotta tiimiin saadaan mahdollisimman monipuolista osaamista ja näkökulmia. Monialaisessa tiimissä myös opiskelijat saavat hyvän kokemuksen oman osaamisen tunnistamisesta ja hyödyntämisestä asiantuntijatehtävissä.

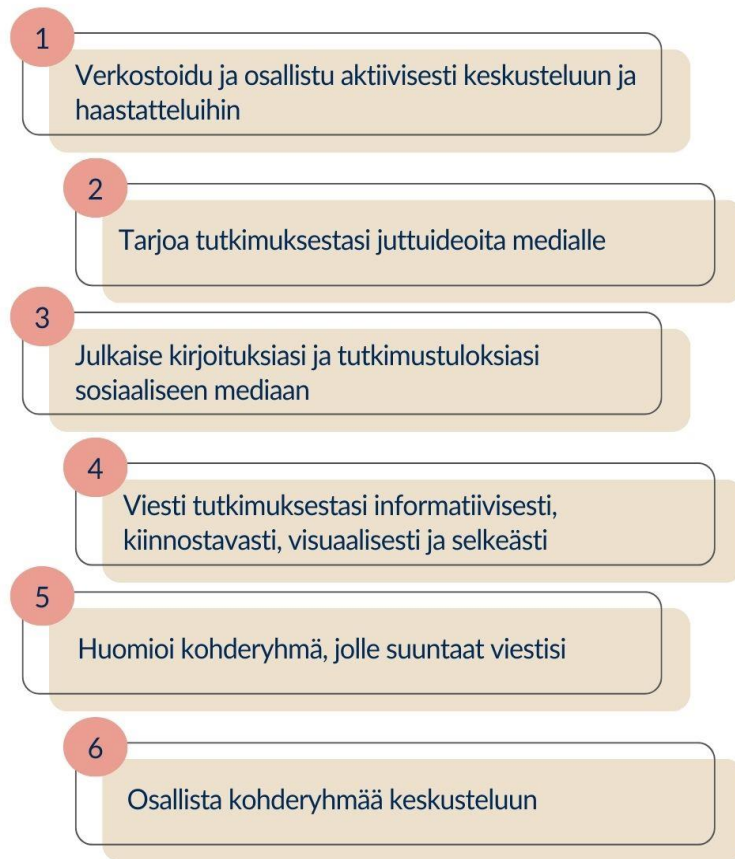
4.1.3 Hyvinvointihetket

Hyvinvoinnin tutkimuksen tunnettuutta yliopiston henkilöstön sisällä voidaan lisätä järjestämällä koko henkilöstölle avoimia säännöllisiä hyvinvointihetkiä, joiden teemat pohjautuvat ajankohtaiseen hyvinvoinnin tutkimukseen Jyväskylän yliopistossa. Tarkoituksena ei ole vain tiivistää uusia tutkimustuloksia kansankielellä, vaan myös esitellä tutkimustietoon perustuvien interventioiden käytäntöönpanoa osana lyhyttä hyvinvointihetkeä. Hyvinvointihetkien tavoitteena on rentouttaa kehoa ja mieltä työtehtävien lomassa sekä tarjota tutkimustietoon perustuvia vinkkejä esimerkiksi työhyvinvoinnin parantamiseksi. Hetket voivat sisältää toimistotiloissa toteutettavaa kevyttä liikuntaa tai mielen harjoituksia. Vaihtuvien teemojen suunnittelusta ja toteutuksesta voivat vastata hyvinvoinnin tutkimuksissa mukana olevat harjoittelijat ja tutkimusavustajat. Tämän voisi toteuttaa myös yhteistyössä Jyväskylän yliopiston henkilöstöhyvinvoinnin kanssa.

4.2 Ideoita JYU.Well-yhteisön jäsenille

4.2.1 Järjestelmällinen viestintä yliopiston viestinnän tuella

Jyväskylän yliopiston tiede- ja hankeviestintään on luotu selkeitä ohjeita, jotka löytyvät sisäisen viestinnän kanavalta eli intranetistä. Viestinnän kanssa ei tarvitse pärjätä yksin, sillä oman tiedekunnan viestinnän asiantuntija ja muut yliopiston viestintäpalvelut tarjoavat apua esimerkiksi kirjoittamisessa, toimittajakontaktien löytämisessä ja viestintäkanavien valinnassa. Oheisessa kuviossa 3 on esimerkkejä keinoista, joita asiantuntija tai tutkija voi hyödyntää tunnettuuden lisäämiseksi.



Kuvio 3. Keinoja tutkimuksen tunnettuuden lisäämiseksi.

Hankkeilla, niiden tuloksilla ja kumppanuksilla on suuri merkitys yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen tunnettuuden rakentamisessa. Jyväskylän yliopiston hallinnoimien hankkeiden viestinnässä noudatetaan pääsääntöisesti yliopiston yleistä visuaalista linjaa. Hankkeen yksilöllisen visuaalisen ilmeen tarpeellisuutta suositellaan harkitsemaan – kannattaa huomioida muun muassa hankkeen kesto ja mahdollinen jatkuvuus itsenäisesti jatkavana organisaationa hankekauden päätyttyä. Rahoittajan logoa tulee käyttää rahoittajan ohjeiden mukaisesti.

