

HUIPPU- URHEILIJA VAIKUTTAJANA JA ROOLIMALLINA

Kaksoisuraseminaari Rovaniemi 2023

Erikoistutkija Jarmo Mäkinen/KIHU



HUIPPU-URHEILIJA
VAIKUTTAJANA JA
ROOLIMALLINA

1 HUIPPU-URHEILU

Millainen huippu-urheilun
maine ja mielikuva väestön
silmissä Suomessa

2 HUIPPU-URHEILIJA

Miten huippu-urheilijat
nähdään ja kuka on roolimalli

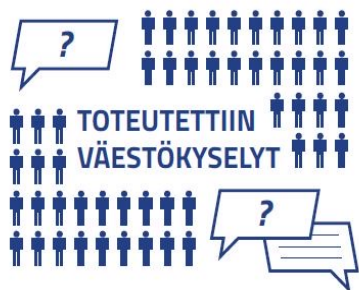
3 TOIMINTA

Miten voi suunnitella
vaikuttamiskampanjan

ATHLETE4SOCIETY –HANKE 2021-2023

HANKKEEN ETENEMINEN

1. Vuoden 2021 syksyllä maissa toteutettiin väestökyselyt, joiden pohjalta arvioidaan urheilun ja yhteiskunnan välistä suhdetta sekä tähän suhteeseen liitettyjä arvoja eri osallistujamaissa. Suomessa väestökyselyyn osallistui noin 1400 henkilöä. Parhaillaan viimeistellään samaa aihetta koskevaa kyselyä urheiluorganisaatioiden edustajille ja urheilijoille.

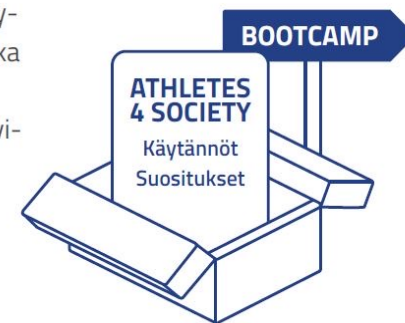


KERÄTÄÄN
ISPIROIVIA
KÄYTÄNTÖJÄ



2. Toisessa vaiheessa kerätään eri maista inspiroivia käytäntöjä siitä, miten urheilun myönteisiä vaikutuksia yhteiskunnalle on tuotu esiin urheilijoiden kautta. Tuloksia arvioidaan alkuvuodesta 2022 järjestettävässä tapaamisessa. Tämän jälkeen julkaistaan urheilijan roolimalliutta koskeva ohjelma ja suositukset.

3. Kolmannessa vaiheessa kehitetään aikaisemmin kerättyjen tietojen pohjalta Athletes 4 Society-työkalupakki, joka sisältää konkreettiset esimerkit onnistuneista käytännöistä, suositukset urheilija roolimallina -ohjelmiin sekä innovatiivisia työkaluja luovaan markkinointiin. Työkalupakkien toimivuutta testataan "bootcampeilla". Syksyllä 2022 KIHUn ja mahdollisen toisen kotimaisen yhteistyökumppanin tehtävänä on järjestää kansallinen tapahtuma, jossa työkalupakkia testataan yhdessä urheilijajärjestöjen kanssa.



4. Neljännessä vaiheessa urheilijoiden roolimalliutta edistetään julkisesti, urheilujärjestöjen ja yleisön parissa. Tätä varten käynnistetään urheilujärjestöille suunnattu European Athletes 4 Society -haaste. Kaikki eurooppalaiset urheilujärjestöt voivat osallistua verkkoalustalla kilpailuun, jossa paras urheilijoiden roolimalliutta koskeva ohjelma palkitaan.

Millainen huippu-
urheilun maine ja
mielikuva väestön
silmissä Suomessa

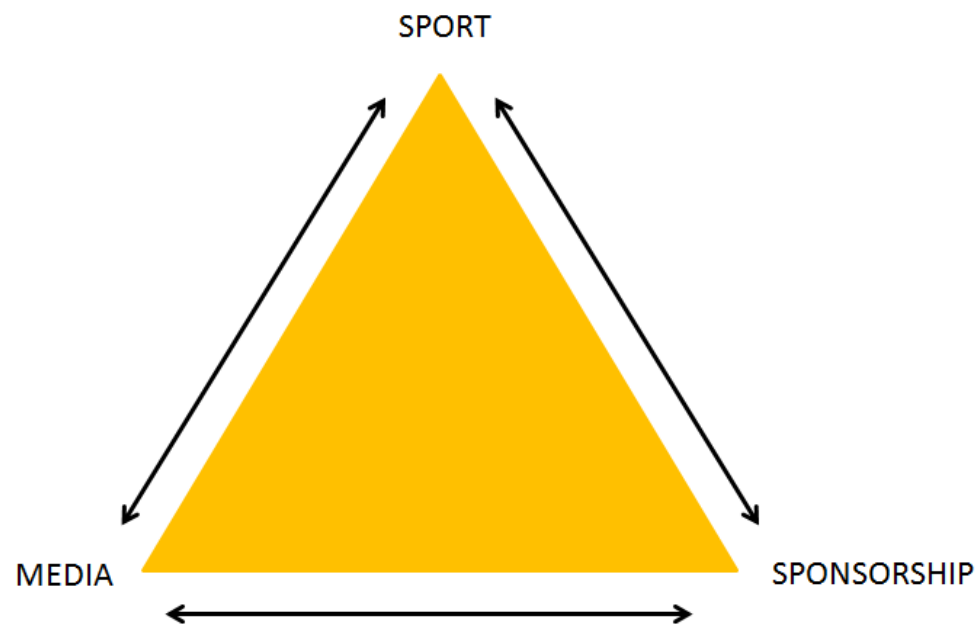


Huippu-urheilun ulkoisvaikutukset

- Ulkoisvaikutukset
- Julkisen tuen oikeutus
- Ei urheilua vain urheilun vuoksi
- Huippu-urheilumenestys ja media
- Hyvän kertomuksen päättymisen vuonna 2001



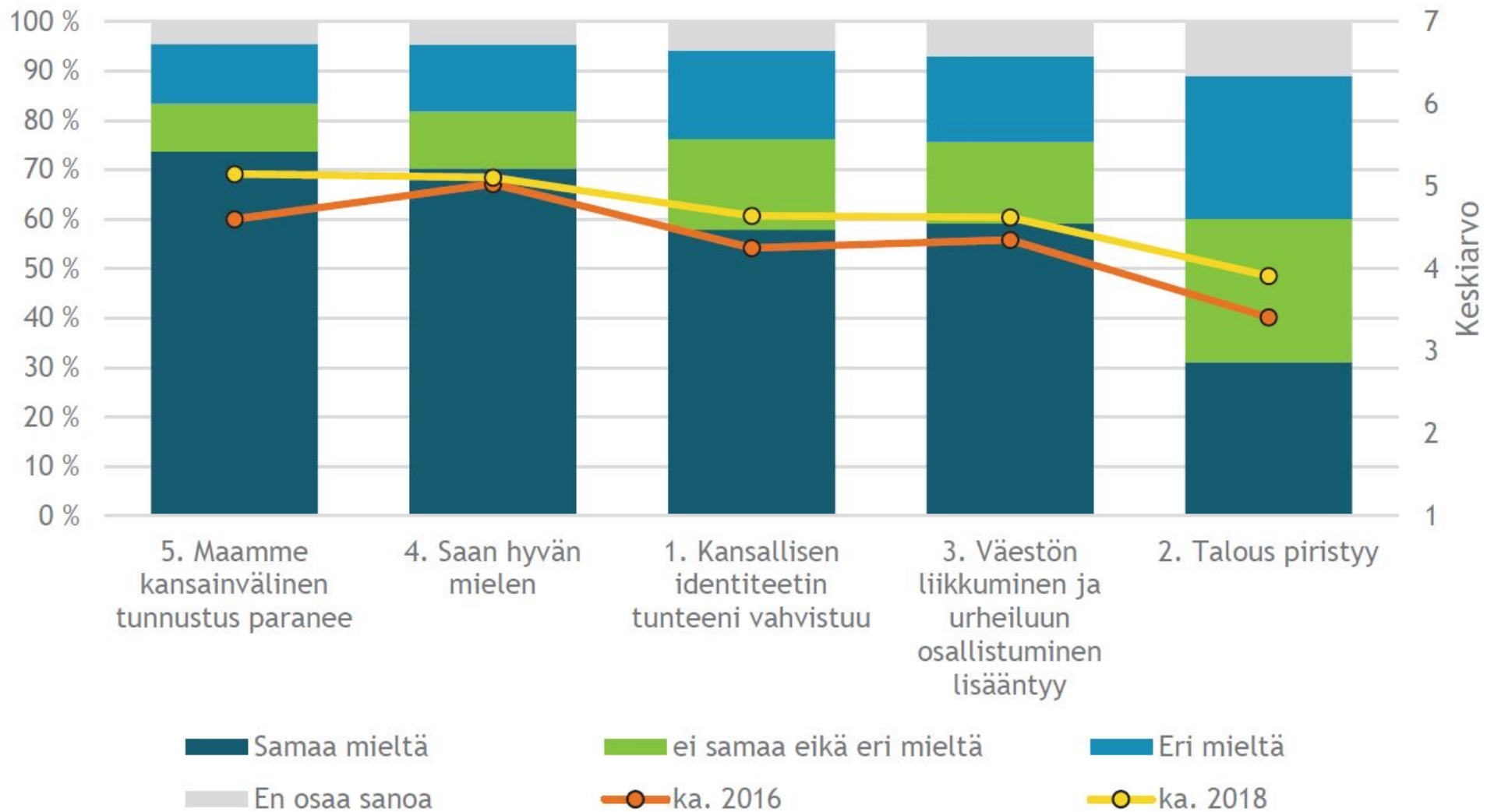
Väestön käsitykset ja mielipiteet huippu-urheilusta muutos vuodesta 2004 vuoteen 2016



