



”Hyvä kello kauas kuuluu, huono vielä kauemmas”

Aikuissosiaalityön palveluiden maine ja sen kehittäminen

Lauri Paavola

OPINNÄYTETYÖ
Lokakuu 2023

Sosionomin tutkinto-ohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Sosionomin tutkinto-ohjelma

PAAVOLA, LAURI:

"Hyvä kello kauas kuuluu, huono vielä kauemmas"
Aikuissosiaalityön palveluiden maine ja sen kehittäminen

Opinnäytetyö 51 sivua, joista liitteitä 3 sivua
Lokakuu 2023

Opinnäytetyön tarkoituksena oli syventyä aikuissosiaalityön palveluiden koettuun maineeseen kansalaisten näkökulmasta sekä pohtia, miten näiden palveluiden mainetta olisi mahdollista kehittää. Opinnäytetyö päätettiin olla kytkemättä yksittäiseen työelämäkumppaniin, sillä kytkös olisi voinut vaikuttaa opinnäytteen toteuttamiseen ja tuloksiin.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä hyödynnettiin aikuisten sosiaalityön sekä rakenteellisen sosiaalityön tieteellisiä määritelmiä eri lähteistä sekä maineen ja maineenhallinnan kotimaista ja kansainvälistä tutkimusta. Teoreettisen viitekehyksen ja kyselytutkimuksen rakentamiseen liittyvän kirjallisuuden avulla toteutettiin sähköinen kyselytutkimus, jonka päätavoitteena oli kerätä tietoa aikuissosiaalityön palveluiden maineesta sekä saada kyselyn vastaajilta ehdotuksia maineen parantamiseksi. Kysely julkaistiin alkukesällä 2023. Tutkimustulosten analysoinnissa käytettiin eri tutkimusstrategioita yhdistävää menetelmätriangulaatiota, joka mahdollisti laajemman näkökulman saamisen aiheeseen.

Kyselyn tulokset viittaavat siihen, että nuoremmat sukupolvet ovat vanhempia sukupolvia tietoisempia sosiaalityön palveluista ja he myös käyttävät palveluita enemmän. Lisäksi havaittiin, että aikuissosiaalityön palveluiden koetulla maineella on merkittävä vaikutus halukkuuteen hakeutua itse palveluihin asiakkaaksi. Vastaajien mielestä sosiaalityön palveluita tulisikin mainostaa ja markkinoida lisää sekä tietoisuutta palveluiden sisällöistä ja hyödyistä lisätä. Kyselyn tuloksista tehtyjä johtopäätöksiä voidaan hyödyntää kohdentamaan tulevaa tietoutta heille, jotka ovat vähiten tietoisia palveluista.

Tulokset yhdistettynä kirjallisuusaineistoon toimivat perustana kahden aikuissosiaalityön viestintää tukevan esimerkkimallin kehittämiseksi. Malleissa korostuivat sosiaalityöhön liittyvä ammatillinen asiantuntemus sekä aikuissosiaalityön palveluista saatava hyöty.

Asiasanat: aikuissosiaalityö, maine, kehittäminen

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Social Services

PAAVOLA, LAURI:

“A good bell is heard from afar, a bad one from even farther”

Reputation of Adult Social Work and Its Development

Bachelor's thesis 51 pages, appendices 3 pages

October 2023

This thesis aimed to explore the public perception of adult social services' reputation and ways to enhance it. The thesis was conducted independently with guidance from a supervising lecturer to maintain objectivity, without specific work life partners. The project began in spring 2023 and was completed in October 2023.

The thesis draws on various sources to establish a theoretical framework, combining definitions of adult social work, structural social work, and reputation management. An online questionnaire was designed based on this framework to collect data on the reputation of adult social services and suggestions for improvement. The survey, conducted in summer 2023, was analyzed using methodological triangulation.

Findings revealed that younger generations are more aware of and engage more with social services than older generations and that the perceived reputation significantly affects the respondents' willingness to seek these services. The respondents recommended increasing promotion, marketing, and awareness of these services.

The survey results, combined with a literature review, formed the basis for two models to promote adult social services. These models highlight the importance of professional expertise and the benefits derived from the services they provide. The study's conclusions can guide future efforts to inform those less familiar with adult social services.

Key words: adult social work, reputation, development

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	AIKUISSOSIAALITYÖN PALVELUT JA RAKENTEELLINEN SOSIAALITYÖ	3
	2.1 Aikuissosiaalityö	3
	2.2 Aikuissosiaalityön palvelut	4
	2.3 Rakenteellinen sosiaalityö	7
3	MAINE	10
	3.1 Maine käsitteenä	10
	3.2 Maineen muodostuminen	11
	3.3 Maineriski	13
	3.4 Maineen vaikutus julkishallinnossa	14
	3.5 Viestintä tukena sosiaalityön maineen muutoksessa	16
4	KYSELYTUTKIMUS	18
	4.1 Tutkimusvaiheet	18
	4.2 Tutkimuskysymykset	19
	4.3 Tutkimusmenetelmät	19
	4.4 Sähköinen kyselytutkimus	20
	4.5 Tulosten analyysin vaiheet	23
5	AIKUISSOSIAALITYÖN PALVELUIDEN MAINE VASTAAJIEN NÄKÖKULMASTA	25
	5.1 Kyselyn tulokset kysymyksittäin	25
	5.2 Johtopäätökset ja jatkotutkimuskysymykset	32
	5.3 Vastaaajien ehdotuksia maineen kehittämiseksi	34
	5.4 Esimerkkimallit aikuissosiaalityön viestinnän kehittämiseksi	38
	5.4.1 Aikuissosiaalityön arki näkyväksi -palvelupolku	39
	5.4.2 Substanssiosaaminen esiin -tiedotuskampanja	41
6	POHDINTA JA EETTISET NÄKÖKULMAT	44
	LÄHTEET	47
	LIITTEET	49
	Liite 1. Aikuissosiaalityön palveluiden maine -kysely	49

1 JOHDANTO

Sosiaalityön palveluiden sisältyminen mukaan hyvinvointialueuudistukseen on herättänyt laajaa keskustelua ja huomiota viime vuosina. Kun puhutaan sotesta, puhutaan yleensä vain terveydenhuollon palveluista. Sosiaalityö on kuitenkin olennainen osa yhteiskunnan tukiverkkoa, jonka tarkoituksena on auttaa ja tukea aikuisia erilaisissa elämäntilanteissa. Laajemman julkisen keskustelun perusteella on nähtävissä, että sosiaalityön merkitys on pudonnut tästä junasta ja yhtenä syynä voidaan pitää sosiaalityön huonoa mainetta. Esimerkiksi mielipidekirjoituksessaan (HS 20.12.2022) sosiaalineuvos Aulikki Kananoja korostaa, että sosiaalityöllä pitäisi olla suurempi rooli julkisessa keskustelussa, jotta päästäisiin vaikuttamaan haasteisiin, jotka eivät ole terveydenhuollon keinoin korjattavissa. Tässä opinnäytetyössä tarkastelen aikuissosiaalityön palveluiden maineen nykytilaa, sen syitä sekä mahdollisia keinoja maineen parantamiseksi. (Kortelainen 2023; Kananoja 2022.)

Aikuissosiaalityön palveluiden maineen haasteet voivat johtua monista tekijöistä. Yksi merkittävä syy voi olla puutteellinen resursointi ja palveluiden saatavuus. Mikäli palveluita ei ole tarpeeksi tarjolla tai ne ovat vaikeasti saavutettavia, voi tämä luoda kuvan toimimattomuudesta ja välinpitämättömyydestä palveluiden tarjoajien puolelta. Lisäksi tiedon puute aikuissosiaalityön merkityksestä ja käytettävissä olevista palveluista voi vaikuttaa siihen, että ihmiset eivät osaa hakeutua tarvitsemiensa palveluiden piiriin. (Kananoja 2022.)

Toinen maineen haaste liittyy palveluiden laatuun ja asiakaskokemukseen. Mikäli palvelut eivät vastaa asiakkaiden tarpeita tai niiden toteutus ei ole ammattimaisella tasolla, voi tämä heijastua negatiivisesti palveluiden maineeseen. Tämän opin osallistuessani Lapin yliopiston palvelumuotoilun kurssille. Aikuissosiaalityössä on usein kyse herkistä ja henkilökohtaisista asioista, joten luottamuksen luominen asiakkaiden ja palveluntarjoajien välille on äärimmäisen tärkeää. Huono kokemus yhden asiakkaan kohdalla voi levitä nopeasti ja vaikuttaa muidenkin mielikuviin. (Lapin yliopisto 2023.)

Kiinnostuin sosiaalipalveluiden maineesta erityisesti syksyllä 2022 käydyn hyvinvointialueiden sosiaalipalveluita koskevan keskustelun myötä. Mediamaininnoissa nostettiin usein terveydenhuolto ohi sosiaalipalveluiden, vaikka samalla keskustelu koski koko sote-kenttää, ei vaan sen osia. Kiinnitin huomiota useaan suuren päivälehdessä tapaamaan uutisoida sosiaalipalveluista ja sosiaalityöstä versus terveydenhuollon palveluista. Myös julkaistujen kirjoitusten epäsuhtainen määrä kiinnitti huomioni. Esimerkiksi Helsingin Sanomien aihehaulla ”hyvinvointialue” löytyvistä uutisartikkeleista ja mielipidekirjoituksista miltei jokainen vastaan tullut kirjoitus käsitteli hyvinvointialue-teemaa nimenomaan terveydenhuollon näkökulmasta. Niissä sosiaalipalveluita ja sosiaalityötä koskevissa kirjoituksissa, jotka haulla löytyivät, korostuivat väärinkäytökset, dramatiikka ja sensaatiohakuisuus, kun taas terveydenhuollon osalta uutiset ja jutut käsittelivät terveydenhuollon kriisiä, sankarihoitajia ja palkkausta. Pohdin monesti, että miksi sosiaaliala nauttii julkisessa keskustelussa näin huonoa ja osaltaan myös pelonsekaista mainetta. Onko mahdollista, että sosiaaliala on itse valinnut itselleen roolin, jonka turvin toteuttaa sosiaalista hyvinvointia ylläpitävää yhteiskunnallisesti merkittävää työtä? (HS 2023)

Tässä opinnäyteyössä tarkastelen aikuissosiaalityön palveluita, mitä ne ovat ja mitä palveluiden maine tarkoittaa. Viitatessani sosiaalityöhön tässä opinnäyteyössä, tarkoitan sosiaalityötä laajemmassa kontekstissa, johon luen kuuluvaksi sosiaalityöntekijöiden tekemän sosiaalityön lisäksi sosiaalihuoltolain tarkoittaman sosiaaliohjauksen. Ajattelen, että AMK-tutkinnoista valmistuneiden sosionomien ja yliopistokoulutettujen sosiaalityöntekijöiden työn yhteinen eetos lähtee samoista sosiaalityön perusteista ja molempien ammattiryhmien työtä ohjaavat yhteiset sosiaalityön eettiset lainalaisuudet, joista esimerkiksi Kirsi Juhila ja Kyösti Raunio teoksissaan kirjoittavat. (Juhila 2008; Raunio 2009.)

Opinnäyteyötä varten toteutettiin kesällä 2023 kysely aikuissosiaalityön palveluiden maineesta. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää vastaajien ajatuksia ja mielipiteitä aikuissosiaalityön palveluiden maineesta ja kerätä parannusehdotuksia maineen kehittämiseen, joiden pohjalta rakennettaisiin konkreettiset, visuaaliset esimerkit siitä, miten maineeseen voitaisi sosiaalityön kentällä lähteä vaikuttamaan.

2 AIKUISSOSIAALITYÖN PALVELUT JA RAKENTEELLINEN SOSIAALITYÖ

2.1 Aikuissosiaalityö

Aikuissosiaalityöllä (tunnetaan myös nimellä työikäisten sosiaalipalvelut) tarkoitetaan sosiaalihuoltolain (SHL 30.12.2014/1301) mukaista sosiaalihuoltoa, joka kohdistuu aikuisiin ja täysi-ikäisiin ihmisiin erilaisissa elämäntilanteissa ja haasteissa. Palveluiden tavoitteena on edistää yksilön hyvinvointia, osallisuutta ja toimintakykyä sekä tarjota tukea ja apua tilanteissa, joissa henkilöllä on vaikeuksia selviytyä omassa elämässään. Laajasti ajateltuna aikuissosiaalityöksi voidaan nimittää lastensuojelun ja ikääntyneiden sosiaalityön väliin jäävään kohderyhmän kanssa tehtävää työtä. Useimmiten aikuissosiaalityöllä kuitenkin tarkoitetaan sosiaalityötä, jonka keskiössä on nimenomaisesti työikäinen aikuisväestö ja heitä koskevat erityiskysymykset. Tämä määrittely erottelee eläkeiän ylittäneet ja heille tarjottavat gerontologisen sosiaalityön palvelut omaksi osakseen sosiaalityön kentällä. (Kananoja, Lähteinen & Marjamäki 2011, 211–213.)

Sosiaalityön tutkijapioneeri Kyösti Raunio tuo esiin kirjassaan Olennainen sosiaalityössä (2009) sekä aikuissosiaalityön yksilöllisyyttä ja kokonaisvaltaisuutta että eettistä vastuuta painottavaa näkökulmaa. Raunio kuvaa, että aikuissosiaalityön tarkoituksena on tunnistaa ja arvioida henkilön tarpeita ja voimavaroja, ja sen perusteella tukea asiakasta asianmukaisin menetelmin ja palveluvalikoiman keinoin, jotta voidaan tukea marginalisoituneiden, sosiaalisesti syrjäytettyjen ja haavoittuvassa asemassa olevien ihmisten itsemääräämisoikeutta ja osallisuutta. (Raunio 2009, 84–87.)

Sosiaalihuoltolaki (SHL 30.12.2014/1301) korostaa ennaltaehkäisyä, varhaista puuttumista ja tuen tarjoamista yksilöllisesti räätälöitynä. Aikuissosiaalityö voi siten sisältää esimerkiksi neuvontaa, ohjausta, palvelujen koordinaatiota ja asiakkaan voimavarojen vahvistamista. Lisäksi se voi kattaa taloudellisen tuen, asunon järjestämisen, terveydenhuollon palvelujen ohjauksen sekä muun tarvittavan tuen, joka auttaa aikuista selviytymään arjen haasteista.

Outi Välimaan mukaan (2008) aikuissosiaalityö perustuu yhteistyöhön eri viranomaisten, palvelujen tarjoajien ja muiden yhteistyökumppaneiden kanssa. Se voi olla osa laajempaa palvelukokonaisuutta, joka tarjoaa tukea ja apua monenlaisissa tilanteissa. Tärkeää on myös jatkuvan arvioinnin ja seurannan toteuttaminen, jotta varmistetaan, että tarjottu tuki ja palvelut vastaavat asiakkaan tarpeita ja tilannetta. Kokonaisuudessaan aikuissosiaalityön tarkoituksena on auttaa aikuisia elämään mahdollisimman hyvin omassa ympäristössään ja edistää heidän sosiaalista hyvinvointiaan. Tämä tapahtuu yksilöllisesti räätälöidyillä palveluilla, jotka auttavat ylittämään erilaisia elämäntilanteisiin liittyviä haasteita ja vaikeuksia. (Välimaa 2008, 181–184.)