Hankeviestintä on huomioitava jo hankkeen suunnitteluvaiheessa. Aktiivinen viestintä tukee hankkeen toteutusta sekä lisää hanketoiminnan ja Jyväskylän yliopiston avoimuutta, tunnettuutta ja näkyvyyttä. Hyvä hankeviestintä edesauttaa siis myös Jyväskylän yliopiston profiloitumista hyvinvoinnin tutkimuksen alueella. Hankeviestinnän päävastuu on hankkeen vastuullisella johtajalla.

Hankesuunnitelmaan on suositeltavaa sisällyttää viestintäsuunnitelma, joka rytmittää hankkeen viestinnälliset toimet, auttaa seuraamaan resursseja ja sitouttaa hankkeen osapuolet. Viestintäsuunnitelmaan kirjataan viestinnän tavat ja kohderyhmät, joita viestinnällä tulisi saavuttaa. Siinä määritellään, mitä viestinnällä halutaan saavuttaa, ketkä ovat hankkeen keskeisimmät sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät, ja

mitä viestinnän keinoja ja kanavia hankkeen tavoitteet ja kohderyhmät vaativat. Lisäksi on huomioitava aikataulu, kustannukset ja vastuuhenkilöt, sekä suunniteltava, miten viestinnän tuloksia seurataan. On erityisen tärkeää viestiä hankkeen käynnistymisajankohdasta ja saavutetuista tuloksista. Viestiminen on helpointa aloittaa yliopiston sisäisistä kohderyhmistä, kuten oman laitoksen henkilökunnasta.

4.2.2 Opinnäytetöiden toimeksianto

Tutkijat voivat lisätä hyvinvoinnin tutkimuksen tunnettuutta osallistamalla tutkinto-opiskelijoita osaksi omaa tutkimustaan. Opinnäyteyhteistyö lisää hyvinvoinnin tutkimuksen tunnettuutta etenkin tutkinto-opiskelijoiden keskuudessa, mutta korostaa myös sitä, miten laajaa ja monipuolista hyvinvoinnin tutkimus Jyväskylän yliopistossa on. Etenkin väitöskirjoissa tai tutkimushankkeissa voidaan tehdä opinnäyteyhteistyötä yhden tai useamman tutkinto-opiskelijan kanssa, jotka voivat osallistua tutkimuksen tekoon kirjoittamalla osan laajemmasta tutkimuksesta kandidaatintutkielmana tai pro gradu -tutkielmana.

Yhteistyö tutkijoiden ja tutkinto-opiskelijoiden välillä on hyödyllistä kaikille yhteistyön osapuolille; opiskelijat saavat kokemusta tutkimustyöstä sekä opastusta opinnäytetyön ja tutkimuksen tekemiseen alan asiantuntijalta, ja tutkijat lisäävät oman tutkimustyönsä tunnettuutta yliopiston sisällä. Opinnäyteyhteistyöhön osallistunut tutkinto-opiskelija voi myös olla erinomainen tutkimusavustaja hankkeelle, josta tietää jo paljon.

4.2.3 JYU.Well viestintäkanavien hyödyntäminen

Tutkijat voivat hyödyntää JYU.Wellin viestintäkanavia oman hyvinvointiin liittyvän tutkimustoimintansa tunnettuuden lisäämiseksi. Näin ollen tutkijoiden ei tarvitse perustaa hankkeelleen tai projektilleen erillisiä uusia kanavia, joiden voi olla haastavaa tavoittaa suurta yleisöä. Hyvinvoinnin tutkimuksesta kiinnostunut yhteisö löytyy jo JYU.Wellin sosiaalisen median kanavilta, joista tutkija voi valita hankkeensa kohderyhmän kannalta oleellisimman.

Etenkin yhteisön sosiaalisen median kanavilla voi matalalla kynnyksellä tuoda laajalle yleisölle esiin omaa työtään tutkijana sekä hyvinvointiin liittyviä tutkimustuloksia ja ideoita. Aktiivinen julkaiseminen sosiaaliseen mediaan edesauttaa sekä JYU.Well-yhteisön kasvamista ja tunnettuutta, että Jyväskylän yliopistossa toteutettavan hyvinvoinnin tutkimuksen vaikuttavuuden lisääntymistä. JYU.Well-yhteisöön kuuluvat saavat kuukausittaisen uutiskirjeen, ja ovat osa JYU.Well-sähköpostilistaa, jonka kautta he voivat myös itse lähettää toisilleen hyvinvoinnin tutkimukseen liittyviä uutis- tai tapahtumavinkkejä.

4.2.4 Oman tutkimuksen esiin tuominen sosiaalisessa mediassa

Tutkijat voivat halutessaan keskustella tutkimuksestaan tai hyvinvointiteemoista yleisemmällä tasolla varsinkin sellaisilla sosiaalisen median alustoilla, jotka mahdollistavat suuren yleisön aktivoimisen keskusteluun. Oman tutkimuksen esiin tuominen on mahdollista kaikilla sosiaalisen median alustoilla, mutta haluttu kohderyhmä tulee huomioida alustan valinnassa.

Esimerkiksi kansainvälinen sosiaalisen median alusta Reddit mahdollistaa kommentoijien anonyymiuden, mikä voi rohkaista useampaa hyvinvoinnista kiinnostunutta ottamaan osaa julkiseen keskusteluun ajankohtaisista hyvinvoinnin tutkimusaiheista.

