

A S U T

T A

D A T

A M M A S T I

E A S S E T

Elina Kosunen

Auttavat ammattilaiset

Pro bono -projekteissa ilmeneviä mielekkääksi koetun työn piirteitä

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

23.4.2019

TEKIJÄ	Elina Kosunen
OTSIKKO	Auttavat ammattilaiset – Pro bono -projekteissa ilmeneviä mielekkääksi koetun työn piirteitä
SIVUMÄÄRÄ	33 sivua + 3 liitettä
AIKA	23.4.2019
TUTKINTO	Medianomi
TUTKINTO-OHJELMA	Viestinnän tutkinto-ohjelma
SUUNTAUTUMISVAIHTOEHTO	Graafinen suunnittelu
OHJAAJA	Lehtori Katri Myllylä

PRO BONO -SUUNNITTELU on varsin tunnettu visuaalisen viestinnän toimialan osa. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millaisia mielekkääksi koetun työn piirteitä visuaalisen viestinnän pro bono -työtehtävissä ja -projekteissa ilmenee. Työssä käytetty aineisto on kerätty haastattelemalla visuaalisen viestinnän ammattilaisia. Haastattelut on toteutettu puolistrukturoituina teemahaastatteluina.

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu työelämän mielekkyyttä ja merkityksellisyyttä käsittelevästä kirjallisuudesta ja verkkoartikkeleista. Muita työn lähteitä ovat olleet hyväntekeväisyyttä ja visuaalisen viestinnän toimintaympäristöä käsittelevät teokset ja artikkelit.

Työn tuloksista on pääteltävissä, että pro bono -työt voivat sisältää useita mielekkääksi koettuun työhön liitettäviä piirteitä. Tällaisia ovat muun muassa suunnittelijan omia arvoja vastaavat ja merkittäviksi koetut työtehtävät, kokemus autonomiasta, intohimo omaa tekemistä kohtaan sekä ulkopuolelta saatu kannustava palaute.

Tutkielmaa voidaan hyödyntää visuaalisen viestinnän kentällä suunniteltaessa alaisten työnkuvaa, yrityksen toimintaa tai suunnittelijan omaa urapolkua. Lisäksi tutkielma sisältää kuvauksen prosessista, jossa haastattelua on käytetty aineistonkeruumenetelmänä. Prosessikuvaus on sovellettavissa muihin vastaaviin tutkielmatyyppeihin, kirjallisiin töihin.

AUTHOR Elina Kosunen
TITLE The Helping Hands of the Professionals – Characteristics of Meaningful Work in a Pro Bono Project
NUMBER OF PAGES 33 pages + 3 appendices
DATE 23 April 2019
DEGREE Bachelor of Culture and Arts
DEGREE PROGRAMME Media
SPECIALISATION OPTION Graphic Design
INSTRUCTOR Katri Myllylä, Senior Lecturer

IN THE FIELD OF visual communication, pro bono work is a widely known form of work. The aim of the Bachelor's thesis is to find an answer to the question: which characteristics of a meaningful work are included in a pro bono project? Four graphic designers were interviewed for the study. The method of the research was a qualitative, semi-structured interview.

The theory of meaningful work life was used as a theoretical reference of the study. Also, references about charity work and the field of visual communication were used as a research material.

The results of the study indicated it is conceivable that a graphic designer finds meaningful considerations in a pro bono project. The study outlines several characteristics of a meaningful work when designing a pro bono case: designer's basic values, feeling of autonomy, passion for work and positive feedback might be found in a pro bono project.

The graphic designers and their supervisors can utilize the study when planning their career or work life. In addition, the study can inspire other students working on their thesis projects.

KEYWORDS Pro bono, meaningful work, semi-structured interview

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	KATSAUS VISUAALISEN VIESTINNÄN TOIMIALAAN	3
2.1	Ammattina graafinen suunnittelija	3
2.2	Visuaaliseen viestintään liitettävä vastuu mielikuvien luomisesta	4
3	YRITYKSET JA AMMATILAISET HYVÄÄ TEKEMÄSSÄ	5
3.1	Pro bono käsitteenä	5
3.2	Ammattilaiset auttamassa	6
3.3	Visuaalisen viestinnän tekijät osana yhteiskuntavastuullista toimintaa	8
4	POIMINTOJA TYÖELÄMÄÄN LIITETTÄVÄSTÄ MIELEKKYYDESTÄ JA MERKITYKSELLISYYDESTÄ	9
4.1	Mitä työn mielekkyyteen liittyvillä käsitteillä voidaan tarkoittaa?	9
4.2	Mielekkääksi koetun työn tarpeellisuudesta ja tarpeettomuudesta	10
4.3	Mielekkääksi koetun työn piirteitä	11
4.4	Ajatuksia aiheesta muiden luovien tekijöiden parissa	13
5	TUTKIELMAN AINEISTONKERUU JA -KÄSITTELY	14
5.1	Puolistrukturoitu teemahaastattelu työn aineistonkeruumenetelmänä	15
5.2	Valmistautuminen aineistonkeruuseen	15
5.3	Haastattelutilanteet, niiden purku ja käsittely	17
6	TUTKIELMASSA KÄYTETYN AINEISTON TEEMOITTELU JA ANALYYSI	19
6.1	Aineistosta esiin nousseet teemat	20
6.1.1	Luomisen vapaus ja työnteon rentous	20
6.1.2	Suunnittelijan kokema altruismi ja yhteiskuntavastuu	21
6.1.3	Työn tekemisen merkityksellisyys	22
6.1.4	Uuden oppiminen ja itsensä kehittäminen	22
6.1.5	Kokemus onnistuneesta pro bono -työstä	23
6.1.6	Rajojen asettaminen pro bono -työskentelyssä	24
6.2	Pro bono -töissä ilmeneviä mielekkääksi koetun työn piirteitä	25
6.2.1	Työ vastaa omia arvoja ja se tuntuu merkitykselliseltä	25
6.2.2	Luovuuden ylistys ja rento meininki	26
6.2.3	Intohimo omaa tekemistä kohtaan	27
6.2.4	Ulkopuolisten antama palaute työstä	28
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	29
	LÄHTEET	31
	LIITTEET	
	Liite 1. Rautalankamalli informointi-dokumentista	
	Liite 2. Haastattelukutsut Grafian kanavissa 4.2. & 6.2.2019	
	Liite 3. Haastatteluteemat ja esimerkkikysymykset	



JOHDANTO

Arkikokemukseni mukaan pro bono -suunnittelu on varsin tunnettu visuaalisen viestinnän toimialan osa. Tässä tutkielmassa pro bono -työllä tarkoitetaan vapaaehtoisesti toteutettua suunnittelutyötä, jonka toimeksiantaja ei ole maksanut vastaanottamastaan työstä rahallista korvausta tai palkkio on ollut vain nimellinen. Usein pro bono -toimeksiantaja on yleishyödyllinen, voittoa tavoittelematon organisaatio.

Tutkielman tavoitteena on selvittää, millaisia mielekkääksi koetun työn piirteitä visuaalisen viestinnän pro bono -työtehtävissä ja -projekteissa ilmenee. Pro bono -suunnittelua visuaalisen viestinnän kentällä on oletetusta yleisyydestään huolimatta tutkittu käsitykseni mukaan vain niukalti. Pyrkimykseni on tehdä ilmiötä näkyväksi sanoittamalla suunnittelijoiden kokemuksia aiheesta.

Työn luonne on kvalitatiivinen. Tutkielman aineisto on kerätty käyttäen puolistrukturoitua teemahaastattelua. Työn teoreettinen viitekehys muodostuu työelämän mielekkyyttä ja merkityksellisyyttä käsittelevästä kirjallisuudesta sekä verkkoartikkeleista. Muita työn lähteitä ovat olleet hyväntekeväisyyttä ja visuaalisen viestinnän toimintaympäristöä käsittelevät teokset ja artikkelit.

Olen rajannut tutkielman visuaalisen viestinnän alalla toimivien suunnittelijoiden kokemuksiin pro bono -töistä. Tässä tutkielmassa olen kiinnostunut nimenomaan graafisten suunnittelijoiden näkemyksistä – en siis ole kerännyt aineistoa esimerkiksi copywritereita eli tekstisuunnittelijoita haastatteleamalla, vaikka he usein työskentelevätkin visuaalisten suunnittelijoiden, esimerkiksi art directorien, työpareina kampanjasuunnittelun alalla. Olen rajannut työni ulkopuolelle myös toimeksiantajien ja yleisön kokemukset pro bono -suunnittelusta.

Tutkielmani alkaa visuaalisen viestinnän toimialan esittelyllä ja tekijyyteen liitettävän vastuun pohdinnalla. Pohdin työsäni yritysten ja ammattilaisten roolia yhteiskuntavastuun toteuttajina sekä työelämän mielekkyyteen ja merkityksellisyyteen liitettäviä piirteitä. Tätä seuraa tutkielman aineistonhankinnassa käytettyjen keruu- ja käsittelymenetelmien esittely. Lopuksi teemoittelen aineiston ja teen sen pohjalta analyysin sekä johtopäätökset.

Tutkielma on suunnattu ensisijaisesti muille visuaalisen viestinnän alalla toimiville ammattilaisille ja opiskelijoille. Työtä voidaan hyödyntää visuaalisen viestinnän kentällä suunniteltaessa alaisten työnkuvaa, yrityksen toimintaa tai suunnittelijan omaa urapolkua. Lisäksi tutkielma sisältää prosessikuvauksen haastattelusta aineistonkeruumenetelmänä, mikä on sovellettavissa muihin vastaaviin tutkielmatyypisiin, kirjallisiin töihin.

2

KATSAUS VISUAALISEN VIESTINNÄN TOIMIALAAN

Graafisen suunnittelijan työ on kiehtova yhdistelmä kuvataidetta, luovaa ongelmanratkaisua, teknistä osaamista ja monesti myös kaupallisuutta. Ammatin kiinnostavuutta lisää se, että sitä voi harjoittaa monin eri tavoin: mainos- tai suunnittelutoimistossa muiden ihmisten ympäröimänä tai yksin omassa kotitoimistossaan, esimerkiksi.

Tässä luvussa esittelen lyhyesti graafisen suunnittelijan työnkuvaa ja visuaalisen viestinnän toimialaa. Lisäksi sivuan visuaalisen viestinnän tuottamiseen liittyvää vastuullista roolia. Vastuun tiedostaminen on tuntunut nousseen tekijöiden keskuudessa yhdeksi viime aikojen puhutuimmaksi aiheeksi (ks. Soramäki 2018).

2.1 Ammattina graafinen suunnittelija

Graafinen suunnittelija on visuaalisen viestinnän ammattilainen, jonka työnkuvaan kuuluu vastata viestin ulkoasusta (Ammattinetti n.d.). Yleisiä työtehtäviä ovat muun muassa yritysilmien ja visuaalisten identiteettien suunnittelu, julkaisusuunnittelu, kuvitus, digitaalinen suunnittelu ja mainonnan suunnittelu (Grafia ry 2018). Alan työpaikat sijaitsevat useimmiten Etelä-Suomessa, ja palkansaajien yleisimpiä työllistäjiä ovat yksityiset yritykset (Grafia ry 2018).

Taiteen tohtori Marja Seliger puhuu toimittamassaan julkaisussa *Näkyvää jälkeä* graafisesta suunnittelusta käytännön tarkoituksia palvelevana taiteena. Hän nostaa esiin, että graafista suunnittelua tehdään usein ulkopuoliselle tilaajalle, jonka asettamia viestinnällisiä tarpeita graafinen suunnittelija edistää omassa työssään. Seligerin mukaan graafisen suunnittelijan työssä yhdistyvät taiteellinen osaaminen, tekniikan hallinta sekä liiketaloudellinen ymmärrys. (Seliger 2004, 6.)

Visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden etujärjestö Grafia ry:n vuonna 2018 julkaiseman toimialatutkimuksen mukaan sen jäsenistön keskuudessa yleisimmät pääasialliset työskentelymuodot ovat yrittäjänä toimiminen (40,9 % kyselyyn vastanneista, n=186) ja työskentely palkansaajana (38,2 %). Verokortilla toimivia freelancereita oli 6,5 % vastaajista. Kuitenkin puolet kyselyyn vastanneista päätoimisista palkansaajista työskentelee myös sivutoimisesti yrittäjänä tai freelancerina. (Grafia ry 2018.)

Toimialatutkimuksen mukaan Grafian jäsenet, jotka toimivat päätoimisina yrittäjinä, ovat usein pienyrittäjiä. Kyselyyn vastanneiden grafialaisten yrityksistä 55 % oli toiminimiä ja 42 % osakeyhtiöitä. Tyypillisesti yrittäjä toimii ilman palkattua työvoimaa, vastanneista yrittäjistä 75 %. Kyselyn mukaan 1–10 työntekijän yrityksiä oli 23,6 % ja yli kymmenen työntekijän yrityksiä 1,3 %. (Grafia ry 2018.)

Kyselyyn vastanneista 16,2 % oli ilmoittanut työuransa pituudeksi viisi vuotta tai alle. Vastaaajista 75 % oli suorittanut korkeakoulututkinnon ja 3,23 %:lla opinnot olivat vielä kesken. (Grafia ry 2018.)

2.2 Visuaaliseen viestintään liitettävä vastuu mielikuvien luomisesta

Representaatio voidaan nähdä viittauksena johonkin itsensä ulkopuoliseen asiaan. Representaatioiden tehtävänä on siis edustaa jotain poissa olevaa ja toimia toistona. (Knuuttila & Lehtinen 2010, 11–12.) Myös visuaalisen viestinnän töiden, esimerkiksi mainoskampanjoiden, voidaan täten tulkita olevan representaatioita. Filosofian tohtori Leena-Maija Rossi huomauttaa, että representaatioilla on mahdollista tehdä näkymätön näkyväksi, mutta niiden avulla voidaan toistaa myös kahlitseviksi koettuja normeja (Rossi 2010, 269).