2.2 Aikuissosiaalityön palvelut

Jos tarkastellaan tarkemmin, mitä aikuissosiaalityöhön kuuluu, voidaan yhtenä näkökulmana käyttää Kirsi Juhilan (2008) jäsentelyä aikuisväestön kanssa tehtävän sosiaalityön kentistä. Juhila määrittelee, että kunnan tuottamana peruspalveluna aikuissosiaalityöhön kuuluvat erityisesti toimeentulotukityö, kuntouttava työtoiminta ja päihdetyö. Mielenterveyteen sekä asunnottomuuteen ja rakenteelliseen sosiaalityöhön liittyvät tehtävät eivät Juhilan mukaan ole niin kiinteä osa aikuissosiaalityön ydintä, tai ainakin niiden merkitys on Juhilan mukaan vähentynyt. (Juhila 2008, 44.)

Juhilan tekemän määrittelyn jälkeen aikuissosiaalityön kenttä on kuitenkin vahvasti muuttunut. Näistä muutoksista hyvänä esimerkkinä on vuosi 2017, jolloin toimeentulotuki siirrettiin Kelan maksettavaksi vuoden alussa. Kelan tilaaman ja konsulttityhtiö FCG:n tekemän selvityksen mukaan kuntien sosiaalitoimistoissa työskentelevien toimeentulotuen päätöksiä tekevien etuuskäsittelijöiden määrä lähti rajusti laskemaan 2010-luvun loppupuoliskolla. Samaan aikaan kuntiin palkattiin yli 650 uutta sosiaalityöntekijää. Perustoimeentulotuen siirron kunnista Kelaan voidaan siis ajatella tukevoittaneen kuntien aikuissosiaalityötä, kun sosiaalityöntekijöiden määrä kunnissa lisääntyi. Selvityksessä pyrittiin selvittämään, millaisia erilaisia muutoksia toimeentulotuen siirto Kelaan on aiheuttanut paitsi itse Kelaan, myös toimeentulotuen asiakkaisiin ja sitä aiemmin myöntäneisiin kuntiin. Toimeentulotuen siirron myötä sosiaalityön ammattihenkilöiden työn painopiste

on siirtynyt taloudellisen tuen järjestämisestä enemmän kohti asiakkaiden elämäntilanteisiin ja -kriiseihin keskittyvää työtä. (Laesterä, Hanhela & Koskinen 2021.) Juhilan määritelmä työmuotojen painopisteistä ei siis enää sellaisenaan pidä paikkaansa, sillä siirryttäessä kauemmas toimeentuloperustaisesta sosiaalityöstä on aikaa vapautunut mielenterveys-, päihde- ja asunnottomuustyöhön sekä rakenteelliseen sosiaalityöhön, jotka Juhilan mukaan aiemmin ovat olleet vähemmällä huomiolla. (Juhila 2008, 44.)

Vaikka työmuodot ovat muovautuneet vastaamaan ajankuvaa, jotkin sosiaalityön perusteet ovat säilyneet. Juhila kirjoittaa myös aikuissosiaalityön peruspilarista, jotka edelleen ovat ajankohtaisia. Hänen mukaansa aikuissosiaalityö rakentuu kolmen muuttumattoman peruselementin varaan:

1. **Ongelma**, jonka takia asiakas hakeutuu aikuissosiaalityön palveluiden piiriin
2. **Tavoitetila**, joka kuvastaa tilannetta, jollaiseksi asiakas haluaisi ongelmansa muodostuvan tulevaisuudessa
3. **Ratkaisukeinot**, jotka aikuissosiaalityön ammattihenkilö määrittelee yhdessä asiakkaan kanssa tavoitteen saavuttamiseksi

Siten aikuissosiaalityö määrittyy suunnitelmalliseksi ja yksilö- tai perhelähtöiseksi työmuodoksi, jonka pohjana on huolellisesti tehty arvio asiakkaan tarvitsemista palveluista, arviointiin pohjautuva yhteistyö asiakkaan kanssa asetettuja muutostavoitteita kohti sekä tavoitteiden saavuttamiseen keskeisimmin liittyvien työvälineiden ja menetelmien valinta. Aikuissosiaalityö määrittyy Juhilan kuvauksessa myös tarvelähtöiseksi palveluksi: aikuissosiaalityöhön hakeutuvalla asiakkaalla on yleensä elämässään jokin erityinen ongelmatilanne, jota hän ei ole omia voimavarojaan hyödyntämällä kyennyt ratkaisemaan, mikä johtaa aikuissosiaalityön tarjoaman tuen tarpeen syntymiseen. (Juhila 2008, 10–15.)

Aikuissosiaalityön palvelut voidaan määritellä myös palvelun tarvetta indikoivan haasteen mukaisesti, kuten Varsinais-Suomen hyvinvointialueella on päätetty tehdä. Alla olevassa taulukossa on listattuna 18–64-vuotiaille tarjottavia sosiaalityön palveluita, joiden tarkoituksena on tukea edistää yksilön ihmisoikeuksien mukaista turvaa, toimeentuloa ja hyvinvointia.

Palveluiden indikaattori	Kohdennettu palvelu
Asumisen ongelmat ja asunnotto- muus	Asumissosiaalityö
Elämönhallinnan haasteet	Aikuissosiaalityön neuvonta ja ohjaus
Haasteet työllistymisessä	Työllisyyspalvelut
Päihde- ja mielenterveysongelmat	Päihde- ja mielenterveystyö
Syrjäytyminen, yksinäisyys	Aikuissosiaalityön neuvonta ja ohjaus
Velkaantuminen ja talouden hallinnan ongelmat	Taloussosiaalityö
Äkilliset kriisit, kuten ero, häätö tai kuolemantapaukset	Sosiaalityön kriisiytyö

TAULUKKO 1. Aikuissosiaalityön palvelut (VarHa: Aikuisten sosiaalipalvelut, 2023.)

Sosiaalityön voidaan ajatella käyvän edelleen läpi murrosta, jossa eräänlaisena keppinäkin toiminut toimeentulotuen maksatus on otettu pois ja siirretty toisen organisaation hoidettavaksi. Asiakasmääriin toimeentulotuen siirto ei kuitenkaan ole näyttänyt vaikuttavan laskevasti (Laesterä ym. 2021) vaan koronapandemian myötä etenkin helposti saavutettavan, matalan kynnyksen avun tarve on entisestään kasvanut.

Sosiaalihuoltolain 33 § pykälän mukaan sosiaalihuollon palvelujen saatavuudesta ja saavutettavuudesta on huolehdittava, ja lisäksi jokaisen kunnan asukkaiden ulottuville on saatettava sosiaalityön tarjoamaa neuvontaa ja ohjausta. Nämä palvelut tulisi tarpeen mukaan järjestää yhteistyössä perusterveydenhuollon terveysneuvonnan sekä muiden toimialojen kanssa. Palvelut tulisi järjestää niin, että niissä olisi helposti käytettävissä toimivat yhteistyöverkostot sosiaali- ja terveydenhuollon välillä sekä tarvittaessa mukaan voidaan ottaa myös muiden toimialojen palveluita. (SHL 2014.)

Käytännössä sosiaalihuoltoasia tulee vireille asiakkaan tai yhteistyökumppanin tekemästä ilmoituksesta. Joissain tilanteissa asiakkuus voi perustua myös sosiaalihuollon ammattihenkilön muutoin saamaan tietoon tuen tarpeesta olevasta ihmisestä. Neuvontaa ja ohjausta pitää voida tarjota myös ilman sosiaalihuollon

asiakkuuden aloittamista ja asiakkaan tulee voida halutessaan asioida myös nimettömänä. Jos asiakkaan asiaan kuitenkin arvioidaan tarvittavan pidempikes-toista työskentelyä, sosiaalihuollon asiakkuus ja palveluiden tarpeen arviointi al-kaa jo neuvonnan ja ohjauksen yhteydessä. (Liukko & Nykänen 2019.)

2.3 Rakenteellinen sosiaalityö

Rakenteellinen sosiaalityö määritellään Sosiaalihuoltolain 7. pykälässä. Lain määrittämässä tarkoituksessa rakenteellinen sosiaalityö kuvataan työmuotona, jonka tehtävänä on ”huolehtia sosiaalista hyvinvointia ja sosiaalisia ongelmia kos-kevan tiedon välittämisestä ja sosiaalihuollon asiantuntemuksen hyödyntämi-estä hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseksi”. (SHL 30.12.2014/1301.)

Sosiaali- ja terveysministeriön verkkosivuilla kuvataan, mitä rakenteellinen sosi-aalityö on käytännössä:

- *Järjestelmällistä tiedon keräämistä kunnan ja maakunnan sosiaalisista il-miöistä. Tiedon avulla varmistetaan, että sosiaalihuollon asiakastyöstä saatavat kokemukset välittyvät osaksi kunnan ja maakunnan päätöksen-tekoa.*
- *Ennakoivaa, kehittävää ja visioivaa toimintaa, jonka avulla etsitään uusia entistä tehokkaampia toimintatapoja.*
- *Kunnan ja maakunnan asukkaiden osallisuuden vahvistamista ja erilaisten yhteistyöverkostojen rakentamista.*
- *Asukkaiden sosiaalisten oikeuksien ja osallisuuden toteutumisen seuran-taa sekä maakuntien hyvinvointivastuun täyttämistä.*

(STM 2023)

Raunio viittaa (2009) sosiaalityön olennaisia rakenteita käsittelevässä kirjassaan *yhteiskuntakriittiseen perspektiiviin*, jonka lähtökohdat ovat asiakkaiden yksilölli-siä kohtaloita suuremmassa yhteiskunnallisessa tilanteessa ja sosiaalipoliitti-sessa päätöksenteossa. Raunio ei suoraan mainitse nimeltä rakenteellista sosiaa-lityötä, mutta selkeästi viittaa sosiaalialan ammattilaisten työnkuvaan sisäänkir-joitettuun rooliin ja asemaan nähä niitä yksittäisten asiakkaiden tai asiakasryh-

mien taustalla vaikuttavia haitallisia rakenteita, joita asiakkaat itse eivät välttämättä tunnista. Raunio kuvaa sosiaalialan ammattilaisen roolia asianajajamaiseksi, vaikkakin painottaa Tarja Kemppaista ym. lainaten, että tutkimusten mukaan vain pieni osa suomalaisista sosiaalityöntekijöistä pitää yhteiskunnallista vaikuttamista työnsä olennaisena tehtävänä. Raunio kuitenkin ajattelee, että sosiaalialan työntekijöiltä ”voidaan edellyttää, että he pohtivat kriittisesti omaa rooliaan asiakkaiden alisteiden aseman ylläpitäjinä ja vahvistajina”. Raunio pitää selvänä, että sosiaalialan ammattilainen voi asiakkaan kanssa työskennellessään joko vahvistaa tai lieventää asioimistilanteen rakenteellista ja kulttuurista alistaavuutta. Sosiaalityössä tulisikin varoa, ettei kontrolloivilla toimenpiteillä pahenneta asiakkaan tai tietyn asiakasryhmän yhteiskunnallisesti alisteista asemaa. (Raunio 2009, 191-194.)

Juhila (2008) ei myöskään varsinaisesti korosta rakenteellisen sosiaalityön merkitystä, mutta toteaa, että ”kun huono-osaisimpien kansalaisten asiat ovat heikolla tolalla ja kunnallinen sosiaalityökin pahimmillaan riittämätöntä ja valikoivaa, vertikaalinen oikeus ei toteudu.” Vertikaalisessa oikeudessa on kysymys siitä, että vaikeimmissa tilanteissa oleville suunnataan enemmän yhteiskunnan resursseja eli apua annetaan erityisesti niille, jotka sitä eniten tarvitsevat. Tähän viitaten voisi ajatella, että rakenteellisella sosiaalityöllä on merkittävä rooli vertikaalisen oikeuden toteuttamisessa ja tätä roolia tulisi myös sosiaalityön maineen näkökulmasta vahvistaa. Juhila kirjoittaakin, että keskiöön pitäisi nostaa sosiaalialan ammattilaisille kuuluva vaikuttamistyö, jossa sosiaalialan ammattilaiset tekevät oman ruohonjuuritason tietämyksensä ja ammatillisen asiantuntijuutensa lähtökohdista näkyviksi asiakkaidensa vaikeita sosiaalisia ja taloudellisia tilanteita, hyvinvointivaltion palvelujärjestelmästä löytyviä puutteita sekä ottaisivat kantaa asiakkaidensa asemaan vaikuttavaan yhteiskuntapoliittiseen päätöksentekoon. (Juhila ym. 2008, 71-76.)

Sosiaalialan osaamiskeskus Pikassoksella tekemäni opintoihini kuuluvan viimeisen harjoittelun ja siellä asiantuntijoiden kanssa käymieni keskustelujen perusteella voisin väittää, että kentällä sosiaalityön ammattilaiset tunnistavat rakenteelliseksi sosiaalityöksi usein vain tilastoihin ja muuhun asiakastyöhön pohjautuvan tiedon keräämisen, mutta eivät sen hyödyntämistä sosiaalityön kehittämisessä,

siitä viestimisessä ja sosiaalipoliittiseen päätöksentekoon vaikuttamisessa. Keskusteluista välittyi kuva, että rakenteellinen sosiaalityö koetaan vaivalloiseksi ja perustyöhön verraten ylimääräiseksi työksi, vaikka osaamiskeskuksessa tunnistetaan, että sosiaalityössä kerätyn tiedon jakaminen ammattimaisen viestinnän kautta päätöksenteon tueksi olisi ensiarvoisen tärkeää. Itse ajattelen, että sosiaalityön vaikuttavuus on vahvasti kiinni sen omien palvelujen maineessa. Hypoteesini on, että mitä enemmän kiinnitämme huomiota palveluiden maineeseen, viestintään ja yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen, sitä matalampi kynnys palveluihin on hakeutua, mikä välillisesti vahvistaa sosiaalityön ennaltaehkäisevää merkitystä.

3 MAINE

3.1 Maine käsitteenä

Kotimaisten kielten keskuksen (Kotus n.d) Suomen etymologinen sanakirja tarjoaa mielenkiintoisen näkökulman sanan "maine" alkuperään. Sanan alkuperä saattaa juontua veneen liikkeistä aiheutuneista aalloista tai myrskyn jälkeisestä aaltoiluista, jota kuvastaa sana "maininki." Tämä käsite esiintyy myös karjalan kielen "maininka"-sanassa, joka viittaa tuulen jälkeiseen aaltoiluun. Lisäksi löytyy varhaisempi vastine norjanlapin pohjoissaamen kielialueelta sana "mäinâs", joka tarkoittaa satua tai kertomusta. Näiden alkuperien valossa voisi ajatella maineen olevan kuin tarina tai aaltoilu, joka kulkee edellä ja jota kerrotaan eteenpäin. (Kotimaisten kielten keskus n.d.)

Maineen käsite viittaa yleisesti yrityksen, organisaation tai palveluntarjoajan julkiseen mielikuvaan. Se muodostuu monista tekijöistä, mukaan lukien tarjotusta palvelusta ja siihen viittaavasta julkisesta viestinnästä. Aula ja Heinonen (2011) korostavat, että maine syntyy vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan ja eri sidosryhmien välillä. Maineeseen vaikuttavat sekä kulttuuriset että ympäristölliset tekijät, ja ne auttavat määrittelemään palveluntarjoajan asemaa suhteessa muihin toimijoihin. Maineeseen heijastuvat käytännössä kaikki asiat, jotka organisaatio jakaa itsestään julkisesti, sekä kaikki se, mitä organisaation toiminnasta yleisesti tiedetään tai siitä puhutaan. (Aula & Heinonen 2011, 12.)

