

## Lehti maahanmuuttajanuorille

Helena Hyvönen

Opinnäytetyö  
Journalismin koulutusohjelma  
5.2.2013



<b>Tekijä tai tekijät</b> Helena Hyvönen	<b>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi</b> 2009
<b>Raportin nimi</b> Lehti maahanmuuttajanuorille	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 37 + 20
<b>Opettajat tai ohjaajat</b> Kaarina Järventaus	
<p>Tämä raportti kertoo maahanmuuttajanuorille suunnatun Duuni-lehden tekemisestä. Lehti on suunnattu yläkouluikäisille nuorille ja erityisesti maahanmuuttajanuorille. Duuni-lehti on osa Taloudellisen tiedotustoimisto TATin Samalle viivalle –hanketta, joka kannustaa maahanmuuttajia kouluttautumaan ja hakeutumaan työelämään.</p> <p>Maahanmuuttajat ovat median kohderyhmänä vielä suhteellisen uusi asia Suomessa. He itse kokevat, että Suomen media käsittelee maahanmuuttoa ja maahanmuuttajia kapeasta näkökulmasta. Stereotypioita luodaan ja ylläpidetään mediassa. Duunissa maahanmuuttajat huomioidaan nimenomaan kohderyhmänä ja median kuluttajina.</p> <p>Maahanmuuttajat syrjäytyvät yhteiskunnasta todennäköisemmin kuin kantaväestön edustajat. Yhteiskuntaan kuulumisen tunne on tärkeää nuorten identiteetin kannalta. Media joko vahvistaa tai rikkoo kuulumisen tunnetta. Duunin tehtävä on osaltaan vahvistaa kuulumisen tunnetta.</p> <p>Lehteä tehtiin noin neljän kuukauden ajan syksyllä 2012 ja se ilmestyi vuoden 2013 alussa. Duunissa käsitellään opiskelu- ja työelämää erityisesti maahanmuuttajien näkökulmasta. Lehteä varten haastateltiin useita eri maahanmuuttajia eri ammattialoilta. Projektin aikana kuvattiin kahdeksan eri ammattiesittelyvideota, joissa maahanmuuttajat kertovat omasta uravalinnastaan ja työkuvastaan.</p> <p>Maahanmuuttajille kirjoittaessa on otettava erityisesti huomioon selkeä kieli, koska kaikki eivät vielä ymmärrä suomea sujuvasti. Selkokielen ohjeet toimivat ohjenuorana Duunin juttuja kirjoittaessa.</p> <p>Duuni on asiakaslehti ja se ilmestyi printti- ja digilehtenä. Lehdessä on 20 sivua.</p>	
<b>Asiasanat</b> Maahanmuuttajat, monikulttuurisuus, selkokieli, kohderyhmät, ammatinvalinta	

Journalism degree programme

<p><b>Authors</b></p> <p>Helena Hyvönen</p>	<p><b>Group or year of entry</b></p> <p>2009</p>
<p><b>The title of thesis</b></p> <p><b>MAGAZINE FOR MIGRANT YOUTH</b></p>	<p><b>Number of pages and appendices</b></p> <p>37 + 20</p>
<p><b>Supervisor(s)</b></p> <p>Kaarina Järventaus</p>	
<p>This report explains the process of making <i>Duuni</i>, a magazine for migrant youth. The magazine's target group is all middle school students between the ages of 13 to 16, but it is especially directed to young people with a migrant background. <i>Duuni</i> is part of Economic Information Office's Samalle viivalle campaign, which aims to encourage migrant youth to get a higher education and make a successful career.</p> <p>Immigrants as the media's target group are a fairly new thing in Finland. According to research, immigrants feel that the Finnish media cover immigration and immigrants from a narrow point of view. Stereotypes are created and maintained in the media. <i>Duuni</i> regards immigrants as a target group and consumers of media.</p> <p>Immigrants are more likely to become marginalized from society than Finnish people. The feeling of belonging to society is very important for the identity of a teenager. The media can either strengthen or diminish this feeling; <i>Duuni</i> magazine tries to strengthen this feeling.</p> <p><i>Duuni</i> was made in about four months in the fall of 2012 and was published at the beginning of the year 2013. <i>Duuni</i> covers stories about student and work life, especially from the migrant viewpoint. Several immigrants from different professions were interviewed for the magazine. Eight videos were also filmed, where immigrants tell about their career choices and professions.</p> <p>The use of basic language is very important when writing for immigrants, because many don't yet understand Finnish fluently. These basic-language directions worked as guidelines while writing articles for <i>Duuni</i>.</p> <p><i>Duuni</i> is a customer magazine and was published as both a printed and digital magazine. The magazine has 20 pages.</p>	
<p><b>Key words</b></p> <p>Migrant youth, multiculturalism, basic language, target groups, career choice</p>	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Toimeksianto ja tavoitteet.....	2
2.1	Monikulttuurisuuden teemanumero .....	3
3	Nuoret maahanmuuttajat kohderyhmänä .....	6
3.1	Maahanmuuttajat valtamediassa .....	6
3.2	Kahden kulttuurin välissä.....	7
3.3	Maahanmuuttajien mediakäyttäytyminen.....	9
3.4	Maahanmuuttajanuorten syrjäytyminen .....	9
3.5	Maahanmuuttajat Duunissa .....	11
3.6	Duunin merkitys.....	12
4	Ymmärrettävä kieli ja sanavalinnat .....	14
4.1	Selkokielisyys.....	14
4.2	Kritiikki selkokieltä kohtaan .....	16
4.3	Selkokielisyys Duunissa .....	17
4.4	Monikulttuurista toimittamista .....	18
5	Lehden tekoa .....	21
5.1	Haastateltavien etsintä .....	23
5.2	Artikkeleiden tekoa .....	24
6	Visuaalisuus ja videot.....	27
6.1	Duunin taitto.....	27
6.2	Grafiikka .....	27
6.3	Videot.....	28
6.3.1	Videoiden tekoprosessi.....	30
7	Loppupohdintaa .....	32
7.1	Omaa pohdintaa .....	32
7.2	Kriittistä pohdintaa .....	34
7.3	Asiakkaan kommentit .....	35
7.4	Toimeksiantajan palaute .....	36
	Lähteet.....	38
	Liitteet.....	40

# 1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössäni käsittelen maahanmuuttajanuorille suunnatun Duuni-lehden tekoprosessia. Lehti on tehty työsuhteessa T-Mediaan syksyllä 2012. Duuni on asiakaslehti ja sen tilaaja on Taloudellinen tiedotustoimisto TAT. Lehden tekoprosessin aikana asiakkaan mielipiteet otettiin ensisijaisesti huomioon. Tästä huolimatta lehti on tehty journalistisia periaatteita noudattaen.

Duuni on suunnattu kaikille yläkouluikäisille nuorille, mutta sen erityinen kohderyhmä on maahanmuuttajanuoret. Siksi käsittelen tässä raportissani lehden tekoa nimenomaan maahanmuuttaja-kohderyhmän kautta.

Duuni on lehti, joka kertoo nuorille opiskelusta, eri ammattivaihtoehdoista ja työelämästä. Lehdessä on esillä useita eri ammateissa työskenteleviä maahanmuuttajia. Duuni-lehti on osa Samalle viivalle – monikulttuuriset nuoret paremmin eväin työelämään –hanketta, joka on Taloudellisen tiedotustoimisto TATin vetämä EU-rahoitteinen hanke.

Duuni-projektiin kuului printti- ja digilehden teon lisäksi kahdeksan ammattiesittelyvideon kuvaamista, jotka julkaistiin Taloudellisen tiedotustoimisto TATin ylläpitämällä Kunkoululoppuu.fi-sivuilla sekä Youtube-palvelussa.

Pohdin raportissani sitä, millainen kohderyhmä maahanmuuttajat on ja mitä täytyy ottaa huomioon, kun heille tehdään lehteä. Käyn läpi Duunin teon eri vaiheita: millaisia päätöksiä tehtiin sisältöjen, haastateltavien, näkökulmien tai visuaalisuuden suhteen ja miten projekti lopulta saatiin päätökseen.

Maahanmuuttajat ovat Suomessa suhteellisen nuori median kohderyhmä. Valtamedia on pitkään kirjoittanut maahanmuutosta ja siihen liittyvistä ilmiöistä, mutta tutkimusten mukaan maahanmuuttajat itse kokevat uutisoinnin olevan yksipuoleista. Maahanmuuttajia ei oteta huomioon kohderyhmänä. Duunin lähestymistapa maahanmuuttajiin poikkeaa valtamediasta juuri tässä asiassa.

## 2 Toimeksianto ja tavoitteet

Työni toimeksiantaja on T-Media Oy. T-Media on vuonna 1997 perustettu viestintätoimisto, joka tarjoaa asiakkailleen palveluita neljässä eri kategoriassa: viestintä, tutkimukset, konsultointi ja koulutus. Viestinnän alle kuuluvat T-Median eri lehtijulkaisut. T-Media tuottaa muun muassa T-lehteä, Abittia ja Amis-lehteä. T-Median tutkimukset ja lehdet keskittyvät opiskelu- ja työelämään ja sen vahvinta osaamisaluetta on työnantajamaineen hallinta. (T-Media, 2012.)

T-Media on osa Taloudellista tiedotustoimisto TATia yhdessä Finnfactsin kanssa ja edustaa Suomessa Reputation Institutea. (T-Media, 2012.)

Taloudellinen tiedotustoimisto TAT on vuonna 1947 perustettu tiedotustoimisto. TAT keskittyy paljon nuoriso- ja oppilaitosviestintään ja tekee aktiivista yhteistyötä yritysten kanssa. TAT määrittelee visiokseen Suomen, jossa yrityksillä on osaavaa työvoimaa ja rohkeutta menestyä. TATin tehtävä on edistää elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä viestinnän keinoin. (Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 2012)

TATin toimisto sijaitsee Eteläisellä Makasiinikadulla yhdessä T-Median kanssa.

Taloudellinen tiedotustoimisto TAT piti Duuni-lehdestä julkisen tarjouskilpailun. T-Media jätti oman tarjouksensa 21.6.2012. Lehden jakelusta vastaa asiakas. Lehti jaetaan pääosin yläkouluille opettajien kautta vuonna 2013. Lehden painos on 20 000.

Duuni-lehti on yläkouluikäisille suunnattu lehti, joka kertoo opiskelusta ja työelämästä. Duunia on tehty kolme kertaa aiemmin ja jokainen lehti on ollut jonkin toimialan, kuten teollisuus tai sosiaali- ja terveystalvelut, teemanumero. T-Media on tehnyt aiemmat Duuni-lehdet.

Lehden teko alkoi virallisesti ensimmäisen palaverin jälkeen 4.9.2012. Kunnolla haastateltavien etsintään ja juttujen tekoon paneuduttiin kuitenkin vasta toisen palaverin jälkeen 19.9.