5 YHTEENVETO

Tutkimuksen vaikuttavuutta edistävällä yhteistyöllä ja tiedeviestinnällä voidaan tukea sekä tutkijan omia tieteellisiä tavoitteita että saada aikaan laajempaa yhteiskunnallista muutosta. JYU.Well-yhteisön tutkijan rooli voidaan nähdä myös Jyväskylän yliopiston strategisten tavoitteiden toteuttajana: lisäämässä yhteiskunnallista vaikuttavuutta, mutta myös vahvan tiedeyliopiston mielikuvaa sekä kansainvälistä vetovoimaisuutta. Vaikuttavuus ulottuu laajalle, ja merkittävät vaikutukset voivat näkyä niin yksilön kuin yhteiskunnankin tasolla.

Yhteiskunnallisella vaikuttavuudella viitataan tässä yhteydessä myös yhteiskunnalliseen päätöksentekoon, asenteisiin ja käyttäytymiseen vaikuttamiseen sekä kiinnostuksen herättämiseen hyvinvointia koskevissa asioissa. Tavoitteena on tuoda tieteellinen tieto osaksi arkipäivän päätöksentekoa niin yksilöiden, yhteisöjen kuin yhteiskunnankin tasolla, mikä voi johtaa positiivisiin muutoksiin kuten terveysongelmien vähenemiseen ja yleisen hyvinvoinnin parantumiseen. Uskottava ja vaikuttava tiedeviestintä saa ihmisiä kiinnittämään enemmän huomioita omaan ja ympäröivien yhteisöjen hyvinvointiin. Tämä edistää ajattelun kehitystä yksilöiden, yhteisöjen ja koko yhteiskunnan tasolla. Kun hyvinvoinnin tutkimustulokset esitetään selkeästi ja ymmärrettävästi, ne voivat muuttaa ihmisten käsityksiä ja johtaa asenteiden ja käyttäytymisen muutoksiin.

Kun hyvinvoinnin tutkimuksesta viestitään tehokkaasti, se ei pelkästään tuo esiin tieteen saavutuksia, vaan myös rakentaa tutkijan ja yliopiston mainetta edelläkävijänä hyvinvoinnin tutkimuksessa. Tämä puolestaan houkuttelee yhteistyöhön muita tutkijoita, opiskelijoita ja sidosryhmiä. Tieteellisen tiedon saatavuus ja ymmärrettävyys ovat puolestaan avainasemassa, kun pyritään luomaan vahva tiedeyliopisto, joka on aktiivinen toimija yhteiskunnallisessa keskustelussa. Hyvinvoinnin tutkimuksessa tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tutkimustuloksia jaetaan paitsi akateemisissa julkaisuissa, myös populaaritiedettä hyödyntäen, jotta ne tavoittavat laajemman yleisön. Tällainen avoin ja vaikuttava tiedeviestintä voi lisätä tietoa

tieteellisistä toimintatavoista tieteen ulkopuolisille toimijoille, kuten päätöksentekijöille ja suurelle yleisölle.

Nykyään tiedon jakaminen on nopeampaa, ja ihmiset odottavat konkreettisia tuloksia nopeasti. Tämä asettaa tutkijat haastavaan tilanteeseen, sillä tieteellinen prosessi on usein hidasta ja aikaa vievää. Olisiko siis hyödyllistä, että tutkijat viestisivät tuloksistaan mahdollisimman varhain, vaikka kaikkia tutkimustuloksia ei olisi vielä saatu? He voisivat kertoa tutkimusprosessin etenemisestä ja alustavista tuloksista jo ennen lopullisten tulosten valmistumista. Tämä lisää tutkimuksen läpinäkyvyyttä ja auttaa ymmärtämään tieteellisen työn vaiheita ja haasteita. Samalla se valmistaa yleisöä vastaanottamaan lopulliset tulokset, kun taustat ja tutkimuksen kulku ovat jo ennestään tuttuja.

Kun tiedeviestinnässä käsitellään tulosten ohella myös tutkimuksen taustoja ja menetelmiä, se lisää tutkimuksen vakuuttavuutta ja vahvistaa luottamusta tieteesseen. Tutkimuksen vaikuttavuus voi olla keskeinen osa koko tutkimusprosessia, ei ainoastaan tutkimustuloksia. Esimerkiksi interventiotutkimuksissa voidaan jo tutkimuksen aikana vaikuttaa monin tavoin osallistujien hyvinvointiin. Tiedeviestinnän ei siis tarvitse olla pelkästään tuloslähtöistä, vaan se voi herättää kiinnostusta ja tukea vaikuttavuutta jo tutkimusprosessin aikana.

Tutkimuksen vaikuttavuudessa olennaista on viedä se käytäntöön. Tutkimuksen pohjalta voidaan kehittää oppimateriaaleja ja tutkimuslähtöistä koulutusta, joiden avulla voidaan vaikuttaa laajasti ja pitkäjänteisesti yhteiskuntaan. Uudet sovellukset ja kokeilut, kuten JYU.Speak, auttavat tuomaan tutkimuksen osaksi arkipäivää ja tekevät tieteellisestä tiedosta saavutettavampaa eri kohderyhmille. Näin tutkimus tukee konkreettisesti ihmisten osaamisen ja hyvinvoinnin kehitystä.