Grafia ry:n toiminnanjohtaja Katri Soramäki nostaa esiin pääkirjoituksessaan Grafia-lehdessä, että yhdistyksen yhtenä tavoitteena on ”kasvattaa ymmärrystä suunnittelun vaikutuksesta yhteiskuntaamme”. Hänen mukaansa visuaalinen viestintä muovaa kokemusta ympäristöstä. (Soramäki 2018.)

Soramäki muistuttaa, että suunnittelija on keskeisessä roolissa siinä, miten yhteiskunnan eri ihmisryhmät ja edustajat kuvataan (Soramäki 2018). Myös esimerkiksi Marjut Tervola toteaa Markkinointi ja mainonta -lehteen kirjoittamassaan kommentissa, että non-profit-toimijoiden viestinnässä tunteisiin vetoavan mielikuvan tavoittelu menee joskus eettisyyden edelle. Tervola mainitsee esimerkkinä kehitysapukuvaston, joka hänen mukaansa on usein yksipuolista, autettavien tahojen asettamista alisteiseen asemaan. Tämä johtuu Tervolan mukaan siitä, että sääli on tehokas myyntikeino. (Tervola 2018.)

On ilmeistä, että visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden tulee tiedostaa oma asemansa viestien laatijoina ja yhteiskunnan jäsenenä. Suunnittelijan on hyvä pohtia, kenen ääni tuodaan visuaalisessa viestinnässä kuuluviin ja miten. Nähdäkseni moniammatilliset ja -muotoiset työryhmät toimivat tässä suunnittelijan apuna.



YRITYKSET JA AMMATTILAISET HYVÄÄ TEKEMÄSSÄ

Havaintoni mukaan yritysten rooli yhteiskuntavastuuasioissa on tänä päivänä merkittävästi esillä. Tämä ilmenee esimerkiksi niin tiedostavien kuluttajien puheenvuoroissa kuin yritysten itsensä tavassa viestiä itsestään. Esimerkiksi ympäristön kuormittuminen on tämän hetken keskeisimpiä puheenaiheita. Vastuu yhteisestä elinympäristöstä kuuluu sekä yksittäisille toimijoille että suurille organisaatioille, unohtamatta tietenkään kansallisia ja kansainvälisiä yhteisöjä.

Pidän välttämättömänä sitä, että yritykset hoitavat omat velvollisuutensa moitteetta esimerkiksi veronmaksun ja työntekijöiden hyvinvoinnin suhteen. Kuitenkin myös yleiseen asenneilmapiiriin vaikuttaminen vaikkapa monimuotoisuuden näkyväksi tekemisellä on tarpeellista ja tärkeää, kuten luvussa 2.2 todettiin.

Luvussa 3 käsitellään yritysten ja ammattilaisten keinoja vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan hyväntekeväisyydellä. Luvussa 3.1 avaan pro bono käsitettä, joka lienee tuttu useimmille visuaalisen viestinnän ammattilaisille. Luvun 3.2 aiheena on yritysten vastuullisuustyö. Luvussa 3.3 käsittelen teemaa erityisesti visuaalisen viestinnän toimijoiden näkökulmasta.

3.1 Pro bono käsitteenä

Käsite pro bono juontaa juurensa latinankielisestä termistä *pro bono publico*, yleisen hyvän vuoksi. Termi on peräisin 1600-luvulta. (Oxford University Press 2018.) Pro bono -töissä yritykset tai yksittäiset toimijat valitsevat itselleen hyväntekeväisyyskohteen, jolle tekevät töitä veloitusetta (Tattari 2014).

Graafinen suunnittelija Shel Perkins jakaa AIGA-järjestön (The Professional Association for Design, tunnettu aiemmin nimellä American Institute of Graphic Arts) verkkosivuilla julkaistussa artikkelissaan ilmaisen suunnittelutyön ns. hyvään ja pahaan ilmaistyyöhön. Perkins suhtautuu kielteisesti spekulatiiviseen työhön eli suunnitteluun, jota tehdään korvauksetta myöhemmin maksettavan palkkion toivossa. Tällaisessa työssä mahdollinen toimeksiantaja pyytää suunnittelijaa tekemään visuaalisia luonnoksia työstä ennen päätöstään sopimuksenteosta. Perkins esittää, että suunnittelijan tulisi punnita tarkoin spekulatiivisesta työstä aiheutuvia kustannuksia sen mahdollisiin taloudellisiin etuihin nähden. (Perkins 2004.)

Myös AIGA järjestönä suosittelee, että suunnittelijat tiedostaisivat mahdolliset spekulatiivisen työn riskit ennen suunnittelutyön aloittamista (AIGA n.d. a).

Pro bono -työt Perkins luokittelee tekstissään myönteiseksi ilmiöksi, mutta muistuttaa, että Yhdysvalloissa verottajan näkökulmasta sellaisiksi katsotaan ainoastaan tietyille non-profit-statuksen saaneille asiakasorganisaatioille tehtyt työt (Perkins 2004). AIGA rohkaisee suunnittelijoita ottamaan aktiivisen toimijan roolin yhteiskunnassa ja listaa tähän keinoja verkkosivuillaan (AIGA n.d. b).

Pro bono ei tarkoita tilannetta, jossa toimeksi- tai työnantaja teettää suunnittelijalla töitä palkatta ilman tämän suostumusta. Aalto-yliopistoon tehdyssä pro gradu -työssään pro bono -suunnittelua käsitellyt Suvi Tikka (2010, 3) määrittelee käsitteen seuraavasti: ”Vapaaehtois- tai pro bono -suunnittelulla tarkoitetaan työtä, joka tehdään auttamistarkoituksessa, ja jonka palkattomuus on tiedostettu ja hyväksytty.”

Arkihavaintojeni perusteella päätän, että pro bono -projektit ovat yleisiä visuaalisen suunnittelun alalla, niin uransa aloittelevien suunnittelijoiden kuin ammattilaistenkin keskuudessa. Esimerkiksi Vuoden huiput -kilpailun vuoden 2016 jokeri-sarjan aiheena oli pro bono -työt (Grafia ry n.d. a). Koska minulla on myös omakohtaista kokemusta pro bono -suunnittelusta, halusin lähteä kartoittamaan muidenkin suunnittelijoiden kokemuksia aiheesta.

3.2 Ammatilaiset auttamassa

Miksi yritykset lahjoittavat resurssejaan hyväntekeväisyyteen? Muun muassa tätä viestinnän alalla toimiva Sari Kuvaja on pohtinut teoksessaan *Hyvä raha: Ihmiset ja yhteisöt maailmaa parantamassa*. Yritysten tarve pohtia yhteiskunnallista rooliaan johtuu Kuvajan näkemyksen mukaan maapallon tämänhetkisestä tilasta: köyhyydestä, ilmastonmuutoksesta sekä muista ympäristöongelmista (Kuvaja 2010, 112).

Kuvaja on haastatellut teostaan varten muun muassa liike-elämän edustajia. Eräs haastatelluista, Cargotec Oyj:n hallituksen puheenjohtaja Ilkka Herlin, näkee hyväntekeväisyyden tuovan elämään mielekkyyttä. Vaikka tekojen lopullisesta hyödystä ei Herlinin mukaan voi saada takuuta, riski on ottamisen arvoinen. Hän näkee etuoikeutetun asemansa myös velvoittavan. (Kuvaja 2010, 101–102.)

Millainen auttaminen on arvokasta? Vaihtoehto rahan lahjoittamiselle on vapaaehtoistyö. Suomen Punaisen Ristin silloinen varainhankinnanpäällikkö Tuula

Colliander kertoo vuonna 2010 toteutetussa haastattelussa ajan antamisen olevan taantuman aikana helpompaa kuin rahan (Kuvaja 2010, 40). Kuvaja huomauttaa, että mitä arvokkaampi jokin asia auttajalle on, sitä ihailtavampana sen lahjoittaminen näyttäytyy (mt. 94). Näin ollen varakkaan henkilön työpanos näyttäytyy arvokkaampana auttamisen muotona kuin rahan antaminen (mt. 48). Yritysten auttamiskeinoina Kuvaja nostaa esiin muun muassa pro bono -työt sekä työntekijöille annetut mahdollisuudet osallistua työajallaan esimerkiksi järjestöjen lipaskeräystyöhön (mt. 136).

Kulttuurituottaja Mika Hartikainen ehdottaa Humanistisen ammattikorkeakoulun julkaisemassa artikkelissaan, että työyhteisöt voisivat toteuttaa henkilöstön virkistystoimintaa perinteisten liikunta- tai kulttuuripalveluiden sijaan vapaaehtoistyön parissa. Hartikaisen näkemyksen mukaan vapaaehtoistyötä ei tule nähdä vaatimuksena vaan mahdollisuutena. Vaihtoehtoinen virkistyspäivä madaltaisi kynnystä osallistua vastaavaan toimintaan myös jatkossa. (Hartikainen 2012, 30.)

Kuvaja muistuttaa, ettei pelkkä rahan lahjoittaminen tee yrityksestä vastuullista toimijaa, vaan vastuullisuuden mittarina on ennen kaikkea liikeidea ja toimintatavat (Kuvaja 2010, 137). Teoksessa *Hyvä raha* nostetaan myös esiin, ettei yritysten yhteiskunnallinen aktiivisuus ole täysin ongelmaton. Kuvaja viittaa tekstissään filosofian tutkijoina toimivien Jukka Mäkisen ja Petri Räsäsen kannanottoon, jossa muistutetaan, ettei yritysten toiminta välttämättä vastaa kansalaisten arvomaailmaa. Palveluiden yksityistäminen ei Mäkisen ja Räsäsen mukaan tätä välttämättä palvele. (Kuvaja 2010, 111.)

Sama kyseenalaistava asenne yksityisiä palveluntarjoajia kohtaan näkyy myös Helsingin Sanomien maaliskuussa 2019 teettämässä mielipidetiedustelussa. Sen mukaan 40 % suomalaisista vähentäisi yksityisten yritysten osuutta julkisessa sosiaali- ja terveyshuollossa tämänhetkisestä. Epäilemättä kyselyn tulokseen on vaikuttanut ajankohtainen uutisointi yksityisen vanhustenhuollon parissa ilmenneistä ongelmista, jotka ovat olleet runsaasti näkyvillä alkuvuodesta 2019. (Raeste 2019.)

Kuvaja huomauttaa, että yritykset käyttävät huomattavaa valtaa myös liike-elämän ulkopuolella, joten se, millaisen roolin he mieltävät itsellään olevan, on merkittävää. Kuvaja haastaa yrityksiä olemaan avoimia yhteiskunnallisten tavoitteiden ja vaikuttamisen motiivien suhteen. (Kuvaja 2010, 110.) Luennoissaan vastuullisesta yritystoiminnasta Kuvaja on käynyt keskusteluja motiivien merkityksestä. Osa keskusteluun osallistuneista ei pidä vastuulliseen toimintaan johtaneita syitä

tärkeänä, vaan tärkeämpää on tehdyn työn tehokkuus. Toiset taas pitävät sisäisiä motivaatiotekijöitä ulkoisia syitä kestävämpinä, etenkin ulkoisten olosuhteiden muuttuessa. (mt. 137–138.)

Kuvaja muistuttaa myös, että mikäli yritys haluaa olla vastuullisuustyössään uskottava, tulee sen tehdä työtä pitkäjänteisesti. Myös kansalaisjärjestöt hyötyvät pitkäaikaisista yhteistyösopimuksista. (Kuvaja 2010, 130, 138.)

3.3 Visuaalisen viestinnän tekijät osana yhteiskuntavastuullista toimintaa

Yritysten yhteiskuntavastuu on tema, joka on noussut keskeiseksi puheenaiheeksi 2010-luvun työelämässä. Kuluttajaliiton verkkosivuilla todetaan, että aiemmin usein vapaaehtoisuuteen pohjautuneet vastuullisuuskysymykset ovat nykyään seikkoja, joihin kaikenkokoisten yritysten odotetaan kiinnittävän huomiota enenevässä määrin (Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry n.d.). Oikeustieteen tohtori Kari Lautjärvi nostaa Helsingin Sanomien Vieraskynä-palstalla julkaisutussa mielipidekirjoituksessaan esiin, että yritysten toteuttama yhteiskuntavastuu kannattaa pidemmällä aikavälillä myös rahallisesti (Lautjärvi 2019).

Myös visuaalisen viestinnän alalla asia on kovasti esillä. Luova johtaja Risto Etelämäki (2019) toteaa blogikirjoituksessaan, että yhteiskunnallinen vaikuttaminen on keskeinen osa nykypäivän markkinointia ja sitä voidaan jopa vastuulliselta toimijalta myös odottaa. Lisäksi Etelämäki toteaa edustamansa organisaation vastuullisuusohjelmaa kuvaillessaan, että siihen osallistuvien tekijöiden tulisi mieltää edistettävien asioiden vastaavan omia arvojaan.

Markkinointialan pro bono -työt voivat olla esimerkiksi kummilehtiä kansainvälisille markkinoille, kohdennettuja videomainoksia tai osallistumista huippukouksen organisointiin. Töillä voidaan edistää esimerkiksi sukupuolivähemmistöjen oikeuksia, viestiä Itämeren tilasta ja tehdä näkyväksi syrjäytymisvaarassa olevien nuorten tai Suomeen pakolaisina tulleiden tarinoita. (Grafia ry n.d. b; Grafia ry n.d. c; Markkinointi ja mainonta 2014; Miltton 2019; Tattari 2014.)

SOS-LAPSIKYLÄN varainhankintapäällikkö Kei Heikkilä huomauttaa, että tehdesään pro bono -yhteistyötä markkinoinnin ammattilaisten kanssa avustusjärjestö pystyy keskittämään resurssinsa ydintoimintaansa. Pro bono -yhteistyö voi edesauttaa esimerkiksi viestinnän kansainvälistymistä. (Markkinointi ja mainonta 2014.)

4

POIMINTOJA TYÖELÄMÄÄN LIITETTÄVÄSTÄ MIELEKKYYDESTÄ JA MERKITYKSELLISYYDESTÄ

Henkilökohtaisesti työ ei merkitse minulle pelkkää toimeentuloa, vaan se on yksi tapa määritellä identiteettiäni. Parhaimmillaan työ saa minut innostumaan, kokeilemaan, kehittymään ja iloitsemaan yhteistyöstä. Työn merkittävän roolin vuoksi koen työn mielekkyyden keskeiseksi osaksi omaa hyvinvointiani. On myös esitetty, että arvojen vastainen toiminta saa ihmisen voimaan pahoin (Sabanadesan 2019).