Juttuja tehtiin sitä vauhtia, kun haastateltavia löytyi ja asiakas ne hyväksyi. Myös videoiden haastateltavien etsintä ja kuvaukset aloitettiin samaan aikaan.

Kokonaisuudessaan Duuni-projektissa tuotettiin sisältöä ajalla 19.9–19.12. eli tasan kolme kuukautta.

Yleinen aikataulu oli seuraava:

19.9.-19.12. Sisältöjen tuottamista.

10.12. Lehti menee taittoon (tässä vaiheessa osa jutuista vielä tekemättä, taitetaan sitä vauhtia, kun valmistuu).

14.12. Lehden ensimmäinen taittoversio näyttille asiakkaalle.

17.-18.12. Taiton muokkausta.

19.12. Taitto valmis.

20.12. Lehti menee painoon.

21.12. Kaikki videot valmiina. Digilehti valmis julkaistavaksi verkossa.

31.12. Lehti tulee painosta.

## **2.1 Monikulttuurisuuden teemanumero**

Vuoden 2013 Duuni-lehti on monikulttuurisuuden teemanumero. Tämä Duuni on osa TATin Samalle viivalle – monikulttuuriset nuoret paremmin mukaan työlämään -hanketta, jonka tarkoitus on vaikuttaa positiivisesti maahanmuuttajien tutkinnon suorittamis- ja työllistymislukuihin. Hankkeella halutaan kannustaa ja innostaa maahanmuuttajanuoria käyttämään monikulttuurista osaamistaan hyödyksi työelämässä. Esimerkiksi kielitaito on arvostettu ja tärkeä taito monille työnantajille. (Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 2012.)

Samalle viivalle on ESR-hanke, joka kestää kolme vuotta ja päättyy joulukuussa 2013. Hankkeen rahoittajia ovat Taloudellinen tiedotustoimisto TAT,

Opetusministeriö, Vipuvoimaa EU:lta ja Euroopan Unionin sosiaalirahasto.  
(Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 2012).

Tässä opinnäytetyössäni käytän paljon sanoja maahanmuuttaja, maahanmuuttajanuori, nuoret, kantaväestö ja monikulttuurisuus. Maahanmuuttajalla tarkoitan henkilöä, joka ei ole syntynyt Suomessa, mutta on muuttanut Suomeen myöhemmin elämässä. Maahanmuuttajanuorella tarkoitan noin 13–16-vuotiasta nuorta, joka ei ole syntynyt Suomessa vaan on muuttanut tänne myöhemmin. Nuorella tarkoitan kaikkia Suomessa asuvia 13–16-vuotiaita huolimatta siitä, ovatko he syntyneet Suomessa tai jossain muualla. Kantaväestöllä tarkoitan sitä osaa väestöstä, jolla on pitkäaikainen historia maassa ja joka jakaa alueen kulttuuriset piirteet ja perinteet. Eli tässä tapauksessa kantaväestö tarkoittaa niitä suomalaisia, jotka ovat asuttaneet Suomea monen sukupolven ajan. Monikulttuurisuudella tarkoitan eri kulttuurien vuorovaikutusta ja yhdessä elämistä eri yhteisöissä kuten työpaikalla tai yhteiskunnassa.

Duuni-lehden teko kilpailutettiin ja T-Media voitti avoimen kilpailun. Tämän jälkeen prosessi lähti liikkeelle yhteisessä kokouksessa asiakkaan edustajien kanssa. Päätimme toimitusneuvoston kokoonpanosta ja kokousaikataulusta. Oma roolini toimitusneuvostossa ja projektissa oli Duuni-lehden päätoimittaja.

Toimitusneuvoston kokouksissa osallistuin sisältösuunnitelman tekoon, juttujen näkökulmista keskusteluun ja yleiseen, lehteä koskevaan päätöksentekoon. Lisäksi vastasin toimitusneuvostossa esille tuleviin kysymyksiin ja muutostoiiveisiin ja pyrin toteuttamaan ne parhaalla mahdollisella tavalla ja journalistin eettisiä ohjeita noudattaen.

Ensimmäisessä kokouksessa päätimme yleisesti, millaisia juttutyyppejä lehteen tulee ja mikä on lehden linja. Asiakkaan toive oli, että lehdessä tulisi olla nuoria ihmisiä esillä monipuolisesti eri kulttuuritaustoista.

Duuni-lehden ensisijaiseksi tavoitteeksi määriteltiin maahanmuuttajanuorten kannustaminen jatko-opintoihin ja työelämään. Tämän halusimme tehdä kertomalla heille, millaisissa työpaikoissa ja ammateissa maahanmuuttajia Suomessa



työskentelee. Lehden tarkoitus on rohkaista nuoria olemaan rohkeasti oma itsensä ja tuomaan monikulttuurista osaamista rohkeasti esille, koska esimerkiksi kielitaito on nykyään arvokas taito työelämässä. Duunia ei kuitenkaan ole suunnattu pelkästään maahanmuuttajanuorille, vaan kaikille yläkouluikäisille. Sen tarkoitus on myös kertoa kantaväestön nuorille monikulttuurisuudesta. Asiakkaan toive oli, että lehdessä on mukana myös syntyperäisiä suomalaisia, sillä tarkoitus ei ollut tehdä erottelua suomalaisten ja maahanmuuttajanuorten välille.

### 3 Nuoret maahanmuuttajat kohderyhmänä

”Media rakentaa käsityksiä siitä, mitä kansakunta on, mitä se voi olla ja keitä siihen kuuluu. Se luo käsityksiä kansanryhmistä ja vähemmistöistä.”

(Nikunen, 2012, 155.)

#### 3.1 Maahanmuuttajat valtamediassa

Ymmärtääkseni maahanmuuttajia kohderyhmänä otin selvää, miten maahanmuuttajat itse kokevat roolinsa mediassa ja millaisena he näkevät suomalaisen valtamedian. Etsin myös taustatietoa maahanmuuttajien asemasta Suomessa ja miten maahanmuuttajanuoret näkevät itsensä yhteiskunnassa.

Monet maahanmuuttajat kokevat, että media leimaa ja uutisoi heidän kansallisuuttaan edustavista ihmisistä yksipuolisesti. Lähi-idästä tulevat tytöt kokevat, että heille annetaan aina uhrin ja alistetun rooli, kun taas Venäjältä tulleet kokevat saavansa rikollisen leiman (Nikunen, 2012, 173). Nikusen toteuttamassa tutkimuksessa nuoret näkivät, että suomalainen uutis- ja ajankohtaisjournalismi tuottaa varsin negatiivista, ongelma- ja rikospainotteista kuvastoa maahanmuuttajista, joka leimaa heitä heidän päivittäisessä arjessaan (Nikunen, 2012, 159).

Kokonaisuudessaan Nikusen haastattaluissa tuli ilmi, kuinka vahvasti kulttuuriset oletukset määrittävät nuoria ja erityisesti tyttöjä. Tytöt kokivat tulevansa valtakulttuurissa vahvasti määritellyiksi kulttuurinsa kautta. (Nikunen, 2012, 164.)

Asiakkaan edustajien kanssa aiheesta keskusteltua tuli selväksi, että tärkeä tavoite on välttää valtamedian kliseitä ja tehdä lehti, jossa huomioidaan maahanmuuttajat nimenomaan kohderyhmänä.

Väittämää stereotyyppioista tukee myös Ovet auki! monikulttuuriset nuoret, vapaa-aika ja kansalaistoimintaan osallistuminen –kirja. Luvussa nuorten muuttajien

leimaaminen kerrotaan, että suomalaisessa yhteiskunnassa, koulussa ja muissa organisaatioissa, jotka ovat tekemisissä nuorten kanssa, elää maahanmuuttajista kummallinen kuva. Heidät nähdään usein avuttomina, köyhinä, tyhminä, alistuneina ja vallattomina. Usein ajatellaan, että maahanmuuttajien vanhemmat ja traditiot hallitsevat heitä ja erityisesti maahanmuuttajatyttöjä ja -naisia. (Habib, 2009, 46.)

Maahanmuuttajat siis kokevat, että heitä käsitellään mediassa enimmäkseen tiettyinä ryhminä, joista voi uutisoida, mutta heitä ei oteta huomioon median aktiivisina kuluttajina. Median yksi oleellisimpia asioita on ymmärtää median kuluttajaa. Näin ollen maahanmuuttajat tulisi ymmärtää median kuluttajiksi ja osaksi suomalaista yhteiskuntaa, ei ulkomaalaisiksi, jotka vain asuvat Suomessa.

Tunne kuulumisesta suomalaiseen yhteiskuntaan on maahanmuuttajanuorille tärkeä. Jos kuulumisen tunnetta ei ole, voi olla vaikeaa osallistua yhteiskunnalliseen ja vapaa-ajan toimintaan. Tunne kuulumisesta yhteiskuntaan ei tule helposti, etenkin jos nuori kokee syrjintää ja rasismia. (Habib, 2009, 47.)

### **3.2 Kahden kulttuurin välissä**

Monet maahanmuuttajanuoret elävät kahden kulttuurin välissä: he ovat kasvaneet suomalaisten nuorten kesellä suomalaisessa koulujärjestelmässä ja kotona heillä usein on vanhempien ylläpitämä oma kulttuuri. Duunin sanoma on, että monikulttuurisuus on hieno asia ja vahvuus, josta voi olla ylpeä.

Oman identiteetin rakentaminen kahden kulttuurin välissä voi joskus kuitenkin olla hankalaa.

Väestötutkimuslaitoksen tekemässä tutkimuksessa haastateltiin koulujen sairaanhoitajia, psykologeja, opettajia sekä lasten vanhempia. Kyselyssä kävi ilmi, että koulun henkilökunta usein vähättelee kiusaamisen määrää tai ei usko kiusaamisen johtuvan etnisistä syistä. Osa sairaanhoitajista ja psykologeista vastasi, että kiusaamista etnisistä syistä ei heidän koulussaan ole, koska maahanmuuttajanuoria on niin paljon. Toiset taas vastasivat, että kiusaamista ei ole,

koska maahanmuuttajaryhmä on niin pieni eikä ole uhaksi kenellekään. Osassa vastauksissa rasismien olemassaolo tunnustettiin, mutta vastaajat eivät tieneet, miten laajaa tai vahvaa se on. Vastaajat arvioivat myös, että heillä on usein rajalliset keinot tunnistaa kiusaaminen tai rasismi. (Säävälä, 2012, 54–55.)

Vastauksista selvisi, että henkilökunta koulussa on usein aika tietämätön kiusaamisesta. Yksi sairaanhoitaja vastasi, että koska suurin osa maahanmuuttajanuorista on syntynyt Suomessa ja puhuu suomea äidinkielenään, mitään syytä kiusaamiselle ei pitäisi olla. Osa vastaajista kertoi, että negatiivisia asenteita maahanmuuttajanuoria kohtaan on usein enemmän suomalaisten lasten vanhemmilla kuin nuorilla itsellään. Vanhemmat eivät halua lastaan monikulttuuriseen kouluun tai luokalle. (Säävälä, 2012, 53.)