Viestinnän merkityksen ymmärtäminen ja sisällyttäminen tutkijan tutkimustyöhön on tärkeää. Onnistunut viestintä voi tuoda tutkimukselle uusia näkökulmia ja tärkeitä yhteistyökumppaneita. Medianäkyvyys ja aktiivinen viestintä antavat mahdollisuuden osallistua ajankohtaiseen keskusteluun ja tuoda asiantuntijan ääntä paremmin kuuluviin. Yliopiston järjestämät viestintäkoulutukset tarjoavat hyviä mahdollisuuksia kehittää omia viestintätaitojaan. On suositeltavaa tutustua yliopiston viestintäohjeisiin, joiden avulla voi tehdä tutkimusviestinnästä luontevan osan omaa työtään. Mikäli aloittaminen tuntuu haastavalta, on hyvä tietää, että apua ja tukea on saatavilla yliopiston viestintäpalveluilta.

Lähteet

- Borchelt, R. E. (2008). Public relations in science: managing the trust portfolio. Teoksessa M. Bucchi & B. Trench (toim.) Handbook of Public Communication of Science and Technology. New York: Routledge.
- Bornmann, L. (2013). What is social impact of research and how can it be assessed? A literature survey. Journal of the American Society for Information Science and Technology 64.
- Eurostat. (2024). Social media - statistics on the use by enterprises. Viitattu 6.8.2024. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Social_media_-_statistics_on_the_use_by_enterprises#Social_media.2C_a_business_paradigm_shift.
- Halonen, K. 2021. Projekti loppuu, mitä jää? Metropolia AMK. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-292-6>.
- Ilmavirta, V., Salminen, H., Ikävalko, M., Kaisto, H., Myllykangas, P., Pekkarinen, E., Seppälä, H. & Apajalahti, T. (2013). Korkeakoulut yhteiskunnan kehittäjinä. Korkeakoulujen yhteiskunnallisen ja alueellisen vaikuttavuuden arviointiryhmän loppuraportti. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisuja 5:2013.
- Isotalus, P. (2023). Aristoteleesta somepersoonaan: Sosiaalisen median vaikuttajat vanhojen vaikuttamisen teorioiden näkökulmasta. Teoksessa H. Reinikainen & S. M. Laaksonen (toim.) Vaikuttava viestintä. ProCom -viestinnän ammattilaiset ry. Helsinki. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/47b1db32-e194-4c10-b496-3a5fb7143697/content>.
- Jyväskylän yliopisto. (2024). Jyväskylän yliopiston strategia ja arvot. <https://www.jyu.fi/fi/meista/jyvaskylan-yliopiston-strategia-ja-arvot>.
- Karvonen, E., Kortelainen, T. & Saarti, J. (2014). Julkaise tai tuhoudu. Johdatus tieteelliseen viestintään. Vastapaino. Tampere.
- Kunelius, R. (2003). Viestinnän vallassa. 5. uudistettu painos. WSOY.
- Laaksonen, S.-M. & Poutanen, P. (2020). Tiedeviestintä tieteen avoimuuden tukena. Viitattu 20.8.2024. <https://journal.fi/tt/article/view/99569>.
- Lyytinen, A., Hölttä, S., Kivistö, J., Kohtamäki, V., Mugabi, H. & Pekkola, E. (2015) Korkeakoulujen kolmas tehtävä ja sen mittaaminen: kansainvälinen selvitys. Teoksessa OKM (toim.) Vastuullinen ja vaikuttava. Tulokulmiakorkeakoulujen yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Opetus ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2015:13.

- Mäkiranta, M. (2020). Hakukoneoptimointi: 63 keinoa hakukonenäkyvyyden kehittämiseen. <https://potsi.fi/hakukoneoptimointi-63-keinoa/>.
- Niiniluoto, I. (2015). Yliopistot ja ammattikorkeakoulut yhteiskunnallisina vaikuttajina: yhteenveto. Teoksessa OKM (toim.) Vastuullinen ja vaikuttava. Tulokulmiakorkeakoulujen yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Opetus ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2015:13.
- Salminen, J. (2021a). Viestinnän vaikuttavuutta ja välineitä. Teoksessa K. Halonen (toim.). Avaimia hanketuottajuuteen. Ketterää keräämistä ja luovia ratkaisuja. 20–25. <https://www.theseus.fi/handle/10024/507513>.
- Salminen, J. (2021b). Vaikuttava viestintä. <https://vaikuttavaprojekti.metropolia.fi/vaikuttava-viestinta/>.
- Siika-aho, P. (2015). Yliopistojen yhteiskunnallinen vaikuttavuus. Yhteiskunnallisen vuorovaikutuksen (YVV) seuranta ja palkitseminen. Teoksessa OKM (toim.) Vastuullinen ja vaikuttava. Tulokulmiakorkeakoulujen yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Opetus ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2015:13.
- Steiner, L., Sundström, A. C. & Sammalisto, K. (2013). An analytical model for university identity and reputation strategy work. *Higher Education* 65 (4), 401–415.
- Suomen Akatemia. (2024). Tutkimuksen vaikuttavuus. Viitattu 24.7.2024. <https://www.aka.fi/tutkimusrahoitus/hae-rahoitusta/nain-haet-rahoitusta/ohjekemisto/tutkimuksen-vaikuttavuus/>.
- Tieteellisen seurain valtuuskunta. (2020). Avoimen tieteen ja tutkimuksen julistus 2020–2025. Vastuullisen tieteen julkaisusarja 1:2020. 2. painos. Helsinki. https://avointiede.fi/sites/default/files/2020-02/julistus2020_1.pdf.
- Tirronen, R. (2010). Tiedeviestintä osana tutkimuksen vaikuttavuutta. Viitattu 24.7.2024. <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/100961/tirronen.pdf?sequence=1>.
- Tirronen, J. (2023). Sosiaalinen yliopisto - Mitä tarkoittaa yliopiston yhteiskunnallinen vaikuttavuus? Viitattu 31.7.2024. <https://www.tieteessatapahtuu.fi/numerot/4-2023/sosiaalinen-yliopisto>.
- Valtioneuvosto. (2015). Tieto käyttöön. Viestintäopas. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta. https://valtioneuvosto.fi/documents/10616/1152948/tieto+k%C3%A4ytt%C3%B6n+vnk_opas.pdf/7c712310-d320-43ee-a04d-c8b7c8b64352a1.
- Väliverronen, E. T. (2015) Tiedeviestintä ja asiantuntijuus - tutkijoiden muuttuva suhde julkisuuteen. *Yhteiskuntapolitiikka* 80 (3), 221–232.

