

Miten viestiä eläkeasioista ulkomaalaistaustaisille?

Case Eläketurvakeskus

Jenni Räsänen



Tekijä(t) Jenni Räsänen	
Koulutusohjelma Journalismin koulutus, medianomi (ylempi amk)	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Miten viestiä eläkeasioista ulkomaalaistaustaisille? Case Eläketurvakeskus	Sivu- ja liitesivumäärä 85 + 0
<p>Selvitin tutkimushankkeessani Suomessa asuvien ulkomaalaistaustaisten tiedontasoa Suomen työeläkejärjestelmästä. Tavoitteenani oli kerätä tietoa ulkomaalaistaustaisten tavoista varautua vanhuuden varalle. Halusin saada selville, millä tavoin työeläkeasioista jaettava tieto on ulkomaalaistaustaisten mielestään selkeää ja kiinnostavaa sekä toisaalta, mitä kanavia pitkin tieto tälle kohderyhmälle leviää parhaiten.</p> <p>Käyttämäni tutkimusmetodi oli toimintatutkimus. Hain vastauksia tutkimuskysymyksiini pitämällä työpajan maahanmuuttajajärjestöjen aktiiveille. Työpajan suunnittelussa tukeuduin luovan ongelmanratkaisun keinoihin. Tutkimukseni tulokset auttoivat Eläketurvakeskuksen viestintää suunnittelemaan viestintäkokonaisuutta uudelle kohderyhmälle. Tutkimukseni tulokset taustoittivat, millainen ulkomaalaistaustaisten ryhmä Suomessa on ja millä tavoin heidän suuntaansa kannattaa viestiä. Työpaja toimi myös viestintäyhteyksien avaajana.</p> <p>Työpajani vahvisti ennako-oletusta, että ulkomaalaistaustaisten tiedontaso Suomen eläkejärjestelmästä on pääosin niukka. Keskusteluissa nousi vahvasti esille, että viestinnän suunnitteluun kannattaa osallistaa ulkomaalaistaustaisia itse. He tuntevat kohderyhmän parhaiten ja osaavat näin auttaa materiaalien rakentamisessa. Ulkomaalaistaustaisten keskuudessa viestin viejällä on merkitystä. Maahanmuuttajajärjestöjen aktiiveja kannattaa käyttää viestinnän kasvoina tiedon levittämisen lisäksi. Kasvokkainen viestintä koettiin tehokkaaksi viestintätavaksi sosiaalisen median lisäksi. Puskaradion merkitystä unohtamatta.</p> <p>Ulkomaalaistaustaisille kasatun materiaalin viesti pitää olla selkeää ja yksinkertaista. Yhteen viestiin ei kannata pakata liikaa tietoa, vaan pitää materiaalit hallittavina. Materiaaleja kasatessa pitää tiedostaa negatiiviset ennakkoluulot, jotta osaa pyyhkiä ne pois materiaaleista. Työpajan aikana syntyi myös useita varsin konkreettisia ideoita hyviksi materiaaleiksi Eläketurvakeskuksen käyttöön.</p> <p>Työpaja toimi hyvänä oven avaajana Eläketurvakeskukselle uuden kohderyhmän kanssa toimimiseen. Järjestöjen aktiivit pääsivät tutustumaan Suomen eläkejärjestelmään ja Eläketurvakeskuksen toimintaan. Työpajan aikana aktiivit saivat kertoa omat näkemyksensä käsitellyistä aiheista ja Eläketurvakeskus sai hyviä ideoita siihen, millaisia ja millä tavoin viestintämateriaaleja kannattaa lähteä ulkomaalaistaustaisille kasaamaan.</p>	
Asiasanat eläketurva, ulkomaalaistaustainen, viestintä, kansalaisviestintä, yhteiskunta	

Sisällys

1	Jodanto	1
2	Käsitteitä ja määritelmiä	4
2.1	Mitä viestintä on?	4
2.2	Yhteisöviestintä	5
2.3	Viestinnän kanavat ja muodot	6
2.4	Viestinnän yksi- ja monisuuntaisuus	7
2.5	Sidosryhmät ja kohderyhmät	8
2.6	Millaista on tehokas viestintä?	11
2.7	Viestintäkampanjan rakennuspalikat	12
2.8	Selkeä ja kiinnostava viestintä	12
2.9	Ulkomaalaistaustainen ja suomalaistaustainen	14
2.10	Työeläke	15
3	Toimeksiantajan ja kohderyhmän esittely	17
3.1	Mikä on Eläketurvakeskus?	17
3.2	Eläketurvakeskuksen viestinnän erityispiirteet	18
3.3	Ulkomaalaistaustaiset kohderyhmänä	20
3.4	Monikulttuurisen viestinnän erityispiirteet	23
3.4.1	Mitä kulttuuri on?	23
3.4.2	Stereotypiat	24
3.4.3	Viestiminen monikulttuurisessa ympäristössä	27
4	Kehittämismenetelmä, aineisto ja analyysi	31
4.1	Kehittämishankkeen tavoite ja työvaiheet	31
4.2	Tutkimusmetodi	33
4.3	Millainen on hyvä työpaja?	34
4.3.1	Luovan ongelmaratkaisun prosessi	35
4.3.2	Työpajan kasaaminen	37
4.3.3	Fasilitaattorin rooli	39
4.4	Työpajasta saadun materiaalin analysointi	40
5	Työpajan järjestäminen ja sen sisältö	43
5.1	Työpajan taustat	43
5.2	Työpajan sisällön rakentaminen	44
5.3	Työpajan juoksutus	46
5.4	Työpajan käytännönjärjestelyt	47
6	Työpajan kulku	50
6.1	Työpajan perustiedot	50
6.2	Työpajan kulku	50
6.2.1	Työpajan tervetulosanat ja aloituspuheenvuorot	51

6.2.2	Työpajan ensimmäinen osio	52
6.2.3	Työpajan toinen osio	54
6.2.4	Työpajan kolmas osio	57
6.2.5	Työpajan lopetus	59
7	Pohdintaluku	60
7.1	Työpajan rakenteen ja kulun arviointi	60
7.1.1	Työpajan osallistujat	60
7.1.2	Työpajan eteneminen	61
7.1.3	Muut käytännön asiat	62
7.2	Antoiko työpaja vastaukset tutkimuskysymyksiini?	64
7.2.1	Ensimmäinen tutkimuskysymys	64
7.2.2	Toinen tutkimuskysymys	65
7.2.3	Kolmas tutkimuskysymys	68
7.3	Viestinnän suunnittelun tueksi	69
7.3.1	Tavoitteena monisuuntainen viestintä	69
7.3.2	Eri kulttuuritaustojen hallinta ja huomiointi	70
7.3.3	Kohderyhmän hyvä tuntemus	73
7.4	Jatkoehdotuksia	76
7.4.1	Kieli	76
7.4.2	Pääviesti	76
7.4.3	Video	77
7.5	Työni hyödyt Eläketurvakeskukselle	78
	Lähteet	81

1 Johdanto

Kehittämishankkeeni tavoitteena on ulkomaalaistaustaisten eläketiedon tason kartoittaminen Suomessa ja heille sopivien viestintätapojen löytäminen. Kehittämishankkeen tarkoituksena on selvittää ulkomaalaistaustaisten tarpeita ja toiveita eläkeviestinnässä sekä rakentaa ideoita sopiviksi viestintämateriaaleiksi pääosin 15–40-vuotiaille ulkomaalaistaustaisille kohdennettuun työeläkeviestintään Eläketurvakeskuksen käyttöön.

Kehittämishankkeeni tutkimuskysymykset ovat:

1. Mitä 15–40-vuotiaat ulkomaalaistaustaiset tietävät eläkkeistä ja mitä he eläkeasioista ajattelevat?
2. Miten Eläketurvakeskus voi viestiä ulkomaalaistaustaisille työeläkeasioiden perusteista selkeästi ja kiinnostavasti?
 - Millainen on selkeä ja kiinnostava perusviesti työeläkeasioista ulkomaalaistaustaisille?
 - Mitä kanavia pitkin ulkomaalaistaustaiset tavoittaa parhaiten?
3. Millaisena maahanmuuttajajärjestöjen edustajat näkevät ulkomaalaistaustaisille kohdennetun viestinnän nykytilan?
 - Millaisia toiveita heillä on viestinnän kehittämiseksi?
 - Millaista viestintämateriaalia heidän on mielekästä muokata ja jakaa?

Yksi Eläketurvakeskuksen (ETK) tehtävistä on tehdä lakisääteistä työeläketurvaa tutuksi. Myös Eläketurvakeskuksen tuoreessa strategiassa (2017–2021) yksi neljästä painopisteestä on lisätä eläketurvan tunnettuutta viestinnän avulla sekä yhteisö- että yksilötasolla (Eläketurvakeskus 2016a). Yhtenä kasvavana ja tärkeänä kohderyhmänä nähdään ulkomaalaistaustaiset.

Ulkomaalaistaustaisten osuus Suomen väestöstä on kasvanut viimeisen viidentoista vuoden aikana paljon. Vuonna 1990 ulkomaalaistaustaisia oli 0,8 prosenttia. Vuoteen 2015 mennessä määrä oli kasvanut 6,2 prosenttiin. (Tilastokeskus 2016a.) Merkittävää on, että suuri osa ulkomaalaistaustaisista on työikäisiä eli 15–64-vuotiaita. Vuonna 2015 ulkomaalaistaustaisista työikäisiä oli 76 prosenttia verrattuna suomalaistaustaisiin, joista työikäisiä oli 62 prosenttia. (Tilastokeskus 2016b.) Eläketurvakeskuksen pääkohderyhmä kansalaisille työeläkeasioista viestittäessä ovat työikäinen väestö.

Kehittämishankkeessani idea lähti Eläketurvakeskuksen tarpeesta viestiä ulkomaalaistaustaisille työeläkeasioiden perusteista laajemmin. Eläketurvakeskuksen viestintäosastosta valitsi yhteistyökumppaniksi FCG Finnish Consulting Group Oy:n (FCG), jonka avustuksella viestintää suunnitellaan ja toteutetaan. Hankkeen kasvoina toimii Abdirahim Husu

Hussein. Hussein on Monikulttuurijärjestöjen yhteistyöverkosto Moniheli ry:n (Moniheli) puheenjohtaja ja muutenkin tunnettu henkilö ulkomaalaistaustaisten keskuudessa. Hän on lupautunut käyttämään järjestömaailman kontaktejaan apuna työeläkeviestin eteenpäin viemisessä.

Nykyisellään ulkomaalaistaustaisille suunnattu työeläkeviestintä vaatii kohderyhmältä oma-aloitteisuutta. Työstetyt materiaalit on sijoitettu pääasiassa Eläketurvakeskuksen ylläpitämiin verkkopalveluihin. Viestinnän tehostamiseksi tarvitaankin uusia kanavia, joiden kautta viesti tavoittaisi ulkomaalaistaustaiset tehokkaammin ja luontevammin. Myös viestintämateriaalien sisältöä on tarkoitus muokata kohderyhmälle sopivammaksi.

FCG:n ja Husseinin verkostojen avulla voimme valjastaa työeläkeviestin viemisen kanaviksi eri maahanmuuttajajärjestöt ja näiden aktiivit. Tarkoituksena on vieraila heidän järjestämissään tilaisuuksissa ja räätälöidä heidän toiveidensa pohjalta omia tilaisuuksia. Toiveena on, että viesti otetaan paremmin ja avoimemmin vastaan, kun se saa tutummat ja uskottavat kasvot. Viestiä on myös tarkoitus viedä lähemmäs vastaanottajaa, jotta se on helpommin heidän saatavillaan.

Asiaa levitetään myös sosiaalisen median kautta. Tavoitteena on saada kohderyhmä jakamaan itse tietoa ja luomaan kontakteja. Jaettavana materiaalina hyödynnetään myös jo olemassa olevaa sähköistä sisältöä esimerkiksi verkkosivuja tai videoita. Jatkossa mahdollisesti järjestetään myös koulutuksia tai tietoisuuksia yhdistysten tai koulujen kautta, kun kiinnostus on herätetty.

Ulkomaalaistaustaisten kohderyhmää rajattiin alkuun niin, että kohderyhmänä ovat noin 15–40-vuotiaat ulkomaalaistaustaiset. Erityisesti keskitytään noin 15–25-vuotiaisiin opiskelijoihin ja työmarkkinoille tuleviin nuoriin sekä työikäisiin 25–40-vuotiaisiin. Myöhemmässä vaiheessa on mahdollisesti tarkoitus suunnitella erikseen viestintää kotoutusvaiheessa oleville.

Selvitän maahanmuuttajajärjestöjen aktiiveilta mielipiteitä työeläkeviestinnän nykytilasta järjestämällä heille eläkeasioita käsittelevän työpajan. Työpajan avulla kerään lisäksi ideoita työeläkeasioiden viestimiseen kohderyhmälle selkeästi ja kiinnostavasti. Mitä he tietävät Suomen työeläkejärjestelmästä tai ylipäättään varautuvat vanhuuteen? Miten heidän mielestään työeläkeviestintää tulisi kehittää? Ja toisaalta, millaista työeläkkeisiin liittyvää materiaalia he ottaisivat ja jakaisivat omille jäsenilleen?

Viestintäkampanjaa varten pohditaan 1–2 perusviestiä, joiden kautta lähdetään suunnittelemaan sopivia viestintämateriaaleja -ja tapoja. Viestien pohjalta kumpuavat ajatukset: *työnteosta kertyy eläkettä ja jokainen ansaitsemasi euro kartuttaa eläkettäsi*. Näiden perusajatuksien ja työpajassa saadun aineiston kautta kasaan analyysin kohderyhmän toiveista ja tarpeista eläkeviestinnässä sekä kehitän edelleen työpajassa esiin tulleita ideoita sopiviksi viestintämateriaaleiksi kohderyhmälle.

2 Käsitteitä ja määritelmiä

Tässä luvussa avaan kehittämishankkeessani käyttämiäni peruskäsitteitä ja määritelmiä. Aloitan viestinnän perusperiaatteiden ja kanavien kuvaamisella. Avaan yhteisöviestinnän ja kohderyhmäviestinnän käsitteitä. Pohdin millaista on tehokas viestintä ja mistä hyvä viestintäkampanja rakentuu. Lopuksi määritän työni tavoitteiksi kirjatun selkeän ja kiinnostavan viestinnän merkityksen sekä useimmin työssäni esiintyvät termit; ulkomaalaistaustainen, suomalaistaustainen ja työeläke.

2.1 Mitä viestintä on?

Viestintä on ihmisten välistä vuorovaikutusta, johon lasketaan kuuluvaksi sekä sanaton että sanallinen eli puheesta ja kirjoituksesta rakentuva viestintä. Sanatonta viestintää ovat kaikki eleet, ilmeet, vilkaisut, liikkeet, asennot, tilankäyttö ja välimatka. Sanatonta viestintää tapahtuu tiedostaen ja tiedostamatta. Näissä voi olla myös isoja kulttuurillisia eroja. Kirjoitetusta tekstistä lukija voi aistia kirjoittajan ajatuksia ja tunteita hänen käyttämistään sanoista. Mielenpitemuodostumiseen vaikuttaa myös valittu kanava, tekstin ulkoasu sekä tapa puhutella lukijaa. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 11.)

Ulkomaalaistaustaiset kohderyhmänä ovat todella moninainen ja kohderyhmän sisältä löytyy todella monen eri kulttuuritaustan edustajia. Viestintämateriaaleja suunniteltaessa on tärkeää huomioida sanattoman viestinnän erilaiset merkitykset eri kulttuureissa, jotta ikäviltä väärinkäsityksiltä vältytään.

Ympäristöllä, jossa viestintä tapahtuu, on yhtä tärkeä itse viestin sisältöön nähden. Viestintä mahdollistaa työn teon ja vahvistaa yhteisöllisyyttä ja kulttuuria. Sosiaalinen media on tuonut tähän oman ulokkeensa virtuaaliyhteisöllisyyteen. Perinteisellä kasvokkain viestimisellä on kuitenkin edelleen suuri painoarvo. Ihmisellä on luontainen tarve kuulua johonkin, vaihtaa mielipiteitä ja pohtia asioita yhdessä. (Juholin 2013, 23.) Kasvokkain tapahtuva viestintä lisää vuorovaikutusta ja vähentää väärinymmärtämisen riskiä (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 12).

Viestintä on harvoin täysin häiriötöntä. Häiriöt voivat olla ulkoisia tai sisäisiä. Kerrotun asian voi ymmärtää väärin, jos viestin lähettäjä sanoo sen liian hiljaa, käyttää vierasta kieltä tai sanoja, jotka kuulija ymmärtää väärin. Toisaalta esimerkiksi liikenteen melu saattaa peittää puhelimen äänen ja tärkeä puhelu jää vastaanottamatta. Myös valittu viestintäkanava on oleellinen. Esimerkiksi Facebookissa julkaisut tekstit jäävät lukematta, jos vastaanottajalla ei ole palveluun tunnuksia. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 12–

13.) Yhteisön kannattaa välittää tietoa useimpia kanavia pitkin yhtä aikaa. Näin viestin perillemeno ja tavoitettavuus tehostuu. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 20.)

Järjestämme työpajan ja jatkossa myös muita tapahtumia ulkomaalaistaustaisille heidän järjestöjensä omissa tiloissa. Näin tilaisuuksiin osallistuvilla on pienempi kynnys osallistua tilaisuuksiin. Viestimme, että asia ja kohderyhmä on meille tärkeä ja haluamme tuoda viestin heidän saatavilleen. Ensikontakteja luotaessa kasvotusten tapahtuva viestintä on tärkeää. Sillä saadaan murrettua helpoiten ennakkoluuloja ja minimoitua väärinymmärrysten riskiä. Mahdolliset epäselvyydet on helppo selvittää heti.

2.2 Yhteisöviestintä

Juholin (2013, 25) määrittelee **yhteisön** kokonaisuudeksi, jolla on jokin tarkoitus ja tavoitteet sekä tarve, motivaatio tai velvoite kertoa itsestään ja viestiä ympäristönsä kanssa. Organisaatiomuotoja on olemassa useita ja muoto määrittää lähtökohdat viestinnälle. Muodosta riippumatta jokaisella organisaatiolla on viestiä tärkeänä kokemistaan asioista. (Juholin 2013, 25.)

Yhteisöviestintä kattaa kaiken viestinnän sekä yhteisön sisällä että yhteisön ulkopuolisen maailman kanssa. Yhteisöviestinnän tarkoitus on tukea yhteisön tavoitteiden saavuttamista. Se on myös tärkeä osa johtamista. Yhteisö ei voisi toimia ilman johtamisen ja viestinnän yhteispeliä. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 13–14.)

Cornelissen (2014, 5) määrittelee yhteisöviestinnän johdon toiminnaksi, joka tarjoaa puitteet kaiken sellaisen sisäisen ja ulkoisen viestinnän tehokkaalle koordinoimiselle, jonka tarkoituksena on perustaa ja ylläpitää hyvää mainetta niiden sidosryhmien keskuudessa, joista yhteisö on riippuvainen.

On tärkeää, että yhteisön johto ymmärtää viestinnän hyödyt. Hyvin toteutettu viestintä auttaa yhteisöä toimimaan halutun linjan mukaisesti ja saavuttamaan määritellyt tavoitteet ja visiot. Useimmat yhteisöt määrittävät nykyisin toiminnalleen strategian visioineen, mutta on tärkeää, että nämä eivät jää vain sanahelinäksi. Strategia tulisi saada siihen muotoon, että sen avulla viestiminen eri sidosryhmille on helppoa ja tavoitteellista. Strategia pitää määrittää siihen muotoon, että se oikeasti hyödyttää yhteisöä sekä lyhyellä että pitkällä tähtäimellä.

Juholin määrittää **viestinnän tehtäviksi** sellaisille **julkisyhteisöille**, joiden tehtävät määritellään laissa, palvella kansalaisia siten, että heillä on mahdollisuus osallistua erilaisiin

suunnittelu -ja päätöksentekoprosesseihin. Toisaalta, jos yhteisön tavoitteeksi on kirjattu olemassaolon oikeutuksen ansaitseminen ja tärkeiden sidosryhmien etu, julkisen organisaation tarkoitus on edistää yhteistä hyvää arvostavan vuoropuhelun kautta. (Juholin 2013, 25–26.)

Eläketurvakeskus on yksityinen toimija, mutta sillä on kuitenkin laissa määriteltyjä tehtäviä. Eläketurvakeskuksen ei ole tarkoitus toimia kannattavasti ja tehdä voittoa, vaan muun muassa tuottaa tutkimustietoa työeläkeasioista päätöksenteon tueksi sekä viestiä työeläketurvasta. Eläketurvakeskus toimii monin tavoin julkisyhteisöjen tapaan. Cornellissenin määritelmä yhteisöviestinnälle on mielestäni tarpeeksi hyvä ja sopii myös Eläketurvakeskuksen toiminnalle.

2.3 Viestinnän kanavat ja muodot

Yhteisö välittää tietoa useimmiten kirjallisesti esimerkiksi tiedotteiden ja asiakaslehtien välityksellä. Viestintä on tällöin pysyvää ja tarkkaa, mutta toisaalta hidasta ja ei kovin vuorovaikutteista. Myös sähköisten foorumien avulla viestiminen on välitettyä viestintää. Se on nopeaa ja ei ole sidoksissa osallistujien maantieteelliseen sijaintiin, kunhan vain tekniikka toimii ja tietoturva-asiat ovat kunnossa. Kasvokkain viestiminen on puolestaan suoraa viestintää. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 16–17).

Audiovisuaalinen on kuuloon ja näköön perustuvaa havainnointia, kuultavaa ja nähtävää. Audiovisuaalinen viestintä on vakiintunut tarkoittamaan kuvaa ja ääntä käyttävien viestintävälineiden yhteyteen eli ensisijaisesti elokuvan, television, videon ja uusmedian käyttöön. Uusmedialla tarkoitetaan tässä multimediaa eli esimerkiksi tietokone- ja videopelejä. (Herkman 2002, 12–14.)

Ulkomaalaistaustaisille suunnatussa viestinnässä tulemme hyvin todennäköisesti käyttämään videoita tiedon välittämiseen. Video voi olla tarinanmuotoinen esitys tai miksei animaatio valitusta aiheesta. Kirjallisten esitteiden tekoa emme näe ajankohtaiseksi. Tieto leviää tälle kohderyhmälle tehokkaammin sähköisesti. Sähköisten materiaalien päivittäminen on myös nopeampaa.

Viestintä voi kulkea vastaanottajille yhteisön itse laittamien viestien sijaan **puskaradion** eli oman lähiverkon kautta. Perheenjäsenten, työkavereiden, naapurien, ystävien ja tuttavien mielipiteet ja kokemukset kuunnellaan usein tarkkaan. Hyvien ja huonoja kokemuksia jaetaan usein mieluusti, markkinoinnin 3/11-perussäännön mukaan hyvät kokemukset kerrotaan keskimäärin kolmelle ja huonot kokemukset jopa 11 tutulle. Puskaradio on tehokas

viestintäkanava, sillä tuttavien sanaan yleensä luotetaan. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 15.)

Ulkomaalaistaustaisille viestittäessä puskaradion merkitys on suuri. Ajatuksena on saada tieto Suomen työeläkejärjestelmästä ensin maahanmuuttajajärjestöjen aktiivien tietoon ja heidän kauttaan leviämään myös muille ulkomaalaistaustaisille. Aktiivit pitää saada kiinnostumaan ja innostumaan työeläkejärjestelmän hyvistä puolista, jotta viesti saadaan toivotulla tavalla liikkeelle. Muutenkin jalkautumalla maahanmuuttajajärjestöjen eri tapahtumiin saadaan hyödynnettyä kasvokaista viestintää ja vuorovaikutusta viestintään. Molemmat osapuolet voivat varmasti oppia toisiltaan. Myös Eläketurvakeskus saa keskustelujen kautta arvokasta tietoa ulkomaalaistaustaisten näkemyksistä työeläketurvaan.

2.4 Viestinnän yksi- ja monisuuntaisuus

Perinteinen tiedottaminen nähdään **yksisuuntaisena** ja yksipuolisena tiedon siirtona (Juholin 2013, 475). Tiedon vastaanottajaa pidetään passiivisena ja tiedon lähettäjä aktiivisena osapuolena. Tällöin viestin lähettäjän tulee tietää mitä ja miten vastaanottaja kuulee, tulkitsee ja reagoi vastaanottamaansa viestiin. Tällaisen puhtaasti yksisuuntaisen viestimisen riski on, että viestin vastaanottaja tulkitsee viestin väärin. Viestin vastaanottajan kulttuuri, maailmankuva ja henkilökohtaiset kokemukset vaikuttavat paljon siihen, miten vastaanotettu viesti luetaan. (Hämäläinen & Maula 2004.) Yleensä viestiminen on **kaksisuuntaista** toimintaa eli toinen puhuu toisen kuunnellessa ja päinvastoin.

Grunigin (Grunig, J. 27.9.2013.) mielestä kaksisuuntaisen viestinnän avulla voidaan varmistaa, että yhteisön tekemät päätökset ovat hyödyllisiä sekä yhteisölle itselleen että sen yleisölle. Yhteisen ymmärryksen saavuttaminen tekee tiedosta hyväksyttävämpää, sillä kukaan ei tahdo tuntea itseään kontrolloiduksi. Jos ihminen tuntee itsensä kontrolloiduksi tai kokee alemmuudentunnetta, tämä estää luottamuksen syntymisen ja mahdollisesti osapuoli vetäytyy kokonaan suhteesta. Avoin ja kaksisuuntainen viestintä luo yhteisölle vahvat suhteet sidosryhmiin ja tätä kautta vahvan maineen. Tämä auttaa yhteisöä menestymään ja auttaa myös kriisitilanteiden hoidossa. (Grunig, J. 27.9.2013.)

Sosiaalisen median mukaantulon myötä kaksisuuntainen viestintä pääsi yhä lähemmäksi päivittäistä arkea. On tärkeää tuntea näiden uusien palveluiden toimintatavat, jotta viestintä saadaan toimivaksi. Esimerkiksi Facebook ei ole vain paikka, jonne tiputetaan tietoa, vaan siellä tulee käydä keskustelua ja tarjota mahdollisuuksia kahdensuuntaiseen viestintään. Sosiaalinen media on hyvä paikka tunnistaa ongelmia ja asioita, jotka tarvitsevat huomiota sekä käydä keskustelua yleisön kanssa. (Grunig, J. 27.9.2013.)

Eläketurvakeskus on perinteisesti viestinyt kohderyhmilleen pääosin yksisuuntaisesti. Tietoa on välitetty, mutta vastaanottajalla ei ole ollut mahdollisuutta kommentoida tai tarkentaa kuulemaansa. Joitain kanavia on ollut myös kaksisuuntaiseen viestintään. Kanavia kansalaisille Eläketurvakeskukseen päin olivat aiemmin kirjeet, puhelinpalvelu ja myöhemmin sähköposti. Sitä kautta pystyi tiedustelemaan suoraan yleisempää tai omaan eläkkeeseen liittyviä kysymyksiä. Näitä kanavia toki käytettiin, mutta vain aktiivisempien kansalaisten toimesta. Silloin, kun kiinnostus omaa eläkettä kohtaan oli yleensä ajankohtainen.

Perinteisten kanavien käyttö on vähentynyt paljon viimeisimmän kymmenen vuoden aikana. Sosiaalisen media on osittain ottanut tätä paikkaa. Facebookin Kysy työeläkkeestä -sivu ja Suomi24-palvelun samaa nimeä kantava kysymyspalsta ovat uusia kanavia kaksisuuntaiseen viestintään. Varsinkin asiantuntijatasolla Twitterin kautta voi jakaa tietoa ja vaihtaa mielipiteitä ajankohtaisista asioista. Useimmat myös etsivät tietonsa itse verkkopalvelujen kuten Työeläke.fi:n tai eläkelaitosten tarjoamien sivujen kautta.

Vielä kymmenen vuotta sitten Eläketurvakeskus osallistui varsin aktiivisesti erilaisille työelämän messuille. Siellä päästiin jakamaan ja keskustelemaan työeläkeasioista työikäisen väestön kanssa. Tähän on pienessä määrin palattu parin viimeisen vuoden aikana. Oma ständi on pystytetty esimerkiksi Rekrytorille jo useana vuonna. Eläketurvakeskuksen eläkeneuvojat käyvät myös pienessä määrin ympäri Suomea kertomassa työeläkeasioista eri ammattiliittojen tilaisuudessa pyydettyinä.

2.5 Sidosryhmät ja kohderyhmät

Kohderyhmistä puhuttaessa on hyvä tuntea **kohderyhmän** ja **sidosryhmän** ero. Cornellissen (2014, 284) kuvaa sidosryhmän (stakeholder) ryhmäksi tai henkilöksi, jotka voivat vaikuttaa yhteisön tavoitteiden saavuttamiseen tai toisaalta, joihin yhteisön tavoitteiden saavuttaminen vaikuttaa. Kohderyhmän Cornellissen (2014, 284) puolesta määrittelee kohderyhmät ydinryhmiksi tai -henkilöiksi, joita yhteisö haluaa tavoittaa viestinnällään.

Juholinin (2013, 52) mukaan sidosryhmien synonyymina käytössä oleva stakeholder-käsite ei merkitse aivan samaa asiaa. Hänen mukaansa sidosryhmät ovat vaihdantasuhteissa yhteisöön, sijoittavat panoksia ja odottavat, että yhteisö tyydyttää sen tarpeita sekä vastaa sen odotuksiin (Juholin 2013, 473). Ero näissä käsityksissä on lähinnä siinä, että Juholinin mukaan sidosryhmät ovat ainakin pääosin tiedossa, kun stakeholder-käsitteen mukaan stakeholdereita voi ilmestyä myös yhtäkkiä ja arvaamatta (Juholin 2013, 52).

Itse näen Cornellissenin määritteen parempana. Maailmaa muuttuu ja ei pidä pitää itsensä selvyytenä, että sidosryhmäkartta pysyisi muuttumattomana. Aina voi syntyä jotain uusia tahoja sidosryhmiksi.

Nykyisin koetaan yhä tärkeämmäksi suunnata viestintää kaikille sidosryhmille, jotta voidaan rakentaa ja ylläpitää yhteisön mainetta (Cornellissen 2014, 41–42). Viestintää tulee räätälöidä kullekin sidosryhmälle heidän toiveitaan vastaavaksi. Esimerkiksi sijoittajat ja osakkeenomistajat ovat kiinnostuneita yhteisön talousraporteista, strategiasta ja toiminnasta ja asiakkaat yhteisön tuotteista tai palveluista. Hyvin kohdennettu viestintä vahvistaa yhteisön mainetta. (Cornellissen 2014, 46).

Yhteisön on hyvä selvittää omat sidosryhmänsä sekä niiden kiinnostuksen kohteet ja vaikutukset yhteisön omaan toimintaan. Näin on helpompaa tuottaa kullekin sidosryhmälle heidän toivomaansa tietoa ja mieltä, miten yhteisön strategia tukee viestintää heidän suuntaansa. (Cornellissen 2014, 46.) Sidoryhmien kanssa on hyvä olla yhteydessä suoraan, jotta voidaan lisätä ymmärrystä esiin tuotavien asioiden ympärillä, vahvistaa yhteisön hyvää kuvaa ja mainetta sekä rakentaa pidempiaikaisia ja kestäviä suhteita. Tämä ajattelu-tapa vahvistaa kaksisuuntaisen viestinnän mallia pelkän tiedottamisen sijaan. (Cornellissen 2014, 55.)

