

”En löydä itseäni tästä kuvasta”

Käyttäjälähtöinen näkökulma
maahanmuuttajille suunnattuun
visuaaliseen viestintään

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Kulttuurialan ylempi AMK
Muotoilu- ja media-alan uudistava
osaaminen
Opinnäytetyö (Ylempi AMK)
Kevät 2018
Anu Huttunen

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja media-alan uudistava osaaminen (YAMK)

HUTTUNEN, ANU:

”En löydä itseäni tästä kuvasta”
Käyttäjälähtöinen näkökulma
maahanmuuttajille suunnattuun
visuaaliseen viestintään

79 sivua, 1 liitesivu

Kevät 2018

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoite on tarkastella visuaalisuutta maahanmuuttajille suunnatussa viestinnässä. Työssä testataan erilaisia tapoja kerätä käyttäjätietoa aiheesta ja välittää tietoa ammattilaisille, jotka työskentelevät maahanmuuttajien parissa. Päämääränä on kehittää viestinnän saavutettavuutta ja ymmärrettävyyttä. Tutkimuksen perusteella syntyi kysymyslista, jota organisaatio voi käyttää apuna suunnitellessaan viestintää.

Avainsanat: käytettävyys, käyttäjälähtöinen suunnittelu, käyttäjätutkimus, kuvallinen viestintä, maahanmuuttajat, saavutettavuus, visuaalinen viestintä, yhteissuunnittelu

Lahti University of Applied Sciences
Master's Degree Programme in Design and Media

HUTTUNEN, ANU:

“I Don't See Myself in This Picture”
A User-Centered Approach to Visual
Communication Targeted to
Immigrants

79 pages, 1 pages of appendices

Spring 2018

ABSTRACT

This thesis examines visual communication in brochures and other materials targeted to immigrants. Different methods are tested to gather information about immigrant users and to communicate this information to professionals who work with immigrants. The focus of this thesis is to develop accessible and understandable communication. Based on the research work, a checklist was created to help organisations to plan communication materials.

Key words: accessibility, co-design, immigrants, pictorial communication, usability, user study, user-centered design, visual communication

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	KEHITTÄMISEN LÄHTÖKOHTIA	3
2.1	Käyttäjälähtöinen kehittäminen	3
2.2	Saavutettavuus ja käytettävyys	6
2.3	Maahanmuuttajat viestinnän kohderyhmänä	9
2.4	Julkisen viestinnän kritiikkiä	12
2.5	Yhteistyökumppani	16
3	KÄYTTÄJÄTIEDON KERÄÄMINEN	18
3.1	Käyttäjymmärrystä haastatteluista	18
3.1.1	Viestintään liittyviä esteitä	19
3.1.2	Henkilöstön oivalluksia ja haasteita	25
3.2	Esitekuvituksen arviointi	28
3.2.1	Arvioinnin tekijät	30
3.2.2	"En löydä itseäni tästä kuvasta"	31
3.2.3	Käyttäjätieto henkilöstökoulutuksen materiaalina	40
3.2.4	Henkilöstön tarpeita palautteen perusteella	41
3.3	Kysely henkilöstökoulutuksen osanottajille	43
3.4	Työpaja: Esitteiden käyttäjätestaus ja ideointi	50
3.4.1	Työpajan osallistujat	52
3.4.2	"Vanhusten bändi soittaa"	53
3.4.3	Millainen on yhteisökoordinaattori?	57
3.4.4	Miten kuvittaa muutto-ohjeet?	65
3.4.5	Työpajan opit	69
3.4.6	Käyttäjätestin tulosten välittäminen organisaatiolle	72
4	PÄÄTELMÄT	74
	LÄHTEET	77
	LIITTEET	1

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on pohtia, miten kuvat onnistuvat välittämään informaatiota maahanmuuttajille suunnatussa viestinnässä ja miten kuvien avulla voisi jatkossa kehittää viestinnän ymmärrettävyyttä. Tarkastelu on rajattu esitteisiin ja niiden kuvituskuviin. Sen lisäksi tietoa on kerätty haastatteluiden ja kyselyn avulla.

Työn lähtökohtana on oma työkokemukseni aikuisten maahanmuuttajien kouluttajana. Opettajana olen kommunikoinut paljon alkeisopiskelijoiden kanssa. Kun yhteistä kieltä ei ole, kuvat ovat olleet tärkeä apu sanojen selittämisessä. Usein aikuisopiskelijoillekin tarjolla olevat kuvat tuntuivat naiiveilta tai huonolaatuisilta, ja kuvat ja niiden tulkinta alkoivat kiinnostaa. Samalla mietin, miten mahdotonta viestintää asiakkaat joutuvat kohtaamaan yrittäessään itsenäisesti hoitaa asioitaan julkisissa peruspalveluissa. Kotoutumiskoulutusta on tarjolla liian vähän, koulutuksen laatu vaihtelee ja koulutuksen tavoitteena ylipäätään on keskitason kielitaito. Keskitason kielitaito ei kuitenkaan riitä, kun postilaatikosta kolahtaa viranomaisen päätös tai lapsen lääkäriaika pitäisi varata vaikeaselkoisen sähköisen järjestelmän kautta. Oma havaintoni on, että suomalaisten viranomaisten viestintä on usein niin vaikeaselkoista, että sen ymmärtäminen tuottaa vaikeuksia jopa akateemisesti koulutetuille suomenkielisille asiakkaille. Vaikka opiskelija omaksuisi kotoutumiskoulutuksen sisällöt erinomaisesti tai olisi muuten hankkinut jo auttavan kielitaidon, viraston rima on usein yksinkertaisesti liian korkealla.

Yhteistyökumppanini Viittakiven henkilöstö jakoi havaintoni, joten lähdimme tekemään tutkimuksellista kehittämishanketta siitä, miten viestintää voisi käyttäjälähtöisesti kehittää. Yhteistyömme tavoitteena oli kerätä pohjatietoa ja testata menetelmiä, joita myöhemmin on mahdollista käyttää pohjana viestintäkoulutuksessa.

Työprosessin aikana tavoitteena on ollut kerätä käyttäjätietoa maahanmuuttajilta ja välittää käyttäjien näkemyksiä henkilöstölle, joka hoitaa viestintää muun työnsä osana. Työn laajempi tavoite on kehittää

viestinnän ymmärrettävyyttä käyttäjälähtöisesti ja kokeilla erilaisia menetelmiä käyttäjätiedon keräämiseen, kun käyttäjien kielitaito on vielä osittain rajallinen.

Työn ensimmäisessä vaiheessa aihetta ei ollut vielä rajattu vaan ensimmäisten haastattelujen avulla kartoitettiin mahdollisia tutkimusaiheita. Haastattelujen yhteydessä tehty esitteen kuva-arviointi käänsi työn fokuksen esitekuvien tarkasteluun.

2 KEHITTÄMISTYÖN LÄHTÖKOHTIA

2.1 Käyttäjälähtöinen kehittäminen

Käyttäjälähtöisessä kehittämisessä on kyse erilaisista tavoista kerätä käyttäjätietoa ja sen soveltamisesta kehittämistyöhön. Toimintatapaa, jota edustavat esimerkiksi co-design tai käyttäjättestaus, myös jatketaan koko kehittämisprosessin ajan.

Hyysalo (2009, 18) kiteyttää käyttäjätiedon seuraavasti: ”Käyttäjätieto on tietoa, joka jonka avulla voidaan luoda hyödyllinen ja miellyttävä tuote sen tosiasiallisille käyttäjille.” Hyysalon (2009, 20) mukaan tällainen tuote on asiakkaan näkökulmasta haluttava, hyödyllinen, käytettävä ja miellyttävä. Se vastaa käyttäjän tarpeita ja toiveita sekä auttaa käyttäjää saavuttamaan tavoitteensa. Se johtaa toivottuihin tuloksiin myös käytännössä ja sen käyttäminen tuottaa parhaimmillaan mielihyvää tai iloa tai vähintään vähentää kurjuutta.

Kun Hyysalon määritelmää sovelletaan viestintätuotteisiin, keskeiseksi asiaksi nousee ymmärrettävyys: vastaako tuote niihin viestinnällisiin ja tiedollisiin tarpeisiin, joita sen käyttäjällä on? Jos tuotteen idea on välittää informaatiota eikä tämä informaatio ole käyttäjän ymmärrettävissä, se ei myöskään auta käyttäjäänsä eikä ehkä johda minkäänlaiseen toimintaan. Mielihyvän sijaan tuote voi aiheuttaa turhautuneisuutta ja ahdistusta.

Kun viestinnän kohderyhmänä ovat kotoutumisen alkuvaiheessa olevat maahanmuuttajat, ymmärrettävyyden esteeksi nousevat kielitaidon ja sanavaraston rajoitteet. Samoin esteenä voi olla tiedonpuute paikallisen yhteiskunnan rakenteesta ja kulttuurista ja yhteiskunnan tavoista järjestää palvelut. Monet käsitteet voivat olla muuttajalle vieraita, koska näitä käsitteitä ei ole olemassa lähtömaan yhteiskunnassa tai kielessä. Käyttäjätiedon avulla voi yrittää selvittää, millaisia ovat käyttäjien todelliset viestinnälliset tarpeet ja milloin viestintätuotteesta on heille tosiasiallista hyötyä. Millainen tuote auttaisi käyttäjää saavuttamaan tavoitteensa? Entä millainen tuote johtaisi toivottuihin tuloksiin? Mihin asioihin käyttäjät

kiinnittävät huomiota, ja miten he informaatiota tulkitsevat? Millaiset visuaaliset keinot helpottavat tai harhauttavat heitä?

Hyysalo (2009, 18-19) erottaa käyttäjätiedon markkina- tai asiakastiedosta. Asiakastieto rajoittuu ostamiseen eikä anna tietoa lopullisesta käytöstä. Käyttäjätieto koskee ihmisten tosiasiallisia toimia laajemmin kuin esimerkiksi pelkkä ostoskäyttäytyminen. Käyttäjätieto antaa syvempää ja tarkempaa tietoa käyttäjistä ja voi täydentää asiakastietämystä. Se antaa tietoa käyttäjien arvostuksista ja siitä, mikä heille on tärkeintä. Hyysalon mukaan (2009, 18) aito käyttäjätieto antaa mahdollisuudet laitteen tai palvelun jalostamiseen: vasta sen avulla tiedetään, mitä uutta tuotekehityksessä kannattaa pyrkiä luomaan.

Tuotteen tai palvelun kehittämisprosessissa käyttäjätieto on tarpeellista läpi prosessin. Hyysalon (2009, 62-64) mukaan ongelmakohta on usein se, että tuotteen testaus tapahtuu liian myöhään eli vasta toteutusvaiheen jälkeen. Testaamalla prototyyppejä jo konseptinsuunnitteluvaiheessa epäonnistumisen riskit pienenevät. Käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa keskeistä on jalostaa ideaa iteratiivisesti, kunnes siihen ollaan tyytyväisiä. Toinen ongelmakohta on, että tuotekehitys tyssää tuotteen valmistumiseen. Organisaation on varmistettava, että käyttäjätieto ei jää vain yksittäisen suunnittelijan tietoon ja häviä tämän mukana toisiin tehtäviin. Tätä haastetta voidaan Hyysalon mukaan ratkaista esimerkiksi auditointien, testaamisen, tiedonhankinnan ja kirjallisen tietovarannon avulla tai suunnittelemalla organisaatiolle käytettävyysohjeisto.

(Hyysalon (2009, 61) mukaan käyttäjätietoa kertyy väistämättä vähitellen ja se auttaa organisaatiota myös suuntaamaan resursseja: ”Mitä paremmin käyttäjät ja käyttöympäristöt tunnetaan, sitä osuvammin voidaan myös suunnitella lisätiedon hankkiminen: asiat, joista tietoa hankitaan, tutkimuksen laajuus, menetelmät, resurssit ja kysymykset, joihin vastauksia lopulta haetaan.”

Bruce Hanington (2003) jakaa ihmiskeskeisen suunnittelun tutkimusmenetelmät kolmeen ryhmään: 1) perinteiset tutkimusmenetelmät

(kyselyt ym.), 2) humanistisista tieteistä mukailut menetelmät (etnografiset menetelmät, havainnointi) ja 3) innovatiiviset menetelmät (erilaiset osallistavat työtavat, esim. luotaimet ja työpajat). Tässä työssä käytetään menetelmiä kaikista näistä ryhmistä. Kaikki menetelmät ovat tavalla tai toisella mukailtuja tämän työprosessin tarpeisiin.

Vaikka tämä opinnäytetyö ei edusta palvelumuotoilua, käyttäjien näkökulman korostuminen muodostaa kuitenkin yhtymäkohdan palvelumuotoilun peruseräisiin. Satu Miettinen (2011, 21-23) määrittelee palvelumuotoilun prosessiksi, jossa käyttäjät haastetaan keräämään itse tietoa ja kertomaan kokemuksistaan, siis osallistumaan kehitystyöhön. Käyttäjien tarpeet ja odotukset ovat suunnitteluprosessin lähtökohta. Uusia ideoita muokataan asiakkaiden kanssa tehdyn luovan työn pohjalta, ja ideoiden visualisointi korostuu.

Palvelumuotoilun metodeina käytetään lähinnä ihmiskeskeisen suunnittelun mukailtuja ja innovatiivisia menetelmiä (Hanington 2003). Työprosessi ja tavoiteltu tulos ovat erilaisia kuin käyttäjäkeskeisen kehittämisen tavoitteet. Tässä opinnäytetyössä käyttäjäymmärryksen kerääminen jo työn ideointivaiheessa korostui samalla tavoin kuin muotoiluprosessissa. Muuten prosessi keskittyi monipuolisen käyttäjätiedon keräämiseen ja työtapojen testaamiseen eikä työssä tavoiteltu uuden palvelun ideointia, kehittämistä, prototyyppointia tai palvelun testaamista.

Hämäläinen ym. (2011, 68) kuvailevat muotoilijan käyttäjätiedon keräämistä monivaiheiseksi, kumuloituvaksi ja spiraalimaiseksi prosessiksi. Muotoiluetnografisessa prosessissa muotoilija kerää tietoa joko yhdessä käyttäjien kanssa tai itse kokemalla oppien. Tämän jälkeen muotoilija tulkitsee koetun tiedon ja analysoi palvelun tai tuotteen merkityksiä käyttäjän näkökulmasta.

Muotoilijan etnografisessa työskentelyssä keskeistä on osallistuva ote, jonka tavoitteena on saada käyttäjän kokemus ymmärrettäväksi myös muille ihmisille. Muotoilijan tehtävässä oikeiden ihmisten kohtaaminen on

mielekkäämpää kuin esimerkiksi markkinatutkimus, jossa ihmisten motiivit jäävät piiloon. Työssä keskeistä on ratkaisuhakuisuus, ja muotoiluongelmia voidaan ratkaista jo siinä tilanteessa, kun niitä havaitaan. Muotoilijan on helppo samaistua ongelmaan, kun hän on mukana kokemassa tilannetta, joko yksin tai vuorovaikutuksessa käyttäjien kanssa. (Hämäläinen ym. 2011, 63-66.)

Tässä opinnäytetyössä tietoa on hankittu työpajatyöskentelyssä ja haastatellen, kuitenkin vuoropuhelussa, yhteistyössä ja käyttäjien kanssa prosessiin osallistuen. Testattavia materiaaleja on käyty läpi keskustellen ja työpajatehtävien avulla.

2.2 Saavutettavuus ja käytettävyys

Termi saavutettavuus on Suomessa vasta nousemassa yleiseen tietoisuuteen, sillä lainsäädäntöä julkisten palveluiden saavutettavuudesta ollaan vasta laatimassa. Monissa muissa länsimaissa laki on ollut voimassa jo pitkään. Suomessa saavutettavuuslain pitäisi tulla voimaan syyskuussa 2018. Se velvoittaa kaikkia julkisia palveluntuottajia tekemään verkkopalveluistaan saavutettavia parin vuoden siirtymäajan kuluessa (Valtiovarainministeriö 2018).

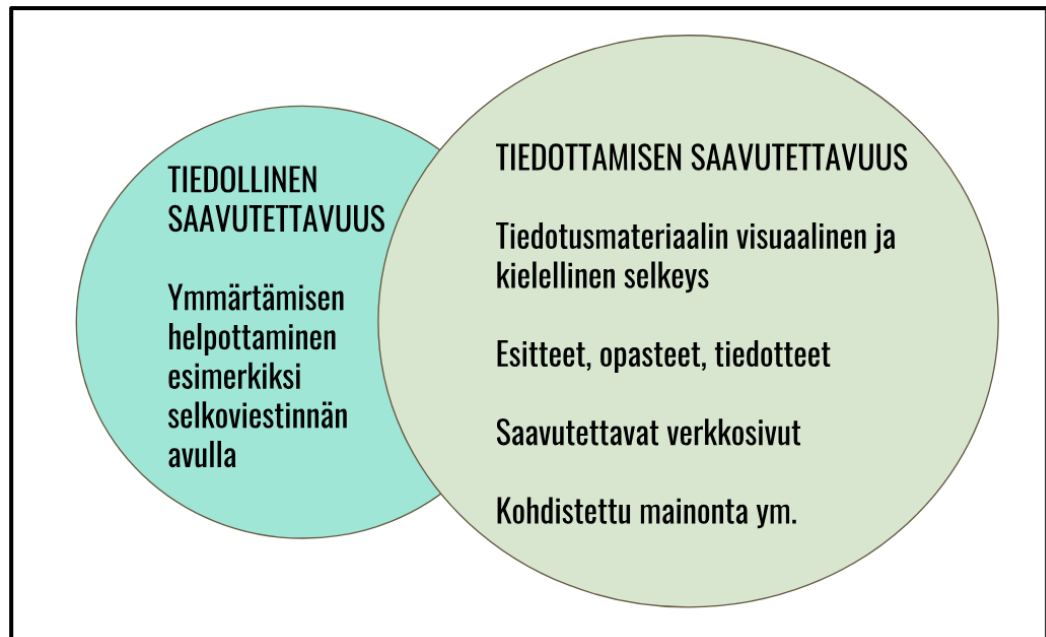
Viestinnässä saavutettavuus tarkoittaa pitkälle samaa asiaa, josta muotoilun ja käyttäjäkeskeisen kehittämisen alalla on perinteisesti puhuttu termillä käytettävyys. Molemmat termit tarkoittavat palvelun tai tuotteen suunnittelua mahdollisimman helppokäyttöiseksi käyttäjän ehdoilla. Ero on painotuksessa: Saavutettava palvelu tai tuote on sellainen, jota kaikkien on mahdollista käyttää yhdenvertaisesti toimintarajoitteista huolimatta (Papunet 2018). Saavutettavuus, englanniksi accessibility, on nousut esille erityisryhmien kautta. Se keskittyy siihen, miten viestintä voi olla esteetöntä myös niille, joilla on niin sanottua peruskäyttäjää enemmän rajoitteita esimerkiksi lukemisen ymmärtämisessä. Saavutettavuus on kuitenkin määritelmällisesti asia, joka hyödyttää kaikki käyttäjiä (Papunet 2018). Saavutettavuuden standardeja kehittää ja ylläpitää World Wide Web Consortium (W3C).

Saavutettavuudessa on siis kysymys kynnysten poistamisesta sen tieltä, että julkinen tieto ja digitaaliset palvelut ovat tasavertaisesti kaikkien saatavilla. Kun palvelut digitalisoituvat, viestinnän saavutettavuus – myös palveluiden käytettävyys – nousee entistä keskeisemmäksi asiaksi kansalaisten tasavertaisuuden kannalta. Lähiaikoina suomalaisessakin mediassa on kirjoitettu runsaasti digisyrjäytymisestä (mm. Kasvi 2018, Palmolahti 2018, Waddington 2018). Kuinka moni asiasta kärsii, vaihtelee eri asiantuntijoiden arvioissa noin puolesta miljoonasta miljoonaan. Puheenvuoroissa nousee esille se, että pelkkä palvelun tekninen helppous ei riitä, vaan käyttäjille ongelma on usein sisältöjen vaikeaselkoisuus.



Kuvio 1: Saavutettavuuden eri osa-alueet (Virtanen 2012)

Tässä työssä saavutettavuutta lähestytään lähinnä tiedonsaannin ja tiedottamisen näkökulmista, joista voidaan käyttää myös käsitettä kognitiivinen saavutettavuus. Nämä ovat oleellisia Suomen perustuslaissa ja kansainvälisissä ihmisoikeussopimuksissa säädettyjen perusoikeuksien, kuten tasa-arvo-oikeuksien ja taloudellisten, sosiaalisten ja sivistyksellisten oikeuksien, toteutumisen kannalta.



Kuvio 2: Tiedollinen ja tiedottamisen saavutettavuus (Virtanen 2012)

Käytettävyyden peruseriaatteet edistävät myös saavutettavuuden toteutumista. Käytettävyytutkimuksen uranuurtaja Jakob Nielsen (2012) tiivistää käytettävyyden viiteen ydinasiaan: 1) Opittavuus: Miten helppoa käyttäjän edetä palvelussa heti ensimmäisellä käyttökerralla? 2) Tehokkuus: Kuinka nopeasti käyttäjä pääsee tavoitteeseensa? 3) Muistettavuus: Kuinka helppo käyttäjän on palata palvelun pariin pitkän tauon jälkeen? 4) Virheettömyys: Kuinka paljon virheitä käyttäjä tekee palvelussa? Kuinka helposti hän havaitsee ne ja pystyy jatkamaan eteenpäin? 5) Tyytyväisyys: Kuinka miellyttäväksi käyttäjä kokee palvelun? Nielsen tiivistää palvelun hyödyn ja laadun yhteen kysymykseen: Tekeekö se sitä, mitä käyttäjä tarvitsee?

Tässä työssä saavutettavuuden ja käytettävyyden käsitteitä venytetään verkkopalvelusta myös paperiseen käyttöliittymään. Työssä analysoidut ja käyttäjien kanssa läpikäytyt materiaalit ovat olemassa sekä sähköisinä että paperisina versioina. Työssä keskitytään kuitenkin viestinnällisten, lähinnä visuaalisten elementtien arvioimiseen. Analyysi ei ulotu digitaalisiin käyttöliittymiin tai digitaaliseen toiminnallisuuteen vaan yksinkertaisten viestintämateriaalien informaatioon ja sen tulkintaan.

2.3 Maahanmuuttajat viestinnän kohderyhmänä

Vuonna 2016 Suomen väestöstä 364 787 eli 6,6 prosenttia oli maahanmuuttajataustaisia (Tilastokeskus). Tämän ihmisryhmä on yhtä moninainen kuin mikä tahansa suuri joukko ihmisiä: koulutus, sosiaalinen ja kulttuurinen tausta vaihtelevat. Samoin vaihtelevat kielitaito ja lukutaito, jotka muuttuvat myös maassa asumisen ja yksilön elinkaaren aikana.

Maasta toiseen muuttaminen ei tee kenestäkään automaattisesti kohderyhmää helpotetulla viestinnällä. Uuden kielen opetteleminen on kuitenkin yksi tekijä, joka haastaa aikuisenkin ihmisen lukutaidon. Varsinkin kielen opettelemisen alkuvaiheessa sanavarasto on rajallinen ja runsaat tekstikokonaisuudet raskaita tulkita. Suomessa kotoutumiskoulutukseen pääsee vain osa maahanmuuttajista, ja heilläkin koulutus on rajattu. Koulutuksen aikana ei välttämättä ehditä sille kielenkäytön tasolle, jota suomalaisten virastojen tekstien tulkitseminen edellyttää. Koulutuksen tavoitetaso on yleisen kielitutkinnon keskitaso, B1.1, toimiva peruskielitaito (Opetushallitus 2012, 24). Kotoutumiskoulutuksen laatu vaihtelee ja riittävyys on kyseenalainen: vain neljännes koulutukseen osallistuvista saavuttaa tämän tavoitetason (Opetusministeriö 2017, 30). Tämä kielitaitotaso ei vielä edellytä erittäin vaativien tekstin ymmärtämistä.