Yliopistolaki 558/2009. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2009/20090558>.

Åberg, L. (2000). Viestinnän johtaminen. Helsinki: Infoviestintä.

Åberg, L. (2010). Johdatus viestintään, teema 2: Organisaatioviestintä.

Luentomateriaali. Helsingin yliopisto. Viitattu 17.7.2024.

<https://blogs.helsinki.fi/aberg/2010/01/03/johdatus-viestintaan-sivuaineopiskelijoille-2010/>.

Kirjoittajat

Kirjoittajat ovat Jyväskylän yliopiston hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisö JYU.Wellin harjoittelijoita kesällä 2024. Raportin kirjoittamista ohjasivat hyvinvoinnin tutkimuksen yhteisön kehittäjä, erityisasiantuntija Päivi Fadjukoff sekä JYU.Well-koordinaattori Eeva Harjula.

Akselin Iida, terveyden edistämisen maisteriopiskelija, liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Heiskanen Sofia, yhteiskuntapolitiikan maisteriopiskelija, humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Kilpinen Aijaleena, kulttuurien tutkimuksen maisteriopiskelija, humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Lehtonen Oona, liikuntafysiologian maisteriopiskelija, liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Luotonen Joonas, LitM (liikuntapedagogiikka), liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Pohjola Anna, englannin kielen maisteriopiskelija, humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Ratilainen Nelli, yhteiskuntapolitiikan maisteriopiskelija, humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Rautiainen Ida, MS Psychology, VU Amsterdam; Psychology of Physical Activity, Health and Wellbeing maisteriopiskelija, liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto

Ruohonen Teemu, Digital Marketing and Corporate Communication maisteriopiskelija, Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

Uusipaavalniemi Jenika, viestinnän johtamisen maisteriopiskelija, Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

Liitteet

Liite 1.

Esimerkki toteutuneesta tiedeviestinnästä. Havainnekuvat [EXECP-hankkeen verkkosivuista](#).

EXECP

Koti Harjoitusohjelma Tietoa ja vinkkejä EXECP

EXECP

Tutkitusti turvallinen ja tehokas harjoitusohjelma

Opi treenaamaan ja paranna hyvinvointiasi, toimintakykyäsi ja terveyttäsi. Tieteelliseen tutkimukseen perustuva EXECP-harjoitusohjelma on kehitetty erityisesti henkilöille, joilla on cp-vamma. Ohjelman mukainen harjoittelu on tutkitusti tehokasta ja turvallista.

Ota yhteyttä

Harjoitusohjelma
Voimaharjoitusten ja venytysliikkeiden opastusvideot ja kirjalliset ohjeet.

Tietoa ja vinkkejä
Tutkittua tietoa liikunnasta ja käytännön vinkkejä liikkumiseen.

EXECP-tutkimus
Tietoa tutkimushankkeesta, tutkijoista ja tutkimustuloksista.

Tutkittua tietoa liikunnasta henkilöille, joilla on cp-vamma

Liikuntavamma ei ole este liikunnalliselle elämäntavalle – päinvastoin! Säännöllinen liikunta parantaa hyvinvointia, terveyttä ja toimintakykyä vammasta huolimatta. Tältä sivustolta löydät tutkittua tietoa liikunnasta ja vinkkejä siihen, miten liikettä voi lisätä omaan arkeen.

EXECP-hankkeessa selvitetään voimaharjoittelua sisältävän liikuntaohjelman turvallisuutta ja tehokkuutta lapsilla ja nuoriilla aikuisilla, joilla on spastinen cp-vamma. Tutkimuksen tulosten mukaan harjoittelu parantaa motoriikkaa, lihasvoimaa ja liikkuvuutta.

Harjoitusohjelma-sivulta löydät kaikki tarvittavat tiedot harjoitusohjelman toteuttamiseen. Tietoa ja vinkkejä -osiosta löydät paljon muuta hauskaa ja hyödyllistä tietoa liikunnasta ja vinkkejä liikkumisen lisäämiseen.

Fysioterapeutin ja muiden terveydenhuollon ammattilaisten apu on erittäin suositeltavaa liikunnan aloittamisessa. Jos sinulla on kysyttävää, voit ottaa yhteyttä tutkimusryhmään [tämän lomakkeen](#) kautta – olemme täällä auttamassa!