Maahanmuuttajavanhempien vastauksista puolestaan paistoi ilmi asenne suomalaisia kohtaan. He kertoivat, että usein suomalaiset lapset pääsevät helpommalla tehtyään jotain väärin, kun taas maahanmuuttajaoppilaita syytetään herkemmin. Yksi somaliäiti totesi, että somalilapseen kohdistunutta kiusaamista yritetään hyssyttellä, kun taas suomalaiseen lapseen kohdistuvaan kiusaamiseen puututaan heti. Useat vanhemmat pitivät suomalaista kasvatuskulttuuria huonona eivätkä halunneet lastensa oppivan suomalaisia tapoja. (Säävälä, 2012, 57-58.)

Yleisradio käsitteli samaa asiaa artikkelissaan ”Maahanmuuttajanuori tasapainoilee kulttuurien välillä” 4.12.2012. Artikkelissa kirjailija Husain Mohammed kommentoi, että maahanmuuttajanuori voi jäädä puun ja kuoren väliin painiskellessaan vanhempien ja yhteiskunnan odotusten keskellä. Nuorten kiinnostus sopeutua valtaväestöön aiheuttaa vanhemmilla pelkoa, etenkin jos he eivät itse tunne suomalaista kulttuuria kovin hyvin. Jotta maahanmuuttajien lapset voivat sopeutua suomalaiseen yhteiskuntaan, heidän vanhempiensa tulisi olla perillä kulttuurista ja yhteiskunnan pelisäännöistä. (Hannukainen, 2012.)

Maahanmuuttajanuoret elävät siis usein kahden asenteen välissä: omat vanhemmat vierastavat suomalaista kulttuuria ja suomalaiset aikuiset ja oppilaat esimerkiksi koulussa saattavat vierastaa heidän alkuperäistä kulttuuritaustaansa. Ongelmia voi

ilmetä kotona, jos nuori omaksuu suomalaisen kulttuurin, mitä omat vanhemmat eivät välttämättä hyväksy. Jos taas nuori ei omaksu suomalaista kulttuuria, ongelmia voi ilmetä koulussa tai työpaikalla.

### **3.3 Maahanmuuttajien mediakäyttäytyminen**

Kaarina Nikunen on tutkinut maahanmuuttajien mediakäyttäytymistä. Hänen tutkimustensa mukaan maahanmuuttajanuorten vanhemmat usein kontrolloivat median, erityisesti television, käyttöä. Televisio on vanhemmille oleellisin mediaväline, jota he seuraavat eniten. Usein vanhemmat katsovat oman maansa tai omalla kielellään tehtyjä ohjelmia tai uutisia satelliittivikanavien kautta. Tietyissä maahanmuuttajaryhmissä vanhemmat kontrolloivat vahvasti lastensa television katsomista. Ohjelmat, joissa on romanttisia tai fyysisiä kohtauksia, esimerkiksi suutelua, ovat kiellettyjä. (Nikunen, 2010, 226-227.)

Nuoret ovat kuitenkin kasvaneet internetin kanssa eivätkä heidän vanhempansa ymmärrä täysin internetin maailmaa. Siksi nuoret voivat yleensä käyttää internetiä vapaammin ja seuraavat sieltä heitä itseään kiinnostavia aiheita. (Nikunen, 2012, 163.)

Maahanmuuttajanuorten innostus hakea ja saada tietoa sekä heidän eriävät kiinnostuksen kohteensa verrattuna vanhempiinsa vahvistavat käsitystä siitä, että maahanmuuttajanuorille suunnatulle julkaisulle on kysyntää. Maahanmuuttajanuoret kuluttavat aktiivisesti mediaa ja etsivät sieltä heitä kiinnostavia aiheita ja julkaisuja. Koska, kuten aiemmin olen todennut, maahanmuuttajat pitävät Suomen valtamedian antamaa kuvaa heidän kansanryhmänsä edustajista usein stereotypisena, erilaisen lähestymistavan ottava lehti voisi saada hyvin lukijoita maahanmuuttajanuorista.

### **3.4 Maahanmuuttajanuorten syrjäytyminen**

Syrjäytyneistä nuorista lähes neljäsosa on maahanmuuttajataustaisia. Maahanmuuttajanuorilla on yli viisinkertainen riski syrjäytyä verrattuna kantaväestöön. Erityisesti maahanmuuttajaperheiden naisten on vaikea päästä

työelämään. Toisen polven maahanmuuttajille työllistyminen on helpompaa, sillä heillä on parempi kielitaito ja koulutus. (Myrskylä, 2012, 4.)

Myrskylän tutkimuksessa syrjäytyneellä tarkoitetaan henkilöä, joka on työvoiman ulkopuolella, jolla ei ole peruskoulun lisäksi muuta koulutusta, eikä hän opiskele. Tutkittu ikäryhmä oli 15–29-vuotiaat. Luvut perustuvat vuoden 2010 tilastoihin. (Myrskylä, 2012, 1.)

Kokonaisuudessaan syrjäytyneitä 15–29-vuotiaita oli vuonna 2010 yhteensä 51 341, mikä on noin 5 prosenttia kaikista nuorista. (Myrskylä, 2012, 2.)

Kyseisessä tutkimuksessa syrjäytyneeksi ei luokitella työtöntä henkilöä, jolla on ammatti (Myrskylä, 2012, 3). Mielestäni tästä syystä nämä tilastolliset tiedot eivät ole täysin paikkaansapitäviä, sillä tutkimuksessa ei oteta huomioon sitä mahdollisuutta, että ammatin opiskellut työtön henkilö voi olla syrjäytynyt. Tutkimuksessa ei myöskään oteta huomioon sitä mahdollisuutta, että ilman ammatillista tutkintoa oleva henkilö ei välttämättä automaattisesti ole syrjäytynyt.

Vaikka syrjäytyneen henkilön määritelmä ja raja-  
aus tässä tutkimuksessa on suhteellisen tiukka, mielestäni tulokset ovat silti käyttökelpoisia ja osoittavat luotettavasti maahanmuuttajanuorten suhteellisen määrän syrjäytyneistä.

Suurin syrjäytymisriski on vieraskielisillä miehillä, jotka ovat suorittaneet ainoastaan peruskoulun. Heistä syrjäytyneitä on 33 prosenttia. Vieraskielisten pelkästään peruskoulun käyneiden naisten vastaava luku on 26. Naisten lukua laskee se, että lapsia kotona hoitavaa naista ei lasketa syrjäytyneeksi, vaikka hänellä ei olisi ammattitutkintoa. Kantaväestöön kuuluvien peruskoulun käyneiden miesten syrjäytymisprosentti on 13 ja naisten 8. (Myrskylä, 2012, 3.)

Maahanmuuttajista noin 70 prosenttia on nuoria aikuisia. Uusia maahanmuuttajia tulee Suomeen noin 20 000 vuodessa. Kun maahanmuuttajanuorien riski syrjäytyä on huomattavasti suurempi kuin kantaväestöön kuuluvan nuoren, oleellisen tärkeä

keino ennaltaehkäistä syrjäytymistä on panostaa maahanmuuttajanuorten ohjaamiseen koulutukseen ja työelämään. (Myrskylä, 2012, 5.)

### 3.5 Maahanmuuttajat Duunissa

Duuni-lehden kohderyhmä on ensisijaisesti maahanmuuttajanuoret. Emme siis kirjoita maahanmuuttajista vaan kirjoitamme maahanmuuttajille.

Kohderyhmäämme kuuluu luonnollisesti kaikki yläkouluikäiset, mutta maahanmuuttajanuoret otettiin erityisesti huomioon lehden lukijoina. Tämä ajatus määritteli koko lehdenteon prosessia.

Maahanmuutto on nuorille iso ja tärkeä kokemus, ja se määrittää vahvasti heidän elämänsä. Tämä tapahtuu kuitenkin monin eri tavoin. Nuorilla on paljon erilaisia kokemuksia eikä niitä voi liittää yksiselitteisesti etniseen taustaan tai sukupuoleen. (Nikunen, 2012, 160.)

Nikusen tutkimuksessa selvisi, että maahanmuuttajanuoret seuraavat aktiivisesti eri medioita ja oman synnyinmaansa tapahtumia. He pitävät suomalaista mediaa kuitenkin niukkana, pinnallisena ja näkökulmaltaan rajallisena. Nuorilla on selkeä halu saada lisää tietoa entisestä kotimaasta. Tietoa etsitään ja uutisia luetaan lähinnä internetistä. Usein nuoret etsivät internetistä tietoa ja keskustelukavereita omalla äidinkielellään ja surffailevat forumeilla, joissa käsitellään uskontoa, etnisyyttä tai muita itseä kiinnostavia aiheita kuten harrastuksia. (Nikunen, 2012, 163.)

Tavoitteemme lehden sisällön suhteen oli nimenomaan kaikin tavoin välttää kliseitä, stereotyyppioita ja olla toistamatta valtamedian kaavoja. Stereotyyppioilla ja kaavoilla tarkoitetaan esimerkiksi tapaa kirjoittaa tietyistä kansanryhmistä tai kansallisuuden edustajista kapeasta näkökulmasta tai tietyn kansanryhmän edustajien laittamista samaan muottiin. Stereotyyppisöivää on esimerkiksi kirjoittaa Lähi-idästä tulevista naisista aina uhreina ja sorrettiina.

Halusimme tehdä Duunista nuorten itsensä näköisen lehden. Asiakkaan edustajat olivat etukäteen kyselleet muutamilta nuorilta mielipiteitä nuorille suunnatusta

lehdessä – mitä he haluaisivat lukea ja mikä heitä kiinnostaa. Kyseiset nuoret kertoivat haluavansa lehteen nuoria ihmisiä, sillä ”30-vuotiaat ovat jo ikäloppuja”. Koska kirjoitimme työelämässä jo olevista ihmisistä ja esittelimme eri ammatteja, oli mahdotonta pitää kaikki haastateltavat alle 20-vuotiaina. Päätimme asiakkaan edustajien kanssa pyrkivämme siihen, että kaikki haastateltavat ovat alle 30-vuotiaita. Pääsimme tavoitteeseemme melko hyvin. Ainoastaan kolme lehdessä esiintyvää henkilöä on yli 30-vuotiaita. Saimme mukaan myös muutaman selkeästi alle 20-vuotiaan henkilön, minkä koimme tärkeäksi kohderyhmämme ikäjakauman (13–16-vuotiaat) huomioon ottaen.

Nuoret kertoivat asiakkaan edustajille pitävänsä myös hyviä kuvia ja kuvitusta tärkeänä. Visuaalisuus on selkeästi tärkeä elementti, joka vahvasti määrittää päätöstä lukea lehti. Päätimme panostaa lehden ulkonäköön ja taittoon, jotta se olisi houkutteleva ja kiinnostava ensisilmäyksellä.