Koska kielitaidon rajoitteet hankaloittavat vaativien tekstien lukemista, maahanmuuttajat tai muuta kuin suomea tai ruotsia äidinkielenään puhuvat on määritelty yhdeksi kohderyhmäksi, joka voi hyötyä selkokielisestä viestinnästä. Tarve kuitenkin vaihtelee voimakkaasti (Virtanen 2012, 52).



Kuvio 3: Selkoviestinnän kohderyhmät (Selkokeskus 2015 b).

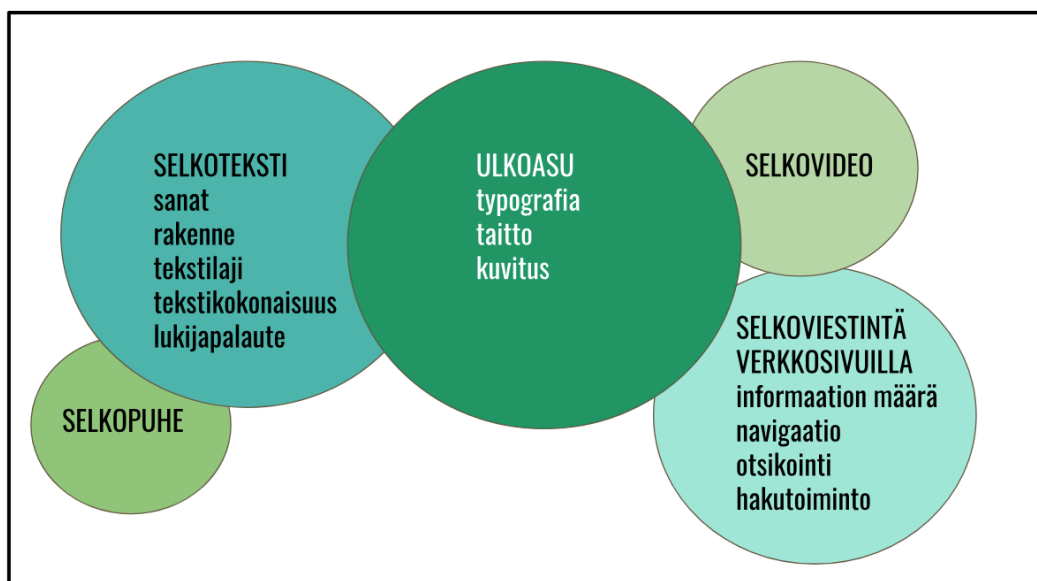
Maahanmuuttajat eivät suinkaan ole ainoa joukko, joilla voi olla vaikeuksia julkisten palvelujen viestinnän tulkitsemisessa. Kun viestintää kehitetään helpompaan ja saavutettavampaan suuntaan, siitä hyötyy merkittävä joukko kansalaisia.

Kehitysvammaliiton Selkokeskus (2015 c) arvioi, että selkoviestinnän kohderyhmiin (kuvio yllä) kuuluu Suomessa 430 000 - 650 000 henkilöä. Tämä tarkoittaa 8 -12 prosenttia väestöstä. Lisäksi Selkokeskus arvioi, että tietyissä tilanteista selkoviestinnästä hyötyisi jopa 20-25 prosenttia väestöstä.

Erilaisia lukemiseen ja hahmottamiseen liittyviä ongelmia on noin 25 prosentilla suomalaisista. Yksi merkittävä ryhmä ovat iäkkäät henkilöt, joista osa kärsii muistin ongelmista. Kun työikäisistä selkoviestintää tarvitsee 6-10 prosenttia, yli 65-vuotialla määrä kasvaa 15-20 prosenttiin. Koska iäkkäiden osuus väestöstä kasvaa, maahanmuuttajien määrä lisääntyy ja erityisoppilaiden määrä lisääntyy, myös selkoviestinnän tarpeen arvioidaan nousevan. (Selkokeskus 2015 c)

Selkoviestinnässä huomioidaan varsinaisen selkokielen lisäksi myös muita viestinnällisiä elementtejä. Kirjallisessa viestinnässä taitto, typografia ja kuvitus vaikuttavat viestin ymmärrettävyyteen, digitaalisissa

käyttöliittymissä erityisen tärkeiksi nousevat informaation määrä, navigaatio, otsikointi ja hakutoiminto (Selkokeskus 2015 d).



Kuvio 4: Selkoviestinnän osa-alueet (Selkokeskus 2015 d, 2015 e, 2015 f).

Selkoviestinnän taitossa ja typografiassa kiinnitetään huomiota seuraaviin asioihin: Fontti, fonttikoko, riviväli, rivin pituus, palstan muoto, tekstin ladonta, kappalejaot, typografinen hierarkia, värien käyttö. Näitä sovelletaan tutkimustiedon perusteella niin, että kokonaisuus on mahdollisimman selkeä ja luettava. Esimerkiksi värien käytössä on tärkeää riittävä kontrasti ja neutraali, yksivärinen tausta. Kirjava tausta vaikeuttaa lukemista lähes aina. (Selkokeskus 2016.)

Tässä opinnäytetyössä käyttäjätiedon hankinnassa on keskitytty julkaisun ulkoasuun ja siinä erityisesti kuvitukseen. Käyttäjiltä on pyritty saamaan tietoa kuvitusratkaisujen tulkinnasta ja hyödyllisyydestä viestin ymmärtämisen kannalta. Tavoitteena on ollut kerätä tietoa, millainen kuvitus on ymmärrettävyyden kannalta hyödyllinen, millainen ei. Selkokuvaan eli informoivaan kuvaan liittyvistä ohjeista kerrotaan lisää luvussa 3.2.

2.4 Julkisen viestinnän kritiikkiä

Viestinnän saavutettavuuden ja käytettävyyden ongelmia suomalaisissa julkisissa palveluissa on puitu jo vuosikymmeniä, mutta siitä on käytetty erilaisia termejä. Toistuvaa ja voimakasta kritiikkiä aiheesta ovat esittäneet suomen kielen tutkijat ja asiantuntijat, jotka lähestyvät ongelmaa termillä *virrakieli*. Alan asiantuntemusta edustaa erityisesti Kotimaisten kielten keskus eli Kotus.

Vaikka nimitykset vaihtuvat, kysymys on samasta asiasta: Viestintää ei tehdä käyttäjän vaan organisaation ehdoilla. Viestinnässä käytetään hallinnon kieltä, jonka ymmärrettävyyttä ei ole liiemmin pohdittu (muun muassa Tiililä 2014, Tiililä 2017). Palvelun käyttäjä ja tämän tarpeet ovat jääneet näkymättömiin.

Syystä tai toisesta tutkijoiden toistuvat kannanotot (mm. Nuolijärvi ja Tiililä 2015, Tiililä 2017) eivät ole tulleet julkishallinnossa kuulluiksi tai vakavasti otetuiksi. Kannanottoja tulee julki yhä uudelleen, ja niiden viesti on sama: Vieläkään tälle asialle ei ole tehty mitään. Vieläkään nämä tekstit eivät ole ymmärrettäviä.

Tuorein luku tässä tarinassa on sote-uudistus. Kotuksen erityisasiantuntija Ulla Tiililä toteaa Vieraskynä-kirjoituksessa Helsingin Sanomissa, että uudistus tuntuu vain toistavan sosiaali- ja terveydenhuollossa jo vuosikymmeniä jatkuneita viestinnän ongelmia (Tiililä 2017). Asiantuntijat kantavat huolta siitä, miten tämä kaikki vaikuttaa kansalaisten yhdenvertaisuuteen, osallisuuteen ja viime kädessä eriarvoistumiseen. (Mm. Raevaara 2018, Tiililä 2017, Waddington 2018.)

Kotimaisten kielten keskus on antanut lausunnon kiistellystä valinnanvapauslaista. Virrakielen asiantuntija Liisa Raevaara avasi lausuntoa Kotuksen verkkosivuilla seuraavasti:

”Kun tavoitteena on tekstin asiallisuus, selkeys ja ymmärrettävyys, katse pitää siirtää lukijaan, sosiaali- ja terveyspalveluita tarvitsevaan ja käyttävään asiakkaaseen. Lähtökohtana eivät voi olla sote-lakien tai viranomaisten keskinäisten suunnittelutekstien sanamuodot vaan se, mikä

viestittävässä asiassa on lukijalle tärkeää ja millä tavoin sen voi kertoa hänelle ymmärrettävästi.” (Raevaara 2018)

Toisin sanoen: Myös aiheeseen perehtyneet tutkijat ja tekstiammatillaiset toivovat viranomaisilta *käyttäjälähtöistä viestintää*.

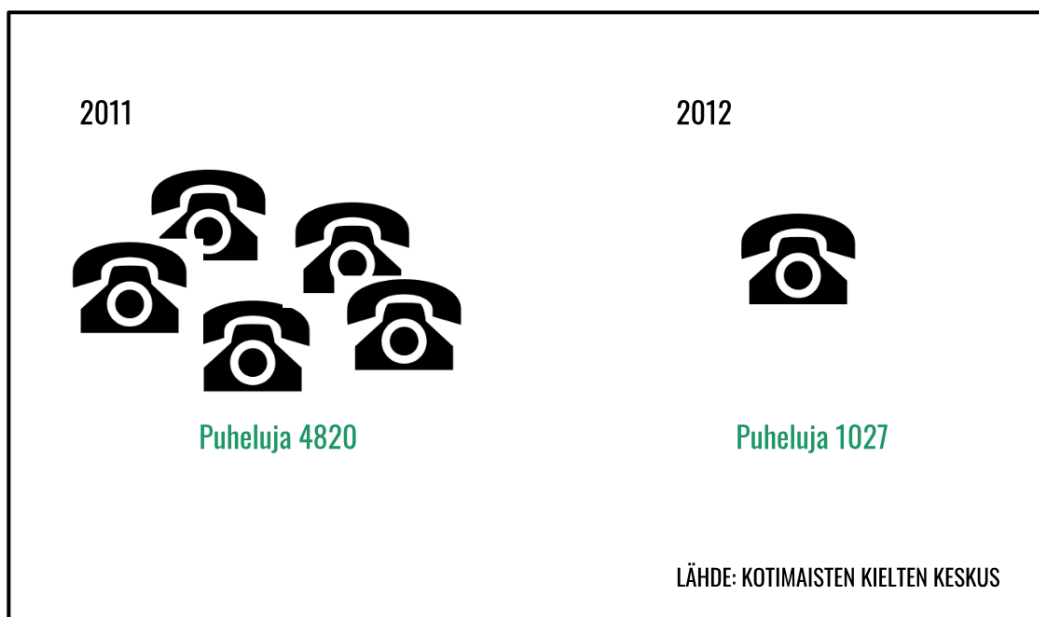
Jo vuonna 2004 tuli voimaan hallintolaki, joka vaatii viranomaisia käyttämään asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä. Erityisasiantuntija Ulla Tiililä kuitenkin toteaa, että pykälät eivät ole kommunikaatiota kymmenessä vuodessa parantaneet (Tiililä 2014). Tiililä toteaa, että kommunikaatio nähdään hallinnossa irrallisena palasena, vaikka tosiasiallisesti se läpäisee kaiken toiminnan. Esimerkiksi *osallisuus* ja *kuuleminen* ovat prosesseja, jotka toteutuvat tai ovat toteutumatta kommunikaation pohjalta.

Tiililä näkee heikon kommunikaation palvelun esteenä. Viestinnän kehittäminen on mahdollisuus parantaa koko asiakaskokemusta:

Jos kehittämistoimia suunnattaisiin kieleen ajantasaisen, laajan kielikäsityksen pohjalta, parantuisi todennäköisesti myös moni muu seikka, josta hallintoa ja julkisia palveluja vuodesta ja vuosikymmenestä toiseen soimataan.
(Tiililä 2014)

Kysymys on myös rahasta. Pirkko Nuolijärvi ja Ulla Tiililä ovat esittäneet, että yhteiskunta voisi säästää miljoonia panostamalla pelkästään virkakielen kehittämiseen (Nuolijärvi ja Tiililä 2015). Toisinpäin: Epäonnistunut viestintä on yhteiskunnalle kallista, vaikka sitä ei ole kirjattu budjettiin. Viestinnän ongelmat hidastavat koko organisaation toimintaa. Mahdolliset säästöt jäävät näkymättömiin.

Kokemuksia säästöistä on. Kotimaisten kielten keskus toteutti yhdessä Maahanmuuttoviraston kanssa ennakoivan viestinnän projektin, jolla oli selkeä tavoite: olennaiset tiedot olennaisille ihmisille, oikeaan aikaan ja ymmärrettävästi.



Kuvio 5: Viestinnän kehittämisen tulos Maahanmuuttovirastossa

Maahanmuuttoviraston tapauksessa parannus entiseen oli merkittävä: Puhelimitse tehdyt kyselyt vähenivät viidennekseen. Asiakaspalvelun työaika säästy huomattavasti, kun ymmärrettävyyteen panostettiin. Asiakkaiden tarve kysymiseen väheni, kun ohjeissa huomioitiin selkeys, konkretia ja yksinkertaisuus. (Kotimaisten kielten keskus.)

Lähde ei kerro, missä määrin mahdollisia asiakkaita osallistettiin projektin toteuttamiseen. Toteutetut toimenpiteet kuitenkin kertovat, että suunnittelussa on ollut pyrkimys miettiä käyttäjän tiedontarvetta ja siihen vastaamista oikea-aikaisesti ja ymmärrettävästi. Myös tiedotteiden ja verkkotekstien muotoilua pohdittiin projektissa tavallista tarkemmin, ja siihen osallistuivat Kotimaisten kielten keskuksen tutkijat.



Kuvio 6: Viestinnän kehittämisen keinot Maahanmuuttovirastossa

Käyttäjymmärryksen kannalta huomionarvoista on, että tässä projektissa suunnittelijat huomioivat viraston asiakaspalvelun asiantuntemuksen: asiakasrajapinnassa työntekijöillä on tarkka tieto siitä, mitkä asiat eniten tuottavat vaikeuksia ja mitä on siis syytä selkeyttää. Varsinaista käyttäjätietoa itse asiakkailta ei raportoitu, mutta käyttäjien kokemat ongelmat välittyivät suunnittelijoille asiakaspalvelun työntekijöiden kautta. Henkilöstöltä saatu tieto on arvokasta ja tiedonkeruu toimivaa, kun se johtaa näin merkittäviin muutoksiin palvelun sujuvuudessa.

Huonon viestinnän kuluja on vaikea määritellä. Valinnanvapauslain yhteydessä virkakielen asiantuntija Liisa Raevara (2018) on eritellyt julkisen viestinnän epäonnistumisen kustannuksia hukatun työajan kautta. Kun viestintä ontuu, seurauksena on suuri määrä turhia työvaiheita. Raevaran mukaan työaikaa kuluu 1) asiakkaiden kyselyihin vastaamiseen, 2) valitukseen reagoimiseen, 3) muutoksenhakuihin reagoimiseen, 4) tulkintaerimielisyyksien ratkomiseen ja 5) epäselvien tekstien korjailuun. Lisäksi tulevat kustannukset, jotka aiheutuvat kansalaisten eriarvoistumisen ja syrjäytymisen hoitamisesta.

Kielentutkimuksen lähtökohta on, että kielen ammattilainen on asiantuntija, joka osaa arvioida tekstejä ja tehdä niistä ymmärrettäviä. Omassa työssäni

haluan laajentaa näkökulmaa: Voiko ymmärrettävyyttä parantaa muutenkin kuin kielen keinoin? Voivatko kuvitus, taitto ja ikonit parantaa ymmärrettävyyttä? Voiko tietoa visualisoida niin, että asia tuleekin kerrotuksi infografiikan avulla ilman pitkiä tekstejä? Voiko opastusvideo kertoa asian selkeämmin kuin hiottukaan teksti? Entä sarjakuva?

Näkökulma ymmärrettävyyteen on siis laajempi kuin kielitieteellinen analyysi. Fokuksessa on ymmärrettävyys ja käyttäjän tarpeet, vaikka ne tarkoittaisivat tekstin häivyttämistä minimiin.

Tekstin ymmärrettävyys on edelleen tärkeää, mutta mikä sitten on ymmärrettävää? Kuka sen tietää ja päättää? Kuka osaa määritellä, minkälaista palvelun pitäisi olla, jotta se olisi ymmärrettävää myös suomea kielikurssilla opiskelleelle asiakkaalle, jonka pitäisi itsenäisesti hoitaa asiansa virastoissa?

Tässä työssä lähtökohtana on, että parhaiten ymmärrettävyyden osaa määritellä käyttäjä. Tavoitteena on tarkastella viestintää visuaalisuuden kautta ja kuulla käyttäjien näkemyksiä visuaalisista viestintäratkaisuksista.

2.5 Yhteistyökumppani

Tämä lopputyö on tehty yhteistyössä Viittakivi Oy:n kanssa. Viittakivi on 2015 perustettu yhteiskunnallinen yritys, jonka taustayhteisö on Suomen Settlementiliitto. Viittakiven sisaryritys on Settlementiasunnot, jonka viestintämateriaaleja on myös käytetty materiaalina tässä työssä.

Viittakiven tavoitteena on edistää ihmisten välistä vuorovaikutusta ja keskinäistä ymmärrystä tarjoamalla kotoutumiseen liittyviä asiantuntija- ja koulutuspalveluita (Viittakivi 2017).

Viittakiven taustajärjestö Settlementiliitto kuuluu kansainväliseen settlementiliikkeeseen, joka sai alkunsa Englannissa 1800-luvun lopulla. Sen syntyyn vaikuttivat teollisen vallankumouksen mukanaan tuomat yhteiskunnalliset ilmiöt – slummiutuminen, kurjistuminen ja syrjäytyminen. Yliopisto-opiskelijat havahtuivat tilanteeseen ja perustivat Lontoon köyhiin

kortteleihin kansalaiskeskuksia, setlementtejä, joissa oli tarjolla koulutusta ja tukea sosiaalisiin ongelmiin. Suomessa setlementtitoiminta alkoi pysyvästi sisällissodan jälkeen vuonna 1918. Ensimmäinen keskus syntyi Helsingin Kallioon. (Setlementtiliitto.)

Setlementtiliike uskoi ja luotti siihen, että ihmisillä ja yhteisöillä on kyky ratkaista ongelmia itse. (Setlementtiliitto.) Setlementtiliike on siis lähtökohtaisesti käyttäjäkeskeinen liike, joka uskoo osallistamiseen ja käyttäjien asiantuntemukseen.

3 KÄYTTÄJÄTIEDON KERÄÄMINEN

3.1 Käyttäjämmärrystä haastatteluista

Hankkeen esitutkimuksena haastattelin Suomessa pitkään asuneita maahanmuuttajia ja maahanmuuttajapalveluissa työskentelevää henkilökuntaa saadakseni kokonaiskuvan maahanmuuttajien kotoutumisesta ja palvelujärjestelmästä Suomessa. Olen itse työskennellyt maahanmuuttajakoulutuksissa eri organisaatioissa, nyt halusin tietoa palvelujärjestelmän kokonaisuudesta ja maahanmuuttajien kokemuksista palvelujen käyttäjinä. Samalla tutustuin yhteistyökumppanini Viittakiven toimintaan. Henkilöstöhaastattelut tehtiin Viittakiven koordinoimassa Polkuja yhteisöön -hankkeessa ja Setlementtiliiton Kalliolan settlementin yhteydessä toimivassa neuvontapiste Ne-Råssa.

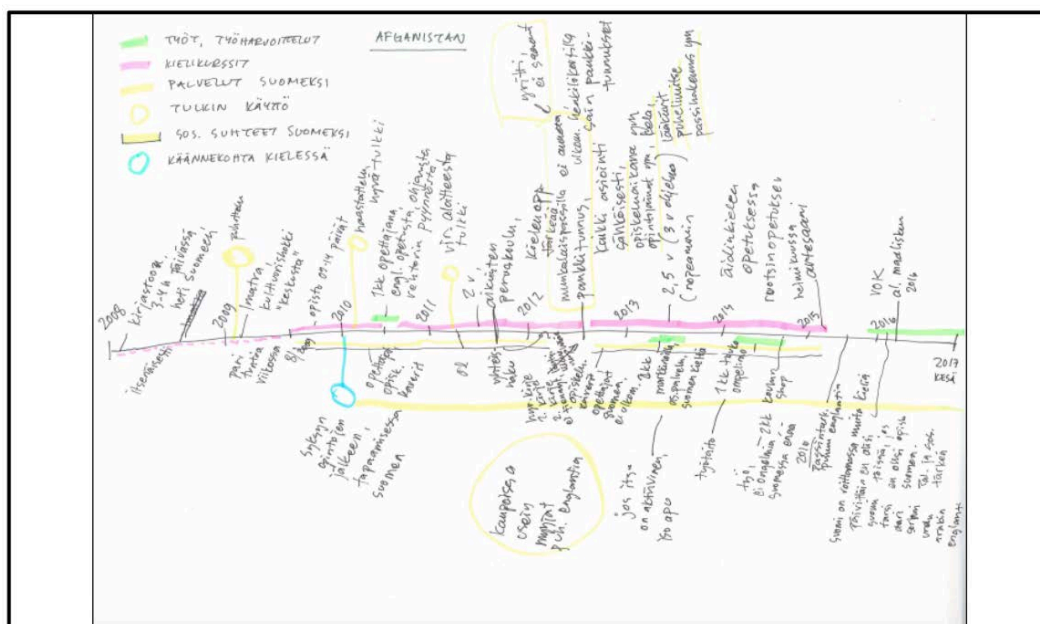
Koska tässä projektissa tavoitteena ei ollut yksittäisen, spesifin palvelun parantaminen vaan viestinnän ymmärrettävyyden kehittäminen yleisemmin, lähdin liikkeelle maahanmuuttajien elämäkokemuksista Suomessa. Tavoitteena oli siis saada tietoa, mitä onnistumisia ja toisaalta esteitä maahanmuuttajat ovat kohdanneet yhteiskunnassa kotoutumisprosessin aikana.

Haastattelin kolmea Suomeen muuttanutta ihmistä siitä, millaisia kokemuksia heillä on suomalaisesta palvelujärjestelmästä ja miten kielitaidon kehittyminen on vaikuttanut palvelujen käyttöön. Haastattelut käsittelivät elämää ja kokemuksia Suomessa muuttohetkestä nykyhetkeen. Kokemukset kuvattiin aikajanalle. Kysymykset koskivat viittä aihepiiriä: opinnot, työ, sosiaaliset suhteet ja palvelujen käyttö. Lisäksi kysyttiin kielitaidon kehitymisestä ja siitä, kuinka kauan ja missä tilanteissa haastateltava on käyttänyt apuna tulkkipalveluita.

Kaikki kolme haastateltavaa olivat noin 30-vuotiaita miehiä, jotka ovat asuneet Suomessa noin 8-10 vuotta ja saaneet Suomen kansalaisuuden. Haastateltavat ovat lähtöisin Irakista, Afganistanista ja Gambiasta. Kaikki

ovat opiskelleet Suomessa, löytäneet työtä ja työskentelevät suomenkielisessä työympäristössä.

Haastateltavat löytyivät omista verkostoistani. Valintaan vaikuttivat riittävä kielitaito ja mahdollisuus haastatteluun nopealla aikataululla. Haastattelut olivat aiheen esitutkimusta ja niiden tarkoitus oli kerätä esiyymmärrystä maahanmuuttaja-asiakkaiden elämästä. Ne toimivat pohjana ideoinnille työn jatkovaiheissa. Lähtökohtana oli ketterä tiedonhankinta ja kokeileva kehittäminen. Haastattelut tehtiin kesällä 2017.