- Kuntoliikuntaan ja nuorten urheiluseuratoimintaan liitettiin huomattavasti enemmän myönteisiä ja vähemmän kielteisiä piirteitä kuin ammattimaiseen huippu-urheiluun (Ilmanen et al. 2004).
- Tuki lasten ja nuorten liikkumisen
- Vuonna 2016 huippu-urheiluun suhtautuminen ei ollut muuttunut dramaattisesti
- Merkittävimpänä erona voidaan pitää urheilun talouteen, kaupallisuuteen ja viihteellistymiseen liittyvien näkemysten muuttuminen
- Tulosten mukaan valtaosa väestöstä uskoi selkeästi enemmän huippu-urheilun myönteisiin vaikutuksiin kuin kielteisiin.

Vuoden
2018
väestö-
kysely
huippu-
urheilu

Silloin kun suomalaiset huippu-urheilijat menestyvät...



KUVIO 1. Huippu-urheilun myönteiset ulkoisvaikutukset

Suomalaisten käsitysten vertailu muihin maihin

		Hollanti	Belgia	Suomi	Australia	Iso-Britannia	Japani
H Y Ö T Y	A1. Maamme kansainvälinen tunnustus paranee	38 %	63 %	61 %	60 %	62 %	59 %
	Silloin kun maani urheilijat menestyvät... A2. Saan hyvän mielen	24 %	54 %	73 %	54 %	56 %	62 %
	A3. Väestön liikkuminen ja urheiluun osallistuminen lisääntyy	14 %	48 %	57 %	59 %	61 %	59 %
	A4. Talous piristyy	45 %	46 %	24 %	48 %	54 %	51 %
	A5. Kansallisen identiteetin tuntee vahvistuu	18 %	63 %	52 %	46 %	49 %	50 %
R I S K I	B1. Johtaa epäeettiseen toimintaan (doping, pelimanipulointi)	17 %	17 %	43 %	52 %	36 %	25 %
	B2. Vaikuttaa urheilijoiden koulutukseen	22 %	15 %	17 %	35 %	20 %	22 %
	B3. Aiheuttaa fyysistä väkivaltaa ja moraalista häirintää	33 %	17 %	9 %	34 %	21 %	22 %
	B4. Voittamisen ylikorostuminen	36 %	28 %	50 %	54 %	36 %	38 %
	B5. Vähentää paikallisia resursseja	26 %	37 %	44 %	46 %	33 %	25 %
M A L L I	C1. Toimivat roolimallina minulle			15 %	38 %	45 %	30 %
	C2. Osoittavat sellaista työmoraalia ja -käytöstä, jota yritän jäljitellä	EI TIETOA	EI TIETOA	24 %	46 %	52 %	38 %
	C3. Tarjoavat myönteisiä esimerkkejä, joita muut voivat seurata			61 %	62 %	70 %	46 %
	C4. Tarjoavat minulle hyviä malleja			38 %	51 %	60 %	35 %
	C5. Johtavat esimerkillään			57 %	57 %	66 %	47 %

Vuoden 2018 kyselyssä samaa mieltä olevien määrä nousi 16 prosenttiin

Suomalaisen väestön negatiivisimmat näkemykset TOP 8 vuonna 2021

Yleisesti ottaen ajattelen, että maamme huippu-urheilu...

47	7	Urheilijoiden elämänlaatu ja kyvykkyys	varmistaa sen, että huippu-urheilijat ovat urheilu-uransa jälkeen onnellisia ... varmistaa sen, että huippu-urheilijat ovat urheilu-uransa jälkeen onnettomia	1177	1	7	3,86
46	7	Urheilijoiden elämänlaatu ja kyvykkyys	altistaa huippu-urheilijat eettiset ja moraaliset rajat ylittävälle käyttäytymiselle (esim. hyväksikäyttöön, syömishäiriöihin, seksuaalinen hyväksikäyttöön) suojaa huippu-urheilijoita eettiset ja moraaliset rajat ylittävältä käyttä	1209	1	7	3,89
33	5	Fanit ja (media)viehäytys	aiheuttaa uhkapeliriippuvuutta ehkäisee uhkapeliriippuvuutta	1192	1	7	3,9
20	3	Etiikka ja reilu peli	ehkäisee suorituskykyä parantavien lääkkeiden (esim. doping, piristeet) käyttöä harrastelijoiden keskuudessa ... kannustaa suorituskykyä parantavien lääkkeiden (esim. doping, piristeet) käyttöön harrastelijoiden keskuudessa	1239	1	7	3,92
37	6	Kansainvälinen mielikuva ja poliittinen valta	lisää poliitikkojen suosiota vähentää poliitikkojen suosiota	1128	1	7	3,95
21	3	Etiikka ja reilu peli	ehkäisee suorituskykyä parantavien lääkkeiden (esim. doping, piristeet) käyttöä huippu-urheilijoiden keskuudessa ... kannustaa suorituskykyä parantavien lääkkeiden (esim. doping, piristeet) käyttöön huippu-urheilijoiden keskuudessa	1230	1	7	3,96
70	10	Paikallinen kulutus ja ympäristö	johtaa huippu-urheilutapahtumien järjestämiskustannuksiin, jotka ovat perusteltuja johtaa huippu-urheilutapahtumien järjestämiskustannuksiin, jotka eivät ole perusteltuja / ovat vastuuttoman korkeita	1217	1	7	3,97
4	1	Yhteiskunnallinen tasa-arvo ja yhteenkuuluvuus	kaventaa köyhien ja rikkaiden ihmisten välistä kuilua laajentaa köyhien ja rikkaiden ihmisten välistä kuilua	1276	1	7	3,98

Suomalaisen väestön positiivisimmat näkemykset TOP 8 vuonna 2021

Yleisesti ottaen ajattelen, että maamme huippu-urheilu...