Julkisessa keskustelussa maine saatetaan helposti yhdistää erilaisiin adjektiiveihin, kuten esimerkiksi kaunis, yllellinen, luksus, halpa, edullinen, kestävä, luotettava ja niin edelleen. Maineesta puhuessa on hyvä pohtia sitä, liittyvätkö vastaavanlaiset käsitteet enemmän brändiin, jolla tarkoitetaan sitä, millaisen positiivisen mielikuvan ja imagon yritys tai vastaava toimija haluaa palvelunsa tai tuotteensa ympärille rakentaa. On tärkeää huomata, millainen linkki brändillä ja imagolla on maineen käsitteeseen. Maine, brändi ja imago ovat jokainen organisaation ulkopuolisten henkilöiden mielipiteitä ja mielikuvia organisaatiosta. Mainentutkimuksessa imago ymmärretään visuaalisena, jopa väreihin ja muotokieleeseen liittyvinä

asioina, kun maine ja brändi perustuvat enemmän kokemukseen ja siihen, millaisen mielikuvan jokin tietty tuote tai palvelu jättää käyttäjänsä mieleen. (Pohjola 2003, 25.)

Maineen käsitteleminen on 2010-luvulla pääasiassa keskittynyt yritysmaailmaan, mikä on vaikuttanut siihen, että julkisten palveluntarjoajien käsitys maineesta ja sen merkityksestä ei välttämättä perustu tutkittuun tietoon. Aulan ja Heinosen (2011) mukaan pääasiallinen tehtävä maineella on kuitenkin erotella asiakaskokemukseen pohjautuen hyvät palvelut huonoista ja auttaa palveluntarjoajia parantamaan toimintaansa, mikä koskee kaikenlaisia palveluita riippumatta siitä, yrittääkö palvelun tuottaja aktiivisesti vaikuttaa palvelunsa maineeseen tai ei. Tämä tekee maineesta olennaisen osan palveluntarjoajan menestymiseen ja asiakkaiden luottamuksen rakentamiseen. (Aula & Heinonen 2011, 27.)

3.2 Maineen muodostuminen

Maine rakentuu monista tekijöistä, joista keskeisimpiä ovat palveluntuottajan toiminta, tuotetun palvelun laatu, viestintätaidot ja oman organisaation toiminta suhteessa ympäröivään maailmaan. Palvelun tuottajan toiminnalla tarkoitetaan kaikkea sitä, mitä organisaatio tai yritys tekee palvelun eteen, jotta se toimii. Toiminta voi olla palvelumuotoilua tai asiakashankintaan/-huolehdintaan liittyvää, tai se voi olla päivittäisten toimintojen ylläpitämistä, jotta tarjotut palvelut olisivat toimintakykyisiä. (Pohjola 2003, 17–18.)

Aulan ja Heinosen (2011) mukaan yhteisymmärryksenä maineututkimuksen kentällä on, että maineen rakentamiseen kuluu aikaa, eikä varsinkaan hyvä maine muodostu hetkessä. Lisäksi maine on jatkuvassa muutoksen tilassa, eikä pysy samanlaisena kovinkaan kauaa, mikä edellyttää jatkuvaa maineeseen vaikuttavien seikkojen huomioimista organisaation strategiassa. Aula ja Heinonen painottavat, että vaikka maine voi lyhyelläkin aikavälillä ottaa huimia hyppyjä niin negatiiviseen kuin positiiviseen suuntaan, on hyvä muistaa, että maineeseen olennaisesti vaikuttavat muutokset voivat lähteä käyntiin myös organisaation sisältä. (Aula & Heinonen 2011, 14–16.)

Oman organisaation toiminta suhteessa ympäröivään maailmaan on kaikkea sitä toimintaa, joka ei asetu suoraan edellä mainittujen suurempien aihealueiden alle. Toiminta voi olla esimerkiksi kulttuurisidonnaista, se voi olla yhteydessä vahvasti aikaan ja paikkaan ja se voi huomioida yhteiskunnalliset muutokset. Maine ei ole ajasta irrallinen, vaan maine työ vaatii aktiivista otetta jokaisessa hetkessä. Toimivan organisaation pitää maine työskentelyssä pystyä reagoimaan muuttuvaan yhteiskuntaan ja ottaa huomioon erilaiset väestöt ja toimintakulttuurit, joita hyvän maineen ylläpitämiseksi edellytetään. (Lapin yliopisto, 2023.)

Tuotetun palvelun laatu kuvastaa nimensä mukaisesti asiakkaille tarjotun palvelun laatua. Laatu vaikuttaa aina maineeseen positiivisesti tai negatiivisesti ja se on yhteydessä vahvaan asiakaskokemukseen, johon voidaan vaikuttaa esimerkiksi palvelumuotoilun avulla. Palvelumuotoilu on työskentelymuoto, jonka tarkoituksena on kehittää ja sujuvoittaa erilaisia palveluita, tuotteiden käyttökokemusta ja tilojen käytettävyyttä erityisesti käyttäjän näkökulmasta. (Lapin yliopisto, 2023.)

Palvelumuotoilussa puhutaan palvelun kolmesta perustasosta, jossa ensimmäinen taso on asiakkaille näkyvä taso. Näkyvästä tasosta esimerkkinä voisi toimia palvelutilanne, jossa asiakas ja sosiaaliohjaaja kohtaavat. Kolmannella tasolla ovat taustaprosessit, jotka ovat asiakkaalle näkymättömiä, mutta jotka kriittisellä tavalla vaikuttavat palvelun laatuun, esimerkkinä esihenkilö- ja johtotasolla tehtävät päätökset siitä, miten eri palvelupisteet resursoidaan. Ensimmäisen ja kolmannen tason välissä on toinen taso, jota voidaan kutsua termillä ”näkyvyyden linja”. Tämä taso erottaa asiakkaalle näkyvän ja näkymättömän toisistaan. (Lapin yliopisto, 2023.)

Asiakas harvoin pääsee näkemään ”näkyvyyden linjan” taakse, mikä saattaa johtaa tilanteisiin, jossa asiakkaan mieli täydentää puuttuvan tiedon. Asiakas saattaa pelätä menettävänsä käyttämänsä palvelun tai joutuvansa jonkin uuden linjauksen myötä asioimaan aiempaa palvelupistettä kauempana, mikäli kolmannella tasolla toimivista prosesseista ja päätöksistä ei riittävällä tavalla viestitä asiakkaille. Palveluiden toteuttamisessa onkin erittäin tärkeää tarjota asiakkaalle mahdollisimman ehyt ja läpinäkyvä kokonaisuus, jotta väärinymmärryksiä ja potentiaalisia mainehaittoja ei pääsisi syntymään. (Lapin yliopisto, 2023.)

Mainetta voidaan pitää myös yhtenä tärkeimmistä osatekijöistä tietyn organisaation aineettomassa pääomassa. Lehtosen (2000) mukaan aineeton pääoma tarkoittaa sellaista yritykselle tai muulle organisaatiolle tärkeää resurssia, voimavaraa tai potentiaalia, jota ei katsota varallisuudeksi eikä sitä voida hallita muiden resurssien tavoin. Erilaisissa muodoissa aineeton pääoma vaikuttaa paitsi organisaation asiakkaisiin ja henkilöstöön yksilötasolla, sen hallinta määrittelee koko organisaation tulevaisuutta ja sen yhteiskunnallista vaikutusta, ja jokainen organisaatio tarvitsee sitä toimiakseen. (Lehtonen 2000, 188.)

Täsmennetympin mainetta käsiteltäessä voidaan puhua myös suhdepääoman käsitteestä. Sillä tarkoitetaan tietyn organisaation ja sen erilaisten sidosryhmien välisiä suhteita. Sosiaalityön näkökulmasta aikuissosiaalityön palvelun sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi asiakkaat, yhteistyökumppanit (kuten työllisydenhoito, terveystalvelut, nuorisotyö, sosiaalityön muut organisaatiot, järjestökenttä jne.) sekä toimintaa ohjaavat tahot kuten THL ja erilaiset ministeriöt. Voidaankin sanoa, että suhdepääoma rakentuu kaikista organisaation ulkoisista, ja joissain tapauksissa sisäisistäkin suhteista, jotka määrittelevät sen palveluiden ja toiminnan arvon. Suhdepääoma voidaan siis ajatella organisaation omistuksessa ja hallinnassa olevana, mutta on tärkeää ymmärtää, että maineeseen liittyvään suhdepääomaan saattaa herkästi vaikuttaa esimerkiksi yksittäisen työntekijän varaan rakentunut positiivinen mielikuva palvelusta tai yksittäinen asiakassuhde, josta haarautuu positiivista puhetta ”puskaradiossa” muille asiakkaille. Yksittäiseen työntekijään liittyvät maineseikat ovat usein niin henkilöön kiinnittyneitä, että ne saattavat jopa seurata työntekijää, mikäli hän esimerkiksi siirtyisi toiseen organisaatioon. (Lönqvist, Kujansivu & Antola 2005, 31.)

3.3 Maineriski

Maineriskillä tarkoitetaan sitä, että organisaation toimintaan tai sidosryhmäsuhteisiin liittyvä itse aiheutettu tai virheellisesti saatu epäsuotuisa julkisuus heikentää yleistä luottamusta organisaatioon. Maineeseen kohdistuvan riskin voidaan usein ajatella olevan seurausta toteutuneesta organisaation toimintaan kohdistuvasta riskistä, joka aiheuttaa organisaation maineen heikkenemisen sekä kansalaisten, että muiden sidosryhmien joukossa. (Ahteensivu, Koskinen, Kulmala, &

Havakka 2018, 75.) Sosiaalityössä maineriski voisi tarkoittaa esimerkiksi hyvin negatiivissävytteistä julkista keskustelua sosiaalityön viranomaisten pätevyydestä ja resurssien riittävydestä, kuten esimerkiksi 8-vuotiaan Erikan tapauksen ympärillä velloi vuoden 2012 jälkeen.

Erilaisia maineriskejä voidaan pyrkiä hallitsemaan ja säätelemään erilaisin keinoin. Valtaosa niistä liittyy markkinointi- ja kriisiviestintään. Perinteisemmät riskien hallintaan käytetyt menetelmät, kuten uhkaavan tilanteen välttäminen tai vastuun siirtäminen toisaalle, eivät toimi maineriskiin liittyvien haittojen hallinnassa. Tämä johtuu siitä, että mekanismit maineriskien syntymiseen ovat hyvin monisyisiä ja niiden syntymistä on vaikea ennustaa. (Ahteensivu ym. 2018, 79.)

3.4 Maineen vaikutus julkishallinnossa

Luoma-aho ja Peltola kirjoittavat Jyväskylän viestinnän laitoksen julkaisemassa artikkelikokoelmassa, että julkishallinnon toimintakenttä on ollut koko 2000-luvun muutosvaiheessa: taloudelliset paineet, valtavat harppaukset teknologian kehityksessä sekä organisaatioiden tarve vakuuttaa asiakkaat ja sidosryhmät olemassaolonsa tarpeellisuudesta ovat lisänneet tarvetta sille, että organisaatioiden toiminta on läpinäkyvää ja kestävä. Kansalaisten odotukset ovat kasvaneet, ja sitä myötä myös oikeanlaisen ja oikein kohdennetun viestinnän tärkeys on kasvanut. Organisaatioiden ja palveluiden maineella on yhä suurempi merkitys paitsi palveluiden käyttäjille myös niiden tuottajille. Kankearakenteista julkista hallintoa ajatellaan hitaana ja yrity maailman ketterämpiin ratkaisuihin verrattuna jälkeenneenä. Julkisen sektorin hallinnon voidaan ajatella olevan täysin uudenlaisten haasteiden äärellä nykypäivän nopeatempoisessa ja tiedolla kyllästetyssä informaatioyhteiskunnassa. (Luoma-aho & Peltola 2006, 7.)

Julkisen hallinnon alla toimivat organisaatiot eroavat identiteetiltään ja toimintatavoiltaan muista organisaatioista siinä määrin, että niiden viestintää on tarpeen tarkastella jossain määrin erilaisista näkökulmista kuin yksityissektorin julkisia ulostuloja. Nieminen määrittelee eron strategisen ja kommunikatiivisen vuoropuhelun välille. Yksityissektorin toimijat tavoittelevat taloudellista voittoa markkinoinnin ja vaikuttamisviestinnän menetelmillä, kun taas kuntasektorin ja valtion

organisaatioiden viestinnän päämääränä on yhteisen hyvän tuottaminen, kuten esimerkiksi jonkin ihmisryhmän osallisuuden lisääminen tai puolustaminen. (Niemi 2000, 109.) Juholin taas korostaa, että yhteisin varoin tuotetuilla palveluilla ja niiden takana seisovilla organisaatioilla on yhteinen vastuu viestiä kansalle palveluistaan, sillä laadukas viestintä ja selkeä kuva yhteiskunnan rakenteiden toiminnasta on paitsi kansalaisten oikeus, myös heidän etunsa. (Juholin 2006, 192.)

Aula & Heinonen (2011) käsittelevät maineen synnyn ja sen vaikutuksen välistä suhdetta nelikenttämallilla, jossa kuvataan palveluntarjoajan todellista tilannetta ja annettujen mielikuvien konnotaatiota.

	- TODELLISUUS +		
- MIELIKUVAT +	MAINEANSA "Mainettaan huonompi"	TAVOITEMAINE "Erinomainen maine"	+ MIELIKUVAT -
	TOIMINNALLINEN ONGELMA "Huono maine"	VIESTINNÄLLINEN ONGELMA "Mainettaan parempi"	
	- TODELLISUUS +		

TAULUKKO 2. Maineen rakentumisen nelikenttä (Aula & Heinonen 2011, 13.)

Taulukon avulla voidaan havainnollistaa tehokkaasti niitä haasteita, joita palveluntarjoajat kohtaavat usein mainetyöskentelyn aikana. Mielikuvien ja palveluiden todellisen tilanteen välinen ero voi olla erityisen ilmeinen viestinnällisellä tasolla. Tämän ilmiön voi tunnistaa Aulan ja Heinosen (2011) mukaan "viestinnällisiksi ongelmiksi." Tällaisessa tilanteessa palvelu saattaa olla todellisuudessa laadukas ja parempi kuin mitä mielikuvat antavat ymmärtää. Toisaalta toisessa ääripäässä voimme nähdä "maineansan," jossa mielikuvat palvelusta ovat positiiviset, mutta palvelun laatu ei vastaa odotuksia. Tällainen epäsuhta saattaa aiheuttaa riskin, että ajan mittaan yritys ajautuu kohti taulukon vasenta alareunaa,

missä niin mielikuvat kuin todellisuus ovat negatiivisia. (Aula & Heinonen 2011, 14.)

Olenneista palveluntarjoajalle on tavoitella taulukon yläoikeaa kulmaa, jossa mielikuvat ja todellisuus ovat positiivisessa yhteydessä toisiinsa. Tämä tarkoittaa sitä, että palvelun laatu vastaa tai ylittää asiakkaiden odotukset ja samalla mielikuvat ovat myönteisiä. Tällainen tasapaino voi vahvistaa organisaation mainetta ja luottamusta asiakkaiden ja sidosryhmien keskuudessa. Se voi myös auttaa pitkän aikavälin menestyksen rakentamisessa.

Tärkeä huomio on myös se, että maineenhallinta on jatkuva prosessi, ja organisaatioiden on oltava valppaina seuraamaan mielikuviaan ja palveluidensa laatua varmistaakseen, että ne pysyvät positiivisessa yhteydessä toisiinsa. Tämä edellyttää avointa ja rehellistä viestintää, asiakkaiden tarpeiden ymmärtämistä ja jatkuvaa pyrkimystä parantaa toimintaa ja tarjota arvoa asiakkaille. (Lönqvist, Kujansivu & Antola 2005, 47.)