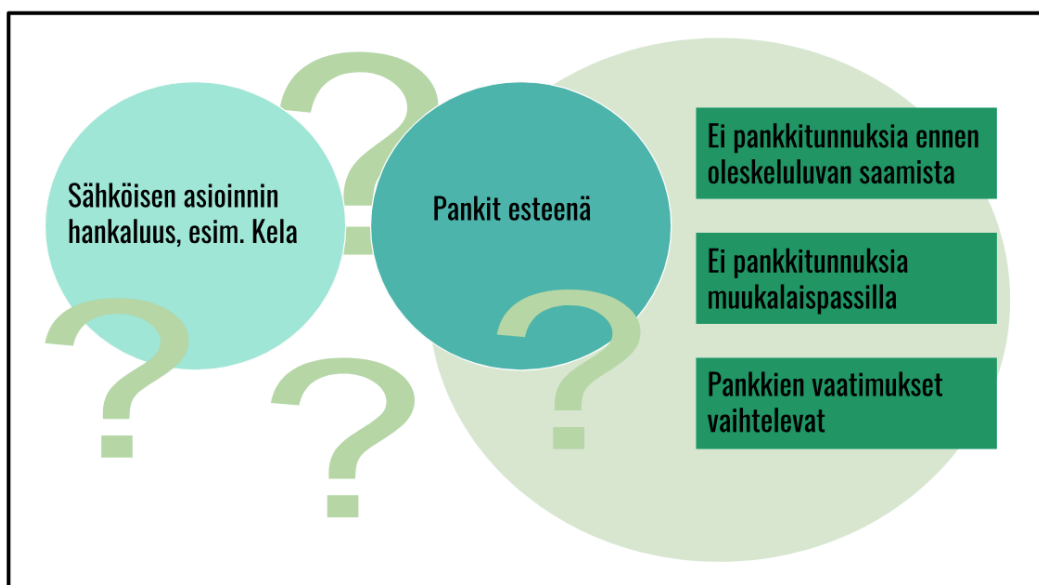
Kuva 1: Aikajana muuttajan kotoutumisesta Suomeen kielen, tulkkauksen opiskelun, työn ja sosiaalisten suhteiden näkökulmasta

3.1.1 Viestintään liittyviä esteitä

Suomessa palveluita, niin julkisia kuin yksityisiä, on viime vuosina digitalisoitu voimakkaasti. Samaan aikaan monissa palveluissa niin sanottu tiskipalvelu on joko kokonaan lakkautettu tai ne ovat avoinna vain hyvin rajoitetusti.

Haastatteluissa kävi ilmi, että maahanmuuttajan kohdalla kielitaito tai palvelun ymmärrettävyys on vain yksi este sähköiseen asiointiin. Huomattavasti suurempi este on se, että henkilölle ei myönnetä

verkkopankkitunnuksia ja mahdollisuutta tunnistautua palveluissa. Toisaalta henkilö voi käyttää monia sähköisiä palveluita, mutta silti asioida tärkeissä asioissa mieluummin henkilökohtaisesti, jos siihen on mahdollisuus.



Kuvio 7: Sähköisen asioinnin esteitä kotoutumisprosessin aikana

Yksi haastateltavista ehti asua Suomessa 4,5 vuotta ennen kuin sai verkkopankkitunnukset. Hänen oleskelulupaprosessinsa kesti 3,5 vuotta. Tänä aikana hän ehti suorittaa Suomessa aikuisten peruskoulun ja hankkia hyvän kielitaidon. Se ei kuitenkaan riittänyt, sillä pankki ei myöntänyt tunnuksia muukalaispassin haltijalle. Meni vielä vuosi, kunnes haastateltava sai ulkomaalaisten henkilökortin ja sen jälkeen pankkitunnukset. Sen jälkeen hän on hoitanut kaikki asiansa sähköisissä palveluissa ja käyttää niitä myös työssään.

Toinen haastateltava sai tunnukset heti oleskeluluvan saatuaan, mutta hänelläkin tähän prosessiin meni 2,5 vuotta. Tällä välin hän oli jo ehtinyt aloittaa opinnot ja asua omillaan.

Kolmas haastateltava on käyttänyt monia sähköisiä palveluita muutamia vuosia. Esimerkiksi kansalaisuuden hakemiseen vaadittiin pankkitunnuksia. Hän käyttää pankin lisäksi työpaikan raportointijärjestelmää ja lapsen koulun viestintäjärjestelmää.

Haastateltava voisi käyttää myös palveluita myös englanniksi, koska se on ollut hänen koulukielensä ja hän hallitsee sen hyvin. Tästä kaikesta huolimatta haastateltava koki Kelan palvelut sellaisiksi, että hän ei halua käyttää niitä sähköisesti vaan asioi aina tarvittaessa Kelassa henkilökohtaisesti.

Kaikki haastatellut ovat muuttaneet Suomeen jo 2008-2009, joten moni käytäntö on voinut muuttua. Henkilöstön haastatteluista kuitenkin kävi ilmi, että pankkien ja tunnistautumisen kanssa oli ongelmia edelleen vuonna 2017.

Esimerkiksi pienellä paikkakunnalla Savossa ongelmia oli monen pankin kanssa. Haastatellun projektityöntekijän mukaan jotkut pankit eivät suostuneet antamaan kuntaan muuttaneille turvapaikanhakijoille verkkopankkitunnuksia, vaikka perusteita sille ei ollut. Työntekijä löysi kuitenkin yhden yhteistyöpankin, ja kaikille asiakkaille hankittiin tunnuksukset keskitetysti. Koulutusta järjestettiin kieliryhmittäin.

Myös toinen haastateltu projektityöntekijä totesi, että paikkakunnan pankeilla on erilaisia ehtoja verkkopankkitunnuksille. Yksi pankki edellytti puolen vuoden asiakkuutta ennen verkkopankkitunnusten saamista. Toinen lupasi turvapaikanhakija-asiakkaille ”katseluoikeudet”, mutta edes projektityöntekijä ei ymmärtänyt, mikä oli katseluoikeuksien idea asiakkaan kannalta. Toisen työntekijän mukaan pankkien käytännöt vaihtelevat eri alueilla. Myös lupakortit, henkilökortit, passit ja niiden myöntämisen ajankohdat, ehdot ja todistusvoima ovat vaihdelleet vuosien varrella. Myös helsinkiläisessä neuvontapisteessä työskentelevä haastateltava on törmännyt toisinaan siihen, että asiakkaalta puuttuvat verkkopankkitunnuksukset.



Kuvio 8: Esimerkkejä merkittävistä viestinnän ongelmista arjessa

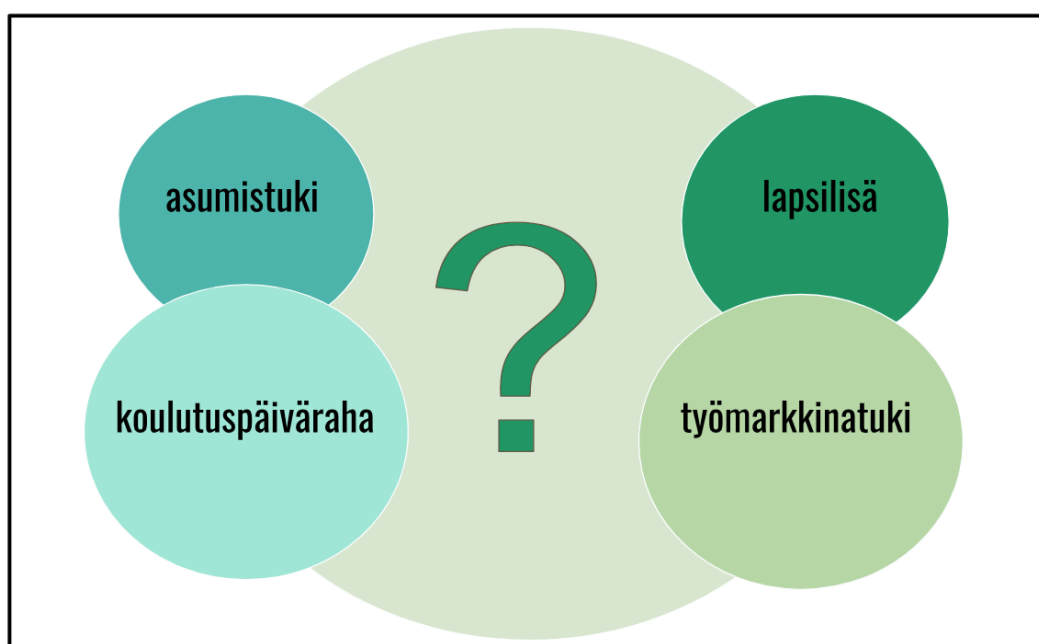
Kaksi kolmesta haastateltavasta kertoi esimerkin viestinnällisestä ongelmasta, joka oli aiheuttanut heille merkittäviä vaikeuksia. Yksi haastateltavista oli saanut toivomansa opiskelupaikan autoalalta ammattikoulusta. Hän sai hyväksymiskirjeen, jossa kerrottiin paikasta. Tämän jälkeen hän lähti pois kotoaan tapaamaan ystäväänsä toiseen kaupunkiin. Palattuaan häntä odotti toinen kirje. Siinä häntä pyydettiin hyväksymään opiskelupaikka tiettyyn päivään mennessä. Päivämäärä oli jo mennyt.

Haastateltava meni koululle selvittämään asiaa, mutta hän oli myöhässä ja menetti paikan. Samana syksynä hän sai kuitenkin paikan toisessa koulutusohjelmassa. Vaikka haastateltava osasi suomea tuolloin jo hyvin, hän ei osannut ennakoida toista kirjettä oppilaitoksesta ja menetti siksi paikan toivealallaan.

Toinen haastateltava on pienen lapsen yksinhuoltaja. Huoltajuutta käsiteltäessä hän sai keskeistä informaatiota asiasta kirjeessä, jota hän ei ymmärtänyt. Tämä aiheutti hänelle haittaa tilanteessa. Vaikka hän tuolloin jo osasi suomea ja puhui lisäksi hyvää englantia, hän päätyi käyttämään

tulkkia koko prosessin ajan. Hänen luottamuksensa viranomaisiin kärsi, ja prosessi kesti pitkään. Asia ratkesi lopulta hänen toiveensa mukaan.

Vaikka tapauksesta oli haastatteluhetkellä jo yli 5 vuotta, hän oli edelleen pettynyt asiaa hoitaneisiin viranomaisiin. Missään muussa tilanteessa haastateltava ei ollut käyttänyt tulkkia koko Suomessa olonsa aikana. Hän kertoi hoitavansa suomeksi myös neuvolan ja muut lapsenhoitoon liittyvät asiat.



Kuvio 9: Esimerkkejä sanoista, joita ei ole olemassa esim. darin kielessä

Kaksi haastateltavista työskenteli myös tulkkina. Molemmille se oli toinen työ varsinaisen työn ohella. Afganistanilaistaustainen haastateltava kertoi haastattelussa myös tulkin työhön liittyvistä haasteista. Esimerkiksi darin kielestä puuttuvat kokonaan useimmat suomalaiseseen sosiaaliturvaan ja monet pankkiasiointiin liittyvät termit. Tulkki ei voi kääntää termejä suoraan vaan hänen täytyy selittää ne. Haastateltava on seurannut tulkkien työskentelyä sekä omassa lupaprosessissa että työssään ja totesi, että kaikilla tulkeilla ei ole riittävää kielitaitoa molemmista kielistä.

Haastateltavan mukaan riippuu myös materiaalista, miten helppoa tai vaikeaa tulkkaaminen on. Myös tulkit hyötyvät, jos tulkattava informaatio

on lähtökohtaisesti selkeää. Tämä voi vaikuttaa merkittävästi myös tulkkaamiseen kuluvaan aikaan.

VUOKRAMAKSU
Vuokramaksu on suoritettava Savonlinnan Vuokralajien pankkiin. Vuokramaksun eräpäivä on aina kuukauden 5. päivä. Vuokramaksuun yhteydessä on käytettävä **kuukausittain vaihtuvaa asiakaskohtaista viitenumeroa**. Jos väärää ei ole maksettu eräpäivään mennessä, lähieteen puoleisuuksien korjaukseen myöhästyneistä vuokista.

ASUMISTUKI
Majoittujan yleisen asumistuen on tultava suoraan vuokranantajan sille. Jokaisen asukkaan tulee itse huolehtia asumistuen määrän ilmoittamisesta vuokralajien saadakseen ajan tasalla olevat vuokramaksut.

SUORAMAKSU
Suoramaksusta voitte ottaa yhteyttä paikkoihin ja sopia ajan sitä kautta. Suoramaksuun eräpäivä ei voi muuttua, vaan vuokrat veloitetaan siltä joka kuukauden 5. päivä. Tällä täytyy olla katetta koko vuokraan, että veloitus voi tapahtua.

Meluhaittoja torjutaan parhaiten huomaavaisuudella

Naapurisyyn tyypillisiin kostonkieli on meteli. Tiivis asutuksen keskellä ja sen välittömässä läheisyydessä tyypillinen hiljaisuuden säilyttäminen on mahdollista. Kaikkien on siis siedettävä jonkin verran melua.

Hiljaisuuden rajana pidetään itälymmän ja aamuvaikkeen välistä aikaa. Pölkön kellomaksuun ei kuitenkaan voi tulla, vaan on otettava joustavasti huomioon kaikkien asukkaiden viihtyvyys. Melusääntö on yksilöllistä ja sitä pitäkin arvioida puolueettomasti.

Erityisesti kesäisin vietetään paljon aikaa pihalla ja huoneistojen avoimista ikkunoista sekä ovista äänet

kauntautuvat herkästi. Lasten leikit pihalla sekä saunailmat äännekkäät ilmiöt eivät ole kohtuunta häiriöksi.

On muistettava, että mutta huomioiminen käyttö voi johtaa riitoihin. Siksi kannattaa huomioida, ettei oma tai perheen muiden jäsenten toiminta aiheuta naapureille häiriöitä tai jalkava, kulkuaista häiriöitä. Ommenajan tai jalkavaan häiriön tai vahingon tuottamiseen puututaan ja ryhdytään tarvittavin toimenpiteisin.

Jokainen on siis oltava tarkkana, ettei rikot naapuriin rikotaan!

VUOKRANASITUS
Vuokramaksuvelkojen ilmetessä ete välittömästi yhteyttä vuokralajien neuvotteleiksi asiasta sekä mahdollisista maksusuunnitelman tekemisestä.

Jos karhuhoitaja huolimatta ei ole neuvotellut vuokramaksusta tai maksamist vuokraa, lähetämme saatavasi perintään ja ulosottoon. Ulosotto päätöksen jälkeen häädön lisäksi tulee merkittä luottotietorekisteriin maksuhäiriöitä, joka on esteenä mm. myöhäemällä lainansaannilla, osamaksusopimuksella sekä vaikutusta tulevan vuokra-asunnon saantiin.

ASUKASHAAJIA
Savonlinnan Vuokralajien asukkaat voivat ottaa yhteyttä asukaspajaan kaikkina asumaan liittyvissä ongelmatilanteissa, kuten häiriötilanteissa sekä vuokravastustelussa. Ongelmatilanteissa joihinkin läheisille lähimmistä saattaa olla hyödyllisiä sekä kustannuksilla.

JÄTEHUOLTO
Jätteet tulee viesti sille tarkoitettuun jättesäiliöön ja muuttaa silleoittuun astiaan ojaan. Huonekalujen, elektroniikkamun ja ongelmajätteen jättämisen yhteydessä lähtien, pihalle tai jättesäiliöön ei ehdottomasti keitelty.

TOMUTTAMINEN JA PYYKIN KUVAAUS
Mattojen ja vuokraväestön tuottaminen on sallittu vain silloin kun huoneistojen vierailu päättyy päivittäin klo 07:00 - 22:00. Huoneistojen vierailu ei saa toimittaa.

Linnavaatteen puista ja tuottaminen sekä pyykin huoltaminen on sallittu parvekkeilla vain kaikkien sopuissa.

HUONEISTOT JA PARVEKKEET
Huoneistoa ja kinnistön aikana on annettava asunonhuolto muuttajalle. Erityisesti klo 22:00-07:00 on välittömiä melu.

Huoneistoja tulee huolehtia. Asukas on velvollinen huolehtimaan, että asunossa on toimiva pesuväline. Huoneistojen tapetoinen keitelty. Korjaus- ja muutostöiden tekemisen huoneistoissa ilman kinnistötoimittajan lupaa on keitelty.

Parvekkeet on pidettävä siistinä ja täysin näitä on keuhava luvut. Parvekkeita ei saa peittää välineillä, vaatteilla, tai muilla esineillä. Parvekkeille saa vaimottaa ruokaa vain ökökökökö. Kukka astiat tulee sijoittaa kaikkien silmätasolle. Vuokralajien ja muuta viasta on välittömästi ilmoitettava huoksuhoito. WC- ja muutin viemäriin ei saa kaataa tai pöytäsi aineita, jotka saattavat tukkia viemärit.

PYSÄKÖINTI
Pysäköinti on sallittu vain siihen tarkoitukseen merkityillä alueilla.

Pysäköintipaikat on tarkoitettu käyttöä sivulle ajoneuvoille. Hyötyä, käyttöä poistettuja, rikastettuja tai huoltamattomia ajoneuvoja tai rikkin oia ei saa säilyttää kinnistön alueella.

Autoparkkien pitämiseksi tulee pitää lukuina. Auton lämmitysojista ei saa jättää potkureita auki, kun auto ei ole siinä keiteltyä.

Jatkokäyttöä säilytettävä ajoneuvoja tulee muuttaa myös pih- ja parkki-alueella.

KOTIELÄIMET
Kotieläimet on otettava parvekkeesta ja kinnistön alueelta pois silloin kun kinnistön, että maahan liikuttaminen on sallittu.

Korin ja kinnistön alueillaan on pidettävä huolta sekä, että eläin liian kinnistön pih-alueella, ruokailu tai laito seinä. Kotieläinten jätteen tulee korjata pois.

Korin ja kinnistön alueillaan on keitelty laatan läheisillä varuilla peittää.

Eläimen haltijan on huolehdittava siitä, että eläin äännekkäällä häiritse ympärillä tai laito asukkailla.

SÄHKYÖRÖKOHAKSET
Järjestöhallinnon kinnistöstä saatava oia asunonhuolto vahingonkorvausvelvoitteen tai vuokrasopimuksen purkamisen.

Järjestöhallinnon on vahvistettava Savonlinnan Vuokralajien Dyrin hallituksen 03.11.2009

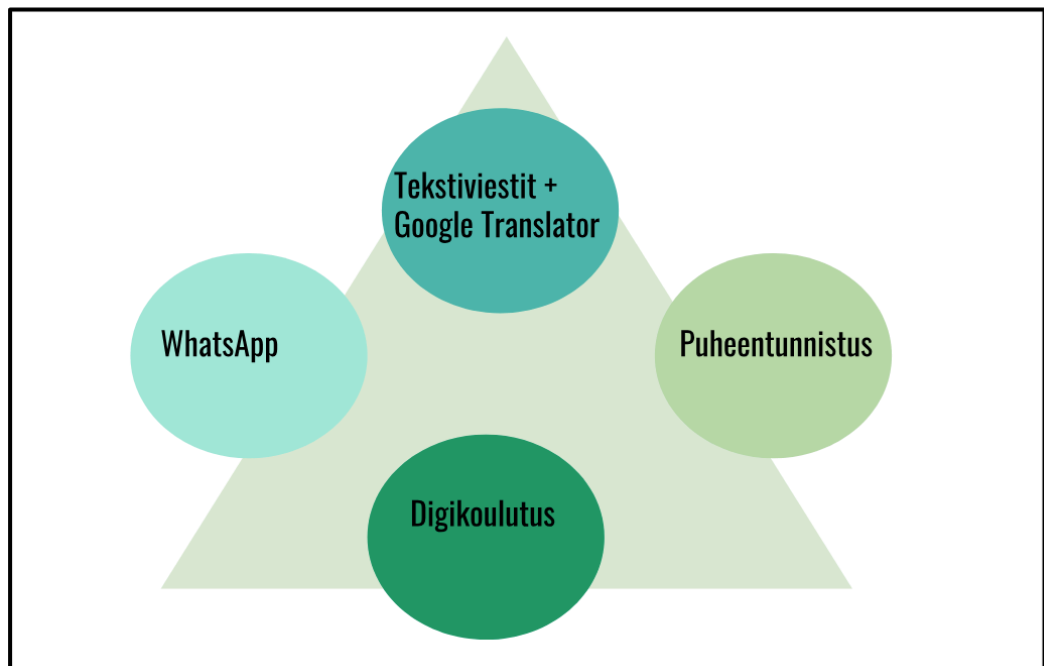
Kuva 2: Savonlinnan asumispalvelun ohjeita asukkaille

Henkilöstöhaastatteluissa tuli esiin virallisten tahojen viestinnän haasteet ja että vaikka asiakkaat kommunikoisivat auttavasti suomeksi, viralliset asiakirjat ovat liian haastavia ja niiden tulkkaamiseen tarvitaan paljon resursseja.

Konkreettisina esimerkkinä esiteltiin Savonlinnan kaupungin vuokralajien esite, jossa annetaan ohjeita vuokra-asujalle. Mustavalkoisessa esitteessä on runsaasti tekstiä eikä lainkaan kuvitusta. Teksti on enimmäkseen passiivimuodossa, siinä käytetään pitkiä rakenteita ja osin harvinaista sanastoa, esimerkkinä *tomuttaminen* ja *eläimen haltija*. Teksti on haastavaa lukijalle, jonka sanavarasto on rajallinen ja mutkikkaat rakenteet vaikeuttavat myös tekstin kääntämistä tietokoneavusteisesti.

3.1.2 Henkilöstön oivalluksia ja haasteita

Haastattelemiini projektityöntekijät autoivat työssään henkilöitä, jotka olivat juuri saaneet oleskeluluvan ja muuttaneet ensimmäiseen asuntoonsa Suomessa. Osa oli oppinut suomea jo odotusaikana, osa asioi englanniksi. Haastatteluhetkellä Pieksämäen toimipisteessä jopa 70 prosenttia asiakkaista selviytyi perusasioista jommallakummalla kielellä, kun Savonlinnassa vastaavasti vain 30 prosenttia pärjasi ohjauksessa englanniksi tai suomeksi.



Kuvio 10: Neuvontatyössä arjen viestintää helpottaneita välineitä

Tekstiviestit ovat osoittautuneet työntekijöiden näkökulmasta hyväksi viestintäkeinoksi. Molempien projektityöntekijöiden mukaan kaikilla asiakkailla on käännösohjelma käytössä, ja lyhyitä viestejä on mahdollista tulkata sen avulla. Kielenoppimisen alkuvaiheessa puhelimesta puhuminen on haastavaa, ja tekstiviestit toimivat keinona ohittaa tämä kynnys.

Tekstiviestien avulla työntekijät ovat voineet kommunikoida myös joidenkin lukutaidottomien asiakkaiden kanssa. Eräs lukutaidoton asiakas näytti viestit kaverilleen, joka kertoi, mitä asiaa työntekijällä on. Toinen

lukutaidoton henkilö pystyi kommunikoimaan puheentunnistusta apuna käyttäen ja välittämään myös omat viestinsä tekstiviestitse. Tässä tapauksessa henkilö osasi käyttää älypuhelinta ja käännösohjelmaa mekaanisesta lukutaidottomuudesta huolimatta.