### **3.6 Duunin merkitys**

Duuni on osa Samalle viivalle – monikulttuuriset nuoret paremmin eväin työelämään -hanketta, jonka yksi oleellinen tavoite on vähentää maahanmuuttajanuorten opintojen keskeytymistä ja torjua heidän syrjäytymistä yhteiskunnasta (Taloudellinen tiedotustoimisto TAT, 2012). Toimitusneuvoston näkemys oli, että Duuni-lehden tehtävä hankkeessa on välittää tietoa opiskelumahdollisuuksista ja työelämästä ja kannustaa nuoria, niin maahanmuuttajia kuin suomalaisiakin, kouluttautumaan ja hakeutumaan työhön, joka itseä kiinnostaa. Lisäksi lehden tehtävä on kertoa työelämästä nimenomaan monikulttuurisuuden näkökulmasta.

Olemme halunneet valita Duuniin lähestymistavan, joka huomioi maahanmuuttajat kohderyhmänä, mutta ei pyri asettamaan heitä mihinkään eriarvoiseen asemaan. Duuni-lehden on tarkoitus olla kiinnostava myös suomalaisille nuorille. Enimmäkseen ääneen lehdessä pääsevät kuitenkin maahanmuuttajat. Lehdessä on eri taustoista tulevien maahanmuuttajien tarinoita siitä, miten he ovat Suomessa pärjänneet, mihin ammattiin ovat opiskelleet ja missä nyt työskentelevät.



Duuni kertoo nuorille, sekä maahanmuuttajille että syntyperäisille suomalaisille, työelämästä. Sen pääteemat ovat opiskelu ja ammatit: miten eri ammatteihin voi päätyä ja miten oman unelmatyön voi saavuttaa. Lehti kannustaa olemaan aktiivinen ja rohkea ja tuomaan omaa erityisosaamista rohkeasti esille. Monet maahanmuuttajanuoret voivat ajatella, että he ovat aina toissijaisia työnhakijoita kantaväestöön verrattuna. Todellisuudessa monikulttuurista osaamista ja kielitaitoa tarvitaan kipeästi monissa yrityksissä. Monikulttuurisuus on taito, jossa maahanmuuttajat ovat usein vahvempia kuin suomalaiset – ovathan he kasvaneet kahden kulttuurin välissä ja ovat usein vähintään kaksikielisiä.

Kuten Duunin työpaikkareportaasin haastateltava Matti toteaa: Eri kulttuureista voi oppia niin paljon. Usein työpaikoilla voidaan saada hyviä uusia tapoja tehdä asioita toisten kulttuurien kautta. (Liite 1, 2013, 5.)

## 4 Ymmärrettävä kieli ja sanavalinnat

### 4.1 Selkokieli

Koska kohderyhmässämme on lukijoita, jotka eivät puhu suomea äidinkielenään, selkokielen merkitys korostuu. Lehden kielestä keskusteltiin asiakkaan kanssa ja heidän ehdoton edellytyksensä oli selkokielen käyttö.

Hannu Virtasen Selkokielen Käsikirja (2012) toimi itselleni tärkeänä selkokielen oppimateriaalina. Valitsin Selkokielen Käsikirjan, koska se on nimensäkin mukaisesti selkeästi kirjoitettu ja jäsennelty. Ohjeet ja niiden selitykset on helppo sisäistää.

”Kun kirjoitetaan maahanmuuttajille, on tärkeä ymmärtää selkokielen merkitys. Kieli on paljon muutakin kuin vain vuorovaikutuksen väline. Kieli antaa perustan abstraktille ajattelulle ja näin koko inhimilliselle kulttuurille. Kieli on voimakkaasti sidoksissa siihen kulttuuriin, jonka keskellä sen käyttäjä elää.” (Virtanen, 2012, 8.)

Selkokielen tulee olla yleiskieltä huomattavasti helpommin ymmärrettävää.

Selkokielen tarkoitus ei ole korvata hyvää selkeää yleiskieltä esimerkiksi mediassa, vaan auttaa niiden ihmisten tiedonsaantia, joille selkeä yleiskielikin on liian vaikeaa ymmärtää. (Virtanen, 2012, 16.)

Selkokeskus määrittelee selkokielen seuraavanlaisesti: ”Selkokieli on suomen kielen muoto, joka on mukautettu sisällöltään, sanastoltaan ja rakenteeltaan yleiskieltä luettavammaksi ja ymmärrettävämmäksi. Se on suunnattu ihmisille, joilla on vaikeuksia lukea ja/tai ymmärtää yleiskieltä.” (Selkokeskus, 2012.)

Selkokeskuksen tekemän selvityksen mukaan selkokielen tarve lasten ja nuorten keskuudessa on noin 4-8 prosenttia ikäryhmästä. Yhteensä selkokielen kohderyhmään Suomessa kuuluu 210 000 – 380 000 suomalaista. Selkokieli on tarpeellinen henkilöille, joiden kielelliset vaikeudet johtuvat synnynnäisestä poikkeavuudesta, joiden kielelliset taidot ovat heikentyneet esimerkiksi

muistisairauden vuoksi ja henkilöille, joille suomi ei ole äidinkieli. (Selkokeskus, 2012.)

Selkokieliä lehtiä Suomessa ovat muun muassa Leija, Selkosanomat ja LL-Bladet. Suomessa on julkaistu myös useita selkokieliä kirjoja kuten Leena Lehtolaisen ”Ensimmäinen murhani”.

Selkokielen käyttöön on olemassa tarkkoja kieliopillisia sääntöjä. Oleellisimpia sääntöjä ovat seuraavat:

- Vältä lauseenvastikkeita ja suosi sen sijaan sivulauseita tarpeen mukaan.
- Pidä lauseet lyhyinä ja selkeinä.
- Vältä vaikeita ammatti- tai sivistyssanoja.
- Vältä vaikeita verbien taivutusmuotoja (esimerkiksi juoksennellessamme).
- Vältä passiivia.
- Tee tekstistä konkreettista ja havainnollista esimerkein.
- Kiinnitä asioita aikaan ja paikkaan.
- Käytä suoraa sanajärjestystä.
- Älä laita liikaa asiaa yhteen lauseeseen.

(Virtanen, 2012, 108–110.)

Kokonaisuudessaan selkokielen ohjeet ovat mielestäni lähellä sanomalehtikirjoittamisen ohjeita. Selkokielessä täytyy kuitenkin vielä tarkemmin miettiä tiettyjen taivutusten ja sijamuotojen käyttöä. Käsitteellisiä sanoja kuten ammattitermejä tulisi välttää.

STT:n Tyylikirja pitää sisällään sekä journalistiset että kielelliset ohjeet toimittajille (STT, 2012). Se on suunnattu erityisesti STT:n toimittajille ja kertoo, mikä on STT:n linja. Sisällöltään se on kuitenkin mielestäni yleispätevä.

Tyylikirjan ohjeet kirjoittamiseen ovat monessa kohtaa samanlaiset kuin ohjeet selkokieliseen kirjoittamiseen. Tyylikirjassa kehoitetaan muun muassa välttämään asiantuntijatermejä ja vierassanoja sekä suosimaan lauseenvastikkeiden sijaan sivulauseita. Tyylikirjassa varoitetaan myös kirjoittamasta kansallisuuteen, etniseen

taustaan, uskontoon, sukupuoleen tai terveydentilaan liittyvistä asioista epäasiallisesti, sillä se vahvistaa ennakkoluuloja. Sellainen ei ole hyvää journalismia. (STT, 2012.)

## 4.2 Kritiikki selkokieltä kohtaan

Selkokieltä vastaan on esitetty myös kritiikkiä. Useat kirjailijat pitävät kielen yksinkertaistamista huonona asiana, eivätkä ole antaneet lupaa kirjojensa selkokielistämiseen. Hannu Virtanen kirjoittaa Selkokielen käsikirjassa, että Katriina Rapatti on tutkinut selkokieltä ja todennut, että selkokielen ohjeistuksessa ei ole otettu huomioon sitä, että lukija lukee tekstiä myös oppiakseen kieltä, ei pelkästään ymmärtääkseen. (Virtanen, 2012, 112–114.)

Virtanen on itse sitä mieltä, että suurimmalla osalla selkokielen kritisoijista ei ole konkreettista kokemusta selkokielestä tai todellista tietoa siitä, kuinka monet ihmiset Suomessa tarvitsevat selkokieltä. (Virtanen, 2012, 118.)

Olen perehtynyt selkokieleen opinnäytetyöni ajan ja itse tullut siihen lopputulokseen, että selkokieli on monille maahanmuuttajille tarpeellinen väylä oppia yleiskieltä. Monet Selkosanomiam lukeneet ihmiset kertoivat, että he aloittivat uutisten lukemisen Selkosanomista, mutta ovat sittemmin siirtyneet lukemaan tavallisia sanomalehtiä. Rapatin väite siitä, että selkokieli ei opeta tarpeeksi, on siis mielestäni perusteeton.

Toisaalta voidaan myös esittää väite, että selkokieltä erillisenä suomen kielen muotona ei ole edes olemassa. Koska esimerkiksi STT:n Tyylikirjan kirjoittamisen ohjeet, jotka on suunnattu lähinnä sanomalehtiin kirjoittaville toimittajille, ovat käytännössä samat kuin selkokielen ohjeet, voidaan ajatella, että hyvä journalistinen teksti on aina kielellisesti niin selkeä, että sitä pystyy ymmärtämään myös henkilö, jolle suomen kielen lukeminen on haasteellista.

### 4.3 Selkokieliyys Duunissa

Selkokieline teksti ei ole sama asia kuin yksinkertainen teksti: halusimme pitää artikkelit kielellisesti rikkaina ja monipuolisina. Jokainen juttu arvioitiin toimitusneuvostossa sisältönsä ja haastateltavien pohjalta erikseen ja ratkaistiin sitten, onko tekstiä tarpeen helpottaa tai lyhentää.

Haasteellisin artikkeli selkokielen kannalta oli vähemmistövaltuutetun Eva Biaudetin haastattelu (Liite 1, 2013, 9). Tämän jutun idea oli nimenomaan avata tasa-arvoon, syrjintään ja vähemmistövaltuutetun työkuvaan kuuluvia käsitteitä selkokielelle. Nämä ovat usein suomalaisillekin vaikeita käsitteitä. Biaudet on pitkäaikainen poliitikko ja virkamies. Hän puhui haastattelussa varsin virkamiesmäisesti ja antoi muun muassa lakiteksteihin nojaavia vastauksia. Työstimme haastattelun jälkeen Biaudetin toimiston kanssa tekstiä selkokielisempään muotoon useaan otteeseen.