Seuraavissa alaluvuissa esittelen työelämän mielekkyyteen ja merkityksellisyyteen liittyviä seikkoja. Avaan ensin luvussa 4.1 aiheeseen liittyviä käsitteitä, jonka jälkeen luvussa 4.2 pohdin, mitä hyötyä mielekkääksi koetusta työstä on – vai onko ensinkään. Tämän jälkeen esittelen luvussa 4.3 sellaisia mielekkääksi koetun työn piirteitä, jotka ovat olennaisia tutkimuskysymykseen vastaamisen kannalta. Olen rajannut käsittelyn ulkopuolelle useita sellaisia seikkoja, joita monesti sisällytetään mielekkääksi koettuun työhön, esimerkiksi työyhteisön positiivisen ilmapiirin (Aaltonen, Ahonen & Pajunen 2015, 85). Luvussa 4.4 laajennan katsontakantaa visuaalisesta viestinnästä myös muille luoville aloille.

On myös huomionarvoista, että aina merkityksellinen ja mielekäs työ eivät kulje käsi kädessä. Tästä esimerkkinä on vastikään uutisoitu tapaus ihmisoikeusjärjestö Amnestyn kansainvälisen sihteeristön työilmapiiristä, jota on kuvailtu ”myrkylliseksi” ja jolla on saattanut olla vaikutusta jopa siihen, että jotkut järjestön työntekijät ovat ajautuneet itsemurhaan (STT 2019).

4.1 Mitä työn mielekkyyteen liittyvillä käsitteillä voidaan tarkoittaa?

Työn tuoma hyvinvointi ei aina ole ollut itsestäänselvyys, vaan se on ajatuksena suhteellisen uusi (Pietikäinen 2011, 17). Tutkija Liisa Moilanen toteaa, ettei ole olemassa ”yleisesti hyväksyttyä ja yhdistävää teoriaa työn mielekkyydestä, työtyytyväisyydestä tai työmotivaatiosta”. Ihmisten oma arvio työhön liittyvistä myönteisistä tunteista on kuitenkin useimmiten keskeinen tapa lähestyä aihetta. Kokemus työn mielekkyydestä ilmenee innostumisena, työhön uppoutumisena sekä aikaansaamisen tunteena. (Moilanen 2010, 24.)

Moilanen esittää, että työtyytyväisyys terminä käsittää yksilö- ja organisaatiotason ilmiöt, joita ovat esimerkiksi tekijän omat mielenkiinnon kohteet, työn vaihtelevuus ja itsenäisyys, palkkaus, työnjohdolliset seikat sekä organisaatiossa vallitseva ilmapiiri. Kokemus työn tekemisen mielekkyydestä ja työn arvostuksesta taas linkittyvät Moilasan mukaan yhteiskunnallisiin tekijöihin eli esimerkiksi työttömyysasteeseen ja yhteiskunnan taloudellisiin näkymiin. Moilanen viittaa vuonna 1997 julkaistuun työtyytyväisyyskyselyyn, jossa ilmeni korkeaa tyytyväisyyttä. Hän kuitenkin muistuttaa, että työtyytyväisyys taloudellisesti epävakana ajanjaksona ”voi olla laadullisesti eri asia kuin nousukauden aikana”. (Moilanen 2010, 24–25.)

Työhönsä palavahenkisesti suhtautuvaa henkilöä, joka ”tuntee työnsä mielekkääksi ja tärkeäksi, tuntee pystyvänsä ilmaisemaan itseään työssään kokonaisvaltaisesti ja tuntee yhteenkuuluvuutta työtovereidensa kanssa”, voi kutsua myös henkilöksi, jolla on korkea työinto. Työinnon avulla ihminen saa energiaa ja motivoituu tavoittelemaan päämääräänsä. Kasvatustieteen tohtori Eija Leiviskä esittää energisten työntekijöiden olevan auttavaisia ja yhteistyökykyisiä. (Leiviskä 2011, 39–41.)

Ei ole olemassa vain yhtä tapaa arvioida työn merkityksellisyyttä. Leiviskä muistuttaa olosuhteiden vaikuttavan siihen, mitkä asiat työssä koetaan merkityksellisiksi. Esimerkiksi eri kulttuureissa ja sosiaaliluokissa työn merkitys nähdään eri tavoilla. (Leiviskä 2011, 18.) Suomalaisessa työelämässä itsensä toteuttaminen on arvona saamassa yhä enemmän kannatusta (Virtanen 2010, 14). Työn merkityksellisyys on jokaisen yksilön henkilökohtainen kokemus, ja muiden on mahdollista määritellä asiaa ulkopuolelta käsin (Leiviskä 2011, 18).

Aihetta on tarpeellista käsitellä, koska työ on merkittävä osa ihmisen elämää.

Eija Leiviskä (2011, 12) esittää, että pyrkiessään yhdistämään työ- ja muun elämän ehyeksi kokonaisuudeksi ihminen on kiinnostunut myös työelämän merkityksellisyydestä. Leiviskän mukaan merkityksellinen työ on ihmiselle oletusarvo (mt. 18). On myös esitetty, että mikäli työ- ja muun elämän välinen suhde on epäsoinnussa, se voi johtaa esimerkiksi työuupumukseen. Elämäkulun ja työelämän yhteyttä tutkineen professori Katariina Salmela-Aron mukaan elämän eri taitekohdat tulisikin ottaa paremmin huomioon työn organisoinnissa. (Riikonen 2019.)

4.2 Mielekkääksi koetun työn tarpeellisuudesta ja tarpeettomuudesta

Mitä hyötyä työn mielekkyydestä on? Kasvatustieteen professori Satu Uusiautti on tutkinut menestystä yli viidentoista vuoden ajan ja havainnut, että eri aloilla

työssään menestyviä yhdistää työn imu. Jo pro gradu -tutkielmaansa tehdessään Uusiautti teki havainnon, että uuden tekniikan omaksumista edesauttoi työntekijän myönteinen suhtautuminen omaan työhönsä. Se, että työntekijä kokee työnsä mielekkääksi, edesauttaa siis myös työssä menestymistä. (Hallamaa 2019.) Myös psykologi Pekka Järvinen (2018, 198) esittää, että myönteisessä ympäristössä työntekijät todennäköisemmin auttavat muita ja ovat sitoutuneempia työhönsä. Tästä voi tehdä johtopäätöksen, että työstään innostunut työntekijä palvelee lisäksi työnantajansa etua.

Liisa Moilanen esittää, että eläkkeelle hakeutumisen ja työn mielekkyyden kokemisen välillä on mahdollinen yhteys. Mikäli työelämää ei koeta mielekkääksi, sen voi havaita muun muassa työkyvyn ja tuottavuuden heikentymisenä. (Moilanen 2010, 27.) Myös akavalaisilla vuonna 2010 toteutetussa kyselyssä (n=2 424) ilmeni, että mielekäs työ lisää halua pidentää työuraa ja lykätä eläkkeelle siirtymistä. Analyysi keskittyi 45–59-vuotiaisiin vastaajiin, joita oli 1 262. (Heinonen, Hytti, Kautonen & Bögenhold 2011, 138.)

Neurologi G. E. Vaillant, joka on tutkinut kielteisten ja myönteisten tunteiden suhdetta evoluutioon, katsoo oppimisen edellyttävän positiivisia tunteita. Kielteiset tunteet voidaan nähdä tarpeellisena silloin, kun hetkelliseen, haastavaan tilanteeseen kaivataan ratkaisua. Tapio Aaltosen, Pirjo Ahosen ja Heikki Pajusen teoksessa *Merkityksen kokemus* esitetäänkin, että työntekijöitä ei pitäisi yllyttää parempiin työsuorituksiin vaatimuksilla tai pelotteluilla. (Aaltonen ym. 2015, 87–88.)

On kuitenkin myös esitetty, ettei tyytyväisyys itsessään takaa hyvää työsuoritusta (Vartiainen & Nurmela 2005, 195). Lisäksi Pekka Järvinen muistuttaa, että jatkuva innoissaan oleminen on raskasta eikä sitä voi keneltäkään edellyttää. Vaikka esimiehillä on roolinsa henkilöstön motivoinnissa, Järvinen huomauttaa, ettei alaisia tule paapoa eikä kaikkia haasteita tule pakolla kääntää positiivisiksi. Järvinen ehdottaakin, että vallitseviin olosuhteisiin suhtauduttaisiin asia- eikä korostuneen tunnepohjaisesti. (Järvinen 2018, 199.) Aihe herättää kiinnostusta laajemmaltikin: filosofi Frank Martela kutsuu Helsingin Sanomissa julkaistussa kolumnissaan negatiivisten tunteiden tukahduttamista toksiseksi positiivisuudeksi (Martela 2019).

4.3 Mielekkääksi koetun työn piirteitä

Matti Vartiainen ja Kirsi Nurmela kertovat työelämän motivaatiota käsittelevässä artikkelissaan E. Decin, R. Ryanin ja R. Koestnerin kehittämästä motivaation

kognitiivisesta arviointiteoriasta, jonka mukaan tunne itsenäisestä asemasta ja pätevydestä lisää tekijän sisäistä motivaatiota (Vartiainen & Nurmela 2005, 196). Amerikkalainen Deci kritisoi behaviorismia, joka perustuu ajatukseen ihmisen motivoitumisesta ulkoisten palkintojen toivossa. Deci kehittikin käsitteen sisäsyntyisestä motivaatiosta. Sisäisellä motivaatiolla tarkoitetaan, että asia itsessään on palkitseva, ja se kannattaa sen vuoksi tehdä. (Nurmi & Salmela-Aro 2005, 16.)

Autonomia käsitteenä toistuu muuallakin lähdekirjallisuudessani. Liisa Moilanen esittää artikkelissaan, että jos työntekijällä on mahdollisuus vaikuttaa esimerkiksi työtahtiin ja -määrään, on se kytköksissä siihen, kuinka mielekkäiksi työn ehdot koetaan ja kuinka kuormittuneeksi työntekijä itsensä tuntee. Moilanen ehdottaa, että mahdollisuus vaikuttaa työtahtiin olisi yksi keino vaikuttaa esimerkiksi työuuden pidentämiseen. (Moilanen 2010, 46.)

Eija Leiviskä puhuu teoksessaan *Työ täynnä elämää: työn merkityksellisyyden seitsemän lähdeettä* työn henkisydestä. Termillä hän ei niinkään tarkoita uskonnollisuuden vahvistamista, vaan sitä, että henkisesti työhönsä sitoutunut työntekijä kokee työssään voimakasta hyvinvoinnin tunnetta ja uskoo työnsä merkityksellisyyteen. Leiviskän mukaan tähän voidaan pyrkiä esimerkiksi hyödyttämällä niin itseä kuin muitakin ja osoittamalla ymmärrystä. (Leiviskä 2011, 31–32.) Leiviskä uskoo työn henkisyuden kasvattavan muun muassa kunnioitusta, arvostusta ja motivaatiota sekä tuovan harmoniaa työroolin ja arvojen välille (mt. 35).

Työssä saavutettua virtaavaa kokemusta kutsutaan flow-tilaksi. Flow on tunnetta omasta osaamisesta ja onnistumisesta. Flow edellyttää haasteita, jotka on mahdollista selvittää, mutta ne eivät saa tuntua ylitsepääsemättömiltä. Sosiaalipsykologi Mihály Csikszentmihályi, joka toi termin julkisuuteen, pitää flow-kokemusta koukuttavampana kuin päihteiden aiheuttamaa tilaa. (Aaltonen ym. 2015, 99–100.)

Kehittyäkseen työssään ihmisen tulee tarkastella omia toimintatapojaan, ja niiden tiedostamisessa toisilta ihmisiltä tullut palaute näyttölee suurta roolia. Ulkopuolelta tullut aito tuki ja kannustus vahvistaa niin kutsuttua minäpystyvyyttä eli itseluottamusta. Muiden rohkaisu saa ihmisen uskomaan omiin kykyihinsä ja tavoittelemaan onnistunutta lopputulosta. Tätä tarvitaan esimerkiksi pulmallisissa tehtävissä ja tilanteissa. (Leiviskä 2011, 53–54.) Palautteen ja etenkin kiitoksen puute taas voidaan nähdä työn merkityksellisyyttä vähentävänä tekijänä (Aaltonen ym. 2015, 83).

Innostunutta uuteen tarttumista voidaan kutsua tohkeisuudeksi, joka on yhteiskuntapolitiikan professori Eeva Jokisen esille nostama käsite. Tohkeisuus voi

synnyttää uusia avauksia ja keksintöjä. (Nykänen 2015.) Tohkeisessa ideointivaiheessa voi syntyä niin tarpeellisia kuin tarpeettomiakin ajatuksia, mikä on luonnollista luovalle prosessille. Tärkeää on, ettei turhan varhaisessa vaiheessa annettu kritiikki pääse sammuttamaan uusia oivalluksia ennen kuin niitä on päästy jatkojalostamaan. (Aaltonen ym. 2015, 101–102.)

4.4 Ajatuksia aiheesta muiden luovien tekijöiden parissa

Mielekkääksi koetun työn käsittely on läsnä myös muilla luovilla aloilla. Vilja Pursiaisen Tampereen yliopistossa toteutettu pro gradu -tutkielma vuodelta 2015 käsittelee pienmediajournalistien työtä. Pursiainen on haastatellut neljää pienmedian edustajaa, jotka ovat alkaneet tehdä omaehtoista journalismia. Pursiaisen tutkimuksessa korostuu haastateltujen journalistien halu tehdä merkityksellistä työtä. (Pursiainen 2015.)

Pursiaisen mukaan journalistien perinteiset työmuodot eli freelancerina toimiminen ja mediatalon palkkalistoilla oleminen ovat saaneet rinnalleen vaihtoehdon työskennellä itsenäisessä pienmediassa. Julkaisut toteutetaan pienessä, samanhenkisessä joukossa, ja niiden pyrkimys on olla innovatiivisia ja journalistisesti kiinnostavia, mutta harvoin merkittävää taloudellista voittoa tavoittelevia. (Pursiainen 2015, 2.)

