Lausunto tulevaisuusvaliokunnalle
Lausunnon antaja FT Riikka Turtiainen, Turun yliopisto

Valtioneuvoston selonteko liikuntapolitiikasta

Liikunta- ja urheilukulttuurin digitalisoituminen

Yhteiskunnan digitalisoituminen on vaikuttanut liikuntakulttuuriin monin tavoin. ***Sosiaalinen media*** on noussut varteenotettavaksi kanavaksi niin liikkumaan innostamisen välineenä kuin liikunta- ja urheilukulttuurin arvomaailman välittäjänäkin. Verkko tarjoaa väylän myös erilaiselle ***liikuntaan ja hyvinvointiin liittyvän asiantuntemuksen*** jakamiselle, jolloin vastuu luotettavan tiedon pariin päätymiselle jää kansalaisille itselleen. Hyvinvointi- ja itsensämittaamisteknologiat ovat puolestaan yleistyneet käytettäväksi arkipäiväisen kuntoilun yhteydessä, ja samalla on herätty erilaisten ***pelillisten elementtien*** ja sovellusten hyödyntämiseen liikunta-aktiivisuuden lisäämiseksi. ***Elektroninen urheilu*** on vallannut alaa perinteisemmän huippu-urheilun kentältä, mikä on yhtäältä lisännyt huolta liian vähän liikuvien lasten ja nuorten puolesta ja toisaalta avannut muun muassa ennennäkemättömiä liiketoimintamahdollisuuksia alalla. Keskityn tässä asiantuntijalausunnossa nostamaan tarkemmin esiin joitain keskeisiä liikuntakulttuurin digitalisoitumiseen liittyviä näkökohtia ja kiinnitän samalla huomioni ***toimintaympäristön tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden edistämisen tarpeeseen***.

Liikuntakulttuuri muutoksessa

Erityisesti lapset ja nuoret hakevat vaikutteita ja harrastusyhteisöjä sekä omaksuvat kulutustottumuksia sosiaalisen meidan kautta. Perinteisten liikuntaharrastusten rinnalle on verkon myötävaikutuksella noussut monia vaihtoehtoisen fyysisen kulttuurin muotoja. Yksi liikuntakulttuurin edistämisen keino saattaakin tulevaisuudessa olla terveyden edistämisen ja liikunnan merkitysten korostamisen välttäminen. Hyötypuheen sijaan voi olla tarkoituksenmukaisempaa painottaa yhä enemmän ”hauskuuspuhetta”. Kun lapset ja nuoret (siinä missä aikuisetkin) löytävät mielihyvää ja nautinnollisia elämyksiä tuottavan ajanviettotavan, saattavat he liikkua huomaamattaan terveydenedistämisen kannalta merkittävästi – olematta erikseen ”urheilullisia”. Yhdeksi fyysisen aktiivisuuden lisäämisen avainsanoista on noussut pelillistäminen. Pelkkä pelillistäminen pelillistämisen vuoksi ei kuitenkaan välttämättä johda toivottuihin lopputuloksiin, sillä jotta digitaalisen sovelluksen käyttäjä saataisiin sitoutettua toimintaan pidemmäksi aikaa, pitää suunnittelun olla käyttäjälähtöistä. Pelillistäminen ei vielä itsessään takaa toiminnan mielekkyyttä tai parempaa liikuntamotivaatiota. Pokemon Go:takaan ei suunniteltu alun perin liikunta-aktiivisuuden lisäämiseen, vaikka se lopulta saikin monet liikunnallisesti passiiviset ihmiset liikkeelle.

Perinteisen liikunta- ja urheilukulttuurin rajoja ylittävässä toiminnassa saattaisi joka tapauksessa olla väylä vähän liikkuvien elämäntapamuutokseen. Keskeistä on hahmottaa ihmisten erilaiset motivaatiot liikkumiselle. Suosiota ovat viime vuosina kasvattaneet liikuntatapahtumat, joihin voivat samanaikaisesti osallistua vaihtelevista liikunnallisista lähtökohdista ja erilaisin tavoittein tulevat osallistujat (esim. erilaiset esteratajuoksutapahtumat). Edelleen löytyy toki siis myös niitä, joita ajaa liikkumaan nimenomaan toiminnan kilpailullisuus. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii viimeisen kymmenen vuoden aikana suuren, kansainvälisen suosion saavuttanut laji, joka on alunperinkin organisoitunut verkon välityksellä ja jonka pääkanavana harrastajiensa osallistamiseen toimii edelleen sosiaalinen media. Kyse on

yksityisen sektorin synnyttämästä CrossFitista, joka on tällä hetkellä vahvasti juurtunut suomalaiseen liikuntakulttuuriin.