3.5 Viestintä tukena sosiaalityön maineen muutoksessa

Erilaisia keinoja vaikuttaa maineeseen on monenlaisia ja valtaosa niistä sijoittuu markkinoinnin ja viestinnän kentälle. Yksi tapa vaikuttaa maineeseen on pyrkiä muuttamaan sidosryhmien mielikuvaa organisaatiosta ja sen tuottamista palveluista. Highhouse, Brooks ja Gregarus (2009) kirjoittavat artikkelissaan *Journal of Applied Psychology* -julkaisussa, että yksilöiden mielikuvat organisaatiosta rakentavat sen maineen perustan. Asiakkaiden, omien ja sidosryhmäkumppaneiden työntekijöiden sekä ulkopuolisten ihmisten mielissä organisaatioon liitetään erilaisia mielikuvia ja mielipiteitä, jotka voivat kummuta palvelujen käyttäjän omista käytännön kokemuksista, huhupuheista tai saattaneet muodostua esimerkiksi julkista keskustelua seuraamalla. Myös oman työroolin kautta saatu informaatio vaikuttaa mielikuvaan. (Highhouse, Brooks & Gregarus 2009.)

Julkisen keskustelun, vertaisarviointien ja omien kokemusten kautta syntyneisiin mielipiteisiin voidaan vaikuttaa tehokkaalla viestinnällä, vaikkakin Juholin (2006)

painottaa, että paremman kuvan toimijan arvioista ja päämääristä antavat enemmän teot kuin mainosviestien kiiltopintaiset sanat. Julkisen hallinnon tehtävän hyvin hoitaminen ei kuitenkaan riitä. Toiminnasta ja hienoista saavutuksista on myös osattava kertoa ulkopuolelle. (Aula & Heinonen 2011; Juholin 2006.)

Miten sosiaalityöstä sitten tulisi viestiä, jotta se tehokkaasti vaikuttaisi kansalaisten mielikuviin palvelun hyvästä tarkoituksesta ja toimivista käytänteistä? Ensinnäkin viestinnän tulisi olla pitkäjänteistä ja säännöllistä. Fombrun ja van Riel (2007) katsovat, että maine rakentuu yksilön mielessä tiedon palasista: kun paloja kertyy yksilön muistiin toistuvasti, organisaatioon tai palveluun liitetty mielikuva vakiintuu ja kirkastuu. Ihminen käsittelee saamaansa tietoa eri tavoin riippuen siitä, kuinka motivoitunut hän on ja onko viestin aihe hänelle jo aiemmin tuttu. Vaikuttavan viestinnän täytyisikin herättää viestinnän kohteen kiinnostus teemaan toistuvasti. (Fombrun & van Riel 2007: 34–35.)

Merkitystä on myös sillä, miten positiivisia ajatuksia ja fyysisiä reaktioita viesti yksilötasolla herättää (Fombrun & van Riel 2007: 39). Sosiaalipalveluiden viestinnässä tulisi ydinviesti kytkeä myönteisiin mielikuviin, kuten esimerkiksi positiivisiin vertaiskokemuksiin sosiaalityöstä saadusta avusta, sosiaalityön ammattilaisten lämpimään ja tuomitsemattomaan suhtautumiseen asiakkaisiin sekä tavoitteeseen tukea ihmisiä kriisien keskellä – sosiaalityön ydinsanomaan.

Viestin merkittävyyttä lisää myös se, jos viestin kertoja on tavallinen ihminen, johon muiden ihmisten on helppo samaistua. Psykologian emeritusprofessori Dennis Bromley kirjoittaa (2000), että vaikka ihminen muodostaakin mielikuvan organisaatiosta pääasiassa omien kokemustensa perusteella, myös muiden ihmisten mielipiteet vaikuttavat mielikuvan syntyyn (Bromley 2000: 118). Tämä tukee ihmisten ja etenkin palvelua omakohtaisesti käyttäneiden kokemuksiin pohjautuvan viestinnän tärkeyttä.

4 KYSELYTUTKIMUS

4.1 Tutkimusvaiheet

Opinnäytetyöni ensimmäisessä vaiheessa keskityin tutkimuskysymysten muodostamiseen, syventäen ymmärrystäni aiheesta ja pyrkien tunnistamaan keskeiset kysymykset ja haasteet, joihin kyselytutkimukseni toisi selvyyttä. Tämä vaihe edellytti tarkkaa pohdintaa ja useiden erilaisten tutkimuskysymysten harkintaa, jotta saatoin määritellä tutkimukseni tavoitteet mahdollisimman selkeästi.

Toisessa vaiheessa etsin tausta-aineistoa ja teoriamateriaalia opinnäytetyöni teoreettisen viitekehyksen rakentamiseksi. Kävin läpi aiempia tutkimuksia, kirjallisuutta ja artikkeleita, jotta voisin saada kattavan käsityksen aiheen laajemmasta kontekstista ja syventää tietämystäni tutkimukseni taustalla vaikuttavista tekijöistä.

Kyselytutkimuksen luomisvaiheessa suunnittelin tarkasti rakennetun kyselylomakkeen (liite 1), joka sisältää tiiviin, mutta tiedontarpeeseeni vastaamaan pyrkivän listan kysymyksiä. Kun kyselylomake oli valmis, lähetin sen vastaajille, ja tässä vaiheessa minun tuli erityisen tarkasti varmistaa vastausten luotettavuus ja laatu.

Tulosten analysointivaiheessa suoritin laadullisten kysymysten tarkasteluun keskittyvän analyysin kerätystä datasta. Hyödynsin erityisesti teemallista luokittelua avoimiin kysymyksiin tulleiden vastausten analysoinnissa, jotta esiin nousseista teemoista voitaisi rakentaa kohdennetusti näihin teemoihin liittyviä viestinnän esimerkkejä. Tämä vaihe oli keskeinen, sillä se mahdollisti vastaamisen tutkimuskysymyksiini ja samalla tuotti pohjamateriaalia viimeiseen vaiheeseen.

Lopuksi koostin kerätyn datan perusteella omia vahvuuksiani hyödyntäen konkreettisia esimerkkejä siitä, miten aikuissosiaalityön palvelut voisivat hyödyntää viestinnällisiä keinoja sosiaalityön vaikuttavuuden esiintuomiseen ja jopa rakenteellisen vaikuttamistyön tekemiseen.

4.2 Tutkimuskysymykset

Olen sosionomiopintojeni aikana paljon pohtinut muun muassa sosiaalialalla työskentelevien läheisten kanssa, miksi sosiaalialasta uutisoidaan hyvin negatiiviseen sävyyn ja miksi sosiaalialan ammattilaisten omissa hyppysissä oleva tiedottaminen ja palveluiden markkinointi näyttävät niin kehittymättömänä, ja millainen vaikutus sillä on siihen, miten tavalliset kansalaiset katsovat palveluja ulkopuolelta. Kaikkein tärkeimpänä kysymyksenä mieleni päälle jäikin; miten aikuissosiaalityön palveluiden mainetta voisi konkreettisesti kehittää. Kuten johdannossa kuvasin, halusin tähän opinnäytetyöhön toteutetulla kyselytutkimuksella selvittää, mitä tavalliset kansalaiset ajattelevat aikuissosiaalityön palveluista ja etenkin niiden maineesta, sekä tuottaa aitoihin mielipiteisiin pohjaavaa, konkreettista materiaalia sosiaalityön viestinnän tueksi. Päädyin rakentamaan opinnäytetyöni tutkimuskysymyksistä seuraavanlaiset:

1. Millainen on aikuissosiaalityön palveluiden maine kansalaisten näkökulmasta?
2. Miten aikuissosiaalityön palveluiden mainetta voisi parantaa tai kehittää?

Tutkimuskysymyksissä korostuvat termit ”aikuissosiaalityön palvelut” ja ”maine”, jotka ovat opinnäytetyöni teoreettinen viitekehys. Päämääräni oli tuottaa sähköinen kysely ja analysoida vastausten perusteella koettua mainetta suhteessa teoriaan. Mukana ovat myös termit ”parantaa” ja ”kehittää”, jotka viestivät opinnäytetyöni syvemmästä tarkoituksesta tuottaa konkreettisia esimerkkejä siitä, miten aikuissosiaalityön palveluiden hyödyistä voisi kansalaisille viestiä.

4.3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyöni pohjana olevan tutkimuksen toteuttamiseen ja tulosten analysointiin valitsin laadullista tutkimusta ja analyysia painottavan menetelmätriangulaation, jossa hyödynnän myös määrällisen tutkimuksen analyysimenetelmiä, koska tavoitteenani on tavoittaa monipuolinen näkemys tutkimusaiheestani. Tätä tavoitetta varten hyödynnän sähköisestä kyselytutkimuksesta saatua laadullista ja nu-

meraalista aineistoa, sekä lisäksi integroin tulosten analyysiin maineen ja aikuis-sosiaalityön kirjallisuudesta löytyvää teoretietoa. Valitsin menetelmätriangulaation myös siksi, että en halunnut rajoittua yhteen ainoaan teorianäkökulmaan, vaan päinvastoin, halusin kerätä erilaisia näkemyksiä erityisesti mielipidetutkimuksen avulla.

Tutkimusmenetelmänä triangulaatiolla tarkoitetaan eri tutkimustapojen, materiaali-lähteiden tai teorioiden tutkimuksellista yhdistämistä. Triangulaatio mahdollistaa useamman näkökulman huomioon ottamisen tutkimuksessa ja sen käyttötarkoituksena on parantaa tutkimuksen luotettavuutta. Toisaalta useampien tutkimusmenetelmien hyödyntäminen samassa tutkimuksessa saattaa tuottaa samasta tutkimuskohteesta eroavia tutkimustuloksia. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 143–144.)

4.4 Sähköinen kyselytutkimus

Valitsin opinnäytetyön yhdeksi tiedonkeruumenetelmäksi sähköisen kyselytutkimuksen, joka yhdistelee triangulaation hengessä laadullista ja määrällistä tutkimusta. Kysely kannattaa Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (1997) mukaan valita, kun halutaan selvittää jotakin asiaa usealta vastaajalta samalla tavalla. Tällöin kysymys tai kysymykset ovat samassa, standardoidussa muodossa jokaiselle vastaajalle, mikä minimoi kysymysten esitystavasta johtuvan hajonnan vastauksissa. Kyselytutkimuksessa myös tutkija itse pysyy etäällä vastaajista eikä näin vaikuta omalla toiminnallaan tutkimustuloksiin. Kyselytutkimuksella voidaan kerätä laaja otanta kohtuullisen pienellä vaivalla ja usein numeraalista dataa tuottavat kyselyt ovat laadullisia haastattelututkimuksia yksinkertaisempia analysoida. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 1997, 182-184.)

Sähköinen kyselytutkimus (liite 1) toteutettiin aikavälillä 12.7.-14.8.2023. Kysely rakennettiin Microsoft 365 -ohjelmistopakettien Forms-alustalle, joka on tarkoitettu erilaisten kyselyiden laatimiseen ja hallintaan. Kyselyssä tulee ottaa huomioon esimerkiksi eri laitteille skaalautumiseen liittyvä saavutettavuus, mikä osaltaan puolsi valmiin, kyselyihin tarkoitetun verkkoalustan käyttöä. Sähköinen kyselytutkimus valikoitui tutkimusmenetelmäksi myös siksi, että vastaajat saivat rauhassa

mieltä vastauksiaan, eikä mukaan tullut esimerkiksi haastattelutilanteissa tapahtuvaa jännittämistä. Valli ja Perkkilä (2015) kuvaavat kokoelmateoksessa julkaisussa artikkelissaan saavutettavuuden lisäksi useita hyötyjä sähköisen, verkkopohjaisen kyselyn toteuttamiseen, joihin lukeutuu muun muassa valmiiksi sähköisessä muodossa olevan aineiston käsittelyn helppous paperikyselyyn verrattuna sekä kyselyn toteuttamisen nopeus niin kyselyä vastaajalle toimitettaessa kuin vastauslomaketta palauttaessa. Kyselyä on sähköisessä muodossa myös helpompi mainostaa potentiaalisille vastaajille. (Valli & Aaltola ym. 2015: 109-110.)

Kyselyyn valikoitui yhteensä kahdeksan (8) kysymystä, joista kuusi (6) oli suljettuja monivalintakysymyksiä ja kaksi (2) avoimen vastausvaihtoehdon kysymyksiä. Yhdessä kysymyksessä (kysymys nro 6) oli avoimen vastausvaihtoehdon kysymys monivalintojen lisäksi. Hirsjärvi ym. (1997) suosittavat, että kyselytutkimuksessa hyödynnetään molempia kysymyksenasettelun muotoja, jos halutaan saada monipuolista vastausdataa, ja samalla vältetään vain yhtä kysymystä hyödyntävän kyselyn kompastuskivet. (Hirsjärvi ym. 1997, 190.)

Kysymykset muodostettiin noudattaen Hirsjärven ym. (1997) koostamia kyselylomakkeen laadinnan suuntaviivoja:

1. Kysymysten tulee olla selkeitä ja väärinymmärryksen riski tulee minimoida.
2. Kysymyksen tulee olla riittävän rajattu, jotta tulokinnan mahdollisuus pienenee.
3. Kysymysten tulee olla lyhyitä.
4. Kysymyksessä tulee kysyä vain yhtä asiaa kerrallaan.
5. Kysymyksessä tulee tarjota vaihtoehdoksi ”ei mielipidettä”.
6. Vältä ”samaa mieltä / eri mieltä” -väitteitä.
7. Pidä kysymysten järjestys loogisena ja määrä mahdollisimman pienenä.
8. Vältä ammattislangia ja johdattelevia kysymyksiä.

(Hirsjärvi ym. 1997, 191-192.)

Halusin korostaa kyselyyn vastaamisessa mahdollisuutta ilmaista oma mielipide turvallisesti, joten vastaajien anonymiteetin suojaamiseksi vastaajan ei tarvinnut kirjautua Forms-alustaan. Lisäksi kyselyssä ei kysytty muita yksilöiviä tietoja kuin

vastaajan ikähaarukka välityksellä 18–29, 30–45, 46–64 ja 65+. Sukupuolta kyselyssä ei kysytty, sillä en kokenut sitä merkittäväksi tekijäksi mielipiteen ilmaisun kannalta. Sähköinen kyselyalusta oli suojattu vahvalla tunnistautumisella, eikä kyselyyn vastaamisesta jäänyt yksilöivää sähköistä IP-osoitetta lopullisiin tuloksiin.

Kysely toteutettiin käytännössä jakamalla sähköistä linkkiä usealla sosiaalisen median alustalla ja kannustamalla kyselyyn vastaajia jakamaan linkkiä eteenpäin. Näin pyrittiin tavoittamaan mahdollisimman heterogeeninen joukko vastaajia. Kyselyn kysymykset olivat yhtä kysymystä lukuun ottamatta pakotettuja, jolloin kyselyyn vastataksaan vastaajan piti vastata kaikkiin kysymyksiin (kysymystä nro 7 lukuun ottamatta). Tämä malli mahdollisti mahdollisimman laajan vastausotannon, kun kaikista kysymyksistä saatava data olisi vastaajien kesken määrällisesti yhdenmukaista.