Yksi projektityöntekijä toi esiin, että WhatsApp-sovelluksen käyttöön ottaminen lisäsi asiakkaiden tavoitettavuutta. Aiemmin ongelmana oli, että asiakkailla ei aina ollut puheaikaa jäljellä tai tavoittamisessa oli muita haasteita. WhatsApp on osoittautunut paremmaksi tavoittamisen keinoksi. Myös kunnan sosiaaliohjaaja oli ottanut sovelluksen käyttöön asiakastyössä.

Savonlinnassa hanke oli järjestänyt asiakkaille myös koulutusta digitaalisista palveluista. Koulutus avasi osallistujille uusi mahdollisuuksia asioiden toimittamiseen. ”Porukka sekosi, kun käytiin läpi VR:n, Onnibussin, karttaohjelman ynnä muiden käyttöä. Kaikki innostuivat kovasti”, kertoi projektityöntekijä.

Koulutusta ja tärkeimpien palveluiden opettelua kuitenkin haittasi se, että osallistujilla ei ollut mahdollisuutta tunnistautua: ”Ei voi näyttää enempää, kun ei ole verkkopankkitunnuksia.” Koulutuksen aikana osa oli onnistunut hankkimaan tunnuksen yhdestä paikallisesta pankista.

Verkkopankkitunnusten puute kuitenkin selvästi hidastaa muuttajien sopeutumista arkeen ja itsenäiseen asiointiin.



Kuvio 11: Viestinnän haasteita neuvontatyössä

Juuri kuntaan muuttaneet henkilöt ovat tarvinneet henkilöstön apua muun muassa Kelassa ja lääkärillä asioimisessa. Osa pystyy hoitamaan asiain itse. Myös asumiseen liittyvät digitalisoidut palvelut, kuten yhteydenotto huoltoyhtiöön, on vaatinut tukea.

Toinen haastatelluista projektityöntekijöistä muistuttaa, että viranomaisten kirjeiden ja päätösten ymmärtäminen on haastavaa myös virastojen suomenkielisille asiakkaille. Maahanmuuttaja-asiakkailta tulkkipalvelun tarve vaihtelee paljon. Eniten tulkkiresursseja käytettiin Kela-asioiden hoitamiseen.

Neuvontapiste Ne-Rå on kaikille avoin neuvontapiste, joka antaa tietoa sosiaalipalveluista ja auttaa tarvittaessa asiainnissa. Neuvontapiste ei ole suunnattu erityisesti maahanmuuttajille mutta asiakkaina on myös suomea tai englantia puhuvia maahanmuuttajia. Asiakkaina on yleisesti usein ihmisiä, joiden toimintakyky on jollain tavalla puutteellinen joko terveydentilan, mielenterveyden tai esimerkiksi kielitaidon takia. Suomenkielisiä ikäihmisiä on asiakkaista noin 25 prosenttia, ja he tarvitsevat apua usein sähköisessä asiainnissa.

Haastatellun Ne-Rån kehittämispäällikön mukaan kaikille saavutettava ja ymmärrettävä viestintä on ennen kaikkea monikanavaista ja myös henkilökohtaista. Tämä olisi tärkeää kaikkien asiakasryhmien kannalta.

”Tehdään kaikkea monipuolisesti, ei rajauduta vain yhteen välineeseen. Vaarallista on, kun kuvitellaan, että digitalisaatio hoitaa kaiken. Aina tulee olemaan ihmisiä, jotka tarvitsevat henkilökohtaista palvelua. Viranomaisen on neuvottava niin, että se ymmärretään. Jos karsitaan käytimähdollisuudet, joudutaan korvaaviin palveluihin. Hankkeet ja järjestöt joutuvat silloin hoitamaan työn.”

3.2 Kuvituksen arviointi

Etsiessäni taustamateriaalia saavutettavuudesta ja selkoviestinnästä törmäsin verkossa Kouvolan kaupungin maahanmuuttopalveluiden esitteeseen. Esite on saanut Kehitysvammaliiton Selkokeskuksen myöntämän selkotunnuksen. Tunnus myönnetään julkaisuille, jotka vastaavat selkokielen kriteereitä kielen, kuvituksen ja ulkoasun suhteen (Selkokeskus 2015 a.) Yksi Selkokeskuksen nimeämistä selkoviestinnän kohderyhmistä ovat henkilöt, joiden äidinkieli ei ole suomi tai ruotsi (Selkokeskus 2015 b).

Esite oli nostettu esimerkiksi hyvästä selkoviestinnästä myös Kunnallisalan kehittämissäätiön julkaisemaan oppaaseen Viesti perille – selko-opas kunnille (Sainio 2013, 22-23). Esite on kaikille avoin ja ladattavissa Kouvolan maahanmuuttopalveluiden verkkosivuilta. Sainion oppaassa esitteen kansi on erinäköinen kuin Kouvolan kaupungin kautta verkossa jaetussa esitteessä. Tässä luvussa tarkasteltu materiaali on kaupungin verkkosivuilla julkisesti esillä oleva versio.



Kuva 3: Kouvolan maahanmuuttopalveluiden esitteen kansilehti

Vaikka esite on siis saanut tunnustusta, esitteen kuvitus ja ulkoasu herättivät kuitenkin kysymyksiä. Siinä kiteytyivät ne kysymykset, joiden takia työssäni kiinnostuin siitä, miten maahanmuuttajille suunnattua viestintää voisi kehittää käyttäjälähtöisesti - myös visuaalisen viestinnän mahdollisuudet huomioon ottaen: Onko kuvitus selkeä ja ymmärrettävä? Auttavatko kuvat ymmärtämään tekstin sisältöä? Mitä käyttäjät itse ajattelevat kuvista ja niiden tyylistä? Auttavatko selkoviestinnän ulkoasukriteerit lukemisessa, kun lukemista vaikeuttaa rajallinen kielitaito? Ovatko nelipalstainen taitto ja lyhyet rivit silloin helppoja seurata? (Ohjeita selkotaittoon mm. Selkokeskus 2016.) Ovatko pitkät tekstit kaikilta osin tarpeellisia? Voisiko ymmärrettävyyttä helpottaa visuaalisilla vihjeillä, esimerkiksi piktogrammeilla?

Selkokeskuksen antamissa kuvitusohjeissa (Esimerkkejä selkokuvasta 2016) annetaan ohjeita informoivan kuvan käyttöön. Ohjeessa todetaan, että erityisryhmien tapaa ymmärtää kuvia on tutkittu vain vähän mutta jotakin vaatimuksia kuvalle voidaan asettaa. Vaatimukset on listattu seuraavassa kuviossa.

OHJEITA INFORMOIVAN KUVAN KÄYTTÖÖN

- 1) Valitse laadultaan korkeatasoisia kuvia ja tarkista, että painojälki on korkeatasoinen.
 - 2) Tarkista, että kuvan pääkohde erottuu selkeästi.
 - 3) Valitse kuva, joka liittyy tekstiin ja tukee sitä.
 - 4) Huomioi kuvan tunneviesti.
 - 5) Vältä erikoisia kuvakulmia.
 - 6) Vältä symbolisia kuvia.
 - 7) Rajaa turhia yksityiskohtia pois, harkitse tarvittaessa myös kuvankäsittelyä.
 - 8) Tarkkaile kuvien suhdetta toisiinsa.
- Huomio! Ohjeet eivät koske taidekuvia.



Lähde: Selkokeskus, Esimerkkejä selkokuvista 2016

Kuvio 12: Selkokeskuksen ohjeita informoivan kuvan käyttöön

Lähtökohta tähän tarkasteluun oli, että omasta mielestäni tässä luvussa tarkasteltu maahanmuuttopalveluiden esite ei kaikilta osin vastannut näitä vaatimuksia. Selkotunnus materiaalille on kuitenkin myönnetty. Mietin, arvioidaanko selkomateriaaleja pääasiassa pelkän tekstin perusteella ja miten paljon kuvitus todellisuudessa vaikuttaa selkotunnuksen saamiseen?

Koska selkokielen kohderyhmällä on keskenään erilaisia tarpeita, Selkokeskus kehottaa huomioimaan suunnittelussa kohderyhmän ja miettimään mukauttamista kohderyhmän mukaan (Selkokeskus 2015 b). Tämän esimerkkimateriaalin kohdalla jäi itselleni epäselväksi, onko kuvituksessa mietitty kohderyhmää ja miten hyvin kuvat informoivat asiakasta tarjolla olevista palveluista. Sen takia päätin kysyä mielipidettä tähän esitteen kohderyhmältä.

3.2.1 Arvioinnin tekijät

Arvioitavana oli selkotunnuksen saanut maahanmuuttopalvelujen esite ja erityisesti sen kuvitus.

Esitettä arvioivat kaksi vastaajaa, joita haastattelin edellisen luvun esitutkimuksessa. Vastaajat olivat lähtöisin Afganistanista ja Irakista.

Molemmat olivat noin 30-vuotiaita miehiä, jotka olivat asuneet Suomessa noin yhdeksän vuotta ja saaneet Suomen kansalaisuuden. Molemmat olivat opiskelleet Suomessa ja kävivät työssä. Irakilaislähtöinen mies on ammatiltaan valokuvaaja, minkä johdosta hänen arvioissaan korostui myös ammatillinen näkökulma kuvaamiseen.

On huomattava, että vastaajat ovat asuneet Suomessa jo pitkään. Esitteen ensisijaista kohderyhmää ovat vasta maahan muuttaneet, jotka voisivat tulkita kuvia eri tavoin. Näistä havainnoista voi kuitenkin saada suuntaviivoja siihen onnistuuko vai epäonnistuuko kuva informaation välittämisessä vastaavanlaisia palveluja käyttäneille asiakkaille.

3.2.2 “En löydä itseäni tästä kuvasta”

Haastateltavat arvioivat esitteen kuvat yksi kerrallaan. Tehtävänä oli yksinkertaisesti kertoa, mitä kuvista tulee heille mieleen. Toinen vastaajista, ammatiltaan valokuvaaja, otti oma-aloitteisesti kantaa siihen, miten kuvien viestiä ja laatua voisi hänen mielestään parantaa. Kuvioissa tämän vastaajan kommentit ovat aina alempana.

Vastaajat eivät lukeneet esitettä kokonaan vaan he tulkitsivat kuvia ilman tekstiä. Parissa kohtaa vastauksissa kuitenkin viitataan sivun otsikkoon tai kuvan viereiseen tekstiosioon.



Kuva 4: Selkoesitteen kuva ihmisistä pöydän ääressä

Tämä kuva oli vastaajille ymmärrettävä. Vastaajien mielestä kuva viittasi keskusteluun, auttamiseen ja kuuntelemiseen. Myös esitteen tekstissä mainitaan auttaminen ja neuvominen, tiedon antaminen ja saaminen sekä haastattelemineen. Tämän kuvan tulkinta vastasi tekstin sisältöä. Kuvaa voi pitää informoivana kuvana.



Kuva 5: Selkoesitteen kuva tatuoiduista käsistä

Tämän kuvan viestiä oli vaikea tulkita ja se sai aikaan negatiivisia miellelyhtymiä. Vastaajat sanoivat suoraan, että eivät ymmärrä kuvaa. He

yhdistivät kuvan mielenterveysongelmiin ja muihin sairauksiin. Vastaukset voivat kertoa tatuointiin liittyvistä arvolutauksista tai siitä, että kuva on epätarkka ja tiukasti rajattu, mikä tekee siitä epäselvän ja vaikean hahmottaa.

On vaikea sanoa, mitä esitteen julkaisija on halunnut viestiä valitsemalla kanteen tatuoidut kädet. Ehkä henkilöstö ja materiaalin laatija on kokenut kädet eksoottisiksi ja kauniiksi. Ehkä tekijä tuntee henkilön ja liittää tähän positiivisia mielikuvia. Kaikki tämä informaatio jää kuitenkin tästä tiukasti rajatusta kuvasta pois.

Todennäköisesti kuvan avulla on haluttu kertoa eri kulttuurien arvostamisesta tai toiminnan monikulttuurisuudesta. Vastausten perusteella kuva ei ole onnistunut positiivisten mielikuvien luomisessa. Jos kuvan tulkinta vaihtelee masennuksesta ihottumaan, se tuskin on valintana onnistunut eikä sitä voi pitää informoivana kuvana.

Kuva herättää kysymyksen, kenelle viesti on suunnattu? Ketä tatuoiduilla käsillä halutaan puhutella? Onko haluttu kertoa palvelusta kohderyhmälle vai esitellä toimintaa valtaväestölle? Jos jälkimmäinen, miksi on päädytty selkoesitteeseen?

Vastaajien tulkinnoista käy ilmi, että harvinainen eksotiikka voi myös vieraannuttaa itse kohderyhmää. Suinkaan kaikki kohderyhmästä eivät samaistu näihin käsiin eivätkä heidän ajatuksensa tatuoinneista ole lainkaan niin positiivisia kuin esitteen julkaisijan.

Etnisyyden tai monikulttuurisuuden ilmaiseminen ovat siis hankalia pyrkimyksiä. Jos etnisyyden korostaminen on esitteen tavoite, kuvissa pitäisi pyrkiä ainakin monipuolisuuteen.



Kuva 6: Selkoesitteen kuva lapsista

Kuva vie vastaajien ajatukset lapsiin ja perheeseen. Molemmille vastaajille jää kuitenkin epäselväksi, mistä palveluista tarkalleen on kysymys. Kuva esiintyy kannen lisäksi myös sisäsivulla.

Toinen vastaajista pitää kuvavalintaa epäonnistuneena, koska saman sivun teksti kertoo kotoutumisesta. Vastaajan mielestä lapsi ei ole palvelun asiakas, ja kuvan pitäisi lapsen sijasta kuvata koko perhettä. Tämäkään kuva ei siis täysin onnistu informaation välittämisessä, koska se on vastaajan mielestä ristiriidassa tekstin kanssa.

Esitteen tekstissä lapsi tai perhe tulevat esiin kolme kertaa:

”Maahanmuuttopalvelut tekee myös sosiaalityötä pakolaisperheissä.”

”Sosiaalityöntekijä tekee kotoutumistyötä. ---Sosiaalityöntekijä tekee työtä yhdessä lastensuojelun ja terveydenhuollon kanssa.”

”Hän (ohjaaja) voi esimerkiksi neuvoa, miten pääsee lääkäriin tai mistä löytää päiväkodin lapsille.”

Esitteen tekstissä maahanmuuttopalveluiden suhde perheisiin kuulostaa ulkopuolisen korvaan karulta: siihen liittyy sosiaalityötä, lastensuojelua ja päivähoitoa. Nämä eivät välttämättä edusta asiakkaille positiivisia asioita.

Palvelut voivat olla hyviä, mutta ymmärtävätkö asiakkaat, mitä esimerkiksi sosiaalityö tai lastensuojelu tarkoittaa? Olisiko hyödyllisempää kertoa konkreettisesti, mitä henkilökunta perheiden kanssa tekee?



Kuva 7: Selkoesitteen kuva käden sitomisesta

Myös tämän kuvan tulkinta on ristiriidassa esitteen tekstisisällön kanssa. Vastaajat tulkitsevat, että kysymyksessä ovat terveyspalvelut ja että kuvassa on potilas. Tekstin mukaan maahanmuuttopalvelut auttaa lääkäriin hakeutumisessa, mutta terveyspalveluja ei palveluvalikoimassa mainita.

Oma tulkintani kuvasta eroaa vastaajien tulkinnasta, koska itselleni kuva tuo mieleen ensiapukurssin. Minulle kuva viestii, että maahanmuuttopalvelut järjestävät asiakkailleen koulutusta ja kursseja. Esitteen tekstissä ei kuitenkaan mainita kurssitoimintaa.

Selkoesitteen kuvaa ei voi pitää informoivana kuvana, jos sen aiheesta tai tulkinnoista ei löydy yhteyttä tekstiin.



Kuva 8: Selkoesitteen kuva rakennuksesta

Tämän kuvan informaatio on esitteen kuvista selkein. Toisen vastaajan mukaan kuva auttaa asiakasta tunnistamaan paikan. Valokuvaaja haluaisi nähdä myös rakennuksen ympäristöä. Myös karttaa kaivataan.

Kuva auttaa esitteen ymmärtämistä ja tukee tekstiä. Sitä voi pitää informoivana kuvana. Rakennuksen rajaaminen kuvaan vain osittain voi kuitenkin vähentää kuvan informatiivisuutta.



Kuva 9: Selkoesitteen kuvat kaupungin logon hahmosta

Esitteen kahdella sivulla esiintyy pallo, jonka tarkoitusta vastaajat eivät ymmärtäneet. Pallo on osa Kouvolan kaupungin logoa ja ilmeisesti myös osa kaupungin visuaalista ilmettä. On kuitenkin kyseenalaista, onko tämä kaupunkiin muuttavan uuden asukkaan ymmärrettävissä. Itse luin esitteen useita kertoja ennen kuin huomasin, että sama hahmo löytyy myös kannen logosta.

Pallon viesti on hämmentävä. Vastaajat liittivät kuvioon hämmennyksen, eksymisen ja outouden. On vaikea arvata, mitä mielikuvia Kouvolan kaupunki haluaa hahmolla herättää. Tyyllillisesti se muistuttaa lasten piirroshahmoja. Lapsiin viittaava koriste voi viestiä palveluntarjoajan alentuvasta suhtautumisesta täysi-ikäiseen asiakkaaseen.

Selkokeskuksen ohjeiden mukaan epämääräistä kuvasympoliikkaa olisi hyvä välttää materiaaleissa, joissa tavoitellaan erityistä selkeyttä ja ymmärrettävyyttä (lähde). Jos kielitaito on epätäydellinen ja tekstin ymmärtäminen on haaste, epäselvät kuvaviestit eivät helpota tekstin ymmärtämistä.

Logohahmolla ei ole selkeää funktiota esitteessä ja se herättää enemmän kysymyksiä kuin antaa vastauksia. Logohahmoa voi pitää informaation välittämistä haittaavana kuvana.



Kuva 10: Selkoesitteen kuva koriste-elefantista

Tämä kuva herätti puhuttelevan vastauksen: ”En löydä itseäni tästä kuvasta.” Norsua esittävä kuva yhdistettiin kulttuuriin ja kerhoihin. Molemmat vastaajat kuitenkin ihmettelivät, miksi esitteeseen on valittu Intiaan viittaava kuva.

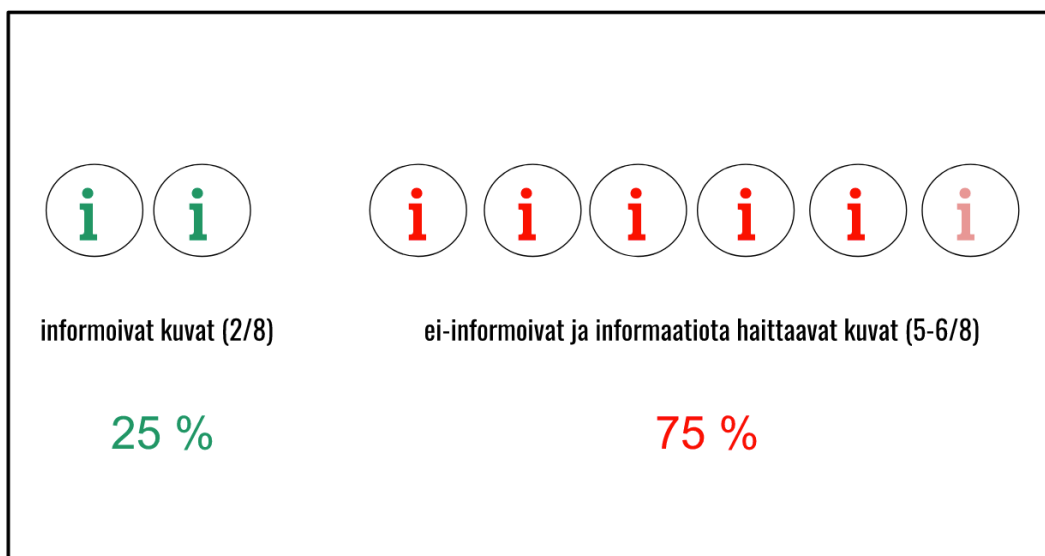
Kuvan valintaan ei löydy perusteita tekstistä. Kuvan informoiva funktio on epäselvä ja se jää irralliseksi koristeeksi. Se hämmentää vastaajia.

Toinen vastaajista ehdotti norsun tilalle maapalloa, joka koskettaa kaikkia ihmisiä. Kun kuvitukseksi valitaan yhteen kulttuuriin viittaava symboli, se voi yhdistämisen sijaan erottaa ihmisiä. Kaikki eivät samaistu intialaiseen symboliikkaan vaan päinvastoin ihmettelevät, miksi juuri tämä kulttuuri on nostettu esille.

Kuvaa voi pitää informaation välittämistä haittaavana kuvana. Lisäksi se vaikutti pikemminkin korostavan kuin vähentävän muiden asiakkaiden ulkopuolisuuden tunnetta.

Yhteenveto

Esitteen kuvista vain kaksi oli vastausten perusteella informoivia kuvia: kuva rakennuksesta ja kuva keskustelevista ihmisistä. Vastaajien tulkinta näistä kuvista vastasi esitteen tekstin sisältöä. Muiden kuvien tulkinnassa oli ristiriitaisuuksia, niiden viestiä ei ymmärretty tai niiden tulkinnalle ei löytynyt tukea esitteen tekstistä. Näitä kuvia oli kuusi, eli 75 prosenttia esitteen kuvista ei onnistunut informaation välittämisessä. Yksi näistä kuvista oli kuva lapsesta, joka ei vastaajien mielestä kertonut selkeästi, millaiseen palveluun se viittaa. Myös lapsen asema asiakkaana kyseenalaistettiin. Kuva kuitenkin liittyi esitetekstiin väljästi, joten se ei varsinaisesti haitannut informaation välittymistä tai antanut väärää tietoa.



Kuvio 13: Esitekuvien informaatio vastausten perusteella

Osaa kuvista voi pitää jopa informaation välittymistä haittaavina tai häiritsevinä. Kun lukija olettaa kuvan perusteella maahanmuuttopalveluiden tarjoavan palveluita, joita se ei todellisuudessa tarjoa, kuva ei informoi vaan tarjoaa harhaanjohtavaa informaatiota. Ilman kuvaa lukija voisi siis saada oikeamman käsityksen palvelusta.

Myös kuvat ja kuviot, jotka eivät liity lainkaan tekstiin, voivat haitata informaation välittymistä viemällä huomion pois niistä asioista, joista informaatiota halutaan välittää. Näiden kuvien viestinnällinen tavoite jää epäselväksi. Oletan, että niiden avulla on haluttu keventää, piristää tai koristella tekstivoittoista esitettä tai korostaa kaupungin visuaalista ilmettä. Ne herättävät enemmän kysymyksiä kuin antavat vastauksia.

Voimakkaasti yhteen etniseen ryhmään liittyvät kuvat ovat lukijan kannalta ongelmallisia. Vaikka kuvat eivät välittäisi täysin väärää informaatiota, ne voivat olla ratkaisevia lukijan samaistumisen kannalta: Kenelle tämä palvelu on tarkoitettu? Kuulunko minä joukkoon? Esimerkiksi hennatatuointi ja norsukäsityö vieraannuttivat haastateltavia, joilla ei ollut kosketusta näihin kulttuureihin. Esitteen kuvissa esiintyy vain naisia. Haastateltavat eivät nostaneet tätä esille, mutta esitteen perusteella palvelun kohderyhmästä muodostuu yksipuolinen kuva.