Sosiaalinen media vaikuttamisen välineenä

Sosiaalisen median keskeisiä toimijoita ovat tällä hetkellä erityisesti nuorison keskuudessa suositut ”vaikuttajat” (influencer). Liikuntakulttuurien yhteydessäkin on tärkeää huomioida ilmiöön kytkeytyvä kaupallisuus. Suosituimpien tubettajien elämäntapavalintoja seurailtaessa on olennaista tiedostaa sisältöjen taustalla vaikuttavat kaupalliset yhteistyökuviot. Fitness- ja lifestylebloggaajat tarjoavat elämäkerrallisen sosiaalisen median kanavansa kautta usein myös omia alan palvelujaan (treeniohjelmat ja ruokavaliot). Sosiaalisen median käyttäjältä vaaditaankin kattavaa lähdekriittisen tarkastelun kykyä, jotta hän osaa seuloa lukuisten sisällöntarjoajien joukosta luotettavaa liikuntatietoutta tuottavat tahot – tilanteessa, jossa periaatteessa kuka tahansa voi esiintyä liikunta- ja hyvinvointialan asiantuntijana. Liikunta- ja urheilukulttuurin some-vaikuttajuutta olisikin syytä tarkastella tulevaisuudessa lähemmin.

Sosiaalinen media toimii vaikuttamisen välineenä myös huippu-urheilun yhteydessä. Digitalisoituminen on vaikuttanut urheilijoiden, urheiluorganisaatioiden, sponsoreiden, valtamedian ja urheiluyleisön välisiin suhteisiin merkittävällä tavalla. Urheilijoilla on nykyään mahdollisuus viestiä yleisölleen suoraan sosiaalisen median kautta ohi urheilujournalistien. Urheilijoiden tuottamat sosiaalisen median sisällöt päätyvät usein myös valtamedian otsikoihin. Myös urheiluyleisö tarttuu aktiivisesti urheilutoimijoiden tekemisiin kommentoiden asioita omissa kanavissaan. Urheilijat ovat toistaiseksi tarttuneet julkisuudessa harvakseltaan liikuntapoliittisiin tai laajempiin yhteiskunnallisiin teemoihin, mutta sen tehdessään huomiarvo on ollut suurta. Uuden sukupolven urheilijat ovat alkaneet tuoda arvojaan esille enenevissä määrin. Äärimmäisen seurattuina sosiaalisen median toimijoina heidän sanomallaan on mahdollista välittyä niin urheilukulttuurin sisällä kuin ulkopuolellakin.

Sosiaalinen media on nostanut esiin liikunnan ja urheilun tasa-arvoon ja yhdenvertaisuuteen liittyviä kysymyksiä. Urheilukulttuuri on ollut pitkään heterogeenisen maskuliinisuuden perinteeseen nojaava omalakinen poteronsa ja valtamedian esittämis- ja puhetavat ovat ylläpitäneet sukupuoleen, seksuaaliseen suuntautumiseen ja etnisyyteen liittyviä stereotypioita. Suomessa Yle on viimeaikoina pyrkinyt tasa-arvoistamaan omia liikunta- ja urheilukulttuurin esittämistapojaan mutta asiassa riittää edelleen paljon tekemistä. Urheilujournalismin yksipuolisuus luo esimerkiksi naisurheilun noidankehäksi kutsutun tilanteen, jossa sponsoritulot keskittyvät medianäkyvyyttä nauttiville lajeille, jotka kasvattavat sen myötä suosiotaan entisestään myös yleisön keskuudessa muiden liikunta- ja urheilumuotojen jäädessä taka-alalle. Tämä taas vaikuttaa suoraan esimerkiksi naisten joukkueurheilulajeissa käytettävissä oleviin resursseihin ja sitä kautta lajien harrastajienkin toimintamahdollisuuksiin. Kotimainen urheilujournalismi on perinteisesti tarkastellut urheiluorganisaatioiden toimintaakin varsin kritiikittömästi, epäkohtia esiin nostamatta ja keskittyen tulosurheilusta raportoimiseen.