Muuttuja	Nro	Nimi	Kysymys	N	Mini	Ma	Mean
7	2	Yhteisöllinen identiteetti, yhdistäminen & ylpeys	vahvistaa kansallista identiteettiä ja yhteenkuulumisen tunnetta heikentää kansallista identiteettiä ja yhteenkuulumisen tunnetta	1305	1	7	2,87
30	5	Fanit ja (media)viehätys	synnyttää myönteisiä urheilusankareita synnyttää kielteisiä urheilusankareita	1305	1	7	2,87
50	8	Urheiluun osallistuminen ja innostaminen	kannustaa nuoria harrastamaan itse urheilua ei kannusta nuoria harrastamaan itse urheilua	1304	1	7	2,87
19	3	Etiikka ja reilu peli	edistää kunnollista/tervettä elämäntapaa nuorten parissaedistää loukkaavaa/epätervettä elämäntapaa nuorten parissa	1312	1	7	2,88
8	2	Yhteisöllinen identiteetti, yhdistäminen & ylpeys	saa ihmiset tuntemaan ylpeyttä maastaan ??... ... saa ihmiset tuntemaan häpeää maastaan	1319	1	7	2,89
27	4	Onnellisuus ja elämyksellisyys	ylläpitää perinteitä ja nostalgian tunteita..... hävittää perinteet ja nostalgiset tunteet	1293	1	7	2,92
48	8	Urheiluun osallistuminen ja innostaminen	on tärkeää innostavien roolimallien tarjoamiseksi nuorille ei ole tärkeää innostavien roolimallien tarjoamiseksi nuorille	1298	1	7	2,92
58	9	Taloudellinen kehitys ja kumppanuudet	tarjoaa tiedotusvälineille kannattavan tulonlähteen tarjoaa tiedotusvälineille tappiollisen tulonlähteen	1264	1	7	2,93

2 Miten huippu-urheilijat
nähdään ja kuka on roolimalli



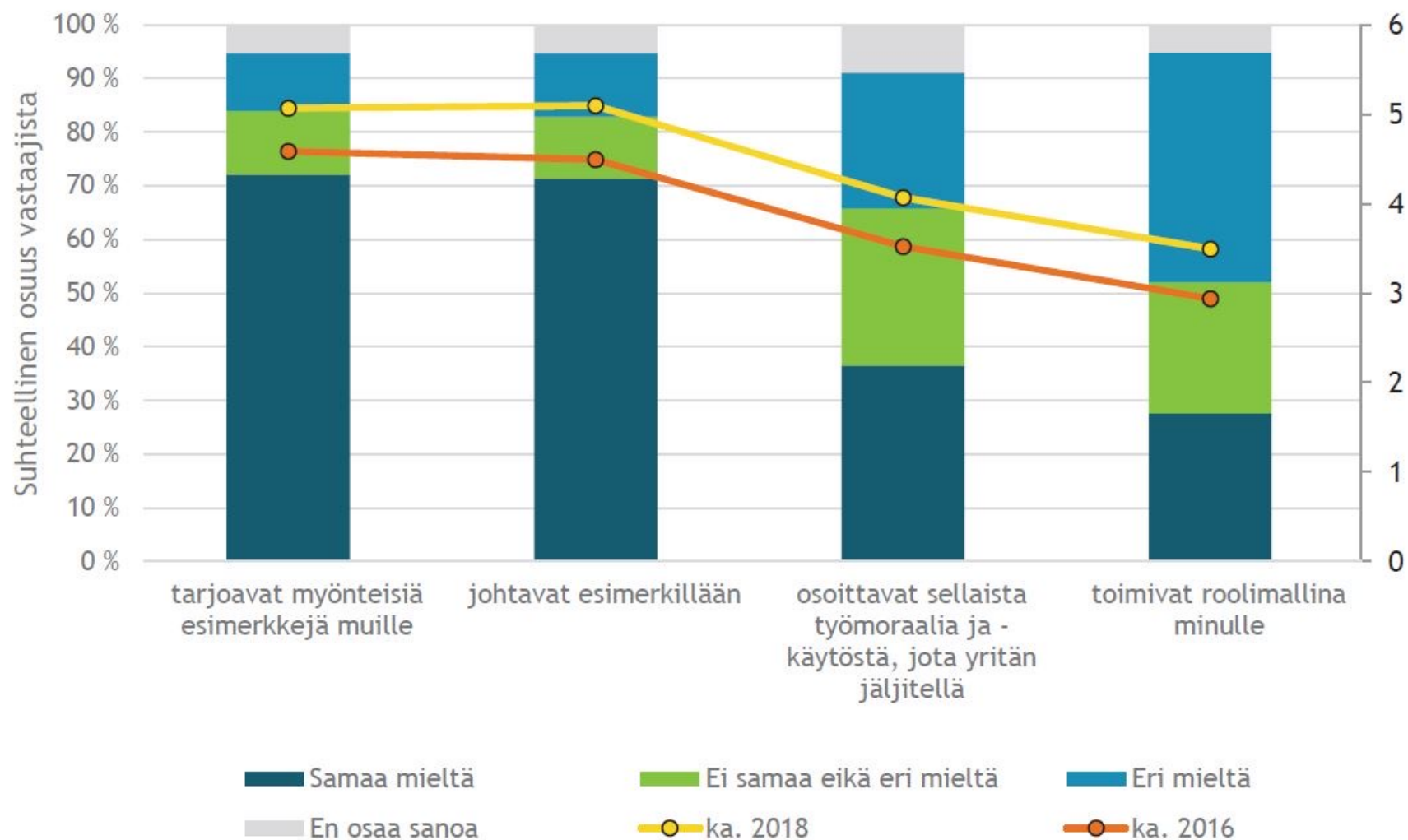
Nykyisin urheilun kirkkaimmat supertähdet ovat maailman seuratuimpia ihmisiä. He ovat monessa suhteessa erilaisia ja eri asemassa kuin urheilijat aiemmin. Turner (2004) kertoo, että ennen 1970-lukua urheilussa ja urheilijoissa ei ollut mitään tyylikästä. Tämän jälkeinen urheilun, median, vaate- ja jalkineiteollisuuden sekä muodin liittoutuminen loi alustan supertähtien syntymiselle ja muutti urheilun kulttuurista ja taloudellista asemaa yhteiskunnassa (emt., 39.)

Urheilija roolimallina

1. urheilijat, jotka luonnostaan valitsevat roolimallina toimimisen
2. urheilijat, jotka on määrätty roolimalleiksi (esim. seuransa tai liittonsa toimesta)
3. urheilijat, jotka ovat kuuluisia ja joista tulee automaattisesti roolimalli.



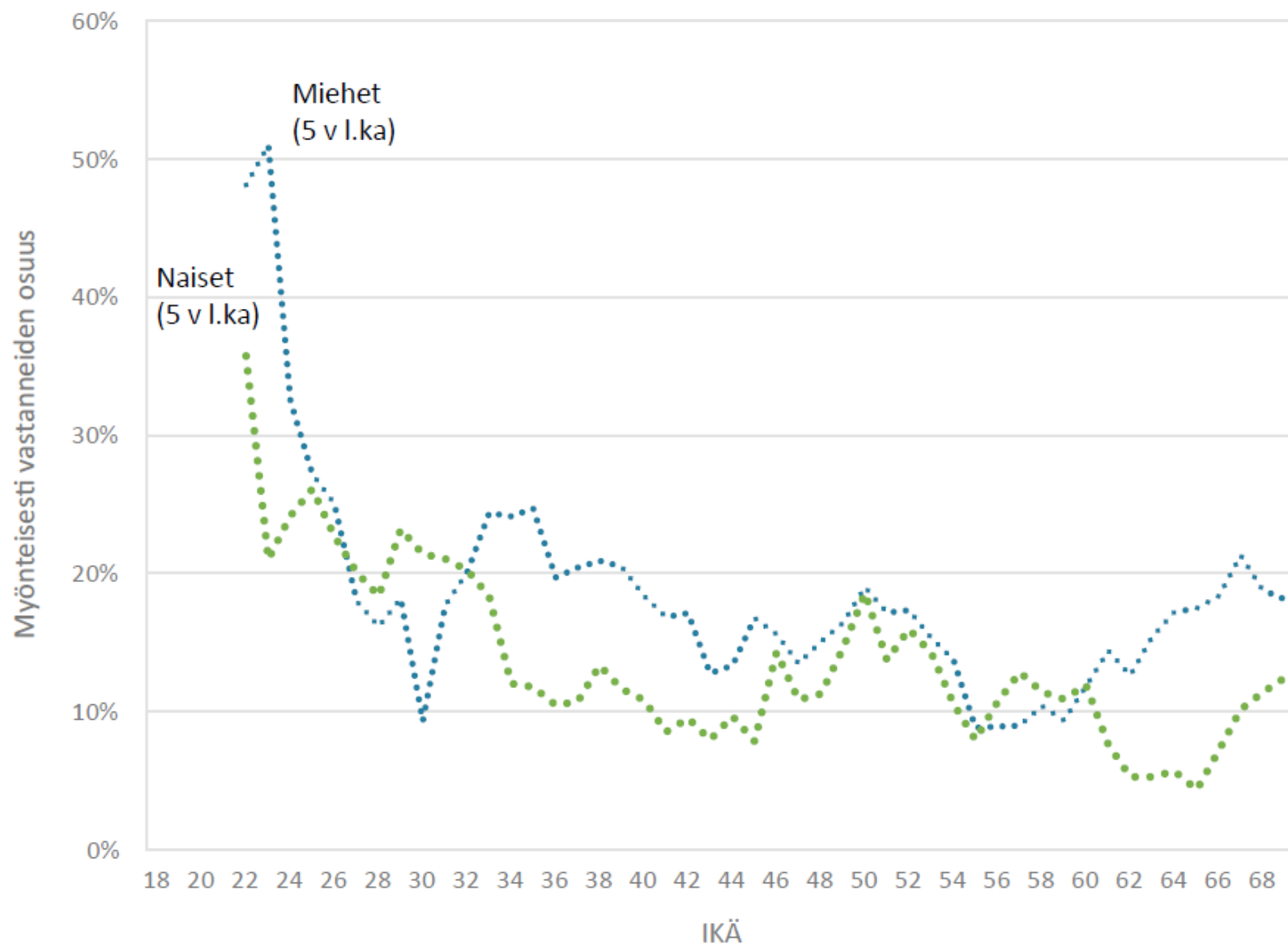
Yleisesti ottaen Suomen joukkueen urheilijat...