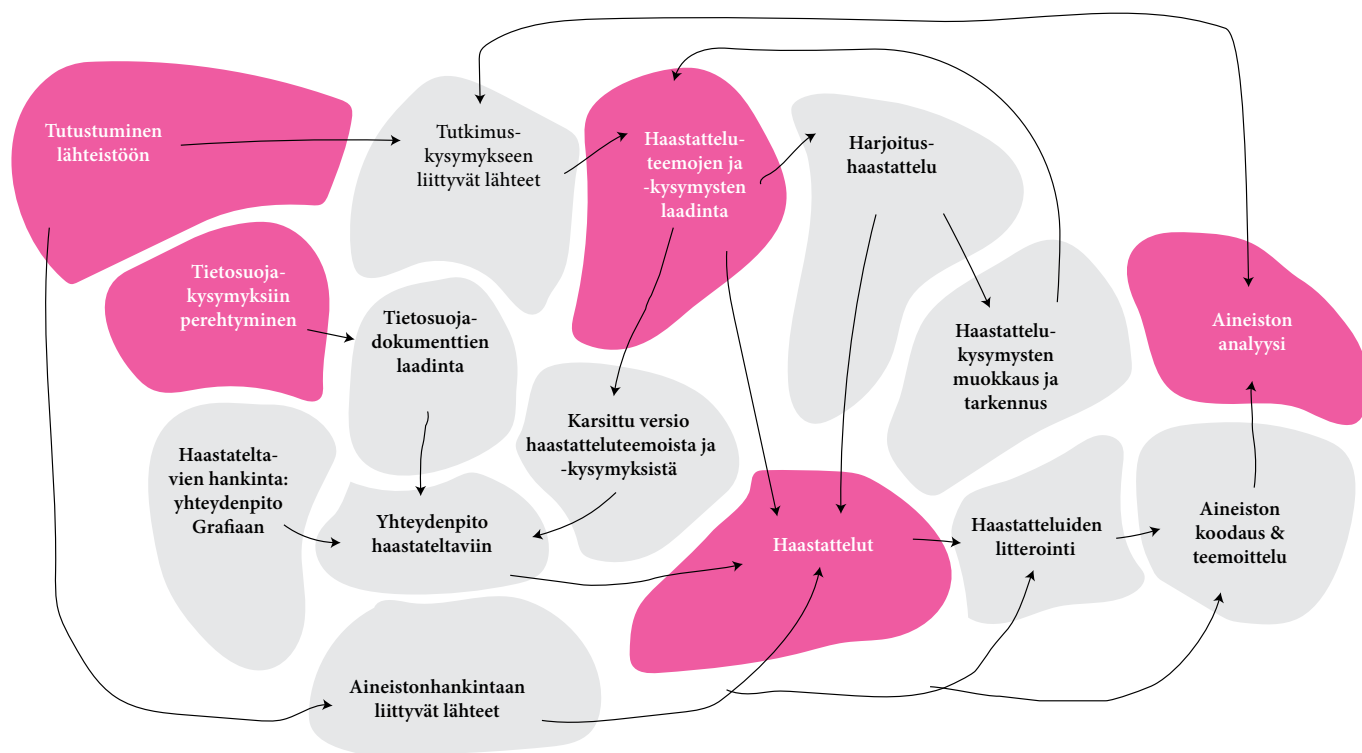
Samaa sisältölähtöistä henkeä on aistittavissa myös Aalto-yliopiston apulaisprofessori Arja Karhumaan kommentissa Grafia-lehden haastattelussa. Karhumaa kertoo, että hänen edustamansa yliopiston Visual Communication Design -kandiohjelmassa muotoilijan työ pyritään käsittämään ns. praktiikkana. Muotoilijan tulisi työskennellä ”jatkuvasti tärkeäksi näkemiensä ongelmien parissa, olipa hänellä toimeksiantoa tai ei”. (Ojala 2019.)

Pursiaisen mukaan haastatellut vaikuttivat suhtautuvan työhönsä intohimoisesti ja velvollisuudentuntoisesti. Heille journalismi on itseisarvo. Lisäksi haastatelluissa toistui, että haastateltavien kollegat olivat lähteneet mielellään pienmediatyöhön mukaan. Mainittavaa myös on, että Pursiaisen haastatellut eivät tunteneet vapautta ratkaisevaksi osaksi työtään pienmedian parissa. Mediakonserneissa aiemmin työskennelleet kokivat aikaisemman työnsä olleen melko vapaata ja Pursiaisen pohdinnan mukaan myös itsenäisenä tekijänä joutuu miettimään esimerkiksi kohdeyleisöään. (Pursiainen 2015, 49, 56–63.)

5

TUTKIELMAN AINEISTONKERUU JA -KÄSITTELY

Tässä luvussa sanoitan opinnäytetyöprosessiin liittyneitä työvaiheita. Aineiston keruu ja käsittely olivat merkittävä osa oppimiskokemusta, ja toivon prosessikuvausten antavan myös lukijalle mahdollisuuden uuden tiedon omaksumiseen.



KUVIO 1 Aineiston keruuseen ja käsittelyyn liittyvien työvaiheiden keskinäinen suhde.

Kuvio 1 havainnollistaa aineiston keruuseen ja käsittelyyn liittyvien työvaiheiden keskinäistä suhdetta. Kuten kuviosta on nähtävissä, eri työvaiheet ovat olleet vahvasti kytköksissä toisiinsa. Toiminnot, joita olen pitänyt prosessin keskeisinä osina, olen korostanut kuviossa punaisella värillä.

Luvussa 5.1 esittelen valitsemaani aineistonkeruumenetelmää ja pohdin myös lyhyesti, miten muuten aineistonkeruun olisi voinut toteuttaa. Erittelen aineistonkeruuta edeltävää työtä luvussa 5.2. Luvussa 5.3 paneudun itse haastattelutilanteisiin sekä niitä seuranneeseen aineiston purkuun ja käsittelyyn.

5.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu työn aineistonkeruumenetelmänä

Työssä käytetty aineisto perustuu neljän visuaalisen viestinnän suunnittelijan puolistrukturoituun teemahaastatteluun. Haastattelu on keskustelu, jonka tarkoitus on päätetty jo etukäteen (Hirsjärvi & Hurme 2011, 42). Valitsin aineistonkeruumenetelmäksi haastattelun, koska olin kiinnostunut tutustumaan suunnittelijoiden ajatuksiin pro bono -projekteista. Haastattelu sopii menetelmänä aineistonkeruuseen, kun halutaan selvittää ihmisten omia kokemuksia kyseisestä aihepiiristä (mt. 48).

On kuitenkin muistettava, että haastattelun avulla on mahdollista nähdä ainoastaan pieni osa toisen henkilön kokemuksista (Hirsjärvi & Hurme 2011, 41). Myös haastateltavan kyky ilmaista itseään sanallisesti sekä haastattelijan kyky ymmärtää kuulemaansa vaikuttavat aineiston keruun onnistumiseen (Latomaa 2008, 78–79). Haastattelijan pitääkin ”varautua kohtaamaan itselleen vierasta ja ainutkertaista” (Lehtomaa 2008, 171).

Haastattelut toteutettiin Sirkka Hirsjärven ja Helena Hurmeen teemahaastatteluksi nimeämän haastattelumenetelmän pohjalta. Hirsjärven ja Hurmeen mukaan tässä menetelmässä olennaisinta on, että haastattelu etenee ennen kaikkea nimetyn teeman, ei niinkään yksityiskohtaisten kysymysten mukaan (Hirsjärvi & Hurme 2011, 48).

Mielestäni yksilöhaastattelu sopi tutkielmaan paremmin kuin ryhmähaastattelu. En nähnyt erityistä syytä kartoittaa juuri jonkin tietyn ryhmän kollektiivisia muistoja, vaan minua kiinnostivat nimenomaan yksilöiden mielipiteet.

Myös huolellisesti toteutettu kysely olisi voinut sopia aineistonkeruumenetelmäksi. Esimerkiksi samaa aihealuetta pro gradu -työssään käsitellyt Suvi Tikka keräsi aineistoa verkkohaastattelun avulla perustellen sitä muun muassa tehokkaalla ajankäytöllä (Tikka 2010, 23). Sähköinen haastattelu ei ole sidoksissa aikaan ja paikkaan, ja vastaaja voi muokata vastauksiaan oman mielensä mukaan.

5.2 Valmistautuminen aineistonkeruuseen

Yleinen tietosuoja-asetus astui voimaan kaikissa EU-maissa toukokuussa 2018. Asetuksesta käytetään yleisesti lyhennettä GDPR, joka muodostuu sanoista *General Data Protection Regulation*. Lainsäädännön tavoitteisiin kuuluu henkilötietojen suojan ja tietosuojaoikeuksien parantaminen. Henkilöllä on oikeus tietää,

mihin tarkoitukseen hänestä kerättyjä henkilötietoja käytetään. (Tietosuojavaltuutetun toimisto n.d.)

Koska halusin tutkielmani noudattavan hyvää tieteellistä käytäntöä, minun tuli huomioda muutamia tietosuojaan liittyviä asioita aineistonkeruussa (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto n.d.). Selvitin, millä tavalla minun tulee tutkittavia informoida ennen haastatteluiden tekemistä, ja miten kerättyä tietoa tulee käsitellä. Laadin haastateltavieni luettavaksi dokumentin, josta ilmeni muun muassa tutkielmani aihe, aineistonkeruun toteutustapa ja aineiston käyttötarkoitus. Lisäksi pyysin kaikilta haastateltaviltani kirjallisen suostumuksen heidän tietojensa käsittelyyn ja haastatteluaineiston käyttöön. Yksinkertaistetut mallinnokset haastateltaville toimitetuista dokumenteista löytyvät liitteestä 1. Metropolian tietosuojavastaava vahvisti, että henkilötietojen käsittelyyn liittyvät seikat oli tässä vaiheessa työtä hoidettu asianmukaisesti.

Haastateltavat eivät esiinny tässä tutkielmassa omalla nimellään, koska halusin, että kynnys osallistumiseen olisi matala. Halusin myös, että haastateltavat voisivat puhua kokemuksistaan rehellisesti. En voi silti tietää, kuinka paljon haastatteluisia jätettiin kertomatta. Lisäksi, kuten luvussa 5.1 mainittiin, tutkimukseen osallistuva ei aina välttämättä osaa sanoittaa kokemustaan täsmällisesti eikä tutkija ymmärtää kokemusta (Latomaa 2008, 78–79). Vaikka toimin haastateltavieni kanssa samalla toimialalla, kokemusmaailmamme eroavat toisistaan. Myös tutkijan kirjalliset kyvyt vaikuttavat tutkimuksen toteutukseen (Latomaa 2008, 79).

Haastateltavien hankinta tapahtui Grafia ry:n jäsenille suunnatussa, suljetussa Facebook-ryhmässä sekä saman järjestön viikoittaisen uutiskirjeen avulla. Laadin molempiin kanaviin ilmoitukset, joissa kerroin työn alla olevasta tutkielmasta ja pyysin pro bono -töitä tehneitä suunnittelijoita olemaan minuun sähköpostitse yhteydessä, mikäli he halusivat puhua aiheesta. Kuvakaappaukset julkaistuista ilmoituksista ovat nähtävillä liitteessä 2. Sovin lopulta neljästä haastattelusta minulle entuudestaan tuntemattomien suunnittelijoiden kanssa.

Valmistauduin haastatteluihin tekemällä itselleni haastattelurunon, jonka järjestelin eri teemojen mukaan. Poikkesin aiemmin luvussa 5.1 mainitusta ohjeesta kirjoittamalla valmiita kysymyslauseita, joita käytin apuna haastatteluisissa. Kysymyksenasetteluissa käytin samoja lähteitä kuin tämän tutkielman luvuissa 3–4.

Kysymysrunon lisäksi toteutin riisutun version dokumentista, jonka toimitin haastatelluille ennen haastattelutilanteita. Tässä pelkistetyssä dokumentissa

oli esitelty haastattelussa läpikäytävät teemat sekä muutamia esimerkkikysymyslauseita, ja sen tarkoituksena oli auttaa haastateltavia valmistautumaan haastatteluihin heidän niin halutessaan. Haastatelluille toimitettu teema- ja kysymysdokumentti on luettavissa liitteessä 3.

5.3 Haastattelutilanteet, niiden purku ja käsittely

Ennen varsinaisia haastatteluja tein yhden harjoitushaastattelun ennalta tuntemani suunnittelijan kanssa. Käytin harjoitushaastattelun työvälineenä luvussa 5.2 mainittua haastattelurunkoa, mutta huomasin joidenkin kysymysteni kulkevan melko abstraktilla tasolla, kuten: ”Mikä tuo työhösi iloa ja tyydytystä?” Harjoituksen seurauksena muokkasinkin joitakin kysymyksiäni konkreettisemmiksi.

Kuten luvussa 5.1 mainittiin, haastattelu on keskustelu, jolle voidaan määritellä ennalta jokin tarkoitus (Hirsjärvi & Hurme 2011, 42). Tässä tapauksessa minua ohjasivat ennakkoon asetetut aihepiirit, joihin halusin saada vastaukset. Teemahaastattelu antoi haastateltaville kuitenkin mahdollisuuden kertoa aiheesta omin sanoin niin halutessaan. Myös haastattelijan työtä helpottaa, ettei kaikilta haastateltavilta ole pakko kysyä samoja kysymyksiä. Lisäksi on hyvä huomata, että mikäli näin tekee, ihmiset voivat käsittää saman kysymyksen eri tavoin. Haastattelussa aineistonkeruumenetelmänä onkin se etu, että kysymykset pääsee esittämään reaaliajassa ja vastauksiin voi reagoida, esittää tarkentavia kysymyksiä tai muotoilla kysymyksensä toisin. Haastattelussa myös haastateltava voi pyytää tarkennusta haastattelijalta.