Yhteisöllä on useita sidoryhmiä, joten yhteisöllä ei useinkaan ole mahdollisuutta viestiä näiden kaikkien kanssa. Yhteisöjen kannattaa ensin määrittää tärkeimmät sidoryhmät ja tämän jälkeen jakaa näiden jäsenet erikseen tärkeimpiin kohderyhmiin tiettyä kampanjaa varten. Esimerkiksi työntekijät sidoryhmä voidaan jakaa useisiin segmentteihin, kuten ylin johto, keskijohto ja toimihenkilöt. Tietyn kampanjan viestintää suunniteltaessa ei ole välttämättä tarve viestiä koko sidoryhmälle, vaan ainoastaan tietyille erikseen määritellyille kohderyhmille sen sisällä. (Cornellissen 2014, 112.)

Tolvanen (2012, 10) kuvaa kohderyhmää joukoksi ihmisiä, joita tietty toimenpide koskee. Hänen mukaansa kohderyhmää ei pidä ajatella tilastollisena joukkona, jolle välitetään erilaista tietoa. He ovat enemmänkin ihmisiä, joita kohtaamme toimenpidettä tehdessämme. (Tolvanen 2012, 10.)

VirtuaaliAMK:n (2017) sivuilla kuvataan kohderyhmiä tahoiksi, jotka eivät toimi yhteisön kanssa työyhteydessä. Esimerkkeinä luetellaan toimittajat, kansalaiset sekä kilpailijat. Kohderyhmistä puhutaan silloin, kun tarkoitus ei ole tehdä yhteistyötä, vaan saattaa asioita tiedottamisen avulla kohderyhmän tietoisuuteen. (VirtuaaliAMK 2017.)

Juholin (2013, 468) määrittelee kohderyhmän ryhmäksi henkilöitä, joihin yhteisö pitää yhteyksiä. Hänen mukaansa kohderyhmät ovat useimmiten yhdensuuntaisen viestinnän kohteena.

Kritisoin näistä VirtuaaliAMK:n määritelmää, jonka mukaan kohderyhmä ei voisi olla yhteisön kanssa työyhteydessä. Esimerkiksi toimittajat voivat hyvinkin pyytää taustatietoa Eläketurvakeskukselta juttujen tueksi. Kohdennamme viestintää myös toimittajien suuntaan esimerkiksi tiedottamalla ja järjestämällä taustatilaisuuksia. Pidämme heihin Juholinin kuvaamia yhteyksiä. Yhdistänkin Tolvasen ja Juholinin määritelmät omaksi määritelmäkseni kohderyhmistä. Haluan myös ajatella, että viestintä kohderyhmille ei tarvitse olla pelkästään yksikanavaista, vaan viestintää voi tapahtua molempiin suuntiin.

”Kohderyhmä on joukko henkilöitä, joihin yhteisö pitää yhteyksiä ja kohdistaa erilaisia toimenpiteitä. Kohderyhmälle ei tule vain välittää yksisuuntaisesti tietoa, vaan hyödyntää myös monisuuntaista viestintää.”

Kehittämishankkeessani on varsin tarkasti rajattu kohderyhmä, joille viestintää suunnitellaan. Kohteena ovat Suomessa asuvat pääasiassa 15–40-vuotiaat ulkomaalaistaustaiset henkilöt. Silti kohderyhmä on varsin heterogeeninen. Ryhmän sisällä on useita kymmeniä eri kansallisuuksien ja kulttuuritaustaisia henkilöitä, joilla on ollut erilaiset syyt muuttaa Suomeen. Osa on tullut Suomeen jäädäkseen, osa on aikeissa palata takaisin omaan kotimaahansa jonkin ajan kuluttua.

Viestintä kohderyhmälle tulee olemaan pääosin yhdensuuntaista viestintää. Kuitenkin sosiaalisen median kautta ja vierailtaessa erilaisissa maahanmuuttajajärjestöjen tilaisuuksissa on hyvä mahdollisuus monisuuntaiseen viestintään. On todella hyödyllistä, että ulkomaalaistaustaisilla on mahdollisuus kysyä ja tarkentaa kuulemaansa. Työeläkeasiat ovat monimutkaisia ja Suomessa käytössä oleva järjestelmä voi olla todella erilainen, kuin mitä omassa kotimaassa on ollut. On mahdollista, että omassa kotimaassa ei ole eläketurvaa lainkaan.

Hyvä näkemys kohderyhmästä ei muodostu pelkästään tiedon hankkimisen täsmäiskuilla, vaan tarvitaan aitoa uteliaisuutta ja kiinnostusta. Kohderyhmän ymmärrystä auttaa sen trendien, käyttäytymisen, pelkojen ja haaveiden selvittäminen. Kohderyhmän tuntemus auttaa sulautumaan heidän arkeensa ja ymmärtämään heidän ajattelumaailmaansa. (Tolvanen 2012, 27.) Toisin sanoen hyvän viestinnän suunnitteleminen halutulle kohderyhmälle on helpompaa ja tehokkaampaa, kun osaa hypätä heidän saappaisiinsa.

Tätä ajatusta omaan kohderyhmääni peilaten, minun kannattaa miettiä muun muassa seuraavia ajatuksia:

- Millaisia erilaisia ryhmiä ulkomaalaistaustaisten joukosta löytyy?
- Millaisia arvomaailmoja heillä on?
- Millainen on heidän tapansa varautua vanhuuden varalle?
- Miten erilainen on heidän näkemyksensä vanhuuden turvasta kuin suomalaistautaisilla?
- Miten he ovat kotiutuneet Suomeen? Onko useimmilla kenties ajatuksena palata kotimaahansa jonkin ajan kuluttua vai jäädä Suomeen pysyvästi?
- Mitä kautta he hakevat ja kuulevat tietoa ja mitkä lähteet he kokevat luotettavana?

2.6 Millaista on tehokas viestintä?

Elina Hiltunen (2012, 323) listaa kirjassaan Matkaopas tulevaisuuteen pääkohdat **tehokkaaseen viestintään** näin:

- toisto, toisto, toisto
- KISS (Keep it Simple Stupid)
- visuaalisuus
- monet viestinnän kanavat
- vastaanottajan ottaminen mukaan viestintään
- viestin sisällön konkretisoiminen vastaanottajalle
- viestin helppo ymmärrettävyys
- vastaanottajan motivointi (keppi tai porkkana)
- (hauskuus, huumori).

Mielestäni lista on mukavan monipuolinen ja simppele. Nämä peruseriaatteet mielessä on hyvä lähteä haravoimaan viestintää ja sen suunnittelua eteenpäin.

Tavoitteenamme on esittää viestit personoidusti niin, että viestistä tulee henkilökohtainen. Viestin tulee myös motivoida. *Hei, kun teen töitä, niin siinä sivussa kerrytän turvaa vanhuuden varalle!* Toisekseen käytännöllisesti ajatellen yksinkertainen viesti on helpompi kääntää eri kielille vaikka maahanmuuttajajärjestöjen itsensä toimesta.

Visualisuutta tulemme varmasti hyödyntämään tulevissa viestintämateriaaleissa. Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Toisaalta kuviin laitettava lisäteksti voi olla vähäistä, joka on taas helppo kääntää eri kielille. Toki visuaalisuudessa piilee myös isoja riskejä. Pitää olla tarkkana, ettei esimerkiksi valitse sellaista kuvitusta, joka saattaa loukata jotain kansalaisuutta.

Ajatuksena on viedä viesti lähelle vastaanottajaa. Tämän vuoksi tulemme käyttämään viestinnässä näin alkuvaiheessa pääasiallisena kanavana eri maahanmuuttajajärjestöjä ja heidän kontaktejaan. Toisaalta toiveena on, että viesti otetaan paremmin vastaan, kun

asioista kertoo tuttu tai samaistuttava henkilö. Järjestämme maahanmuuttajajärjestöjen välityksellä erilaisia tilaisuuksia joko niin, että meiltä tulee edustaja paikalle tai että esimerkiksi Hussein toimii vetäjänä. Toki taustalla pyörii samanaikaisesti sosiaalinen media. Näin saadaan asiaa tulemaan ulos parista välineestä yhtä aikaa ja myös Hiltusen mainitsemää toistoa viestintään.

2.7 Viestintäkampanjan rakennuspalikat

Elisa Juholin (Juholin 2009, 126) kehottaa pohtimaan alla olevia asioita kampanjaa suunniteltaessa:

- Mikä on viestin aihe eli mikä väite saa kohderyhmän vakuuttumaan asiasta?
- Mikä on tavoiteltu vaikutus eli mitä muutoksia haetaan käyttäytymisessä, asenteissa, mielipiteissä tai tiedoissa?
- Millainen on valitulle kohderyhmälle räätälöity sanoma? Millä keinoin valittu kohderyhmä tavoitetaan?
- Millainen kampanja tehdään? Missä, milloin, millä resursseilla ja keiden toimesta?
- Miten saatuja tuloksia mitataan (mittarit)?
- Itse kampanjointi
- Millaisia tuloksia saavutettiin?

Työni suunnittelussa on hyvä käyttää yllä olevaa Juholinin listaa. Kehittämishankkeeni osalta listan toteutus päättyy kohderyhmän tavoitteiden ja toiveiden sekä heille sopivien viestintämateriaalien rakentamiseen. Työn tarjoaman suunnitelman avulla päästään ulkomaalaistaustaisille kohdennetun viestintäkampanjan alkuun.

2.8 Selkeä ja kiinnostava viestintä

Yksi kehittämishankkeeni tavoitteista on tehdä Eläketurvakeskuksen viestinnästä ulkomaalaistaustaisille työeläkeasioiden perusteista selkeää ja kiinnostavaa. Millainen on selkeä tai kiinnostava? Kotimaisten kielten keskus määrittelee sanat näin:

selkeä helposti hahmottuva, tajuttava t. käsitettävä, helppoymmärteinen, havainnollinen, selvä; ilmeinen, eittämätön, kiistaton (Kotimaisten kielten keskus 2017b).

kiinnostava mielenkiintoinen, kiintoisa (Kotimaisten kielten keskus 2017a).

Minusta Kotimaisten kielten keskuksen määritelmä sanoilla osuu hyvin kohdalleen.

Ulkomaalaistaustaisille kohdennettu viestintä on tärkeää olla selkeää, jotta toivottu viesti tulee ymmärretyksi. Viestin pitää olla helposti ymmärrettävissä ja havainnollinen, mitä varmasti visuaalisuus auttaa. Eittämätön ja kiistaton eivät tässä tapauksessa ole niin relevantteja määreitä. Eläkeasioista voi varmasti olla montaakin mieltä, mutta tavoitteena on saada faktat perille. Tässä auttaa varmasti se, että viesti koetaan kiinnostavaksi. Siihen jaksetaan tutustua ja se jää mieleen. Asia koetaan kiintoisaksi.

Selkokielen käyttö on yksi hyvä keino selkeyttää toivottua viestiä. Selkokieliokeskus (Selkokieliokeskus 2015) määrittelee selkokielen yleiskieltä helpommaksi suomeksi. Selkokiellä kerrottaessa kieli mukautetaan sisällöltään, sanastoltaan ja rakenteeltaan yleiskieltä luettavampaan ja ymmärrettävämpään muotoon. Selkokieltä on mahdollista käyttää sekä kirjoitetussa tekstissä että puheessa. Selkokielen tavoite on auttaa selkokieltä tarvitsevia ihmisiä tiedon saamisessa, lukemisessa, omien ajatusten ilmaisemisessa ja osallistumisessa. (Selkokieliokeskus 2015.)

Selkokielen käyttö ulkomaalaistaustaisille kohdennetussa viestinnässä on kannattavaa. Viestintämateriaalien tulee olla sellaisia, että kohderyhmä ymmärtää viestien sisällön. Kun viestinnässä käytetään mahdollisimman selkeitä ja yksinkertaisia sana- ja lauserakenteita, niin haluttu viesti ei jää tämän vuoksi pimentoon. Turhaa sanakikkailua kannattaa välttää, sillä useimmilla suomenkielen taito ei ole välttämättä kovin vahva.

Taina Uimonen (Uimonen 2010, 11) kirjoittaa, että hyviä tapoja tehdä haluttu viesti kiinnostavaksi ovat

- esimerkit
- yksityiskohdat
- kuvaaminen
- vertaaminen
- tarinoiden kertominen
- ja lainauksia tekemällä.

Hän korostaa, että näissä tavoissa tulee pitää mielessä konkreettinen ote. Konkretia kiinnostaa kaikkia. Sen avulla voi luoda yhteyden vastaanottajaan. (Uimonen 2010, 11)

Esimerkit kannattaa poimia nykyhetkestä. Työelämässä tekstien elinaika on yleensä lyhyt, joten pelkoa vanhentumisesta ei ole. Netissä oleviin teksteihin voi esimerkkejä päivittää tarpeen mukaan. Yksityiskohtia kuvatessa kannattaa käyttää mahdollisimman tarkkoja ilmaisuja ja valita sellaisia sanoja, joita kohderyhmäkin käyttää. Erisnimien käyttö on suositeltavaa. Ei pidä kuitenkaan uuvuttaa kuulijaa liian monilla yksityiskohdilla, kohtuus kaikessa. (Uimonen 2010, 13.)

Kuvauksen avulla on mahdollista herättää asia ja ihminen eloon. Kuvaaminen on yksinkertaisimmillaan sitä, että kertoo, millainen joku tai jokin on maustaen sitä yksityiskohdin ja esimerkein. Kuvauksen kohdetta voi myös verrata johonkin. Vertaaminen on hyvä keino selventää ja kuvata esillä olevaa asiaa. Hyvä vertaus on tuore ja omaperäinen. Sen pitää sopia tekstin aihepiiriin ja sopia suunnatulle kohderyhmälle. (Uimonen 2010, 14–15, 22–23.)

Työeläkeasioista viestiessä esimerkeillä on paljon merkitystä. Käsiteltävät asiat ovat sen verran hankalia, että esimerkkien avulla voidaan saada asia selkeämmäksi ja ymmärrettävämmäksi. Kuvaamalla asian jonkin todellisen ihmisen kautta tai todentuntuisen esimerkkihenkilön kautta, asiasta tulee helpommin lähestyttävä ja enemmän itseä kiinnostava.

Tarinalla on suuri voima herättää ihmisten kiinnostusta ja tunteita, sillä tarinan ymmärtää jokainen. Niitä on helppo seurata, sillä muoto on jo lapsuuden saduista tuttu. Tarina jättää tilaa lukijan omille ajatuksille ja oivalluksille. (Uimonen 2010, 17–18.) Viesti työeläkeasioista voi kiinnostaa haluamaamme kohderyhmää paremmin, kun sen ympärille rakennetaan mielenkiintoinen, kohderyhmän maailmaan sopiva tarina.

Ihmiset ovat todella kiinnostuneita siitä, mitä toisilla on sanottavana. Lainaukset kertovat puhujasta. Kiinnostavien lainauksien tekeminen kannattaa. Hyvä lainaus on sellainen, jossa ihminen kertoo rehellisesti jotain itsestään ja ajatuksistaan. Lainauksissa tulee kuulua puhujan ääni. Lainattavan henkilön lempisanat ja sanonnat kannattaa ehdottomasti säilyttää lainauksessa. (Uimonen 2010, 20–22.) Työeläkeasioista viestittäessä kannattaa nostaa todellisten ulkomaalaistaustaisten tarinoita ja ääntä, jos se on mahdollista. Se kiinnostaa ja on aitoa.

Nosta esiin kiinnostavat lukumäärät ja jätä epäkiinnostavat mainitsematta. Kannattaa valita ne luvut, jotka lukija ymmärtää. Avaa lukua, jos se on liian iso tai muuten vastaanottajalle vaikeasti hahmotettava. Voit myös arvioida ja tulkita lukumääriä. Määristä ja niiden muutoksista voi kertoa arki- tai kuvakielellä. (Uimonen 2010, 24–25.) Työeläke on eläkkeelle jäädessä luku, jonka verran saat rahaa kuussa. Se kiinnostaa. Tätä ei tule verhota, vaan antaa esimerkkilaskelmia tiedon hahmottamiseksi.

2.9 Ulkomaalaistaustainen ja suomalaistaustainen

Käytän työssäni termejä **ulkomaalaistaustainen** ja **suomalaistaustainen**. Tilastokeskus määrittää ulkomaalaistaustaisen näin:

”Ulkomaalaistaustaisia ovat ne henkilöt, joiden molemmat vanhemmat tai ainoa tiedossa oleva vanhempi on syntynyt ulkomailla. Ulkomaalaistaustaisia ovat myös ulkomailla syntyneet henkilöt, joiden kummastakaan vanhemmasta ei ole tietoa väestötietojärjestelmässä (Tilastokeskus 2017a.)”

Vastaavasti vastakohtana ulkomaalaistaustaiselle on suomalaistaustainen, jotka Tilastokeskus määrittää alla olevasti:

”Suomalaistaustaisia ovat kaikki ne henkilöt, joilla vähintään toinen vanhemmista on syntynyt Suomessa. Ulkomaalaistaustaisia ovat ne henkilöt, joiden molemmat vanhemmat tai ainoa tiedossa oleva vanhempi on syntynyt ulkomailla (Tilastokeskus 2017b).”

Ulkomaalaistaustaiset voidaan jakaa ensimmäisen ja toisen polven ulkomaalaistaustaisiin riippuen siitä, ovatko he syntyneet ulkomailla vai Suomessa (Tilastokeskus 2017b).

Nämä Tilastokeskuksen määritelmät ovat mielestäni kattavat, joten käytän työssäni näitä määritelmiä ulkomaalais- ja suomalaistaustaisista puhuttaessa.

2.10 Työeläke

Eläketurvakeskuksen tavoite on viestiä työeläkkeestä. Mikä se on? Kotimaisten kielten keskus määrittää sanan näin:

työeläke työssäoloajan ja palkan mukaan maksettava vanhuus-, työkyvyttömyys-, työttömyys- t. perhe-eläke (Kotimaisten kielten keskus 2017c).

Sanan selitys löytyy laajempuna esimerkiksi Eläkeuudistus.fi-verkkosivuilta. Työeläkettä karttuu palkkatöissä, yrittäjänä ja joiltakin palkattomilta ajoilta. Tämän vuoden alusta alkaen työeläkettä alkaa kertyä työntekijöille 17 ikävuodesta alkaen ja yrittäjille 18 ikävuodesta. Eläkeikään vaikuttaa kunkin oma syntymävuosi. Työeläke määrittää myös mahdollisen työkyvyttömyys- ja perhe-eläkkeen määrän. Työeläkkeiden maksu kuuluu työeläkelaitoksille. Jos työeläke jää pieneksi tai sitä ei saa, niin vanhuuden turvana on Kelan maksama kansan- ja takuueläke. (Eläkeuudistus 2017.)

Nämä kaksi esimerkkiselitystä kuvaavat hyvin sitä, miten monipolvinen asia työeläke oikeastaan on. Työeläkejärjestelmä on pyritty rakentamaan niin, että se palvelee mahdollisimman hyvin erilaista työtä tekeviä ja erilaisessa elämäntilanteessa eläviä ihmisiä. Tämä tekee asiasta myös vaikean selittää napakasti. Kotimaisten kielten keskus on mielestäni onnistunut tiivistämään selityksen varsin hyvin. Selitys kuitenkin herättää varmasti monissa jatkokysymyksiä. Pelkästään eri eläkemuodot ihmetyttävät.

Ulkomaalaistaustaisille viestittäessä on hyvä pitää mielessä, että työeläkejärjestelmä itsessään on neutraali (Lindstedt, K. 2016, 4). Jokainen ansaitsemasi euro kartuttaa työeläkettä riippumatta siitä, mitä työtä teet tai millainen etninen taustasi on. Kunhan vain työn-

antajasi hoitaa asiaan kuuluvat työeläkemaksut. Eläketurvakeskuksen johtaja Mikko Kautta korostaa työeläkejärjestelmän kattavuuden ja pakollisuuden olevan Suomeen muuttavien näkökulmasta erinomainen asia (Lindstedt, K. 2016, 4).

3 Toimeksiantajan ja kohderyhmän esittely

Luvun alussa esittelen kehittämishankkeeni toimeksiantajan eli Eläketurvakeskuksen. Kuvailen Eläketurvakeskuksen viestinnän tavoitteita ja toimintaperiaatteita. Tämän jälkeen kartoitan Suomeen muuttaneiden ulkomaalaistaustaisten rakennetta kohderyhmänä.

Tämän jälkeen käyn läpi monikulttuurisen viestinnän erityispiirteitä. Kartoitan, mitä kulttuuri jastereotyypit ovat sekä pohdin, miten monikulttuurisuus tulee ottaa huomioon viestintää suunnitellessa.

3.1 Mikä on Eläketurvakeskus?

Eläketurvakeskuksen (ETK) lakisääteinen tehtävä on toimia kestävän, toimivan, oikeudenmukaisen ja tehokkaasti järjestetyn työeläketurvan puolesta. Eläketurvakeskuksen tehtävät, hallinnon ja rahoituksen määrittävät

- laki Eläketurvakeskuksesta (397/2006)
- Eläketurvakeskuksen toimintaa koskeva valtioneuvoston asetus (1010/2006)
- sekä Eläketurvakeskuksen hallituksen hyväksymä työjärjestys. (Eläketurvakeskus 2017b.)

Eläketurvakeskus on yksityinen työnantaja, joten työsuhteet käsitetään kuten yksityisillä aloilla. (Eläketurvakeskus 2017b.)

Eläketurvakeskus kerää tilastoja sekä tutkii ja osallistuu eläkejärjestelmän kehittämiseen tuottamalla erilaisia työeläkkeisiin liittyviä selvityksiä ja laskelmia. Eläketurvakeskus on EU:n tunnustama virallinen tutkimuslaitos. Eläketurvakeskus toimii yhdyslaitoksena eläkettä ulkomailta haettaessa. Eläketurvakeskus välittää Suomeen jätetyt eläkehakemukset ulkomaille ja vastaa tiedusteluihin. (Eläketurvakeskus 2017b.)

Eläketurvakeskuksen tehtäviin kuuluu valvoa työntekijän ja yrittäjän eläkelakien mukaista työeläkevakuuttamista. Valvonnan tarkoituksena on turvata, jokaiselle työntekijälle ja yrittäjälle heille kuuluva eläketurva. (Eläketurvakeskus 2015.)

Eläketurvakeskuksen sidosryhmiä ovat yksityisen ja julkisen puolen työeläkelaitokset, sosiaaliturvan ja -vakuutuksen hoitajat ja viranomaiset, päätöksentekijät, tutkimus- ja koulutusinstituutiot, vakuutetut, vakuutuksenottajat ja media. (Eläketurvakeskus 2017b.)

3.2 Eläketurvakeskuksen viestinnän erityispiirteet

Laki Eläketurvakeskuksesta (397/2006) määrittää yhdeksi Eläketurvakeskuksen tehtäväksi tiedottaa ja antaa neuvontaa työeläkkeistä. Kuitenkin sekä työntekijän eläkelaki (395/2006) 211 § että yrittäjän eläkelaki (1272/2006) 153 § rajaavat, että ensisijainen vastuu niiden lakien soveltamisalaan kuuluvien asioiden neuvonnasta kuuluu sille eläkelaitokselle, kenen asiakkaana kukin henkilö on vakuutettuna. (Finlex 2006a; Finlex 2006b; Finlex 2006c.)

Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yksilökohtaista työeläkeneuvontaa hoitavat lähtökohtaisesti eläkelaitokset. Eläketurvakeskus astuu mukaan esimerkiksi silloin, jos henkilöllä on työhistoriaa ulkomailla tai muuta erityistä työuransa aikana. Eläketurvakeskuksen pääsääntöinen tehtävä viestittäessä kansalaisten suuntaan on yleinen työeläketurvan tiedon lisääminen ja sen työeläkkeen rakenteesta kertominen. Pääkohderyhmää ovat kaikki työikäiset suomalaiset. Tavoitteena on, että kansalaiset tietävät, mikä kerryttää eläkettä ja miten heidän työeläkkeensä muodostuu. Päämääränä on, että tieto lisää luottamusta järjestelmään ja tekee siitä läpinäkyvämmän. Nämä tavoitteet ja päämäärät tulevat hyvin esille Eläketurvakeskuksen määrittelemissä visioissa.

Eläketurvakeskus on määritellyt visiokseen ”*Meiltä kysytään, meihin luotetaan*”. Visiota tukeakseen viestintä pyrkii pitämään Eläketurvakeskuksen tunnettuutta tarpeeksi korkealla tasolla, jotta se löydetään ja siltä osataan kysyä apuja tarvittaessa. Esilläolon, viestimisen ja tekemisen kautta pyritään ansaitsemaan hyvä maine luotettavana tiedontuottajana ja alan toimijana. (Eläketurvakeskus 2017a.)

Eläketurvakeskus on määritellyt vision myös toimivalle työeläketurvalle: ”*Työeläketurva on oikeudenmukainen ja tehokkaasti järjestetty. Siihen luotetaan ja se on keskeinen osa hyvinvointia ja vakaata taloutta*”. Eläketurvakeskuksen tulee viestiä työeläketurvasta, jotta ymmärrys sekä ymmärrys työeläketurvaa kohtaan että tätä kautta myös luottamus lisääntyisi. Viestinnässä korostetaan sekä yksilön että yhteiskunnan etuja toimivat työeläkejärjestelmän kannalta. Iso luottamusta herättävä tekijä on, jos kansalaiset voivat luottaa siihen, että työeläkejärjestelmän talous on vakaalla pohjalla. (Eläketurvakeskus 2017a.) Tavoite on, että kansalaiset voivat luottaa siihen, että työeläkevaroja on riittävästi jäljellä, kun he jäävät eläkkeelle ja saavat sen, mitä on luvattu.

Nämä visiot saavuttaakseen Eläketurvakeskus on määritellyt kuluvalle strategiakaudelle (2017–2021) neljä vaikuttavuuteen ja tuloksellisuuteen ja kaksi voimavaroihin liittyvää strategista tavoitetta. Näihin tavoitteisiin pohjautuvat viestinnän tavoitteet.

Yksi Eläketurvakeskuksen neljästä vaikuttavuuteen ja tuloksellisuuteen liittyvästä strategisesta tavoitteesta on, että työeläketurva ja sen merkitys tunnetaan sekä yhteiskunta että yksilötasolla. Tähän tavoitteeseen päästäkseen Eläketurvakeskus pyrkii viestimään kansalaisille työeläketurvan perusteista ja sen roolista eläketurvan kokonaisuudessa sekä edistämään kansalaisten mahdollisuuksia saada tietoa omasta eläketurvastaan. (Eläketurvakeskus 2016a.)

Kyseiseen Eläketurvakeskuksen strategiseen tavoitteeseen pohjautuen Eläketurvakeskuksen viestintä on kirjannut omiksi tavoitteekseen kuluvalle vuodelle kertoa uudistettujen eläke-etuuksien lisäksi kansalaisille eläketurvan peruseriaatteista. Yhtenä toimena on ulkomaalaistaustaisten eläketiedon parantamiseen.

Eläketurvakeskuksen ulkomaalaistaustaisille kohdentama viestintä on tähän mennessä ollut varsin suppeaa. Eläketurvakeskus julkaisi vuonna 2013 viisi eri kielistä videota suomalaisesti eläketurvasta. Videot on suunnattu Suomeen töihin tuleville tai täällä työskenteleville ulkomaalaistaustaisille henkilöille. Noin minuutin mittaisille videoille on valittu viron, somalin, venäjän-, englannin- ja ranskankieliset henkilöt kertomaan omalla kielellään Suomen työeläketurvasta. Videolla kerrotaan, miten työeläke kertyy omasta työstä ja että sitä maksetaan myös ulkomaille. Videolla mainitaan, että myös opiskelu ja perhevapaat kerryttävät eläkettä.

Vuonna 2014 Eläketurvakeskus järjesti Virossa Topelt ei maksa maksta –kampanjan vakuutusongelmien ehkäisemiseksi. Kampanja käynnistyi sen jälkeen, kun huomattiin työvoiman liikkuvuuden Suomenlahden yli synnyttäneen uuden ongelman. EU:n vakuuttamissääntöjen mukaan työeläkettä voi kerryttää samaan aikaan vain yhteen maahan, mutta arviolta tuhansista sekä Suomessa että Virossa työskentelevistä maksetaan sosiaaliturvamaksut molempiin maihin. Kampanja järjestettiin yhteistyössä Eläketurvakeskuksen yhdyslaitoksen, Sotsiaalkindlustusametin, kanssa. Kampanja näkyi mm. laivaterminaleissa, netissä ja kuului radiossa. Kampanjan päätyttyä Facebookiin jäi kampanjan omat nettisivut, jotka ovat aktiivisesti toiminnassa edelleen. (Eläketurvakeskus 2014.)

Kehittämishankkeeni tarkoituksena on kartoittaa tämän Eläketurvakeskukselle varsin uuden ja kasvavan kohderyhmän toiveita ja tarpeita työeläkeviestinnässä. Taustatietoa ja kokemuksia ulkomaalaistaustaisille kohdennetusta viestinnästä on vielä niukalti, joten työlläni kartoitetaan pohjatietoa ja ideoita hyvän viestintätavan löytämiselle. Työni myös selkeyttää kohderyhmän toiveita ja ajatuksia varautumisesta vanhuuden varalle.

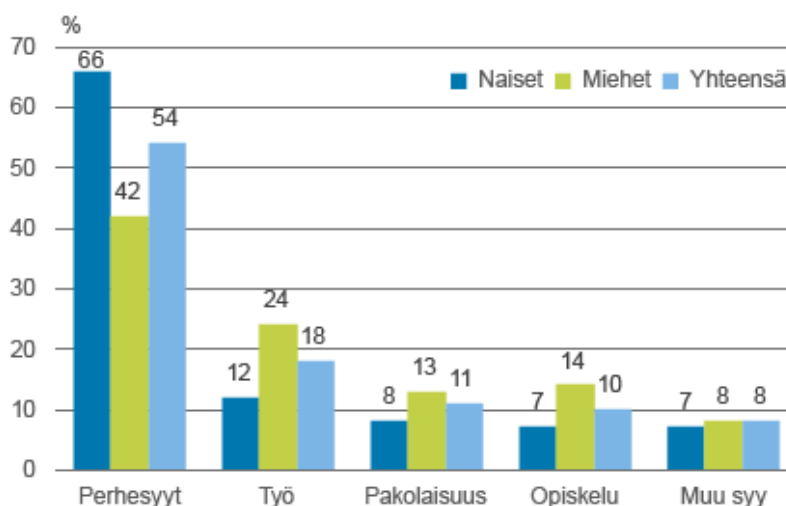
3.3 Ulkomaalaistaustaiset kohderyhmänä

Ulkomaalaistaustaisten osuus Suomen väestöstä on kasvanut viimeisen viidentoista vuoden aikana paljon. Vuonna 1990 ulkomaalaistaustaisia oli 0,8 prosenttia. Vuoteen 2015 mennessä määrä oli kasvanut 6,2 prosenttiin. (Tilastokeskus 2016a.)