Vastausten perusteella viiden kahdeksasta esitekuvasta, 62,5 prosenttia, voi katsoa jopa haittaavan informaation välittymistä. Esite on kaikesta huolimatta saanut selkotunnuksen merkiksi selkeän viestinnän kriteerien täyttämistä ja mainittu alan oppaassa selkoviestinnän malliesimerkkinä. Nämä asiat eivät välttämättä merkitse esitteen lukijalle mitään, mutta näiden perusteella opasta lukeva ammattilainen voi pitää kuvia myös esimerkkinä siitä, miten maahanmuuttajille suunnattuja esitteitä tulisi kuvittaa.

3.2.3 Käyttäjätieto henkilöstökoulutuksen materiaalina

Yhteistyökumppanini Viittakivi ja Polkuja yhteisöön –hanke järjestivät Savonlinnassa koulutuspäivän maahanmuuttajien kanssa työskenteleville ammattilaisille ja opiskelijoille. Koulutuspäivän aiheena oli maahanmuuttaja-asiakkaan kohtaaminen.

Olin mukana koulutuspäivässä luennoitsijana. Oman luentoni lähtökohta oli käyttäjäempatia: Tavoitteena olisi kehittää henkilöstön asiakasymmärrystä ja asettua hetkeksi kielitaidottoman tai heikosti kieltä osaavan maahanmuuttajan asemaan. Järjestäjä toivomuksesta luennolla käsiteltiin lisäksi selkoviestintää.

Esittelin luennolla siihen mennessä keräämäni aineistoa eli edellisessä alaluvussa esiteltyjä maahanmuuttajataustaisten henkilöiden näkemyksiä maahanmuuttopalveluiden esitteen kuvista. Lisäksi esittelin selkoviestinnän perusteita ja ilmaisia kuvapankkeja, joista on mahdollista saada kuvallista tukea viestintään tarvittaessa.

Testasin esitteen kuvia myös yleisöllä. Kysyin mielikuvia ensin heiltä, minkä jälkeen näytin haastateltujen kommentit kuvista. Luentopalautteen perusteella yleisö koki sisällön kiinnostavaksi.

Useiden kuvien kohdalla yleisön kommentit olivat hyvin samansuuntaisia kuin haastateltujen. Muutamissa kohdissa oli kuitenkin selkeitä eroja. Esimerkiksi kuva tatuoiduista käsistä oli maahanmuuttajataustaisten

vastaajien mielestä negatiivinen, kun taas henkilöstö ei nähnyt kuvassa negatiivisia merkityksiä tai ainakaan sanonut niitä ääneen.

Yleisö kiinnitti huomiota myös esitteen sukupuolijakaumaan. Kuvissa esiintyy pelkästään naisia.

3.2.4 Henkilöstön tarpeita palautteen perusteella

Koulutuspäivän järjestäjät keräsivät osallistujilta kirjallista palautetta. Oma osuuteni sai palautteessa kiitosta.

Luento oli kokeellinen. Välitin yleisölle esimerkkejä siitä, mitä maahanmuuttajataustaiset ihmiset heille suunnatusta kuvaviestinnästä ajattelevat. Yleisö tuntui kaipaavan tämänkaltaista tietoa. Palautteen perusteella asiakaslähtöinen näkökulma viestintään herätti kiinnostusta. Joku tosin jäi kaipaamaan maahanmuuttajataustaista luennoitsijaa. Se kertoo samasta asiasta: Asiakkaan ja palvelunkäyttäjän näkökulmaa ja kokemuksia kaivataan.

Yleisö koostui ammattilaisista ja opiskelijoista, jotka työssään kommunikoivat maahanmuuttajien kanssa tai yrittävät auttaa maahanmuuttajia ymmärtämään muiden organisaatioiden viestintää. Palautelomakkeen palauttajissa ei ollut opiskelijoita. Kaikki palautteet kertovat loppujen lopuksi samasta asiasta: työntekijöillä on tarve käyttäjäymmärrykselle. Luennolla teettämäni kyselyn mukaan henkilöstö toivoisi käyttäjäymmärryksen välittyvän myös viranomaistahoille (ks. luku 3.3).

Palautteen perusteella tästä kohderyhmästä kerätylle käyttäjätiedolle on tarvetta. Kokosin ideoita, joita voi hyödyntää jatkossa kehittämistyössä.

1) Käyttäjien ääntä toivotaan henkilöstökoulutuksiin

Kokeileva luentoni sai palautteessa positiivisia mainintoja.

"Anu Huttusen esitys positiivinen yllätys. Muuten "peruskauraa"."

Uskon, että tämäntyyppinen palaute johtuu käyttäjälähtöisen näkökulman korostumisesta ja käyttäjätiedon osuudesta. Omassa osuudessani ei ainoastaan referoitu teoriaa vaan välitettiin kokemusasiantuntijoiden näkemyksiä konkreettisesta viestintämateriaalista.

Kielitaidon haasteet ovat ehkä aiheuttaneet sen, että maahanmuuttajat ovat jääneet taka-alalle käyttäjäkeskeisen suunnittelun kohderyhmänä. Itse en ole törmännyt maahanmuuttajatyön parissa projekteihin, joissa maahanmuuttajat suunnittelisivat ja arvioisivat itseään koskevaa viestintää tai sen suunnittelutyötä.

2) Kokemusasiantuntijat mukaan

Palautteen perusteella henkilöstökoulutuksiin kaivataan maahanmuuttajan ääntä ja kokemusasiantuntijoita.

”Olisin halunnut maahanmuuttajan puheenvuoron ja muutenkin osallistumaan tähän tilaisuuteen.”

Koulutuksen uskottavuus kärsii, jos maahanmuuttajien asioista puhumassa ja niitä kehittämässä on pelkästään valtaväestöä. Tässä koulutuspäivässä keskeisinä järjestäjinä oli maahanmuuttajataustaisia ammattilaisia, mikä sai palautteessa kiitosta.

”Parasta päivässä maahanmuuttajataustaiset vetäjät (ei pelkkiä sanoja ja minnoja vastuutehtävissä) ja hyvät asiantuntijaluennot.”

Toisaalta tilaisuuden vetäjät eivät kertoneet omista kokemuksistaan vaan olivat paikalla ammattilaisen ja organisaattorin roolissa. Kaikki palautteen antajat eivät kokeneet sujuvaa suomea puhuvia ammattilaisia maahanmuuttajiksi. He siis kaipasivat paikalle henkilöitä, jotka ovat maahanmuuttopalveluiden asiakkaita tai jotenkin lähempänä heidän omia palveluitaan käyttäviä maahanmuuttajia. Tämäkin viestii, että henkilöstöllä on halu ja tarve saavuttaa käyttäjäymmärrystä.

3) Ohjekirja: Asiantuntijuuden jakaminen

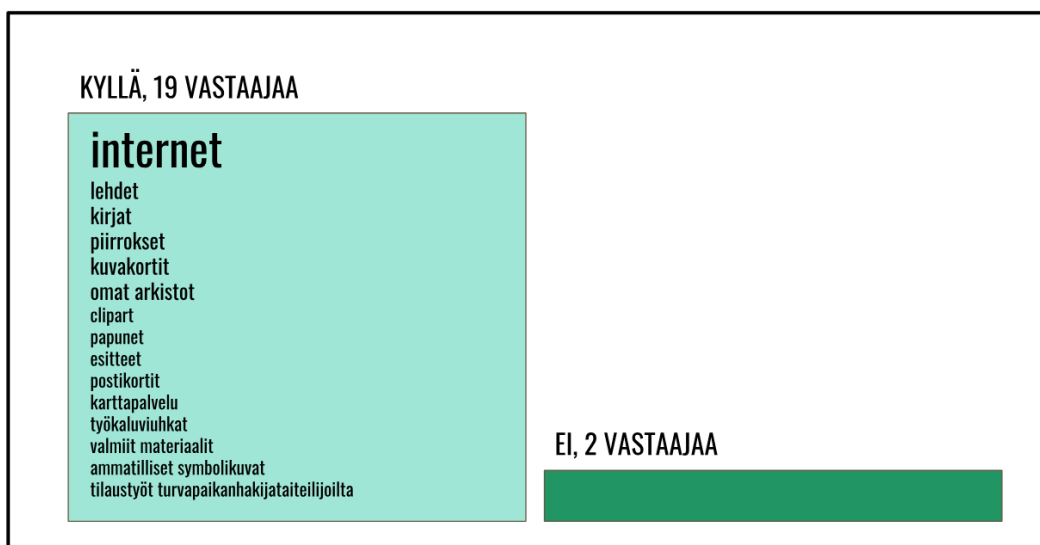
Yksi palautteenantaja ehdotti, että tietoa kielten, kulttuurien ja uskontojen erityispiirteistä koottaisiin ohjekirjaksi.

”Ei se poista yksilöllistä kohtaamista, vaikka olisi käytössä ohjeita yleisesti (maakohteisesti, uskonnon valossa, kielen perusteella jne.) > Asiantuntijuuden jakaminen.”

Mielestäni palaute kertoo laajemmasta ilmiöstä. Tietoa näistä aiheista on saatavissa, mutta se on levällään. Oman kokemukseni mukaan maahanmuuttajatyön arki on niin hektistä, että työntekijän on vaikea ehtiä haravoimaan tietoa eri lähteistä. Ymmärrän siis kaipuun siihen, että omaan suomalaisen yhteiskunnan kontekstissa tapahtuvaan työhön olisi saatavissa tarkoituksenmukaista ja omaa työtä tukevaa kulttuurista tietoa. Vaikka toive on haastava toteuttaa, se viestii edelleen siitä, että henkilöstöllä on tarve kehittää käyttäjäymmärrystä ja kokemus siitä, että heidän tämänhetkinen käyttäjäymmärryksensä on osin puutteellinen.

3.3 Kysely henkilöstökoulutuksen osallistujille

Savonlinnan luennon yhteydessä teetin yleisölle kyselyn viestinnän haasteista ja tarpeista maahanmuuttajatyössä. Osallistujia oli 50, vastauksia palautettiin 21. Vastaajista asiakastyössä oli 9, opetustyössä 7, hallinnossa 2. Kolme vastaajaa luokitteli itsensä kohtaan *muut*. Heistä yksi ilmoitti tehtäväkseen koulutussuunnittelija ja toinen koordinaattori.



Kuvio 14: Kuvien käyttö viestinnän apuna maahanmuuttajatyössä

Kysely osoitti, että kuvat ovat hyväksi havaittu ja paljon käytetty viestintäkeino maahanmuuttajatyötä tekevien ammattilaisten keskuudessa. Vain kaksi vastaajaa 21:stä ei käyttänyt kuvia työssään viestinnän apuna. Suurin osa vastaajista (13) ilmoitti kuvälähteekseen internetin, mutta kuvia haettiin hyvin moninaisista lähteistä.

Yksi vastaajista kiteytti kuvien käytön: ”Puhelin on hyvä tulkki.” Hän haki tukea viestintään tarvittaessa puhelimen kuvahaun avulla. Kuvahakua käytetään myös sanakirjanomaisesti: ”Käytän kuvia etsimällä yksittäisiä sanoja kuvaavia kuvia Googlesta asiakkaan kanssa keskustellessa, kun eteen tulee ’ongelmatilanne’. Persilja, piirakka yms.” Monet käyttävät kuvia myös muun muassa opastustarkoituksessa kartan sijaan tai paikannuspalvelun lisänä: ”Virastoon tai muualle ohjeistaessani näytän Google-kuvahausta talon ja sen ympäristön.” Visualisointien avulla havainnollistetaan myös abstrakteja asioita: ”Minulla on erittäin hyvä A4-kuva, jota käytän myös suomalaisille selvittääkseni, mistä oppisopimuksessa oikeasti on kyse.”

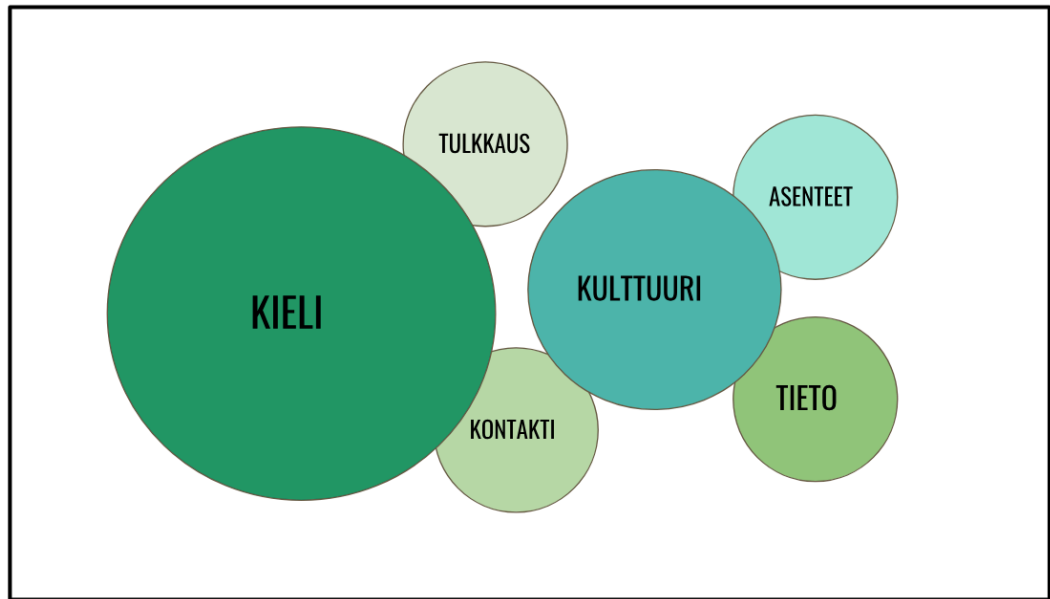
HAVAINNOLLISTAMINEN	KIELELLISET KEINOT	TULKKI
25	14	13
kehonkieli (6) näytteleminen (4) piirtäminen (4) näyttäminen (2) demonstraatiot nettimateriaalit youtube videot infopankki kuvalliset ohjeet havainnollistaminen esimerkkien avulla tekemällä oppiminen	selkokieli (4) ilmaisun muuntaminen (2) eri kielet (3) kansainväliset sanat kielitietoinen puhe perusmuoto-puhe lyhyet lauseet yksinkertaiset sanat hidas puhe	tulkki (9) puoliso tulkkaa (2) tulkkia korvaavat asiat: käännösohjelmat tekstiviestit ja google-kääntäjä sanakirjat (2) sanastot

Kuvio 15: Henkilöstön muut keinot kommunikaatiossa, kun yhteinen kieli puuttuu. Useimmin mainitut keinot järjestyksessä ensimmäisinä.

Kuvien lisäksi maahanmuuttajien kanssa työskentelevät nimesivät hyvin moninaisia apukeinoja kommunikaation helpottamiseen. Yksi vastaaja luetteli kuvien lisäksi 12 erilaista keinoja, joiden avulla hän yrittää tulla ymmärretyksi.

Kysyttäessä muita keinoja lähes puolet vastauksista liittyi jonkinlaiseen havainnollistamiseen, tarkoitti se sitten näyttelemistä, piirtämistä, videoita tai muuta esittämistä. Noin neljäsosa vastaajista kuvasi käyttävänsä erilaisia kielellisiä keinoja, joilla yrittää mukauttaa viestinsä ymmärrettävään muotoon. Näitä keinoja kuvattiin monilla eri termeillä.

Noin puolet vastaajista (11) kertoi turvautuvansa viralliseen tulkkiin tai perheenjäsenen tulkkaukseen. Muutama muu käytti tulkkia korvaavia keinoja, kuten käännösohjelmaa ja sanakirjaa. On huomattava, että mahdollisuus tulkin käyttöön ei ole itsestäänselvyys. Esimerkiksi opetustehtävissä toimivista vastaajista vain yksi ilmoitti käyttävänsä tulkkia. Kaikissa tehtävissä ja tilanteissa siihen ei ole mahdollisuutta eikä siihen ole budjetoitu resursseja. Vaikka mahdollisuus olisi, aina tulkkia ei ole saatavissa. Tämä tuli esiin myös kyselyn osiossa viestinnän haasteet.



Kuvio 16: Viestinnän haasteet maahanmuuttajatyössä henkilöstön näkökulmasta

Henkilöstön näkökulmasta suurin osa viestinnän haasteista liittyy tavalla tai toisella kielen ymmärtämiseen. Tämä mainittiin 14 vastauksessa. Esimerkkeinä mainittiin muun muassa lakitekstien vaikeaselkoisuus asiakkaille ja lomakkeiden täyttämisen haasteet. Kolme vastaajaa mainitsi erikseen tulkkipalveluihin liittyvät resurssiongelmat. Kulttuurierot ja asenteet mainittiin kahdeksan kertaa. Yhteiskunnan erilainen rakenne ja tämän tiedon välittämisen vaikeus mainittiin kolme kertaa. Lisäksi kahdessa vastauksessa tuli esiin vaikeudet kohderyhmien tavoittamisessa ja kontaktien luomisessa.



Kuvio 17: Kommunikaation esteet ja tuen tarve maahanmuuttajien arjessa henkilöstön näkökulmasta

Seuraava kysymys käsitteli kommunikaation esteitä ja puutteita, jotka vaikeuttavat maahanmuuttajan selviämistä arjessa. Suurimpaan rooliin vastauksissa nousivat virastot ja viranomaisviestintä. Esimerkiksi liian vaikeasta kielestä nostettiin lause ”ei ole estettä työmarkkinatuen maksamiselle”. Yksi vastaaja huomautti, että ”usein liian pitkä teksti on jo sellaisenaan luotaantyöntävä”. Toinen nosti esiin, että sama teksti kaikille ei ole toimiva ratkaisu. Vastaaja toivoi kouluilta, päiväkodeilta, terveydenhuollolta ja Kelalta panostusta selkokielisiin tiedotteisiin.

Vastaajat arvostelivat ”virastokielisiä” ohjeita, ”liian tarkkaa” kieliasua ja ”byrokraattis-virallista” kieltä ja yleisesti sitä, että kirjeissä ja tiedotteissa kieli on usein liian vaikeaa maahanmuuttaja-asiakkaille. Vastaajat luettelivat myös useita tarkkoja kehittämiskohteita, kuten työelämään, ammattiliittoihin ja sosiaalivakuutukseen liittyvät materiaalit.

Hankekoordinaattorina työskentelevä vastaaja piti toimivan kommunikaation esteenä henkilökohtaisen palvelun puutetta:

”Eniten tarvitaan ihmisiä, joilta kysyä. Pelkkä lippulappu ja linkki –ohjaus ei riitä. Videostakin on joskus enemmän apua kuin tekstistä.”

Sama asia tuli esiin myös tämän kehittämishankkeen esitutkimuksessa (luku 3.1.2). Neuvontapisteen kehittämispäällikkö toi esiin huolen siitä, että jos viranomaiset muuttavat kaikki palvelut digitaaliseksi ja lakkauttavat palvelutiskit, hyvin monien ihmisten asiointi peruspalveluissa käy lähes mahdottomaksi. Tämä koskee myös muita ryhmiä, joilla on lukemisen tai hahmottamisen ongelmia ja vaikeuksia hahmottaa sähköisiä järjestelmiä. Hänen mukaansa aina tulee olemaan ihmisiä, jotka tarvitsevat henkilökohtaista palvelua, ja jos viranomainen lopettaa palvelut, neuvonta kaatuu kolmannen sektorin toimijoiden päälle.

Myös esitutkimusvaiheessa haastattelemani maahanmuuttaja (luku 3.1.1) toi esille, että vaikka hän on asunut maassa jo pitkään ja käyttää sähköisiä palveluita (työpaikan raportointijärjestelmää, verkkopankkia ja Wilmaa), Kelan asioissa hän haluaa asioida toimipisteessä paikan päällä. Tässä asiassa hän koki edelleen Suomen kansalaisena sähköisen asioinnin liian hankalaksi.



Kuvio 18: Henkilöstön toiveet ja tarpeet kommunikaation helpottamiseen

Kyselyn viimeinen kysymys koski henkilöstön tarpeita ja toiveita kommunikaation helpottamiseksi omassa työssä. Useat vastaajat kokivat, että opastusta viestintään ei tarvitse niinkään maahanmuuttajien kanssa työskentelevä henkilöstö, vaan sitä tarvitsisivat ensisijaisesti tekstejä tuottavat viranomaiset: ”Näitä oppaita tulisi suunnata viranomaisille (koulut, päiväkodit, TE-palvelut, Kela, terveydenhuolto).” Vastauksissa mainittiin myös tarve helppoon ja havainnolliseen informaatioon koulutusjärjestelmästä ja TE-palveluista.

Useat vastaajat kokivat, että tietoa on niin runsaasti, että sen runsaus on jo ongelma. Vastaajat toivoivat tietopankkia tai -arkistoa, jossa valmiit materiaalit ja kuvat olisivat helposti löydettävissä. Työaika materiaalin etsimiseen on käytettävissä vain vähän. Lisää havainnollistettua ja selkokielellä tuotettua valmista materiaalia toivoivat useat vastaajat, muun muassa ammattien ja koulutuksen esittelyyn.

Noin puolet vastaajista (11) ei kokenut tarvetta tukeen, koulutukseen tai uusiin materiaaleihin. Moni vastaaja oli tyytyväinen nykytilanteeseen tai oli jo saanut vinkkejä koulutuksesta (6). Osa jätti vastaamatta kysymykseen (5).

Yhteenveto

Maahanmuuttajien kanssa työskentelevät ammattilaiset käyttävät työssään usein kuvia kommunikaation tukena. Kun yhteinen kieli puuttuu tai kommunikaatiossa on haasteita, käytetyistä kommunikaation apukeinoista suuri osa on luonteeltaan havainnollistavia tai visualisoivia. Kuvat ja visuaalisuus siis ovat käytännön työssä oleellisia viestintäkeinoja, kun päämääränä on viestiä ymmärrettävästi kielitaidon puutteista huolimatta.

Virastojen viestintä ja kieli koettiin monella tapaa ongelmalliseksi maahanmuuttaja-asiakkaan kannalta. Kirjeiden ja päätösten kieltä pidettiin yleisesti liian vaikeana. Vastaajat nostivat esiin myös monia kehittämiskohteita, joista tällä hetkellä puuttuu havainnollisia ja ymmärrettäviä materiaaleja.

Henkilöstön tarpeista nousi esiin neljä asiaa: 1) Viranomaisille toivotaan koulutusta, joka lisäisi ymmärrystä maahanmuuttajien kohderyhmää kohtaan ja antaisi keinoja kohderyhmälle sopivaan viestintään. 2) Työntekijät hyötyisivät tietopankista, jossa kommunikaatiota helpottava kuvamateriaali ja muu ymmärrettävä materiaali olisi nopeasti löydettävissä. 3) Henkilöstö kaipaa valmennusta ja työnohjausta asiakkaiden kohtaamiseen. 4) Kaikki kuvin ja selkeällä kielellä havainnollistettu materiaali koetaan tärkeäksi.

3.4 Työpaja: Esitteiden käyttäjätestaus ja ideointi

Toista koulutuspäivää varten sain mahdollisuuden yhden organisaation viestintämateriaalien käyttäjätestaamiseen. Testaus tapahtui työpajatyypisesti oppilaitoksen suomen kielen kurssilla. Samalla ideoitiin viestinnän kuvituksen ratkaisuja. Aikaa koko prosessiin materiaalien saapumisesta tulosten esittelyyn oli viikko.

Koulutuspäivän yleisönä olivat Settlementiasuntojen yhteisökoordinaattorit. Heidän työnkuvaansa kuuluu viestiä asuinyhteisön palveluista ja aktiviteeteista kaikille asukkaille, myös maahanmuuttajille. Tämän koulutuksen aiheena oli maahanmuuttaja-asukkaiden kohtaaminen.