Hyödyllisiä linkkejä

- [Liikkumissuosituks](#)
- [Harjoittelun peruseriaatteet](#)
- [Harjoitusohjelman suorittaminen](#)
- [Usein kysytyt kysymykset harjoitusohjelmasta](#)

Liite 2.

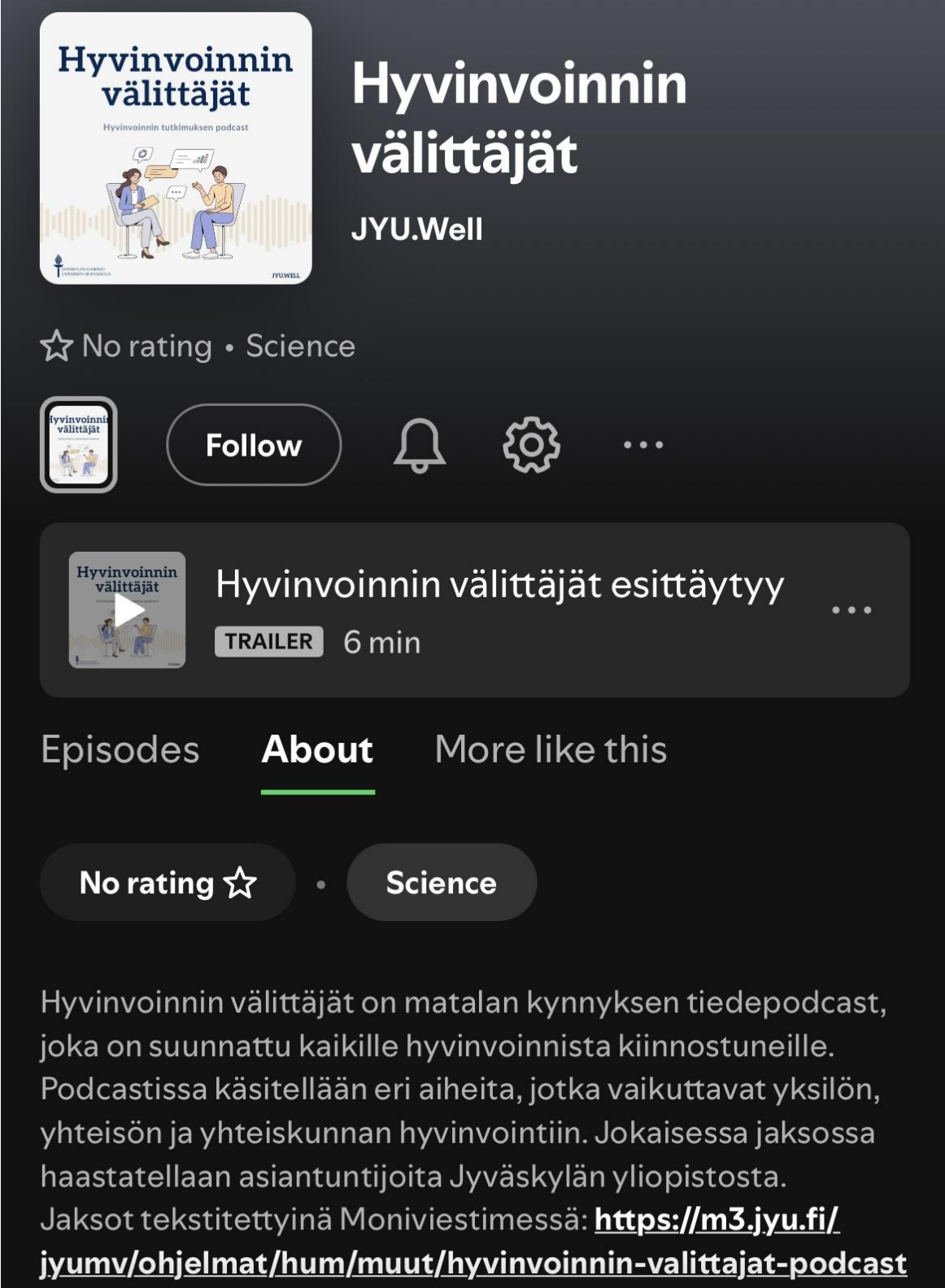
Esimerkki toteutuneesta tiedeviestinnästä. [Havainnekuva Ihmisarvoinen kuntoutus -verkoston](#) verkkosivuista.

The screenshot displays a website interface with a dark blue background. On the left, there is a sidebar with three menu items: 'Tutkimusetiikka' (Research Ethics), 'Avoin tiede' (Open Science), and 'Tasa-arvo' (Equality). The 'Avoin tiede' section is currently active, showing a large purple cloud graphic with the text 'AVOIN TIEDE' and a paragraph: 'Haluamme edistää tiedettä ja teemme sitä jakamalla tietoaamme muun tiedeyhteisön kanssa. Kunnioitamme tutkimuksiin osallistuvien oikeuksia yksityisyydensuojaan, eikä dataa voi yhdistää yksittäiseen henkilöön.'