Ulkomaalaistaustaisia käsitellään useimmiten yhtenä isona ryhmänä. Todellisuudessa Suomeen tullaan monista eri syistä ympäri maapalloa. Etninen tausta, sukupuoli, ikä ja koulutustausta vaihtelevat suuresti. Joukko onkin kaikkea muuta kuin yhtenäinen ja tämä tulee huomioida viestintää suunniteltaessa.

Tilastokeskus, Terveyden ja hyvinvoinnin laitos ja Työterveyslaitos kasasivat Ulkomaista syntyperää olevien työ ja hyvinvointi -tutkimuksen (UTH) vuonna 2014. Tutkimuksessa selvisi, että ehdottomasti suurin syy Suomeen muuttoon on perhe, seurustelu ja rakkaus. Seuraavaksi yleisin syy oli työn perässä muuttaminen. Pakolaisuus esiintyi vastauksissa joka kymmenennellä. Alla olevasta kuvioista 1 voi katsoa jakaumaa tarkemmin. (Tilastokeskus 2015b). Vuoden 2014 jälkeen on tapahtunut paljon ja tilastot tässä kohdin ovat varmasti viime vuoden osalta erilaiset. Tuoreempaa samankaltaista kattavaa tilastoa ei ole kuitenkaan saatavilla. Tilastot maahanmuuttoviraston myöntämistä oleskeluluvista maahan asettuneille EU- ja Efta-alueen ulkopuolisten maiden kansalaisille eivät kuvaa asiaa yhtä selkeästi.

Ulkomailla syntyneen ulkomaalaistaustaisen 15–64-vuotiaan väestön maahanmuuton tärkein syy sukupuolen mukaan vuonna 2014, (%)



Lähde: UTH-tutkimus, Tilastokeskus

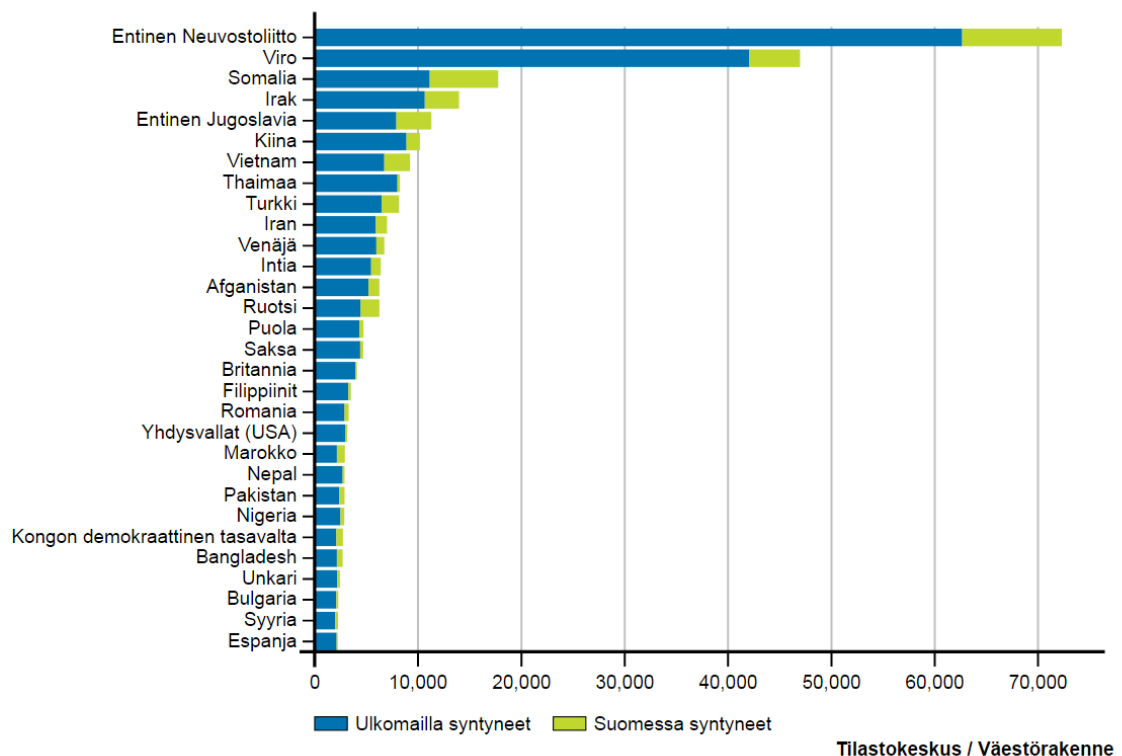
Kuvio 1: Maahanmuuton syy Suomeen vuonna 2014. (Tilastokeskus 2015b).

Ulkomaalaistaustaiset ovat suomalaistaustaisia ikärakenteeltaan nuorempia. Suuri osa ulkomaalaistaustaisista on työikäisiä eli 15–64-vuotiaita. Vuonna 2015 ulkomaalaistaustaisista työikäisiä oli 76 prosenttia verrattuna suomalaistaustaisiin, joista työikäisiä oli 62 prosenttia. (Tilastokeskus 2016b.)

Työssäni pääasiallinen kohderyhmä ovat noin 15–40-vuotiaat ulkomaalaistaustaiset. Eri-tyisesti keskitytään noin 15–25-vuotiaisiin opiskelijoihin ja työmarkkinoille tuleviin nuoriin sekä työikäisiin 25–40-vuotiaisiin. Nämä rajaukset ovat luontevia, sillä suuri osa ulkomaalaistaustaisista osuu tähän ikäryhmään. Nämä kohderyhmät on helpompi tavoittaa maahanmuuttajajärjestöjen ja sosiaalisen median kautta, sillä he ovat niissä aktiivisemmin mukana verrattuna yli 40-vuotiaisiin (Reipas 2017).

Entinen Neuvostoliitto on yleisin ulkomaalaistaustaisten taustamaa vuonna 2015. Neuvostoliittoa seuraavat ovat Viro, Somalia, Irak ja entinen Jugoslavia. (Tilastokeskus 2017b). Kuvio 2 osoittaa, että Suomeen tullaan useista kymmenistä maista.

Suurimmat ulkomaalaistaustaisten taustamaaryhmät 2015

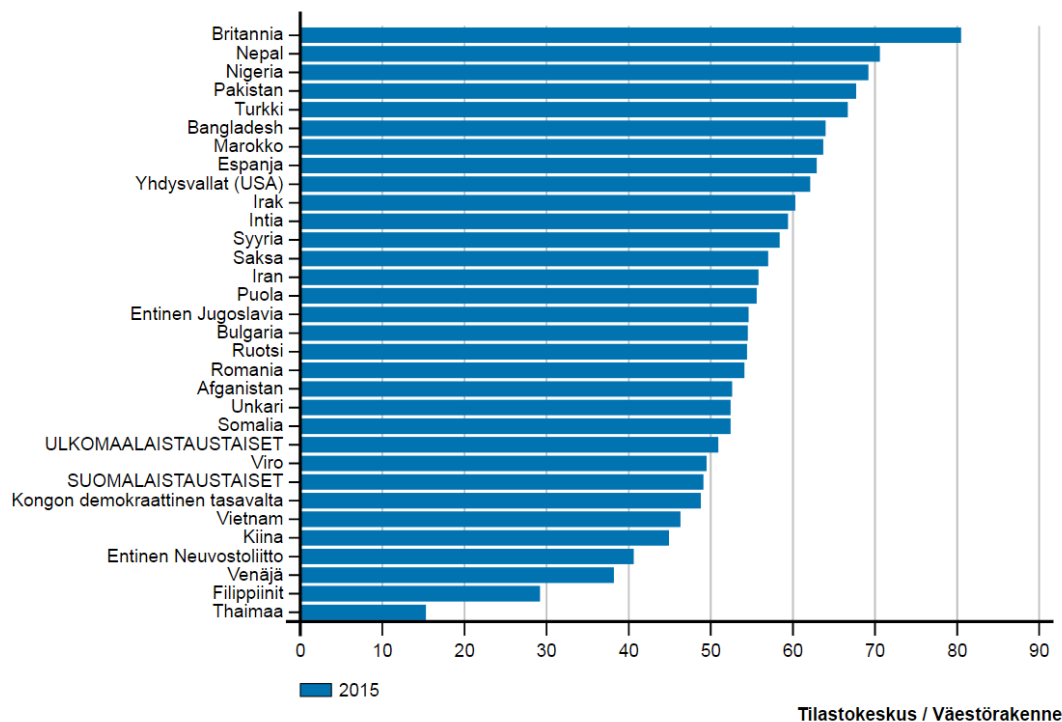


Kuvio 2: Suurimmat ulkomaalaistaustaisten taustamaaryhmät 2015 (Tilastokeskus 2017b).

Maahanmuuttajataustaisen sukupuolijakaumaan Suomessa vaikuttaa suuresti taustamaa. Britteistä Suomeen tulevista suurin osa oli miehiä, peräti 81 prosenttia. Seuraavana tulevat nepalilais-, nigerialais- ja pakistani-laistaustaiset. Vastaavasti thaimaalaistaustaisista on 85 prosenttia naisia. Tämän jälkeen tulevat Filippiinit, Venäjä, entinen Neuvostoliitto ja Kiina. (Tilastokeskus 2016b.)

Kuitenkin keskiarvot ulkomaalaistaustaisten ja suomalaistaustaisten miesten määrässä ovat kohtalaisen toisiaan. Ulkomaalaisten miesten osuus on 50,9 prosenttia ja suomalais-taustaisen 49,1 prosenttia. (Tilastokeskus 2016b.) Kuviossa 3 on esitetty Suomeen maahanmuuttaneiden miesten osuus eri taustamaaryhmissä 2015.

Miesten osuus (%) syntyperän eri taustamaaryhmissä 2015

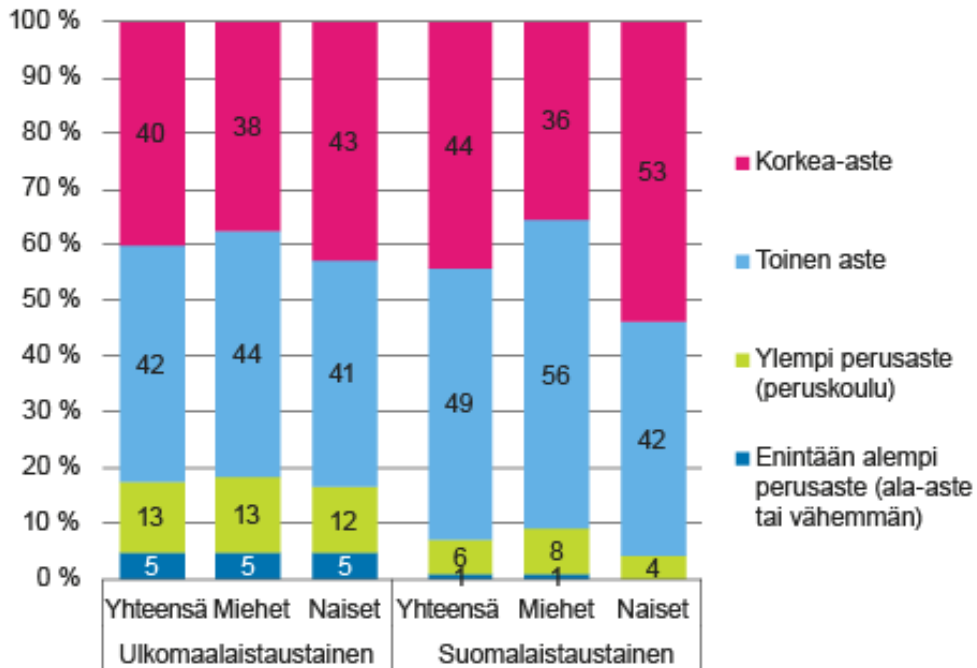


Kuvio 3: Miesten osuus (%) syntyperän eri taustamaaryhmissä 2015 (Tilastokeskus 2017b).

Ulkomaista syntyperää olevien työ ja hyvinvointi -tutkimuksessa (UTH) tarkasteltiin myös ulkomaalaistaustaisten kouluttautumista. Tutkimuksessa selvisi, että ulkomaalaistaustaisilla 25–54-vuotiaista joka kuudennella ei ollut perusasteen jälkeistä koulutusta. Suomalais-taustaisten vastaava osuus on selvästi pienempi. Kaksi viidestä ulkomaalaistaustaisesta on kuitenkin suorittanut korkea-asteen tutkinnon, mikä on suurin piirtein sama määrä kuin suomalaistaustaisilla. Toisen asteen tutkintoja ulkomaalaistaustaiset ovat suorittaneet vähemmän suomalaistaustaisiin verraten. (Tilastokeskus 2015a).

Tutkimuksessa selvisi, että ulkomaalaistaustaisten koulutus rakenne on polarisoituneempi verrattuna suomalaistaustaisiin. Alla kuvio 4 kertoo koulutus rakenteen jakautumisesta ulkomaalais- ja suomalaistaustaisilla 25–54-vuotiailla. (Tilastokeskus 2015a).

Suomessa asuvan ulkomaalaistaustaisen ja suomalaistaustaisen 25–54 väestön koulutus rakenne sukupuolen mukaan vuonna 2014, % (pl. koulutustieto tuntematon)



Lähde: UTH-tutkimus, Tilastokeskus

Kuvio 4: Suomessa asuvan ulkomaalais- ja suomalaistaustaisen 25–54-vuotiaan väestön koulutus rakenne sukupuolen mukaan vuonna 2014 (Tilastokeskus 2015a).

3.4 Monikulttuurisen viestinnän erityispiirteet

3.4.1 Mitä kulttuuri on?

Mitä sana **kulttuuri** tarkoittaa? Kulttuuri viittaa yhteisöihin ja ryhmiin, joille tietyt tunnusmerkit ovat samanlaisia (Salo-Lee, Malmberg & Halinoja 1998, 11). Beamer ja Varner (Beamer & Varner 2011, 10) määrittävät kulttuurin näin:

”Kulttuuri on tietyn ryhmän yhdenmukainen, opittu ja jaettu näkemys suhtautumisesta elämään ilmaistuna symbolein ja teoin. Kulttuuri määrittää, mikä on tärkeää ja sopivaa sekä ohjaa käytöstä.”

Kulttuuri on laaja käsite, josta löytyy monenlaisia määritelmiä. Mielestäni kuitenkin Beamerin ja Varnerin määritelmä on mukavan tiivis, mutta kuitenkin rajaava määritelmä.

Ymmärtääkseen toista kulttuuria, ihmisen täytyy ensin tuntea oma kulttuurinsa. Ihmisen tulee olla tietoinen siitä, millaista viestiä itse välittää ja toisaalta tuntea vastapuolen kulttuuri. (Beamer & Varner 2011, 10) On muistettava, että ihmisten vuorovaikutustilanteet ovat monimutkaisia tapahtumia. Tilanteiden ymmärtämiseen vaaditaan kulttuurin, kontekstin ja yksilöllisten tekijöiden huomioon ottamista. (Salo-Lee yms. 1998, 11.)

Jos ei osaa tiedostaa omia kulttuurista lähtöisin olevia toimintapajoja, niin monikulttuurisessa ympäristössä on hankala peilata omaa toimintaa suhteessa toisiin. Miten toimin eri tavalla? Mikä on kulttuurista ja mikä omista yksilöllisistä lähtökohdista syntyvää toimintaa?

Kulttuuri on aina opittua. Ihminen oppii oman alueensa kulttuurin syntymänsä jälkeen. Ihminen voi siis oppia myös uusia kulttuureja halutessaan. Kulttuuri on tietyn ryhmän näkemys, joka toimii taustalla. Sitä ei tarvitse sen kummemmin ajatella oman ryhmän sisällä toimiessa. Kulttuurien avulla ihmiset oppivat arvoja. Arvot voivat olla eri kulttuureissa todelta erilaisia. (Beamer & Varner 2011, 11–12.)

Usein ajatellaan, että maailmassa on olemassa kaksi kulttuurillista pääryhmää. Länsimainen eli yksilökeskeinen ryhmä korostaa yksilön oikeuksien ja velvollisuuksien turvaamista. Itämainen eli yhteisökeskeinen kulttuuri puolestaan painottaa perheen ja suvun merkitystä yksilön oman merkityksen yli. Länsimainen kulttuuri on voimissaan pääosin teollistuneissa länsimaissa. Yhteisökeskeisten kulttuurien alue on yksilökeskeiseen kulttuuriin verraten huomattavasti laajempi. Vahvimpia alueita ovat Aasian, Afrikan ja Etelä-Amerikan kulttuurit. Nämä kulttuuriset lähtöerot voivat vaikuttaa suuresti ihmisen tekemiin elämänvalintoihin. (Korhonen 2013, 59–60.)

3.4.2 Stereotypiat

Tuntemattoman kohtaamiseen liittyy aina epävarmuutta. Olemme epävarmoja, koska emme voi ennakoita ja selittää uudessa tilanteessa omaa ja toisen käyttäytymistä. Tällaiset tilanteet saattavat myös ahdistaa. Epävarmuutta voi poistaa esimerkiksi tutustumalla uusiin henkilöihin small talkin avulla. Kun löytää uuden ihmisen kanssa jotain yhteistä ja tuttua, saa tilanteen heti rentoutumaan. Epävarmuuden määrä on suurin ensimmäisen tapaamisen aikana. Tuttavuuden lisääntyessä epävarmuus yleensä laskee. (Salo-Lee yms. 1998, 16.) Tämän vuoksi on hyvä järjestää myös kasvokkaisia tapaamisia, jotta saadaan turhia epäluuloja ja ennako-oletuksia hälvennettyä.

Stereotyyppit ovat merkittävässä asemassa vieraita kohtaan liittyvän epävarmuuden vähentämisessä. Stereotyyppit ovat tietyille ihmisryhmille syntyneitä yleistyksiä. Ne ovat, vastoin yleistä mielikuvaa, välttämättömiä ihmisten välisissä sosiaalisissa tilanteissa. Stereotyyppit auttavat meitä hahmottamaan maailmaa, ennakoimaan ja selittämään muiden ihmisten käyttäytymistä. (Salo-Lee yms. 1998, 17.)

Vallitsevia stereotyyppioita voi käyttää hyödyksi, kun

- osaa olla niistä tietoinen
- ymmärtää ne osaksi ryhmän mielikuvaa, ei yksilön
- ymmärtää, että stereotyyppit antavat viitteitä siitä, miten tiettyyn ryhmään kuuluvat ihmiset tulevat todennäköisesti toimimaan
- ymmärtää, että stereotyyppit eivät arvota ryhmää kielteisesti tai myönteisesti
- ymmärtää, että stereotyyppit antavat osviittaa ryhmän toimista ennen kuin tarkempaa tietoa on saatavilla
- ymmärtää, että stereotyyppit elävät sitä mukaa, kun saa lisätietoa ja tutustuu uusiin ryhmiin. (Salo-Lee yms. 1998, 17.)

Vastaavasti stereotyyppit ovat haitallisia, kun

- niiden olemassaolosta ei olla tietoisia
- ne kohdistetaan ryhmän sijasta yhteen ryhmän jäseneseen
- niitä korostetaan liikaa joko positiivisesti tai negatiivisesti
- ne eivät elä, vaan pysyvät muuttumattomina. (Salo-Lee yms. 1998, 17.)

Tällaisissa tapauksissa stereotyyppioita voidaan kutsua myös ennakkoluuloiksi. Varsinkin, kun stereotyyppit ovat kovin negatiivispainotteisia. (Salo-Lee yms. 1998, 17.) Stereotyyppit ovat vaillinaista tietoa ihmisistä. Pelkkä stereotyyppioiden käyttäminen lisätiedon hakemisen sijaan tekee saatavasta kuvasta rajallisen. (Beamer & Varner 2011, 100.)

Erilaisten kulttuurien vertaaminen vaatii, että teemme yleistyksiä. Yleistämisen vaarana on se, että tekijää syytetään stereotyyppioinnista. Kulttuurista tehtyjen yleistysten tarkoituksena on kertoa, miten kulttuurin sisällä yleisellä tasolla ajatellaan, toimitaan ja uskotaan. Voi olla houkuttelevaa ajatella, että nämä määritelmät ohjaavat myös yksittäisten kulttuurien kuuluvien yksilöiden arvoja, ajatuksia ja toimintatapoja. Aivan kuin tietyn kulttuurin edustajat olisivat robotteja, jotka toimivat ja ajattelevat kulttuuritaustansa ohjaamina. Kulttuurien yleistämien on helppoa ja usein hyödyllistä. Pitää vain muistaa, että yleistysten takana löytyy monenlaisia yksilöitä. Monetkaan yksilöt eivät istu suoraan kulttuurin tyyppikuvaan. (Beamer & Varner 2011, 99–100.)

Kulttuurien välisen viestinnän näkökulmasta ongelmallisia ovat joko liian yleistävät tai yksinkertaistavat stereotyyppit. ”Kaikki saksalaiset ovat ahkeria” tai toisaalta ”kiinalaiset ovat yhteisöllisiä ja suomalaiset yksilöllisiä” ei ota huomioon ryhmän sisäistä vaihtelua tai sitä,

että kaikissa kulttuureissa löytyy kaikkia piirteitä. Tämä johtaa helposti kielteisiin stereotyyppioihin. Kulttuurien välisessä vertailussa tulisi ottaa huomioon sekä samankaltaisuuksia että eroja. (Salo-Lee yms. 1998, 18.)

Stereotyyppiointi ja liiallisten yleistysten tekeminen on varmasti riski ulkomaalaistaustaisille eläkeviestintää suunniteltaessa. Jotain virheitä on aiemmin varmasti jo tehty. Pitäisi aina osata katsoa viestintäsuunnitelmaa tarpeeksi objektiivisesti, jottei siihen tule liian värityneitä ennakkoluuloja. Jos viestinnästä loistaa liiallinen yksinkertaistaminen, niin se saattaa olla kohderyhmästä loukkaavaa ja pilata koko viestintäkampanjan.

Stereotyyppiat ja ennakkoluulot vaikuttavat kanssakäymiseen. Kielteiset ennakkoluulot lisäävät epävarmuutta ja jännitystä. Myönteiset stereotyyppiat sitä vastoin auttavat vähentämään epävarmuutta. Kielteiset tai myönteiset odotukset ohjaavat helposti ensi tapaamista ja vaikuttavat sen kulkuun. (Salo-Lee yms. 1998, 18.)

Korhonen korostaa, että on luonnollista, että jokaisessa kulttuurissa on aina niitä, jotka poikkeavat joukosta. Nämä poikkeukset kuvaavat kulttuurin monimuotoisuutta ja antavat mahdollisuuden sekoittua ja moninaistua. Korhonen kehottaa ottamaan tämän huomioon kulttuurien välisessä viestinnässä, kun tavoitteena on ihminen yksilönä ja hänen henkilökohtaisten tarpeiden ymmärtäminen. (Korhonen 2013, 61.)

Ulkomaalaistaustaisille kohdennettua viestintää suunniteltaessa on hyvä pitää mielessä, että olemme yksilöitä ja täten varoa stereotyyppioita ja yleistyksiä. Olisi iso virhe olettaa kaikkien Suomessa asuvien ulkomaalaistaustaisten tai edes jonkin tietyn maaryhmän edustajien omaavan samat ominaispiirteet. Kuitenkin Korhosen kuvaamat länsimaisen ja itämaisen kulttuurin erot vaikuttavat isommassa mittakaavassa ihmisten toimintaan ja valintoihin.

Ennakkoluulojen muuttaminen on hidasta. Kun tapaa ryhmän stereotyyppioista poikkeavan henkilön, niin häntä pitää vain helposti poikkeavana yksilönä. Ennakkoluulot eivät myöskään muutu lyhyen lomamatkan tai vaikkapa eri kulttuuritausta omaavan naapurin vaikutuksesta. Tarvitaan läheisempää kanssakäymistä suotuisissa olosuhteissa. Esimerkiksi yhteinen projekti ja työskentely voivat muuttaa ennakkoluuloja. Epäsuotuisat olosuhteet puolestaan synnyttävät kielteisiä stereotyyppioita. (Salo-Lee yms. 1998, 18–19.)

3.4.3 Viestiminen monikulttuurisessa ympäristössä

Myönteisyys, tieto, taito ja motivaatio auttavat tehokkaasti kulttuurien välisessä viestinnässä. Tarvitaan laaja tietopohja vieraasta kulttuurista ja sen jäsenistä. Tieto ilman riittävä taitoa ei auta sosiaalisesti pitkälle. Emme osaa toimia vieraassa kulttuurissa pelkän tiedon avulla. Taito sisältää muun muassa kyvyn havainnoida kulloisenkin viestintätilanteen vaatimukset ja sopeuttaa ne siinä tilanteessa sopiviksi. Motivaatio sisältää avoimen ja vastaanottavan asenteen uudelle tiedolle, halun luoda uusia sosiaalisia yhteyksiä sekä sen, että kokee vieraan kulttuurin kiinnostavana. (Salo-Lee yms. 1998, 19.)

Tehokkaaseen viestimiseen ihmisten välillä vaikuttaa se, miten hyvin vuorovaikutustilanteissa olevat havainnoivat toistensa tavoitteet ja tulkitsevat vastapuolen antamia viestejä. Viestien havainnoimiseen ja tulkitsemiseen vaikuttaa suurelta osin opitut tavat ja oma kulttuuritausta. Näin kulttuurieroista voi syntyä väärinkäsityksiä, jotka heijastuvat eri tavoin kielellisessä ja ei-kielellisessä viestinnässä. (Salo-Lee yms. 1998, 21.)

Vuorovaikutustilanteissa ihmiset pyrkivät havaintojensa pohjalta selvittämään, millaisia toiset ovat ja miksi he käyttäytyvät kuten käyttäytyvät. Kaikkea ympäristössä tapahtuvaa on mahdoton havainnoida, jolloin ihmisten on ympäristönsä yksinkertaistamiseksi järjestettävä havaintojaan. Stereotyyppiat ovat yksi tapa luokitella. Se auttaa ihmisiä järjestämään kokemuksiaan ja ohjaamaan käyttäytymistä. (Salo-Lee yms. 1998, 21.)

Viestintätilanteissa havainnointi on täten valikoivaa ja epätarkkaa. Ihmiset havaitsevat itselleen merkityksellisiä seikkoja ja kiinnittävät näin erilaisiin asioihin huomiota. Havainnoille etsitään merkityksiä ja pyritään tekemään niistä mielekkäitä. Ihmiset pohjaavat tulkintansa aikaisemmissa vuorovaikutustilanteissa saamiinsa kokemuksiin. Näitä kokemuksia ei uusissa samankaltaisissa tilanteissa kyseenalaisteta. Tämä auttaa arkipäivän virtaviivaisuuteen, mutta saattaa aiheuttaa ongelmia kulttuurien välisessä viestinnässä. Luokiteluvirheitä ja väärinkäsityksiä sattuu helposti, jos kulttuurien välisessä vuorovaikutustilanteissa käytetään omasta kulttuurista tuttuja kategorioita vieraan tilanteen selvittämiseen. (Salo-Lee yms. 1998, 22.)

Ihmiset tulkitsevat saamiaan viestejä usein arvoväritteisesti. Ihmiset pohtivat, onko joku tai jokin hyvää vai pahaa, kaunista vai rumaa, kohteliasta vai epäkohteliasta tai loogista vai epäloogista. Kulttuurien välisessä viestinnässä oman maan kulttuuria pidetään mittarina. Omaa kulttuuria pidetään normaalina ja oikeana ja siitä poikkeavia tapoja epänormaalina ja väärinä. Kulttuurien välisessä viestinnässä tulisi pyrkiä objektiivisuuteen ja arviointeja tulisi välttää, kunnes tilannetta on katsottu kaikkien tilanteeseen osallistuneiden kulttuurien

edustajien näkökulmasta. Eri näkökulmien käyttömahdollisuuden hyödyntäminen kulttuurien välisessä viestinnässä on viestintäosaamisen perusedellytyksiä. Se on haasteellista, mutta taito on opittavissa. (Salo-Lee yms. 1998, 24.)

Pyrkiminen viestinnässä objektiivisuuteen on ihanne, johon on haastava päästä. Omassa mielessä pyörivät stereotyyppit ja toisaalta omat käyttäytymismallit ovat niin luontaisia, että ne pitää oikeasti tiedostaa, jotta voi toimia niiden yli. Näitä asioita tulee koko ajan peilata viestintää suunniteltaessa. Toisen ihmisen mielipide voi auttaa huomaamaan ajatusvirheet. Parhaiten varmasti auttaa, jos kommentoija omaa jonkin toisen kulttuuritaustan.

Kieli, viestintä ja kulttuuri kuuluvat arkeemme luonnollisena kimppana, johon emme juuri kiinnitä huomiota. Kulttuurien välisissä vuorovaikutustilanteissa tuttuina pidetyt merkit voivat saada uuden sisällön ja suunnistaminen ei sujukaan totutun kaavan mukaan. Jollei eroja huomata, voi syntyä väärinkäsityksiä. Väärinkäsityksiä voidaan ehkäistä havaitsemalla kielessä ja kielen käytössä esiintyviä, piileviä kulttuurieroja. (Salo-Lee yms. 1998, 24.)

Ensivaikutelma ihmisestä perustuu suurelta osin ei-kielelliseen viestintään. Ei-kielelliset vihjeet tulkitaan omaan kulttuuritaustan ohjaamina tiedostamatta. Tämä aiheuttaa helpposti väärinkäsityksiä. Myös oma käyttäytyminen pohjautuu oman kulttuurin tapoihin. Erilaisuus ei näy täten pelkästään erilaisena puhetapana, mutta myös erilaisena suhtautumisena aikaan, tilan käyttöön tai tapaan liikkua, pukeutua, elehtiä tai ilmaista tunteita. (Salo-Lee yms. 1998, 30.)

Suomalaisessa kulttuurissa on tavanomaista siirtyä asioihin nopeasti ja keskustelu on muutenkin varsin suorasanaista. Yhteisöllisessä kulttuurissa puolestaan kohteliaisuussäännöillä on oma merkityksensä. Asiat ilmaistaan monimutkaisemmin ja hitaammin. Voi käydä niin, että suomalainen luulee asian olleen jo selvä, kun yhteisökulttuurin edustaja vasta on tuomassa asioita esille. Yhteisökulttuurin edustajat voivat myös tarkkailevat paljon ei-kielellistä käyttäytymistä ja tulkitsevat tottumallaan tavalla. (Korhonen 2013, 62.)

Nyökkääminen ja hymyily ovat hyviä esimerkkejä kulttuureissa laajasti käytetyistä ei-kielellisistä viesteistä, joilla on eri kulttuureissa poikkeava merkitys. Suomalaisille nyökkääminen ja hymyily ovat hyväksymisen ja myöntymisen merkkejä, mutta yhteisökulttuurin edustajille saattavat merkitä esimerkiksi tervehtimistä tai puhujan kuuntelemista. Suomalainen saattaa vahingossa jäädä siihen harhaluuloon, että he olisivat suostuneet tai hyväksyneet puhujan ehdotuksen. Thaimaassa nyökkääminen tarkoittaa jopa päinvastaista eli kieltoa. (Korhonen 2013, 63.)

Suomalaiset elehtivät perinteisesti varsin vähän. Meille on tyypillistä vain seisoa tai istua ja antaa puheen hoitaa viestintä. Monissa muissa kulttuureissa käsillä ja erilaisilla eleille avitetaan viestin perillemeno. Elehtivämpään viestintään tottuneet voivat kokea outona ja passiivisena, kun suomalainen vain istuu ja puhuu.