Kuvio 7. Urheilijat esikuvina

Kuvio 7. Iän ja sukupuolen vaikutus urheilijoiden pitämiseen roolimalleina

Suomen joukkueen urheilijat toimivat roolimallina minulle



A4S-väestökysely syksy 2021

Onko sinulla yhtä (tai useampaa), tällä hetkellä aktiivisesti **olympialajeissa*** urheilevaa suomalaista, josta pidät tai jota haluat seurata tai jonka fani haluat olla? Jos on, niin ketä tai keitä suomalaisia urheilijoita? TOP 4



Wilma Murto
Arvio seuraajista
väestötasolla
~120 000



Iivo Niskanen
Arvio seuraajista
väestötasolla
~120 000

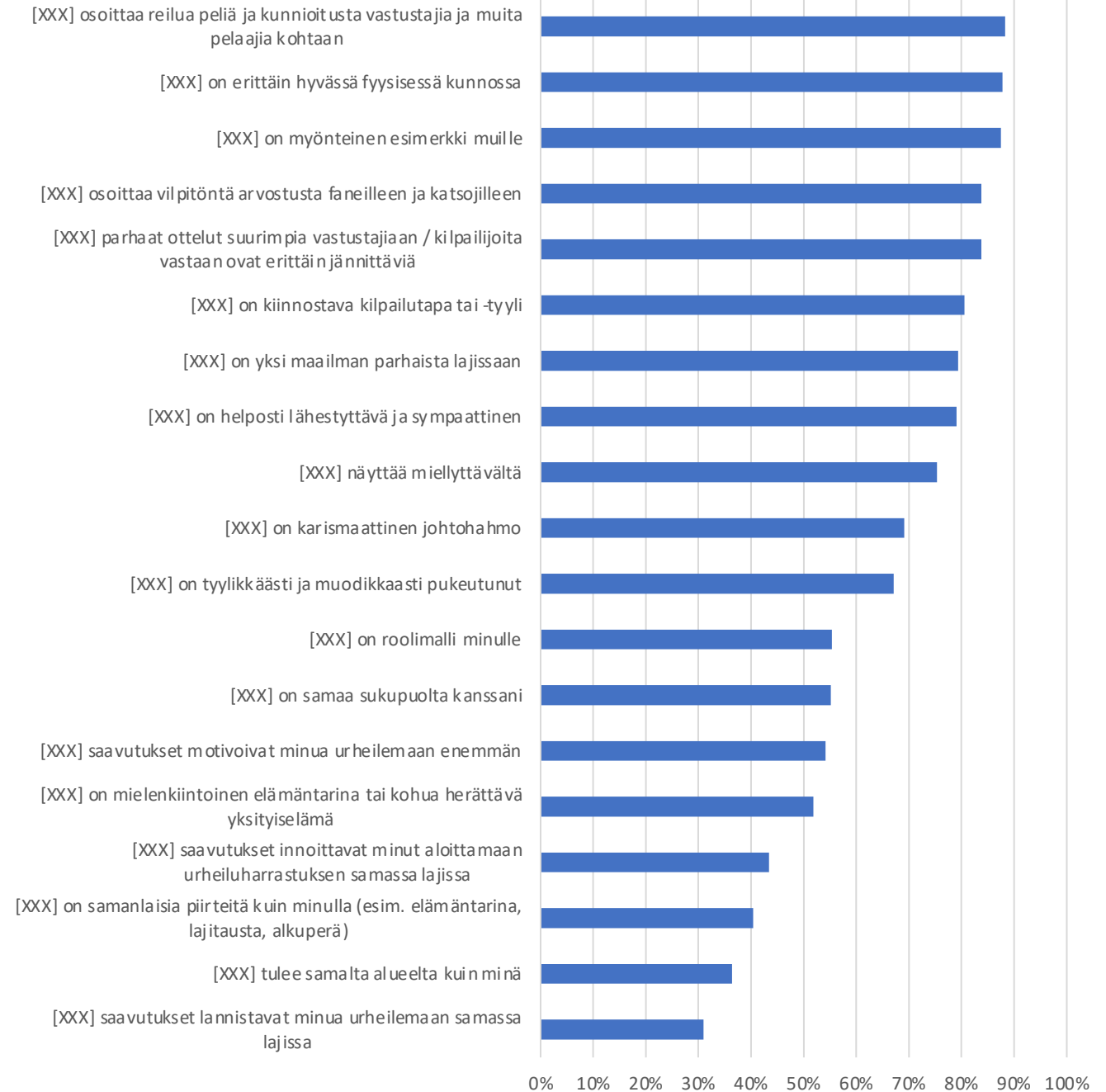


Topi Raitanen
Arvio seuraajista
väestötasolla
~115 000

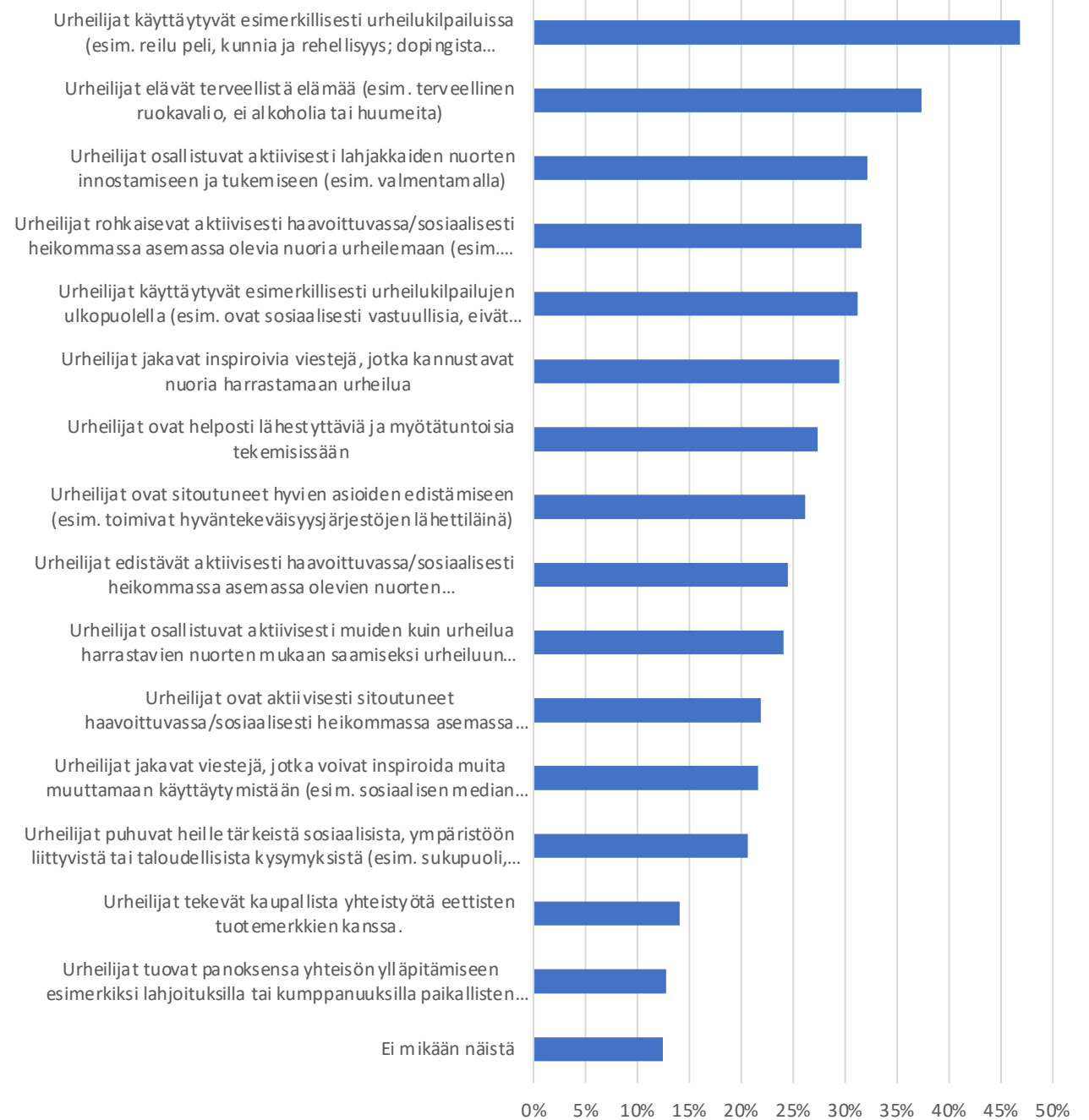


Leo-Pekka Tähti
Arvio seuraajista
väestötasolla
~110 000

Pidä mielessäsi edellisen kysymyksen suomalainen suosikkiurheilijasi ja vastaa missä määrin olet samaa mieltä seuraavista väittämistä (väestö 2021)



Millaisia ominaisuuksia suomalaisten huippu-urheilijoiden olisi tärkeää tuoda esille (väestö 2021)?



Motivators



Athletes want to learn new things



Athletes want to be really proud of themselves



Athletes think it is important to try to be a good role model



Athletes like to inspire people



Athletes think it is important to be an inspiration to people



Miksi roolimalliksi (Urheilijat 2021)

- 71 prosenttia urheilusta on vähintään jonkin verran kiinnostunut olemaan roolimalli

Miksi ei roolimalliksi (Urheilijat 2021)

Holdbacks



Athletes want to focus on their sporting careers



Athletes feel that it is unnecessary for them to be a role model



Athletes do not want to share their life with fans



Athletes did not get training in how to be a role model

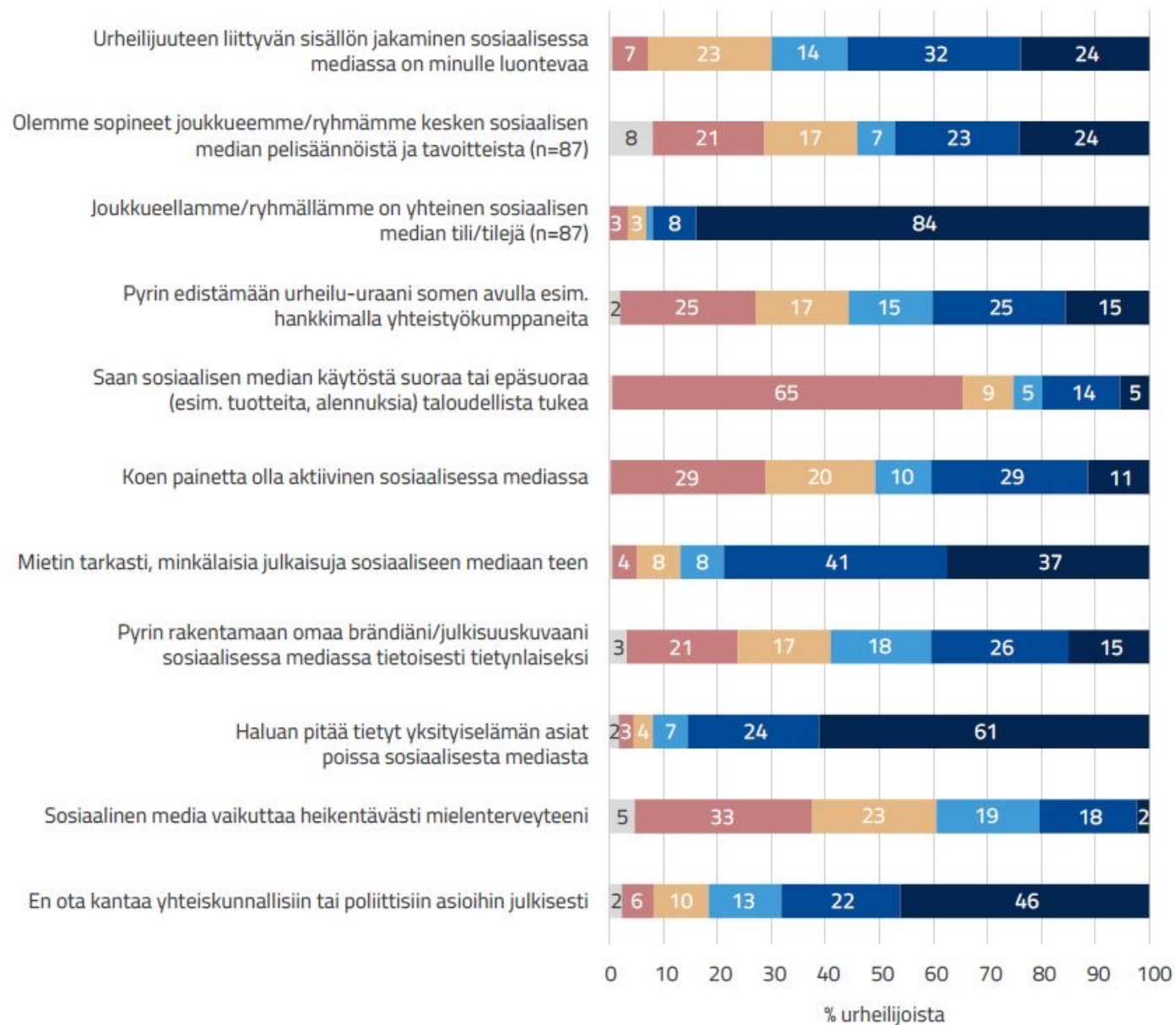


Role model expectations are vague or unspecified



Sosiaalisen median käyttö

- Aikuiset maajoukkueurheilijat (urheilijakysely)
- Brändäys, yhteistyökumppaneiden hakeminen yleistä
- Julkisiin kannanottoihin suhtaudutaan varauksellisesti