Kyselytutkimuksen mittauskykyä ja johdonmukaisuutta arvioitaessa tarkasteltiin ensin kyselytutkimuksen validiteettia. Validiteetilla tarkoitetaan kysymysmittariston kykyä mitata sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Validiteettia arvioitaessa pitää huomioida kyselyn kysymysten muotoilu. Kyselyn kysymyksissä käytettiin pääasiassa monivalintakysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja arvioitaessa ja valittaessa huomioitiin kysymyksen asettelun kaikki vastausmahdollisuudet. Kyselytutkimuksissa käytettyä vaihtoehtoa ”en tiedä / en osaa sanoa” on kritisoitu, koska se osaltaan saattaa vääristää kyselyn vastausten validiteettia. Tässä kyselyssä tämä vaihtoehto kuitenkin päätettiin sisällyttää vastausvaihtoehtoihin, sillä sen arvioitiin auttavan vastaajia ilmaisemaan, mikäli heidän mielikuvansa sosiaalipalveluista on jäänyt epäselväksi. Esimerkiksi kysymyksessä 3. Oletko käyttänyt aikuissosiaalityön palveluita tai tunnetko jonkun, joka on käyttänyt niitä? (Vastausvaihtoehdot: Kyllä, olen käyttänyt palveluita itse. / Kyllä, tunnen jonkun, joka on käyttänyt palveluita. / En ole käyttänyt palveluita itse, enkä tunne ketään, joka on käyttänyt niitä. / En ole varma.) vaihtoehto ”En ole varma”, kuvaa osaltaan aikuissosiaalityön palveluiden nykytilaa, jossa asiakas ei välttämättä aina ole tietoinen palveluista, joita hän käyttää. (Hirsjärvi ym. 1997, 216-217.)

Kyselytutkimuksen toistettavuutta arvioitaessa tarkastellaan kyselyn reliabiliteettia, jolla tarkoitetaan kyselytutkimuksen tulosten johdonmukaisuutta. Opinnäytetyön kyselytutkimuksen reliabiliteettia arvioitaessa tulee haasteeksi kyselyn toistamiseen liittyvät ajalliset haasteet, sillä ei ole mahdollista odottaa esimerkiksi toisen tutkijan tekemän samanlaista kyselyä samoin kysymyksin, jotta voitaisi verrata tulosten johdonmukaisuutta. Lisäksi haasteita luovat kokemusten ja mielipiteiden arviointi. Monivalintakysymyksissä vastauksissa oli havaittavissa selkeää keskihajontaa, joka painottui kyselyn kysymyksessä 4. Millainen mielikuva sinulla on aikuissosiaalityön palveluista? (Asteikolla 0-10, 0 = erittäin negatiivinen mielikuva / 10 = erittäin positiivinen mielikuva) kaikkien vastaajien (n. 38) kesken mittarin alueelle 5-7 ja kysymyksessä 5. Minkälainen vaikutus aikuissosiaalityön palveluiden maineella mielestäsi on halukkuuteesi hakeutua palveluihin asiakkaaksi? (Asteikko: Erittäin merkittävä vaikutus, merkittävä vaikutus, kohtalainen vaikutus, vähäinen vaikutus, ei vaikutusta, en osaa sanoa) kaikkien vastaajien (n. 38) kesken mittarin alueelle ”Merkittävä vaikutus”. Tämä kuvaa vastausten toistuvuutta myös mielipiteen kvantitatiivisessa mittaamisessa.

4.5 Tulosten analyysin vaiheet

Tulosten analysoinnin ensimmäisessä vaiheessa aineisto tarkistettiin virheiden varalta, kuten Hirsjärvi (1997) kirjoittamassaan *Tutki ja kirjoita* -kirjan kappaleessa suosittelee. Virheellisiä tai muutoin vajavaisesti täytettyjä vastauksia saatiin vain 7, mikä varmasti juontaa kyselyn kysymysten pakollisuuteen kyselyyn vastatessa: ilman vastausta ei päässyt eteenpäin kyselyssä. Vastaukset olivat kuitenkin hyödynnettävissä osana kokonaisaineistoa siltä osin, kun pakollisiin kysymyksiin oli vastattu. (Hirsjärvi ym. 1997, 209.)

Toisena vaiheena Hirsjärven (1997) mukaan aineiston tietoja tulee tarvittaessa täydentää. Tilastoaineistoa olisi ollut mahdollista täydentää tai täsmentää esimerkiksi haastatteleamalla vastaajia. Kysely oli kuitenkin anonymisoitu, joten käytännössä mahdollisuutta täydentämiseen ei ollut. (Hirsjärvi ym. 1997, 210.)

Kolmannessa aineiston järjestämisen vaiheessa Hirsjärvi (1997) suosittelee tulosten järjestämistä ja tallennusta valittua analyysitapaa tukevalla tavalla. Valitut

toimenpiteet riippuvat tutkimusstrategiasta ja ovat esimerkiksi kvantitatiivisessa tutkimuksessa osin erilaisia kuin kvalitatiivisessa. Tässä määrällistä ja laadullista tutkimusperinnettä yhdistävässä tutkimuksessa on käytetty järjestelytapana teemoittelevaa luokittelua, jossa avoimissa vastauksissa esiintyvien, laadullisten teemojen perusteella vastaukset on jaettu yksinkertaisen ristiintaulukoinnin avulla tulosten analysointia helpottaviin pääluokkiin:

1. mainonta ja viestintä
2. palvelun laatu
3. resurssit
4. saavutettavuus

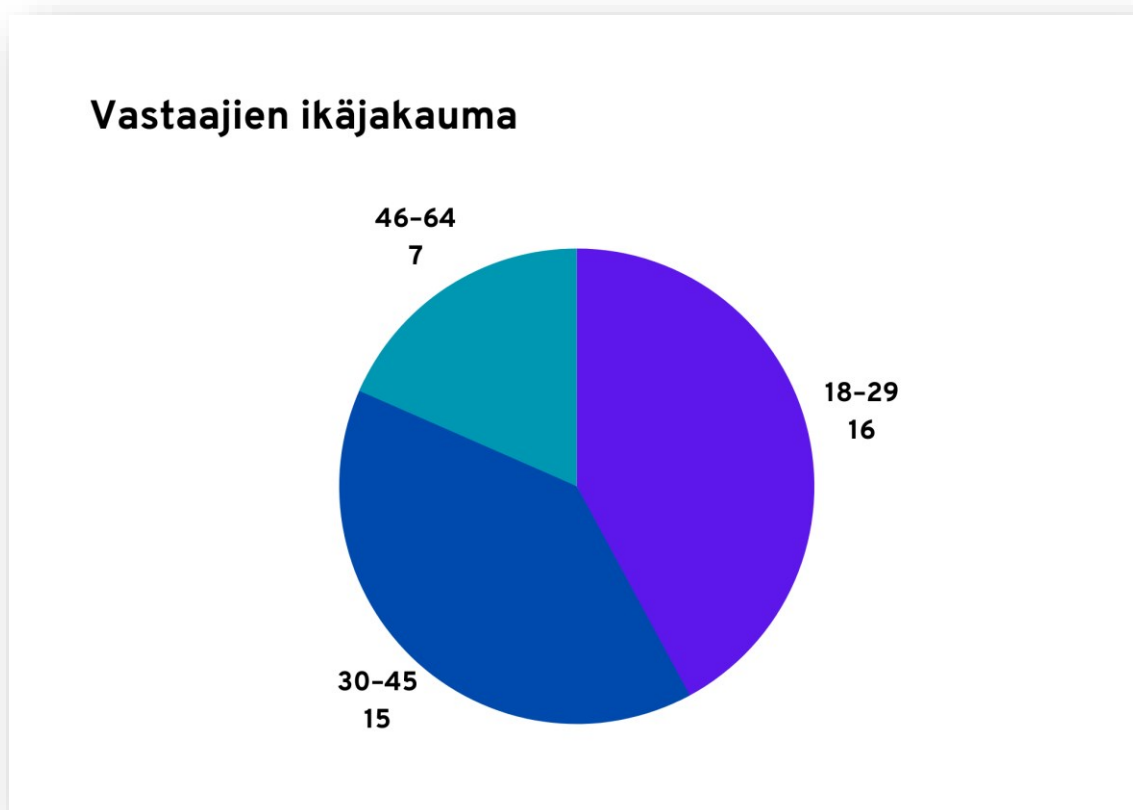
Näiden pääluokkien lisäksi muodostui myös yksi alaluokka, johon kerättiin vastaajien antamia huomioita aikuissosiaalityön palveluista, joita kertyi kahdeksan (8) kappaletta pääluokkien lisäksi. Teemoiteltujen ehdotusten kokonaismäärä oli 51 ja ne jakautuvat teemoittain mainonta ja viestintä: 25, palvelun laatu: 9, resurssit: 9 ja saavutettavuus: 8. Ehdotusten kokonaismäärän perusteella vastaajat antoivat eniten ehdotuksia mainontaan ja viestintään, toiseksi eniten palveluiden laatuun ja resurssihin ja kolmanneksi eniten saavutettavuuteen liittyen. Luokittelun jälkeen oli mahdollista siirtyä etsimään aineistosta selittävää tekijää tai konsensusta, jolla pyritään selittämään jonkin ilmiön näyttäytymistä vastauksissa. (Hirsjärvi ym. 1997, 211-212.)

Tulosten analyysissä korostui vastaajien mielipide ja kokemukset tilastollisia tekijöitä enemmän, koska havaitsin erityisesti mainetta käsittelevästä kirjallisuudesta mielipiteen olevan merkittävämpi tekijä kuin vastaajien itseisarvolliset taustamuuttujat, kuten esimerkiksi ikä tai sukupuoli. Myöskään vastaajien aikuissosiaalityön palveluiden käyttöä koskevissa kysymyksissä saatu data ei niinkään vaikuttanut lopputulosten analysointiin yhtä merkittävästi kuin vastaajilta saadut kehitysehdotukset. Analysoinnin kannalta kvalitatiivisten tekijöiden painoarvo nousi ohi kvantitatiivisten, mikä oli odotettavaa kyselyn luonne ja tarkoitus huomioiden.

5 AIKUISSOSIAALITYÖN PALVELUIDEN MAINE VASTAAJIEN NÄKÖKULMASTA

5.1 Kyselyn tulokset kysymyksittäin

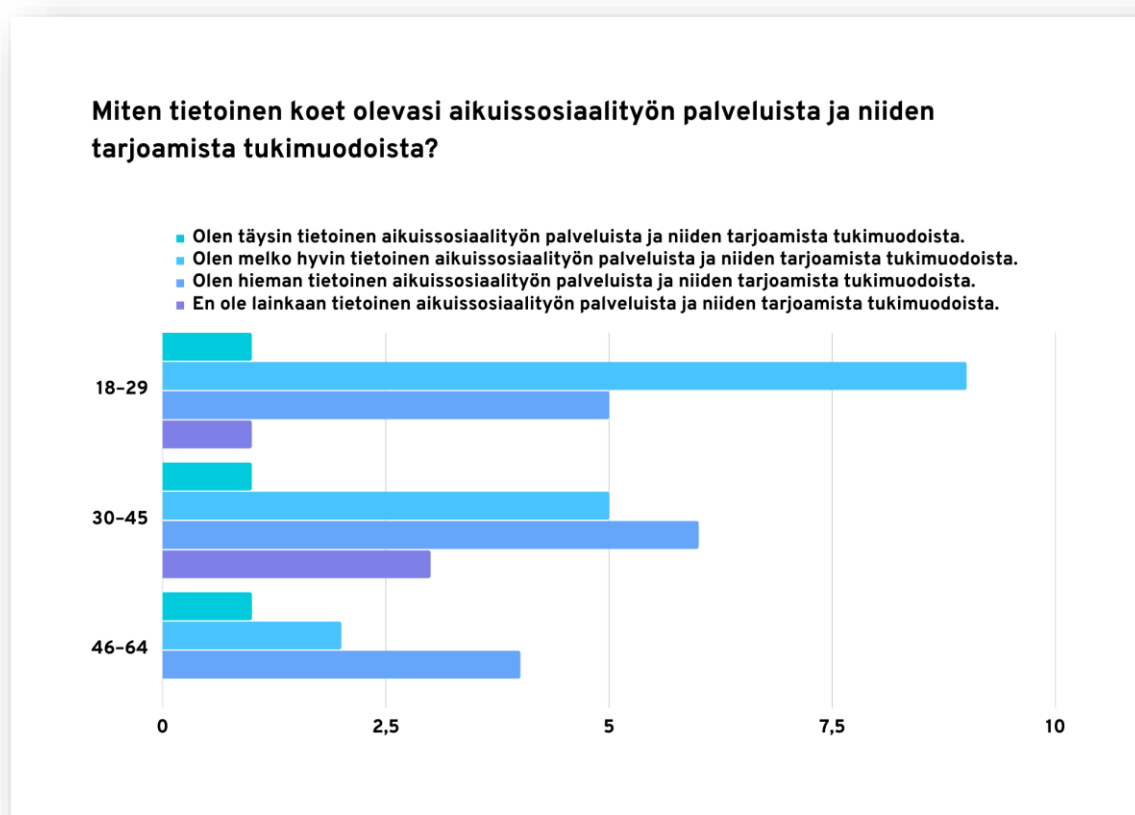
Kyselytutkimukseen kertyi määräpäivään mennessä 39 vastausta, joista seulottiin tähän tutkimukseen otannaksi 38. Yksi vastaus karsittiin pois, koska ikäryhmän edustus tässä vastaajaryhmässä jäi liian pieneksi. 38 vastaajasta 18–29-vuotiaita oli 16 (42,11 %), 30–45-vuotiaita oli 15 (39,47 %) ja 46–64-vuotiaita oli 7 (18,42 %).



KUVA 1. Kuvaaja vastaajien ikäjakaumasta kyselyssä.

Kysymyksessä kaksi (2. Miten tietoinen koet olevasi aikuissosiaalityön palveluista ja niiden tarjoamista tukimuodoista?) täysin tietoisia aikuissosiaalityön palveluista oli 3 vastaajaa (7,89 %), melko hyvin tietoisia 16 vastaajaa (42,11 %),

hieman tietoisia 15 vastaajaa (39,47 %) ja ei lainkaan tietoisia 4 vastaajaa (10,53 %).



KUVA 2. Kuvaaja aikuissosiaalityön palveluita koskevasta tietoisuudesta vastaajien kesken ikäryhmittäin.

Aikuissosiaalityön palveluiden käyttöä koskevassa kysymyksessä (3. Oletko käyttänyt aikuissosiaalityön palveluita tai tunnetko jonkun, joka on käyttänyt niitä?) palveluita itse käyttäneitä oli 6 vastaajaa (15,79 %), ei ollut käyttänyt itse, mutta tuntee jonkun, joka on käyttänyt palveluita, 24 vastaajaa (63,16 %), ei ole käyttänyt itse, eikä tunne ketään, joka olisi käyttänyt palveluita, 4 vastaajaa (10,53 %) ja ei ole varma, 4 vastaajaa (10,53 %).

Oletko käyttänyt aikuissosiaalityön palveluita tai tunnetko jonkun, joka on käyttänyt niitä?

(Kaikki vastaajat n. 38)



KUVA 3. Kuvaaja aikuissosiaalityön palvelujen käyttökokemuksesta.