Yksi esimerkki jutusta on sanan ”syrjintä” selitys. Alkuperäisessä tekstissä haastateltavan vastauksen perusteella jutussa luki: ”Syrjintä on sitä, kun henkilö asetetaan toista samassa asemassa olevaa henkilöä heikompaan asemaan”. Tämä lause on suomalaisellekin jo vaikea tulkittava. Mitä se tarkoittaa käytännössä? Työstettyämme juttua kohta muuttui seuraavanlaiseksi: ”Syrjintä on sitä, kun toista samassa tilanteessa olevaa ihmistä kohdellaan huonommin. Syynä voi olla esimerkiksi ihonväri, ikä tai seksuaalinen suuntautuminen”.

Muita jutussa muuttuneita kohtia oli esimerkiksi sana ”instituutio”. Se muuttui selkokielistämisen jälkeen selitykseksi ”itsenäinen taho”. Lisäsimme editointivaiheessa juttuun myös enemmän konkreettisia esimerkkejä työsyrynnästä ja etnisestä työsyrynnästä.

Duunin takakannesta löytyy ohjeita työhaastatteluun (Liite 1, 2013, 20). Näitä ohjeita selkokielistettiin editoinnin yhteydessä. Alkuperäisessä ohjeessa luki ”ota katsekontakti haastattelijaan”. Lausetta muutettiin ja siitä tuli ”katso haastattelijaa silmiin, kun hän puhuu sinulle tai sinä puhut hänelle”.

Dialogi-jutun kainaloa selkokielistettiin myös (Liite 1, 2013, 8). Haastateltava rekrytointikonsultti Heidi Rajala käytti yhdessä vastauksessaan sanaa ”höösätä”. Hänen sitaattinsa oli alun perin ”nuoresta ei saa hyvää kuvaa, jos äiti höösää mukana ja potkii nuorta sohvalta töihin”. Muutimme verbin yksinkertaisesti olla-verbiksi. Lauseesta tuli muutoksen jälkeen ”nuoresta ei saa hyvää kuvaa, jos äiti on mukana ja potkii nuorta sohvalta töihin”.

Selkokieleksi editoiminen oli suurimmaksi osaksi tiettyjen sanojen vaihtamista selkeämmin ymmärrettäviksi. Minä ja Duuniin kirjoittaneet free-toimittajat huomioimme jo kirjoitusvaiheessa selkeän kielen, minkä takia kovin merkittäviä muutoksia kielen ymmärrettävyyden takia ei tarvinnut tehdä. Eniten keskustelua käytiinkin siitä, onko tiettyjen sanojen käyttäminen hyväksyttävää tai asiallista.

#### **4.4 Monikulttuurista toimittamista**

Toimitusneuvostomme jäsenenä oli kaksi eri taustoista tulevaa maahanmuuttajaa. Lehden tekeminen toimituksessa oli siis itsessään jo monikulttuurinen kokemus.

Toimitusneuvostossamme nousi keskusteluun monia kiinnostavia asioita liittyen lehden tekemiseen ja sen sisältöihin. Keskusteluun nousi sanan ”sopeutuminen” käyttö ja merkitys. Keskusteluissa tuli ilmi näkemyksiä, joiden mukaan sana on negatiivinen eikä sitä tulisi käyttää maahanmuuttajista kertovien juttujen yhteydessä. Asia oli minulle täysin uusi, sillä itse koen sopeutuminen-sanana neutraalina ja tavallisena sanana. Keskustelu avasi kuitenkin ymmärrystäni siitä, miten jokin sana voi eri ihmisille tarkoittaa eri asioita tai olla täysin eri tavalla latautunut. Juttuja kirjoittaessa ei aina tule miettineeksi yhden sanan merkitystä eri kohderyhmille, vaikka ehkä pitäisi.

Keskustelujen lopputuloksena sovimme, että pyrimme välttämään kyseistä sanaa lehdessämme.

Toinen aihe, joka nousi keskusteluun, oli haastateltavien taustojen ja kansallisuuksien kirjoittaminen sisälle juttuun. Minulle oli luonnollista juttua

tehdessäni kysellä henkilön taustoja ja mainita esimerkiksi henkilön synnyinmaa artikkelissa. Toimitusneuvostossa juttuja käsiteltäessä asiaa kuitenkin kritisoitiin. Henkilöiden kansallisuuksien tai synnyinmaiden mainitseminen koettiin leimaavana ja erottelevana kantaväestöstä. Itse näin, että esimerkiksi synnyinmaan mainitseminen on osa henkilön identiteettiä enkä tarkoittanut, että mainitseminen olisi tapa luoda ennakoasenteita kyseistä henkilöä kohtaan. Keskustelimme aiheesta kattavasti ja päädyimme ratkaisuun, että jutuista otetaan henkilöiden kansallisuudet pois, mikäli ne eivät ole oleellisia jutun sisällön kannalta.

Henkilön synnyinmaan sai mainita ammattiesittelyissä, sillä nämä ovat henkilöhaastatteluja, joiden tarkoitus on kertoa haastateltavan oma tarina siitä, miten hän on tullut Suomeen ja miten on päätynyt omaan ammattiinsa. Artikkelit ovat henkilöjuttuja, jolloin henkilön persoona, identiteetti ja tausta ovat tärkeitä elementtejä.

Kansallisuuskeskustelun aikana jouduin myös punnitsemaan omia ajattelu- ja työskentelytapojani. Työpaikkareportaasissa haastattelin monia maahanmuuttajia ja kahta suomalaista henkilöä (Liite 1, 4–5). Juttua kirjoittaessani kerroin maahanmuuttajien taustat, mutta en suomalaisten haastateltavien kohdalla kertonut, että henkilöt ovat syntyneet ja kasvaneet Suomessa. Alitajuisesti pidin suomalaisuutta itsestäänselvyytenä, jota ei tarvitse erikseen mainita. Toimitusneuvostossa minulta kuitenkin kysyttiin, miksen mainitse suomalaisten kansallisuutta tai synnyinmaata. Omasta näkökulmastani ajateltuna suomalaisuuden mainitseminen ei ollut tarpeellista. Maahanmuuttajien näkökulmasta se on tarpeellista, mikäli muutkin kansallisuudet mainitaan. Koska kohderyhmäämme kuuluu paljon maahanmuuttajia, ei voida olettaa, että he voivat yksin henkilön nimen perusteella päätellä, että hän on suomalainen. Lisäksi pelkästään maahanmuuttajien synnyinmaan mainitseminen koettiin tavaksi erotella maahanmuuttajat kantaväestöstä.

Nämä näkökulmat ja kommentit saivat minut pohtimaan omia lähtökohtiani kirjoittaa maahanmuuttajista. Olen matkustellut paljon ja asunut ulkomailla muutamaan otteeseen. Pidän itseäni kansainvälisenä ja monikulttuurisuutta

ymmärtävänä ihmisenä. Tämän keskustelun päätteeksi jouduin kuitenkin myöntämään, että tarkastelen maailmaa vahvasti suomalaisesta näkökulmasta. Se ei sinänsä ole huono asia, mutta monikulttuurisuudesta kirjoittaessa ja maahanmuuttajia haastatellessa on tärkeää päästä omasta kuoresta ulos ja pyrkiä ymmärtämään asioita jopa täysin erilaisesta ajatusmaailmasta ja kokemuspohjasta käsin.

Kyseisen työpaikkareportaasin kohdalla olisin itse mieluummin lisännyt suomalaisten haastateltavien kohdalle heidän taustatietonsa. Monikulttuurisesta työyhteisöstä kirjoittaminen olisi mielestäni vaatinut näiden eri kulttuurien mainitsemisen. Asiakkaan toive oli, että kansallisuudet otetaan kokonaan pois. Keskustelimme asiasta monipuolisesti ja toin oman näkemykseni esille. Keskustelun päätteeksi sovimme kuitenkin, että asia ratkaistaan asiakkaan toiveiden mukaisesti. Monikulttuurinen työpaikka –reportaasin tarkoitus ei ollut niinkään kertoa työntekijöiden henkilökohtaisia tarinoita. Jutun tarkoitus oli kertoa, miten kyseinen työyhteisö toimii ja arvostetaanko monikulttuurisuutta.



## 5 Lehden tekoa

Lähtiessämme suunnittelemaan lehden sisältöä, tiesimme, että haluamme tehdä laadukkaan aikakauslehtijulkaisun. Sisällön suhteen se tarkoitti omasta mielestäni sitä, että lehdessä on eri juttutyyppejä monipuolisesti ja erilaiset ihmiset eri taustoista pääsevät ääneen. Lisäksi halusin tietysti, että jutut on kirjoitettu sujuvasti ja kiinnostavasti, kuvat ovat näyttäviä ja laadukkaita ja että lehti on visuaalisesti iskevä.

Toimitusneuvosto kokoontui projektin aikana seitsemän kertaa ja tämän lisäksi minulla oli pienempiä tapaamisia asiakkaan edustajan kanssa. Palaverissa käytiin läpi jo tehtyjä asioita ja ehdotettiin muutoksia sekä keskusteltiin tulevista tehtävistä.

Tekemäni alkuperäinen sisältösuunnitelma hyväksyttiin toimitusneuvostossa pienin muutoksin. Mitään juttutyyppejä ei jätetty pois suunnitelmasta, mutta sivumääriä muuteltiin.

Suunnitelmassani eri juttutyypeinä oli muun muassa työpaikkareportaasi, maahanmuuttajajulkiksen haastattelu, henkilöjuttu, ammattiesittelyitä ja opettavana juttukokonaisuutena työhakemuksen ja CV:n tekoa ja työhaastatteluun valmistautumista.

Sisältösuunnitelma muotoutui seuraavanlaiseksi:

Sisältösuunnitelma, taulukko 1

Sivunumero	Juttu	Jutusta	Oma roolini
1	Kansi		Ideontia
2	Sisällysluettelo		Tekstien laadinta
3	Pääkirjoitus		editointi
4	Työpaikkareportaasi	Monikulttuurinen työyhteisö	Ideointi, kirjoittaminen
5	..reportaasi jatkuu		

6	Työntekijähaastattelu	Kansainvälinen työpaikka	Ideointi, kirjoittaminen
7	Maahanmuuttajajulkis		Ideointi, editointi
8	Dialogi-juttu	suomalainen ja maahanmuuttajanuori	Ideointi, haastateltavien etsintä, editointi
9	Dialogi-juttu jatkuu	kainaloksi asiantuntijan kommentti	Taiton suunnittelua yhdessä graafikon kanssa
10	Ammattikuvia	Maahanmuuttajia eri ammateissa	Haastateltavien etsintää, kirjoittamista
11	Ammattikuvia	Näistä kuvattu myös videot	
12	Ammattikuvia		Videoiden käsikirjoitusten teko
13	Ammattikuvia		
14	Koulupolku	Graafinen toteutus	-
15	Testi	Työhaastatteluun valmistautuminen	Ideointia, kysymysten laadintaa
16	Vähemmistövaltuutettu	Eva Biaudetin haastattelu	Kirjoittaminen, editointi
17	Erikoinen valinta	jossain erikoisessa ammatissa	Ideointi ( jäi lopulta pois lehdestä)
18	Työnhaku, CV		Kirjoittamista (osaksi valmiin materiaalin työstöä), editointia
19	Työhakemus		Kirjoittamista, editointia, taiton suunnittelua
20	Työhaastattelu (takakansi)	Infografiikkaa	Ideointi, kirjoittaminen

Asiakas piti juttuehdotuksistani kaikkein eniten dialogi-jutusta. Jutun idea oli kutsua kaksi nuorta, suomalainen ja maahanmuuttaja, keskustelemaan

monikulttuurisuudesta ja työelämästä nuorten omilla sanoilla. Dialogisissa oli tarkoitus kattaa nuoria askarruttavia työelämäkysymyksiä ja kuulla, mitä nuoret itse ajattelevat ja pohtivat. Juttu toteutettiin Lahdessa ja siinä oli mukana 15- ja 16-vuotiaat pojat. Halusimme luoda haastattelulle rennon tunnelman ja ympäristön, jotta keskustelu ei tuntuisi pakotetulta. Toimittaja ja kuvaaja menivät haastateltavien kanssa keilaamaan.