Haastattelussa kiinnostavimmat huomioid saattoivat ilmetä sivulauseessa alkupeiräisen kysymyksenasettelun sijaan. Jos menetelmänä olisi käytetty kyselyä, tutkimuskysymystä olisi nähdäkseni ollut haastavampi kehittää kyselyn laatimisen jälkeen. Mielestäni teemahaastattelussa tutkimuskysymystä on luontevaa muokata syntyneen aineiston mukana.

Haastattelun tarkoituksena ei ole, että haastateltava pitäisi haastattelijasta tai että hänelle jäisi haastattelusta hyvä mieli. Oletan kuitenkin, että mikäli haastattelutilanne on ollut haastateltavasta miellyttävä, se edesauttaa kokemusten jakamista. Latomaa (2008, 79) muistuttaakin, että tutkimuksen onnistumisen ehtona on tutkittavan kevyt positiivinen tunteensiirto tutkijaa kohtaan.

Haastattelujen jälkeen kirjoitin äänitteistä tekstitiedostot. Tutkielmani luonteeseen nojaten minun ei ollut tarvetta toteuttaa keskusteluanalyysiä, joten tämän

vuoksi en litteroinut haastatteluista sanasanaisesti. Jätin litteroimatta täytesanoja ja sellaisia osia haastatteluista, joilla ei ollut edes etäistä yhteyttä tutkielmani aiheeseen. Joitakin katkenneita sanoja tai virkkeitä yhdistin helpommin luettavaan muotoon. Kuviteltu esimerkki tällaisesta olisi voinut olla puheessa ilmennyt *Öö mmm sit mä lä... Lähdin tuota opettamaa... Opiskelemaan Helsinkiin*, jonka olisin voinut litteroida muotoon *Sit mä lähdin opiskelemaan Helsinkiin*. Jotta haastateltavat eivät olisi tunnistettavissa suorista lainauksista, karsin jo litteroinneista sellaiset puheessa ilmenevät kielenpiirteet, jotka mahdollisesti paljastaisivat haastateltavan olevan kotoisin joltain tietyltä alueelta. Erityisiä litterointimerkkejä en käyttänyt.

Muutoin litteroinnit mukailivat toteutuneita haastatteluja, ja myöhemmissä työvaiheissa niiden tarkkuus osoittautuikin tarpeisiini sopiviksi. Detaljien havaitseminen ja asiayhteyksien tunnistaminen tekstimuotoisesta aineistosta oli paikoitellen helpompaa kuin kuunneltuna.

Haastattelujen purkamisen jälkeen siirryin analyysivaiheeseen. En käyttänyt tässä valmista tekstianalyysiohjelmaa, vaan tein käsittelyn manuaalisesti. Mikäli aineistoa olisi ollut merkittävästi enemmän, otaksun, että minun olisi ollut tarpeen käyttää hyödykseni tietotekniikan suomia mahdollisuuksia. Tulostin haastattelut nelipalstaisina A3-kokoisille arkeille, jolloin yhdellä silmäyksellä oli helppo muodostaa kokonaisuuksia tekstimassasta.

Aineiston käsittelyssä hyödynsin koodausta, joka tarkoittaa aineistoon lisättyjä merkkejä. Koodausta voi tehdä esimerkiksi nostamalla esiin tekstimassasta tarkoituksenmukaisia kohtia alleviivauksin ja eri värejä käyttäen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Korostin aineistostani tutkimuskysymykseen liittyviä seikkoja tekemällä tulostettuihin arkkeihin eri värisiä merkintöjä.

Etsin aineistosta teemoja, jotka olivat oleellisia tutkimuskysymyksen kannalta. Teemoittelu analyysimenetelmänä tarkoittaa sitä, että aineistosta nostetaan esiin piirteitä, jotka toistuvat haastateltavien kesken (Hirsjärvi & Hurme 2011, 173). Kopioin haastattelujen ydinkohtia post-it-lapuille ja järjestelin kaikkien haastateltavien laput teemoittain. Koska haastattelut olivat rakentuneet osittain samojen kysymysten ympärille, vertailu oli verrattain helppoa.

Haptisen työvaiheen jälkeen siirryin työskentelemään jälleen tietokoneella. Post-it-lapuille kirjoitettujen avainsanojen löytäminen tiedostomuotoisista litteroinneista oli helppoa tekstinkäsittelyohjelman etsi-toiminnolla, mikä helpotti litterointien hyödyntämistä analyysivaiheessa.

6

TUTKIELMASSA KÄYTETYN AINEISTON
TEEMOITTELU JA ANALYYSI

Haastatteluiden tuloksena syntyi runsas ja kiinnostava aineisto. Seuraavissa alaluvuissa esittelen sellaisia aineistosta nousseita seikkoja, jotka pyrkivät vastaamaan tutkimuskysymykseen: millaisia mielekkääksi koetun työn piirteitä visuaalisen suunnittelun pro bono -töissä ilmenee? Tutkielman ulkopuolelle on rajattu esimerkiksi haastateltujen työhistoriaa koskevat seikat.

Luku 6.1 on aineistolähtöistä teemoittelua, luku 6.2 taas koostuu teoriasidonnaisen aineiston analyysistä. Nämä on eroteltu omiksi luvuikseen, koska aineistosta nousseet teemat ovat laajempia kuin analyysissä käsitelty aineisto. Analyysin tulokset ovat kuitenkin ymmärrettävämpiä, kun ne esitetään laajemmassa kontekstissa. Kuviossa 2 havainnollistetaan, miltä osin lukujen 6.1 ja 6.2 aiheet limittyvät toisiinsa.



KUVIO 2 Aineistosta esiin nousseet teemat ja mielekkääksi koetun työn piirteet.

Olen pyrkinyt aineiston käsittelyssä huolellisuuteen, mutta toimiessani itse oleellisenä osana aineistonkeruuprosessia (ks. luku 5.1), väärinymmärtämisen mahdollisuus on ollut olemassa. Sensitiivisyys haastateltaviani kohtaan on toiminut tutkielmani työstämisprosessin kivijalkana.

6.1 Aineistosta esiin nousseet teemat

Esittelen seuraavissa alaluvuissa haastatteluissa esiin nousseita teemoja sen mukaan, mikä on tutkimuskysymyksen selvittämisen kannalta tarpeellista. Osassa haastatelluille esitetyistä kysymyksistä ei tätä funktiota ollut, vaan esitin ne, jotta haastateltavat pääsisivät orientoitumaan oman työuransa ja arvojensa pohtimiseen. Lisäksi haastatteluissa nousi esiin useita sellaisiakin mielenkiintoisia kokemuksia ja näkökulmia, jotka on pitänyt rajata tutkielman ulkopuolelle.

Olen koodannut eri haastattelut käyttäen haastateltavista nimimerkkejä Korhonen, Mäkelä, Nieminen ja Virtanen. Nimimerkit ovat yleisimpiä suomalaisia sukunimiä (Väestörekisterikeskus 2019). Yksikään näistä nimimerkkinä käyttämistäni nimistä ei ole yhdenkään haastateltavan tosiasiallinen sukunimi.

Haastateltavien työkokemus vaihteli muutamasta vuodesta yli kahteenkymmeneen vuoteen. Jokaisella heistä oli joko alempi tai ylempi korkeakoulututkinto visuaaliselta alalta. Haastatteluhetkellä he toimivat palkansaaajana mainosalalla, freelancerina tai yrittäjänä omassa pienyrityksessään. Kuten luvussa 2.1 todettiin, visuaalisen viestinnän alan yritykset ovat tyypillisesti pieniä, ja suunnittelijat korkeasti koulutettuja (Grafia ry 2018). Toki on otettava huomioon, että haastateltujen taustatietojen vastaavuus luvussa 2.1 sivutun toimialatutkimuksen vastauksiin on looginen myös sen vuoksi, että tutkielman haastattelukutsu lähetettiin saman yhdistyksen jäsenille (ks. luku 5.2), joka on julkaissut kyseessä olevan toimialatutkimuksen.

6.1.1 *Luomisen vapaus ja työn teon rentous*

Pro bono -töiden luova vapaus tuli esiin jokaisessa haastattelussa. Virtanen kuvailee toteutuneita pro bono -töitään enemmän kuvataiteeksi kuin puhtaaksi graafiseksi suunnitteluksi. Hänen mielestään graafista suunnittelua tehdessä projekteilla on yleensä tarkat määritteet, joiden mukaan työ tulee toteuttaa.

Korhonen kertoo suunnittelijana kokevansa työlle asetetut rajat miellyttäväksi ja tämän vuoksi kaupallisen alan sopivan hänelle. Hän pitää kiinnostavana sitä, että hänelle annetaan raamit, joiden sisällä voi tehdä luovaa suunnittelua ja ongelmanratkaisua. Korhonenkin tunnistaa, että pro bono -töissä on ”tietty laajennettu vapaus”, jolloin asiakas antaa suunnittelijalle vapaat kädet toteuttaa ideoitaan.

Myös Mäkelä puhuu suunnittelutyöhön liittyvistä ”hiekkalaatikon reunoista” eli asiakkaan kanssa määritellyistä toimintatavoista. Hänen mukaansa rajat

edesauttavat luottamuksen syntymistä, ja niiden määrittelyn jälkeen luova työ eli ”hiekan viskominen” voi käynnistyä.

Nieminen kertoo, että pro bono -toimeksiantajan ja suunnittelijan välinen luottamus johtaa siihen, että suunnittelijan on mahdollista tehdä työ omalla tyylillään ja jopa kokeilevalla otteella. Myös Virtanen on sitä mieltä, että pro bono -projektit ovat ”avoimempi kenttä kokeilla”.

Mäkelä pitää tärkeänä päästä tekemään projekteja, joissa ”ei ole rahan pakkoa”. Tällöin voi käydä luovutta ruokkivia keskusteluja. Lisäksi Mäkelä nostaa esiin, että pro bono -työt auttavat ylläpitämään suunnittelijan luovuutta sellaisissa tilanteissa, jolloin varsinaista palkallista suunnittelutyötä ei ole muutoin mahdollista tehdä, esimerkiksi työttömyysjakson aikana. Mäkelän haastattelusta syntyi vaikutelma, että pro bono -työskentely on ollut hänelle keino päästä hallitsemaan omaa työelämäänsä osallistumalla mielekkäisiin projekteihin.

Nieminen huomauttaa myös, että koska usein myös pro bono -asiakkaan edustajat ovat vapaaehtoistyöntekijöitä, on työtahti yleensä rennompia. Hänen mielestään myös yhteydenpito asiakkaan kanssa on epämuodollisempaa kuin muiden toimeksiantajien. Virtanenkin mainitsee, että pro bono -töissä asiansa voi esittää suoraan ja jopa tehdä vaatimuksia.

6.1.2 *Suunnittelijan kokema altruismi ja yhteiskuntavastuu*

Mäkelän haastattelussa korostui vahva auttamisen halu, joka on jopa tullut osaksi hänen omaa henkilöbrändiään liittyen niin pro bono- kuin muihinkin toimeksiantoihin. Hän haluaa saattaa näkyviksi sellaisia henkilöitä, jotka vaikuttavat lahjakkailta. Mäkelä otaksuu, että jollei hän pääsisi toteuttamaan auttamishaluaan, hän muuttuisi ennen pitkää kyyniseksi.

Korhonen pitää auttamista jopa itseisarvona ja hänen mielestään pro bono -töiden tekeminen on tapa kantaa suunnittelijana yhteiskuntavastuuta. Korhonen ei näe varsinaista työnkuvallista eroa pro bono- ja muiden töiden välillä, sillä suurin osa pro bono -projekteista on ”peruskauraa”, ja ne toteutetaan samanlaisella ammattitaidolla kuin muutkin projektit. Hän on kuitenkin sitä mieltä, että kaupallisten työtehtävien lisäksi omaa ammatillista osaamistaan olisi syytä lahjoittaa myös muille toimijoille.

Virtanen pitää pro bono -töitä ennen kaikkea palveluksina, eikä pidä niitä edes varsinaisiin töihin verrattavana asiana. Hänen mukaansa syyt tehdä visuaalista

suunnittelua pro bono -vertautuvat konkreettisiin hyvän tahdon eleisiin, kuten istumapaikan luovuttamiseen iäkkäälle matkustajalle joukkoliikennevälineessä tai avun tarjoamiseen ihmiselle, jolla on paljon kantamuksia käsissään.

6.1.3 *Työn tekemisen merkityksellisyys*

Nieminen tekee säännöllistä pro bono -suunnittelua tärkeäksi katsomalleen yhdistykselle. Pro bono -asiakkaan tekemä työ vastaa hänen omia arvojaan ja alun perin yhteistyö käynnistyi Niemisen aloitteesta. Myös Korhonen uskoo pro bono -asiakkaan omien arvojen olevan merkittävässä roolissa. Hänen mielestään asiakkaan arvojen tulee olla sellaisia, joita suunnittelija kannattaa myös itse.

Mäkelä tunnistaa pro bono -töihin liittyvän enemmän tunteita kuin muihin projekteihin. Hän uskoo, ettei pro bono -työtä olisi mahdollista tehdä, jos siihen ei olisi henkilökohtaista yhteyttä. Mäkelän arvion mukaan asiaan liittyy tarve auttaa ja tehdä merkityksellistä työtä. Korhonen on samoilla linjoilla: koska suunnittelija tietää tekevänsä työn korvauksetta, auttamisen halun kannattaa kummuta sisältä päin.

Korhonen nostaa kuitenkin myös esiin, että hänellä pro bono -työn merkityksellisyys liittyy enemmän omaan ja projektin onnistumiseen kuin itse kohteeseen. Se, kuinka merkittäväksi pro bono -työn kokee, vaihtelee projekteittain. Onnistuneen projektin piirteitä avataan lisää luvussa 6.1.5.