Aikuissosiaalityön palveluiden mielikuvaa käsittelevässä kysymyksessä (4. (Millainen mielikuva sinulla on aikuissosiaalityön palveluista? (Asteikolla 0-10, 0 = erittäin negatiivinen mielikuva / 10 = erittäin positiivinen mielikuva)) vastaukset jakautuivat seuraavasti:

10 (1) = 2,6%

9 (2) = 5,3%

8 (6) = 15,8%

7 (9) = 23,7%

6 (5) = 13,2 %

5 (8) = 21%

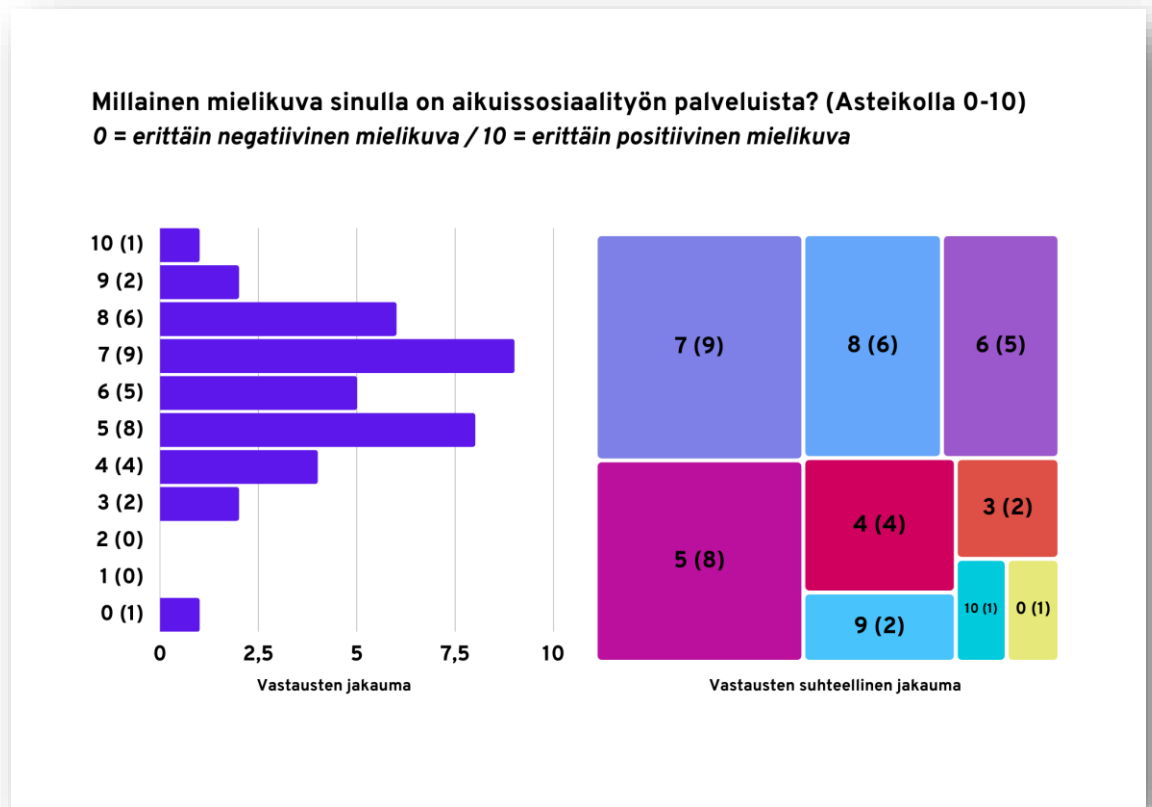
4 (4) = 10,5%

3 (2) = 5,3%

2 (0) = 0%

1 (0) = 0%

0 (1) = 2,6%



KUVA 4. Kuvaaja aikuissosiaalityön palveluihin liittyvistä mielikuvista.

Palveluiden maineen vaikutusta palveluihin hakeutumishalukkuuteen mittaavassa kysymyksessä (5. Minkälainen vaikutus aikuissosiaalityön palveluiden maineella mielestäsi on halukkuuteesi hakeutua palveluihin asiakkaaksi?) erittäin merkittävän valitsi 6 vastaajaa (15,79 %), merkittävän, 13 vastaajaa (34,21 %), kohtalaisen, 8 vastaajaa (21,05 %), vähäisen, 6 vastaajaa (15,79 %), ei vaikutusta, 1 vastaaja (2,63 %) ja en osaa sanoa, 4 vastaajaa (10,53 %).

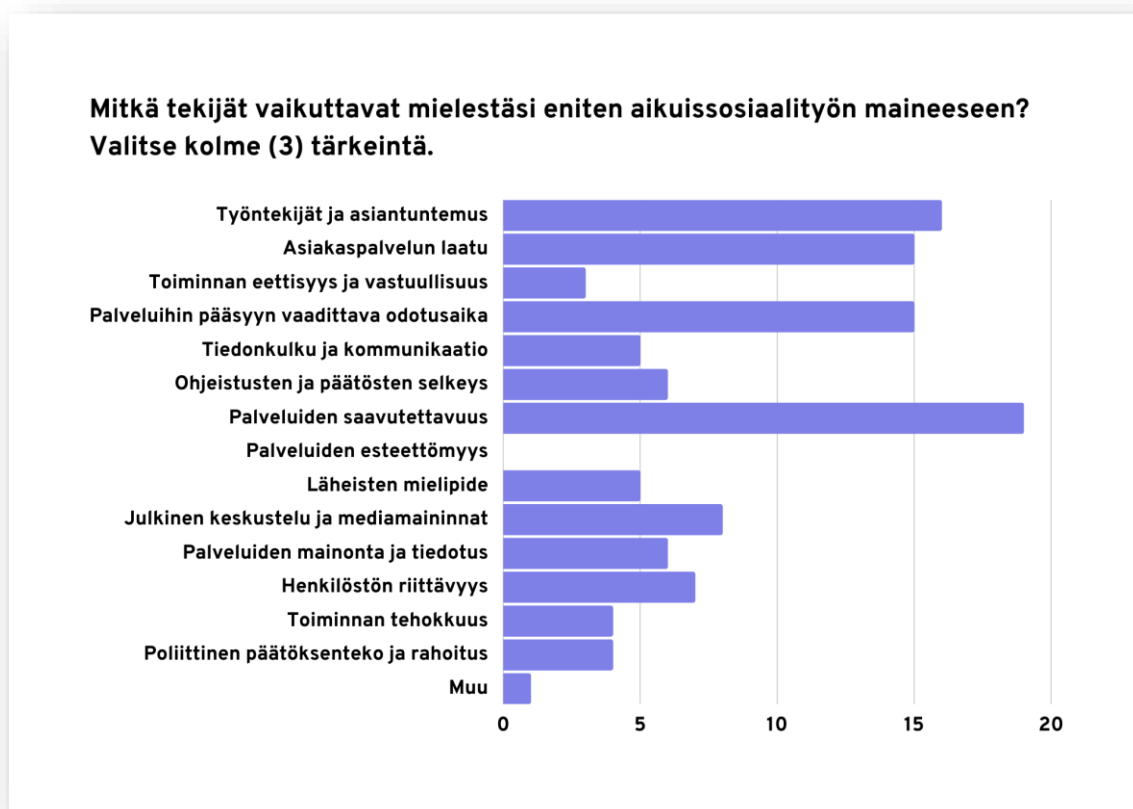


KUVA 5. Kuvaaja maineen vaikutuksesta halukkuuteen hakeutua aikuissosiaalityön palveluihin.

Maineeseen vaikuttavia tekijöitä tarkastelevassa kysymyksessä (6. Mitkä tekijät vaikuttavat mielestäsi eniten aikuissosiaalityön maineeseen? Valitse kolme (3) tärkeintä.) vastausten perusteella tekijät asettuivat seuraavasti (1. tärkein – 15. vähiten tärkein, n 38, vastauksia 114 (100 %)):

1. Palveluiden saavutettavuus 19 (16,67 %)
2. Työntekijät ja asiantuntemus 16 (14,04 %)
3. Asiakaspalvelun laatu 15 (13,16 %) ja Palveluihin pääsyyn vaadittava odotusaika 15 (13,16 %)
4. Julkinen keskustelu ja mediamaininnat 8 (7,02 %)
5. Henkilöstön riittävyys 7 (6,14 %)
6. Ohjeistusten ja päätösten selkeys 6 (5,26 %) ja Palveluiden mainonta ja tiedotus 6 (5,26 %)
7. Läheisten mielipide 5 (4,39 %) ja Tiedonkulku ja kommunikaatio 5 (4,39 %)

8. Poliittinen päätöksenteko ja rahoitus 4 (3,51 %) ja Toiminnan tehokkuus 4 (3,51 %)
9. Toiminnan eettisyys ja vastuullisuus 3 (2,63 %)
10. Muu 1 (0,88 %)
11. Palveluiden esteettömyys 0



KUVA 6. Kuvaaja aikuissosiaalityön maineeseen vaikuttavista tekijöistä.

Vastaajat saivat myös halutessaan perustella valintojaan valinnaisessa kysymyksessä 7. Vastauksia kertyi kuusi (6) kappaletta.

”Hyvä kello kauas kuuluu, huono vielä kauemmas. Sote-palveluissa iso merkitys on sillä, millaista tukea ja asiakaspalvelua niistä saa. Lehdissä kirjoitetaan usein vain huonoista tilanteista ja liian vähäisestä sosiaalityöntekijöiden määristä.”

”Maineeseen vaikuttavat se, miten asiakkaat palveluissa kohdataan ja miten he sitten puhuvat niistä kokemuksista eteenpäin. Myös mediassa esitetyt tapaukset pieleen menneistä huostaanotoista tai sosiaalityön kädettömyydestä/riittämättömistä resursseista vaikuttavat negatiivisesti, vaikka esimerkiksi huostaanotot eivät kuulu aikuissosiaalityöhön, mutta värittävät silti koko alan mainetta. Poliittisessa päätöksenteossa näkyy taas se, miten voimakkaasti terveystieteiden palveluita pidetään arvokkaampana ja tarpeellisempina verrattuna sosiaalipuolen palveluihin, mikä heijastaa sitä, että myöskään päättäjät eivät tunne hyvin resursoidun sosiaalityön potentiaalia.”

”Jo valmiiksi hankalassa tilanteessa palveluiden saavutettavuus on aina etusijalla. Asiakaspalveluun tulee panostaa, koska sosiaalityön palveluihin voi liittyä myös paljon tarpeetonta häpeää asiakkaan osalta. Tällöin asiakaspalvelijan on osattava kohdata asiakkaansa empatialla ja ymmärryksellä.”

”Palveluista olen oppinut vasta nyt myöhemmällä iällä ja läheisen avun tarpeen takia”

”Olen kuullut paljon hyvää läheisiltäni aikuissosiaalityöstä, jonka vuoksi pidän sitä hyvässä maineessa. Julkinen keskustelu on välillä negatiivista, mutta se on ymmärrettävää, kun kyseessä on arkaluonteiset aiheet. Tärkeintä on, että palvelu toimii loppupeleissä eettisesti ja vastuullisesti, ja koen että sosiaalityö ainakin pyrkii tähän parhaimpansa mukaan.”

””sossulla” ja sen asiakkailla on vanhastaan negatiivinen sävy joka ei ole vielä riittävästi muuttunut vaikka aika muuttuu ja mainettakin on varmasti pyritty parantamaan ajan kuluessa. Asiakkaiden määräkään ei liene vähentynyt tai edes vähenemässä eivätkä nykyhallituksen mielipiteet ainakaan helpota näitä palveluja käyttävien olosuhteita.”

5.2 Johtopäätökset ja jatkotutkimuskysymykset

Valmistautuessani tutkimuksen tulosten analysointiin ja johtopäätöksien tekemiseen huomasin, ettei *aikuissosiaalityön* mainetta ole juurikaan tutkittu. Opinnäytteitä ja pro gradu -töitä lastensuojelun maineeseen löytyi joitakin, mutta selkeästi aikuisten palveluiden maine ei ole ollut yhtä kiinnostava tutkimusaihe. Tutkimuksen vähäisyys vaikeutti tämän tutkimuksen tulosten vertailua jo tehtyihin tutkimuksiin, sillä esimerkiksi asiakastytyväisyyteen liittyvät tutkimustulokset ovat usein kuntaorganisaatioiden itsensä hallinnoimia ja eivätkä varsinaisesti suoraa mittaa palvelun mainetta tai edes tyytyväisyyttä muiden kuin palvelujen käyttäjien näkökulmasta.

Tarkasteltaessa tietoisuutta aikuissosiaalityön palveluista koskevaa kysymystä huomattiin, että puolet vastaajista oli joko täysin (7,89%) tai melko hyvin (42,11%) tietoisia palveluista ja niiden tarjoamista tukimuodoista. Kuten aiemmin kuvassa 2 havainnollistettiin, tietoisuus vaikuttaisi vähentyvän mitä iäkkäämpi vastaajaryhmä on kyseessä. Vanhimmassa ikäryhmässä (46-64v) vain yksi seitsemästä vastaajasta kertoi omakohtaisesta palvelujen käyttökokemuksesta. Tähän trendiin vaikuttavia tekijöitä voidaan vain arvailla, sillä niitä ei kyselyssä erikseen mitattu. Valtaosa kaikista vastaajista (78,95%) kuitenkin tunsi jonkun, joka on käyttänyt palveluita tai oli käyttänyt niitä itse. Tästä voisi yleistyksen kautta päätellä, että nuorempi väestö käyttää sosiaalityön palveluita enemmän ja he kertovat siitä myös vanhemmilleen, eli aikuissosiaalityön palveluiden käytöstä puhutaan, mutta niiden sisältöön tai saatuun hyötyyn liittyvä keskustelu jää vähemmälle.

Mielenkiintoisia olivat myös käyttökokemukseen liittyvään kysymykseen saadut vastaukset vaihtoehdolla ”en ole varma”. Kaikki 4 vastausta olivat joko 30-45-vuotiailta (3) tai 46-64-vuotiailta (1). He olivat myös valinneet edellisessä, palvelutietoisuutta mittaavassa kysymyksessä joko vaihtoehdon ”en ole lainkaan tietoinen” tai ”olen hieman tietoinen”. Lisäksi he arvioivat sosiaalipalveluiden mielikuvaa kaikkein heikoimmaksi (4 asteikolla 0-10). Heidän vastauksissaan korostuivat myös sosiaalityön maineeseen vaikuttavina tekijöinä nimenomaan palveluiden saavutettavuus ja tiedotuksen puute. Vaikka otanta on tässä pieni, tästä voisi päätellä, että he kuuluvat siihen ihmisryhmään, joita sosiaalityön viestintä

nykyisellään on kaikkein heikoimmin tavoittanut. Heillä ei ole käsitystä aikuissosiaalityön tarjoaman tuen sisällöstä, eivätkä he siksi pidä sitä kovinkaan korkeassa arvossa. On sosiaalihuoltolain ja hyvää hallintotapaa puolustavan hallintolain näkökulmasta huolestuttavaa, jos nämä kyselyyn vastanneet ihmiset eivät edes tiedä, ovatko he käyttäneet aikuissosiaalityön palveluita vai eivät. (Hallintolaki 6.6.2003/434, 7-9 §, 43-44 §)

Parhaimmaksi (arvot 8-10 asteikolla 0-10) mielikuvaansa aikuissosiaalityön palveluista arvioivat he (9), jotka kokivat olevansa joko täysin tietoisia (2) tai melko tietoisia (7) palveluista. Heistä jokainen oli myös itse käyttänyt aikuissosiaalityön palveluita (3) tai he tunsivat jonkun palveluita käyttäneen (6). Vaikuttaisi siltä, että sosiaalipalveluita käyttäneet myös arvostavat saamaansa palvelua. Mielenkiintoista oli, että kaikki näin vastanneet olivat joko nuorinta (18-29v) tai vanhinta (46-64v) ikäryhmää. Ikäryhmistä keskimäinen (30-45v) oli omaan mielikuvaan koskevan kysymyksen perusteella kaikkein tyytymättömin (keskiarvo 5,33 asteikolla 0-10). Huomioitavaa on, että tässä tarkastelussa tulosten keskiarvot eivät ole sellaisinaan vertailukelpoisia, sillä eri ikäryhmien otannat ovat eri suuruusluokkaa, mutta antavat kuitenkin suuntaviivoja siitä, miten esimerkiksi aikuissosiaalityön hyödyistä ja vaikuttavuudesta kertovaa mainontaa tulisi kohdentaa.