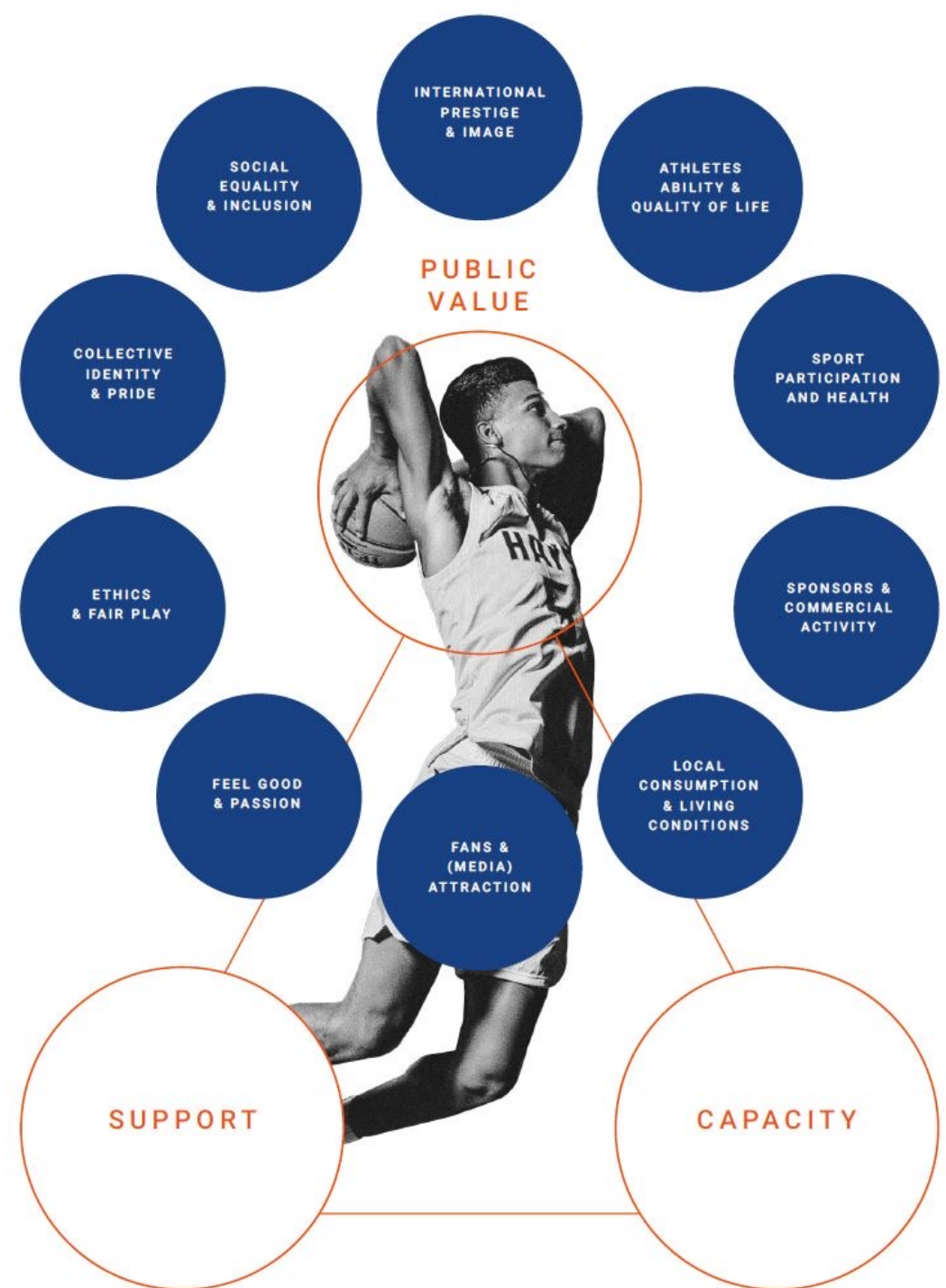
En osaa sanoa
 Täysin eri mieltä
 Jokseenkin eri mieltä
 En samaa enkä eri mieltä
 Jokseenkin samaa mieltä
 Täysin samaa mieltä



3 Miten voi suunnitella vaikuttamiskamppanjan

Vaikuttamisen kohdentaminen

1. Yhteiskunnallinen tasa-arvo ja yhteenkuuluvuus
2. Yhteisöllinen identiteetti, yhdistäminen & ylpeys
3. Etiikka ja reilu peli
4. Onnellisuus ja elämyksellisyys
5. Fanit ja (media)viehäytys
6. Kansainvälinen mielikuva ja poliittinen valta
7. Urheilijoiden elämän laatu ja kyvykkyys
8. Urheiluun osallistuminen ja innostaminen
9. Taloudellinen kehitys ja kumppanuudet
10. Paikallinen kulutus ja ympäristö



Suora vaikutus vai tietoisuuden herättäminen

	Suora vaikutus	Tietoisuuden herättäminen
Käynnistyminen	<ul style="list-style-type: none"> - Hanke käynnistyy urheilijan kiinnostuksesta tai ideasta. - Hanke käsittelee tiettyä aihetta (ainakin aluksi) 	<ul style="list-style-type: none"> - Hanke käynnistyy organisaation ideasta - Hanke käsittelee suurempaa yhteiskunnallista ongelmaa/aihetta.
Urheilijan rooli	<ul style="list-style-type: none"> - Urheilija on aktiivisesti mukana hankkeen toteuttamisessa. - Urheilija on aktiivisesti mukana hankkeen päivittäisessä johtamisessa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Urheilijan tehtävänä on levittää tiettyä viestiä, olla lähettiläs. - Urheilijan tehtäviin ei kuulu ohjelman päivittäinen johtaminen.
Kohderyhmä	<ul style="list-style-type: none"> - Tietty, ominaisuuksien /tarpeiden mukaan määritetty ryhmä ihmisiä. 	<ul style="list-style-type: none"> - Suuri joukko ihmisiä, osa yhteiskuntaa.
Urheilija roolimallina	<ul style="list-style-type: none"> - Urheilijalla on paljon tietoa aiheesta/yhteiskunnallisesta ongelmasta. - Urheilija on hyvä johtaja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Organisaatio valitsee urheilijat osallistumaan hankkeeseen heidän suosionsa ja seuraajiensa perusteella.
Johtaminen	<ul style="list-style-type: none"> -Urheilijan korkea sitoutuneisuus. -Aktiviteeteilla/tapahtumilla on tietty tavoite. -Lisärahoitusta tarvitaan (varsinkin jos hankkeen on tarkoitus kasvaa). 	<ul style="list-style-type: none"> -Urheilijan vähäisempi sitoutuneisuus. -Alhaisempi rahoitustaso mahdollinen.
Vaikutus	<ul style="list-style-type: none"> -Vaikutus yksilötasolla. -Vaikutus syntyy toiminnoista/tapahtumista. 	<ul style="list-style-type: none"> -Vaikutus yhteiskunnallisella tasolla. -Vaikutus on tulosta (sosiaalisen median viesteistä tai urheilijan karismasta. -Vaikutus on seurausta urheilijoiden suosiosta.