On the right side of the interface, there is a diagram titled 'VASTUULLINEN TIEDE' (Responsible Science). The diagram features a central blue box with the text 'VASTUULLINEN TIEDE'. Surrounding this central box are four cloud-shaped icons, each representing a different aspect of responsible science: 'KESTÄVÄ KEHITYS' (Sustainable Development) in a green cloud, 'TUTKIMUSETIikka' (Research Ethics) in a pink cloud, 'AVOIN TIEDE' (Open Science) in a purple cloud, and 'TASA-ARVO' (Equality) in an orange cloud. Arrows point from each of these four clouds towards the central 'VASTUULLINEN TIEDE' box, indicating their interconnectedness.

Liite 3.

[Hyvinvoinnin välittäjät -podcastin](#) profiili Spotifyssa.



The image shows the Spotify profile for the podcast 'Hyvinvoinnin välittäjät'. The profile header includes the podcast cover art, the title 'Hyvinvoinnin välittäjät', and the creator 'JYU.Well'. Below the header, there is a 'No rating • Science' label, a 'Follow' button, and icons for notifications, settings, and a menu. A featured episode titled 'Hyvinvoinnin välittäjät esittäytyy' is shown with a 'TRAILER' label and a duration of '6 min'. The 'About' tab is selected, displaying a description of the podcast and a link to the text-based version of the episodes.

Hyvinvoinnin välittäjät
Hyvinvoinnin tutkimuksen podcast

Hyvinvoinnin välittäjät

JYU.Well

☆ No rating • Science

Follow

Hyvinvoinnin välittäjät esittäytyy
TRAILER 6 min

Episodes About More like this

No rating ☆ • Science

Hyvinvoinnin välittäjät on matalan kynnyksen tiedepodcast, joka on suunnattu kaikille hyvinvoinnista kiinnostuneille. Podcastissa käsitellään eri aiheita, jotka vaikuttavat yksilön, yhteisön ja yhteiskunnan hyvinvointiin. Jokaisessa jaksossa haastatellaan asiantuntijoita Jyväskylän yliopistosta. Jaksot tekstitettynä Moniviestimessä: <https://m3.jyu.fi/jyumv/ohjelmat/hum/muut/hyvinvoinnin-valittajat-podcast>



Sosiaalisen median ja digiriippuvuuden yhteys hyvinvointiin

Tässä jaksossa käsitellään digiriippuvuutta sekä sosiaalisen median käytön hyviä ja huonoja puolia hyvinvoinnin näkökulmasta. Jakson asiantuntijavieraana on...

10. syysk. · Kuunneltu ✓



Seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen asema urheilumaailmassa

Tässä jaksossa puhutaan seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen asemasta ja yhdenvertaisuuden edistämisestä urheilumaailmassa urheilupsykologi Marja...

3. syysk. · jäljellä —

Liite 4.

Oheiseen liitteeseen on koottu kesätiimin toteutuneet työtehtävät kesän 2024 ajalta.

JYU.Well

Raportti “JYU.Well hyvinvoinnin tutkimuksen viestinnän ja vaikuttavuuden kehittäjänä”

- Sisällön suunnitteleminen
- Vastuunjako
- Sloganien ja ydinviestien suunnittelu

Toimintakertomus

- Graafinen suunnittelu

“Hyvinvoinnin välittäjät” -podcast

- Kokonaisuuden suunnittelu
- Viestintä asiantuntijoiden kanssa
- Tuotannolliset tehtävät
- Jaksojen käsikirjoitus ja äänittäminen
- Editointi
- Viestinnän ja mainonnan suunnittelu
- Viestintämateriaalien tuottaminen
- Aiheina digiriippuvuus, musiikin ja luonnon vaikutus hyvinvointiin, kehon ja mielen yhteys, vanhemmuus sekä seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen asema urheilussa

Sosiaalisen median kanavat

- LinkedIn ja Instagramin perustaminen
- Sisällön suunnitteleminen, esim. Tätäkin JYU.Wellissä tutkitaan -julkaisusarja ja katsaukset kesätiimin kesään
- Julkaisukalenteri
- Sisällöntuotanto

Brändituotteiden suunnittelu ja tilaus

- Haalarimerkit (3)
- Pinssi
- Kameransuojus
- Heijastin
- Pöytäkolmiot

Kuvapankin rakentaminen

- Eri hyvinvointiteemaisten kuvien ottaminen JYU.Wellin käyttöön

Näkyvyyškiertueen suunnittelu

- Yhteistyökumppaneiden hankkiminen

Asiantuntijalistauksen laatiminen

- Hyvinvointiteemainen
- Yhteydenotto asiantuntijoihin

JYU.Wellin elokuun uutiskirje

- Uutisten sisältöjen suunnittelu ja kirjoittaminen

Yhteystietolistaus

- Postilistan ja jäsenlistan päivitys

Wellness Wednesday

- Työhyvinvointia edistävä kuuden viikon workshop-jakso, jossa syvennyttiin viikoittain eri työhyvinvointia edistäviin aiheisiin
- Aiheina mm. työnimu, työuupumus, stressi ja sen hallinta sekä mindfulness

Tapahtumien suunnittelu

- JYU.Well-yhteisön yhteinen kesäpäivä
- Harjoittelijaporukan päätösilta

Projektit

ACHILLES

- Verkkosivujen päivittäminen, kääntäminen, videoiden upottaminen verkkosivuille
- Julkaistu ”Osallistu tutkimukseen” -uutinen ”Osallistu tutkimukseen” -sivulla ja Liikuntatieteellisen tiedekunnan verkkosivuilla