Suurin osa vastaajista (71,05%) ajatteli aikuissosiaalityön palveluiden maineella olevan kohtalaisesta erittäin merkittävään oleva vaikutus siihen, miten halukkaita he olisivat hakeutumaan itse kyseisten palveluiden asiakkaaksi. Palvelujen käyttökokemuksella ei kuitenkaan näyttäisi olevan vaikutusta tähän mielipiteeseen.

Maineeseen vaikuttavista tekijöistä nousivat esiin eniten palveluiden saavutettavuuteen, asiantuntemukseen, asiakaspalvelun laatuun ja palveluihin pääsyyn vaadittavaan odotusaikaan liittyvät tekijät. Kyselyyn vastaajat selkeästi toivovat, että aikuissosiaalityön palveluihin pääsee nopeasti ja helposti ja siellä tarjottu palvelu on asiantuntevaa ja laadukasta. Teoriataustaankin (mm. Pohjola 2003; Aula & Heinonen 2011 sekä Highhouse ym. 2009) peilaten yllättäen maineeseen eivät näyttäisi vastausten mukaan vaikuttavan niin paljoa läheisten mielipide tai julkisuudessa käytävä keskustelu. Vaikka ne sanallisissa vastauksissa esiintyvätkin, painoarvoa vaikuttaisi olevan enemmän sillä, millaista ja minkä laatuista tosiasiallista palvelua aikuissosiaalityöstä saa ja miten nopeasti sinne pääsee.

Tulevaisuudessa voisikin olla mielenkiintoista laajentaa tutkimusta koskemaan koko valtakunnallista aikuissosiaalityön kenttää ja pyrkiä selvittämään, miten sosiaalityön maine vaihtelee eri alueilla ja miten se vaikuttaa paikalliseen päätöksentekoon ja resurssien kohdentamiseen. Tällainen laajempi näkökulma voisi auttaa ymmärtämään, miten aikuissosiaalityön arvostus rakentuu valtakunnallisesti ja millainen vaikutus sillä on sosiaalipalveluiden saavutettavuuteen ja laatuun eri puolilla maata.

Toinen potentiaalinen jatkotutkimuskohde voisi olla sosiaalityön osa-alueiden väliset maine-erot. Tutkimuksessa voisi etsiä niitä yhteisiä tekijöitä, joita kehittämällä voitaisiin parantaa sosiaalityön arvostusta laajemmassa mittakaavassa kuin vain aikuissosiaalityön sisällä. Tällainen vertailu voisi tarjota arvokasta tietoa siitä, mitkä käytännöt ja strategiat ovat tehokkaimpia maineen parantamisessa eri sosiaalityön konteksteissa ja kohderyhmissä.

Sosiaalityön maineen kehittäminen on monitahoinen haaste, mutta samalla se tarjoaa kiinnostavia mahdollisuuksia syventää ymmärrystä siitä, miten sosiaalityö vaikuttaa yhteiskuntaan ja yksilöihin. Jatkotutkimuksen avulla voitaisiin edelleen syventää tätä tietämystä ja löytää konkreettisia keinoja, joilla voidaan tuoda sosiaalityön ansaitsemaa arvostusta ja tunnustusta laajemman yleisön tietoisuuteen.

5.3 Vastaajien ehdotuksia maineen kehittämiseksi

Sähköisen kyselytutkimuksen kysymyksellä numero kahdeksan (8. Miten aikuissosiaalityön palveluiden mainetta voisi mielestäsi kehittää?) kerättiin vastaajien ehdotuksia aikuissosiaalityön palveluiden kehittämiseksi avoimella kysymyksellä. Vastauksia kertyi 38, joista otanta (n) oli 31. Seitsemän (7) vastasi tyhjää tai jätti vastaamatta kysymykseen. Vastaukset on jaettu kappaleessa 4.5 esitetyn luokittelun mukaisesti teemoihin.

Mainonta ja viestintä

“viestimällä palveluista ja niissä tehtävästä työstä positiiviseen sävyyn esim. onnistumistarinoiden kautta”

“Koen, että tietoisuutta yleisesti siitä mitä aikuissosiaalityö on, pitäisi levittää kaikkien keskuuteen”

“Kertomalla palveluista enemmän eri median kanavilla, kertomalla mitä palvelut ovat ja mitä ne eivät ole.”

“Voisi markkinoida, että mitä on mahdollista saada”

“Näkyvyyden tulisi olla laajempi kuin keskustelupalstojen kommenttien”

“Mainostaa ja puhua avoimemmin. Pitäisi olla parempi tiedotus”

“Palveluiden mainetta voitaisiin siis kehittää selkeällä ”mainonnalla” ja positiivisella mediapuheella”

KUVA 7. Mainonta ja viestintä -teemaan liittyvät kommentit.

Mainontaan ja viestintää koskevissa ehdotuksissa vastaajat korostivat palveluiden mainonnan ja viestinnän merkitystä, sekä tietoisuuden lisäämistä. Palveluiden sisällöistä viestimistä haluttiin enemmän ja erityisesti päätöksiin kaivattiin läpinäkyvyyttä.

Palvelun laatu

“Panostamalla laadukkaaseen asiakaspalveluun”

“Olemalla asiallisesti asiakkaan kanssa.”

“Päätöksenteko läpinäkyväksi ja selkeäksi sekä tasapuoliseksi”

“Tekemällä hyvää työtä”

“asiakkaasta riippuen kaikkia kohdeltaisiin saman arvoisesti kun näin ei aina ole”

“Palvelun taso (asiantuntemus) vastattava fiksummankin asiakkaan vaatimuksia”

“Koulutusta asiakaspalveluun ja ystävällisyyteen”

“tärkeää on että palvelut ovat riittävän - - laadukkaita”

“Byrokratiaa pitäisi vähentää ja palvelun pitäisi olla enemmän asiakaslähtöisempää”

KUVA 8. Palvelun laatu -teemaan liittyvät kommentit.

Palveluiden laatua käsittelevät ehdotukset korostivat hyvän asiakaspalvelun merkitystä ja toimivien kohtaamisten tärkeyttä. Vastauksissa nousivat myös esille asiakkaiden tasapuolinen kohtelu ja byrokratian vähentäminen.

Resurssit

“Tarpeeksi koulutettua henkilökuntaa ja mahdollisuus tehdä toimivaa yhteistyötä eri toimijoiden kesken lisää positiivisesti hyvää mainetta”

“Henkilökuntaa lisää ja sen myötä työhön tehokkuutta”

“Lisäämällä sosiaalialan ammattilaisia”

“Resurssien lisäämistä henkilöstöön sekä toiminnan ylläpitämiseen”

“Lisäämällä rahoitusta palveluihin, joka ajan myötä parantaa mainetta kun henkilöstöä on riittävästi, jolloin odotusaika pienenee ja julkinen keskustelu on näin positiivisempaa”

“Lisäämällä resursseja -> laatu paranee -> maine paranee”

KUVA 9. Resurssit-teemaan liittyvät kommentit.

Resurssien osalta ehdotuksissa korostui erityisesti palveluiden henkilöstön määrä ja rahoituksen riittävyys. Henkilökunnalle toivottiin lisää tukea työn tekemiseen, koska sen koettiin edistävän palvelun laatua ja tätä kautta parantavan koettua mainetta.

Saavutettavuus	
“Selkeyttä”	“Helppo saavutettavuus”
-----	-----
“Enemmän teeman normalisointia”	“yksinkertaistaa palveluihin pääsyä”
-----	-----
“tärkeää on että palvelut ovat riittävän helposti saavutettavia”	“Sillä, että asiakastilat ovat viihtyisät”
-----	-----
“Kehitettävänä omasta mielestä ehdottomasti selkeys”	“selkeät ohjeistukset palveluihin hakeutumisessa”

KUVA 10. Saavutettavuus-teemaan liittyvät kommentit.

Saavutettavuusehdotuksissa palveluiden selkeys ja saavutettavuus olivat etusijalla. Yksi vastaaja toivoi myös viihtyisämpiä asiakastiloja.

5.4 Esimerkkimallit aikuissosiaalityön viestinnän kehittämiseksi

Kuten teoriaosuudessa kuvaan, maine on yhteydessä palvelun julkiseen kuvaan ja yhteiskunnalliseen arvoon. Maineen kehittymisen avulla voidaan parantaa ennaltaehkäisevän työn merkitystä, jolloin taloudellinen hyöty on yhteiskunnallisen hyvinvoinnin lisäksi saavutettavissa olevaa arvoa. Hyvän maineen kautta on mahdollista lisätä palveluiden houkuttelevuutta ja kaataa raja-aitoja, jotta palveluita tarvitsevat uskaltavat hakeutua ajoissa avun piiriin, eikä mahdollisille raskean tason palveluille ole välttämättä tulevaisuudessa yhtä vahvaa tarvetta.

Lähdekirjallisuus ja kyselytutkimuksesta saadut tulokset antavat ajattelemisen aihetta aikuissosiaalityön palveluiden maineen kehittämisessä, erityisesti tietoisuuden näkökulmasta. Vastausten perusteella voidaan havaita selkeästi ne tekijät, jotka ovat keskeisiä maineen kannalta, mutta samalla palautteissa nousee esiin aikuissosiaalityön palveluiden tuntemattomuus. Tämä saa pohtimaan, miksi sosiaalityö on jäänyt monille varjoon, ja miksi sen rooli yhteiskunnallisessa keskustelussa ei ole ollut yhtä näkyvä kuin esimerkiksi terveydenhuollon.

Opinnäytetyöni kyselytutkimuksen ja lähdekirjallisuuden perusteella muodostui kaksi esimerkkiä, joista mallia ottamalla aikuissosiaalityön palvelut voivat kehittää omaa tapaansa tuoda tekemäänsä työtä ja sen vaikuttavuutta esiin. Parhaimmillaan esimerkit tukevat uudenlaisen viestintäkulttuurin syntymistä ja toimivat vipuvarsina aikuissosiaalityön arjen onnistumisten ja vahvan substanssiosaamisen näkyväksi tulemiseen.

5.4.1 Aikuissosiaalityön arki näkyväksi -palvelupolku

Palvelupolulla tarkoitetaan mm. palvelumuotoilussa käytettyä visuaalista työkalua, jonka avulla kuvataan palvelua ja sen osia, palvelun kontaktipisteitä, sekä palvelukaarta, jossa havainnollistetaan tilanteita ennen palvelua, palvelun aikana ja palvelun jälkeen. Olen kehittänyt tähän lukuun mukaelman palvelupolusta, jota on mahdollista soveltaa aikuissosiaalityön eri palveluiden visualisoimiseen asiakkaille, jotka ovat jo palveluissa sisällä tai pohtivat palveluihin hakeutumista. Tiedostan, että aikuissosiaalityön palvelut ovat usein hyvin monimutkaisia ja monitahoisia prosesseja ja asiakkaan tueksi liittyy usein perustoiminnan lisäksi laaja kirjo muita toimijoita. Tämän esimerkin päätehtävänä on kuitenkin luoda runko, jonka avulla pystytään visualisoimaan asiakkaille mitä työskentelyn eri vaiheissa voisi tapahtua. (Lapin yliopisto, 2023.)

Aikuissosiaalityön palvelut

Palvelupolku matalan kynnyksen asiakastyön tueksi



Tarvitsetko apua tai tukea?

- Kaipaako tukea elämänhallinnan, asumisen, talouden tai hyvinvoinnin kysymyksissä?



Ensimmäisen kontaktin luominen



- Ota yhteys asuinalueesi sosiaalitoimistoon, jossa sinulle annetaan ensitilanteen neuvontaa.
- Tarvittaessa sinulle varataan aika palvelutarpeen arviointiin.

“Jo pelkkä puhuminen voi auttaa vaikeasta tilanteesta selviytymiseen.”



Palvelutarpeen arviointi

- Palvelutarpeen arvioinnissa tehdään elämäntilanteesi kartoitus.
- Arvioinnin tekee aina laillistettu sosiaalihuollon ammattilainen yhteistyössä sinun kanssasi.

“Ammattilaisen tehtävänä on varmistaa, että asiasi otetaan asianmukaisesti hoidettavaksi.”

Palveluihin ohjaaminen



- Palvelutarpeen arvioinnin jälkeen sinut voidaan ohjata elämäntilanteesi kannalta tarpeellisiin palveluihin.
- Palveluita voivat olla esimerkiksi päihde- ja mielenterveyspalvelut, asumispalvelut tai työllisyydenhoidon palvelut.

KUVA 11. Esimerkki aikuissosiaalityön palvelupolusta.

5.4.2 Substanssiosaaminen esiin -tiedotuskampanja

Substanssiosaaminen on merkittävä tekijä etenkin, kun puhutaan sosiaalityön vaikuttavuudesta. Substanssiosaamisella tarkoitetaan työn ydinosaamista, joka tässä yhteydessä tarkoittaa sosiaalityön teorioiden ja menetelmien hallitsemista, eli oman ammattiosaamisen hyödyntämistä osana päivittäistä työtä ja osana laajempaa palvelukenttäosaamista. Tämä työ on jäänyt etenkin teorioiden ja kyse-lytutkimuksesta saatujen tulosten myötä piiloon yhteiskunnallisessa keskustelussa sosiaalityön vaikuttavuudesta. (esim. Juhila 2008; Raunio 2009.)

Tietoisuuden lisääminen sosiaalityön ja koko sosiaalialan substanssiosaamisesta olisi tärkeää, koska tätä kautta pystymme perustelemaan omaa olemassaoloamme. Vaikka sosiaalityölle mielletäänkin itseisarvollisesti merkittävä yhteiskunnallinen rooli hyvinvoinnin turvaamisesta ja sen ylläpitämisestä aina yhteiskuntarauhaa koskevaan keskusteluun, ei sosiaalityön rooli elä tyhjiössä. Ammattilaisten tehtävänä on rakenteellisen sosiaalityön eetoksen mukaisesti kerätä ja tuottaa tietoa sosiaalityön vaikuttavuudesta ja mielestäni se koskee myös vahvasti omasta työkentästä ja sen vaikuttavuudesta viestimistä.

Tämän mallin tarkoituksena tarjota yhdenlainen esimerkki sosiaalityön substanssiosaamisesta tiedottavista keinoista. Mallin avulla ammattilaiset voivat pyrkiä viestimään omasta ammattiosaamisestaan ulospäin tehokkaammin ja laaja-alaisemmin. Mallikuvia mukaillen rakennetut kuvat voitaisi julkaista esimerkiksi hyvinvointialueen sosiaalisen median kanavissa tai sote-keskuksen oman sometilin kautta. Kuviin voisi liittää tiiviin video- tai tekstimuotoisen haastattelun, jossa paikallinen sosiaalialan ammattilainen vastaa väitteeseen.



Sosiaalityö näkyväksi

Väite nro 1.

“
**Sosiaalityö ylläpitää
yhteiskuntarauhaa.**
”

Väitteeseen vastaa
Saarni Sosionomi



KUVA 12. Esimerkki sosiaalityön vaikuttavuuteen liittyvästä some-kuvasta.



Sosiaalityö näkyväksi

Asiakaspalaute

**Puolisoni kuoleman jälkeen
sain apua sosiaalityöstä.**



**“Esimerkiksi sosiaalipäivystys tarjoaa apua
äkillisen kriisin hetkellä.”**
Silmu Sosiaalityöntekijä

KUVA 13. Esimerkki sosiaalityön tarjoamaan apuun liittyvästä some-kuvasta.