Ulkomaalaistaustaisille viestittäessä on tärkeää muistaa kulttuurisen identiteetin merkitys ja kunnioittaa sitä. Ulkomaalaistaustaiset eivät välttämättä koe olevansa suomalaisia pitkän maassa olon jälkeenkään. (Keränen 4.5.2010.) Erilaiset kulttuuritaustat pitää ottaa vastaan suomalaisena kulttuuria rikastuttavana ja monimuotoistavana tekijänä. Kulttuuritaustojen erot tulee ottaa viestinnässä huomioon, sillä perinteisesti suomalaistaustaisille kohdennettu viesti ei välttämättä osu ja uppoa ulkomaalaistaustaisiin sellaisenaan.

Miten viesti tavoittaa maahanmuuttajataustaisen parhaiten? Markus Keränen mukaan on useita viitteitä siitä, ettei maahanmuuttajanuorten tavoittaminen ole välttämättä yksioikoista. Ulkomaalaistaustaisen nuoren perheellä on usein iso vaikutus nuoren mediankulutukseen. Ulkomaalaistaustaiset nuoret tai heidän perheensä eivät välttämättä seuraa suomalaista mediaa. Vanhempien puutteellinen suomen kielen taito ja toisaalta oma halu kulttuuritaustan säilymiseen ohjaa muunkielisen median pariin. Ulkomaalaistaustaiset ovat usein yhteisöllistä väkeä. Tieto leviää tehokkaasti kaverilta toiselle. (Keränen 4.5.2010.)

Valtioneuvoston teettämän Suomen venäjänkieliset mediankäyttäjinä -tutkimuksen mukaan maahanmuuttajat jatkavat usein lähtömaidensa median seuraamista. Suomessa asuvat venäjänkieliset seuraavat monipuolisesti ja runsaasti eri medioita. Valtaosa seuraa sekä Suomessa että Venäjällä tuotettuja medioita. Tutkimusta varten haastateltujen mukaan Suomen ja Venäjän medioiden tuottama sisältö koettiin poikkeavan toisistaan merkittävästi. Haastateltavat suhtautuivat skeptisesti Venäjän valtamedian tuottamaan sisältöön, mutta myös suomalaisen median nähtiin toimivat värittyneesti. Haastatellut toivoivat Suomeen lisää julkaisuja, jotka puhuvat Suomessa asuvien venäjänkielisten ihmisten elämästä, ongelmista ja saavutuksista siinä valossa, että he kokisivat olevansa osa yhteiskuntaa. (Tietokäyttöön 2016.)

Keränen ohjaakin hyödyntämään toivotun viestin viemisessä perinteisten kanavien sijaan jo olemassa olevien tiiviitä ulkomaalaistaustaisten omia yhteisöjä. Puskaradion merkitys on tärkeä. Hän kannustaa olemaan suosittelemisen arvoinen, hyvä kokemus kerrotaan kaverillekin. Ennen viestinnän aloittamista Keränen kuitenkin muistuttaa ensin tutustumaan laajasti ulkomaalaistaustaisiin kohderyhmänä. (Keränen 4.5.2010.)

Tähän ajatukseen nojaten olemme päätyneet hyödyntämään ulkomaistaustaisille kohdenetussa viestinnässä heidän omia järjestöjään ja järjestöjen edustajia. Tieto viedään yhteisöille heidän toivomiaan kanavia pitkin. Toiveena on, että tieto alkaa levitä tämän avulla myös puskaradion kautta järjestöön kuulumattomien ihmisten tietoon.

Internetin yleistymisen on vaikuttanut paljon maahanmuuttajien arkeen eri puolilla maapalloa. Internet on väline, joka ei sido sinua mihinkään aikaan tai paikkaan. Sen käyttö ulkomaalaistaustaisten keskuudessa on varsin laajaa. Internet on kätevä kanava pitää yhteyttä perheeseen ja sukuun myös aiempaan kotimaahan. Se voi auttaa myös kotiutumisen uuteen kotimaahan. (Maasilta, Simola & Heurlin 2008, 46.)

Myös median käyttö on kasvanut internetin yleistymisen myötä. Nykyisin älypuhelimella voi pitää yhteyttä muihin ihmisiin, seurata erilaisia mediasisältöjä ja osallistua sosiaaliseen mediaan paikkaan katsomatta. Sosiaalinen media ja blogit ovat tuoneet esiin uuden journalismin muodon, kansalaisjournalismin. Tällainen vaihtoehtomedia voi toimia digitaalisten alustojen ansiosta pienilläkin resursseilla. Sähköisen median avulla ulkomaalaistaustaiset voivat seurata lähtömaansa tapahtumia. Sosiaaliseen median julkaistuja pidetään usein luotettavampana kuin (lähtömaan) valtamedian tiedotusta. Sosiaalinen media voi olla myös paikka sosiaaliselle aktivismille. Facebookissa ja Twitterissä voi jakaa välitöntä ja näkökulmaista tietoa asioista. (Davydova-Minguet, Sotkasiira, Oivo, & Riiheläinen 2016, 14–15.)

Varsinkin nuoremmat ulkomaalaistaustaiset tavoittaa hyvin sosiaalinen median kautta. Pitää vain löytää oikeat kanavat sosiaalisen median sisältä. Näiden hahmottamisessa on hyötyä FCG:n tiedoista ja kanavista.

4 Kehittämismenetelmä, aineisto ja analyysi

Tässä luvussa kerron kehittämishankkeeni tavoitteen ja asettamani tutkimuskysymykset. Perustelen valitsemani tutkimusmetodin eli toimintatutkimuksen sopivuuden omaan työhöni. Kuvaan työpajan toteuttamiseksi valitsemani fasilitoinnin ja luovan ongelmanratkaisun prosessin toimintatapoja sekä sitä, miten näiden avulla kasataan toimiva työpaja. Lopuksi avaan, miksi olen päätenyt analysoimaan työpajasta saamani tulokset laadullisesti sisällönanalyysin avulla.

4.1 Kehittämishankkeeni tavoite ja työvaiheet

Kehittämishankkeeni tavoitteena on ulkomaalaistaustaisten eläketiedon tason kartoittaminen Suomessa ja heille sopivien viestintätapojen selvittäminen. Kehittämishankkeen tarkoituksena on kartoittaa ulkomaalaistaustaisten tarpeita ja toiveita eläkeviestinnässä sekä rakentaa ideoita sopiviksi viestintämateriaaleiksi pääosin 15–40-vuotiaille ulkomaalaistaustaisille kohdennettuun työeläkeviestintään Eläketurvakeskuksen käyttöön.

Kehittämishankkeeni tutkimuskysymykset ovat:

1. Mitä 15–40-vuotiaat ulkomaalaistaustaiset tietävät eläkkeistä ja mitä he eläkeasioista ajattelevat?
2. Miten Eläketurvakeskus voi viestiä ulkomaalaistaustaisille työeläkeasioiden perusteista selkeästi ja kiinnostavasti?
 - Millainen on selkeä ja kiinnostava perusviesti työeläkeasioista ulkomaalaistaustaisille?
 - Mitä kanavia pitkin ulkomaalaistaustaiset tavoittaa parhaiten?
3. Millaisena maahanmuuttajajärjestöjen edustajat näkevät ulkomaalaistaustaisille kohdennetun viestinnän nykytilan?
 - Millaisia toiveita heillä on viestinnän kehittämiseksi?
 - Millaista viestintämateriaalia heidän on mielekästä muokata ja jakaa?

Rakennan ulkomaalaistaustaisille pidettävän työpajan niin, että saan työpajasta vastaukset mahdollisimman kattavasti kaikkiin tutkimuskysymyksiini. Työpajan esittelykierroksen ja ensimmäisen osion sisällön avulla pyrin selvittämään työpajaan osallistuneiden tiedontasoa Suomen eläkejärjestelmästä. Mitä he sen toiminnasta tietävät ja miten he kokevat muutenkin vanhuuden varalle valmistautumisen.

Toiseen tutkimuskysymykseen saan ideoita työpajasta koko sen ajalta. Erityisesti työpajan toinen ja kolmas kysymys on suunniteltu niin, että niissä nousee työpajaan osallistuneiden ajatuksia hyvistä nostoista ja kärjistä työeläkeasioissa. Niiden avulla pyrin selvittämään sitä, mitkä asiat Suomen työeläkejärjestelmässä kohderyhmää kiinnostavat. Toisen kysy-

myksen pohjatiedoiksi kerään lisäksi teoriaa. Määritän mitä sanoilla selkeä ja kiinnostava tarkoitan sekä haen tietoa ulkomaalaistaustaisten käyttämistä viestintäkanavista.

Kolmanteen tutkimuskysymykseen saan vastauksen oikeastaan koko työpajan avulla. Alun ja ensimmäisen osion keskusteluissa tulee varmaan parhaiten esille se, millainen mielikuva työpajan osanottajilla on Suomen eläkejärjestelmästä. Toisaalta nämä ajatukset varmasti näkyvät koko työpajan ajan heidän kommentoidessaan.

Hyviä ideoita ja suuntaviivoja viestintämateriaalien kehittämiseksi saan työpajan toisesta ja kolmannesta osiosta sekä lopetuskeskustelusta. Esitän työpajaan osallistuneille Eläketurvakeskuksen viitisen vuotta sitten ulkomaalaistaustaisille kohdennetun videon. Tämän jälkeen herään heiltä mielipiteitä siitä, mitä video heissä herätti. Mikä videossa oli hyvää ja huonoa sekä miten sitä voisi kehittää. Tämän jälkeen pohdimme yleisemmin sopivia viestintämateriaaleja, jota Eläketurvakeskus voisi tuottaa kohderyhmän käyttöön. On hyödyllistä kuulla suoraan henkilöiden mielipiteitä, joille materiaalit on suunnattu ja joilla on laajat kanavat niitä levittää.

Olen suunnitellut kehittämishankkeeni toteuttamiselle aikataulun. Aloitan kehittämishankkeeni ideoimisen tammikuussa 2017. Ehdin rakentaa työn taustat helmikuun loppuun mennessä. Viikolla 10 solmitaan Eläketurvakeskuksen ja FCG:n välillä sopimus viestintäkampanjan aloittamisesta ulkomaalaistaustaisille työeläketiedon lisäämiseksi. Tämän jälkeen jatkan hyvin pohjustamaani teoriataustaa ja alan suunnittelemaan työpajan sisältöä ja työpajan käytännönasioita.

Työpaja pidetään 6.4.2017. Työpajan jälkeen teen ensin tarkan koosteen työpajan tapahtumista ja käydyistä keskusteluista. Koosteen pohjalta pohdin sopivia viestintätapoja Eläketurvakeskuksen käyttöön viestintäkampanjan alkumetreille ja myös myöhempään vaiheeseen. Viimeistelen työni kevään ja kesän aikana.



Kuvio 5. Kehittämishankkeeni aikataulus.

4.2 Tutkimusmetodi

Tutkimusmetodini on toimintatutkimus (action research). Toimintatutkimuksen tarkoituksena on vastata johonkin käytännön toiminnassa kohdattuun ongelmaan tai kehittää olemassa olevaa tapaa paremmaksi. Tutkija ei havainnoi ulkopuolelta, vaan toimii aktiivisesti mukana tutkimuksen teossa yhdessä tutkittavien kanssa. Tutkimuksen tavoitteena on saada täsmällistä tietoa tutkittavaa tarkoitusta varten yleistettävän tiedon sijaan. (Anttila 2006, 439; Metsämuuronen 2000, 28; Kuula 1999, 13.)

Toimintatutkimus on tapa heijastaa osallistujien tekemää taustaselvitystä sosiaalisissa tilanteissa. Toimintatutkimuksella pyritään parantamaan käytäntöjen järkevyyttä, oikeutusta ja ymmärrystä sekä tilanteiden ymmärrystä, joissa näitä käytäntöjä suoritetaan. (Carr & Kemmis 1995.)

Arja Kuula kuvaa toimintatutkimusta lähestymistavaksi, jossa samanaikaisesti sekä tutkitaan että yritetään tavalla tai toisella yhdessä tutkimuskohteen jäsenten kanssa muuttaa kohteena olevia käytäntöjä. Keskeisimmiksi piirteiksi toimintatutkimukselle Kuula määrittää ongelmakeskeisyyden, käytäntöön suuntautumisen ja pyrkimyksen muutokseen. (Kuula 1999, 19.)

Toimintatutkimus pyrkii kehittämään uusia taitoja tai uutta lähestymistapaa valittuun asiaan. Toimintatutkimuksessa toiminta ja itse tutkimus tapahtuvat samanaikaisesti. Toimintatutkimus sopii hyvin hankkeisiin, joissa on toiminnan avulla päämääränä muuttaa jotain ja samanaikaisesti pyritään lisäämään sekä ymmärrystä että tietoa muutosta kohtaan. (Anttila 2006, 440.)

Toimintatutkimuksen tutkimusprosessi on syklinen. Uusilla kierroksilla on tavoitellaan parempia tuloksia. Yhden kierroksen vaiheet ovat suunnittelu - toiminta - havainnointi - reflektointi. Ensimmäinen tällainen kierros vastaa tutkimuksen alkua. Useimmiten ensimmäistä kierrosta seuraa useita lisä- tai sivukierroksia riippuen siitä, millaisia lisä- tai tukitoimintoja prosessiin kuuluu. Syklin yksi kierros on perusta seuraavalle kierrokselle. (Anttila 2006, 440, 444.)

Toimintatutkimus on kehittämishankkeeseeni sopiva metodi, sillä hankkeessani on selkeä ongelma, joka kaipaa kehittämistä. Tahdon parantaa Eläketurvakeskuksen viestintää ulkomaalaistaustaisille. Olen itse aktiivisesti mukana projektissa. Suunnittelen ja olen aktiivisesti mukana ulkomaalaistaustaisille järjestettävässä työpajassa. Näiden tulosten pohjal-

ta analysoin saadut tulokset ja ideoin hyviä tapoja työeläkeasioista viestimiseen ulkomaalaistaustaisille.

Työni lopputuloksena syntyy analyysi ulkomaalaistaustaisista kohderyhmänä. Kirjaan ja kehitän edelleen työpajassa esiin tulleita ideoita viestintämateriaaleiksi Eläketurvakeskuksen viestinnän käyttöön. Lopputuote on konkreettinen ja täsmällinen, eikä tuota yleistettävää tietoa.

Konstruktivistista tutkimusotetta käytettäessä tulisi työni tuottaa innovatiivinen konstruktio, jonka ratkaisisi esitetyn ongelman. Uuden konstruktion tarkoitus olisi havainnollistaa, testata tai jalostaa aikaisempaa teoriaa tai luoda kokonaan uutta. (Lukka 2006.)

Kehittämishakkeeni tutkimuskysymyksiin ei voi saada vastausta tekemällä konstruktioita, joka on konstruktivistiselle tutkimukselle välttämätön. Työhöni ei ole olemassa vain yhtä oikeaa vastausta, vaan haetaan erilaisia toimintamalleja. Työni ei myöskään pohjautu vahvasti teoriaan tai luo uutta teoriaa, vaan enemmänkin kehittää uusia toimintatapoja. Lähestymistapani on käytännönläheisempi, mitä toimintatutkimus painottaa.

4.3 Millainen on hyvä työpaja?

Rakennan työpajan fasilitoinnin keinoin. Fasilitointi on ryhmälähtöistä työskentelyä, joka perustuu sille ajatukselle, että ryhmä on itse käsiteltävän asian paras asiantuntija. Sen tueksi kehitetyt menetelmät auttavat johdattamaan ryhmän kohden yhteistä päämäärää, niin että jokainen kuulija saa äänensä kuuluviin. (Ryhmälähtöisen työskentelyn vaatimuksena on, että joku keskittyy ryhmäprosessin valmisteluun ja tukemiseen eli toimii työpajassa fasilitaattorina. Fasilitaattori on objektiivinen toimija, joka ei osallistu ideointiin tai päätöksentekoon, vaan ohjaa työpajaa niin, että kaikkien ryhmän jäsenten osaaminen ja toiveet tulevat kuulluksi. (Summa & Tuominen 2009, 8–9.)

Fasilitaattorin ja perinteisen esittäjän isoin ero on siinä, että fasilitaattori ei jaa tietoa, vaan osallistaa työpajan osallistujat pohtimaan käsiteltävää aihetta. Fasilitaattori ei eristä itseään yleisöstä, vaan ohjaa heidät ideoimaan ja ratkaisemaan ongelmia. Fasilitointi on oppijakeskeistä, kun perinteinen esittelymalli on esittelijäkeskeistä. (McCain 2015.)

Fasilitointi sopii hyvin kehittämishankkeeseeni, sillä haluan osallistaa työpajan osallistujat pohtimaan eläkeasioita. Haluan kerätä heidän ideoitaan ja ajatuksiaan ylipäättään eläkeikään varautumisesta sekä saada heiltä ideoita sopivien viestintämateriaalien rakentamiseksi. Tarkoituksena ei ole luennoida osallistujille sekä jakaa tietoa vaan kerätä sitä.

4.3.1 Luovan ongelmaratkaisun prosessi

Käytän työpajan sisällön suunnittelussa luovan ongelmanratkaisun prosessia (Creative problem solving process, CPS). Luovan ongelmanratkaisun prosessi auttaa määrittelemään ongelmia tai haasteita uudelleen, synnyttää aidosti uutta ajattelua sekä auttaa viemään ratkaisut käytännön tasolle (Kantojärvi 2012, 17). Luovan ongelmanratkaisun prosessi ei ole pelkästään ideoiden ilmaan heittäilyä, vaan tarkkaan suunniteltu prosessi, jonka avulla voi selvittää ja toimeenpanna ratkaisuja (Baumgartner 2017).

Luovan ongelmanratkaisun prosessi auttaa ratkaisemaan ongelmia tilanteissa, joissa ongelman ratkaisu edellyttää mielikuvitusta ja useiden vaihtoehtojen kaivamista. Sopivia ongelmia ovat sellaiset, joihin ei ole vain yhtä oikeaa vastausta tai ratkaisua. Ongelma voi olla joko tekninen tai ihmisiin liittyvä, nykyhetken tai tulevaisuuden muutos. (Kantojärvi 2012, 11.)

Luovan ongelmanratkaisun prosessi auttaa minua hyvin suunnittelemaan sopivan sisällön työpajalle. Työpajasta hakemillani asioilla ei ole vain yhtä oikeaa ratkaisua, eläkeasiat voivat olla todella henkilökohtaisia. Työeläke kertyy jokaiselle heidän oman työ- ja elämänpolkunsa kautta. Uusien viestintämateriaalien kehittäminen vaatii osallistujilta mielikuvitusta, johon luovan ongelmaratkaisun prosessi kannustaa.

Jokaisesta Luovan ongelmanratkaisun prosessin vaiheesta löytyy sekä divergenssi eli avaaminen että konvergenssi eli sulkeminen. Divergenssin aikana on tarkoitus ideoida ennakkoluulottomasti, sytyttää nuotiota. Konvergenssi ohjaa puolestaan tekemään kriittistä valintaa, sammuttamaan sen sytytetyn nuotion. Fasilitaattorin on tärkeä huolehtia siitä, että ryhmä keskittyy ensin avaamaan ja lopuksi sulkemaan. Näin saadaan parhaita tuloksia aikaiseksi. (Kantojärvi 2012, 22.)

Ryhmätyöskentelyn aikana saattaa myös syntyä erimielisyyksiä, niin sanotusti nuotio voi alkaa savuamaan. Ideat sinkoilevat ja erilaiset ajattelutavat ja näkökulmat törmäilevät. Tällaista tilannetta on tärkeä sietää oma aikansa. Useimmiten yhteinen ymmärrys ja kompromissi löytyvät. Jos valintavaiheeseen siirrytään liian nopeasti esimerkiksi äänestämällä, voi olla, että valituksi tulevat ne tutut ja turvalliset vaihtoehdot. (Kantojärvi 2012, 23.)

Luovan ongelmanratkaisun prosessi koostuu kolmesta eri päävaiheesta; selkeyttämisestä, ratkaisun suunnittelusta ja toimenpiteiden konkretisoinnista. Selkeyttämisvaiheen tehtävä

on löytää yhteinen lanka kaikista haasteista ja mahdollisuuksista. Tämä auttaa löytämään asian ydinkysymyksen. Ratkaisun suunnittelussa etsitään vastauksia tähän ydinkysymykseen. Ensimmäisessä vaiheessa ideoidaan siis villisti ja toisessa vaiheessa jalostetaan sopivimmista ideoista toimivia ratkaisuja. Prosessin viimeisessä vaiheessa konkretisoidaan toimenpiteet. Työpajan juoksutukseen kuuluu näiden vaiheiden lisäksi hyvä työpajan aloitus ja lopetus. Alla on kuvattu vaiheet havainnollisemmin. (Kantojärvi 2012, 24.)

Baumgartner (2017) lisää alla olevaan listaan myös uusien ideoiden toimeenpanovaiheen, mikä on mielestäni hyvä olla mukana.

Aloittaminen

Selkeyttäminen

1. Haasteen/toiveen/tavoitteen nimeäminen
2. Tiedon kerääminen
3. Ongelman kiteyttäminen

Ratkaisun suunnittelu

4. Ideoiden tuottaminen
5. Ratkaisun syventäminen

Toimenpiteiden konkretisointi

6. Suunnittele toimenpiteet

Lopetus

Uusien ideoiden toimeenpano (Kantojärvi 2012, 24–26 ; Baumgartner 2017).

Ensimmäisessä vaiheessa selvitetään työpajan aito ongelma tai maali. Aina tämä ei ole niin helppoa, vaikka se siltä kuulostaakin. Tämän jälkeen käsillä olevaa ongelmaa tulee tutkia tarkemmin, jotta voidaan ymmärtää sen ydin. Ongelman tutkiminen auttaa löytämään oikeat asiat ongelman tai tavoitteen takana. Kolmannessa vaiheessa nämä asiat käännetään luoviksi haasteiksi. Luovat haasteet voidaan muotoilla yksinkertaisiksi kysymyksiksi, kuten ”Millä tavoin voimme...” tai ”Kuinka voimme...”. (Baumgartner 2017.)

Neljäs vaihe on ideointia varten. Tässä vaiheessa ideat saavat lentää rajoituksetta. Tavoitteena on kirjata ylös mahdollisimman paljon erilaisia ideoita. Ideoinnin jälkeen pidä mahdollisuuksien mukaan tauko ja käy sen jälkeen ideat läpi. Yhdistele ideoita ja poimi sieltä ne, jotka osuvat parhaiten aiemmin määrittelemiisi kriteereihin. Käy tämän jälkeen vielä kaikki ideat läpi ja vertaa niitä määrittelemiisi kriteereihin. Pisteytä ideat asteikolla 0–5. Tämän jälkeen konkretisoidaan suunnitelmat parhaimmille ideoilla ja laitetaan ne käytäntöön. (Baumgartner 2017.)

Käytän tätä työpajan juoksutusta runkona suunnitellessani omaa työpajaani. Runko auttaa hahmottamaan työpajan rakennetta, vaikka tiputankin osan osuuksista pois ajanpuutteen vuoksi. Tarkoituksena on kerätä ajatuksia ja ideoita osallistujilta, joten työpaja keskittyy ideointi-osion ympärille. Työpajan alussa on lyhyt osuus kampanjan ja työpajan tarkoituksesta ja tavoitteista. Olen pureksinut jo valmiiksi Baumgartnerin luovat haasteet, jolloin työpajaan osallistujat pääsevät suoraan pohtimaan ja ideoimaan toimintatapoja. Id

Toimenpiteiden konkretisoinnin pohtiminen jää minun tehtäväkseni työpajasta saamani aineiston pohjalta. Osin tätä jatketaan kampanjan edetessä. Kantojärven mukaan osioita on mahdollista jättää pois. Riskinä voi olla, että työpajan tavoitteiden saavuttaminen häiriintyy. En näe tässä ongelmaa, sillä työpajan tarkoituksena on kerätä kohderyhmän kokemuksia ja mielipiteitä.

4.3.2 Työpajan kasaaminen

Työpajan sisällön suunnittelun pohjaksi kannattaa miettiä mikä on työpajan tarkoitus ja sen konkreettiset tavoitteet. Mikä on hyvä kesto työpajalle ja millainen on sen kokonaisprosessi. Kannattaa selvittää etukäteen taustoja, mitä työpajan aiheen ympärillä on jo tehty aiemmin. Työpajan osallistujiin on hyvä tutustua etukäteen. Työpajan suunnittelua auttaa, kun tietää millaiset tieto- ja työtaustat osallistujilla on ja millaisia odotuksia heillä on. Se, kuinka hyvin osallistujat tuntevat toisensa ennalta, vaikuttaa myös työpajan sisällön suunnitteluun ja vetämiseen. (Kantojärvi 2012, 36 ; McCain 2015.)

On tärkeää, että työpajaan kutsutaan oikeat osallistujat. Heillä pitää olla tietotaitoa asiasta ja myös päätösvaltaa vaikuttaa ja tehdä muutoksia. Osallistujien pitää tuntea, että heidän työpajassaan synnyttämillään ideoilla ja ajatuksilla on merkitystä ja niiden avulla on tarkoitus oikeasti kehittää jotain. Myös työpajan tilalla on merkitystä. (Kantojärvi 2012, 35)

Jos työpajan tarkoitus on epäselvä, osallistujan panos jää heikoksi. Hän ei osaa tuottaa ideoita, jolloin hänen tietotaitonsa jää hyödyntämättä. Vaihtoehtoisesti hän esittää pitkiä kommentteja, jotka vaan vievät aikaa, mutta eivät edistä asiaa toivotusti. Osallistujan kriittisyys saattaa nousta, jos hän kokee työpajan turhaksi ajankäytöksi. Pahimmillaan hän jättää kokonaan saapumatta paikalle. (Kantojärvi 2012, 33–34.)

Hussein kerää työpajaan osallistujat omien kontaktiensa kautta. Hän kontaktoi useita eri maahanmuuttajärjestöjä, jotta saamme mahdollisimman moninaisen joukon paikalle. Saan häneltä tiedot osallistujista etukäteen, jotta voin tutustua osallistujien taustoihin. Husseinille itselleen työpajaan osallistujat ovat jo osittain tuttuja ja toisaalta kohderyhmä varsinkin

4.3.3 Fasilitaattorin rooli

Fasilitointi tarkoittaa neutraalia ryhmäprosessin ohjaamista (Kantojärvi 2012, 11). Fasilitaattorin tehtävä on avustaa ja vetää työpaja. Fasilitaattori ota työpajan aikana kantaa työpajan sisältöön, tuota itse ideoita, kritisoi tai arvota saatuja ideoita. (Kantojärvi 2012, 30.) Fasilitaattorin rooli edellyttää hyviä ihmissuhdetaitoja sekä kykyä ohjata työpajaa eteenpäin tavoitteiden saavuttamiseksi ja toisaalta taitoa koota ja tiivistää ryhmän ehdotuksia ja päätöksiä. Tarvitaan uskoa ja oikeaa asennetta siihen, että ryhmä löytää erilaisia ideoita ja ratkaisuja työpajan aikana. (Summa & Tuominen 2009, 10.)

Fasilitaattorin työnkuvaan kuuluu suunnitella työpajan ryhmätyöprosessi, valita siihen parhaiten sopivat työkalut. Hän myös huolehtii, että ryhmän koko kapasiteetti hyödynnetään tehokkaasti ja tilaisuudelle annetut tavoitteet saavutetaan. (Kantojärvi 2012, 11.)

Suunnittelen työpajan sisällön, mutta Hussein toimii työpajan vetäjänä. Päädyimme tähän, sillä Hussein on työryhmän osallistujille tuttu ja luotettava henkilö. Uskomme, että hän saa osallistujat ideoimaan ja osallistumaan helpommin. Hän tuntee kohderyhmän ja on osa sitä, jolloin hänen on helpompi ohjata keskustelua. Kommentoin itse tarvittaessa työpajan sisältöjä ohjaten, jos näen sen tarpeelliseksi. Pidän myös kirjaa työpajassa esiin nousseista ajatuksista.

Millainen on hyvä fasilitaattori? Hän on joustava, puolueeton ja neutraali osapuoli, joka kuuntelee aktiivisesti keskustelua ja ohjaa sitä tarvittaessa oikeaan suuntaan. Neutraalin ja avoimet kysymykset, asioiden selkeyttäminen ja koostaminen auttavat ryhmää hahmottamaan tuloksia. Fasilitaattori edistää ryhmän ja yksilöiden työskentelyä ylläpitämällä hyvää ja rakentavaa ilmapiiriä ja rohkaisemalla erilaisia osallistujia mukaan työskentelyyn. Fasilitaattori osaa kasata työpajan ohjelman monipuoliseksi ja käyttää tehokkaita ryhmätyömenetelmiä osallistujien aktivoimiseksi ja pitääkseen heidän energiatasonsa sopivana. Fasilitaattori vastaa, että suunnitellussa aikataulussa pysytään ja työt etenevät toivotusti. Hänellä on taito saada kaikki osallistujat keskittymään annettuun tehtävään. Fasilitaattori huolehtii työpajan dokumentoinnista. (Kantojärvi 2012, 33. ; Summa & Tuominen 2009, 10.)

Työpajan tarkoitus on kerätä ideoita ryhmän jäseniltä. Työpajaa on turha kasata, jos työpajan koolle kutsujalla on jo näkemys siitä, millaisia ratkaisut voisivat olla. Työpajaa ei tule myöskään kutsua koolle edistääkseen omia tarkoituksiaan. Asenteet näkyvät aina läpi.

On mahdotonta innostaa työpajaan osallistuvia, jos he eivät koe, että heidän ideoinnillaan on todellista merkitystä. (Kantojärvi 2012, 31–32. ; Summa & Tuominen 2009, 10.)

Meillä on todellinen tarve ja halu kuulla tämän uuden kohderyhmän mielipiteitä ja toiveita eläkeviestinnän kehittämiseksi. Materiaaleja ei ole vielä laadittu tai tarkemmin suunniteltu, joten työpajassa etsitään konkreettisia ideoita osallistujilta. Uskon, että tämä näkyy osallistujille nopeasti ja he huomaavat, että heidän mielipiteitään tahdotaan todella kuulla.

Toisaalta myös fasilitaattorin oma asenne näkyy läpi. Myös hänen täytyy olla mukana asiassa. Fasilitaattorin itsensä on tärkeää muistaa, että hän on työpajassa neutraali osapuoli. Omia ideoita tai mielipiteitä ei saa heittää kesken työskentelyn. (Kantojärvi 2012, 31–32.)

Kantojärvi näkee, että fasilitaattori antaa työryhmälle parhaimmat ja selkeimmät ohjeet noudattaen tätä kolmen kohdan kaavaa:

1. Kokonaisuus
2. Yksityiskohdat
3. Menoksi! (Kantojärvi 2012, 35.)

Fasilitaattorin kannattaa aloittaa toiminnan esittelemisen kokonaisuudesta ja edetä siitä pienempiin palasiin. Mitä tulee tapahtumaan, miten ja kuinka kauan asian käsittely vie. Ohjeistus lähtee samoin tutusta tuntemattomaan. Ohjeet kannattaa antaa mahdollisuuksien mukaan monella eri tavalla, sillä ihmiset oppivat ja käsittelevät tietoa eri tavoin. Ohjeistuksen voi antaa esimerkiksi puhumisen ja kuvailun lisäksi kirjoittamalla tai visualisoimalla sekä esimerkkien avulla. (Kantojärvi 2012, 35.)