6.1.4 *Uuden oppiminen ja itsensä kehittäminen*

Korkeakoulusta valmistuttuaan Nieminen koki ammatillista epävarmuutta. Kuten luvussa 6.1.3 mainittiin, yhteistyö kyseisen pro bono -asiakkuuden kanssa alkoi Niemisen omasta aloitteesta. Nieminen etsi arvojaan vastaavia tahoja, joille työskennellessään hän voisi kehittyä graafisena suunnittelijana. Hänen mielestään jo muutaman vuoden jatkunut yhteistyö on ollut molemmille osapuolille palkitsevaa, sillä sen lisäksi, että asiakas on ollut töihin tyytyväinen, suunnittelija on saanut niistä kaipaamaansa kokemusta ja materiaalia portfolioon.

Nieminen mainitsee lisäksi pro bono -töistä saadut kontaktit, mikä aiheena toistuu myös Mäkelän haastattelussa. Mäkelän mukaan pro bono -töiden tärkein anti on ollut niissä syntyvä vuorovaikutus, sillä se on keino oppia myös itsestään. Toisten ihmisten avulla on mahdollista esimerkiksi ymmärtää omia arvojaan ja rajojaan.

Virtanenkin mainitsee itseensä tutustumisen. Eri pro bono -työt voivat poiketa toisistaan paljonkin, mutta niitä tehdessä oppii, mitkä ovat omia ”motivaation pisteitä”. Tätä tietoa suunnittelija voi soveltaa jatkossa.

Virtasen mukaan pro bono -töissä pääsee tapaamaan erilaisia ihmisiä ja työskentelemään monenlaisissa projekteissa, mikä laajentaa suunnittelijan ammatilista kokemuspiiriä. Erilaiset tilanteet opettavat niin suunnittelijaa kuin asiakastakin. Virtanen uskoo, että pro bono -töissä asiakkaalla on matalampi kynnyksensä tehdä yhteistyötä graafisen suunnittelijan kanssa, sillä rahallinen panostus ei nouse ratkaisevaksi esteeksi. Hän mainitsee, että mikäli projektissa on mukana suunnittelija, saattaa se auttaa asiakasta ymmärtämään tämän työpanoksen tarpeellisuuden.

Virtanen nostaa myös esiin, että pro bono -töissä voi saada tilaisuuden kokeilla jotain sellaista, mihin ei ole aiemmin saanut mahdollisuutta. Kokeilu vaatii vain päätöstä tehdä ja toteuttaa suunnitelma.

Mäkelä tiedostaa ne mielipiteet, joiden mukaan pro bono -suunnittelu vääristäisi kilpailua, mutta ei itse yhdy ajatukseen. Hänen mukaansa pro bono -töitä voi tehdä sekä auttaakseen muita että kehittääkseen itseään.

6.1.5 *Kokemus onnistuneesta pro bono -työstä*

Korhonen toi haastattelussa esimerkkinä esiin kaksi hyvin päinvastaista pro bono -kokemusta. Toinen työ jätti hänelle laimean olon, sillä toimeksiantaja ei Korhosen kokemuksen mukaan tuntunut pitävän heille korvauksetta annettua työpanosta erityisen merkityksellisenä. Korhosen arvion mukaan pro bono -muotoinen yhteistyö saattaa olla kyseiselle toimeksiantajalle jopa itsestäänselvyys, sillä hän uskoo tahon saavan suuren kokonsa vuoksi paljon yhteydenottoja pro bono -työskentelyyn liittyen.

Korhonen tiedostaa, että hänen omaan kokemukseensa tilanteesta sekä toimeksiantajan käytökseen, jonka hän tulkitsee olevan seurausta vajavaisesta arvonnannosta, ovat voineet vaikuttaa inhimilliset syyt. Kokemus kuitenkin opetti Korhoselle sen, millaisten tahojen kanssa hän henkilökohtaisesti haluaa tehdä jatkossa pro bono -yhteistyötä.

Korhonen korostaa, ettei pro bono -toimeksiantajan ole tarvetta ”nöyristellä”, mutta muistuttaa, että suunnittelija voi vapaasti valita yhteistyökumppaninsa. Hänen mukaansa pro bono -yhteistyössä toimeksiantajat ovat pääsääntöisesti

kiitollisia saamastaan avusta. Rajojen asettamisesta pro bono -työskentelyyn liittyen puhutaan lisää luvussa 6.1.6.

Toinen pro bono -projekti, jonka Korhonen nosti haastattelussaan esiin, oli luonteeltaan hyvin mieluinen ja Korhosen arvion mukaan onnistunut. Kyseisessä projektissa Korhonen toimi sekä suunnittelijana että koolle kutsujana, ja työtä oli toteuttamassa moniammatillinen työryhmä. Onnistumisen tunne syntyikin Korhosen mukaan muun muassa siitä, että innostus kyseiseen työhön tarttui kaikkiin projektissa mukana olleisiin. Tämän lisäksi työn viesti oli tehokas ja tuloksellinen. Työn toimeksiantaja oli tyytyväinen projektin toteutukseen, mikä lisäsi Korhosen kertoman mukaan tunnetta toivotusta lopputuloksesta. Myös ulkopuoliset tahot ovat antaneet työstä positiivista palautetta.

Korhonen uskoo, että pro bono -töiden kohde ei lopulta määrittele työn merkityksellisyyden kokemusta, kuten jo luvussa 6.1.3 todettiin. Korhosen kokemuksesta voineekin vetää johtopäätöksen, etteivät pro bono -toimeksiannot itsessään välttämättä anna lisäarvoa uralle kokonaisuutena, mutta toteutuneisiin pro bono -projekteihin voi sisältyä jokin suunnittelijalle erityisen tärkeä työ.

6.1.6 Rajojen asettaminen pro bono -työskentelyssä

Lähes jokaisessa haastattelussa käsiteltiin rajojen merkitystä. Korhonen ja Virtanen nostivat saman asiasisällön esiin miltei identtisesti ilmaistuna: toimeksiantajia, jotka toivovat työpanosta korvauksetta, löytyy aina. Tämän vuoksi on tärkeää, että suunnittelija pitää huolta myös omasta toimeentulostaan, mikä toistui monessa haastattelussa.

Virtanen mainitsee, että jos hän suunnittelijana on ”oljenkorsi” varattomalle toimeksiantajalle, hän mielellään auttaa, mikäli hänellä itsellään on siihen taloudelliset edellytykset. Virtanen huomauttaa myös, ettei tee pro bono -suunnittelua sellaisille tahoille, joilla hänen arvionsa mukaan olisi varaa maksaa työstä asiallinen korvaus. Kuten luvussa 6.1.5 sivuttiin, myös Korhonen mainitsi omassa haastattelussaan suosivansa pro bono -töissä sellaisia pieniä järjestöjä, joilla hän arvelee olevan rajalliset mahdollisuudet ostaa viestinnällistä osaamista alan ammattilaisilta. Hänen mukaansa isoilla toimeksiantajilla on enemmän mahdollisuuksia tässä asiassa.

Mäkelä katsoo, että suunnittelijan on erittäin tarpeellista tiedostaa omat rajansa. Mäkelä on todennut, että hänen henkilökohtainen hyvinvointinsa edellyttää pro bono -projektien lukumäärän rajaamista yhteen pro bono -työhön kerrallaan.

Myös Korhonen huomauttaa, että pro bono -töiden tulee olla projekteina maltillisesti mitoitettuja.

Kysyttäessä Virtaselta, suosittelisiko hän muille suunnittelijoille pro bono -töiden tekemistä, hän vastaa: ”Jos huvittaa.” Hänen mielestään vain suunnittelija voi itse määrittellä, millaisiin töihin hän haluaa käyttää aikaansa. Mikäli työtä ei koe mieluisaksi, siihen ei kannata ryhtyä. Virtanen määritteleeekin pro bonon työksi, jonka ainoa palkkio on kokemus siitä, että haluaa työn tehdä.

6.2 Pro bono -töissä ilmeneviä mielekkääksi koetun työn piirteitä

Esittelen seuraavaksi niitä pro bono -töissä ilmeneviä mielekkääksi koetun työn piirteitä, joita aineistosta nousi esiin. Peilaan luvussa 6.1 esille nostamiani asioita tutkielman alussa esiteltyyn teoriaan.

Luonnollisestikaan kaikissa pro bono -töissä ei näitä asioita ilmene, joten tuloksiin on hyvä suhtautua esimerkinomaisesti. Mikäli aineiston hankinnassa olisi käytetty laajempaa otantaa, tulokset olisivat mahdollisesti olleet yksityiskohtaisemmat.

6.2.1 Työ vastaa omia arvoja ja se tuntuu merkitykselliseltä

Koska toimeentulon vaatimus on pro bono -töissä poissuljettu, suunnittelijalla on mahdollisuus itse valita ne projektit, joihin lähteä mukaan. Tällaisessa tilanteessa suunnittelija kykenee halutessaan toteuttamaan omia arvojaan. Eija Leiviskä esittää, että toimiessaan arvojensa mukaisesti ihmisellä on mahdollisuus saavuttaa kestävä onnellisuutta (Leiviskä 2011, 14–15).

Sari Kuvajan teoksessa *Hyvä raha* nousee esiin SPR:n silloisen varainhankinnanpäällikön Tuula Collianderin ajatus, että hyväntekeväisyudessa toistuu sisällöllisen elämän kaipuu, ja että konkreettinen hyvän tekeminen on hyvin usein palkitsevaa (Kuvaja 2010, 53). Myös Kuvajan haastattelema liike-elämän edustaja Ilkka Herlin toteaa elämän mielekkyyden kasvavan yhteisen hyvän edistämisen ansiosta, kuten luvussa 3.2 jo kuvattiin (mt. 102).

Mielekäs työ sisältää usein kokemuksen arvokkaan työn tekemisestä. Luvussa 4.3 käsiteltiin työn henkisyttä mainiten, että ruokkiakseen henkisiä tarpeitaan työntekijä haluaa olla hyödyksi sekä itselleen että muille (Leiviskä 2011, 31). Kuten Korhosen kertomuksesta luvussa 6.1.5 voi päätellä, onnistuneeksi katsottu

pro bono -työ edellyttää toimeksiantajalta selkeää ilmaisua siitä, että työ oli koettu arvokkaaksi ja tärkeäksi.

Kuten luvussa 6.1.3 mainittiin, Mäkelä uskoo, että pro bono -töissä tunteet korostuvat, sillä hänen uskoakseen työhön pitää olla ”joku linkki”. Mäkelä toivoo, että pääsisi tulevaisuudessa edistämään omalla työllään esimerkiksi tyttöjen asemaa.

Haastatteluissa nousi usein myös esiin, että pro bono -toimeksiantajan ja suunnittelijan omien arvojen tulisi kohdata (ks. luku 6.1.3). Esimerkiksi Korhonen ei näe mieltä siinä, että suunnittelija edistäisi pro bono -työssä asiaa, jota ei itse halua tukea. Korhonen arvelee myös toimivansa visuaalisen viestinnän alalla viedäkseen eteenpäin sellaisia asioita, joita omakohtaisesti arvostaa. Virtasenkin haastattelussa nousivat esiin samankaltaiset motivaatiotekijät: suunnittelijana toimiessa omalla työllään ”voi saada paljon aikaan”, muun muassa.

6.2.2 *Luovuuden ylistys ja rento meininki*

Aiemmin luvussa 4.3 kuvattiin, että sisäinen motivaatio kasvaa autonomian myötä ja ulkopuolinen kontrollointi vähentää sitä (Vartiainen & Nurmela 2005, 196). Oman arkikokemukseni mukaan graafisen suunnittelijan työtehtävät ovat usein tuotannollisia, mikä tarkoittaa sitä, että työ toteutetaan ennakkoon määriteltyjen määritteiden mukaan. Pro bono -töiden luova vapaus ilmeni jokaisessa haastattelussa, ja esimerkiksi Virtanen huomautti pro bono -töiden olevan lähempänä kuvataidetta (ks. 6.1.1).

Pro bono -työskentely ylläpitää ja ruokkii luovuutta. Luvussa 6.1.1 todettiin, että Mäkelän arvion mukaan hänelle on tärkeää saada työskennellä myös ilman välttämättömyyttä palkkiosta, sillä se edistää luovuutta. Mäkelä puhuukin pro bono -töiden olevan keino asettaa itsensä sopivalle ”taajuudelle”. Nieminen suosittelee pro bono -töiden tekemistä myös muille, sillä kyseisissä projekteissa on mahdollisuus tehdä itselleen mielekkäitä työtehtäviä. Hänen mukaansa niiden avulla saa onnekkaimmillaan toteuttaa itseään taiteellisesti.

Kuten luvussa 4.3 kerrottiin, työtahtiin vaikuttamisen mahdollisuus on merkittävässä osassa mielekkääksi koettua työtä (Moilanen 2010, 46). Haastateltavista erityisesti Nieminen nosti esiin pro bono -töiden olevan monesti kiireettömiä ja sisältävän rentoa kanssakäymistä toimeksiantajan kanssa (ks. luku 6.1.1). Myös Mäkelä on sitä mieltä, että usein pro bono -työt sovitetaan suunnittelijan aikatauluihin.

6.2.3 *Intohimo omaa tekemistä kohtaan*

Mäkelä mainitsi haastattelussaan toivovansa, että elämän rajallisuuden ja ainutkertaisuuden vuoksi työnteke ei olisi ilotonta. Pro bono -töiden avulla Mäkelä on saanut kohdata ihmisiä, joita hän on voinut omalla toiminnallaan tehdä näkyviksi. Kohtaamiset ovat myös opettaneet Mäkelälle itsetuntemusta (ks. luku 6.1.4).

Mäkelän haastattelussa korostuikin hänen vahva tarpeensa toimia muiden avuksi. Luovuudesta puhuttaessa kyse ei ole vain taiteellisesta luovuudesta: jos kovaa auttamishaluaan ei pääse toteuttamaan, muuttuu mahdollisesti kyyniseksi, kuten luvussa 6.1.2 Mäkelän haastattelua referoidessa kävi ilmi.