Lopuksi

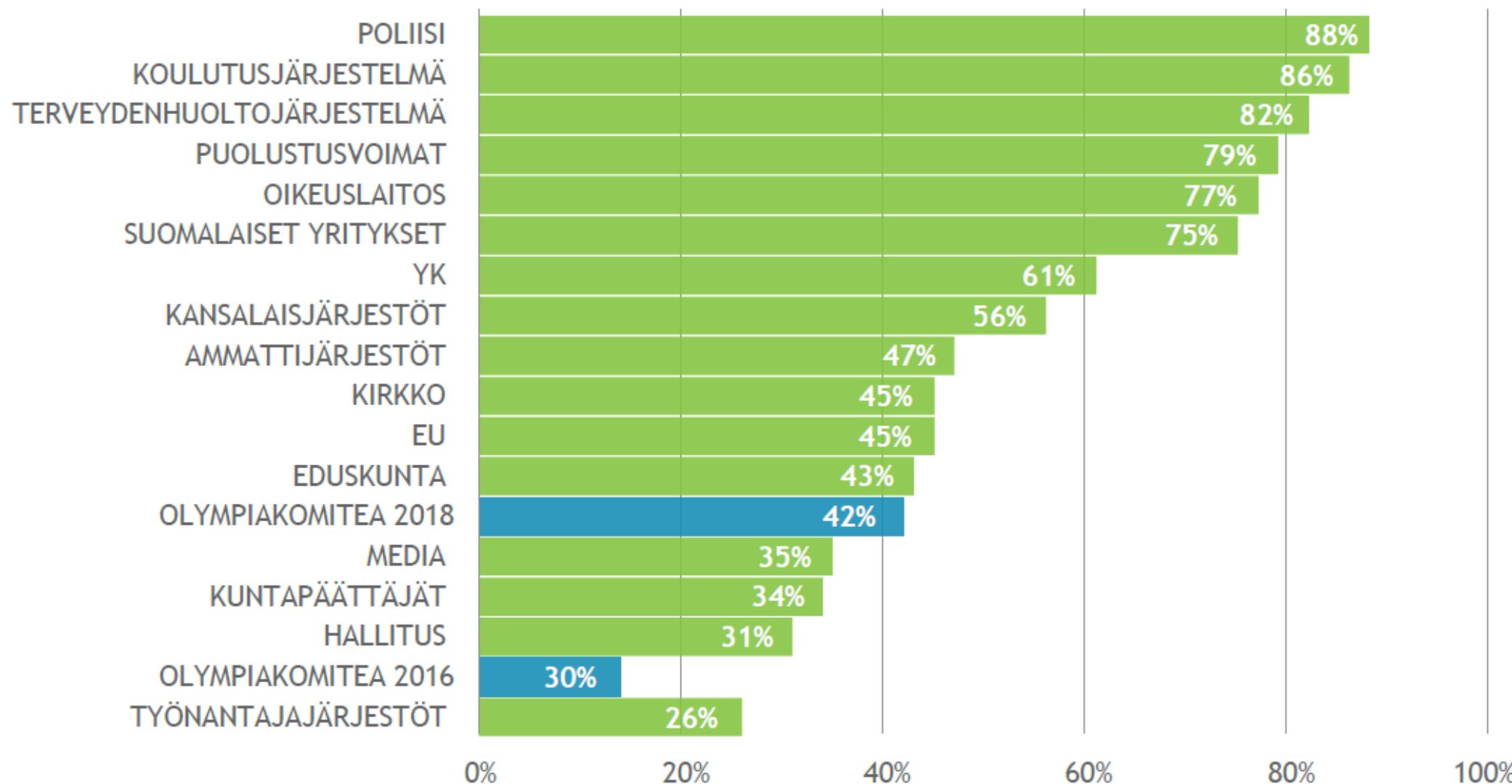
- Miten ennaltaehkäistä urheilun haittavaikutuksia
- Vastaako median antama kuva huippu-urheilun ja urheilun todellisuutta
- Miten potentiaalisia suomalaisia urheilijaroolimalleja mentoroidaan
- Miten vahvistaa urheilun omaa viestiä

KIITOS!



Ylimääräiset

Vuoden 2018 väestö- kysely luottamus



Kuvio 17. Olympiakomitean hypoteettinen luotettavuus suhteutettuna T-median saamiin tuloksiin instituutioiden luotettavuudesta¹