4.4 Työpajasta saadun materiaalin analysointi

Saamani materiaalin analysoin kvalitatiivisesti eli laadullisesti sisällönanalyysin keinoin. Laadullisessa tutkimuksessa suositaan ihmisiä tiedon keruun lähteinä. Tiedon hankinnassa käytetään tutkijan omia havaintoja ja keskusteluja tutkittavien kanssa verrattuna kvalitatiiviseen tutkimukseen, jossa tutkittava aineisto on mitattavaa. Metodeiksi sopivat osallistavat menetelmät, joissa tutkittavien ääni ja näkökulmat pääsevät esille. (Hirsjärvi 2000, 165.)

Kvalitatiivinen tutkimus menee onnistuessaan lähelle yksilöä. Se pureutuu puhetta ja ilmaisua syvemmälle ihmisten erilaisiin tarpeisiin, arvoihin ja motiiveihin. Kvalitatiivisin metodein tehdyn tutkimuksen suurin riski on tutkimustulosten liika pinnallisuus. Kvantitatiivisen tutkimuksen tarkoitus on tarkastella joukkoa, tuoda jämäkkyyttä ja parhaimmillaan sen avulla pystytään tarkkaan ennustettavuuteen. Ihmisten motiivien selvittämiseen kvantitatiiv-

vinen tutkimus ei sovi, vaikka sitä näin ikävän usein käytetäänkin. Kvantitatiivinen tutkimuksen avulla on parempi tutkia esimerkiksi asioiden syy-seuraussuhteita. (Tolvanen 2012, 26.)

Kohdejoukko tutkimukselle valitaan tarkoituksenmukaisesti ei satunnaisesti. Tutkimussuunnitelmaa kasataan tutkimuksen edetessä ja suunnitelmia muutetaan tarpeen mukaan. Jokainen kvalitatiivinen tutkimus on ainutlaatuinen ja sen aineistoa tulkitaan sen mukaisesti (Hirsjärvi 2000, 165.)

Laadullinen tutkimus sopii kehittämishankkeeseen, sillä aineiston keruu perustuu omiin havaintoihin ja kirjoitettuihin muistiinpanoihin työpajasta. Suunnittelen työpajan sisällön ja olen mukana työpajan pidossa. Tarkoituksena on päästä sisälle osallistujien ajatuksiin ja kokemuksiin työeläkkeestä ja pohtia eri kulttuurien vaikutuksia näkemyksiin työeläkkeestä. Työpaja pyritään vetämään niin, että osallistujat rentoutuvat ja uskaltavat kommentoida työpajan aiheisiin luontevasti ja tuoden esille omia aitoja ajatuksiaan.

Sopiva joukko työpajaan kasataan maahanmuuttajajärjestöjen aktiiveista, jolloin he voivat ideoida hyvien viestintäkeinojen lisäksi sopivia kanavia viestin viemiseksi. He voivat itse toimia viestin välittäjinä, joten saamme ensi käden tietoa hyvistä viestintämateriaaleista kohderyhmälle. Saamani tulokset ovat ainutlaatuisia, eikä samoja tuloksia ole mahdollista saavuttaa uutta työpajaa järjestämällä.

Työpajasta saamaani aineistoa tutkin sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysin keinoin analysoidaan kirjoitettuja, kuultuja tai nähtyjä sisältöjä väljänä teoreettisena kehyksenä.

Laadullisen tutkimuksen analyysin vaiheet seuraavat oheista runkoa:

1. Päätä, mikä aineistossa on mielenkiintoista ja pysy päätöksessäsi.
2. Käy läpi aineisto ja nosta sieltä kaikki asiat, jotka sisältyvät kiinnostukseesi.
3. Kerää nostamasi asiat yhteen ja erilleen muusta aineistosta.
4. Valintasi mukaan esimerkiksi luokittele, teemoittele tai tyypittele aineisto
5. Kirjoita yhteenveto tuloksista. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–92.)

Sisällönanalyysin rungosta voi huomata, että laadullisen tutkimuksen aineistosta selviää yleensä useita kiinnostavia asioita, joita ei välttämättä ole osannut odottaa. Pitää osata pysyä valitsemassaan rajauksessa ja kerrottava siitä kaikki, mitä saa irti. Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset auttavat sopivan rajauksen tekemisessä.

Aineiston rajauksen ja läpikäynnin jälkeen jäljelle jäänyt materiaali kannattaa järjestellä ennen yhteenvedon kirjoittamista. Keinoja on monia. Omaan työhöni sopii parhaiten materiaalin tyypittely eli aineiston ryhmittely tietyiksi tyypeiksi.

Tyypittelyssä etsitään esimerkiksi tiettyjen teemojen sisältä näkemyksille yhtenäisiä ominaisuuksia ja muodostetaan näistä yhteisistä näkemyksistä yleistys eli tyypiesimerkki. Tyypittelyssä tiivistetään joukko samaa teemaa kantavia ajatuksia yleistyksi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.) Omaa materiaalia kasatessani voin hakea erilaisia teemoja aineistostani ja saada näin tyypittelyillä selkeyttä kohderyhmän tuntemukseen ja viestintäaineistojen ideointiin.

5 Työpajan järjestäminen ja sen sisältö

Kappaleen aluksi avaan, miksi työpaja järjestettiin. Tämän jälkeen kuvaan konkreettisesti, miten työpajan sisällön suunnittelu ja järjestelyt etenivät.

5.1 Työpajan taustat

Kantojärvi ja McCain (Kantojärvi 2012, 36 ; McCain 2015) ohjaavat asettamaan työpajalle tarkoituksen ja konkreettiset tavoitteet. Järjestän ulkomaalaistaustaiselle ryhmälle työpajan kerätäkseni pohjatietoa heidän nykyisestä tiedontasosta työeläkeasioiden suhteen. Työpajan avulla kerään lisäksi ideoita työeläkeasioiden viestimiseen kohderyhmälle selkeästi ja kiinnostavasti. Työpajan sisältö pyrkii vastaamaan tutkimuskysymysteni kautta alla oleviin kysymyksiin:

- Mitä he tietävät Suomen työeläkejärjestelmästä tai ylipäätään varautuvat vanhuuteen?
- Miten heidän mielestään työeläkeviestintää tulisi kehittää?
- Millaista työeläkkeisiin liittyvää materiaalia he ottaisivat ja jakaisivat omille jäsenilleen?

Kantojärvi (Kantojärvi 2012, 36) neuvoo valitsemaan työpajaan oikeat ihmiset, joilla on vaikutusvaltaa asioiden ympärillä. Työpajan osallistujat kasaamme yhdessä FCG:n ja Husseinin kontaktien kautta. Tavoitteena on saada mukaan noin 10 mahdollisimman erilaista osallistujaa; miehiä ja naisia, vanhoja ja nuoria, useista eri kansallisuuksista, osa työssäkäyviä, osa töitä hakevia nuoria. Näin saadaan mahdollisimman monipuolinen katkaus vastauksia ja huomioitua erilaisten taustojen vaikutuksia.

Työpaja toimii myös Eläketurvakeskuksen ja FCG:n yhteisen ulkomaalaistaustaisille kohdennetun työeläkeviestinnän tehostamisen aloituksena. Useimmat osallistujat ovat aktiivisia vaikuttajia omissa järjestöissään, joiden kautta työeläkeviestiä on jatkossa toiveena saada eteenpäin.

Kantojärvi (Kantojärvi 2012, 36) kehottaa miettimään sopivan keston työpajalle. Työpajan kesto on noin kaksi tuntia. Osa osallistujista osallistuu työpajaan työajalla ja osa omalla ajalla. Työpajan kesto ei saa olla liian pitkä, jotteivät kutsutut jätä siksi tulematta. Parissa tunnissa ehtii kuitenkin käydä jo paljon hyvää keskustelua ja herätellä aihetta tulevien yhteistyötahojen kanssa.

Työpajan alussa osallistujat jaetaan pareittain. Suunnittelen valmiiksi 3–4 asiakokonaisuutta, jotka käydään läpi yksi kerrallaan. Hussein esittelee ensin pohdittavan tehtävän. Tämän jälkeen osallistujilla on tietty aika pohtia ja vastata kysymyksiin. Käymme jokaisen

vastauksen läpi suullisesti. Nauhoitan tilaisuuden, jotta voin muistiinpanojen lisäksi palata keskusteluihin näin jälkikäteen.

5.2 Työpajan sisällön rakentaminen

Halusin laatia työpajan sisällön mahdollisimman paljon kohderyhmää ja heidän tiedontasoaan ajatellen. Hussein korosti, että tiedontaso on heillä pääosin heikko. Osallistujat ovat noin 20–40-vuotiaita. Husseinin ennakko-oletus oli, etteivät työpajan osallistujat ole vielä kiinnostuneita omasta vanhuudestaan. Samankaltainen oletus oli myös Eläketurvakeskuksen viestinnässä, joten kasasin ohjelman sen mukaisesti. Tämä asettelu ei eroa kovinkaan paljoa suomalaistaustaisten ajattelusta. Eläkeasiat rupeavat useimmiten kiinnostamaan vasta eläkeiän lähestyessä.

Kantojärvi ja McCain (Kantojärvi 2012, 36 ; McCain 2015) ohjeistavat selvittämään etukäteen taustoja, mitä työpajan aiheen ympäriltä on tehty jo aiemmin. Olen käynyt läpi Eläketurvakeskuksen tekemiä materiaaleja ulkomaalaistaustaisille. Niitä ei suuremmin ole, sillä kohderyhmä on Eläketurvakeskukselle varsin uusi. Kampanjan tarkoituksena onkin tehostaa viestintää ja tehdä siitä arkipäiväisempää.

Päädyimme siihen, että paras työpajan vetäjä on Hussein. Hän tuntee kohderyhmän ja toisinpäin. Husseinin mukaan varsinkin ulkomaalaistaustaiset luottavat tuttuihin ja arvostamiinsa ihmisiin paremmin, jolloin hänellä on keinot saada osallistujat keskustelemaan ja pohtimaan käsiteltäviä aiheita paremmin ja vapaammin. Myös Keränen (Keränen 4.5.2010) korostaa, että ulkomaalaistaustaiset ovat yhteisöllistä väkeä, joiden parissa tieto leviää tehokkaasti kaverilta toiselle.

Työpajan sisällön ja esitettävä materiaali on minun käsialaani. Työpajan aikana olen mukana kommentoimassa tarpeen mukaan työpajan etenemistä ja kirjoitan muistiinpanoja.

Työpaja lähtee liikkeelle Husseinin lyhyillä tervetuloivotuksilla ja pienellä koosteella siitä, miksi tilaisuus pidetään. Hän kertoo, että Eläketurvakeskuksen ja FCG:n yhteinen kampanja ulkomaalaistaustaisille kohdennetun viestinnän parantamiseksi on käynnistymässä. Hän toimii ryhmän paikalle kutsujana ja on muutenkin kaikille tuttu, joten oli luonnollista, että hän avaa tilaisuuden. Tilaisuuden alussa otetaan valokuvia kampanjan alun tiedotusta varten.

Kantojärvi (Kantojärvi 2012, 39) korostaa, että työpajan tulee lähteä innostavasti liikkeelle, ilman pitkiä tervetulo puheita. Haluamme kuitenkin kertoa osallistujille alkuun aivan lyhyesti

Suomen eläkejärjestelmästä. Husseinin tervetulosanojen jälkeen Eläketurvakeskuksen viestintäjohtaja Kati Kalliomäki pitää lyhyen esityksen poimien eläkejärjestelmästä kohde-ryhmää eniten koskettavat asiat. Ajattelimme, että työpajaan osallistujien ideointia saattaa helpottaa, kun he saavat hieman pohjatietoa aiheesta. Tietoisku toimi myös herättelynä ensimmäistä osiota varten.

Kalliomäki vastaa työpajan ajan tarkempaan substanssikysymyksiin eläkejärjestelmään liittyen. Hän tuo omalla läsnäolollaan julki sitä, että koemme Eläketurvakeskuksessa projektin tärkeäksi.

Työpajan ensimmäinen tehtävä lähtee liikkeelle varsin yleisesti aiheen eli Suomen eläkejärjestelmän käsittelyllä sekä pohdinnalla siitä, miten työpajaan osallistuvat ovat varautuneet vanhuuden varalle. Suunnittelin työpajan ensimmäiseksi osioksi painavan aiheen vastapainoksi liikkuvaisen menetelmän eli cocktailkutsut. Ajattelin, että hieman pitkän alkusuuden jälkeen on mukava, kun työpajaan osallistuvat pääsevät kiertämään tilassa ja voivat tutustua toisiinsa. Samalla he voivat keskustella usean osallistujan kanssa omista mahdollisista suunnitelmistaan vanhuuden varalle sekä Suomen työeläkejärjestelmästä omien taustatietojensa ja juuri kuulemansa lyhyen koosteen valossa.

Keskusteluosuuden jälkeen kerätyistä koosteista saa mukavan yleiskuvan siitä, miten osallistujat Suomen työeläkejärjestelmän näkevät ja millaisia suunnitelmia heillä ehkä on eläkepäiviä varten. Rento kierros tilassa ja muiden osallistujien tutuksi tuleminen rentouttaa ja auttaa ideoimaan työpajan edetessä. Kynnys omien ajatusten esiin tuomiselle laskee.

Työpajan toisessa tehtävässä mennään hieman tarkemmin aiheeseen. Ensin työpajan osallistujat saavat katsoa Eläketurvakeskuksen viitisen vuotta sitten tekemän videon ulkomaalaistaustaisille. He voivat antaa kommentteja videon hyvistä ja huonoista puolista ja antaa ideoita videon kehittämiseksi. Samalla voimme pohtia, toimiiko kyseinen viestintätapa kohderyhmälle ja jakaisivatko he videota omissa kanavissaan.

Tämän alkuherättelyn jälkeen esitellään jotain muita Eläketurvakeskuksen materiaaleja kuten Työeläke.fi:n ulkomaalaistaustaisille suunnattu sivu. Näiden pohjalta ideoidaan lisää hyviä tapoja kohderyhmälle viestimiseksi. Ehdotamme myös paria erilaista valmiiksi muotoiltua pääviestiä kampanjalle ja kysymme työpajan osallistuneiden mielipiteitä ja parannusehdotuksia niille.

Kantojärvikin korostaa, että työpajan lopettaminen on tärkeää. Lopussa vedetään yhteen työpajan anti ja pohditaan jatkoa. Koska työpaja toimi myös kampanjan aloituksena, jatkosta keskusteleminen oli erityisen tärkeää. Halusin, että osallistujat pääsevät pitkän istumisen jälkeen nousemaan taas ylös. Laitamme tilaan kolme fläppitaulua, jossa jokaisessa on oma kysymyksensä. Osallistujat saavat kiertää tilassa ja tulla keskustelemaan eri fläppien eteen esillä olevista kysymyksistä. Jokaisen fläpin alla oli yksi isäntä valmiina kirjaamaan ajatuksia ylös.

Lopetuksen aikana saa näin kerättyä mukava kooste siitä, mitä ajatuksia työpaja on herättänyt osallistujissa ja mitä on saatu aikaiseksi. Toisaalta saamme ideoita siitä, miten lähdemme viemään tätä viestiä eteenpäin ja miten haluamme kehittää yhteistyötämme projektin edetessä.

5.3 Työpajan juoksutus

Tervetuloa!

Hussein

10 min

- Tervetulosanat ja kampanjan virallinen avaaminen
- Valokuvien ottaminen

Aloitussanat

Kalliomäki

- miksi olemme täällä
- Millainen on työeläkejärjestelmä
- Pääviestit, konkreettiset esimerkit (summat)
- Työeläkettä voi hakea myös ulkomailta

Hussein

- Mitä tavoitteita osallistujilla on?
- Millainen on työpajan ohjelma ja rakenne
- Lyhyt alkujuonto ja osallistujien herättelemine
- Kooste siitä, mitä on tiedossa

1. Mitä tiedät Suomen työeläkejärjestelmästä?

25 min

Miten olet varautunut vanhuuden varalle?

Hussein

- Käytetään mukaillen Cocktailkutsu-menetelmää eli osallistujat pääsevät liikkumaan tilassa ja tutustumaan toisiinsa.
- Keskusteluaiheiksi annetaan otsikon aiheet
- Jokaiselle annetaan lappu, johon he kirjaavat ajatuksensa näihin asioihin
- Tehtävän avaaminen
- Kiertelylle aikaa 15 min
- Ajatusten läpikäynti ja keskustelua 10 min

2. Eläketurvakeskuksen ulkomaalaistaustaisille kohdennettu video **20 min**

Hussein

- miten osallistujat kokevat viestin, mitä hyvää, mitä huonoa, miten kehittämisideoita
- miten tällainen viestintätapa toimii
- missä videota/ tai muuta samankaltaista tuotetta voisi levittää
- Tehtävän avaaminen
- Muistilapuille erilaisia ajatuksia pareittain, aikaa pohdinnalle 10 min
- Vastausten läpikäynti ja keskustelua 10 min

3. Millaista materiaalia itse jakaisit? Mikä olisi hyvä pääviesti? **25 min**

Hussein

- Alkuun lyhyt ajatuksia herättelevä juonto, jossa esitellään erilaisia materiaalivaihtoehtoja
 - i. Facebookin nosto, Työeläke.fi:n sivu, esite
- Parin valmiiksi mietityn pääviestin esittely, osallistujat voivat miettiä näiden hyviä ja huonoja puolia sekä antaa kehittämisideoita tai kehittää omia parempia versioita
 - i. Työeläke on sinun oma eläkkeesi
 - ii. Työeläke on oma eläke
 - iii. Jokainen ansaitsemasi euro kartuttaa työeläkettä
- Tehtävän avaaminen
- Muistilapuille erilaisia ajatuksia pareittain, aikaa pohdinnalle 10 min
- Vastausten läpikäynti ja keskustelua 15 min

4. Lopetus **25 min**

Hussein

Kolme fläppitaulua tilaan, jossa alla olevat otsikot:

- Mitä saimme aikaiseksi tänään?
- Mitä kerromme muille?
- miten jatkamme yhteistyömme kehittämistä?
- Osallistujat kiertävät tilassa ja kertovat omia ajatuksiaan eri otsikoiden alle.
- Yksi isäntä kunkin fläpin (Husu, Kati, Jenni) alla kirjaa ajatuksia ylös 15 min
- loppuksi jokainen kirjuri vetää omat vastaukset nopeasti yhteen 10 min

Kiitossanat ja ajatuksia jatkosta **10 min**

Hussein

5.4 Työpajan käytännönjärjestelyt

Pohdimme alkuun sopivan kielen valintaa työpajalle. Aluksi oli puhetta, että vedämme työpajan osittain englanniksi ja osittain suomeksi. Osallistujien selkiytyttyä hieman päädyimme siihen, että suomi riittää. Husseinin mukaan kaikki osallistujat ovat olleet sen verran kauan Suomessa, että he pärjäävät suomenkielellä.

Hussein kasasi työpajan osallistujat omien kontaktiensa kautta. Hänellä on kattavat verkostot, joiden kautta hän sai hyvän porukan kasaan. Hän on myös kohderyhmässä luotet-

tu ja arvostettu henkilö, jolloin hänellä on vaikutusvaltaa saada ihmisiä paikalle. Myös Keränen (Keränen 4.5.2010) opastaa käyttämään ulkomaalaistaustaisille viestittäessä perinteisten kanavien sijaan jo olemassa olevia tiiviitä ulkomaalaistaustaisten omia yhteisöjä. Hän korostaa puskaradion merkitystä ja kannustaa olemaan suosittelemisen arvoinen.

Osallistujia on tulossa 4–6 eri maahanmuuttajajärjestöstä. Hän pyrkii saamaan työpajaan osallistujia niin, että mukana olisi sekä miehiä että naisia, eri kansallisuuksista, eri ikäisiä henkilöitä ja sekä työllisiä että työnhakijoita. Osallistujia tulisi olla ainakin suurimmista ulkomaalaistaustaisten ryhmistä. Näin saadaan mahdollisimman monipuolinen osallistujajoukko työpajalle.

Hussein kontaktoi ensin puhelimitse maahanmuuttajajärjestöjä ja heidän kiinnostustaan osallistua työpajaan ja laajemmin alkavaan kampanjaan. Hän sai alkukyselyn avulla herätettyä kiinnostuksen neljältä järjestöltä, joista jokaisesta oltiin lähettämässä 2–4 osallistujaa työpajaan. Alkutunnustelun jälkeen Hussein lähetti kaikille kiinnostuneille liitoille sähköpostitse lisätietoa tilaisuudesta ja alkavasta kampanjasta. Viestin mukana lähti myös kirjoittamani saate:

Haluamme Eläketurvakeskuksessa parantaa ulkomaalaistaustaisille kohdennettua viestintää työeläkeasioista. Työpajan tarkoituksena on kartoittaa teidän ajatuksianne ja tietämystänne Suomen työeläkejärjestelmästä. Työpajassa ideoidaan lisäksi erilaisia työeläkkeitä käsitteleviä materiaaleja, joita te koette hyviksi ja sopiviksi jaettavaksi järjestöjenne jäsenille.

Työpaja on osa Jenni Räsäsen Haaga-Helian journalismin ylemmän koulutusohjelman lopputyötä.

Lämpimästi tervetuloa!

Näin työpajaan osallistujat tietävät, mihin tilaisuuteen he ovat tulossa ja miksi työpaja ja kampanja järjestetään. Ennakkotehtäviä ennen työpajaa ei tarvita, sillä haluamme selvittää osallistujien nykyistä tiedontasoa työeläkeasioihin liittyen.

Kantojärvi ja McCain (Kantojärvi 2012, 36 ; McCain 2015) suosittlevat tutustumaan työpajan osallistujiin etukäteen. He korostavat, että työpajan suunnittelua auttaa, kun tuntee osallistujien taustoja ja tietää, miten hyvin työpajan osallistujat tuntevat toisensa. Tavoitteeni oli tutustua työpajaan osallistuvien edustamiin maahanmuuttajajärjestöihin. En kuitenkaan saanut tarkkoja tietoja osallistujista tai heidän taustoistaan ennen tilaisuutta. Surf-

failin muutaman minulle kerrotun järjestön sivulla pari päivää ennen tilaisuutta. Onneksi tämä ei haitannut työpajan kulussa. Toki ihmisten esitellessä itsensä olisin helpompi, jos olisin tiennyt, mitä mikäkin heidän kertomansa järjestö tarkemmin edustaa.

Sain Husseinilta listan työpajan osallistujista ja hieman taustatietoa heistä noin viikko työpajan jälkeen. Taustatiedoissa oli työpajan osallistuneiden nimet, ammatit, iät, ovatko työelämässä sekä kuinka pitkään he ovat oleskelleet Suomessa. Tieto oli hyödyllinen myös jälkikäteen työpajan tuloksia analysoitaessa, vaikkakin olin toivonut listausta jo ennen tilaisuutta.

Pidämme työpajan Moniheli ry:n toimitiloissa. Husseinin mukaan työpajan ja myös myöhempien tilaisuuksien pitäminen kohderyhmän hallinnoimissa tiloissa nähdään käden ojennuksena heille. Tutumpaan paikkaan on helpompi tulla ja toisaalta osallistumien työpajaan voi olla rennompaa. Tämä nostaa sekä tilaisuuden sekä kampanjan arvostusta ja kiinnostavuutta kohderyhmän silmissä. Myös Kantojärvi (Kantojärvi 2012, 35) korostaa pitopaikan ja tilajärjestelyjen merkitystä.

Tilaisuuden alkuun tilattiin tarjoilut Moniheliltä. Pyysin tilaan työpajaa varten kolme fläppitaulua ja tusseja, muistilappuja ja kyniä. Jokainen työpajaan osallistuja saa lähtiessään mukaansa pienen lahjakassin muistoksi tilaisuudesta.

6 Työpajan kulku

Kuvaan tässä kappaleessa, miten järjestämäni työpaja eteni. Avaan ensin työpajaan osallistuneiden taustatietoja. Tämän jälkeen kuvaan työpajan kulun osioittain aloittaen alkusanoista ja lyhyestä alkupuheenvuorosta ja jatkaen tästä kuvaamaan keskusteluja työpajan osio kerrallaan.

6.1 Työpajan perustiedot

Pidimme ulkomaalaistaustaisten eläkeviestintää parantamista ideoivan työpajan torstaina 6.4. klo 15–17 Moniheli ry:n tiloissa Kalasatamassa. Tilaisuuteen osallistui itseni lisäksi Abdirahim Hussein FCG:ltä sekä Kati Kalliomäki Eläketurvakeskukselta. Katri Saarteinen Eläketurvakeskukselta oli valokuvaamassa tilaisuuden alussa. Tilaisuus toimi työpajan lisäksi Eläketurvakeskuksen ja FCG:n työeläkkeiden viestintää ulkomaalaistaustaisille tehostavan kampanjan aloituksena.

Työpajaan osallistui 12 henkilöä. Osallistujista 8 oli naisia ja 4 miehiä. Työpajaan osallistuneet tulivat kymmenestä eri maasta: Filippiinit, Itävalta, Namibia, Singapore, Somalia, Suomi (tekee tutkimusta maahanmuuttajajärjestössä), Tansania, Turkki, Venäjä ja Viro.

Osallistujia oli kuudesta eri maahanmuuttajajärjestöstä:

- Moniheli ry
- Puntland Community
- Suomen Venäjänkielisten Keskusjärjestö ry (SVK)
- Suomen Viro-yhdistysten liitto ry
- Nicehearts ry
- Monik ry

Mukana olevista suurin osa työskenteli edustamassaan maahanmuuttajajärjestössä, mutta mukana oli lisäksi kaksi opiskelijaa sekä kaksi työharjoittelijaa. Työhistoria vaihteli muutamasta vuodesta noin kymmeneen. Ikähaitari oli noin 20-vuotiaasta 40-vuotiaaseen.

6.2 Työpajan kulku

Saavuvin paikalle Moniheliin puoli tuntia ennen tilaisuuden alkua. Tilassa oli jo laitettu penkit U-muotoon ja valmisteltu esitystietokone ja tykki valmiiksi. Fläppitauluille ei ollut tilaa, mutta fläppipapereita oli teipattu tilan lasiseinille. Toin oman ja Kalliomäen esitelmän tikulla mukana ja laitoin valmiiksi koneelle. Testasin vielä, että esitettävä video ja Työeläke.fi:n linkit toimivat. Nostin omia muistiinpanoja varten oman kannettavani valmiiksi. Minulla oli työpajan juoksutus varoilta tulostettuna mukana, minkä Hussein ottikin omaksi

tukipaperikseen. Nauhurin laitoin valmiiksi tilan edessä olevalle tasolle ja klikkasin sen päälle hieman ennen tilaisuuden alkua.

Toimiston henkilökunta alkoi saapumiseni jälkeen valmistella tarjottavia. Esille katettiin voileipätarvikkeet: ruisleipää, juustoa, kasviksia ja levitettä. Lisäksi tarjolla oli kahvia/teetä ja pientä makeaa.

6.2.1 Työpajan tervetulosanat ja aloituspuheenvuorot

Pääsimme aloittamaan tilaisuuden noin 5 minuuttia myöhässä. Hussein varmisti aluksi, että valokuvien ottaminen tilaisuudessa sopii kaikille. Tilaisuuden alussa Hussein esitteli itsensä ja toivotti kaikki osallistujat tervetulleiksi tilaisuuteen.

Hän kertoi, että nyt on alkamassa Eläketurvakeskuksen ja FCG:n ulkomaalaistaustaisille kohdennettu työeläkeviestintäkampanja. Kampanjan tarkoituksena on saada maahanmuuttajataustaiset ymmärtämään paremmin eläkeasioita. Hän kertoi, että työpajan tarkoituksena on kerätä osallistujien ajatuksia eläkkeistä ja myöhemmin innostaa heidät levittämään aiheeseen liittyvää materiaalia.

Hussein kertoi tutustuneensa Eläketurvakeskukseen tarkemmin puoli vuotta sitten työnsä puolesta. Sitä ennen ainoa kontakti työeläkkeeseen on ollut kotiin säännöllisesti tippuva työeläkeote. Hän kyseli osallistujilta onko työeläkeote tuttu ja kertoi itse yleensä avanneensa sen ja heittäneensä sen jälkeen roskiin. Useimmat osallistujat nyökkäilivät. Hän jatkoi oppineensa Eläketurvakeskukseen tutustumisen jälkeen, että on olemassa noin 600–700e/kk maksettava kansaneläke, jonka saa vaikka olisi koko työikänsä työttömänä. Mutta miten työeläke sitten karttuu? Alkavan projektin idea on avata työeläkkeen kertymistä ja sitä, että työeläke on paras eläke.

Tämän jälkeen Kalliomäki avasi Eläketurvakeskuksen toimintaa ja Suomen eläkejärjestelmää pikaisesti. Hän kiitti alkuun kaikkien osallistujien tulosta työpajaan ja valotti sitä, miksi eläkeasioita kannattaa jo vähän miettiä myös nuorenakin. Hän kertoi, että Eläketurvakeskuksen perustehtäviin kuuluu viestiminen työeläkkeistä. Eläketurvakeskuksen tavoitteena on, että kansalaiset tietävät omasta eläkkeestään ja siitä miten se kertyy.

Kalliomäki korosti, että työeläke on henkilökohtainen. Työnantaja järjestää sen ja maksaa siitä suurimman osan. Myös työntekijä maksaa oman osansa palkan mukana, joka näkyy palkkanauhasta. Työn lisäksi esimerkiksi lastenhoito ja opiskelu kartuttaa eläkettä. Työeläke maksetaan myös ulkomaille.

Kalliomäki kertoi, että minimieläke on takuueläke, joka on tällä hetkellä 760 euroa. Tämä perustuu asumiseen ja sen saa, onko sitten töissä tai ei. Keskimääräinen eläke Suomessa vuonna 2016 oli 1632 euroa. Kalliomäki sanookin, että *”paras eläketurva on saada hyvää palkkaa”*. Työeläke antaa turvaa myös sairauden tai perheen elättäjän kuollessa. Kalliomäki kiteytti viestinsä niin, että työeläke on lailla turvattu ja toimii samoilla säännöillä kaikille osapuolille.

Kalliomäen esityksen aikana yksi työpajan osallistujista pyysi häntä puhumaan hitaammin ja selkokielellä. Tämä aiheutti hieman hämmennystä. Kalliomäki kysyi esityksensä lopuksi, josko jokin asia jäi hänen esityksessään epäselväksi. Lisätoiveita ei kuitenkaan tullut ja useimmat nyökkäilivät ymmärtäneensä.

Ennen ensimmäiseen työpajan osioon siirtymistä pidettiin lyhyt esittelykierros. Kierroksen aikana osallistujat kertoivat oman nimensä, maahanmuuttajajärjestön, jonka kautta tulevat, työhistoriansa sekä ovatko miettineet eläkeasioita tätä ennen. Suurin osa myönsi, ettei eläkeasiat ole käyneet mielessä. Pari muisti saaneensa työeläkeotteen ja muutama oli sen myös avannut ja omat tietonsa tarkistanut. Kolme osallistujaa kertoi miettineensä eläkeasioita.

- Yksi kertoi työskennelleensä omassa kotimaassaan ja tiesi saavansa sieltä eläkettä.
- Yksi on aivan työuran alussa, mutta kiinnostunut vanhuuden turvasta. Hän on miettinyt myös oman eläkesäästötilin avaamista.
- Yksi kertoi, että omassa kotimaassa asioista keskustellaan paljon ja eläkesäästämistä pidetään tärkeänä. Hänen äitinsä on avannut hänelle omaan kotimaahansa eläkesäästötilin.