Pääosin Duunissa esille pääsevät maahanmuuttajat, mutta mukana on myös kantaväestön edustajia. Tämä oli asiakkaan ehdoton toive: emme halua lokeroita maahanmuuttajia omaksi ryhmäkseen, vaan osaksi suomalaista yhteiskuntaa ja suomalaisia.

Haastateltavia etsittiin mahdollisimman monipuolisesti eri kieliryhmistä ja kulttuuritaustoista sekä tasapuolisesti miehiä ja naisia. Halusimme myös löytää monipuolisesti ihmisiä eri koulutustaustoista ja ammateista.

## **5.1 Haastateltavien etsintä**

Maahanmuuttajahaastateltavia etsittiin monin eri keinoin. Kirjoitin muutamaan kertaan omaan Facebookiini statuksen, jossa kerroin etsiväni maahanmuuttajataustaisia haastateltavia, jotka ovat opiskelleet Suomessa ammattiin ja työllistyneet. Tämän kautta löysin yhden haastateltavan ammattikuviiin ja lisäksi useita vinkkejä, mistä etsintää kannattaisi jatkaa.

Haastateltavia etsiessäni otin yhteyttä suoraan muutamiin kansainvälisiksi tietämiini yrityksiin. Otin yhteyttä yleensä viestintä- tai HR-päällikköön. Yritysten kautta löysimme kolme haastateltavaa. Yleisesti yritykset suhtautuivat innokkaasti monikulttuurisuus-teemaamme ja halusivat mielellään etsiä meille haastateltavia. Heidän työntekijänsä haastatteleminen on tietysti heille ilmaista mainosta ja välittää kuvaa monikulttuurisesta ja kansainvälisestä työnantajasta. Pidän innostusta kuitenkin merkinä myös siitä, että yritykset pitävät monikulttuurisuutta tärkeänä asiana ja haluavat rakentaa mainettaan sen suuntaan. Tämä vahvisti näkemystäni siitä, että aiheemme on tärkeä ja ajankohtainen.

Olin haastateltavia etsiessäni yhteydessä myös eri järjestöihin kuten Somaliliittoon. Kokemukseni mukaan näistä järjestöistä oli vaikeampi saada vastauksia tai yhteistyötä kuin yrityksistä. Lopulta saimme asiakkaan kautta Somaliliitosta haastateltavan. Somalit edustavat suurta maahanmuuttajaryhmää Suomessa, joten somalin mukanaolo lehdessä koettiin tärkeäksi.

Projektin edetessä loppusuoralle teimme sisällön suhteen ratkaisun, että erikoinen valinta –juttu otetaan pois ja dialogille annetaan yksi sivu lisätilaa. Tähän päätökseen vaikutti ratkaisevasti se, että erikoisessa ammatissa työskentelevän maahanmuuttajan löytäminen osoittautui melkein mahdottomaksi. Listallamme olevia toiveammattajeja olivat muun muassa lentäjä, perämies, laivakapteeni, laivan perämies, lentokonemekaanikko tai jokin muu vastaava erikoisempi ammatti. Lukuisat kyselyni osoittautuivat kuitenkin kerta toisensa jälkeen turhiksi, kun minulle ilmoitettiin, ettei heillä (tahoilla, joilta kyselin haastateltavia) ole maahanmuuttajia kyseisissä ammateissa. Muutama viikko ennen lehden painoon menoa päätimme hylätä tämän jutun ja antaa dialogille lisää tilaa. Dialogin yhteyteen oli tarkoitus pyytää asiantuntijalta kommentit nuoria mahdollisesti askarruttaviin kysymyksiin. Nyt tälle kinalolle annettiin melkein koko sivu tilaa, ja dialogille itselleen koko aukeama. Ennen painoa vaihdoimme vielä myös julkkiskokki Josen ja vähemmistövaltuutetun haastattelujen paikkoja lehdessä, joten lopullinen sivujärjestys on eri kuin sivusuunnitelmassa.

## 5.2 Artikkeleiden tekoa

Juttujen kirjoittaneet toimittajat, joko minä tai free-toimittajamme, tapasivat ja haastattelivat henkilökohtaisesti suurimman osan Duunissa esiintyvistä henkilöistä. Ainoa juttu, joka tehtiin puhelinhaastatteluna, oli dialogin yhteyteen tullut kainalo eli asiantuntijan kommentti.

Vähemmistövaltuutetun haastattelu on mielestäni yksi tärkeimmistä jutuista lehdessä (Liite 1, 2013, 9). Monet kantaväestönkään edustajat eivät tiedä kuka on vähemmistövaltuutettu ja mitä hän tekee. Oli tärkeää avata syrjintään ja

yhdenvertaisuuteen liittyviä käsitteitä. Kävin tekemässä haastattelun vähemmistövaltuutetun toimistolla henkilökohtaisesti. Reilun tunnin ajan keskustelimme maahanmuuttajista ja tasa-arvoon liittyvistä käsitteistä. Haastattelun aikana käytettiin paljon virallisia laki- ja virkamiestermejä, joiden kääntäminen selkokielelle vaati jälkeinpäin suurempaa työtä kuin muiden artikkeleiden kohdalla.

Halusimme ottaa lehteen mukaan myös yhden julkisuuden henkilön. Kokemuksemme mukaan julkisjutut ovat yleensä nuorista kiinnostavia. Valitsimme haastateltavaksi Top Chef –ohjelmasta tutuksi tulleen libanonilaisen huippukokin Joseph Youssefin eli Josen (Liite 1, 2013, 17). Valintaan vaikutti vahvasti se, että hänellä on opiskeltu kokin ammatti. Koska Duuni-lehti kertoo opiskelusta ja eri opiskeluvaihtoehdoista, piti asiakas plussana ammattikorkeakoulussa opiskeltua kokin tutkintoa. Jutun tekovaiheessa haastateltavalla oli vielä suomalainen tutkinto kesken. Libanonissa suoritettua tutkintoa ei Suomessa hyväksytty. Tästä syystä Jose hakeutui ammattikorkeakouluun Suomessa.

Työpaikkareportaasin kohdalla punnitsimme eri vaihtoehtoja ja päädyimme lopulta siihen, että reportaasi tehdään Ikeasta (Liite 1, 2013, 4–5). Päätökseen vaikutti vahvasti Ikean hyvä työnantajamaaine, kansainvälisyys ja suorastaan innostunut suhtautuminen maahanmuuttajiin työntekijöinä. Jutun idea oli kuvata monikulttuurista työyhteisöä: seurata miten työt käytännössä hoituvat ja miten ihmiset tulevat keskenään toimeen ja suhtautuvat monikulttuurisuuteen. Tiedonhankinnan vaiheessa otin selvää, onko Ikealla virallisia ohjeistuksia monikulttuurisuuteen liittyen ja miten maahanmuuttajat otetaan huomioon. Kiinnostavaa oli se ettei Ikea pitänyt erillistä ohjeistusta maahanmuuttajatyöntekijöistä tarpeellisena, koska heidän mielestään kaikkien ihmisten kohteleminen tasaveroisesti on lähtökohta ja itsestäänselvyys Ikeassa. Haastattelemani maahanmuuttajataustaiset työntekijät tukivat tätä näkemystä ja pitivät Ikeaa monikulttuurisuutta ymmärtävänä työnantajana.

Asiakkaan edustajien toive oli saada lehteen haastattelu kansainvälisessä työssä olevasta suomalaisesta henkilöstä. Jutun tarkoitus oli selventää, että kansainvälisiin

asioihin törmää nykyään useissa työpaikoissa ja monikulttuuriset asiat ovat arkipäivää töissä myös suomalaisille. Haastateltavaksi löysimme Laura Kinnusen Citec-suunnitteluyrityksestä (Liite 1, 2013, 16). Kinnunen löytyi suoraan Citecin kautta. Kinnunen oli haastateltavana T-Median tuottamassa T-lehdessä aiemmin tänä syksynä ja muistin hänen kertoneen haastattelussa, että on päivittäin tekemisissä eri kulttuurien kanssa (Toikka, 2012, 40). Otin häneen yhteyttä Citecin henkilöstöpäällikön kautta ja tiedustelin tarkemmin hänen työnsä kansainvälisyyttä. Saatuaani lisää tietoa totesin, että hän on sopiva haastateltava ja sovimme haastattelun.

Kinnusen työ suunnitteluinsinöörinä kansainvälisessä yrityksessä on hyvä esimerkki monikulttuuristen taitojen tärkeydestä. Kinnunen on päivittäin yhteydessä esimerkiksi Intiaan, jossa käytöstavat ovat hyvin erilaiset. Kinnunen kertoo haastattelussa, että on äärimmäisen tärkeää tietää eri kulttuurien tapoja onnistuakseen työssä ja jottei loukkaa ketään. Pahimmassa tapauksessa kulttuuritapojen laiminlyöminen voi johtaa asiakasuhteiden katkeamiseen. (Liite 1, 2013, 16.)

Kinnusen haastattelu on oiva esimerkki suomalaisille nuorille siitä, että monikulttuuriset asiat ovat jatkuvasti läsnä työpaikoilla. Eri kulttuurien tunteminen ja kunnioittaminen on ratkaisevan tärkeää kansainvälisessä yritysmaailmassa.

Päätoimittajana osallistuin jokaisen artikkelin ideointiin ja etsin myös suuren osan haastateltavista. Kirjoitin lehden jutuista suurimman osan. Annoin kaksi artikkelia toimeksiantona freetoimittajille. Juttujen valmistuttua editoin ne ennen taittoon menoa. Myös asiakas luki ja kommentoi jokaisen artikkelin.