Koska koulutus oli yhden organisaation tilaama, minun oli mahdollista keskittyä luennolla tämän organisaation omaan materiaaliin. Sain viisi erilaista esitettä tai ohjetta nähtäväkseni viikko ennen luentoani. Päätin testata niitä käyttäjillä ja kertoa heidän havainnostaan organisaatiolle koulutuspäivässä. Tavoitteena oli havainnollistaa, miten kieltä opiskelevat maahanmuuttajat näitä esitteitä tulkitsevat ja mitä kysymyksiä niistä ehkä herää.

Aikataulun vuoksi minulla ei ollut mahdollisuutta järjestää työpajaa ja etsiä osallistujia Settlementiasuntojen asukkaiden joukosta. Etsin siis maahanmuuttajista koostuvan testiryhmän muualta.

Paikka työpajalle löytyi kansalaisopiston edistyneiden suomen kielen kurssilta. Testipäivä järjestyi kaksi päivää ennen luentoani, joten minun oli saatava suhteellisen kompakti aineisto, joka olisi mahdollista jäsentää yhden työpäivän aikana.

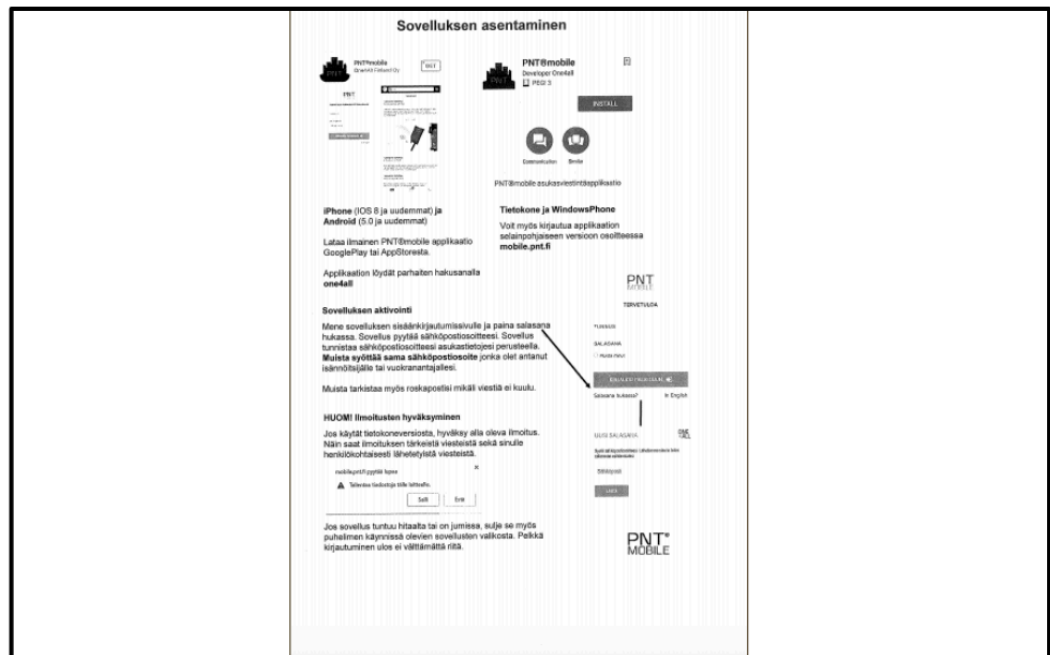
Olin käynyt ryhmässä jo aiemmin tutustumiskäynnillä, joten tiesin, että ryhmässä on kielitaidoltaan eritasoisia opiskelijoita, mikä piti huomioida työskentelyn suunnittelussa.

Minulla oli käytössä viisi viestintätuotetta Setlementtiasunnoilta. Ne olivat luonteeltaan erilaisia: Toisessa ääripäässä oli lyhyt, kuvitettu tapahtumaesite ja toisessa taas erittäin tekninen ja haastava käyttöohje uudesta mobiilisovelluksesta.

Tein etukäteen työpajatehtävän jokaisesta viidestä materiaalista. Ohjeistuksessa hyödynsin kokemustani suomen kielen opettajana. Pyrin käyttämään kieltä, jota kielenoppijan on mahdollista ymmärtää: perussanastoa ja lyhyitä lauseita erikoistermien ja mutkikkaiden rakenteiden sijaan. Käytin ohjeistuksessa normaalia suurempaa fonttia, korostusväriä ja selkeää asettelua, joiden ajattelen helpottavan ymmärtämistä ja asian nopeaa hahmottamista, kun kieli on lukijalle vieras. Pyrin välttämään pitkiä, pienellä kirjoitettuja tekstimassoja.

Työpajan edetessä kävi selväksi, että työ etenee melko hitaasti. Valitsin ensimmäiseksi kuvitetun julisteen yhteislauluillasta, mutta jo sen käsittelyssä meni paljon aikaa. Ryhmät kommunikoivat kaikille jäsenille vieraalla kielellä, joten keskustelu ja etenkin vastausten kirjaaminen oli hidasta. Kolmen tehtävän jälkeen opiskelijat olivat jo aika uupuneita.

Ryhmän opettajan kanssa teimme ratkaisun, että emme tarjoa ryhmille enää kahta viimeistä tehtävää, koska niiden materiaalit olivat huomattavasti vaikeampia, jo suomea äidinkielenään puhuvillekin haastavia. Ne käsittelivät mobiilisovellusinfoa ja sovelluksen käyttöohjeita.



Kuva 11: Sovelluksen käyttöohje, joka jätettiin haastavuuden takia pois

Ryhmät ehtivät käsitellä siis kolme erilaista materiaalia. Tulokset näistä pienimuotoisista testeistä on kerrottu seuraavissa alaluvuissa.

3.4.1 Työpajan osallistujat

Työpaja järjestettiin Etelä-Karjalan kansalaisopiston suomen kurssilla, joka on tarkoitettu edistyneille. Mukana oli 16 suomen kielen opiskelijaa. Kaikki olivat asuneet Suomessa vähintään 1,5 vuotta. Puolet ryhmästä oli asunut maassa noin pari vuotta, puolella oli takanaan vähintään viisi vuotta Suomessa.

Ryhmän 16 opiskelijasta 12 oli kotoisin Venäjältä. Muut neljä opiskelijaa tulivat Puolasta, Intiasta, Nigeriasta ja Syyriasta. Ryhmä oli osittain sama kuin värikyselyssä (ks. 3.5) mutta osa ryhmästä oli jäänyt pois ja osa oli uusia.

Ryhmien osallistujat olivat koulutettuja: insinöörejä, toimittaja, opettaja, johtaja, sosiaalityöntekijä sekä tekstiilitaiteilija, puutarhuri, myyjä, arkistonhoitaja ja sähkömies. Yksi osallistuja ilmoitti ammatikseen opiskelija.

Työpaja toteutettiin ryhmätyöskentelynä 3-5 hengen ryhmissä.

3.4.2 “Vanhusten bändi soittaa”

Ensimmäisenä testissä oli tapahtumaesite, joka kutsutaan talon asukkaita Yhteislaulua & soppaa –asukasiltaan.

Esite oli ennalta arvioituna materiaaleista helpoin, koska siinä oli käytetty kuvitusta ja tekstiä oli melko vähän. Yksinkertaisuudessaan se herätti kuitenkin yllättävänkin paljon mielipiteitä.

Ryhmiä tehtävänä oli tutustua esitteeseen ja vastata yhdessä kuvaa ja tekstiä koskeviin kysymyksiin: Minkälainen tapahtuma tämä on? Mitä siellä tehdään? Oletko kiinnostunut? Miksi? Miksi et? Mitä haluaisitte kysyä?



Kuva 12: Esite yhteislaulutilaisuudesta



Kuva 13: Yhteislauluesitteen kuvitus

Kuvituskuva ei kerro aiheesta

Esitteeseen valittu kuva ei esitä yhteislaulua. Kuva ohjasi esitteen tulkintaa siten, että keskustelu ei koskenut laulamisen kiinnostavuutta vaan bändin kiinnostavuutta.

Puolet testaajista ei halunnut osallistua esitteessä mainostettuun tapahtumaan. Suurin syy oli se, että 30-40-vuotiaat vastaajat mielsivät tilaisuuden vanhusten tapahtumaksi, jossa eläkeläisten bändi soittaa. Sen sijaan noin 50-vuotiaat venäläisnaiset kokivat tilaisuuden esitteen perusteella kiinnostavaksi. Kuva herätti paljon kysymyksiä ja epäilyksiä musiikkityylistä.

Yhteislaulu ei ole kulttuurisesti tuttu konsepti

Esitteessä käytettiin kuvaa, joka ei esittänyt yhteislaulua tai laulamista, eikä siten tukenut otsikon informaatiota. Yhteislaulu oli sana, joka olisi tarvinnut selkeämmän kuvituskuvan tuekseen. Sana ei ollut kaikille tuttu, eikä kuva anna siitä lisää informaatiota. Yksi ryhmistä kysyi, onko kyseessä karaoke, ja toinen, voiko tilaisuudessa tanssia. Yksi ryhmä aprikoi, onko kyseessä ystävänpäivä.

Sanaston haasteet

Esitteen vahvuus on se, että tekstit ovat lyhyitä ja ne on pilkottu pieniin kokonaisuuksiin. Tästä huolimatta yksi ryhmä huomautti, että saman asian voisi kirjoittaa helpommin ja selkeästi. Hankalia sanoja olivat *ikivihreitä, säästäjäkin, ideariihi ja koostuva*. Esimerkiksi *ikivihreät* on käsite, joka ei avaa tilaisuuden laatua suomalaisen kulttuurin ulkopuolelta tulevalle välttämättä ollenkaan, vaikka hän ymmärtäisi yhteyden englanninkieliseen termiin *evergreen*.

Puuttuva informaatio

Moni testaaja kysyi, onko tapahtuma ilmainen. Tätä ei esitteessä mainita, ja se vaikutti osallistumishalukkuuteen.

Kirjoitusvirheet korostuvat, kun lukija on vieraalla maaperällä

Puolet ryhmistä hämmästeli, miksi heitä kutsutaan ”maukkaalle keitolla”. Yksinkertaiset virheet voivat aiheuttaa turhaa päänvaivaa, kun lukija vasta opettelee kielen rakenteita ja merkityksiä, eikä ymmärrä, että kysymyksessä ei ehkä olekaan erikoismerkitys vaan pelkästään kirjoittajan virhe.

POSITIIVISET REAKTIOT ESITTEESEEN (8/16)

- Iloinen, mielenkiintoinen tapahtuma, ihana, hauska
- Syömään, laulamaan, musiikkia kuuntelemaan
- Voi tutustua naapurin kanssa ja saada uusia ystäviä
- Voi maistaa keittoa, ja kuuntella musiikkia ja laulaa bändin kanssa
- Voin lähteä kaverin kanssa
- Olen kiinnostunut, koska rakastan musiikkia
- Elävä musiikki, lämmin ruoka, ehkä ruoka on ilmainen?
- Ehkä musiikki on kiinnostavaa, näin Youtubessa samanlaista bändiä

Kuvio 19: Positiivinen palaute yhteislauluesitteestä

Esite herätti myös paljon kiinnostusta. Positiivisimmat tulkinnat tulivat iäkkäämmiltä osallistujilta. Itse yhteislaulu-käsite jäi kuitenkin monilta ymmärtämättä, mikä korosti bändin roolia tilaisuudessa.

Kun esitteen aihe oli melko helposti ymmärrettävä, kuvan tulkinnassa korostui tyyli: Ei kysytty enää mikä vaan millainen tilaisuus on. Kuva ei toiminut niinkään tekstin tukena vaan mainoskuvana: se synnytti mielikuvan, joka joko vetosi tai ei vedonnut lukijoihin.

NEGATIIVISET REAKTIOT ESITTEESEEN (8/16)

- Bändi on vanhanaikainen
- En ole kiinnostunut kaikesta musiikista
- Vanhukset syövät jotain ja soittavat yhtä aikaa
- Ei, näyttää tylsältä
- Ei, en halua syödä keittoa
- Ei ole alkoholia, ei voi soittaa rumpuja
- Ei, koska en ymmärrä minkälaista musiikkia vanhusten bändi soittaa

Kuvio 20: Negatiivinen palaute yhteislauluesitteestä

Testiryhmän nuorin, 26-vuotias Puolasta kotoisin oleva musiikinharrastaja, ei *Vaihtoehtoinen visio*

ollut kiinnostunut osallistumaan yhteislauluiltaan. Hän kehitti esitteestä version, joka olisi vaadittu hänen paikalle saamiseen.



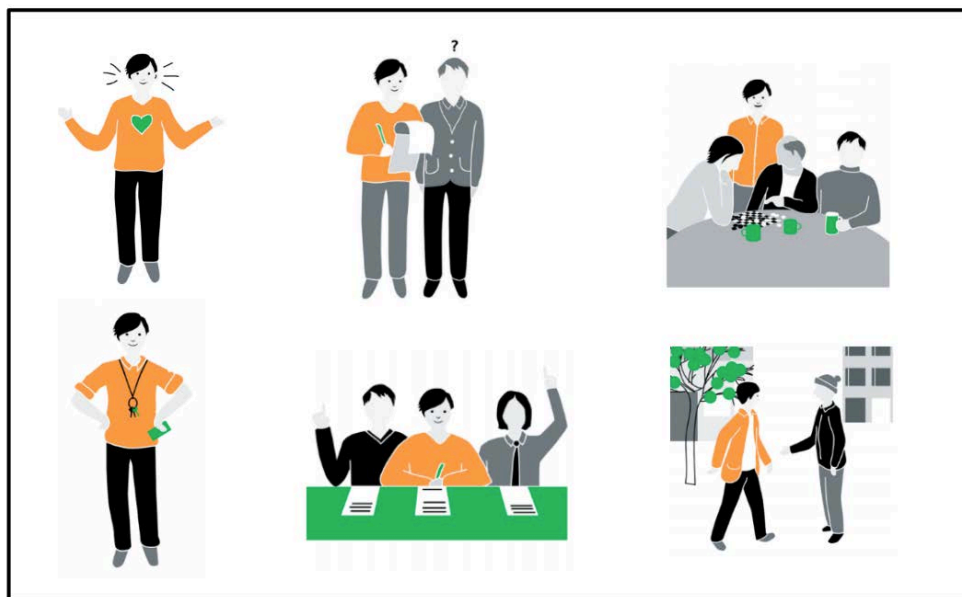
Kuva 14: Testaajan piirtämä vaihtoehtoinen kuvitus

Vaikka piirros on humoristinen, se korostaa kuvituksen valinnan ja sen tyylin merkitystä kohderyhmän valikoitumisen kannalta. Vaikka kuvituskuva siis onnistuisi selventämään esitteen informaatiota, sen sivutuotteena voi tulla muuta informaatiota, joka muodostuu esteeksi käyttäjälle. Tässä tapauksessa sellaiseksi muodostui kuva "vanhusten bändistä". Se vetosi moniin noin 50-vuotiaisiin mutta ei alle 40-vuotiaisiin. Riippumatta siitä, oliko kuva realistinen ja mikä oli tilaisuuden todellinen kohderyhmä, kuvitus herätti kahtiajakautuneen vastaanoton.

3.4.3 Millainen on yhteisökoordinaattori?

Toisena testissä oli esite, joka kertoi yhteisökoordinaattoreista. Setlementtiasuntojen taloissa työskentelee koordinaattori, joka tarjoaa monenlaista apua ja neuvontaa asukkaille (Setlementtiasunnot 2019 b). Tästä palvelusta on laadittu esite, jota havainnollistetaan kuudella piirroskuvalla. Kuvissa esiintyy sekä koordinaattori että asiakkaita.

Ryhmiä tehtävänä oli selvittää kuvien perusteella: Mitä yhteisökoordinaattori tekee? Millainen hän on? Millainen asiakas on?



Kuva 15: Yhteisökoordinaattori esitteen kuvituksessa

Kuvasarja yhteisökoordinaattorin hahmosta herätti pääasiassa positiivisia luonnehdintoja. Puolet kuvista sai pelkästään myönteisiä reaktioita. Eniten korostuivat kuunteleminen ja ystävällisyys. Testaajilla oli käytössään myös kuviin liittyvä teksti, eli huomioihin saattoivat vaikuttaa myös tekstistä saadut tiedot.



MITÄ KOORDINAATTORI TEKEE?
Kuuntelee, hymyilee, vastaa, kertoo, perustelee, kerää tietoa, selvittää valituksia, järjestää tapahtumia, auttaa ongelmassa. "Hän ei salli olla eksynyt".

MILLAINEN KOORDINAATTORI ON?
Rauhallinen, ystävällinen, järjestelmällinen, iloinen, vastuullinen, sosiaalinen, seurallinen, lähestyttävä, ymmärtäväinen, aktiivinen, puhelias, avulias, utelias.

MILLAINEN ASIAKAS ON?
Aktiivinen, ystävällinen, utelias, kohtelias, nuori, eleetön. "Kysyy, hänellä on kysymyksiä."

Kuva 16: Testaajien luonnehdinnat yhteisökoordinaattorista kuvien perusteella

Asiakkaat eivät herättäneet yhtä paljon ajatuksia. Heidät esitettiin kuvissa ilman kasvonpiirteitä, mikä ehkä vaikeutti luonnehtimista. Yksi ryhmä nosti kasvottomuuden esiin negatiivisena asiana.

Yksi ryhmä luonnehti kuvien asiakkaita nuoriksi. Setlementtiasunnot kuitenkin kertoo edistävänsä "yhteisöllistä monisukupolvista kortteliasumista" (Setlementtiasunnot 2018 a) ja palveluista mainitaan, että "varsinkin iäkkäimpien asukkaiden omaiset voivat olla yhteydessä yhteisökoordinaattoriin asumiseen liittyvissä asioissa" (Setlementtiasunnot 2018 b). Iäkkäät ovat yksi tärkeä asiakasryhmä, mitä ei tämän kuvituksen perusteella välttämättä voi päätellä. Päinvastoin, osa tulkitse asukkaiden olevan nimenomaan nuoria.

Kolme kuvista herätti positiivisten mainintojen lisäksi myös hämmennystä. Nämä huomiot on esitetty seuraavissa kuvioissa ja eritelty kuvien alla.



Kuva 17: Yhteisökoordinaattori, esitteiden avauskuva

Kuvasarjan avaa tämä piirros. Yhteisökoordinaattorin hahmossa oli yksityiskohtia, joita kaikki eivät ymmärtäneet tai pitäneet hyvinä.

Sydän-symboli paidassa oli kahden ryhmän mielestä jollain tavalla sopimaton, koska he ehdottivat tilalle hymiötä tai kysymysmerkkiä.

Keskustelussa mainittiin, että sydän on liian intiimi. Keskustelijat eivät toivoneet niin läheistä suhdetta työntekijään.

Korvista ulospäin suuntautuvat viivat aiheuttivat myös epätietoisuutta. Niiden merkitystä ei ymmärretty puolessa ryhmistä. Toisaalta osa oli merkinnyt niiden tarkoittavan kuuntelemista. Kolme neljästä ryhmästä mainitsi kuuntelemisen koordinaattorin tehtäväksi. Viivat olivat kuitenkin jollain lailla häiritsevä elementti, koska niihin liitettiin kysymyksiä ja piirrettiin kuvia. Yksi ryhmä epäili viivojen tarkoittavan kipua.

Kuvituksessa koordinaattorin ihonväri on niin vaalea, että monisteissa kädet eivät erottuneet selvästi. Tämä vei huomiota pois kuvan varsinaisesta viestistä.



Kuva 18: Yhteisökoordinaattori ja pelaajat

Lautapelihetkeä kuvaava piirros osoittautui myös viestinnällisesti epäselväksi. Koordinaattorin roolia kuvassa ei ymmärretty.

Sivustaseuraajana kuvattu koordinaattori tulkittiin jonkinlaiseksi järjestysmieheksi.

Kuvituksessa asukkailta puuttuivat kasvopiirteet. Yksi ryhmä kiinnitti tähän huomiota ja piti ratkaisua huonona. Huomio on kiinnostava. Mitä yhtiö haluaa viestiä sillä, että asiakkailla ei ole kasvoja?

Yhden ryhmän huomion kiinnitti se, että asiakkaista kukaan ei ole selkeästi tunnistettavissa naiseksi. Missä siis naiset? Neutraali ihmistä kuvaava piirros voi kääntyä myös itseään vastaan, jos lukija tulkitsee kaikki hahmot yksinomaan miehiksi. Jos neutraalien hahmojen tarkoitus on korostaa samanarvoisuutta ja tasa-arvoa, se ei välttämättä onnistu. Tunnistettavien naishahmojen puute voidaan tulkita myös niin, että naiset eivät osallistu Settlementiasuntojen aktiviteetteihin tai että niitä ei ole tarkoitettu heille.

Tässä kuvassa kysymyksiä herätti myös asiakkaiden välinen suhde. Yksi pöydän ympärillä istuvista henkilöistä näyttää kääntyneen pois muista. Tämä aiheutti kysymyksen, miksi yksi miehistä ei pelaa. Kaiken kaikkiaan kuvan tilanne ja hahmojen roolit eivät täysin auenneet testaajille.



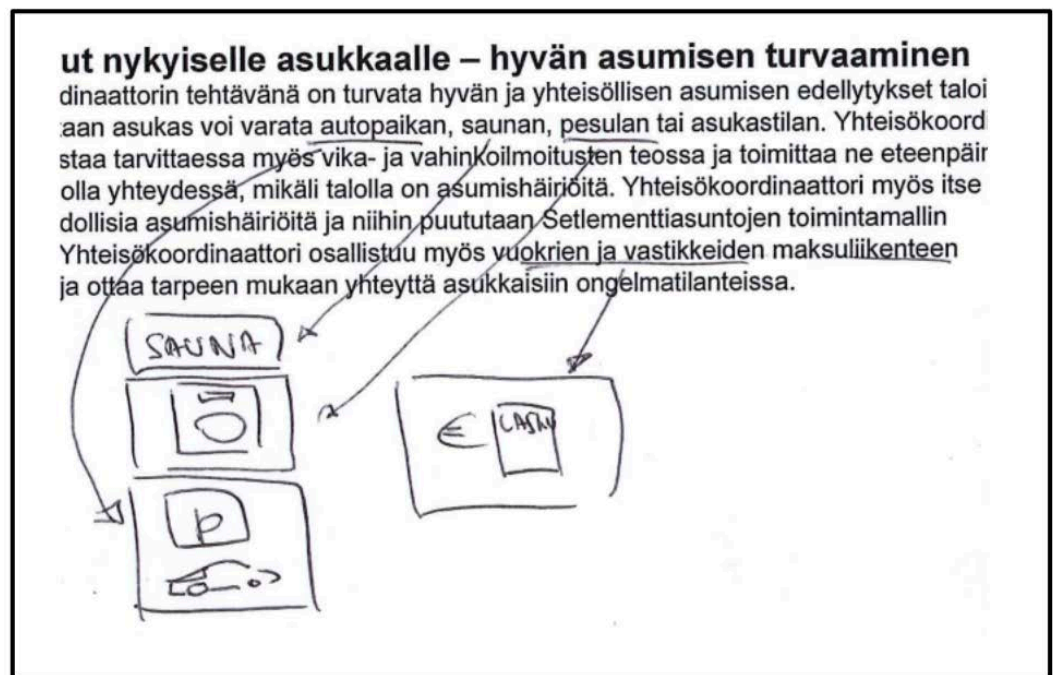
Kuva 18: Yhteisökoordinaattori ja avaimet

Kuvaa avainnippua kantavasta koordinaattorista oli myös testaajista vaikea luonnehtia. Yksi ryhmä tulkitsti hahmon talon ovien avaajaksi ja auttajaksi. Muilla oli vaikeuksia merkityksen löytämisessä. Kädessä olevan esineen merkitys jäi epäselväksi.