Kalliomäki kertoi osion päätteeksi, että työeläkeote postitetaan nykyisin jokaisen kotiin joka kolmas vuosi. Työeläkeotteen tiedot voi kuitenkin tarkistaa milloin vain Työeläke.fi-sivuston kautta. Palveluun kirjaututaan omilla verkkopankkitunnuksilla. Tämä herätti useissa mielenkiintoa.

6.2.2 Työpajan ensimmäinen osio

Esittelyjen jälkeen Hussein esitteli työpajan ensimmäisen aiheen. Työpajan ensimmäisessä osiossa kerättiin tietoa siitä, mitä osallistujat tietävät Suomen työeläkejärjestelmästä.

Valkokankaalle oli heijastettuna kaksi kysymystä:

- Mitä tiedät työeläkejärjestelmästä?
- Miten olet varautunut vanhuuden varalle?

Hussein kertoi, että näihin haettiin vastauksia. Mutta aihe on varsin vapaa, myös omia kysymyksiä saa tuottaa.

Koska tila oli varsin pieni, niin päädyttiin siihen, että osallistujat keskustelevat aiheesta pareittain. Hussein jakoi osallistujat nopeasti pareiksi ja kertoi keskustelun ajaksi 10 minuuttia. Lisäsin vielä ohjeistukseen, että jokainen voi kirjoittaa keskustelun lomassa ajatuksensa postit-lapulle ja liimata ne keskustelun päätteeksi seinällä olevalle fläpille.

Lappuihin kertyi seuraavia vastauksia:

— Mitä tiedät työeläkejärjestelmästä?

- Emme tiedä paljon.
- Toimii aika hyvin Suomessa.
- Hyvinvointivaltio
- Mitä enemmän tienaa -> sitä suurempi eläke.
- Pay from salary -> but how much actually?
- Ei tiedetä paljon mitään kuin se, että työnantaja ja työntekijä maksavat sen.
- Automaattinen
- En tiedä mitään, vaikka
 - olen työssä
 - olen työnantaja
 - olen yrittäjä.
- Euroopan huipputasoa.
- On olemassa (perus).
- Ote on tullut ja tietoa on. Olen katsonut läpi.
- Se on parempi kuin Virossa.

— Miten olet varautunut vanhuuden varalle?

- Ei olla varauduttu – tai pyritään siihen, että ollaan aina työelämässä.
- Rakennan talon Afrikassa. Lähdän sinne, kun eläkeikä tulee.
- Asuntolainan maksaminen pois (omakotitalo).
- En ole varautunut mitenkään.
- On säästöjä.
- Olen tehnyt töitä ja kerryttänyt sitä kautta.

— Kysymyksiä ja muita ajatuksia aiheesta

- Haluan tietää:
 - Mitä eroa on Fennia, Varma Etera ja Eläketurvakeskus?
 - Mitä yhteistä heillä on?

- Haluaisin tietää yksityiseläkevaihtoehdoista Suomessa.
- Miten vuodet, jolloin on ollut poissa Suomesta? Saako eläkettä?
- Kun tulee eläkeikään, voiko saada koko eläkkeen yhdellä kertaa? – Miksi ei?

Noin kymmenen minuutin keskustelun jälkeen Hussein alkoi vetää tuloksia yhteen. Muutamassa lapussa mainittiin, että osallistuja ei tiedä järjestelmästä mitään. Hussein kyseli-kin osallistujilta syitä siihen, miksi he eivät tiedä?

- Suomeen maahan muuttaessa eläkeasioita ei käsitellä kielikursseilla tai kotoutta-essa.
- Eläkeasioista kerrotaan, mutta ne eivät kiinnosta. Vanhempana, 30–35-vuotiaana, kun on perhe, asiat saattaisivat hyvinkin jo alkaa kiinnostaa.
- Yksi osallistujista kertoi, ettei ole koskaan pysähtynyt miettimään eläkeasioita. Kotimaassa on yhteisöllinen kulttuuri, jossa asiat hoituu eritavalla. Hän ajattelee mie-luummin itsensä eläkeiässä omassa kotimaassa, sillä Suomen vanhainkodit ovat masentavia. Hän epäilee, että useimmilla ulkomaalaistaustaisilla on alitajunnassa jokin ajatus omasta vanhuudesta, mutta sitä ei pysähdytä miettimään. Esimerkiksi, jos oma läheinen tulisi Suomessa eläkeikään, tulisi mietittyä omaakin tilannetta.
- Yksi osallistujista huomautti, ettei eläkeasiat kiinnosta suomalaisiakaan (nuoria) sen enempää. Hän jatkoi, että omat isovanhemmat ovat eläkeiässä somaliassa, voivat hyvin ilman Tyeliä. Omalla kohdalla eläkeikä niin kaukana. Kaikkea voi sat-tua, voi vaikka jäädä bussin alle 40-vuotiaana.
- Ulkomaalaistaustaiset eivät välttämättä jää Suomeen loppuelämäksi, mikä vaikut-taa kiinnostukseen.
- Yhteiskunnallinen epävarmuus, pelko muuttuvista järjestelmistä, yleinen epävar-muus/epäluottamus tulevaisuuteen, ei haluta miettiä niin kauas.
- Eri maissa on niin erilaiset eläkejärjestelmät. Vaikea verrata ja ymmärtää. Tietoa eläkeasioista pitäisi tulla jo kotouttamisvaiheessa.
- Työhistoriaa saattaa olla myös muista maista, jolloin eläkettä kertyy useammasta maasta. Tämä vaikuttaa tuloihin. Hakuprosessit hankalat eläkkeiden hakemiseen eri maista. Esimerkiksi Venäjältä tulee hakea eläke uudelleen vuosittain, muuten ei makseta.

Keskustelussa tuli huoli eläkelaitosten tekemille sijoituksille. Miten käy, jos varat häviävät? Kalliomäki kuittasi, että kaikilla työeläkesijoittajilla on yhteiset tiukat säännökset, kuinka eläkevaroja saa sijoittaa. Varjoja hajautetaan Suomeen ja muualle maailmaan, jotta isoja tappiota ei pääse syntymään. Parikymmentä vuotta sitten yksi työeläkeyhtiö meni nurin, jonka jälkeen sovittiin yhteistakuusta muiden laitosten kesken. Tällainen tilanne on epäto-dennäköinen ja todella harvinainen.

6.2.3 Työpajan toinen osio

Työpajan toisen osion aluksi Hussein kertoi, että seuraavaksi näytetään Eläketurvakes-kuksen tekemä video, joka on suunnattu ulkomaalaistaustaisille Suomessa asuville ihmi-

sille. Hän pyysi katsomaan videon ja ilmoitti, että sen jälkeen tulee kysymyksiä. Tämän jälkeen laitoin videon pyörimään.

Video on mitaltaan 1:04. Videolla esiintyy viisi ulkomaalaistaustaista henkilöä, jotka jokainen kertovat pienen tietoisuuden valitusta aiheesta. Video löytyy täältä:

<https://youtu.be/TTfPsnMONTI>

Ensin bussikuskina työskentelevä mies kertoo englanniksi, että työeläkettä kertyy työansioiden mukaan. Tämän jälkeen toimistotöitä tekevä nainen jatkaa venäjäksi, että mitä enemmän tekee töitä, niin sitä enemmän saa aikanaan eläkettä. Hän jatkaa, että työeläkevakuutuksen ottaminen on työnantajan velvollisuus. Sitten opiskelijanainen kertoo viroksi, että myös suoritetusta tutkinnosta ja vanhempainvapaalta kertyy eläkettä. Sen jälkeen rakennustyömaalla työskentelevä mies kertoo somaliaksi pimeän työn vaaroista. Lopuksi mies kertoo ranskaksi, että Suomessa ansaittu työeläke maksetaan aikanaan myös ulkomaille.

Videosta löytyy kuusi eri versiota erikielisillä tekstityksillä. Suomen lisäksi englanniksi, ranskaksi, somaliaksi, venäjäksi ja viroksi.

Videon näytön jälkeen Hussein pyysi joukkoa pohtimaan videon laatua ja sisältöä alla olevien kysymysten avulla:

- Millainen ensivaikutelma sinulle jäi?
- Videon hyvät ja huonot puolet?
- Missä videota voisi levittää?

Ajan säästämiseksi jätimme keskusteluvaiheen parin kanssa kokonaan välistä ja lähdimme keskustelemaan aiheesta suoraan koko ryhmänä. Joukko oli mukavan keskustelevaa ja valmiita antamaan mielipiteitä suoraan. Kannustin osallistujia antamaan suoraa palautetta ja kehittämisideoita.

Heti alkuun tuli toive, että videossa pitäisi olla tekstitys useammalla kielellä. Kerroinkin tähän, että tekstitys löytyy suomen lisäksi englanniksi ja ruotsiksi, mihin oltiin tyytyväisempiä. Ruotsi oli yksi kielistä, jota toivottiin videoon ainakin tekstityksinä mukaan. Toinen kieli, joka nousi esiin oli arabia. Myös lukutaidottomien huomioiminen otettiin esille.

Musiikki videolla todettiin hyväksi, mutta äänenvoimakkuus olisi voinut olla pienempi. Musiikki peitti puhujien ääniä. Huomautettiin, että asiat eivät saa tulla videolla liian nopeasti, jotta katsoja ehtii sisäistää kerrotun asian. Videossa puhutaan niin montaa kieltä, ettei

katsoja voi osata itse niitä kaikkia. Kun pitää lukea tekstityksiä, niin tiedon sisäistäminen hidastuu. Varsinkin, jos tekstitys ei ole omalla äidinkielellä. Tekstityksen tulee olla videolla riittävän kauan, että sen ehtii lukea. Selkokielineen tekstitys olisi hyvä lisä.

Videon pituus herätti keskustelua. Yhden osallistujan mielestä video oli riittävän lyhyt. Kuitenkin pari muuta kommentoivat, että minuutti on liikaa. Eräs osallistuja mainitsi tutkimuksen, jonka mukaan 42 sekuntia on maksimimitta videolle, jonka ihminen jaksaa verkossa katsoa.

Eräs osallistujista ehdotti, että videolle riittäisi pari kolme pääasiaa, jotka esiteltäisiin. Asiaa oli liian paljon. Videon tarkoitus koettiin epäselväksi. Toivottiin, että videon alussa pitäisi heti olla viesti, miksi katsoisin tämän loppuun eli mistä video kertoo. Näin säilyy kiinnostus katsoa video loppuun saakka. Useimmille jäi videon jälkeen sellainen olo, että mitä tulikaan nähdä. Tämä koettiin hankalaksi myös videon jakamisen kannalta. Kommenttina nousikin, että *”Miksi jakaisin videon esimerkiksi Facebookissa, jos joudun alkuun kirjoittamaan saateen videon sisällöstä?”*

Stereotypiat näkyivät videolla. Se nostettiin esiin, että miksi tummaihoisen somalimies kertoo videolla pimeästä työstä. Miksi se ei voisi olla esimerkiksi jokin toimistotyöntekijä? Muutenkin mietittiin aiheen tarpeellisuutta videolla. Miten työeläkeasioiden perusteisiin liittyy pimeän työn vaaroista varoittaminen?

Ryhmässä kommentoitiin, että videosta huomaa, että sen teossa ei ole ollut ketään ulkomaalaistaustaista. Huomautettiin, että yksikin ulkomaalaistaustainen tiimissä antaa paljon lisäarvoa, sillä hän tuntee kohderyhmän ja osaa tehdä tuotteesta kohderyhmälle suunnatun.

Työpajan osallistajat alkoivat ideoida omia videoita eri kansallisuuksien edustajille. He päätyivät siihen, että videot voisivat olla todella lyhyitä. Snapchatiin voisi ladata vaikka 10 sekunnin tietoiskuja useimmalla kielellä. Tiedon sisäistämistä auttaisi, jos videoissa huomioitaisiin kunkin kohdemaan oma eläkejärjestelmä ja peilattaisiin Suomen järjestelmää siihen. Käytettäisiin samaa sanastoa kuin kohdemaassa käytetään ja kerrottaisiin asia niiden avulla. Yhteistyö infopankin kanssa tuli myös esille.

Hussein kysyi osallistujilta heidän ajatuksiaan siitä, missä he voisivat juuri esitettyä videota levittää. Muutamat sanoivat, että voisivat jakaa videon oman järjestönsä Facebookissa. Suurempaa innostusta ei mielestäni kuitenkaan asialla ollut. Videon viesti koettiin epäselväksi ja ei kovin mielenkiintoiseksi. Videosta puuttuu alusta asian ydin, syy videon katso-

miselle. Tämän vuoksi se ei anna kovin hyvä ensivaikutelmaa. Jakaja joutuu itse avaamaan, mistä video kertoo. Epäiltiin myös, että jos viestin jakaisi, niin katsojia ei tulisi kovin montaa ja varsinkin videoon paneutuvia vain muutama. Asialle antaisivat aikaa parhaiten ne, joilla asiat ovat jo muutenkin paremmin.

6.2.4 Työpajan kolmas osio

Esittelin työpajan kolmannen osion aiheen lyhyesti kertomalla, että seuraavaksi pohdimme sopivien eläkeaiheisten materiaalien rakennetta ja sisältöä, jota työpajan osallistujat kaipaavat ja olisivat kiinnostuneita jakamaan omissa kanavissaan. Tätä pohjustakseni näytin ensin Työeläke.fi:ssä olevan ulkomaalaistaustaisille kohdennetun sivun. Tämä ei herättänyt kovin paljoa kiinnostusta.

Päätin esitellä myös Eläkeuudistus.fi-sivulla olevan eläkelaskurin, sillä laskurista tuli puhetta aiemmin työpajan aikana erään työpajaan osallistuneen kanssa. Hänellä oli enemmän henkilökohtainen kysymys työeläkkeisiin liittyen ja silloin tuli mieleen, että laskuri voisi kiinnostaa kohderyhmää. Laskurin avulla voi laskea arvion oman eläkkeen määrästä nykyisillä tiedoilla. Hussein antoi omat tietonsa laskentaa varten, jolloin pystyin selvittämään hänen tulevan eläkeikänsä ja tulevan eläkkeen määrän arvion. Laskuri herätti paljon kiinnostusta työpajan osallistujissa.

Näiden esittelyjen jälkeen siirryimme keskustelemaan aiheesta yhteisesti etsien vastaus- ta kysymykseen

- Millaista työeläkkeitä käsittelevää materiaalia itse jakaisit?
 - Työeläke.fi:n maahamuuttajille suunnattu sivu: <http://www.tyoelake.fi/fi/nainelakemuodostuu/mistaelakekertyy/ulkomaalaisentyosuomessa/Sivut/default.aspx>
 - Eläkelaskuri: https://www.tyoelake.fi/fi/Documents/elakelaskuri_2017.html

Laskuri oli monen mielestä hyvä ja konkreettinen tapa esittää työeläketietoa. Siitä saa henkilökohtaista ja konkreettista tietoa omasta työeläkekertymästä. Laskurin käyttö on myös mukavaa, kun saa itse klikkailla. Toisaalta, jos ei ole tyytyväinen nykyiseen tulokseen, niin voi kokeilemalla katsoa, millä muutoksilla tulevan kertymän voi saada paremmaksi. Innostaa tekemään asialle jotain.

Hussein heitti tähän väliin kysymyksen, josko laskuri sitten on kaikki mitä tarvitaan vai voisiko esimerkiksi video olla hyvä lisä. Tähän kommentoitiin, että laskuri saattaa riittää useimmalle, mutta joku saattaa katsoa myös videon. Tähän toki vaikuttaa se, että video on laadukas. Toisaalta eräs osallistuja mietti, että laskuri herättää myös paljon kysymyksiä ja kaipaa myös selvennyksiä. Laskurista pitäisi tehdä ainakin useimpia kieliversioita.

Eräs osallistuja ideoi, että laskurin käytöstä itsestään voisi tehdä konkreettisen esimerkkivideon: *"Hei olen Meg ja olen työskennellyt Suomessa 6 vuotta. Näin minulle kertyy eläkettä, jos jään eläkkeelle 30 vuoden päästä"*. Videolla ulkomaalaistaustainen selvittäisi oman työeläkkeensä määrän laskuria käyttäen. Samalla hän kertoisi lyhyesti, mistä hänen oma työeläkkeensä ja työuransa koostuu. Videosta tulisi ilmi, että työstä kertyy rahaa ja samalla se luo turvaa eläkeikää varten.

Eräs työpajan osallistuja ideoi, että ehkä eläkeasioiden peruseriaatteista voisi kasata lyhyen animaation. Animaatiossa kansaneläkkeelle ja työeläkkeelle olisi omat hahmonsä. Työeläkejärjestelmää avattaisiin näiden hahmojen työurien kautta. Lopussa olisi laskuri, joka kertoisi, miten näille hahmoille kertyi työuran aikana eläkettä. Videon viesti olisi, että jos olet töissä, niin saat eläkkeelle jäädessäsi näin paljon enemmän eläkettä.

Olin ajatellut työpajan kolmanteen osioon lisäksi pohdintaa sopivaksi pääviestiksi viestintäkampanjalle. Esittelin Husseinin pyynnöstä kolme aiemmin pohtimaamme esimerkkiä sopivaksi kärjeksi.

- Mikä on hyvä pääviesti / hyviä pääviestejä työeläkkeistä viestimiseen?
 - Työeläke on sinun oma eläkkeesi
 - Työeläke on oma eläke
 - Jokainen ansaitsemasi euro kartuttaa työeläkettä

Pyysin tämän jälkeen osallistujia kommentoimaan, miltä nämä lauseet kuulostavat. Aukeavatko heille? Mikä kuulostaa parhaalta tai millaista omaa viestiä he ehdottaisivat.

Kaksi ensimmäistä ehdotusta eivät juuri saaneet kannatusta. Niistä ei oikein saanut mitään irti, ne eivät kertoneet mitään. Viimeinen lause eli *"Jokainen ansaitsemasi euro kartuttaa työeläkettä."* tuntui konkreettisemmalta ja parhaalta monen mielestä. Tässä lauseessa oli kuitenkin vieras sana *"kartuttaa"*. Tämän sanan tilalle löydettiin sana *"kasvattaa"*. Myös sanalle *"ansaita"* etsittiin sopivaa korvaajaa. Parhaaksi todettiin sana *"tienata"*.

Työ-sana koettiin viestissä ristiriitaiseksi, että jos ei ole työtä? Vaikkakin ymmärrettiin, että sana on lauseessa siksi, että työeläke kertyy pääosin työtä tekemällä. Pohdittiin mahdollisuutta kirjata tämä sisään viestiin jotenkin toisin.

Lopulta lause näytti tältä:

Jokainen tienattu euro kasvattaa eläkettäsi.

Tähän työpajan osallistujat vaikuttivat tyytyväisiltä. Käytetyt sanat olivat tuttuja ja viesti selkeä ja motivoiva.

6.2.5 Työpajan lopetus

Työpajan lopetusta varten olin suunnitellut pohdintaa alla olevien aiheiden parissa.

- Mitä saimme aikaiseksi tänään?
- Mitä kerromme muille?
- Miten jatkamme yhteistyömme kehittämistä?

Kello oli tässä vaiheessa noin 16.45. Useimmilla osallistujilla näytti olevan jo kiire lähteä. Pari oli jo joutunut lähtemään hieman aiemmin. Päädyimme paketoimaan työpajan lyhyesti. Kiitimme työpajaan osallistumisesta ja jaoimme lahjakassit. Kalliomäki laittoi pöydälle valmiiksi omia käyntikorttejaan, jotta halukkaat voivat ottaa yhteyttä.

Ilahduttavan moni vaikutti tyytyväiseltä poistuessaan työpajasta. Ainakin pari henkilöä oli jo tehnyt mielessään varsin konkreettisia suunnitelmia sopivan tilaisuuden järjestämisestä oman järjestönsä jäsenille, jossa Eläketurvakeskus voisi kertoa eläkeasioista. Useimmat osallistujat vaikuttivat aidosti kiinnostuneilta aiheesta, mistä on hyvä jatkaa yhteistyötä.

7 Pohdintaluku

Tässä luvussa analysoin saamiani materiaaleja työpajasta. Aluksi pohdin työpajan osallistujien rakennetta sekä työpajan kulun onnistumista. Tämän jälkeen käyn tarkemmin saatujen ideoiden kimppuun ja nostan sieltä parhaimmat ideat sisällönanalyysin avustamana jaoteltuna eri teemoihin. Pohdin hyvä viestintää monisuuntaisen viestinnän sekä eri kulttuurien ja kohderyhmän tuntemuksen kautta. Kirjaan hyviä konkreettisia tapoja lähteä viestimään kohderyhmälle. Lopuksi avaan työni hyötyjä Eläketurvakeskukselle.

7.1 Työpajan rakenteen ja kulun arviointi

7.1.1 Työpajan osallistujat

Hussein kasasi työpajan osallistujat lopulta kuudesta eri maahanmuuttajajärjestöstä. Osallistujia oli 12, mikä oli oikein hyvä määrä tällaiselle työpajalle. Keskustelua syntyi hyvin ja kaikki pääsivät osallistumaan. Kommentointikynnys ei noussut liian korkeaksi, kun ryhmän koko oli maltillinen.

Ryhmässä oli naisenemmistö, mutta myös miehiä oli suhteessa ihan hyvin. Ikäjakauma kulki kampanjalle ajateltua ikähaitaria noudattaen eli noin 20–40-vuotiaita oli mukana. Osallistujista suurin osa oli työssäkäyviä, mutta oli myös pari opiskelijaa ja pari työharjoittelijaa. Työhistoriaa Suomessa löytyi ihan muutamasta kuukaudesta noin kymmeneen vuoteen. Työpajaan osallistujia oli 10 eri maasta.

Ryhmä oli mukavan erilainen ja moninainen. Tämä näkyi myös keskustelussa, kun ihmiset peilasivat eläkeasioita oman kotimaan kulttuuriin ja omiin taustatietoihin. On mielenkiintoista, miten eri tavalla eri kulttuuritaustan omaavat katsovat eläkeasioita ja omaa vanhenemistaan.

Saimme kontaktoitua ja avattua suhteita kuuteen eri maahanmuuttajajärjestöön, mistä on varmasti hyötyä tulevaisuudessa. Joistakin järjestöistä edustajia oli yksi, joistain useampia. Osa osallistujista tunsu enemmän, osa vähemmän muita työpajaan kutsuttuja.

Työpajaan kutsuttu porukka oli hyvä, sillä heillä on kontakteja ja jakelukanavia omien järjestöjensä kautta. Kun saamme heidät innostumaan aiheesta ja jakamaan materiaalia, niin saamme varsin hyvin näkyvyyttä haluamallemme kohderyhmälle. Heidän kauttaan leviää tietoa myös puskaradion kautta varmasti erinomaisesti, sillä heidät nähdään omissa ympyröissään luotettavina tiedonlähteinä.

Työpajan alussa useimmat osallistujat olivat hieman varuillaan ja pohtivat, millainen tilaisuus oli tulossa. Salo-Lee yms. (Salo-Lee yms. 1998, 16.) kirjoittaa, että tuntemattoman kohtaamisen liittyy aina epävarmuutta, koska uudessa tilanteessa on vaikea ennakoita ja selittää omaa ja toisen käyttäytymistä. Tämä näkyi työpajan alussa selvästi. Osallistujat pohtivat, millaiseen tilaisuuteen heidät oli kutsuttu ja ketä ovat nämä Eläketurvakeskuksen ihmiset.

Työpajan edetessä osallistujat rentoutuivat ja mielipiteitä sekä kehittämisideoita tuli varsin suoraan. Itselleni jäi sellainen mielikuva, että työpajan rakenne ja annetut tehtävät antoivat osallistujille sellaisen olon, että heidät on oikeasti kutsuttu tänne kertomaan mielipiteitä ja kuultavaksi. Osallistujat huomasivat, että Eläketurvakeskuksella on ulkomaalaistaustaisille kohdennetussa viestinnässä kehitettävää ja haluamme kuulla heiltä ideoita sen parantamiseksi. Tilaisuuden päätteeksi useimmat kävivät kysymässä mahdollisuutta tilaisuuden järjestämiseksi yhteistyöksi heidän järjestönsä jäsenille ja ottivat mukaansa käyntikortin. Mieleeni tuli tilaisuuden jälkeen, että käyntikortit olisi ollut hyvä tiputtaa lahjakasseihin suoraan, niin ne olisivat lähteneet kaikille mukaan.

Tilaisuus toimi hyvänä uusien kanavien avaajana. Herätti kohderyhmän aktiivit pohtimaan omia eläkeasioitaan ja kiinnostumaan Suomen järjestelmästä. Useille tuli myös kiinnostus saada jakaa asiasta tietoa omille jäsenilleen ja tutuilleen. Salo-Lee yms. (Salo-Lee yms. 1998, 16.) huomauttaa, että epävarmuuden määrä on suurin ensimmäisessä tapaamisessa, mutta tuttavuuden lisääntyessä epävarmuus yleensä laskee. Tämä pätee hyvin työpajan osallistuneiden osalta. Rikoimme jään ja seuraavassa tilaisuudessa kommunikointi on jo mutkattomampaa ja rennompaa.

7.1.2 Työpajan eteneminen

Luovan ongelmanratkaisun prosessiin ja fasilitointiin eivät kuulu pitkät alkupuheet. Halusimme kuitenkin kertoa lyhyesti kampanjan tarkoituksesta tilaisuuden alkuun, jotta osallistujat tietävät mihin tilaisuus liittyy. Lisäksi halusimme kertoa nopeasti pähkinänkuoressa, millainen Suomen eläkejärjestelmä on. Tässä yhteydessä oli hyvä avata, mikä on kansaneläkkeen ja työeläkkeen ero. Tämä alun tietokooste oli mielestäni hyvä ja auttoi orientoitumaan aiheeseen.

Esittelykierroksen aikana pyydettiin osallistujia kertomaan myös nopeasti, ovatko pohtineet eläkeasioita aiemmin. Tämä kierros rentoutti osallistujia ja laski kommentointikyynnystä. Husseinin esimerkin mukaan useimmat kehtasivat paljastaa, etteivät olleet pohtineet

aihetta aiemmin. Osallistujille tuli tunne, että työpajassa saa kommentoida vapaasti mielipiteensä. Toisaalta osallistujat huomasivat, että useimmat ajattelevat samoin, mikä luo yhteenkuuluvuudentunnetta.

Ensimmäinen työpajan osio antoi osallistujille mahdollisuuden miettiä annettua aihetta rauhassa parin kanssa ja selvittää omia ajatuksiaan. Työpajan toisen osion video oli helppo ja konkreettinen asia, josta antaa kommentteja ja mielipiteitä. Videossa oli parannettavaa ja kehitysehdotuksia tuli mukavasti. Tätä tehtävää tehtäessä osallistujat alkoivat innostua ja ideoida entistä innostuneemmin.

Näytin osallistujille videon suomenkielisillä teksteillä. Työpajassa tuli heti alkuun keskustelua siitä, että tekstityksiä saisi olla useimmilla kielillä. Kerroin silloin, että tekstitykset löytyvät suomen lisäksi myös englanniksi ja ruotsiksi. Tarkistin asian työpajan jälkeen ja huomasin, että kieliversioita on useampi ja toisaalta ruotsinkielinen näyttää puuttuvan. Tässä kohden olisin voinut valmistautua paremmin.

Työpajan kolmannessa osiossa laskurin esitleminen herätti paljon mielenkiintoa. Mukavaa, että tämä tuli esille työpajan aikana erään työpajaan osallistuneen kanssa keskusteltaessa. Myös pääviestiä kehiteltiin innostuneesti. Tällainen konkreettinen asia antoi minusta hyvää vinkkiä meille siitä, miten sanojen käyttö lauseissa kannattaa miettiä tarkkaan. Selkokieli ja muutenkin tutummat ja helpommat sanat ovat hyviä ulkomaalaistaisille kohdennetussa viestinnässä. Liika kikkailu kannattaa unohtaa.

Työpajan lopetus jäi meiltä varsin lyhyeksi. Tämä on sinällään harmi. Olisin halunnut keskustella osallistujien kanssa ainakin jatkoehdotuksista. Monet osallistujat liikehtivät kuitenkin penkeissään siihen malliin, että lyhyt yhteenveto lopussa oli perusteltu. Olimme saaneet kuitenkin jo hyvin mielipiteitä ja kommentteja osallistujilta. Pääsimme paremmin perille kohderyhmän ajatuksiin ja toiveisiin. Ovet on nyt avattu, tästä on hyvä jatkaa.

7.1.3 Muut käytännön asiat

Pohdimme ennen työpajan pitämistä, että kumpi on sopivampi fasilitaattori työpajalle, minä vai Hussein. Päädyimme lopulta Husseiniin. Hän kasasi työpajan porukan ja tunki kutsuttavat. Hänen oli helpompi samaistua työpajan osallistuneiden ajatuksiin ja johdatella heidät oikealla tavalla tehtäviin. Hussein korosti, että ulkomaalaistaisyset arvostavat sitä, että työpajalla on tuttu ja heidän arvostamansa henkilö. Se tekee osallistumisesta helpompaa ja luontevampaa. Myös Keränen (Keränen 4.5.2010) liputti tuttujen ja luotettujen henkilöiden käyttämiseen ulkomaalaistaisyset viestittäessä.

Työpajan kululle oli varmasti hyödyksi, että Hussein toimi sen fasilitaattorina. Tutun paikan lisäksi työpajan vetäjä oli osallistujille tuttu. Itse käsiteltävä aihe on kuitenkin haasteellinen, joten tutut asiat toivat turvaa ja rohkaisivat kommentoimaan. Alkuesittelyn aikana kysyimme kaikilta, millaisia asioita työeläke heissä herättää. Hussein avasi omaa näkemystään avauspuheessaan kertomalla, että hän ei ollut juuri asiaa miettinyt ennen kuin hän sai työtehtävän Eläketurvakeskuksen kanssa. Hän mainitsi työeläkeotteen ainoana muistikuvanaan. Hänen rohkea avaus auttoi varmasti osallistujia myöntämään, että oma tiedon taso on samalla tasolla Husseinin kanssa. Tilaisuus rentoutui, kun heti alkuun ei tarvinnut kaunistella totuutta.

Kasasin työpajan ohjelman itsekseni. Työpajan aikana huomasin, ettei Hussein ollut tutustunut työpajan kulkuun kovin tarkkaan etukäteen. Loppua kohden osallistuin reippaammin tehtävien esittelyvaiheessa ja myös välillä, jos minusta tuntui, että tehtävänanto jäi vajaksi tai työpaja alkoi kulkeutua väärään suuntaan. Tämä toimi työpajassa luontevasti ja en usko, että häiritsi tai sotki ketään. Esittelin itse Eläketurvakeskuksen tuottamia materiaaleja, esimerkiksi eläkelaskurin. Tämä toi työpajaan toisaalta mukavaa vaihtelua, kun äänessä oli välillä joku toinen.