## 6 Visuaalisuus ja videot

Lehden kuvittamiseen käytettiin freekuvaajia. Graafisen kuvituksen toteutti taittaja. Itse olin mukana ideoimassa kuvitusta.

### 6.1 Duunin taitto

Asiakas määritteli toiveensa Duunin ulkonäön suhteen seuraavanlaisesti: pirteää, iloista ja modernia väritystä.

Näistä teemoista käsin lähdimme taittajan kanssa suunnittelemaan Duunin ulkonäköä. Selkokieliseen taittoon on tarkat ohjeet (Selkokeskus, 2002), mutta olimme asiakkaan kanssa yhtä mieltä siitä, ettemme noudattaisi niitä kovinkaan tarkasti. Koska nuorten vastauksissa lehden sisällöstä korostui visuaalisuus, emme halunneet tinkiä tai yksinkertaistaa lehden ulkonäköä.

Selkokielisten ohjeiden mukaan fontin tulee olla selkeä ja helppolukuinen. Valitsimme lehden fontit seuraavalla tavalla:

Leipäteksti: ClanOT (book) koko 8,3pt, riviväli 11pt

Pääotsikko: Vaihtelee ClanOTin ja Cronos MM:n välillä, koko vaihtelee

Ingressi: Cronos MM koko 16pt, riviväli 18pt

Väliotsikko: Cronos MM koko 11pt

Päädymme fonttivalinnoissa ClanOTiin ja CronosMM:ään, koska ne ovat selkeitä ja helppolukuisia myös digilehdessä.

### 6.2 Grafiikka

Suunnittelimme taittoa yhdessä taittajan kanssa. Olin itse mukana ideoimassa, mutta lopullinen lehden visuaalinen ilme on taittajan käsialaa. Vahvin roolini taiton suhteen oli dialogi-jutussa, jossa kerroin taittajalle selkeästi, millaisen taiton juttuun haluan. Toiveeni oli rakentaa juttu dialogiksi puhekuplien avulla. Tämän idean graafikko

toteutti sekä omasta että asiakkaan mielestä erinomaisesti ja artikkeli on visuaalisesti näyttävä. Jutussa keskustelevat keskenään yläkoululaiset Joonas ja David. Heidän vuoropuhelunsa on graafisesti rakennettu puhekuplilla eteneväksi (Liite 1, 2013, 6–8).

Yksi vahva läpi lehden etenevä graafinen toteutus on vinjetit. Nämä värikkäät vinjetit toistuvat muun muassa juttujen otsikoissa. Sivujen taustaväreinä on käytetty vahvoja värejä. Taustoihin sopi taittajamme mielestä syvätyt kuvat paremmin, joten melkein kaikki valokuvat lehdessä ovat syvätyt.

Grafiikka esiintyy pääroolissa myös Testaa taitosi työhaastattelua varten –testisivulla (Liite 1, 2013, 15), koulupoluissa (Liite 1, 2013, 14) ja työhakemus ja CV-aukeamalla (Liite 1, 2013, 18–19). Työhaastattelutestissä (s.15) vinjetit-idea on viety koko testiin. Viereisellä sivulla oleva koulupolun-kuvitus kuvaa erilaisia opintovaihtoehtoja peruskoulun jälkeen. Kartta on toteutettu Googlemaps-tyylisenä kuvituksena, jossa pelinappulana kuvattu henkilö kulkee kartalla eteenpäin kohti eri kouluja tai opintovaihtoehtoja. Lopulta kulkijan on tarkoitus päätyä työelämään.

Asiakkaan toiveiden mukaisesti käytimme Duunissa pirteitä ja iloisia värejä kuten punaista, oranssia, vihreää, keltaista ja violetta. Värejä käytettiin paljon esimerkiksi sivun taustaväriä, eli valkoista taustaa ei lehdessä juurikaan näy. Monien vahvojen värien käytössä oli se riski, että lehti näyttää sekavalta. Koska Duunin taitto tyyliltään on muuten samassa linjassa läpi kaikkien juttujen, säilyi kokonaisuus kuitenkin ehjänä.

### 6.3 Videot

Duuni-lehden yhteydessä kuvattiin kahdeksan eri ammattiesittelyvideota. Päätoimittajana minä osallistuin haastateltavien etsintään, tein etukäteishaastattelut ja kirjoitin niiden perusteella käsikirjoitukset videoihin.

Videoiden vaatimukset olivat, että ne istuvat Taloudellisen tiedotustoimisto TATin jo olemassaolevien kunkoululoppuu.fi-verkkosivujen ammattivideoiden muottiin



(kunkoululoppuu.fi, 2012) ja että kaikki kuvattavat ovat maahanmuuttajia. Lopulta kuvattavien joukkoon valittiin kuitenkin yksi Suomessa syntynyt henkilö, jonka vanhemmat ovat maahanmuuttajia. Hänet valittiin, koska haluttiin esittelyihin mukaan yksi opiskelija. Lisäksi hän oli löytänyt oman alansa peruskoulun TETin ansiosta. Toimitusneuvostossa oltiin sitä mieltä, että TETin merkityksen nostaminen esille on tärkeä asia.

Tarkemmin kuvattavista toivottiin, että he tulisivat eri kulttuuritaustoista ja edustaisivat eri ammatteja ja koulutustaustoja monipuolisesti. Tavoite oli löytää molempia sukupuolia tasaisesti. Kaikista kuvattavista kirjoitettiin myös lyhyet tekstit lehteen.

Lopulta saimme kasaan seuraavan joukon kuvattavia:

<b>Ammatti</b>	<b>Sukup.</b>	<b>Koulutus</b>	<b>Synnyinmaa</b>
Tutkija ja suunnittelija	N	Yliopisto	Neuvostoliitto
Palveluneuvoja (pankki)	M	Toisen asteen ammatillinen	Somalia
Autokorimekaanikko	M	Toisen asteen ammatillinen	Kosovo
Diplomi-insinööri	N	Teknillinen korkeakoulu	Kiina
Koulutuskoordinaattori	N	Toisen asteen ammatillinen	Viro
Apulaismyymäläpäällikkö	M	Ammattikorkeakoulu	Kosovo
Matkailualan opiskelija	N	Toisen asteen ammatillinen	Suomi
Koomikko ja yrittäjä	M	Kauppakorkeakoulu	Iran

Valitettavasti emme löytäneet ketään kuvattavaa, joka olisi ollut kotoisin joko Etelä- tai Pohjois-Amerikasta.

Sukupuolijakauma kuvattavien kohdalla jakaantui tasaisesti: puolet kuvattavista oli naisia, puolet miehiä.

### 6.3.1 Videoiden tekoprosessi

Videot oli valmiiksi konseptoitu tarkkaan Taloudellisen tiedotustoimiston kunkoululoppuu.fi-sivulle, jossa on ennestään ammattiesittelyvideoita. Samalle viivalle -hankkeen videot kuvattiin samaan konseptiin sopiviksi.

Haastateltavan löytyessä otin häneen yhteyttä joko puhelimitse tai sähköpostilla ja keskustelimme tulevista kuvauksista. Seuraavaksi lähetin haastateltavalle kysymysrunгон sähköpostilla. Haastateltava vastasi kysymyksiin sähköisesti. Saatuani vastaukset kirjoitin niiden perusteella videolle käsikirjoituksen minämuotoon. Usein kysyin haastateltavalta vielä lisäkysymyksiä, mikäli jokin vastaus oli epäselvä. Käsikirjoitukset kävivät tarkistuksessa myös asiakkaalla, joka kommentoi ja esitti tarvittaessa lisäkysymyksiä.

Valmiin käsikirjoituksen lähetin sekä kuvaajalle että haastateltavalle hyväksyttäväksi. Kuvaaja sopi itsenäisesti kuvausajankohdan haastateltavan kanssa.

Kuvaukset toteutettiin kahdessa osassa. Videolla kuuluva haastateltavan kertoma tarina itsestään nauhoitettiin erikseen ääninauhalle. Nauhoitustilanteessa haastateltava kertoo nauhalle itsestään samat asiat, jotka ovat käsikirjoituksessa. Kuvaaja auttaa haastateltavaa tilanteen mukaan esittämällä kysymyksiä. Käsikirjoituksen oli tarkoitus toimia muistiapuna ja runkona ja suotavaa oli, että henkilö kertoo itsestään rennosti ja omin sanoin. Käsikirjoitusta ei siis tarvinnut noudattaa sanasta sanaan. Usein kuitenkin haastateltavat jännittivät tilannetta ja käsikirjoituksen tarkka noudattaminen oli heille helpompaa.

Ääninauhoituksen lisäksi kuvattiin videomateriaalia henkilön työpaikalta. Yleensä videolle kuvattiin perustyöpäivää ja työtehtäviä mahdollisuuksien mukaan. Joissain työpaikoissa oli kuvausrajoituksia, joten kaikkea työhön liittyvää ei voitu kuvata. Ääninauhoitukseen ja videokuvaukseen kului yleensä yhteensä 2–3 tuntia. Tähän ei ole laskettu editointiin kuluva-aikaa.

Editointivaiheessa videokuva työpaikalta ja nauhotettu haastateltavan tarina liitettiin yhteen. Haastateltavan ääni kuuluu videolla samaan aikaan kuin kuvassa pyörii eri työtilanteet. Haastateltava ei siis puhu suoraan kameralle.

Kun video oli editoitu, se meni asiakkaalle katsottavaksi tekstinostoja varten. Jokaiseen videoon otettiin noin kolme erilaista tekstinostoa.

Kaikki videot ovat 3–5 minuutin mittaisia ja ne ladattiin Youtube-sivustolle. Lisäksi videot tulivat Taloudellisen tiedotustoimiston ylläpitämille Kunkoululoppuu-sivuille. Video-ominaisuus löytyy myös Duunin digilehdestä. Kun lehdestä lukee kyseisiä ammattiesittelyjä, kuvasta painamalla video alkaa pyöriä. Digilehden video-ominaisuus on Flash-pohjainen, joten se ei toimi puhelimessa tai iPadilla. Digilehdestä on verkossa myös PDF-versio, jota voi lukea myös puhelimella ja iPadilla, mutta siinä ei ole videoita.

Videoiden tarkoitus on tuoda eri ammatit lähelle nuoria, sillä niiden kautta nuoret pääsevät konkreettisesti näkemään eri ammatteja sekä niissä toimivia maahanmuuttajia.

## 7 Loppupohdintaa

### 7.1 Omaa pohdintaa

Duuni-projekti oli itselleni haasteellinen ja osittain vaikea. Tämä oli ensimmäinen asiakaslehti, jonka olen koskaan tehnyt. Tasapainon löytäminen asiakkaan toiveiden ja journalistisen etiikan välillä vaati paljon pohdiskelua. Henkilökohtaisesti minun oli paikoin vaikea käsitellä sitä, että lehden sisältöä koskevat päätökset tekee jokin muu taho kuin toimitus. Tämä oli henkilökohtainen kamppailuni, sillä asiakkaan tilatessa lehden on luonnollista ja asiaankuuluvaa, että asiakas myös päättää lehden sisällöstä.