- Mainoskuvien ottaminen
- Infograafien tekeminen tutkimuksesta

Astra-hanke

- Uutisen kirjoittaminen konferenssista JYU:n nettisivuille ja nosto HYTK:n Instagramiin
- Konferenssin kuvaaminen ja konferenssin pääpuhujien haastattelu
- Kurssimateriaalin suunnittelu ja ohjeistaminen

Akateeminen hyvinvointi (AHJO)

- Artikkelin markkinointi (yliopiston infonäytöillä ja Jyväskylän kaupungin kirjastolla)
- Viestintäohjeistus
- Yhteydenotto medioihin

Aktiivinen Mieli -tutkimusryhmä

- Instagram sisältöjen suunnittelu, graafinen suunnittelu
- Osallistu tutkimukseen -videoiden (3) sekä EEG-videon kuvaaminen ja editointi Tutkijoiden yötä varten
- Verkkosivujen muokkaaminen saavutettavammaksi
- Brains and bodies -konferenssi: valokuvaaminen ja uutinen yliopiston verkkosivuille

Alueellinen yhteistyö ja vuorovaikutus

- Selvitys sopivimmasta yhteistyöalustasta, yhteistyöalustan ohjeiden laatiminen

BC-Well profilointialue

- Verkkosivujen luonti alusta alkaen yliopiston verkkosivupohjalle
- Kuvapankin rakentaminen

EXECP

- Verkkosivujen ulkoasun suunnittelu ja sisällön kokoaminen (WordPress)
- Tutkimustuloksia käsittelevien artikkeleiden kääntäminen ja tiivistäminen
- Psykologin haastattelu ja siitä artikkelin kirjoitus (CP-vammaisten huoltajien jaksamisesta ja palautumisesta), artikkelin kirjoitus liikunnan hyödyistä, artikkelitiivistyksen kirjoitus

GEREC

- Infograafien sisällöllinen ja graafinen suunnittelu ja toteutus
- Valokuvaus kaikista GERECin työntekijöistä sekä valokuvaus eri tapahtumissa esim. GERECin kesäkoulussa
- Kuvien ottaminen kuvapankkiin

Ihmisarvoinen kuntoutus

- LinkedIn sisältökalerin luominen, graafinen suunnittelu, tilin perustaminen ja julkaisujen suunnittelu

- Verkkosivujen suunnittelu ja tekeminen

JYU.Speak VR-palvelu

- VR-palvelun kehittäminen ja ohjeistusten laatiminen sekä itse palveluun että JYU:n verkkosivuille
- Kyselyiden tekeminen
- Mainoskampanjan suunnittelu ja toteutus

KOE-hanke

- Sosiaalialan ja lähialojen jatko-opiskelijoiden haastatteluiden suunnittelu ja toteutus
- Videoiden tekeminen ja editointi

Vanhemmuuden yövuoro

- Posterin tekeminen hankkeelle
- Instagram: tietoisuutta yölliseen hoivaan liittyen ja esittelyt tutkimusryhmän yhteistyökumppaneista
- Hankkeen jäsenten valokuvaaminen

Yhdenvertaisuus, tasa-arvo ja saavutettavuus -kehittämisryhmä

- Benchmarkkaus: katsaus Jyväskylän yliopiston yhdenvertaisuuden ja tasa-arvon nykytilaan ja sen vertautumiseen muihin yliopistoihin Suomessa, Pohjoismaissa ja FORTHEM-verkostossa. PowerPoint-esitys esitellään syksyllä Jyväskylän yliopiston johdolle.
- Yhdenvertaisuuskyselyn sisältöjen suunnitteleminen henkilöstölle ja opiskelijoille
- Ehdotuksia verkkosivujen parantamiseksi: yhdenvertaisuus ja saavutettavuus Jyväskylän yliopistossa -sivut, ohjeet opiskelijoiden kiusaamis- ja häirintätilanteiden ehkäisyyn ja puuttumiseen -sivut, miten saan tukea? -sivut ja yhdenvertaisuus, tasa-arvo ja saavutettavuus -sivut Unossa (Jyväskylän yliopiston intranet)
- Pride-viikon ohjelma: sateenkaarikirjahyllyn suunnitteleminen Lähteelle

Yhteisvanhemmuus tutkimusryhmä

- Mainosvideon tekeminen hankkeesta, kohdennettu erityisesti vanhemmille ja vanhemmuutta suunnitteleville
- Verkkosivujen pääsivun/postereiden ym. mainosjulisteiden kääntämistä englanniksi

Humanistis-yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan (HYTK) publiikki

- Valokuvaaminen

Hyvinvointitutkimuksen kampanja

- Jyväskylän yliopiston uusimpien hyvinvointiin liittyvien tutkimustulosten esittäminen infonäytöillä

- Jyväskylän kaupungin kirjastolla ständi, jossa uusimpia tutkimustuloksia näyttillä

Jyväskylän kesä

- Sosiaalisen median viestintä X:ssä ja LinkedInissä
- Blogikirjoitus

Koulun alkuun liittyvä asiantuntijalistaus

- Listauksen suunnitteleminen
- Yhteydenotto asiantuntijoihin
- Listauksen julkaiseminen yliopiston sivuilla

Yrityspäivä

- Sähköpostin päivystäminen