6 POHDINTA JA EETTISET NÄKÖKULMAT

Tämän opinnäytetyön toteuttamisen aikana pääsin tarkastelemaan sosiaalialan toimintaa erityisesti maineen näkökulmasta. Prosessin aikana sain syvän käsityksen suomalaisen sosiaalityön historiallisista ja nykypäivässä vaikuttavista tekijöistä sekä poikkitieteellisen pulahduksen maineenhallintaan ja siihen liittyvien haasteiden maailmaan. Opinnäytetyössäni yhdistin liike-elämästä lainatun palvelumaineajattelun ja aikuissosiaalityön palvelukentän, jollaiseen yhdistelmään en juuri ole aiemmin törmännyt.

Opinnäytetyöni pohjalta voisin korostaa maineen hallinnan ja tiedottamisen tärkeyttä julkishallinnon palveluista puhuttaessa. Vaikka sosiaalityö saa osansa verotuksellisesti, sen asema yhteiskunnallisessa keskustelussa ei ole välttämättä yhtä vahva kuin sen merkitys yksilöille, yhteisöille ja laajemmin yhteiskuntarauhalle. Sosiaalityön on ehkä aika ottaa aktiivisempi rooli ja "pitää ääntä itsestään", jotta voidaan perustella työn olemassaolon merkitys ja paikan yhteiskunnan rakenteessa. Tiedon lisääminen sosiaalityön tärkeydestä ja vaikutuksista sekä sen ammattimainen välittäminen kansalaisille voisivat auttaa muuttamaan käsityksiä "sossusta".

Opinnäytetyöprosessiin liittyy jokaisella alalla eettisyyden tarkastelua, mutta sosiaalialan koulutuksissa sillä on erityinen asema. Eettisyys on kuitenkin yksi sosiaalityön kirkkaimmista ytimistä, ja se tulisi jokaisessa työskentelyn vaiheessa huomioida. Opinnäytetyöni eettisyyttä pohtiessa jäin miettimään työni päämäärää: tarkastella ja ehkä vähän ravistellakin vallalla olevia aikuissosiaalityöstä viestimiseen liittyviä rakenteita ja ajatusmalleja. Onko minun saman alan edustajana eettistä, saati järkevää lähteä kyseenalaistamaan tällaisia asioita vai "ammunko" itseäni niin sanotusti jalkaan?

Opinnäytetyöni suurimmiksi tutkimuseettisiksi kysymyksiksi nousivat jo olemassa olevan tiedon ajantasaisuus ja alakohvaisuus, sekä kyselytutkimuksen eettiset näkökulmat. Opinnäytetyöni aikana törmäsin usein pohdintaan siitä, onko esimerkiksi kyselytutkimukseni kysymysten asettelut sellaisia, että ne ovat ymmärrettäviä ja yhtenäisesti tulkittavissa. Eli osaanko tuottaa sellaisen tutkimuksen, joka tuottaa mahdollisimman yhtenäistä dataa, ja sisältää sellaisia kysymyksiä, jotka

eivät ole tarkoituksenhakuisia tai johdattele vastaajaa omasta arvomaailmastani lähtöisin oleviin vastauksiin. Opinnäytetyöprosessin aikana törmäsin myös erityisesti aikuissosiaalityön ja maineen teemojen yhdistämisen vaikeuteen. Kirjallisuus oli joko liian vanhaa ollakseen relevanttia tai se oli kirjoitettu sellaisesta näkökulmasta, että yhteneväisyyksien löytäminen oli ajoittain haasteellista. Sosiaalipalveluiden mainetta on tutkittu verraten vähän ja yksi ainoista relevanteista tutkimustuotoksista oli Anu Mäkelän sosiaalityön pro gradu -tutkielma lastensuojelun maineesta vuodelta 2016.

Kyselytutkimuksen kohdalla eettinen pohdinta oli haastavinta. Tutkimusetiikassa tärkeää on tutkimusmenetelmän ja tuloksen toistettavuus. Tätä ajatusta korostivat kaikki lukemani tutkimusmenetelmiä käsittelevät oppaat. Kyselyn muokkuvaiheessa jouduin usein pysähtymään ja pohtimaan; onko tämä kysymys relevantti tutkimuskysymysten ja tulosten kannalta, ja ovatko kyseisen kysymyksen vaihtoehdot tarpeeksi rajatut, jotta vastaaja antaa totuudenmukaisen vastauksen, mutta ei esimerkiksi jätä vastaamatta tai tahallaan vääristä vastausta jonkin ulkoisen syyn takia. Olen opintojeni aikana ollut ja joutunut tekemisiin useiden kyselytutkimusten kanssa ja edelleen joudun toteamaan, että kyselytutkimuksen tekeminen on yksi haasteellisimmista tutkimusmenetelmistä. Analysointivaiheessa jopa kaduin tutkimuksen tekemistä tällä tavalla. Lisäksi pohdinta kerättävän vastausmäärän riittävydestä ja sukupuolimääritteen pois jättämisestä aiheuttivat osaltaan suurtakin eettistä pohdintaa työskentelyprosessini eri vaiheissa.

Pohtiessani opinnäytetyöni kokonaisprosessia omakohtaisesti, huomasin, että opinnäytteeseeni valikoituneiden teemojen tutkiminen tarjosi mahdollisuuden syventää omaa osaamistani ja osoittaa rajatusti taitojani, mutta pedagogisesta näkökulmasta se ei ole aivan esteetön. Opinnäytetyön tekeminen vaatii usein paljon aikaa ja resursseja, ja siihen liittyy haasteita, kuten tiedonhankinnan monimutkaisuus, aikataulujen hallinta ja kirjallisen raportoinnin jäykät vaatimukset, joihin jokaisella opiskelijalla on erilaiset lähtökohdat. Tästä syystä uskallan kyseenalaistaa opinnäytetyön käytön opintojen aikana rakentuneen osaamisen todentamisen välineenä. Mielestäni korkeakoulujen opinnäytetyöprosessissa tulisi tarjota laajempi tarjonta keinoja, joilla oppimistaan voisi näyttää todeksi.

Kokonaisuutena ajatellen opinnäytetyöni korostaa hyvän tutkimuseetiikan perinteitä ja huomio eettisiä kysymyksiä oman arvioni mukaan suhteellisen hyvin. Tietysti kyselytutkimuksen kauneusvirheet ja aiheeseeni liittyvän aiemman tutkimustiedon saatavuusvaikeudet aiheuttivat toisinaan päänvaivaa, mutta kokonaisuus on loppujen lopuksi mielestäni onnistunut.

LÄHTEET

Ahteensivu, A., Koskinen, L., Kulmala, J. & Havakka, P. (toim.) 2018. Riskienhallinnan ajankohtaisia teemoja. Tampere: Suomen Yliopistopaino Oy.

Aula, P. & Heinonen, J. 2011. M2 - Maineen uusi aalto. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Bromley, D.B. 2000. Reputation, image and impression management. Chichester: John Wiley & Sons.

Fombrun, C.J. & Van Riel, C.B.M. 2004. Fame & Fortune. How successful companies build winning reputations. Upper Saddle River: Pearson Education.

Helsingin Sanomat. 2023. Aihehaku: Hyvinvointialue. Viitattu 25.10.2023. <https://www.hs.fi/aihe/hyvinvointialue/>

Highhouse, S., Brooks, M. E. & Gregarus, G. 2009. An organizational impression management perspective on the formation of corporate reputations. Journal of Management. Vol 35, No. 6, 1481–1493.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. uudistettu painos. Helsinki: Inforviestintä.

Juhila, K. 2008. Aikuisten parissa tehtävän sosiaalityön areenat. Teoksessa Jokinen, A. & Juhila, K. (toim.) Sosiaalityö aikuisten parissa. Tampere: Vastapaino.

Kananoja, A., Lähteinen, M. & Marjamäki, P. (toim.) 2011. Sosiaalityön käsikirja. 3. painos. Helsinki: Tietosanoma.

Kananoja, A. 2022. Sosiaalisesti kestävä yhteiskunnan edellytykset ovat toimivat sosiaalipalvelut. MieliPide, Helsingin Sanomat 20.12.2022. Viitattu 25.10.2023. <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000009262066.html>

Kotus. N.d. Suomen etymologinen sanakirja: maine. Verkkosivu. Viitattu 2.9.2023. https://kaino.kotus.fi/suomenetymologinensanakirja/?p=article&etym_id=ETYM_c8342f86d9f6a5032394deb0169d395&word=maine&list_id=25857

Kortelainen, M. 2023. Sotessa on huomioitava molemmat puolet. MieliPide, Helsingin Sanomat 4.7.2023. Viitattu 25.10.2023. <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000009672361.html>

Kurssimateriaali. 2020. Johdatus palvelumuotoiluun. Lapin yliopisto. Viitattu 17.9.2023.

Laesterä, E., Hanhela, T. & Koskinen J. 2021. Toimeentulotuen maksatuksen muutos 2016-2018. Vaikutus kuntien menoihin ja resursointiin. Helsinki: FCG Finnish Consulting Group Oy.

Lehtonen, J. 2000. Toimiva viestintä. Yrityksen aineetonta pääomaa. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat.

Liukko, E. & Nykänen, E. 2019. Sosiaalityön tulevaisuus. Sosiaalityö julkisena hallintotehtävänä. Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 2019: 47. Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriö.

Luoma-aho, V. & Peltola, S. 2006. (toim.) Public organizations in the communication society. Publication of the Department of Communication, 29. Jyväskylän yliopisto.

Lönnqvist, A., Kujansivu, P. & Antola, J. 2005. Aineettoman pääoman johtaminen. Helsinki: JTOpalvelut.

Mäkelä, A. 2016. Lastensuojelun maine - Lastensuojelu sosiaalityön opiskelijoiden, lastensuojelun sosiaalityöntekijöiden ja toimittajien näkemysten mukaan. Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö. Tampereen yliopisto. Sosiaalityön pro gradu -tutkielma.

Nieminen, H. 2000. Julkisyhteisön viestintä. Kohti kansalaisnäkökulmaa. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat.

Pohjola, J. 2003. Ilme – Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy

Sosiaali- ja terveysministeriö. N. d. Rakenteellinen sosiaalityö. Verkkosivu. Viitattu 2.10.2023. <https://stm.fi/rakenteellinen-sosiaalityo>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 11. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Valli, R. & Aaltola, J. 2015 Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. 4. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Varsinais-Suomen Hyvinvointialue. Aikuisten sosiaalipalvelut. Verkkosivu. Viitattu 2.9.2023. <https://www.varha.fi/fi/palvelut/aikuisten-sosiaalipalvelut>

Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. E-kirja. Helsinki: HELDA - Helsingin yliopiston avoin julkaisuarkisto. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/bc1c2c8a-0eb8-4881-ba8f-510ce386b810/content>

Välimaa, O. 2008. Kunnallisen aikuissosiaalityön rajat ja ammattietiikka. Teoksessa Jokinen, A. & Juhila, K. (toim.) Sosiaalityö aikuisten parissa. Tampere: Vastapaino, 175–196.

LIITTEET

Liite 1. Aikuissosiaalityön palveluiden maine -kysely

1 (3)

Aikuissosiaalityön palveluiden maine -kysely

Hei!

Kiitos, että osallistut kyselyyn, jossa selvitetään yleistä aikuissosiaalityön palveluiden mainetta kansalaisten näkökulmasta. Kysely on osa Tampereen ammattikorkeakoulun sosionomi (AMK) tutkinto-ohjelman opinnäytetyötä. Tämän kyselyn ja opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, millainen maine aikuissosiaalityön palveluilla on ja miten mainetta voisi kehittää.

Aikuissosiaalityö (myös nimellä työikäisten sosiaalipalvelut) perustuu sosiaalihuoltolakiin (30.12.2014/1301) ja tarjoaa palveluita ja tukea 18–64-vuotiaille erilaisissa elämäntilanteissa. Palveluissa keskitytään auttamaan ja tukemaan yksilöitä selviytymään haasteista, jotka voivat liittyä esimerkiksi taloudelliseen tilanteeseen, työllistymiseen, asumiseen, hyvinvointiin tai sosiaalisiin suhteisiin. Aikuissosiaalityö tarjoaa neuvontaa, ohjausta, käytännön apua ja resursseja, jotta asiakkaat voivat saavuttaa paremman elämänlaadun ja hyvinvoinnin. Aikuissosiaalityön ammattilaiset pyrkivät edistämään yksilöiden ja yhteisöjen itsenäisyyttä, osallisuutta ja tasapainoista elämää.

Kysely on anonymi ja vastaaminen vie noin 7 minuuttia. Kyselyn tuloksia hyödynnetään vain edellä mainitun opinnäytetyön tekemiseen ja vastaukset tuhotaan työn valmistuttua.

Kysely toteutetaan aikavälillä 12.7.-14.8.2023.

Kyselyn tietoturvaselosteeseen voit tutustua tästä linkistä: <https://tinyurl.com/msyhtzd>

Jos sinulla tulee kysyttävää kyselystä, voit olla yhteydessä opinnäytetyön tekijään:
Lauri Paavola (sosionomi AMK -opiskelija) lauri.e.paavola@tuni.fi

Kiitos vastauksistasi!

* Pakollinen

1. Ikäsi? *

- 18–29
- 30–45
- 46–64
- 65+

2. Miten tietoinen koet olevasi aikuissosiaalityön palveluista ja niiden tarjoamista tukimuodoista? *

- Olen täysin tietoinen aikuissosiaalityön palveluista ja niiden tarjoamista tukimuodoista.
- Olen melko hyvin tietoinen aikuissosiaalityön palveluista ja niiden tarjoamista tukimuodoista.
- Olen hieman tietoinen aikuissosiaalityön palveluista ja niiden tarjoamista tukimuodoista.
- En ole lainkaan tietoinen aikuissosiaalityön palveluista ja niiden tarjoamista tukimuodoista.

2 (3)

3. Oletko käyttänyt aikuissosiaalityön palveluita tai tunnetko jonkun, joka on käyttänyt niitä? *

- Kyllä, olen käyttänyt palveluita itse.
- Kyllä, tunnen jonkun, joka on käyttänyt palveluita.
- En ole käyttänyt palveluita itse, enkä tunne ketään, joka on käyttänyt niitä.
- En ole varma.

4. Millainen mielikuva sinulla on aikuissosiaalityön palveluista? (Asteikolla 0-10) *

0 = erittäin negatiivinen mielikuva / 10 = erittäin positiivinen mielikuva

- 10
- 9
- 8
- 7
- 6
- 5
- 4
- 3
- 2
- 1
- 0

5. Minkälainen vaikutus aikuissosiaalityön palveluiden maineella mielestäsi on halukkuuteesi hakeutua palveluihin asiakkaaksi? *

- Erittäin merkittävä vaikutus
- Merkittävä vaikutus
- Kohtalainen vaikutus
- Vähäinen vaikutus
- Ei vaikutusta
- En osaa sanoa

3 (3)

6. Mitkä tekijät vaikuttavat mielestäsi **eniten** aikuissosiaalityön maineeseen? Valitse kolme (3) tärkeintä. *

Seuraavassa kohdassa voit halutessasi perustella valintojasi.

Valitse 3 vaihtoehtoa.

- Työntekijät ja asiantuntemus
- Asiakaspalvelun laatu
- Toiminnan eettisyys ja vastuullisuus
- Palveluihin pääsyyn vaadittava odotusaika
- Tiedonkulku ja kommunikaatio eri palveluiden välillä
- Ohjeistusten ja päätösten selkeys
- Palveluiden saavutettavuus
- Palveluiden esteettömyys
- Läheisten mielipide
- Julkinen keskustelu ja mediamaininnat
- Palveluiden mainonta ja tiedotus
- Henkilöstön riittävyys
- Toiminnan tehokkuus
- Poliittinen päätöksenteko ja rahoitus
- Muu

7. Tässä voit halutessasi perustella valintojasi kysymykseen 6.

8. Miten aikuissosiaalityön palveluiden mainetta voisi mielestäsi kehittää? *