Perinteisellä medialla on siis edelleen paljon vaikutusvaltaa sen suhteen, millaisina liikuntayhteisöt näyttäytyvät ihmisten arjessa ja vapaa-ajan harrastuksia valittaessa. Sosiaalisessa mediassa on kuitenkin potentiaalinen väline vallalla olevista lainalaisuuksista poikkeavien, eriarvoisuutta ehkäisevien esitysten luomiseen – ja valtamedian marginaaliin jäävien urheilulajien ja liikuntamuotojen esiin nostamiseen. Valtamedianäkyvyyden ulkopuolelle jäävät

lajit ovat alkaneet hyödyntää esimerkiksi suoratoistosovelluksia (mm. Facebook Live) reaaliaikaisten suoritusten ja muiden sisältöjen esittämiseen. Urheilukulttuurissa roolimallien ja idolien vaikutus on ilmeinen, ja sosiaalisen median myötä esikuvakseen on nykyään mahdollista löytää myös marginaalisemman liikuntamuodon edustaja.

Kulttuuriset ja yhteiskunnalliset valtarakenteet määrittävät urheilua ilmiönä sekä toimijuuden rajoja sen sisällä. Urheiluun, sen esittämiseen, toimijoihin ja instituutioihin liittyvät yhdenvertaisuus- ja tasa-arvokysymykset onkin nostettava liikuntapolitiikan keskiöön. Uuden tiedon tuottamisen tarve erityisesti suhteessa digitalisoitumisen luomiin uusiin toimitakulttuureihin nähden onkin ilmeinen. Kuten Liikuntapoliiittisessa seloteossakin todetaan tarvitaan siis tutkimukseen perustuvaa tietoa, joka on sovellettavissa liikunnan ja urheilun toimintakulttuureja muutettaessa.

Elektronisen urheilun nousu

Miljoonayleisöt keräävä elektroninen urheilu on jo tunnustettu merkittäväksi viihdeteollisuuden osa-alueeksi, mutta suuresta suosiostaan huolimatta se etsii vielä paikkaansa niin sanotun perinteisen urheilun keskuudessa. Suomessa urheiluseurat ovat perustaneet alaisuuteensa e-urheilujoukkueita ja Yle on alkanut näyttää e-urheilua omassa ohjelmatarjonnassaan. Suurta kansainvälistä menestystä saavuttaneet suomalaispelaajat ovat nousseet valtamedioiden otsikoihin. Suomi on toiminut jopa suunnannäyttäjänä tässä kehityksessä, sillä kansallinen olympiakomiteamme hyväksyi ensimmäisenä maailmassa e-urheilun lajiliiton (SEUL ry) jäsenekseen marraskuussa 2016.

Keskustelu siitä, onko digitaalisen kilpapelaamisen paikka perinteisen urheilun rinnalla ei sinänsä ole enää mielekästä. Tärkeämpää olisi siirtyä pohtimaan sitä, miten elektroninen urheilu tulee vaikuttamaan yhteiskuntaamme tulevaisuudessa. Kyseessä on kaikessa laajuudessaan ilmiö, jota ei voida jatkossa sivuuttaa suomalaisissa liikuntapoliittisissa pohdinnoissa. Elektroninen urheilu jäljittelee esittämistavoissaan perinteisempiä urheilumuotoja (esim. perinteiten urheilulähetysten konventioiden varaan rakennetut e-urheilulähetykset) mutta myös elektronisen urheilun parista löytyy toimintatapoja, jotka ovat perinteisen urheilun omaksuttavissa. Voidaan jopa puhua digitalisaation aiheuttamasta mediaurheilun eli mediavälitteisen urheilun murroksesta, joka tuo perinteistä urheilua lähemmäs elektronisen urheilun käytäntöjä. Elektronisen urheilun nousun kohdalla on äärimmäisen tärkeää kiinnittää huomiota tasa-arvoon ja yhdenvertaisuuteen, jotta voitaisiin välttää eriarvoisuutta lisäävän toimintakulttuurin vahvistuminen.

Kiitän mahdollisuudesta saada lausua tutkimustietoon perustuvat näkemykseni koskien liikunta- ja urheilukulttuurien digitalisoitumista.

Porissa 16.1.2019

Riikka Turtiainen
FT, Digitaalisen kulttuurin yliopistonlehtori
Turun yliopisto

Centre of Excellence in Game Culture Studies