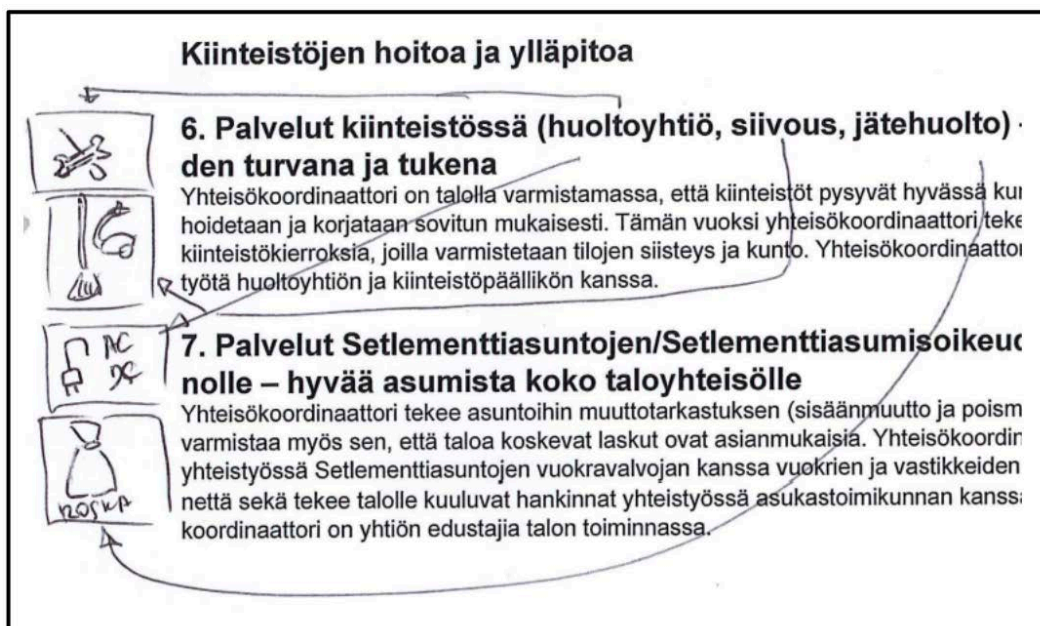
Koordinaattoria esittävän materiaalin ohessa syntyi myös kuvitusmateriaalia. Muutama ryhmä luonnosteli ikoneita, joiden avulla tekstiä voisi tehdä ymmärrettävämmäksi lukijoille (kolme kuvaa alla).



Kuva19: Testaajien visualisointeja yhteisökoordinaattori-esitteen tekstistä



Kuva 20: Testaajien visualisointeja yhteisökoordinaattori-esitteen tekstistä



Kuva 21: Testaajien visualisointeja yhteisökoordinaattori-esityksen tekstistä

Yhteenveto

Sukupuoli

Sukupuolen kuvaaminen piirroksessa on kulttuurinen käytäntö, joka voi vaikuttaa merkittävästi tulkintaan. Tässä piirroksessa henkilöt oli kuvattu skandinaaviseen tyyliin neutraaleiksi hahmoiksi, joiden pukeutuminen tai hiukset eivät selkeästi viitanneet kumpaankaan sukupuoleen. Myös kasvopiirteiden puuttuminen hämärsi sukupuolen tulkintaa.

Tarkoitus on luultavasti viestiä sukupuolten välisestä tasa-arvosta.

Testissä tuli kuitenkin esiin, että sukupuolen häivyttäminen tulkittiin naisten poissaoloksi. Neutraalit hahmot tulkittiin miehiksi.

Organisaatio tuskin haluaa väheksyä naisia tai heidän rooliaan ja aktiivisuuttaan asumisyhteisössä. Niinpä sukupuolen kuvaamista tai kuvaamatta jättämistä pitäisi harkita tarkkaan, kun kuvia tulkitaan eri kulttuureista käsin. Tasa-arvon tavoite voi käännyä naiset poissulkevaksi

Symbolien tulkinta

Sydän voi olla kulttuurisesti riskialtis symboli. Sen merkitys on laajasti tunnettu mutta tulkinnassa voi olla vivahde-eroja. Tässä testissä yksi ryhmä mainitsi sen olevan liian intiimi kuvaamaan asiakkaan ja asiakaspalvelijan välistä suhdetta. Symboli voidaan tulkita romanttisemmaksi viestiksi kuin se on tässä yhteydessä tarkoitettu tai muuten liian lämpimänä ilmaisuna virkasuhteeseen. Kaksi ryhmää olisi halunnut korvata sydämen toisella ikonilla. Sydän koettiin symboliksi, joka ei sovi työntekijän ja asiakkaan suhteeseen.

Aktiivisuus/passiivisuus

Asiakkaiden toimintaa sivusta seuraava koordinaattori tulkittiin negatiivisessa valossa. Ryhmät kiinnittivät huomiota piirroksen henkilöiden keskinäisiin suhteisiin hahmojen asentojen ja asemoinnin perusteella. Monia vaivasi se, että henkilö ei ollut aktiivisesti mukana kuvan ydintoiminnassa, pelaamisessa. Passiivista sivustaseuraajaa epäiltiin valvojaksi tai poliisiksi, eli hänen tulkittiin olevan tilanteessa jonkun muun tahon asettamana tarkkailijana. Myös pelaajista pois päin kääntynyt henkilö ja hänen roolinsa herättivät kysymyksiä. Passiiviset roolit hankaloittivat piirroksen ymmärtämistä.

Kasvottomuus

Kuvasarjassa työntekijälle on piirretty kasvot mutta asiakkaalle ei. Tämä korostaa työntekijää ja alleviivaa työntekijän ja asiakkaan välistä eroa. Valinta herätti negatiivista huomiota, ja sitä kuvattiin tylsäksi tai tyhmäksi. On mahdollista, että vastaajat samaistuivat asiakkaaseen ja pitivät kasvojen puutetta asiakkaita alentavana ilmaisutapana. Voi olla, että ärtymystä ei herättänyt itse kasvottomuus vaan se, että yhdellä hahmoista oli kasvot ja sen myötä persoona, kun taas muut jäivät persoonattomiksi. Tarkempaa tietoa asiasta ei kuitenkaan kysytty.

Kun tehtävänä oli luonnehtia asiakasta, kasvottomuus luultavasti vaikeutti tätä tehtävää. Kuvittajan ratkaisulle on luultavasti joku peruste, mutta se ei

avaudu helposti. Olisi kiinnostavaa tutkia, miten kasvottomiin hahmoihin suhtaudutaan muissa konteksteissa.

3.4.4 Miten kuvittaa muutto-ohjeet?

Kolmas testattava materiaali oli Settlementiasuntojen muistilista muuttajalle. Ohjeessa oli paljon hyvää: Se oli tiivistetty yhteen sivuun ja tekstit olivat lyhyitä. Ohjeessa ei kuitenkaan ollut mitään kuvitusta tai visuaalisia vihjeitä, jotka voisivat auttaa epävarmaa lukijaa hahmottamaan sisällön pääkohdat tai sanat, joiden merkityksestä hän on epävarma.

	<p>MUUTTAJAN MUISTILISTA</p> <p>Muuttoilmoitus <u>Puhelimitse</u> muuttoilmoitus tehdään Postin asiakaspalvelussa 0200 71000 (pvm/mpm) ma-pe 8-20 ja la 9-14. Jonottaminen on maksullista. <u>Sähköisesti</u> muuttoilmoitus maistraatille ja Postille tehdään Postin verkkopalvelussa, jossa voit lisäksi päivittää myös muut yhteystietosi Postille. Osoite: www.muuttoilmoitus.fi. Vaatii tunnistautumisen verkkopankkitunnuksilla, Postin käyttäjätunnuksella tai kansalaisvarmenteella (esim. sirullisella henkilökortilla). Muuttoilmoitusta varten täytettävän <u>paperilomakkeen</u> saat Postista tai maistraatista.</p> <p>Sähkö sopimus Sähkö sopimuksen voi solmia ja irtisanoa energialaitoksen kanssa puhelimitse tai verkkopalvelussa. Sopimus kannattaa tehdä ajoissa. (Sähköntuottajia ovat mm. Vattenfall, Fortum, Helsingin energia, EON, Ekosähkö)</p> <p>Kotivakuutus Suosittelemme kotivakuutuksen ottamista. Jos sinulla jo on kotivakuutus, sen kattavuus on hyvä tarkistaa muuton yhteydessä. Kotivakuutuksen piiriin kuuluvat yleensä myös muuton aikana tapahtuneet vahingot.</p> <p>Sisäänmuutto Huoneistoon muuttavista (esimerkiksi avoliiton/avioliiton alkaessa) on tehtävä sisäänmuuttoilmoitus yhteisökoordinaattorille asukasluetteloa varten. Vain asukasluetteloon merkitty henkilö voi saada oven avauspalvelua, jos avaimet ovat esimerkiksi kadonneet.</p> <p>Poismuutto Lähtösiivous kuuluu hyviin tapoihin. Poismuuttoon ja avainten luovutukseen liittyvät asiat voit hoitaa yhteisökoordinaattorin kanssa.</p>	
--	--	--

Kuva 22: Muuttajan muistilista

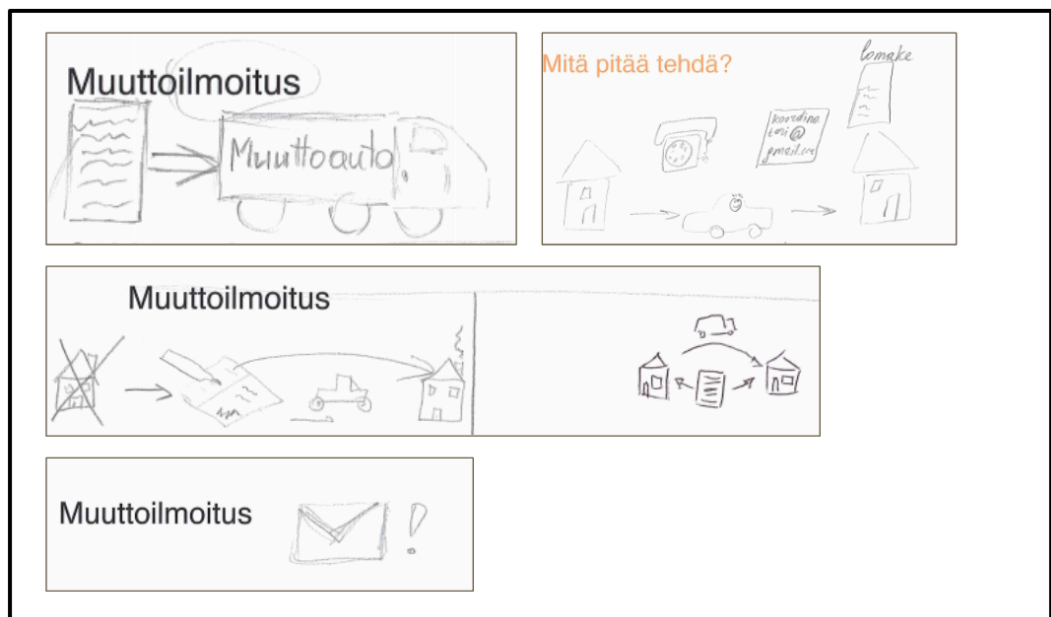
Päätin testata, miten maahanmuuttajat itse visualisoisivat muuttamiseen liittyvää sanastoa. Ryhmät saivat luettavakseen muuttajan muistilistan. Tehtävänä oli miettiä ryhmässä, miten listan asiat voisi kuvittaa, ja sen jälkeen toteuttaa kuvitus piirtämällä tai sanallisesti kuvailemalla. Yksi ryhmästä toimi piirtäjänä.

Sisäänmuutto ja poismuutto

Muutto oli selkein kuvitettava termi. Kaikki ryhmät liittivät siihen samat ikonit: talo, auto tai rekka, laatikot ja muuttosuuntaa kuvaavat nuolet.

Muuttoilmoitus

Tässä käytettiin samoja muuttoon liittyviä ikoneita kuin edellä. Ilmoitus-sanaa kuvattiin seuraavilla ikoneilla: paperi, kirjoittava käsi, puhelin, kirjekuori, sähköposti. Näistä viimeinen on mahdollisesti väärinkäsitys, koska tekstin mukaan ilmoituksen voi tehdä vain puhelimitse, verkkopalvelussa tai paperilomakkeella. Verkkopalvelu on joko vaikeasti ymmärrettävä sana tai vaikeasti kuvitettava käsite. Sähköposti-ikoni voi olla myös yritys kuvata verkkopalvelua.

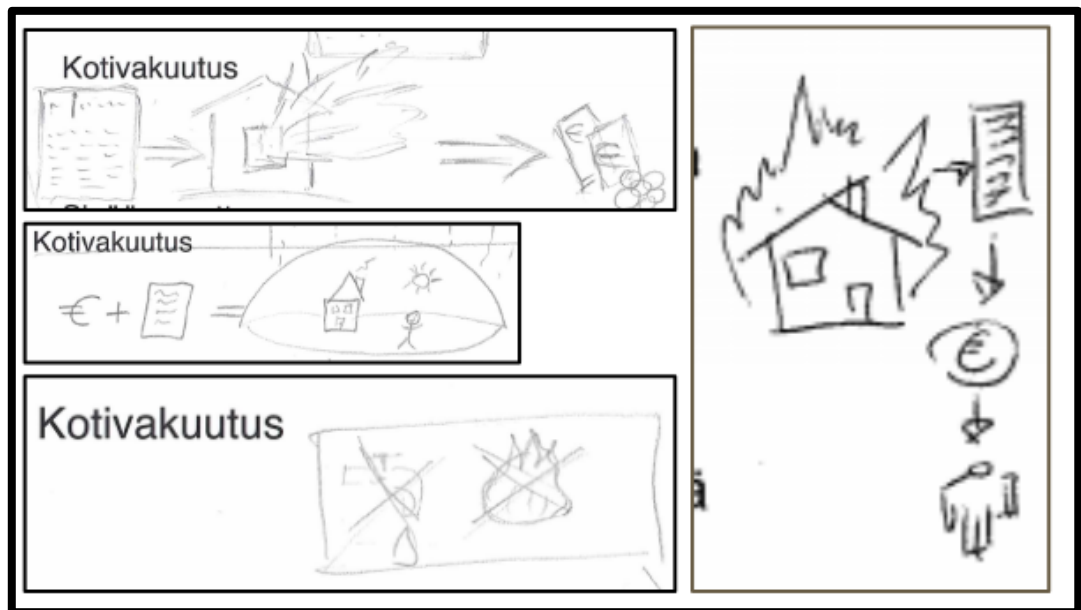


Kuva 23: Testaajien visualisoinnit aiheesta muuttoilmoitus

Muuttajan muistilistassa muuttoilmoituksesta kertova teksti on aika monimutkainen ja se on aseteltu pitkäksi kappaleeksi. Vaihtoehtoja on monia ja niihin liittyy haastavia termejä. Tämä on ollut selvästi testaajille hankala hahmottaa.

Kotivakuutus

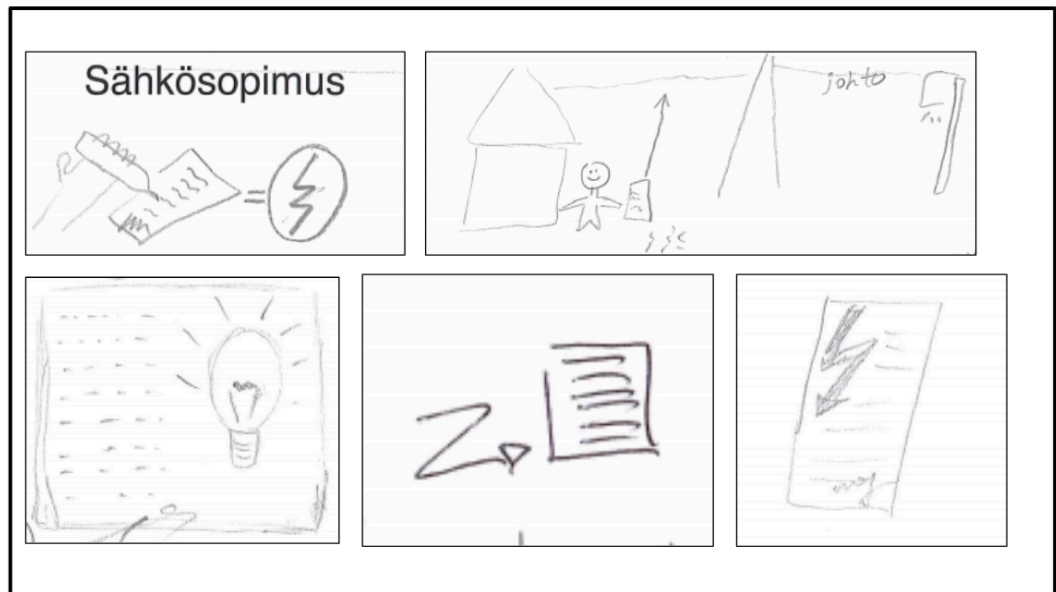
Kotivakuutukseen liitettiin kolmessa tapauksessa tulipalo ja kerran vuotava hana, jonka itse tulkitsen viittaavan vesivahinkoon. Vakuutus-sanaa havainnollistettiin paperiarkilla ja euron symboleilla. Nuolilla havainnollistettiin tapahtumien järjestystä.



Kuva 24: Testaajien visualisoinnit sanasta *kotivakuutus*

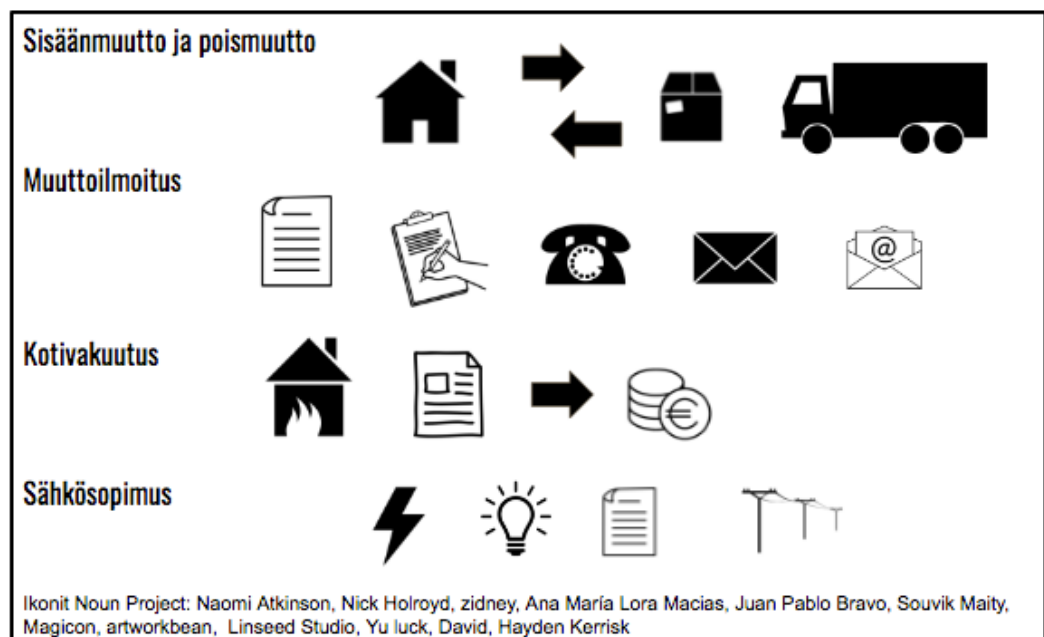
Sähkösojimus

Sähkösojimuksen visualisoinnit poikkisivat toisistaan eniten. Sähköä kuvattiin salamalla, hehkulampulla ja myös sähköjohdoilla. Kolme viidestä ryhmästä kuvasi sähköä salaman avulla. Sojimus-sanaa kuvattiin tälläkin kertaa paperiarkilla, jossa näkyy kirjoitusta.



Kuva 25: Testaajien visualisoinnit sanasta sähköopimus

Yhteenveto



Kuvio 21: Ryhmien visualisoinnit sanoista piktogrammeina esitettynä

Työpaja, jossa teksti ilmaistaan piirroksina, voi tarjota ymmärrystä asiakkaiden visuaalisesta logiikasta. Sen avulla voi hahmottaa, millaisia

ikoneita asiakkaat liittävätkin esimerkiksi muuttamiseen liittyviin käsitteisiin ja millaisia viittaussuhteita he rakentavat.

Kun samat ikonit esiintyvät hyvin monissa vastauksissa, niiden voi ajatella toimivan visuaalisina vihjeinä tekstin yhteydessä ja mahdollisesti helpottavan tekstiin orientoitumista. Kuvitusratkaisun toimivuutta täytyy kuitenkin testata erikseen. Asiakaspiirrosten avulla voi kuitenkin saada tarjolle ikoneita, joita kannattaa kokeilla kuvituksessa.

Nyt testaajajoukossa korostuivat suomalaista kulttuuria lähellä olevat, eurooppalaiset kulttuurit ja koulutetut henkilöt. Jatkossa olisi kiinnostavaa kerätä käyttäjätietoa myös esimerkiksi luku- ja kirjoitustaidottomien henkilöiden kuvanlukutavoista.

3.4.5 Työpajan opit

Tämän työpajan perusteella käyttäjättestaus on mahdollista ja voi onnistua, vaikka testihenkilöt vasta opiskelevat palvelujen kieltä eikä yhteistä kieltä testijärjestäjän kanssa välttämättä ole. (Vastoin yleistä harhaluuloa kaikki maahanmuuttajat eivät osaa englantia, ainakaan paremmin kuin suomea, joten testaaminen englannin kielellä ei välttämättä ole vaihtoehto.)

Maahanmuuttajien ääntä ei siis kannata jättää palveluissa kokonaan kuulematta vain siksi, että epäilee heidän kielitaitonsa olevan riittämätön mielipiteen ilmaisemiseen ja testaamisen olevan näin ollen jotenkin erityisen hankalaa.

Tämä työpajassa testasin myös, mitä kannattaa ottaa huomioon, kun viestintämateriaaleja testaavat maahanmuuttajat. Alla listaan muutamia keskeisiä huomioita aiheesta.

Ohjeet suullisesti ja kirjallisesti

Joskus työpajoissa ohjeet annetaan ainoastaan suullisesti ja niitä täydennetään matkan varrella. Kun osallistujien kielitaito on epävarma ja vaihteleva, korostuu kirjallisten ohjeiden merkitys. Vieraalla kielellä suulliset ohjeet menevät helpommin ohi. Kirjallisiin ohjeisiin voi olla

helpompi orientoitua ja hakea outoja sanoja netistä. Toisaalta myös suulliset ohjeet ja niiden toistaminen riittävän monta kertaa voi helpottaa niitä, joille lukeminen on haaste.

Selkeäkielisyys ja selkeä taitto

Kirjalliset ohjeet täytyy muotoilla huolella ja mahdollisimman helpotajuisesti. Pitkien tekstimassojen selvittäminen ja oudot termit vievät aikaa työskentelyltä. Selkeät vastauslomakkeet voivat nopeuttaa työtä.

Fasilitoijat varmistamassa

Kun ryhmätyön osallistujat puhuvat vierasta kieltä, ryhmän kesken voi olla myös erilaisia tulkintoja aiheesta. Fasilitoijan on hyvä kiertää testaajien joukossa varmistamassa, että kaikki pääsevät mukaan ja tehtävä on ymmärretty.

Vieraalla kielellä kommunikoiminen uuvuttaa

Työpajan tehtäviin on varattava enemmän aikaa kuin tavallisesti. Vieraalla kielellä keskusteleminen on hitaampaa ja vaatii enemmän kapasiteettia, varsinkin silloin, kun kielenkäyttö ei ole vielä sujuvaa vaan vasta oppimisvaiheessa. Jos mahdollista, työskentelyä kannattaa jakaa eri päiville. Taukoihin kannattaa satsata tavallistakin enemmän.