Luvussa 4.4 ilmeni, että Vilja Pursiaisen (2015, 56, 62) haastatteleuille pienmedioiden edustajille journalismi on itseisarvo, ja että he suhtautuvat työhönsä intohimoisesti. Myös tätä tutkielmaa varten tehdyissä haastatteluissa nousi usein esiin, että työnjälki on monelle visuaaliselle suunnittelijalle tärkeää, oletettavasti kaikessa tekemisessä: esimerkiksi Nieminen kertoi haastattelussaan, että mieluummin jopa päättää asiakassuhteen kuin tekee mielestään epäkelvoo suunnittelua. Virtanen puolestaan määrittelee työksi kaiken sellaisen tekemisen, joka ”tekee elämästä parempaa, parantaa elämänlaatua”. Hän esimerkiksi kertoi kieltäytyneensä yhteistyöstä sellaisen työnantajan kanssa, jonka toimintatapoja ei allekirjoittanut. Oletan Niemisen ja Virtasen työhön liittyvien ihanteiden ulottuvan niin pro bono- kuin muihinkin työtehtäviin.

Aiemmin luvussa 4.3 esiin nostettu ilmiö flow-tilassa olemisesta on mielestäni tunnistettava. Psykologi Mihály Csíkszentmihályin mukaan flow'n voi saavuttaa monenlaisessa työssä (Aaltonen ym. 2015, 99). Olen samaa mieltä. Pulppuavien ideoiden äärellä on innostavaa työskennellä, mutta myös suorittavat työtehtävät tai asiakaspalvelutilanteet voivat olla hyvin palkitsevia. Joka tapauksessa ne hetket, jolloin mieluisaan työhön tuntuu vajoavan niin, että ajantaju kaikkoo, ovat juuri niitä tilanteita, joiden mahdollisuuden tiedostaminen antaa virtaa myös niille päiville, jolloin motivaatio työskentelyyn tuntuu heikommalta.

Innostuminen oman työn parhaina puolina nousi esiin myös haastatteluissa. Esimerkiksi Virtanen katsoo, että innostuminen on jopa eräänlainen edellytys työn tekemiselle. Virtanen näkee, että työläästä tehtävästä tulee saada joko asian vaatima rahallinen korvaus tai työn tulee innostaa suunnittelijaa. ”Parasta, jos on molemmat”, Virtanen jatkaa.

6.2.4 *Ulkopuolisten antama palaute työstä*

Korhonen kertoi, että eri tapaamisissa kolmansien osapuolten kanssa työnäyte-esimerkiksi nousee usein myös luvussa 6.1.5 mainittu, onnistuneeksi mielletty pro bono -työ. Työstä saatu palaute on ollut myös kyseisissä tilanteissa positiivinen, mikä on kasvattanut Korhosen tunnetta onnistumisesta. Haastatelluista myös Nieminen kertoi kollegiaalisen palautteen olevan itselleen tärkeää. Hän huomautti, että vaikka toimeksiantajan myönteinen palaute tuntuu miellyttävältä, ammatillisen kehittymisen kannalta juuri muilta suunnittelijoilta saadut kommentit vievät hänen osaamistaan eteenpäin.

Luvussa 4.3 nostettiin esiin, että sosiaalinen vahvistaminen eli muiden ihmisten antama positiivinen tuki vaikuttaa myönteisesti itseluottamukseen. Kannustus lisää halua saavuttaa tavoitteensa. (Leiviskä 2011, 53–54.)

Tunnistan vertaispalautteen tärkeyden. Aloittaessani visuaalista viestinnän opiskelun toiveeni oli, että saisin palautetta suunnittelutöistäni ja että pääsisin kehittymään niissä. Positiivinen palaute rohkaisee jatkamaan ja rakentava kritiikki auttaa näkemään oman työnsä ongelmakohdat. Lisäksi olen huomannut, että antaessani itse positiivista palautetta toisille ilostuttavat heidän ilahtuneet reaktionsa myös minua itseäni.

7

JOHTOPÄÄTÖKSET

Olen tehnyt suunnittelijaurani aikana useita pro bono -toimeksiantoja. Kokeukseni ovat vaihdelleet laidasta laitaan: suurimman osan töistä olen kokenut inspiroiviksi, merkityksellisiksi ja palkitseviksi, mutta mukaan mahtuu myös tunnetta siitä, ettei osaamistani ja asiantuntijuuttani ole arvostettu. Pro bono -projektin kohdalla tämä tuntuu erityisen karvaalta, sillä annan osaamistani korvauksetta – arvostus tehdystä työstä tuntuu kohtuulliselta odotukselta.

Tutkielman haastatteluissa toistui ajatus siitä, että pro bono -työstä pitää jäädä ”hyvä fiilis”. Pro bono -töiden avulla on mahdollisuus lisätä työn mielekkyyden ja merkityksellisyyden kokemusta, mutta suunnittelijan itsensä tekemät rajanvedot ovat tärkeitä. Työn aiheen tulee olla suunnittelijasta tärkeä tai vähintään kiinnostava, eikä työ saa viedä liikaa suunnittelijan aikaa tai verottaa hänen jaksamistaan. Pro bono -töissä on joskus mahdollista toteuttaa itseään vapaammin kuin palkkaa tai palkkiota vastaan tehdyissä suunnittelutöissä. Näkisin pro bono -töiden myös madaltavan suunnittelijan kynnystä tarttua uusiin työtehtäviin ja kokeilla jotain sellaista, jota ei ole aiemmin uskaltanut tehdä.

Työn merkityksellisyyden perään kuulutetaan niin yhteiskunnan kuin yksilönkin tasolla. Jos tavanomainen palkkatyö on kovan rahan takomista ja mahdollisesti omien arvojen ulkopuolella, voi altruistisia tarpeita tyydyttää esimerkiksi antamalla ammattitaitonsa käyttöön mielekkääksi kokemansa asian puolesta.

Haastatteluista kävi ilmi, että halun pro bono -töiden tekemiseen tulee lähteä suunnittelijasta itsestään. Toivon, että tutkielmani saa suunnittelijan pohtimaan omaa suhdettaan pro bono -työskentelyyn ja määrittelemään omat rajansa. Esi-miesasemassa toimivat tai visuaalisen viestinnän yrittäjät voivat soveltaa tutkielmaa vertaillen pro bono -töiden hyötyjä käytettäviin resursseihin nähden. Toivon työn antavan ajatuksia myös muiden alojen tekijöille ja auttavan heitä soveltamaan niitä omaan ammattialaansa.

Olen tietoisesti kuvannut tutkielmassani aineistonkeruuprosessin verrattain yksityiskohtaisesti. Toivon tämän ratkaisun hyödyttävän muita kirjoittajia, jotka ovat tutkielmatyypisissä töissään tehneet samankaltaisia valintoja aineistonkeruun menetelmien suhteen.

Mielestäni työn menetelmävalinnat olivat tarkoituksenmukaisia ja olen toteuttanut niitä huolellisesti. Tietosuojaan liittyviin kysymyksiin kiinnitin erityistä huomiota, mikä oli minusta välttämätöntä tutkielman eettisyyden kannalta. Lisäksi koen onnistuneeni siinä, että sain hyödynnettyä tutkielmassa eri tieteenalojen tutkimuksia ja artikkeleita.

Näin tutkielman erityisenä haasteena sen, että jokaiseen aihealueeseen olisi voinut perehtyä huomattavasti syvemmin. Lisäksi kokemuksiin keskittyvässä työssä tulokset muotoutuvat sen aineiston mukaan, jonka tutkija sattuu keräämään. Haastateltavikseni valikoitui ihmisiä, jotka ovat hyvin tyytyväisiä valintaansa tehdä pro bono -töitä. Muitakin kokemuksia varmasti on.

Haastatteluiden pohjalta nousi useita kiinnostavia jatkotutkimusaiheita. Mielinkiintoista olisi rajata kokemukset pro bono -työskentelystä suunnittelijoihin, jotka toimivat pääsääntöisesti palkansaajina markkinointi- tai suunnittelutoimistoissa. Tässä työssä korostuivat sellaiset pro bono -projektit, jotka oli toteutettu yrittäjänä tai freelancerina. Aiheen tutkimista voisi myös olla mielekästä täydentää kvantitatiivisin menetelmin selvittämällä esimerkiksi, kuinka monessa markkinointitoimistossa toteutetaan pro bono -toimeksiantoja tai mikä on pro bono -projekteihin käytetty työtuntimäärä verrattuna laskutettaviin töihin.

Jatkotutkimuksissa pro bono- tai muuta korvauksetta tehtyä työtä voisi myös käsitellä toisesta näkökulmasta esimerkiksi tutkimalla, millaisia työmotivaatioita heikentäviä piirteitä se sisältää. Tällainen katsontakanta yhdistettynä tähän tutkielmaan muodostaisi kiinnostavan kokonaisuuden korvauksetta tehdyn työn kokemuksista. ✎

LÄHTEET

- AALTONEN, TAPIO, AHONEN, PIRJO & PAJUNEN, HEIKKI 2015. *Merkityksen kokemus*. Helsinki: Auditorium.
- AIGA n.d. a. *AIGA position on spec work*. <<https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/aiga-position-on-spec-work/>> (luettu 13.3.2019).
- AIGA n.d. b. *Design for Good*. <<https://www.aiga.org/aiga/content/why-design/design-for-good/design-for-good/>> (luettu 13.3.2019).
- Ammattinetti n.d. *Graafinen suunnittelija*. <http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/148_ammatti> (luettu 13.11.2018).
- ETELÄMÄKI, RISTO 2019. *#tomorrowbono – onko tässä mitään järkeä?*. Avidly 29.1.2019. <<https://www.avidlyagency.com/fi/opi-ja-kasva/tomorrowbono-onko-tassa-mitaan-jarkea>> (luettu 19.3.2019).
- Grafia ry n.d. a. *Vuoden huiput. Näin ilmoitat työn kilpailuun*. <<https://www.vuodenhuiput.fi/fi-FI/vuoden-huiput-2016/osallistu/>> (luettu 14.11.2018).
- Grafia ry n.d. b. *#lupaankuunnella*. <<https://www.vuodenhuiput.fi/fi-FI/arkisto/51712/>> (luettu 2.4.2019).
- Grafia ry n.d. c. *Ennen olin pakolainen*. <<https://www.vuodenhuiput.fi/fi-FI/arkisto/51800/>> (luettu 2.4.2019).
- Grafia ry 2018. *Grafiian jäsenet työmarkkinoilla*. <https://grafia.studio.crasman.fi/file/dl/i/Yu-jRg/jDrrnrzEZ6ID1PkQLdpTQw/GrafiaRaportti2018_v3.pdf> (luettu 4.10.2018).
- HALLAMAA, LAURA 2019. *Satu Uusiautti tutki työssään viihtyviä suomalaisia ja löysi uudenlaisen menestyjien joukon – ”Menestystä ei määritä pelkästään ura, se on lohdullista”*. Helsingin Sanomat 20.3.2019. <<https://www.hs.fi/elama/art-200006040465.html>> (luettu 21.3.2019).
- HARTIKAINEN, MIKA 2012. Työyhteisön virkistyspäivä vapaaehtoistoiminnan parissa. Iso-Aho, Juha & Juhola, Esko (toim.) 2012. *Kulttuuria vapaaehtoistyönä!*. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu. (s. 30–33.) <<https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2014/12/kulttuuria-vapaaehtoistyona-2012.pdf>> (luettu 22.3.2019).
- HEINONEN, JARNA, HYTTI, ULLA, KAUTONEN, TEEMU & BÖGENHOLD, DIETER 2011. *Porkkanaa, ei keppiä! Tyytyväisyys pitää työelämässä. Pietikäinen, Petteri (toim.). Työstä, jouta ja jaksa. Työn ja hyvinvoinnin tulevaisuus*. Helsinki: Gaudeamus. (s. 133–140.)
- HIRSJÄRVI, SIRKKA & HURME, HELENA 2011. *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.
- JÄRVINEN, PEKKA 2018. *Ammatillinen käyttäytyminen. Tie onnistumiseen*. Helsinki: Alma Talent.
- KNUUTTILA, TARJA & LEHTINEN, AKI PETTERI 2010. Johdanto: Representaatio – tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Knuuttila, Tarja & Lehtinen, Aki Petteri. *Representaatio. Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. (s. 7–31.)
- Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry n.d. *Yhteiskuntavastuu*. <<https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/turvallisuus-ja-riskit/yhteiskuntavastuu/>> (luettu 2.4.2019).
- KUVAJA, SARI 2010. *Hyvä raha. Ihmiset ja yhteisöt maailmaa parantamassa*. Helsinki: Kirjapaja.
- LATOMAA, TIMO 2008. Ymmärtävä psykologia. Psykologia rekonstruktivisena tieteenä. Perttula, Juha & Latomaa, Timo (toim.). *Kokemuksen tutkimus*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. (s. 17–88.)
- LAUTJÄRVI, KARI 2019. *Jo laki edellyttää laajaa yhteiskuntavastuuta*. Helsingin Sanomat 8.2.2019. <<https://www.hs.fi/mielipide/art-2000005993069.html>> (luettu 2.4.2019).
- LEHTOMAA, MERJA 2008. Fenomenologinen kokemuksen tutkimus. Haastattelu, analyysi ja ymmärtäminen. Perttula, Juha & Latomaa, Timo (toim.). *Kokemuksen tutkimus*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. (s. 163–194.)
- LEIVISKÄ, EIJA 2011. *Työ täynnä elämää. Työn merkityksellisyyden seitsemän lähettä*. Helsinki:

- Tietosanoma.
- Markkinointi ja mainonta 2014. *OS/G Viestintä tekee SOS-Lapsikylän kummilehden pro bono*.
Markkinointi ja mainonta 7.5.2014. <<https://www.marmai.fi/uutiset/os-g-viestinta-tekee-sos-lapsikylan-kummilehden-pro-bono-6290806>> (luettu 2.4.2019).
- MARTELA, FRANK 2019. *Jatkuva hyvä päivä saattaa olla merkki toksisesta positiivisuudesta*.
Helsingin Sanomat 21.3.2019. <<https://www.hs.fi/elama/art-2000006042031.html>> (luettu 21.3.2019).
- Miltton 2019. *Trasek Ry Milttonin pro bono -asiakkaaksi*. Miltton 6.2.2019. <<http://www.miltton.fi/fi/trasek-ry-milttonin-pro-bono-asiakkaaksi/>> (luettu 2.4.2019).
- MOILANEN, LIISA 2010. Työn mielekkyys, tehostettu työ ja eläkkeelle haluaminen. Moilanen, Liisa (toim.). *Toiveita ja todellisuutta. Työn ominaisuudet eri työtekijäryhmien näkökulmasta*. Työympäristötutkimuksen raporttisarja 53. Helsinki: Työterveyslaitos. (s. 24–50.)
- NURMI, JARI-ERIK & SALMELA-ARO, KATARIINA 2005. Modernin motivaatiopsykologian teoria ja mittaaminen. Salmela-Aro, Katariina & Nurmi, Jari-Erik (toim.). *Mikä meitä liikuttaa. Modernin motivaatiopsykologian perusteet*. 2. painos. Jyväskylä: PS-kustannus. (s. 10–27.)
- NYKÄNEN, ANNA-STINA 2015. Olit sitten töissä tai työtön, ajan henki on kohkata ja olla tohkeissaan. Helsingin Sanomat 3.5.2015. <<https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002820685.html>> (luettu 10.4.2019).
- OJALA, KATJA 2019. *Muuttuva työ, muuttuva koulutus*. Grafia-lehti 1/2019, s. 16–17.
- Oxford University Press 2018. *Pro bono publico*. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/pro_bono_publico> (luettu 13.11.2018).
- PERKINS, SHELL 2004. *Pricing Models*. AIGA 1.3.2004. <<https://www.aiga.org/aiga/content/tools-and-resources/cpm/pricing-models/>> (luettu 13.3.2019).
- PIETIKÄINEN, PETTERI 2011. Johdanto. Työstä elämää, työelämästä hyvinvointia. Pietikäinen, Petteri (toim.). *Työstä, jouta ja jaksa. Työn ja hyvinvoinnin tulevaisuus*. Helsinki: Gaudeamus. (s. 7–18.)
- PURSIAINEN, VILJA 2015. *Ututisraivaajat. Haastattelututkimus pienmediajournalistien tavoista jäsentää työtään*. Pro gradu -tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto. <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201507072042>> (luettu 22.3.2019).
- RAESTE, JUHA-PEKKA 2019. *Valtaosa suomalaisista torjuu yksityisten yritysten osuuden kasvattamisen terveydenhuollossa*. Helsingin Sanomat 14.3.2019. <<https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006034439.html>> (luettu 15.3.2019).
- RIIKONEN, JOSE 2019. *Kaikki eivät motivoitu samoista asioista kuin nuori sinkkupomo – suomalainen työelämä sivuuttaa elämäntilanteet, ja se johtaa uupumiseen, sanoo asiantuntija*. Helsingin Sanomat 8.2.2019. <<https://www.hs.fi/ura/art-2000005994382.html>> (luettu 5.4.2019).
- ROSSI, LEENA-MAIJA 2010. Esityksiä, edustamista ja eroja: Representaatio on politiikkaa. Knuutila, Tarja & Lehtinen, Aki Petteri. *Representaatio. Tiedon kivijalasta tieteidien työkaluksi*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. (s. 261–275.)
- SAARANEN-KAUPPINEN, ANITA & PUUSNIEKKA, ANNA 2006. *KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_2.html> (luettu 22.3.2019).
- SABANADESAN, RAJKUMAR 2019. *Rajkumar Sabanadesanin kolumni: Jos ihminen joutuu työssään toimimaan arvojaan vastaan, hän voi huonosti*. Yle Uutiset 7.3.2019. <<https://yle.fi/uutiset/3-10662180>> (luettu 10.4.2019).
- SELIGER, MARJA 2004. Johdanto. Seliger, Marja (toim.). *Näkyvää jälkeä. Seitsemän kertomusta graafisesta suunnittelusta ja yritystoiminnasta*. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja. Sarja C Katsauksia ja puheenvuoroja 27. Rovaniemi: Lapin yliopisto. (s. 6–9.)
- SORAMÄKI, KATRI 2018. *Visuaalisen viestinnän valta*. Grafia-lehti 4/2018, s. 4.
- STT 2019. *Tuore selvitys: Amnestyssä laajaa kiusaamista, syrjintää ja julkista nöyryyttämistä*.

- Yle Uutiset 7.2.2019. <<https://yle.fi/uutiset/3-10634884?fbclid=IwAR2H183ggLMZMJotNIUespLBI7xnYSs4nugiUKjWCSsfUJXV3uss6lD3tYw>> (luettu 10.4.2019).
- TATTARI, HANNA 2014. *Pro bono -vapaaehtoistyö yleistyy myös suomalaisilla työpaikoilla*. Helsingin Sanomat 2.2.2014. <<https://www.hs.fi/ura/art-2000002706723.html>> (luettu 13.11.2018).
- TERVOLA, MARJUT 2018. *Kehitysapukuvasto on laajempi ongelma kuin yksi 12-vuotiaan äityysvaatteet -kampanja*. Markkinointi ja mainonta 11.5.2018. <<https://www.marmai.fi/uutiskommentti/kehitysapukuvasto-on-laajempi-ongelma-kuin-yksi-12-vuotiaan-aityysvaatteet-kampanja-6724415>> (luettu 15.3.2019).
- Tietosuojavaltuutetun toimisto n.d. *Usein kysyttyä EU:n tietosuoja-asetuksesta*. Helsinki: Tietosuojavaltuutetun toimisto. <<https://tietosuoja.fi/gdpr>> (luettu 17.4.2019).
- TIKKA, SUVI 2010. *Pro bono design. Palkaton työ ja palkattomuuden vaikutus suunnitteluun graafisen suunnittelijan näkökulmasta*. Pro gradu -tutkielma. Helsinki: Aalto-yliopisto.
- VARTIAINEN, MATTI & NURMELA, KIRSI 2005. *Tavoitteet ja tulokset – motivaatio ja palkitseminen työelämässä*. Salmela-Aro, Katariina & Nurmi, Jari-Erik (toim.). *Mikä meitä liikuttaa. Modernin motivaatipsykologian perusteet*. 2. painos. Jyväskylä: PS-kustannus. (s. 188–212.)
- VIRTANEN, SIMO 2010. *Työn arvot, arvomuutos, työn mielekkyys sekä yhteiskunnalliset mielipiteet*. Moilanen, Liisa (toim.). *Toiveita ja todellisuutta. Työn ominaisuudet eri työtekijäryhmien näkökulmasta*. Työympäristötutkimuksen raporttisarja 53. Helsinki: Työterveyslaitos. (s. 12–23.)
- Väestörekisterikeskus 2019. *Yleisimmät sukunimet*. <https://verkkopalvelu.vrk.fi/nimipalvelu/nimipalvelu_sukunimitop.asp?L=1> (luettu 11.4.2019).
- Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto n.d. *Aineistonhallinnan käsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <urn:nbn:fi:fsd:V-201504200001> (luettu 11.4.2019).

*Opinnäytetyö pro bono -projektien vaikutuksesta
visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden kokemaan
mielekkyteen omasta työstään ja alastaan*

OPINNÄYTETYÖN TEKIJÄ JA YHTEYSTIEDOT

TUTKIELMAN AIHE

AINEISTONKERUUN TOTEUTUSTAPA JA ARVIOITU AJANKULU

KERÄTTÄVÄN AINEISTON KÄYTTÖTARKOITUS, SÄILYTYS JA JATKOKÄYTTÖ

OSALLISTUMISEN VAPAAEHTOISUUS

**HAASTATELTAVAN SUOSTUMUS TIETOJEN KÄSITTELYYN
JA SYNTYNEEN AINEISTON KÄYTTÖÖN**

Henkilötietojen käsittely opinnäytetyössä

OPINNÄYTETYÖN TEKIJÄ JA YHTEYSTIEDOT

**TYÖN TARKOITUS
HAASTATELUSSA KERÄTTÄVÄT HENKILÖTIEDOT**

**HENKILÖTIETOJEN KÄSITTELYPERUSTE
TUTKITTAVAN PERUMISOIKEUS**

**HENKILÖTIETOJEN LUOVUTUKSESTA
AUTOMAATTINEN PÄÄTÖKSENTEKO JA PROFILOINTI**

**HENKILÖTIETOJEN SÄILYTYS
LISÄTIETOJEN TIEDUSTELU
VALITUSOIKEUS**



Elina Kosunen
4. helmikuuta

Hei graafikko tai muu visuaalisen viestinnän ammattilainen! Oletko tehnyt urasi aikana pro bono -suunnittelua ja halukas jakamaan kokemuksiasi?

Olen Elina Kosunen, graafisen suunnittelun opiskelija Metropolia ammattikorkeakoulussa. Olen kirjoittamassa opinnäytetyötäni, jonka aiheena on pro bono -suunnittelu visuaalisen viestinnän kentällä. Tutkimuskysymykseni on, vaikuttaako pro bono -projektit suunnittelijoiden kokemaan mielekkyyteen omasta työstään ja alastaan. Tässä työssä käsite pro bono tarkoittaa suunnittelutyötä, jonka toimeksiantaja on yleishyödyllinen organisaatio ja joka ei ole maksanut kyseisestä, vastaanottamastaan suunnittelutyöstä rahallista korvausta tai korvaus on ollut vain nimellinen.

Oli kokemuksesi pro bono -projektista millainen tahansa – positiivinen, negatiivinen, helppo, aikaa vienyt tai muu – olen kiinnostunut kuulemaan ajatuksiasi aiheesta. Mielestäni visuaalisen viestinnän ala on arvokas ja ainutlaatuinen, joten sen käytäntöjä ja ammattilaisten kokemuksia tulee sanoittaa. Erityisen kiinnostunut olen suunnittelijoiden työmotivaatioon ja -hyvinvointiin liittyvistä seikoista ja tällä työllä haluan selvittää, onko pro bono -projekteilla näihin vaikutusta.

Haastattelut äänitetään ja litteroidaan. Purkuvaiheessa haastateltavan nimi, toimeksiantajan nimi ja muut mahdolliset tunnistetiedot poistetaan. Lopullinen opinnäytetyö on julkinen, mutta aineisto käsitellään siten, että haastateltujen henkilöllisyydet eivät käy työstä tai sen tuloksista ilmi.

Haastattelu toteutetaan yksilöhaastatteluna ja sen kesto on noin 0,5–1 h, haastateltavan käytettävissä olevan ajan mukaan. Haastattelut voidaan toteuttaa koulumme tiloissa Arabianrannassa Helsingissä tai muualla pääkaupunkiseudulla haastateltavan toiveet huomioiden, pääsääntöisesti helmikuun 2019 aikana.

Mikäli olet kiinnostunut osallistumaan haastatteluihin, olethan minuun yhteydessä 15.2. mennessä sähköpostitse osoitteeseen

Ystävällisesti
Elina Kosunen



Jaa kokemuksesi pro bono -suunnittelusta

Oletko tehnyt urasi aikana pro bono -suunnittelua ja halukas jakamaan kokemuksiasi? Osallistu haastatteluun, jonka tuloksia käytetään osana aiheeseen liittyvää opinnäytetyötä. Työn tutkimuskysymyksenä on, vaikuttaako pro bono -projektit suunnittelijoiden kokemaan mielekkyyteen omasta työstään ja alastaan.

Haastattelut toteutetaan Metropolia ammattikorkeakoulun tiloissa Arabianrannassa Helsingissä tai muualla pääkaupunkiseudulla haastateltavan toiveet huomioiden, pääsääntöisesti helmikuun 2019 aikana. Lopullinen opinnäytetyö on julkinen, mutta aineisto käsitellään siten, että haastateltujen henkilöllisyydet eivät käy työstä tai sen tuloksista ilmi.

Mikäli olet kiinnostunut osallistumaan haastatteluihin tai kaipaat aiheesta lisätietoa, olethan yhteydessä 15.2. mennessä [sähköpostitse](#) / Elina Kosunen

Haastatteluteemat

Mitä projektilta odotettiin ennen sen alkamista? Miten odotukset täyttyivät?
 Lähtisikö suunnittelija uudestaan samantyyppisiin projekteihin?
 Millaisia positiivisia tai negatiivisia kokemuksia suunnittelijalle jäi projektista?
 Millaista asiakkaan kanssa työskentely oli?
 Seurasiko pro bono -projekteista jotain suunnittelijan uraan liittyen?
 Seurasiko pro bono -projekteista jotain toimeksiantajan toimintaan liittyen?

Miten suunnittelija on
 pro bono -projektit
 kokenut

Ovatko pro bono -projektit
 vaikuttaneet työmotivaatioon /
 alan mielekkyyteen

Mitä pro bono
 -projekteja suunnittelija
 on tehnyt

Työmotivaatio & alalla toimimisen mielekkyys

Miten pro bono -työ vastasi suunnittelijan omia (työelämän) arvoja?
 Saiko suunnittelija edistää projektin avulla jotain sellaista asiaa, jonka koki tärkeäksi?
 Vaikuttaako pro bono -projektit suunnittelijan oman työelämän mielekkyyteen?
 Pääseekö pro bonona tekemään mitään sellaista, jota ei normaalisti tekisi?
 Suositteisiko suunnittelija muille pro bono -toiden tekemistä? Miksi, miksi ei?
 Laajentaako pro bono -projektit visuaalisen alan kenttää?

Minkätyyppisiä pro bono -projekteja suunnittelija on tehnyt?
 Mikä pro bono -työn tarkoitus tai tavoite oli?
 Mikä projektissa onnistui? Mikä ei?
 Mitä yhtäläisyyksiä tai eroja pro bonolla ja ns. leipätyöllä on ollut?
 Mikä suunnittelijaa innosti tarttumaan tähän pro bono -työhön?

Millainen työnkuva
 suunnittelijalla yleisesti on /
 millaisia projekteja tekee
 leipätyönään

Millaisia arvoja
 suunnittelijalla on
 työelämän suhteen

Koulutustausta
 Työhistoria lyhyesti
 Tämänhetkinen työ

Unelmatyö
 Millaiset asiat tekevät työstä mielekkästä?
 Mikä työelämässä motivoi?
 Mikä tuo työhön iloa ja tyydytystä?
 Mikä työssä innostaa?
 Miten työssä voi edistää hyviä asioita?
 Mikä alalla vetoaa?