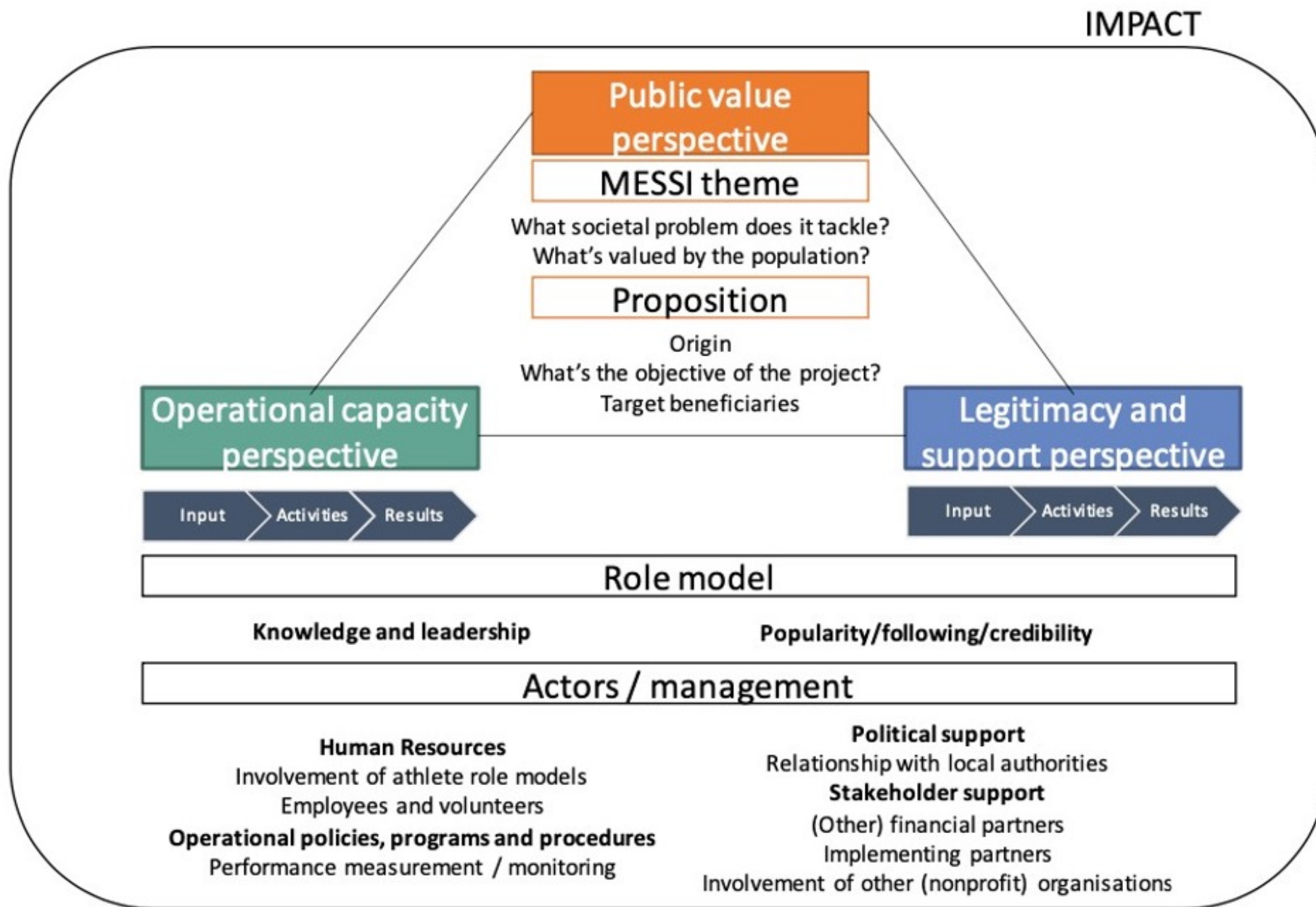
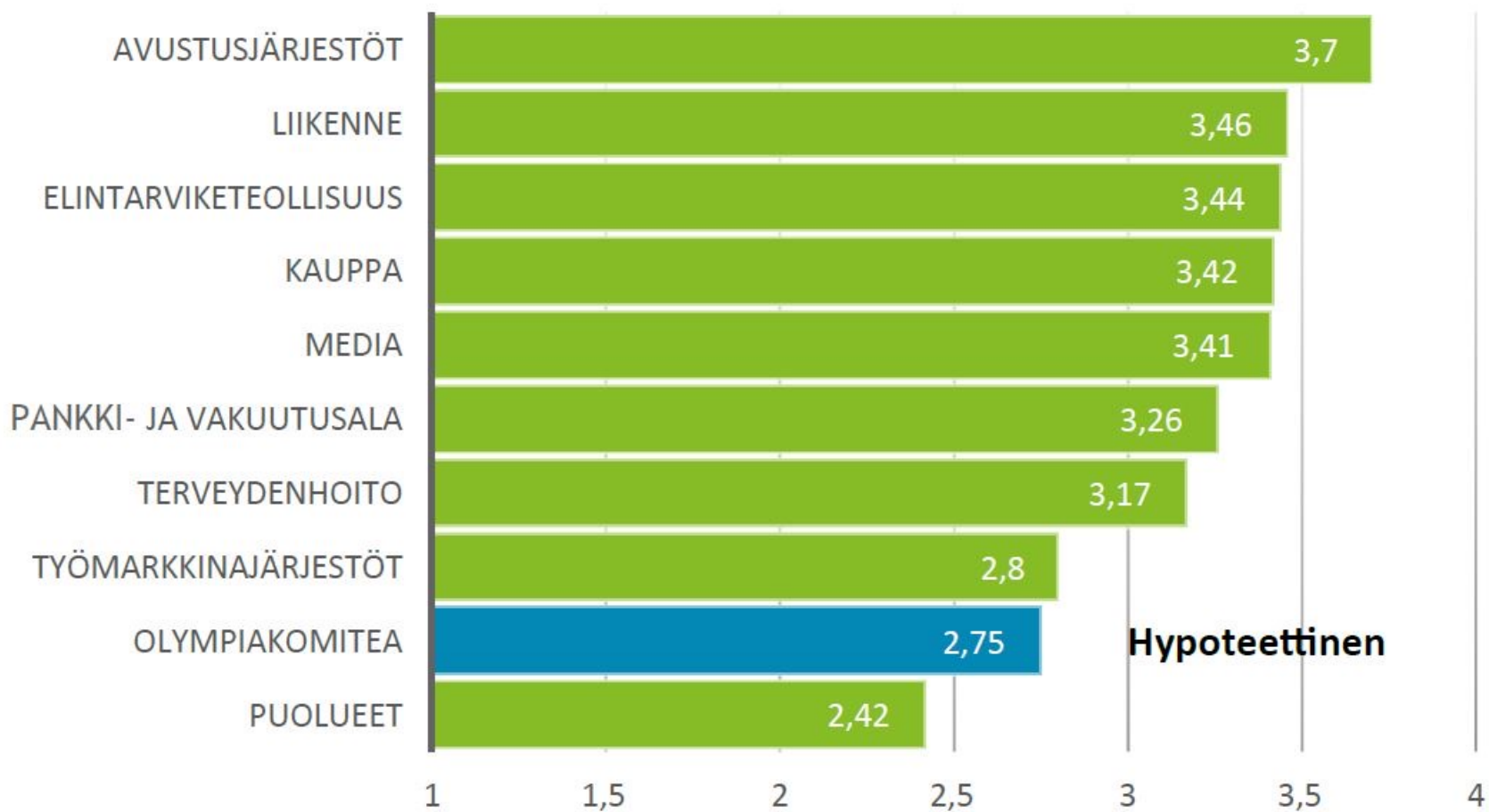
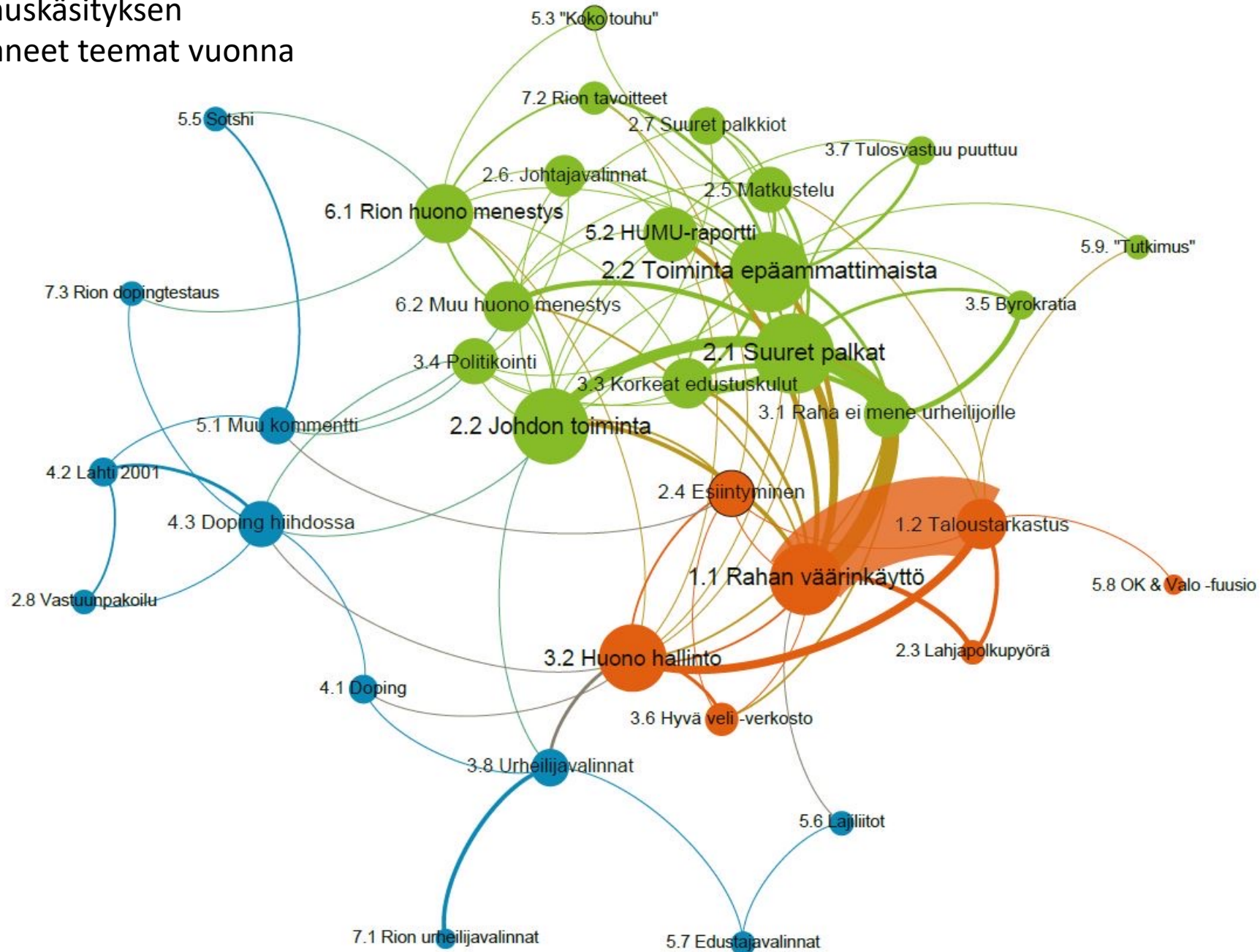


Figure 1 The Athletes4Society framework

Kuvio 5. Olympiakomitean hypoteettinen luotettavuus suhteutettuna Tekirin ja TNS-Gallupin Luottamuspuntariin (2016)



Kuvio 13. Luottamusikäsitteen muutokseen johtaneet teemat vuonna 2016



activators	© De Rycke & De Bosscher, 2019									
	Events		Athletes & teams		Successes			Stakeholders		
	worldcups - Olympic Games - championships		athletes - footballplayers - sportsteams		winning medals - games - records			coaches - sportorganisations - sponsors		
themes	1. Social equality & inclusion	2. Collective identity & pride	3. Ethics & fair play	4. Feel good & passion	5. Fans & (media) attraction	6. Prestige & image	7. Athletes ability & quality of life	8. Sport participation & health	9. Sponsors & commercial activity	10. Local consumption & living conditions
Potential positive impacts	Integration Social equality Inclusion Social justice Socio-economic equality	Community identity Community pride Socializing opportunities	Ethics Symbolism/rituals Fair play Social debate	Pleasure Special experiences Well-being Passion	Beauty of sport Fandom Celebrities Media consumption Sport knowledge	Globalization International prestige Political power Peace building Country/city marketing	Fame Role model function Quality of life Life skills	Identification Sport participation Volunteering Adoption qualities Health awareness	Economic boost Sponsorships Media rights Sport industry assets Commercial activity Innovation Fundraising	Consumption Employment Tourism (sport) infrastructure Greening
Potential negative impacts	Sexism Exclusion Exploitation Discrimination	Opposition & rivalry Chauvinism Shame	Corruption & fraud Hooliganism Deviant examples	Disappointment Failure	Gambling (addiction) Repulsion Drop sports' image	Soft power Bad international image War propaganda	Pressure Injuries Safeguarding issues Post-career depression Doping	Discouragement effect Unhealthy lifestyle Distorted body image	Association with scandals Financial hangover	Legacy costs Environmental impact Declined living conditions Excessive investments

MESSI-MALLI 2019 (Jens De Rycke & Veerle De Bosscher (2019) Mapping the potential societal impacts triggered by elite sport: a conceptual framework, International Journal of Sport Policy and Politics)