Työpajan osallistujia kasatessa mietimme sopivaa kieltä työpajalle. Aluksi puhuimme siitä, että vetäisimme sen sekä englanniksi että suomeksi. Kuitenkin osallistujien hieman selkiytyttyä Hussein kertoi, että kieleksi riittää suomi. Kaikki osallistujat ovat asuneet sen aikaa Suomessa, että hallitsevat kielen riittävän hyvin. Hussein korosti vielä ennen työpajan alkua, että kaikki työpajan osallistujat ovat joko opiskelemassa tai jo suorittaneet jonkun korkeamman asteen tutkinnon. Heillä ei siis tarvitse sen kummemmin yksinkertaistaa puhetta tai asioita.

Kalliomäen esittäessä omaa esitystään tuli kuitenkin toive, että hän puhuisi hitaammin ja selkokielellä. Esityksen lopussa kukaan ei kuitenkaan kaivannut lisäävausta hänen käsittelemistään aiheista. Paikalla oli yksi osallistuja, joka käytti kommentoidessaan englantia ja hänen suomenkielen ymmärryksensä ei ollut kovin vahva. Muut osallistujat tuntuivat osaavan suomea varsin hyvin ja uskon, ettei ymmärtäminen ollut esteenä kommentoinnille.

Sain tarkemmin tietoa työpajan tilasta työpajaa edeltävänä päivänä. Tila oli aika intiimilaisinein varustettu tila Monihelin toimiston keskellä. Tuolit laitettiin tilaan u-muotoon. Näin mahduimme sinne juurikin. Työpajaa ajatellen tällainen pieni koko toimi hyvin. Kuu-

limme kaikkien kommentit ja tilaan syntyi mukava ryhmähenki. U-muodossa kaikki osallistujat näkivät toisensa, mikä helpotti keskustelua.

Tilaisuuden lopuksi jaoimme kaikille osallistuneille lahjakassit. Minulle jäi sellainen olo, että kassien sisällöstä ja itse ajatuksesta oltiin ilahuneita. Käyntikortteja emme tajunneet laittaa lahjakasseihin, mutta niitä oli tarjolla kokoustilan pöydällä halukkaille. Ilahduttavan moni kävi myös käyntikortin nappaamassa mukaansa. Muutamat jäivät myös samalla juttelemaan omista ideoistaan ja ajatuksistaan ennen lähtöään.

7.2 Antoiko työpaja vastaukset tutkimuskysymyksiini?

Kehittämishankkeeni tarkoituksena on kartoittaa ulkomaalaistaustausten tarpeita ja toiveita eläkeviestinnässä Eläketurvakeskuksen käyttöön. Miten hyvin työpaja antoi minulle vastauksia esittämiini tutkimuskysymyksiin ja antoiko se antamaan vastauksen kehittämishankkeeni tavoitteeseen?

7.2.1 Ensimmäinen tutkimuskysymys

”Mitä 15–40-vuotiaat ulkomaalaistaustaiset tietävät eläkkeistä ja mitä he eläkeasioista ajattelevat?”

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni rajaa ulkomaalaistaustaiset 15–40-vuotiaisiin. Työpajan osallistujat olivat jotakuinkin tätä ikähaarukkaa. Nuorin oli 23-vuotias ja vanhin 46-vuotias. Loput olivat tasaisesti tältä väliltä. Kansallisuuksia oli useita ja mukana oli sekä naisia että miehiä. Otos oli tällaista käyttötarkoitusta varten oiva ja antoi hyvän hajonnan kommentteissa.

Ulkomaalaistaustaisten erilainen kulttuuritausta näkyi asiaa käsiteltäessä. He peilasivat Suomen järjestelmää ja tapoja oman lähtömaan tapoihin. Nämä saattoivat poiketa paljon. Toisaalta epätieto siitä, missä eläkepäivänsä edes viettää, vähensi kiinnostusta vanhuudenturvan pohtimiseen. Tämä ajatus on varmasti yleisempi ulkomaalais- kuin suomalais-taustaisilla.

Ennako-oletuksien mukaisesti useimmat työpajan osallistujat eivät olleet juuri pohtineet omaa vanhuuttaan. Syiksi nousi monella se, että oma vanhuus koettiin vielä kaukaiseksi. Parilla oli jotain säästöjä vanhuuden varalle. Suomen yhteiskuntakeskeinen kulttuuri koettiin niin erilaiseksi oman kotimaan kulttuuriin nähden, jossa vanhuksista pidettiin huolta oman perhepiirin voimin. Erään työpajan osallistujan mielestä hän ei halunnut ajatella ko-

ko vanhenemista, sillä Suomen vanhainkodit ja vanhusten kohtelu oli niin ankeaa ja vierasta. Tällaiset näkökulmat ja kulttuurierot on hyvä huomioida viestinnässä.

Pääosin osanottajat eivät olleet ajatelleet omia eläkeasioitaan. Iän noustessa kiinnostus yleensä kasvoi. Poikkeuksiakin löytyi. Yksi nuoremmista osallistujista oli oikein kiinnostunut aiheesta ja harkitsi myös henkilökohtaisen eläkesäästötilin avaamista. Tämä ei poikkea suomalaistaustaisten ajattelusta. Myös suomalaistaustaisille eläkeasiat alkavat kiinnostaa yleistäen vasta 50 ikävuoden jälkeen.

Usea työpajaan osallistunut pohti sitä, missä maailmankolkassa he vanhuuden päivänsä viettävät. Kohderyhmälle onkin hyvä kertoa, että työeläkettä voi hakea, vaikka ei enää asuisi Suomessa eläkeiässä. Kansaneläke on puolestaan sidoksissa asuinpaikkaan ja sitä ei saa, jos muuttaa pois Suomesta.

Oli mukava huomata, että ne osallistujat, jotka tunnustivat tietävänsä Suomen eläkejärjestelmästä jotain, kirjoittivat siitä positiiviseen sävyyn post-it-lapuille työpajan ensimmäisessä tehtävässä. Kommentteissa oli esimerkiksi, että *”Parempi kuin Virossa”*, *”Toimii aika hyvin Suomessa”* ja *”Euroopan huipputasoa”*. Tämä loi intoa viestinnän kehittämiseksi ensisestään.

7.2.2 Toinen tutkimuskysymys

”Miten Eläketurvakeskus voi viestiä ulkomaalaistaustaisille työeläkeasioiden perusteista selkeästi ja kiinnostavasti?”

- *Millainen on selkeä ja kiinnostava perusviesti työeläkeasioista ulkomaalaistaustaisille?*
- *Mitä kanavia pitkin ulkomaalaistaustaiset tavoittaa parhaiten?”*

Vinkkejä toisen tutkimuskysymyksen selkeään ja kiinnostavaan tapaan viestiä työeläkeasioista tuli paljon ideoita työpajassa. Varsinkin työpajan toinen ja kolmas osio antoivat mukavasti uusia ajatuksia.

Työpajaan osallistuneiden mielestä viesti on selkeää ja kiinnostavaa, kun

- tietoa ei tule liikaa kerralla tai liian nopeasti
- se on konkreettista
- työeläkeasioita voi katsoa omalta kohdalta ja vaikka testata tilannetta itse
- Huomioidaan kohderyhmän moninaisuus ja mahdollisuuksien mukaan huomioidaan kohderyhmän oma kulttuuri
- aihetta peilataan kunkin kohdemaan omaan järjestelmään
- materiaalia on omalla kielellä tai suomenkieli on selkokieltä

Selkokieli (Selkokieli 2015) määrittelee, että selkokieli on yleiskieltä helpompaa suomea. Selkokielessä käytetään yksinkertaisempia lauserakenteita, sanoja sekä sisältöä (Selkokieli 2015). Selkokielen kirjoittaminen työeläkeasioista on vaativaa, sillä sisältö on vaikea. Asia pitää osata puheeksi yksinkertaiseen muotoon sisällöltään. Myös käytettäviin sanoihin tulee kiinnittää huomiota, vaikeat verbit kannattaa unohtaa.

Selkokieli ja yksinkertaisen kielen käyttäminen viestinnässä on tärkeää, jotta viesti tulee oikein ymmärretyksi ja on täten myös kiinnostava. Selkeyden auttaa myös konkretia ja se, ettei samaan viestiin koeteta laittaa liian monta asiaa kerralla. Jos on mahdollista testata esitettävää asiaa omakohtaisesti, nousee kiinnostus ja asian ymmärrettävyys todella paljon. Ihmiset kuitenkin kiinnostaa erityisesti oman eläkkeen koko tulevaisuudessa.

Kotimaisten kielten keskuksen antamissa määritelmissä sanoille selkeä ja kiinnostava esiintyvät muun muassa kuvaukset *helposti hahmotettava, helpoymmärteinen, havainnollinen, ilmeinen, kiistaton ja mielenkiintoinen*. Nämä adjektiivit on hyvä pitää mielessä viestintää suunniteltaessa. Jos näiden määritelmien läpikäynnin jälkeen viesti tuntuu vieläkin hyvältä, niin on se todennäköisesti toimiva. Näistä on hyvä huomioida varsinkin sana *kiistaton*. Asia pitää ilmaista niin selkeästi, että siitä ei jää väärinymmärryksen vaaraa.

Taina Uimosen lista tavoista tehdä (Uimonen 2010, 11) haluttu viesti kiinnostavaksi kannattaa käydä läpi viestiä suunniteltaessa:

- esimerkit
- yksityiskohdat
- kuvaaminen
- vertaaminen
- tarinoiden kertominen
- ja lainauksia tekemällä.

Uimonen korostaa näiden lisäksi, että konkretia kiinnostaa kaikkia ja sen avulla voi luoda yhteyden vastaanottajaan (Uimonen 2010, 11). Työpajan osanottajat korostivat myös useaan otteeseen konkretian merkitystä. Se puree ja herättää kiinnostusta. Se viestistä ymmärrettävän ja jakamisen arvoisen esimerkiksi Facebookissa.

Uimosen listaamat asiat toimivat hyvin ohjenuorana esimerkiksi videota työeläkeasioista suunniteltaessa. Kannattaa poimia esimerkkejä nykyhetkestä, käyttää vain ilmaisia, joita kohderyhmäkin käyttää ja ei pidä tuoda esille liikaa yksityiskohtia (Uimonen 2010, 13). Kuvaamalla voi herättää asian eloon esimerkiksi yksinkertaisesti kertomalla millainen joku tai jokin on. Myös asian vertaaminen toimii. (Uimonen 2010, 14–15, 22–23).

Nämä asiat menevät hyvin linjassa työpajassa saadun palautteen kanssa. Esimerkiksi videoon toivottiin nostettavaksi esimerkkihenkilö. Henkilö voi hyvin olla jokin nykyhetken ulkomaalaistaustainen. Hänen käyttämänsä kieli tulee olla henkilölle itselleen ja kohderyhmälle sopivaa. Viestin tulee olla selkeä, rajattu ja ytimekäs. Henkilön kuvaamaa elinkaarta ja siitä kertyvää eläkettä voi verrata esimerkiksi kansaneläkkeen saajaan asian selkeyttämiseksi. Näin saadaan elävä tarina aiheesta, joka jää mieleen ja on kiinnostava. Tarinaa on myös helppo seurata, kuten Uimonen (Uimonen 2010, 17–18) kirjoittaa.

Videoissa lainauksien tekeminen on helppoa, kun henkilö itse puhuu ja kertoo tilanteestaan. Kirjoitetussa viestinnässä tulee myös muistaa lainauksien tärkeys. Uimonen (Uimonen 2010, 20–22) kirjoittaa, että hyvä lainaus on sellainen, jossa ihminen rehellisesti kertoo jotain itsestään ja ajatuksistaan. Puhujan oma tapa puhua kannattaa säilyttää lainauksissa. Näiden valossa videolla esiintyvän henkilön elämäнкаari olisi mukava olla aito. Se toisi uskottavuutta ja rehellisen väreen viestiin.

Työpajassa nousi esiin se, että asioiden esiintuomisessa ei kannata karttaa lukuja, päinvastoin. Ne konkretisoivat ja selkeyttävät asiaa. Myös Uimonen (Uimonen 2010, 14–15, 24–25) on samoilla linjoilla. Hänen mielestään lukuja kannattaa esittää vähän, mutta nostaa oleelliset esille. Lukuja kannattaa tarpeen mukaan tulkita, arvioida tai kuvata auki selkeällä kielellä.

Lohtaja-Ahonen ja Kaihovirta-Rapo (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 12–13.) kannustavat miettimään viestintäkanavat tarkkaan. Kohderyhmällä pitää olla pääsy lukemaan viestejä, muuten viestintä menee hukkaan. Työpajassa selvisi, että Facebook on useimmille ulkomaalaistaustaisille tuttu väline. Sitä järjestöt käyttävät omassa viestinnässään. Tämä on siis yksi hyvä kanava viestimiseen. Toinen tapa, jota aktiivit korostivat, tuntui olevan kasvokkainen viestintä erilaisissa heidän järjestämässään tilaisuuksissaan. Sen sijaan Eläketurvakeskuksen tuottaman Työeläke.fi-sivuston sisään rakennettuun ulkomaalaistaustaisten omaan osioon ei herännyt kiinnostusta.

Lohtaja-Ahonen ja Kaihovirta-Rapo (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 20.) huomauttivat, että haluttu viesti kannattaa kertoa useampia kanavia pitkin yhtä aikaa. Näin viestin perillemeno ja tavoitettuus on varmempaa. Tarkoituksenamme on viestiä työeläkeasioista yhdenaikaisesti ainakin Facebookin kautta ja osallistumalla järjestöjen tilaisuuksiin. Facebookin jakoja toivotaan levitettävän laajalle kampanjalle perustetun oman sivun sekä järjestöjen sivujen kautta. Valmiita videoita ja muita materiaaleja nostetaan myös Twitteriin.

Sopiviksi kanaviksi työeläketiedon levittämiseen eri järjestöjen aktiivit ovat oivia. Työpaja oli siitäkin hedelmällinen, että saimme heräteltyä kiinnostusta aiheeseen usean järjestön aktiivin kanssa. Puskaradion lisäksi Facebook tuntui olevan kanava, jota he paljon käyttävät viestinnässään. Heillä on myös tilaisuuksia, jossa he ihan kasvotusten juttelevat ja esittelevät eri aiheita.

Keränen (Keränen 4.5.2010) huomauttaa, että ulkomaalaistaustaiset eivät seuraa usein suomalaista mediaa tai muita kanavia. Työpajan osallistuneiden puheista kävi ilmi, että viitatessaan johonkin tiedonlähteisiin he usein puhuivat esimerkiksi Suomessa julkaistavista heidän kotimaankielisistä medioista. Tämä vahvisti mielikuvaani siitä, että tieto työeläkeasioista tulee todella viedä kohderyhmän omiin kanaviin, jos haluamme saada niille näkyvyyttä.

Keränen (Keränen 4.5.2010) korostaa myös, että ulkomaalaistaustaiset ovat yhteisöllistä väkeä. Sekä Keränen että Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 15.) huomauttavat, että puskaradion merkitys on suuri. Ystävän sanaan luotetaan. Myös Hussein on korostanut puskaradion ja oikeiden viestinviejien merkitystä. Tämä näkyi myös työpajassa. Järjestöt pitävät jäsenilleen iltoja, jossa kerrotaan ajankohtaisista asioista. Tieto otetaan siellä mielenkiinnolla vastaan. Myös heidän jakamansa tieto esimerkiksi Facebookissa kiinnostaa. Uskon, että esimerkiksi pitämästämme työpajasta on keskusteltu useamman työpajaan osallistuneen kotona. Toivottavasti positiivisessa hengessä.

7.2.3 Kolmas tutkimuskysymys

”Millaisena maahanmuuttajajärjestöjen edustajat näkevät ulkomaalaistaustaisille kohdennetun viestinnän nykytilan?

Millaisia toiveita heillä on viestinnän kehittämiseksi?

”Millaista viestintämateriaalia heidän on mielekästä muokata ja jakaa?”

Kolmanteen tutkimuskysymykseen tuli myös hyvin vastauksia työpajasta. Alun esittelykierröksellä kävi hyvin esille se, että useimmat eivät olleet juuri törmänneet viestintämateriaaleihin työeläkeasioista. Useimmat olisivat toivoneet, että eläkeasioista olisi ollut puhetta kotouttamisvaiheessa. Useimmat muistivat kyllä saaneensa kotiin työeläkeotteen, mutta siitä ei ollut jäänyt mieleen mitään suurempaa. Ulkomaalaistaustaisille kohdennettu työeläkeviestintä koettiin vähäiseksi tai miltei olemattomaksi.

Esitetyn videon ja kolmannen osion ideoinnissa tuli esille uusia ajatuksia siitä, millaisia viestintämateriaaleja Eläketurvakeskus voisi kohderyhmälle tuottaa. Osa ideoista oli jo varsin konkreettisiakin. He myös arvioivat varsin suoraan, mikä esittämässäni eläketietovideossa oli huonoa. Antoi kullan arvoista palautetta kuulla, mitä sen teossa oli mennyt pieleen. Työstän tarkemmin esiin tulleita ideoita osiossa 7.4.

Useat maahanmuuttajajärjestöjen aktiivit toivoivat materiaaleja, joita on helppo jakaa Facebookissa järjestöjen omilla sivuilla. Materiaalien toivottiin puhuvan puolestaan, jolloin erityistä saatetekstiä ei tarvitse materiaalin kylkeen kirjoittaa. Valitut aiheet tulee esittää materiaaleissa napakasti ja lyhyesti. Mahdollisuus omakohtaiseen tarkasteluun uskottiin lisäävän kiinnostusta järjestöjen jäsenten keskuudessa.

7.3 Viestinnän suunnittelun tueksi

7.3.1 Tavoitteena monisuuntainen viestintä

Juholin (Juholin 2013, 25–26.) linjaa, että yhteisöviestinnän tavoitteena julkisyhteisöillä on edistää yhteistä hyvää arvostavan vuoropuhelun kautta. Tästä on hyvä poimia sana vuoropuhelu, ei tiedottaminen. Tähän pyrimme ulkomaalaistaustaisille suunnatulla viestintäkampanjallakin. Monisuuntaiseen viestintään, jossa molemmat voivat ottaa oppia toisistaan. Näin viestintä onnistuu parhaiten.

Hämäläinen ja Maula (Hämäläinen ja Maula 2004) huomauttavat, että puhtaasti yksisuuntaisen viestinnän riski on, että viesti tulkitaan väärin. He näkevät, että viestin vastaanottajan kulttuuri, maailmankuva ja henkilökohtaiset kokemukset vaikuttavat siihen, miten hän viestin tulkitsee. Tämä on meidän kohdallamme riski, sillä viestin vastaanottajilla on todella erilaiset taustat. Tämä tieto alleviivaa sitä, että tuottamamme viestinnän tulee olla kaksisuuntaista, jotta viestimme ymmärretään oikein. Tuottamamme tieto on sen verran monimutkaista, että vastaanottajalla pitää olla mahdollisuus kysyä, jos jokin jää epäselväksi.

Grunig (Grunig, J. 27.9.2013.) huomauttaa, että kaksisuuntainen viestintä tekee tiedon jakamisesta yhteistä. Kun asiassa saavutetaan yhteisymmärrys, niin tiedosta tulee hyväksyttävämpää. Henkilö ei koe itseään kontrolloitavan ja tämän vuoksi vetäydy. (Grunig, J. 27.9.2013.) Tämä näkyi minusta hyvin jo työpajan aikana. Kun osallistujat huomasivat, että heitä kuunnellaan ja tapahtui vuorovaikusta, niin kiinnostus asiaa kohtaan lisääntyi. Nähtävillä oli jopa innostusta.

Grunig (Grunig, J. 27.9.2013.) linjaa, että sosiaalinen media ei ole vain paikka, jonne ladataan tietoa, vaan siellä tulee käydä keskustelua. Facebookin viestintää suunnitellessa

tulee miettiä myös valmiiksi, kuka vastaa mahdollisiin kommentteihin. Somemaailma kun ei odota. Vastauksen tulisi mielellään tippua parin tunnin sisällä, viimeistään saman päivän aikana. Joudumme myös rajaamaan vastausaikoja toimistoaikojen sisään. Vastausajat pitää näkyä selkeästi sivustolla.

Maahanmuuttajajärjestöjen järjestämiin tilaisuuksiin on tarkoitus osallistua tulevan vuoden aikana kymmenen kertaa. Osallistujakaarti ja tarkka sisältö näihin pitää hahmotella tarkkaan ennen kierrosta. Materiaaleja ei kannata lyödä turhaan lukkoon, vaan ottaa opiksi ensimmäisistä esittelyistä ja muokata materiaaleja sieltä saadun palautteen suuntaan. Myös materiaalit pitää olla hieman muokattavissa kunkin kuulijakunnan tarpeiden mukaan.

Cornellissenin (Cornellissen 2014, 284) linjaaman stakeholder-käsitteen mukaan uusia stakeholdereita voi ilmestyä äkkiarvaamatta uusia. On hyvä muistaa, että ulkomaalais-taustaisten moninainen rakenne elää koko ajan ja tietystä maasta tulevien määrä saattaa muuttua nopeallakin aikavälillä. Viestintää rakennettaessa pitää olla hereillä ja valmiina tuottamaan jotain uutta pikaisestikin.

Cornellissenin (Cornellissen 2014, 46) pitää tärkeänä, että viestintää palastellaan ja rakennetaan eri kohderyhmille heidän tarpeitaan vastaavaksi. Kiinnostuksen kohteet voivat erota eri sidosryhmillä isostikin. Hyvin kohdennettu viestintä vahvistaa myös yhteisön mainetta. (Cornellissen 2014, 46.) Tässä hyviä syitä taustalle, miksi Eläketurvakeskuksen kannattaa rakentaa viestintää myös ulkomaalaistaustaisille. Kohderyhmän tarpeet eroavat esimerkiksi suomalaistaustaisille suunnatun viestinnän tarpeista. Heille räätälöity viestintää saa heidät myös kokemaan otetuiksi huomioon. Näin saadaan heitä sitoutettua asiallemme ja myös asia helpommin heidän ulottuvilleen.

7.3.2 Eri kulttuuritaustojen hallinta ja huomiointi

Salo-Lee (Salo-Lee yms. 1998, 19.) listaa, että avain onnistumiselle kulttuurien välisessä viestinnässä tulee myönteisyyden, tiedon, taidon ja motivaation yhdistämisellä. Ymmärrän hänen ajatuksensa tässä. Pelkkä tiedon tankkaaminen ei riitä, tarvitaan motivaatiota ja kiinnostusta sen sisäistämiseen. Kulttuurien tuntemus auttaa hahmottamaan viestintätilanteissa sopivan toimintatavan.

Beamer ja Varner (Beamer & Varner 2011, 11–12) korostavat, että ihmisen tulee tuntea oma kulttuurinsa, ennen kuin voi ymmärtää toisen kulttuuria. Pitää olla jokin johon verrata ja helpointa tämä on oman kulttuurin kautta. Beamer ja Varner jatkavat, että kulttuuri on

aina opittua. Ihminen oppii ympärillään vallitsevan kulttuurin syntymänsä jälkeen. Täten hän voi oppia myös muita kulttuureja halutessaan. (Beamer & Varner 2011, 11–12.)

Tämä on todella hyvä huomio. On rohkaisevaa ajatella, että myös toisen kulttuurin maailman on mahdollista uida. Monikulttuurisessa ympäristössä toimiessa on iso etu, kun osaa hahmottaa ja verrata eri kulttuurien välisiä eroja. Pystyy näkemään ja ottamaan huomioon muiden kulttuuritaustan omaavien ajatukset. Voi ensin pohtia, miten viestintä työeläkeasioissa hoidetaan suomalaistaustaisille ja sitten peilata viestinnän muutostarpeita ulkomaalaistaustaisille heidän kulttuurierojensa valossa. Onko mahdollista löytää yhtä sopivaa tapaa koko ryhmälle?

Beamer & Varner (Beamer & Varner 2011, 99–100.) huomauttavat, että erilaisten kulttuurien vertaaminen vaatii yleistysten tekemistä. Yleistysten tarkoitus on kertoa, mitä kulttuurin sisällä yleisellä tasolla ajatellaan, toimitaan ja uskotaan. Pitää kuitenkin muistaa, että yksilöt useinkaan istu suoraan kulttuurista kuvattuun muottiin. (Beamer & Varner 2011, 99–100.) Ryhmän erilaisuus muistutti hyvin siitä, että ei koskaan pidä sortua liialliseen lokeroimiseen.

Ulkomaalaistaustaisten ryhmä Suomessa ei ole samankaltainen, vaikka yhteneväisyyksiä löytyykin. Suomeen tullaan todella monista eri maista, jolloin taustalla vaikuttavia kulttuureja on todella erilaisia. Tämän lisäksi ihmiset ovat vielä yksilöinä erilaisia. Korhosen (Korhonen 2013, 61) varoittamat stereotyyppien vaarat pitää ottaa tosissaan työeläkeviestintää suunniteltaessa.

Stereotyyppit ovat tietyille ihmisryhmille syntyneitä yleistyksiä. Stereotyyppit auttavat hahmottamaan maailmaa, ennakoimaan ja selittämään muiden käyttäytymistä. (Salo-Lee yms. 1998, 17). Stereotyyppioita ei pidä pitää haittana vaan oppia tunnistamaan ja valjastaa ne hyödyksi viestinnässä.

Sekä Korhonen (Korhonen 2013, 61.) että Beamer & Varner (Beamer & Varner 2011, 99–100.) korostavat, että jokainen ihminen on kuitenkin ensikädessä yksilö. Juuri tällaisia stereotyyppioita ja yleistyksiä tulee välttää. Vaikka erilaiset kulttuuritaustat vaikuttavat toimintaamme isossa mittakaavassa, niin yksilö on aina yksilö.

Salo-Lee (Salo-Lee yms. 1998, 22.) varoittaa, että luokitteluvirheitä ja väärinkäsityksiä sattuu helposti, jos kulttuurien välisessä vuorovaikutustilanteissa käytetään omasta kulttuurista tuttuja kategorioita vieraan tilanteen selvittämiseen. Salo-Lee (Salo-Lee yms. 1998, 24.) korostaakin, että kulttuurien välisessä viestinnässä tulisi pyrkiä objektiivisuu-

teen ja arviointeja tulisi välttää, kunnes tilannetta on katsottu kaikkien tilanteeseen osallistuneiden kulttuurien edustajien näkökulmasta.

Työpajan aikana tuli keskustelua stereotyyppien vaaroista. Työpajan aikana nousi esiin, että miksi tummaihoisen somalimies kertoo videolla pimeästä työstä. Miksi se ei voisi olla esimerkiksi jokin toimistotyöntekijä? Muutenkin mietittiin aiheen tarpeellisuutta videolla. Miten aihe liittyy työeläkeasioiden perusteista kertovaan videoon? Salo-Lee (Salo-Lee yms. 1998, 17.) huomauttaa, että juuri tällaista korostamista voidaan kutsua myös ennakkoluuloiksi. Tämä vie tavoitteen viestinnän objektiivisuudesta kauas.

Väärinkäsityksiä voidaan ehkäistä havaitsemalla kielessä ja kielen käytössä esiintyviä, piileviä kulttuurieroja. (Salo-Lee yms. 1998, 24.) Ensivaikutelma ihmisestä perustuu suurelta osin ei-kielelliseen viestintään. Ei-kielelliset vihjeet tulkitaan omaan kulttuuritaustan ohjaamina tiedostamatta. (Salo-Lee yms. 1998, 30.) Nämä vihjeet luetaan usein tiedostamatta alitajuisesti, jolloin ensivaikutelma syntyy huomaamatta. Tällaiset tilanteet pitää oppia tiedostamaan ja tietoisesti pyrkiä estämään turhien väärinkäsitysten syntymistä.

Erilaisuus ei näy pelkästään erilaisena puhetapana, mutta myös erilaisena suhtautumisena aikaan, tilan käyttöön tai tapaan liikkua, pukeutua, elehtiä tai ilmaista tunteita. (Salo-Lee yms. 1998, 30.) Kulttuurien erilaisuus heijastuu niin moneen osa-alueeseen, että erilaisuuden tiedostaminen kanssakäymisessä vaatii tietoista työtä ja huomiointia.

Korhosen (Korhonen 2013, 61) mainitsema länsimaisen ja itämaisen kulttuurin erilaiset näkökulmat heijastuivat hyvin eläkeasioista puhuttaessa. Keskusteluissa nousi esille Suomen yhteiskunnan ja yksilön itsensä vastuu itsestään. Vanhemmista ihmisistä ei pidetä huolta samaan tapaan kuin omassa kotimaassa. Suomessa vanhuksille on vanhainkodit, kun itämaisen kulttuurin kasvatilla nuorempien velvollisuuksiin kuuluu vanhuksista huolehtiminen. He saattavat kokea suomalaisen ja länsimäisen tavan niin, että vanhukset joutuvat täällä heitteille.

Korhonen (Korhonen 2013, 62) mainitsee, että suomalaisessa kulttuurissa on tavanomaisista siirtyä suoraan asioihin, kun taas yhteisöllisissä kulttuureissa asiat ilmaistaan monimutkaisemmin ja hitaammin. Tämä ei viestintämateriaaleja suunniteltaessa ole sopiva ohje. Neuvo on ehkä sopivampi tapaamisissa tai neuvotteluissa puheellisessa viestinnässä. Viestintämateriaalien rakentamista varten työpajan perusteella tuli sellaiset ohjeet, että vähän asiaa, hitaasti ja konkreettisesti sekä mielellään kohdemaan tapoihin ja järjestelmään peilaten.

Keränen (Keränen 4.5.2010) muistuttaa, että ulkomaalaistaustaiset eivät välttämättä koe olevansa suomalaisia vielä pitkän aikaa Suomessa oleskeltuaan. Tämä tuli esille hyvin työpajaan osallistuneiden puheista. Osa tunsi olevansa vain käymässä. Osa haaveili muu-
tosta omaan kotimaahansa eläkepäiviä viettämään. Osa koki, että muutto jonnekin muual-
le saattoi tulla milloin vaan. Oli toki poikkeuksia. Eräs esimerkiksi oli ostanut omakotitalon
Suomesta ja haaveili asuvansa siinä eläkepäivillään, kun laina on jo maksettu pois.

7.3.3 Kohderyhmän hyvä tuntemus

Olen ajatellut, että ulkomaalaistaustaiset ovat kohderyhmänä varsin haastava, sillä sen rakenne on niin monimuotoinen. Kohderyhmän sisällä on todella monia eri kansallisuuksi-
en ja kulttuurien edustajia.

Kohderyhmä pähkinänkuoressa

- Ulkomaalaistaustaisten osuus Suomen väestöstä vuonna 2015 oli 6,2 prosenttia (Tilastokeskus 2016a).
- Ulkomaalaistaustaiset ovat ikärakenteeltaan suomalaistaustaisia nuorempia, työ-ikäisiä vuonna 2015 ulkomaalaistaustaisista oli 76 prosenttia, kun suomalaistaustaisista 62 prosenttia (Tilastokeskus 2016b).
- Yleisimmät taustamaat ulkomaalaistaustaisille olivat vuonna 2015 entinen Neuvostoliitto, Viro, Somalia, Irak ja entinen Jugoslavia (Tilastokeskus 2017b).
- Tarkasteltaessa erikseen maahanmuuttajataustaisten miesten ja naisten yleisimpiä taustamaita, nousevat esille eri maat. Suomeen muuttaneista briteistä peräti 81 prosenttia on miehiä ja thaimaalaistaustaisista 85 prosenttia on naisia (Tilastokeskus 2016b).
- UTH-tutkimuksen mukaan ulkomaalaistaustaisten ehdottomasti suurin syy muuttaa Suomeen oli perhe, seurustelu ja rakkaus (Tilastokeskus 2015b).
- Koulutustaustaltaan ulkomaalaistaustaiset ovat joko useimmiten joko todella kouluttuneita tai ilman minkäänlaista perusasteen jälkeistä koulutusta (Tilastokeskus 2015a).