Haastavat materiaalit vaativat paljon aikaa

Tässä työpajassa jäi käsittelemättä mobiilisovellusinfon tapahtumaesite ja saman sovelluksen käyttöohje. Näillä haastaville aiheille olisi tarvittu huomattavan paljon aikaa, taukoja ja ehkä myös suomenkielistä avustajaa jokaiseen ryhmään tai jokaiselle testaajalle. Ryhmätestiä hyödyllisempi olisi voinut olla käyttöohjeen käytettävyydestä sovelluksen käyttöönoton yhteydessä, jossa todellinen käyttäjä ottaa sovelluksen käyttöön ja tutkija seuraa, onnistuuko käyttöönotto ohjeen avulla ja jos ei, missä kohdissa ongelmia tulee (Hyysalo 2009, 165-166). Tässä testitilanteessa tällainen menetelmä ei kuitenkaan ollut mahdollinen, koska käytettävissä oli pelkästään käyttöohje, ei varsinaista sovellusta.

Käsittämätön alleviivataan

Oikein haastavaa materiaalia voi lähestyä myös siten, että testaajat alleviivaavat materiaalista kaiken, mitä eivät ymmärrä. Näin organisaatio voi konkreettisesti hahmottaa, miten vaikea materiaali on ja millaista viestintää kannattaa välttää, jos haluaa saada viestin perille myös kieltä vasta opiskeleville asiakkaille.

Kehittämisideoita viestin yksinkertaistamiseen voi saada hyvin organisoidun yhteissuunnittelun avulla, jossa myös maahanmuuttajakäyttäjät olisivat mukana ideoimassa, miten sisällön voisi kommunikoida helpommin.

Testaus opiskelijaryhmissä

Suomen kielen opettajat ovat yleensä hyviä arvioimaan opiskelijoidensa kielitaitotasoa ja sitä, minkä tyyppiseen työskentelyyn opiskelijoiden kielitaito riittää. Opettajat ovat myös hyviä tukihenkilöitä työpajatilanteessa, koska he osaavat kommunikoida kielenopiskelijoiden kanssa tavalla tai toisella. Opintoryhmien kautta voi olla mielekästä rekrytoida käyttäjätestaajia tarvittaessa. Kielikursseilla ei ole aina aikaa ylimääräiseen ohjelmaan, mutta niiden kautta voi löytää ihmisiä, jotka voivat olla kiinnostuneita kehittämään palveluja testaajan ominaisuudessa ja liittymään testiryhmään kurssin ulkopuolella.

Ideoita jatkoon

Jatkossa kuvituksen ymmärrettävyyttä voisi kehittää kaksivaiheisesti.

1) Ensin testaajat tutustuisivat organisaation keskeisiin termeihin tai teksteihin. Näistä he tuottaisivat visuaaliset ideansa paperille, kuten luvussa 3.4.4 (s. 65). Tämän voisi toteuttaa myös yksilötyönä, tai myös tulkin tai avustajan avustuksella.

Tämän työvaiheen idea on hahmottaa, mitä ikoneja ihmiset yhdistävät eri sanoihin, mitkä ovat yleisimpiä miellelyhtymiä ja mitkä asiat visualisoinneissa painottuvat.

2) Toisessa vaiheessa eri testaajat saavat pinon ikonikortteja ja organisaation termejä ja tekstejä. Heidän tehtävänsä on yhdistää teksteihin sopivia ikonikortteja, joiden avulla termin tai tekstin sisältö avautuu sellaiselle asiakkaalle, jonka sanavarasto on vasta kehittymässä. Korteissa voi olla sekä piirrosryhmän tuottamia ikoneita että suunnittelijan relevanttina pitämiä ikoneita, jotka voivat poiketa toisistaan myös tyyllillisesti.

Tämän työvaiheen idea on kartoittaa, nousevatko jotkut ikonit esiin siten, että niitä voi pitää ymmärrettävimpinä kuin muita. Samalla on mahdollista tutkia, millaista visuaalista tyyliä testihenkilöt arvostavat.

3.4.6 Käyttäjätiedon välittäminen organisaatiolle

Työpajan jälkeen koostin kerätystä käyttäjätiedosta luennon Settlementiasuntojen yhteisökoordinaattoreille.

Oma roolini oli toimia käyttäjätiedon kerääjänä ja välittäjänä käyttäjien ja organisaation välillä. Tavoitteena oli havainnollistaa käytännön asiakasviestintää hoitavalle henkilöstölle, millaisia havaintoja maahanmuuttajaryhmä materiaaleista tekee ja mitä mahdollisia haasteita viestinnän tulkitsemisessa on.

Testauksen tavoitteena ei ollut osoittaa virheitä tai epäonnistumisia, vaan herättää ajatuksia siitä, mikä organisaation esitteissä nousee tärkeäksi, kun niitä havainnoi asiakas, jonka sanavarasto ja siten lukutaito suomen kielellä on vielä rajallinen. Samalla esille saattoi nousta myös kulttuurisia tulkintaeroja, mutta koska testaajajoukko oli nyt varsin pieni ja siinä painottui vahvasti itäeurooppalainen kulttuuritausta, tavoitteena ei ollut kerätä tietoa varsinaisista kulttuurisidonnaisista tulkinnoista tai vetää mitään johtopäätöksiä kulttuurin ja tulkinnan suhteesta.

Luennon tavoitteena oli tarjota esimerkkejä tulkinnoista ja herättää ajatuksia viestintää häiritsevistä asioista. Tulosten avulla henkilöstö voi saada ymmärrystä erilaisista kielitaitotasosta ja visuaalisen informaation tulkinnoista. Ymmärrys voi johtaa siihen, että työntekijät osaavat jatkossa

viestintätyössä harkita sanavalintoja ja kuvavalintoja entistä paremmin myös tämän asiakasryhmän kannalta.

Prosessi oli kaiken kaikkiaan onnistunut kokeilu. Suullinen palaute luennolta oli kiittävää. Käyttäjiltä saatu tieto oli arvokasta ja konkretisoi asiakkaiden viestinnällisiä tarpeita. Esimerkit organisaation omista materiaaleista auttavat henkilöstöä konkreettisemmin kuin yleisen tason viestintäkoulutus.

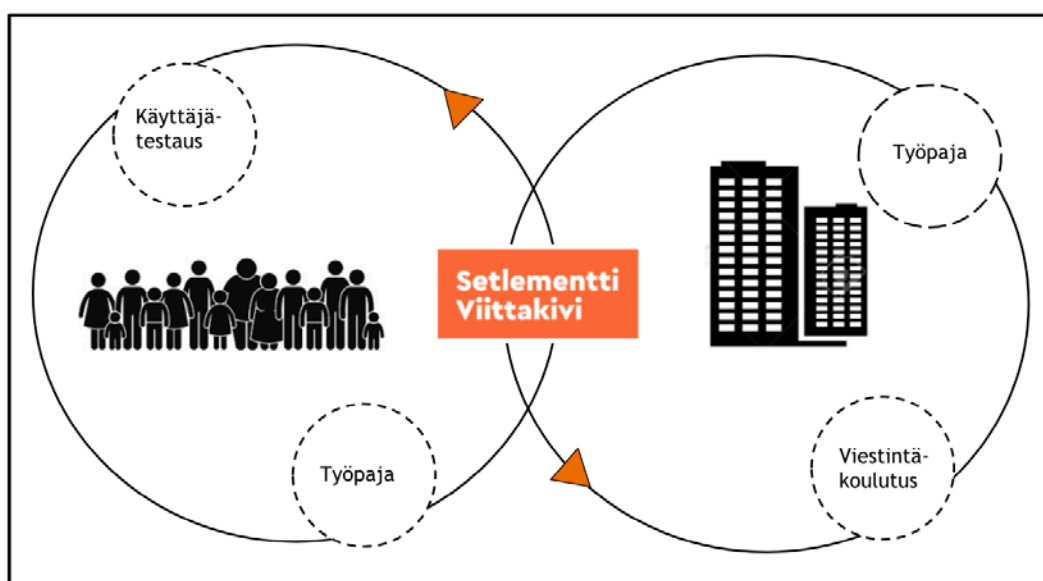
4 PÄÄTELMÄT

Visuaalisuus ja kuvat voivat olla merkittävä apu kommunikaatiossa, kun yhteistä kieltä ei ole tai kielitaito on rajallinen. Kun maahanmuuttajia työssään kohtaavilta työntekijöiltä kysyttiin kuvien käytöstä, 21 vastaajasta 19 kertoi käyttävänsä kuvia työssään kommunikoinnin apuna (ks. luku 3.3, sivu 43). Monissa välttämättömissä palveluissa viestintä ja asiakkaan opastaminen toteutetaan kuitenkin mustavalkoisena A4-tekstimassana vailla mitään visuaalisia vihjeitä. Tässä opinnäytteessä toteutettujen haastattelujen ja kyselyn perusteella visuaalisuuden ja kuvien mahdollisuuksia viestinnän ymmärrettävyyden kannalta ei ole hyödynnetty lainkaan niin paljon kuin olisi tarpeen. Monet alalla työskentelevät kaipaavat visualisoituja materiaaleja. Suurena haasteena pidettiin viranomaisten käyttämää virkakieltä. Viranomaisten viestinnän kehittämistä entistä ymmärrettävämmäksi pidettiin tarpeellisena.

Kuva-arvioinnit ja työpaja tuottivat kuvantulkinnasta käyttäjätietoa, jota on mahdollista käyttää hyödyksi jatkossa esitekuvitusten suunnittelussa. Tämä tieto on tiivistetty tämän työn liitteenä julkaistuu kysymyslistaan. Tutkimusta selkokuvasta on vähän. Sitä suuremmalla syyllä käyttäjätietoa kuvitusratkaisusta pitäisi kerätä entistä enemmän. Haastattelun perusteella ainakin nyt arvioidun esitteen kuvitusratkaisuja olisi syytä kehittää kohderyhmälle ymmärrettävämpään suuntaan. Käyttäjien ottaminen mukaan kuvitusta arvioimaan olisi julkaisijalle helppo ja nopea tapa arvioida ja kehittää esitteen ymmärrettävyyttä.

Työpaja (luku 3.4) antoi käytännöllistä tietoa käyttäjätestauksen järjestelyistä ja erilaisten testausmenetelmien mahdollisuuksista. Koen, että käyttäjätestaus työpajassa ja sen pohjalta toteutettu viestintäkoulutus hyödyttäisi monia organisaatioita, joiden henkilöstö kohtaa maahanmuuttajia päivittäin ja pohtii, miten arkisen viestinnän ymmärrettävyyttä ja saavutettavuutta voisi kehittää. Kehittäminen on vaikeaa, ellei käytössä ole mitään asiakastietoa tai tieto perustuu ainoastaan satunnaiseen asiakaspalautteeseen tai satunnaisiin viestinnän epäonnistumisiin. Konkreettisen materiaalin osallistavan tutkimisen tai

käyttäjätestien avulla henkilöstö voi saada tietoa, joka on relevanttia juuri oman työn ja oman organisaation viestinnän kannalta.



Kuvio 22: Käyttäjätietoon ja -testaukseen perustuva viestintäkoulutus

Yhteistyökumppanini Viittakivi pyrkii lisäämään ymmärrystä ja dialogia ihmisten välillä. Käyttäjätestaukseen perustuvassa viestintäkoulutuksessa Viittakivi järjestäjänä toimisi välittäjänä käyttäjän ja organisaation välillä. Oleellista olisi myös kokemusasiantuntijoiden välittäminen kouluttajiksi ja puhujiksi henkilöstökoulutuksiin.

Jatkossa työpajan tulosten purkamiseen olisi varattava enemmän aikaa. Nyt aikataulu oli kireä, koska testaus oli hyvin spontaani kokeilu ja mahdollisuus siihen tuli tarjolle myöhään. Analyysiin, luennon rakentamiseen ja matkustamiseen jäi päivä aikaa, ja ehdin purkaa tuloksista vain osan ennen luentoa. Myös luennon kesto oli hieman lyhyt, 45 minuuttia. Käsiteltävänä oli myös muita asioita käyttäjätestin lisäksi. Kokonaisuutena kokeilu oli kuitenkin kannattava, koska se osoitti, että testaus on mahdollista vaikka osallistujien kielitaito vaihtelee ja että materiaalin voi purkaa lyhyessäkin ajassa, kun tehtävät suunnittelee hyvin.

Jos käyttäjätietoa kuitenkin onnistutaan saamaan näinkin paljon, on sääli jättää osa käyttämättä. Jatkossa vastaavan työpajan materiaalmäärään varaisin analyysiin useamman päivän. Kun analysointiäikää on enemmän,

tulokset ehtii tiivistää ja visualisoida lyhyeen muotoon, jolloin luennon ei välttämättä tarvitse olla pitkä.

Kiinnostavaa olisi liittää luentoön työpaja, jossa henkilöstö voisi kehittää viestintämateriaalia käyttäjiltä saadun palautteen pohjalta. Monessa organisaatiossa arjen viestintää luodaan hyvin nopeassa aikataulussa ja moni tarpeellinen materiaali jää myös tekemättä, koska aikaa siihen ei ole. Työpaja antaisi mahdollisuuden keskittyä asiaan rauhassa sen sijaan, että viestintää tehdään kiireellä oman työn ohella.

Mielestäni konkreettisia tuotteita käsittelevä käyttäjätutkimus olisi hyödyllistä myös monien muiden asiakasryhmien kannalta. Esimerkiksi sote-uudistukseen liittyy kielellisiä haasteita (Tiililä 2017). Vastaava käyttäjätutkimus voisi antaa merkittävää asiakasymmärrystä uusien palveluiden viestinnällisiin kehittämiseen. Monet muut asiakasryhmät kärsivät samoista ongelmista kuin maahanmuuttajat. Näiden ryhmien tarpeiden kuuleminen voisi viedä eteenpäin myös palvelujen yleistä saavutettavuutta.

Julkiset organisaatiot joutuvat lähivuosina muokkaamaan verkkopalvelujaan, kun saavutettavuuslainsäädäntö astuu voimaan syksyllä 2018. Siirtymäaikaa eri palveluluille on annettu yhdestä kolmeen vuotta. (Valtiovarainministeriö.)

Vaikka laki velvoittaisi vain verkkosivujen tekniseen saavutettavuuteen, samalla olisi hyvä tilaisuus pohtia, miten sisältöjen ymmärrettävyyttä voitaisiin kehittää. Tässä tilanteessa olisi viisasta, jos organisaatiot hyödyntäisivät käyttäjätietoa ja käyttäjätestausta osana verkkopalveluiden kehittämistä. Samaa käyttäjätietoa voitaisiin hyödyntää myös paperisissa käyttöliittymissä ja henkilökohtaisissa asiakaskohtauksissa.

LÄHTEET

Esimerkkejä selkokuvasta 2016. Selkokeskus [viitattu 25.3.2018].

Saatavissa: http://selkokeskus.fi/wordpress/wp-content/uploads/2016/09/Esimerkkej%C3%A4-selkokuvasta_2016-1.pdf

Hanington, Bruce 2003: Methods in the Making. A Perspective on the State of Human Research in Design. Design Issues. Volume 19. Number 4. Autumn 2003. Viitattu [viitattu 2.5.2018]. Saatavissa:

<http://www.gds.umontreal.ca/mesureetobservationdelusage/files/2013/05/Hanington.pdf>

Hyysalo, Sampsa 2009: Käyttäjä tuotekehityksessä. Tieto, tutkimus ja menetelmät. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97. Helsinki.

Hämäläinen, Kai, Vilkkä, Hanna ja Miettinen, Satu 2011: Asiakasymmärryksen ja käyttäjätiedon hankkiminen. Teoksessa Satu Miettinen (toim.) Palvelumuotoilu. Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiateollisuus, 61-75.

Kasvi, Jyrki J.J. 2018: Miljoona uhkaa syrjäytyä digi-Suomesta. TiVi 23.3.2018 [viitattu 18.5.2018]. Saatavissa:

<https://www.tivi.fi/blogit/miljoona-uhkaa-syrjaytya-digi-suomesta-6708246>

Kotimaisten kielten keskus: Selkeä kieli, selkeä muutos

Maahanmuuttovirastossa. Kotimaisten kielten keskus: Yleistä virkakielestä [viitattu 18.1.2018]. Saatavissa:

[https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista_virkakielesta/virkakielityota_virastoissa/maahanmuuttovirasto_\(migri\)/selkea_kieli_selkea_muutos](https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista_virkakielesta/virkakielityota_virastoissa/maahanmuuttovirasto_(migri)/selkea_kieli_selkea_muutos)

Miettinen, Satu 2011: Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa Satu Miettinen (toim.) Palvelumuotoilu. Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiateollisuus, 20-41.

Nielsen, Jakob 2012: Usability 101: Introduction to Usability. [viitattu 18.5.2018] Saatavissa:

<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Nuolijärvi, Pirkko ja Tiililä, Ulla 2015: Virkakielen parantaminen toisi miljoonasäästöt. Helsingin Sanomat, Vieraskynä 8.7.2015. [viitattu 18.1.2017]. Saatavissa:

<https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000002836883.html>

Opetushallitus 2012: Aikuisten maahanmuuttajien kotoutumiskoulutuksen opetussuunnitelman perusteet [viitattu 23.5.2018]. Saatavissa:

http://www.oph.fi/download/139342_aikuisten_maahanmuuttajien_kotoutumiskoulutuksen_opetussuunnitelman_perusteet_2012.pdf

Opetusministeriö 2017: Maahanmuuttajien koulutuspolut ja integrointi. Kipupisteet ja toimenpide-esitykset 2. Opetus- ja kulttuuriministeriön

julkaisuja 2017:5 [viitattu 23.5.2018]. Saatavissa:

<http://minedu.fi/documents/1410845/4240776/okm5.pdf/c8ba5aef-5038-4be0-80fd-80d75a00f8e7>

Palmolahti, Harri 2018: Kansakunta hyppää digiloikkaa, miljoona suomalaista katsoo syrjästä. Yle 2.1.2018 [viitattu 18.5.2018]. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9989190>

Papunet 2018: Mitä on saavutettavuus? Papunet.net. [viitattu 18.5.2018]. Saatavissa: <http://papunet.net/saavutettavuus/mita-on-saavutettavuus>

Raevaara, Liisa 2018: Valinnanvapauteen tarvitaan hyviä tekstejä ja onnistunutta viestintää. Kolumni. Kotus, Hyvää virkakieltä 2018 [viitattu 18.1.2018]. Saatavissa: https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit/hyvaa_virkakielta/hyvaa_virkakielta_2018/valinnanvapauteen_tarvitaan_hyvia_teksteja_ja_onnistunutta_viestintaa.26939.news

Sainio, Ari (toim.) 2013: Viesti perille. Selko-opas kunnille [viitattu 25.3.2018]. Saatavissa: <https://kaks.fi/wp-content/uploads/2013/04/Sainio.pdf>

Selkokeskus 2015 a: Selkotunnus [viitattu 25.3.2018]. Saatavissa: <http://selkokeskus.fi/selkokeskus/selkotunnus/>

Selkokeskus 2015 b: Selkokieli, kohderyhmät [viitattu 22.5.2018]. Saatavissa: <http://selkokeskus.fi/selkokieli/kohderyhmat/>

Selkokeskus 2015 c: Selkokielen tarve [viitattu 22.5.2018]. Saatavissa: <https://selkokeskus.fi/selkokieli/tarvearvio/>

Selkokeskus 2015 d: Selkokieli verkkosivuilla. [viitattu 22.5.2018]. Saatavissa: <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokieli-verkkosivuilla/>

Selkokeskus 2015 e: Selkokuva ja selkotaitto. [viitattu 22.5.2018]. Saatavissa: <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkojulkaisun-ulkoasu/>

Selkokeskus 2015 f: Selkoteksti. [viitattu 22.5.2018]. Saatavissa: <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokirjoitusohjeet/>

Selkokeskus 2016: Selkojulkaisun typografia ja taitto [viitattu 25.3.2018]. Saatavissa: <http://selkokeskus.fi/selkokieli/selkojulkaisun-ulkoasu/selkojulkaisun-typografia/>

Setlementtiliitto. Historia [viitattu 27.5.2018]. Saatavissa: <https://www.setlementti.fi/setlementtiliitto/setlementtiliitto/historia/>

Setlementtiasunnot 2018 a: Setlementtiasunnot Oy [viitattu 20.3.2018]. Saatavissa: <https://setlementtiasunnot.fi/setlementtiasunnot/>

Setlementtiasunnot 2018 b: Yhteisökoordinaattori [viitattu 20.3.2018]. Saatavissa: <https://setlementtiasunnot.fi/asukkaalle/yhteisokoordinaattori/>

Tiililä, Ulla 2017: Tekstien laatiminen on Sote-uudistuksen ydintä. Helsingin Sanomat, Vieraskynä 24.4.2017. [viitattu 18.1.2018]. Saatavissa: <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005182478.html>

Tiililä, Ulla 2014: Kielikäsitukset hyvän virkakielen esteenä. Kielikello 3/2014 [viitattu 18.1.2018]. Saatavissa: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2726>

Tilastokeskus. Maahanmuuttajat väestössä [viitattu 19.5.2018]. Saatavissa: <https://www.stat.fi/tup/maahanmuutto/maahanmuuttajat-vaestossa.html>

Valtiovarainministeriö. Saavutettavuus [viitattu 18.5.2018]. Saatavissa: <http://vm.fi/saavutettavuusdirektiivi>

Viittakivi. Tarinamme. [viitattu 18.5.2018]. Saatavissa: <https://www.viittakivi.fi/tarinamme/>

Virtanen, Hannu 2012: Selkokielen käsikirja. 2. Painos. Helsinki: Kehitysvammaliitto.

Waddington, Jonna 2018: Asiantuntija: Puoli miljoonaa suomalaista on vaarassa syrjäytyä, koska eivät ymmärrä sote-uudistuksen sisältöä. Iltasanomat 9.3.2018 [viitattu 18.5.2018]. Saatavissa: <https://www.is.fi/kotimaa/art-2000005598473.html>

World Wide Web Consortium: Web Accessibility Initiative. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). [viitattu 18.5.2018]. Saatavissa: <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>

LIITTEET

LIITE 1 – Visuaalisen viestinnän muistilappu – Selvitä nämä, kun viestit monikulttuuriselle yleisölle

Visuaalisen viestinnän muistilappu – Selvitä nämä, kun viestit monikulttuuriselle yleisölle

Kuvan aihe

Mitä informaatiota haluat välittää?
Kertooko kuva jotain konkreettista palvelustasi?
Liittyykö kuva tekstiin?

Roolit ja toiminta

Mikä on asiakkaan ja työntekijän rooli kuvassa? Millainen suhde heillä on?

Logot

Ymmärtääkö lukija, että logosi on logo?
Voiko sen tulkita muuten? Onko se tarpeellinen?

Koristelu

Tarvitsetko kuvaa vai onko se vain koriste? Voisiko tilan täyttää informoivalla kuvalla?

Etnisyys

Kuka samaistuu kuvaasi? Haluatko yhdistää vai rajata?
Onko kuvitus monipuolinen?

Sukupuoli

Onko kuvissa molempia sukupuolia?
Sukupuolineutraali hahmo tulkitaan helposti mieheksi.
Onko se tarkoitus?

Sukupolvi

Minkäikäisiä asiakkaasi ovat?
Onko kuvissa eri sukupolvia?
Yksin, yhdessä?
Perhekesitys vaihtelee.

Symbolit

Esimerkiksi sydän voidaan tulkita romanttiseksi tai intiimiksi. Onko se tarkoituksesi?

Testaa!!

Aluksi kysy käyttäjältä,
lopuksi kysy käyttäjältä