Koosteesta näkee, että ryhmästä löytyy yksilöitä laidasta laitaan. Husseinin mukaan eri kansallisuuksien edustajia Suomen ulkomaalaistaustaisissa on yli sata. Pari isointa ryhmää ovat aika suuria, mutta sen jälkeen eri kansallisuuksien määrä pirstaloituu. Taustoja ja erilaisia kulttuureja on siis todella monenlaisia. Pitää myös huomioida kouluttamattomien osuus ulkomaalaistaustaisissa. Toisaalta joukossa on myös korkeakoulun käyneitä, joten viestintää ei pidä suunnata pelkästään kouluttamattomille.

Tausta vaikuttaa ajattelutapaan. Yhteisöllisissä kulttuureissa vanhemmista pidetään huolta yhteisön voimin, kun taas esimerkiksi Suomessa yhteiskuntaan on rakennettu omat henkilökohtaiset turvarakenteet. Taustoja on niin erilaisia, että pohdin, voiko viestintään rakentaa yhtenäiseksi vai pitääkö sitä pilkkoa paljon kohderyhmän sisällä erilaisiksi lohkoiksi.

Tolvanen (Tolvanen 2012, 27.) suosittelee tutustumaan kohderyhmään selvittämällä heidän trendejään, pelkojaan, käyttäytymistä ja haaveitaan. Tämä auttaa hänen mukaansa ymmärtämään heidän ajattelutapojaan ja tekemään näin viestintää heidän silmiensä kautta (Tolvanen 2012, 27). Tämän vuoksi pidimme työpajan, jotta pääsimme hieman lähemmäs uutta kohderyhmää. Saimme selvyttä heidän ajatuksistaan ja tulevaisuuden haaveista. Ja tietenkin myös nykyisestä tietopohjasta.

Työpajan pitäminen antoi minulle ja Eläketurvakeskukselle paljon uutta tietoa ulkomaalaistaustaisista kohderyhmänä. Työpajan avulla sain tutustua kohderyhmän ihmisiin ja heidän ajatuksiinsa. Työpaja paloitteli isoa ja moninaista kohderyhmää mukavasti sekä auttoi ymmärtämään kohderyhmän mielenkiintoisuuden ja moninaisuuden. Keränenkin (Keränen 4.5.2010) muistuttaa, että kohderyhmään tutustuminen on tärkeää viestinnän onnistumiselle. Tässä olen aivan samaa mieltä. Viestintää on paljon helpompi lähteä suunnittelemaan nyt, kun kohderyhmän toiveet ja ajatukset ovat selkiytyneet.

Cornellissen (Cornellissen 2014, 41–42) korostaa, että viestintää pitää suunnitella jokaiselle kohderyhmälle erikseen. Tämän koen itsekkin tärkeäksi. Ulkomaalaistaustaiset tarvitsevat erilaiset viestintämateriaalit eläkeasioista kuin esimerkiksi suomalaistaustaiset. Myös kohderyhmän sisälle tulee tehdä palastelua eri kohdemaihin, jotta ihmisten erilaisuus ja eri kulttuuritaustat tulevat otetuksi huomioon. Vain näin viestintä voi onnistua.

Cornellissen (Cornellissen 2014, 55.) korostaa myös kaksisuuntaisen viestinnän tärkeyttä ja sitä, että viesti kannattaa viedä kohderyhmälle suoraan. Työpaja todisti, että tämä todella kannattaa. Varsinkin uuteen kohderyhmään tutustuttaessa kasvokkaisella viestinnällä saadaan helpommin murrettua ennakkoluuloja ja luotua uusia suhteita. Kuten Juholin (2013, 23.) korostaa, kasvokkain viestiminen vähentää väärinymmärtämisen riskiä ja lisää vuorovaikutusta. Mahdolliset väärinkäsitykset ja epäselvyydet voi selvittää heti, jolloin ne eivät jää vaivaamaan.

Kirjoittamani määritelmä kohderyhmälle sopii hyvin työpajan henkilöihin peilatessa. Eläketurvakeskus haluaa pitää yhteyksiä ulkomaalaistaustaisiin. Tavoitteena on kaksisuuntainen viestintä, jotta saamme myös heiltä jatkossa ajatuksia ja ideoita.

”Kohderyhmä on joukko henkilöitä, joihin yhteisö pitää yhteyksiä ja kohdistaa erilaisia toimenpiteitä. Kohderyhmälle ei tule vain välittää yksisuuntaisesti tietoa, vaan hyödyntää myös monisuuntaista viestintää.”

Työpajassa pääviestin kasaaminen sujui sujuvasti koko porukan kesken yhteisymmärryksessä, vaikka mukana oli osallistujia kymmenestä eri kansallisuudesta. Perusasiat voi mielestäni kertoa koko kohderyhmälle samoin viestein. Ryhmän kasaama perusviesti ”*Jokainen tienattu euro kasvattaa eläkettäsi.*” sopii koko kohderyhmän suuhun.

Kuitenkin kohdennetumpia sisältöjä tietyn maan ihmisille kasatessa kannattaa huomioida kyseisen kohdemaan kulttuuri ja eläkejärjestelmä. Vastaanottajaa helpottaa asian ymmärtäminen, kun sitä verrataan omaan, tuttuun järjestelmään. Tämä on mielestäni erittäin hyvä huomio ja kannattaa pitää mielessä. Apua vertailuun kannattaa pyytää kohdemaan maahanmuuttajajärjestöstä. Siellä tunnetaan kohdemaan järjestelmä ja osittain jo Suomenkin järjestelmä. He osaavat auttaa yhtäläisyyksien ja erojen selvittämisessä sekä auttaa nostamaan oikeat asiat esille.

Lohtaja-Ahonen ja Kaihovirta-Rapo (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 11.) kirjoittavat, viestintä on ihmisten välistä vuorovaikutusta, johon lasketaan sekä sanallinen että sanaton viestintä. He korostavat, että ulkomaalaistaustaisille viestittäessä on tärkeää muistaa, että sanattoman viestinnän merkitys voi erota paljon suomalaistaustaisten käytäntästä. Esimerkiksi videolla esiintyessä voi huomaamattaan tehdä ison virheen, joka kääntää halutun viestin negatiiviseksi. Siksi on tärkeää selvittää halutun kohdemaan tavat tarkkaan ja ainakin koenäyttää suunniteltu materiaali ennen julkaisua kohdemaan edustajalle.

Kuten Lohtaja-Ahonen ja Kaihovirta-Rapo (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 12.) kirjoittavat, ympäristö, jossa viestintä tapahtuu, vaikuttaa suuresti viestin luonteeseen. Kannattaakin harkita, missä kohderyhmälle tarkoitettut tilaisuudet järjestää. Ulkomaalaistaustaiset tuntevat ehkä olonsa kotoisammaksi esimerkiksi oman järjestönsä tiloissa, kun lähtevät vieraan toimijan kokoustilaan kuuntelemaan outoa asiaa. Mukava ympäristö tekee kuulijoista vastaanottavaisemman viestille.

Olemme rajanneet ulkomaalaistaustaisten kohderyhmää niin, että viestintä koskettaa alkuvaiheessa pääosin jo työelämässä olevia tai työelämään tulossa oleviin nuoria. Tämän rajauksen mukaan viestintä kohdentuu ainakin vähän aikaa jo Suomessa asuneille ulkomaalaistaustaisille. Kuitenkin työpajassa nousi esiin monen osallistujan suusta se, että jo kotouttamisvaiheessa olisi tärkeää saada tietoa eläkeasioista. Näin asia tulisi esille heti alkuvaiheessa ja jäisi mieleen hautumaan. Kotouttamismateriaaleissa kuitenkin käydään läpi monia Suomen yhteiskunnan perusrakenteita, niin miksi ei käsiteltäisi myös vanhuudenturvaa? Ajatuksissa on ollutkin laajentaa viestintää alkuvaiheen jälkeen myös kotouttamiseen ja nämä kommentit vahvistivat näitä ajatuksia.

7.4 Jatkoehdotuksia

Valikoin työpajastani saamastani materiaalista parhaimpia ideoita sisällönanalyysin keinoin pohjaksi viestinnän suunnitteluun ulkomaalaistaustaisille kohdennettua viestintää varten. Tekemäni koosteen pohjalta valikoin materiaalista parhaimmat ja tyypittelin aineiston mahdollisiin eri aihepiireihin. Tyypittelyn avulla sain tehtyä syntyneistä ideoista yhteisiä. Joidenkin ideoiden kohdalla jatkojalostin niitä oman tietopohjani avulla.

7.4.1 Kieli

Selkokieli ja yksinkertaisen kielen käyttäminen viestinnässä on tärkeää. Selkokielikeskus (Selkokielikeskus 2015) määrittelee, että selkokieli on yleiskieltä helpompaa suomea. Selkokielessä käytetään yksinkertaisempia lauserakenteita, sanoja sekä sisältöä muutenkin (Selkokielikeskus 2015). Selkokielen kirjoittaminen työeläkeasioista on vaativaa, sillä sisältö on vaikea. Asia pitää osata pukea yksinkertaiseen muotoon jo sisällöltään. Myös käytettäviin sanoihin tulee kiinnittää huomiota, vaikeat verbit kannattaa unohtaa.

Huomioitavaa on, että selkokieltä voi käyttää kirjoitetun tekstin lisäksi puheessa. (Selkokielikeskus 2015.) Esimerkiksi videoita tehdessä käsikirjoituksen voi ja kannattaa tehdä selkokieliseen muotoon. Viestejä pohdittaessa kannattaa kysyä apuja ja mielipiteitä kohderyhmän edustajilta. Myös Kotimaisten kielten keskus osaa auttaa selkokielen kanssa.

Kieliversioita eri materiaaleista kannattaa tehdä mahdollisuuksien mukaan useita. Näissä kannattaa katsoa, onko sisältö suoraan käännettynä hyvä vai voiko materiaalissa huomioida jotenkin kohdemaan tavat ja kulttuuri. Viesti menee paremmin perille, kun se tuntuu tutulta ja omalta.

Kieliksi toivottiin suomen lisäksi englantia ja yllättäen ruotsia. Tämä voi olla työpajaan osallistuneiden kaveripiiriin liittyvää. Parilla oli ystäviä, jotka osasivat ruotsia mutta eivät suomea. Esittämässäni videossa oli esillä viisi eri kieltä: englantia, venäjä, viro, somali ja ranska. Näistä kielistä tunnuttiin olevan tyytyväisiä. Arabiaa ehdotettiin ainoastaan lisäykseksi.

7.4.2 Pääviesti

Ryhmä muokkasi toimivan pääviestin kampanjalle.

Jokainen tienattu euro kasvattaa eläkettäsi

Se on selkeä, ytimekäs ja kertoo hyvän viestin. Tätä voi käyttää viestinnän kärkenä ja ohjenuorana, kun suunnittelee kohderyhmälle uusia viestintämateriaaleja. Vaikeat verbit on korvattu kohderyhmälle tutuimmilla sanoilla. Ansaita ja kartuttaa olivat yhdessä esimerkkilauseessa sanoja, jotka eivät työpajaan osallistuneille auenneet. Lauseessa on mukana idea siitä, että rahaa kertyy työnteosta myös eläkkeen muodossa.

7.4.3 Video

Olemme pohtineet uusien videoiden tuottamista kampanjan aikana. Saimme tähän paljon uusia ideoita työpajassa.

Videon voi rakentaa näiden pohjalta

- Videon alkuun pitää kiteyttää se, mistä video kertoo. Katsoja pitää saada kiinnostuneeksi, jotta hän jaksaa katsoa videon loppuun.
- Muutama tärkeä aihe (2–3), jotka videossa avataan, ei liikaa asiaa
- Valitut asiat pitää kertoa konkreettisella tasolla, esimerkkejä hyödyntäen
- Video ei saa olla kovin pitkä, minuuttikin alkaa olla liikaa
- Asiat tulee esittää videolla rauhallisesti, ettei katsoja hengästy
- Tekstityksiä varten tulee olla riittävästi aikaa lukea ne

Kohdemaan oma kulttuuri ja eläkejärjestelmä kannattaa huomioida, jos video tehdään yhtä tiettyä kohdemaata ajatellen. Näin katsojan on helpompi sisäistää asia ja video tulee muutenkin lähemmäs katsojaa. Apuja kannattaa pyytää esimerkiksi kohdemaan maahanmuuttajajärjestöstä. He tietävät taustat ja kulttuurin parhaiten ja osaavat tuoda videon sisältöön jotain omaa ja alkuperäistä. He osaavat myös antaa vinkkejä kohdemaan eläkejärjestelmästä ja miten sitä voi peilata Suomen järjestelmään.

Keskusteluissa nousi esiin myös lyhyet noin 10 sekunnin videot, jotka voisi tehdä Snapchatiin. Sopivaa sijoituskanavaa voi vielä miettiä, ehkä Facebook voisi olla kuitenkin parempi sijoituspaikka.

Tällaisten lyhyiden videoiden tekninen laatu ei tarvitse olla niin erinomainen. Näin voitaisiin säästää kustannuksissa. Isoin teho olisi, jos tällaisia videoita räätälöisi useammalle kohdemaalle. Videot voisi mahdollisesti toteuttaa niin, että videoiden sisältö suunniteltaisiin yhteistyössä kohdemaata edustavan maahanmuuttajajärjestön kanssa. Ehkä järjestöstä löytyisi myös henkilö, joka olisi valmis esiintymään videolla. Näin videosta tulisi mahdollisimman autenttinen ja syntyisi kohtuullisin ponnistuksin.

Eläkelaskuri herätti paljon kiinnostusta työpajan osallistujissa. Yhdeksi videon aiheeksi nousi myös eläkelaskurin käytöstä kertova video. Videolla ulkomaalaistaustainen kertoisi laskuria käyttäen, millainen eläke häntä tulevaisuudessa odottaa nykyisen tilanteen mukaan. Esimerkkihenkilöllä voisi olla työhistorian lisäksi kertynyt eläkettä myös tutkinnon ja esimerkiksi perhevapaan kautta. Näin saataisiin esiteltyä myös muita eläkettä kerryttäviä ansioita.

Videolla selviäisi konkreettisen esimerkin muodossa, miten Suomen eläkejärjestelmä toimii ja toisaalta myös, miten eläkelaskuri toimii. Videon lopussa annettaisiin linkki eläkelaskuriin, jotta kiinnostuneet voisivat laskea oman tulevan eläkearvionsa. Tämä idea on hyvä. Näin kohderyhmä oppisi perusperiaatteet Suomen eläkejärjestelmästä ja toisaalta pääsivät myös testaamaan omaa tilannettaan.

Kansaneläkkeen ja työeläkkeen eron hahmottaminen on vaikeaa. On oleellista, että avaamme kohderyhmälle työeläkkeen lisäksi myös kansaneläkkeestä perusperiaatteen, vaikkakin se ei ole suoranaisesti Eläketurvakeskuksen tontilla. Työpajassa tuli useita kertoja ilmi se, miten näiden kahden eron ymmärtäminen ja varsinkin avaaminen jollekin toiselle on hankalaa. Työpajassa ehdotettiin myös lyhyen videon tekemistä tästä aiheesta.

Video voisi olla animaatio, jossa kansaneläkkeellä ja työeläkkeellä olisi omat hahmot. Videolla selitettäisiin lyhyesti näiden kahden järjestelmän erot. Hahmoilla olisi omat työurat, joita voitaisiin käyttää esimerkkinä asiaa selittämässä. Samalla näkyisi se, että työtä tekemällä voit saada paljon paremman eläkkeen tulevaisuudessa. Tykkäsin tästäkin ideasta. Se on konkreettinen ja saa niputettua varsin lyhyeen videoon. Lopussa voisi ehkä olla taas linkki eläkelaskuriin, jotta kiinnostuneet voivat käydä testaamassa omaa tilannettaan.

7.5 Työni hyödyt Eläketurvakeskukselle

Kehittämishankkeeni auttoi Eläketurvakeskuksen viestintää pääsemään alkuun sopivan viestintätavan löytämisessä, jotta työeläketieto saadaan leviämään mahdollisimman tehokkaasti valitulle kohderyhmälle. Nyt on hyvä aika ryhtyä toimiin. Ulkomaalaistaustaisten määrä kasvaa koko ajan. Nyt Suomessa asuvat ja useimmat Suomeen muuttavat ovat nuoria työkäisiä, keskimäärin suomalaistaustaisia nuorempia. Heillä on vielä pitkä työura edessään ja siis hyvä mahdollisuus kerryttää omaa työeläketurvaa.

Maahanmuutto Suomeen on kasvanut huomattavasti viime vuosina ja sama trendi näyttää jatkuvan tulevaisuudessa. Vuonna 2015 Suomessa asui 339 925 ulkomaalaistaustaista eli 6,2 prosenttia Suomen väestöstä. Näistä ulkomaan kansalaisia oli lähes 230 000. Työ- ja elinkeinoministeriö arvioi vuonna 2014, että vuonna 2020 Suomessa asuisi ulkomaan

kansalaisia 330 000 henkeä ja vuonna 2030 noin 500 000 (Kotouttaminen 2014). Tämän tuoreempia arvioita en löytänyt, mutta luvut tulevat varmasti olemaan esitettyjä arvioita suuremmat. Muun muassa vuoden 2015 pakolaiskriisi omalta osaltaan on vaikuttanut näihin lukuihin. Tämä kasvava ryhmä kannattaa ottaa erikseen huomioon työeläkeviestinnässä.

Tieto Suomen työeläkejärjestelmän toimintatavasta on hyvä saada ulkomaalaistaustaisten tietoon mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Tieto siitä, että jokainen ansaitsemasi euro kartuttaa työeläkettä. Kunhan työnantaja huolehtii tarvittavista työeläkevakuutuksista. Pimeä työ ei kannata. Myös tieto siitä, että Suomen työeläkettä maksetaan myös Suomen ulkopuolelle on varmasti kiinnostava seikka. Kerrytetyt varat eivät jää saamatta, jos muutetaan toiseen maahan ennen eläkeikää.

Kehittämishankkeeni luo pohjaa ulkomaalaistaustaisille kohdennettuun viestintään. Tarkoituksena ei ole auttaa suunnittelemaan yhtä vuoden kestävää kampanjaa kohderyhmälle, vaan luoda jatkuva tietovirta ulkomaalaistaustaisille työeläkeasioista. Uskon, että parinkymmenen vuoden päästä viestimisestä ulkomaalaistaustaisille on tullut arkipäivää. He ovat yksi tärkeä kohderyhmä, jolle suunnitellaan omat viestintämateriaalit muuttuvat tilanteet huomioiden. Ulkomaalaistaustaisten erilaiset kulttuuri- ja kohdemaataustat luovat omat haasteensa viestinnälle nyt ja varmasti myös jatkossa. Nykyisellään isoimmat väestöryhmät, joista Suomeen on tultu, eivät välttämättä ole samat vuonna 2020 tai 2030. Tilanteen muuttuminen tulee ottaa viestinnässä huomioon.

Ulkomaalaistaustaiset eivät ole yhtenäinen ryhmä, vaan taustat vaihtelevat paljon. Viestintää tulee pilkkoa myös tämän rajauksen sisällä, jotta viesti puhuttelee.

Myös sopivien kanavien valitseminen eri kohderyhmille on olennaista. Työni lisää Eläketurvakeskuksen viestinnän tuntemusta kohderyhmää kohtaan ja auttaa viestinnän suunnittelussa kohderyhmän käyttämiä kanavia pitkin

Eläketurvakeskuksen viestinnän on hyvä syventää vielä jatkossa ulkomaalaistaustaisten kohderyhmän tuntemusta. Tuntemalla kohderyhmän hyvin saa työeläkeasioista käsittelevistä materiaaleista kiinnostavia ja selkeitä. Tätä Salo-Leekin korostaa (Salo-Lee yms. 1998, 17). Kohderyhmän tuntemukseen auttaa FCG:n mukana olo. Hussein on itse kohderyhmän edustaja, joten tuo tietoa kohderyhmän sisältä suoraan. Järjestöjen aktiivien käyttö viestinnän suunnittelussa auttaa laaja-alaisesti näkemyksiä.

Teoriatausta antoi hyvän tietotaustan kulttuurin ja kohderyhmän moninaisuuden vaikutuksista. Työpaja sen sijaan antoi kartoittamaan kohderyhmän taustatietoja ja ajatuksia työ-

eläkeasioista. Se antoi hyvin vastauksen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen eli siihen, mitä ulkomaalaistaustaiset tietävät Suomen eläkejärjestelmästä. Tästä ei aiempaa materiaalia ollut saatavilla, vaikkakin ennakko-oletuksia ja mielipiteitä löytyi.

Myös kahteen muuhun kysymykseen tuli hyvin lisätietoa teorian kylkeen. Työpaja auttoi hahmottamaan paremmin, miten monipuolinen ja mielenkiintoinen ryhmä ulkomaalaistaustaiset ovat Suomessa. Työpaja auttoi myös avaamaan ovia uuden kohderyhmän verkostoihin ja luomaan uusia suhteita. Samalla Eläketurvakeskus toi itseään kohderyhmän tietoon.

Lähteet

Anttila, P. 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. Akatiimi. Hamina.

Baumgartner, J. 2017. The Basics of Creative Problem Solving – CPS. Luettavissa: <http://www.innovationmanagement.se/imtool-articles/the-basics-of-creative-problem-solving-cps/>. Luettu: 26.3.2017

Beamer, L. & Varner, I. 2011. Intercultural Communication in the Global Workplace. The McGraw-Hill Companies Inc. New York.

Carr, W. & Kemmis, S. 1995. Becoming Critical. Burgess Science Press. Basingstoke.

Cornelissen, J. 2014. Corporate Communication. A Guide to Theory & Practice. SAGE Publications. London.

Davydova-Minguet, O., Sotkasiira, T., Oivo, T. & Riiheläinen, J. 2016. Suomen venäjänkieliset mediankäyttäjät. Luettavissa: <http://tietokayttoon.fi/documents/10616/1266558/Suomen+ven%C3%A4j%C3%A4nkieliset/0265446a-afd4-4c51-92dc-2d16350ac8c7?version=1.0>. Luettu: 25.3.2017

Grunig, J. 27.9.2013. The two-way symmetrical model of communication. James Grunig : Excellence Theory – blogi. Luettavissa: <https://excellencetheory.wordpress.com/2013/09/27/the-two-way-symmetrical-model-of-communication/>. Luettu: 25.3.2017

Eläketurvakeskus 2017a. Viestinnän linjauksia: etk:laiset viestijöinä. Helsinki.

Eläketurvakeskus 2017b. Selvittää, tietää ja palvella – siinä tehtävämme. Luettavissa: <http://www.etk.fi/tietoa-etk-sta/etk-lyhyesti/tehtava/>. Luettu 25.1.2017

Eläketurvakeskus 2016a. Eläketurvakeskuksen strategia 2017–2021. Helsinki.

Eläketurvakeskus 2016b. Pitkän aikavälin laskelmat. Luettavissa: <http://www.etk.fi/tutkimus-tilastot-ennusteet/ennustelaskelmat/pitkan-aikavalin-ennustelaskelmat/>. Luettu: 1.2.2017

- Eläketurvakeskus 2015. Työeläkevakuuttamisen valvonta. Luettavissa:
<http://www.etk.fi/tyoelakepalvelut/vakuuttamisen-valvonta/tyoelakevakuuttamisen-valvonta/>. Luettu: 27.1.2017
- Eläketurvakeskus 2014. Suomi ja Viro: Sosiaaliturvamaksut maksetaan usein väärään maahan. Luettavissa: <http://www.etk.fi/tiedote/suomi-ja-viro-sosiaaliturvamaksut-maksetaan-usein-vaaraan-maahan/>. Luettu: 3.3.2017
- Eläkeuudistus 2017. Sanasto. Luettavissa: <http://www.elakeuudistus.fi/sanasto.html>. Luettu 2.2.2017
- Finlex 2006a. Laki Eläketurvakeskuksesta. Luettavissa:
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060397>. Luettu: 25.1.2016
- Finlex 2006b. Työntekijän eläkelaki. Luettavissa:
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060395>. Luettu: 25.1.2016
- Finlex 2006c. Yrittäjän eläkelaki. Luettavissa:
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20061272>. Luettu: 25.1.2016
- Heinonen, S. & Ruotsalainen, J. 2014. Uusi journalismi?. Tutu e-julkaisu 16/2014. Rakennussäätö. Helsinki.
- Herkman, J. 2005. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Osuuskunta Vastapaino. Tampere.
- Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum. Helsinki.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.
- Hämäläinen, V. & Maula, H. 2004. Strategiaviestintä. Infor. Keuruu.
- Juholin, E. 2013. Communicare! : Kasva viestinnän ammattilaiseksi. MIF. Helsinki.
- Juholin, E. 2009. Communicare! : viestintä strategiasta käytäntöön. Infor. Helsinki.
- Kantojärvi, P. 2012. Fasilitointi luo uutta : menesty ryhmän vetäjänä. Talentum. Helsinki

Keränen, M. 4.5.2010. Elintarvikepäivä 2010, viestintä maahanmuuttajille. SlideShare. Luettavissa: <http://pt.slideshare.net/MarkusKeranen/elintarvikepiv-2010-viestint-maahanmuuttajille>. Luettu: 1.2.2017

Korhonen, V. 2013. Haasteena monikulttuuriset ohjaustilanteet - sosiokulttuurisen oppimisen ja kulttuurien välisen viestinnän näkökulmia. Teoksessa Korhonen, V. & Puukari, S. (toim.) Monikulttuurinen ohjaus- ja neuvontatyö, s. 56–76. PS-Kustannus. Jyväskylä. Luettavissa: http://www.uta.fi/edu/opiskelijaksi/paavalinta/elo/aineisto/A1_Korhonen_Vesa.pdf. Luettu: 1.2.2017

Kotimaisten kielten keskus 2017a. Kielitoimiston sanakirja. Kiinnostava. Luettavissa: <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?ListWord=kiinnostava&SearchWord=kiinnostava&dic=1&page=results&UI=fi80&Opt=1>. Luettu: 23.1.2017

Kotimaisten kielten keskus 2017b. Kielitoimiston sanakirja. Selkeä. Luettavissa: <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?ListWord=selke%C3%A4&SearchWord=selke%C3%A4&dic=1&page=results&UI=fi80&Opt=1>. Luettu: 23.1.2017

Kotimaisten kielten keskus 2017c. Kielitoimiston sanakirja. Työeläke. Luettavissa: <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?ListWord=ty%C3%B6el%C3%A4ke&SearchWord=ty%C3%B6el%C3%A4ke&dic=1&page=results&UI=fi80&Opt=1>. Luettu: 2.2.2017

Kotouttaminen 2014. Maahanmuutto kasvaa ja monipuolistuu. Luettavissa: http://www.kotouttaminen.fi/kotouttaminen/kotouttaminen/kotouttamistyon_tauustaa/maahanmuutto_kasvaa_ja_monipuolistuu. Luettu 9.3.2017

Kuula, A. 1999. Toimintatutkimus. Vastapaino. Tampere.

Lindstedt, K. Taustalla ei väliä: Työeläkejärjestelmälle maahanmuutto kelpaa. Työeläkelehti 5/2016, s. 4–5.

Lohtaja-Ahonen, S & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään. Talentum. Helsinki.

Lukka, K.2006. Konstruktivinen tutkimusote: luonne, prosessi ja arviointi. Teoksessa Rolin, K. ym. (toim.).2006. Soveltava yhteiskuntatiede ja filosofia. Gaudeamus. Helsinki.

- Maasilta, M. Simola A. & af Heurlin, H. Sarja A 107/20018. Maahanmuuttaja mediankäyttäjänä. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto. Luettavissa: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65408/978-951-44-7529-0.pdf?sequence=1>.
Luettu: 1.2.2017
- McCain, D. 2015. Facilitation Basics. Association for Talent Development. Alexandria.
- Metsämuuronen, J. 2000. Metodologia –sarja 4. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Jaabes Oü. Võru.
- Nurmi, T. 2017. Topi – tulevaisuuskeskuksen oppimateriaali. Tulevaisuuspyörä verstasyöskentelyssä. Luettavissa: <https://tulevaisuus.fi/metodit/skenaariotyoskentelynsovelluksia/osallistavat-menetelmat/tulevaisuuspyora-verstasyoskentelyssa/>. Luettu: 11.3.2017
- Salo-Lee, L., Malmberg, R. & Halinoja, R. 1998. Me ja muut. Kulttuurien välinen viestintä. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Selkokieli keskus 2015. Selkokieli. Luettavissa: <http://selkokeskus.fi/selkokieli/>. Luettu: 14.5.2017
- Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas : yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Tietosanoma 2002. Helsinki.
- Summa, T. & Tuominen, K. 2009. Fasilitaattorin käsikirja. Menetelmiä sujuvaan ryhmätyöskentelyyn. Kehitystyön palvelukeskus Kepa ry. Helsinki.
- Tietokäyttöön 2016. Suomen venäjänkieliset mediankäyttäjät – media matkustaa maahanmuuttajan mukana. Luettavissa: http://tietokayttoon.fi/artikkeli/-/asset_publisher/10616/suomen-venajankieliset-mediankayttajina-media-matkustaa-maahanmuuttajan-mukana. Luettu: 25.3.2017
- Tilastokeskus 2017a. Käsitteet: Ulkomaalaistaustainen. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/ulkomaalaistaus.html>. Luettu 26.1.2017
- Tilastokeskus 2017b. Ulkomaalaistaustaiset. Luettavissa: <https://tilastokeskus.fi/tup/maahanmuutto/index.html/maahanmuuttajavaestossa/ulkomaalaistaustaiset>. Luettu 26.1.2017

Tilastokeskus 2016a. Maahanmuuttajat ja kotouttaminen. Luettavissa:
<https://tilastokeskus.fi/tup/maahanmuutto/index.html>. Luettu 26.1.2017

Tilastokeskus 2016b. Maahanmuuttajat väestössä. Luettavissa:
<https://tilastokeskus.fi/tup/maahanmuutto/maahanmuuttajat-vaestossa#maahanmuuttajataustaisenvaestonikarakenne>. Luettu 26.1.2017

Tilastokeskus 2015a. Ulkomaalaistaustaisessa väestössä paljon korkeasti ja paljon matalasti koulutettuja. Luettavissa: https://tilastokeskus.fi/tup/maahanmuutto/art_2015-11-02_002.html. Luettu 27.1.2017

Tilastokeskus 2015b. Yli puolet Suomen ulkomaalaistaustaisista muuttanut maahan perhesyistä. Luettavissa:https://www.stat.fi/tup/maahanmuutto/art_2015-10-15_001.html. Luettu 2.2.2017

Tolvanen, J. 2012. Kohtaaminen – Ymmärrä kohderyhmääsi. Talentum. Helsinki.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Uimonen, T. 2010. Kirjoita kiinnostavasti. Infor Oy. Helsinki

VirtuaaliAMK 2017. Tiedottaminen. Käsitteiden määrittely. Luettavissa:
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030905/1106915276399/1162815588523/1162815828834/1162815853660.html>. Luettu: 12.3.2017