Projektin aikana ilmeni näkemys- ja mielipide-eroja. Näitä ratkottiin yleensä kasvotusten. Pääsääntöisesti keskusteluiden aikana kaikki saivat tasapuolisesti esittää omat näkemyksensä ja päätökset tehtiin yhdessä. Suurimmat näkemuserot liittyivät artikkeleiden sisältöjen yksityiskohtiin. Mielestäni journalistisille perusteluilleni annettiin painoarvoa keskustelujen aikana.

Yksi tärkeä konkreettinen asia, jonka opin, oli se, että erimielisyyksiä ei koskaan kannata käydä läpi sähköpostitse. Kirjoitetusta tekstistä vastaanottaja ei erota sävyeroja ja viesti saattaa tuntua kovalta ja jopa loukkaavalta, vaikkei näin olisi ollut tarkoitus. Henkilökohtaisesti olen nopea vastaamaan sähköposteihin ja kirjaan niihin selkeästi myös, jos olen eri mieltä jostain. Projektin loppua kohden opimme asiakkaan kanssa aina sopimaan henkilökohtaisen tapaamisen, mikäli asioista oltiin eri mieltä. Keskustellessa asiat eivät edes kuulostaneet niin pahoilta ja yhteisymmärrykseen päästiin yleensä ystävällisissä merkeissä.

Duuni oli kirjoittamisen ja suomen kielen kannalta opettava projekti. Kohderyhmämme ja selkokielisen linjan takia jokainen juttu käytiin läpi perusteellisesti ja editoitiin useita kertoja. Syvää pohdintaa käytiin muun muassa eri sanojen merkityksistä ja sävyeroista. Yhdessä ammattiesittelytekstissä kirjoitin lauseen, jossa sanotaan, että kulttuurierojen tuntemisesta on hyötyä työelämässä.

Toimitusneuvostossa pohdittiin, halutaanko korostaa nimenomaan kulttuurien eroja vai niiden tuntemusta. Niinpä lausetta muutettiin näin: Kulttuurien tuntemisesta on hyötyä työelämässä.

Lehdenteko oli minulle kasvuprosessi, jonka aikana opin kyseenalaistamaan omia ajattelutapojani ja ymmärtämään eriävien näkemysten perusteluja. Lehdenteko oli kompromissien löytämistä. Ymmärsin, että lehti voi laadukas ja journalistisin periaattein tehty, vaikka sillä olisi valmiiksi päätetty näkökulma. Haaga-Helian kirjoittamisen kursseilla opetetaan hyvin varhain, että jokaisella jutulla on aina näkökulma ja näkökulma on hyvä päättää ja rajata selkeästi. Duuni-projektin aikana ymmärsin, että kokonaisella lehdelläkin voi olla näkökulma eikä se automaattisesti tee siitä journalistisesti huonolaatuista.

Duunin myötä opin näkemään ja pohtimaan monikulttuurisuuteen ja maahanmuuttoon liittyviä asioita uusista ja syvemmistä näkökulmista. Huomaan kiinnostäväni tarkemmin huomiota siihen, miten maahanmuutosta julkisuudessa puhutaan tai miten omat ystäväni asiasta keskustelevat. Reagoin herkemmin halventaviin ja asiattomiin kommentteihin. Vähemmistövaltuutettu Eva Biaudet sanoi hienosti haastattelussaan, että jokainen meistä voi pohtia näitä asioita ja myös ottaa kantaa, jos kuulee jonkun puhuvan halventavasti toisesta ihmisestä. Tämä vastaus on jäänyt kummittelemaan päähäni ja huomaan herkemmin ottavani kantaa. Maahanmuutosta saa ja pitääkin mielestäni puhua, mutta sen pitäisi tapahtua asiallisesti ja argumenttien tulisi nojata faktoihin, ei kuulopuheisiin ja ennakkoluuloihin. Ja silloinkaan kenenkään ihmisarvoa ei ole tarpeen loukata.

Jäin projektin jälkeen pohtimaan selkosuomea ja sen merkitystä. Hyvä jatkotutkimusaihe olisi tutkia sitä, onko selkosuomea erillisenä suomen kielen muotona oikeasti olemassa. Miksi selkosuomi halutaan erotella erilliseksi kieleksi, kun toimittajien kirjoittamisen ohjeet ovat käytännössä identtiset selkosuomen ohjeiden kanssa? Vai onko suurin osa tavallisista lehdistä ja toimittajista unohtanut kirjoittamisen ohjeet ja siksi artikkelit eivät ole kirjoitettu ohjeiden mukaisesti ja selkeällä kielellä? Jos näin on, pitäisikö pyrkiä siihen, että toimittajat palaavat

selkeään ja helposti ymmärrettävään kirjoittamiseen sen sijaan, että selkokieli eritellään täysin erilliseksi suomen kielen muodoksi?

## 7.2 Kriittistä pohdintaa

Etenkin projektin alkuvaiheessa meillä oli ongelmia muun muassa kommunikoinnin ja tiettyjen teknisten toteutusten kanssa.

Olisin välillä kaivannut enemmän tukea omalta työnantajaltani. Asiakaslehden tekeminen oli minulle uusi asia, minkä työnantajani tiesi. Ongelmatilanteissa ensimmäiset ratkaisumallit olivat kohdallani usein journalistisia, kun sen sijaan olisi pitänyt huomioida asiakaslehden luonne. Projektin edetessä keskustelin tiiviimmin oman esimieheni kanssa yksityiskohdista ja mahdollisista ongelmista ja koin saavani paremmin tukea työtehtävieni toteuttamiseen. Kokonaisuudessaan koin, että minulla oli oman työnantajani luottamus läpi koko projektin.

Yhteiseksi sähköiseksi kommunikaatiovälineeksi asiakkaan kanssa sovittiin Google-dokumentit. Tämä oli oma ehdotukseni ja perustui siihen, että kyseistä menetelmää käytetään T-Mediassa paljon ja se on osoittautunut hyväksi ja sujuvaksi tavaksi viestiä. Google-dokumentin voi jakaa kenen kanssa tahansa, vaikka ei olisikaan Googlen käyttäjätunnuksia, ja nettipohjaiseen tiedostoon voi linkin saanut tehdä tarpeen mukaan muutoksia ja välittää viestejä. Samaa dokumenttia voi käsitellä ja muokata usea henkilö. Esimerkiksi Duuni-lehden sisältölista oli Googlen taulukkotiedosto, jonne oli helppo tehdä muokkauksia ja täydennyksiä juttujen suhteen.

Tämän sähköisen kommunikointitavan toiminnassa oli kuitenkin aluksi ongelmia, sillä sitä ei saatu sujuvasti toimimaan asiakkaan koneilla. Emme tarkistaneet dokumenttien tai annettujen linkkien toimimista asiakkaan koneella etukäteen. Asian korjaamiseen meni turhaa aikaa ja aiheutti turhautuneisuutta asiakkaan edustajissa. Olisimme voineet hoitaa tilanteen paremmin tarkistamalla asetukset ja toimivuuden etukäteen.

Toinen prosessin etenemistä hankaloittava asia oli kommunikaation epäselvyys ja aloituspalaverissa käsiteltyjen ja sovittujen asioiden ja toimintamallien puute. Emme ensimmäisessä palaverissa sopineet tarpeeksi selkeästi sitä, miten ja kuinka usein on tarpeen kommunikoida projektin etenemiseen liittyvistä asioista. Emme myöskään tarkasti asettaneet projektin ajalle välipäivämääriä, joihin mennessä tietyt osat tulisi olla valmiina. Aikataulusta sovittiin lähinnä vain se, milloin lehti ja videot kokonaisuudessaan ovat valmiina.

Yksityiskohtien sopimisen puutteiden vuoksi etenkin projektin alkupuolella tapahtui väärinkäsityksiä toimintatavoista ja niiden tarkoituksista. Asiakas olisi toivonut tiiviimpää yhteydenpitoa ja useita henkilökohtaisia tapaamisia koko projektin ajan. Itse olin aiempia lehtiä T-Mediassa tehneenä tottunut siihen, että työskentelen suhteellisen itsenäisesti läpi koko lehtiprojektin. Tässä projektissa asiakas odotti kuitenkin aktiivista ja avointa raportointia ja kommunikointia. Koska näistä tapaamisista ja yhteydenpidoista ei selkeästi sovittu, eikä asiakaskaan osannut aluksi niitä selkeästi ilmaista enkä minä puolestaan kysyä, aiheutti se epäselvyyttä tiettyjen toimintojen suhteen. Esimerkiksi sähköpostitse hoidettu kommunikaatio turhautti usein asiakasta, joka olisi halunnut keskustella asioista kasvoitusten, etenkin jos kyseessä oli asia joka vaati perusteellista pohdintaa. Projektin edetessä sovimme pikapalaverista, jonne menin asiakkaan edustajan kanssa, ja siellä sovimme tarkemmin työskentely- ja kommunikaatiotavoista ja tapaamisten määrästä. Projektin myöhemmässä vaiheessa sovimme myös, että keskustelemme yksityiskohdista aina kasvoitusten, ei sähköpostilla. Tämä oli helppo toteuttaa, koska T-Median ja Taloudellisen tiedotustoimiston työtilat sijaitsevat samassa rakennuksessa.

Jos olisimme sopineet nämä yksityiskohdat jo ensimmäisessä palaverissa, olisi projektin alkupuoli sujunut helpommin molempien osapuolien kannalta.

### **7.3 Asiakkaan kommentit**

Lehden taiton ollessa valmis asiakas antoi henkilökohtaisessa tapaamisessa 14.12.2012 suullista palautetta. Asiakas oli lopputulokseen tyytyväinen. Erityisiä

kehuja tuli lehden ulkonäöstä: sen valokuvista, taitosta, grafiikasta ja lopullisista värivalinnoista. Asiakkaan mielestä lehden ulkonäkö vastasi heidän asettamia toiveita iloisesta, pirteästä ja modernista lehdestä. Myös lehden juttusisältö sai hyvää palautetta. Lehdessä koettiin olevan monipuolisesti erilaisia ihmisiä esillä ja jutut oli kirjoitettu sujuvasti ja helppolukuisesti. Erityisen tyytyväinen asiakas oli dialogijuttuun, koska siinä ääneen pääsevät lehden kohderyhmän ikäiset nuoret. Dialogin, koulupolun, testin ja työnhaku-sivujen visuaalinen toteutus sai erityistä kiitosta.

#### **7.4 Toimeksiantajan palaute**

Toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen työn lopputulokseen. Projektin aikataulussa pysyttiin ilman ongelmia ja lopputulos oli toimeksiantajan mielestä sekä artikkelien sisällön että ulkonäön suhteen tavoitteiden mukainen ja jopa laadukkaampi kuin aiemmat Duuni-lehdet.

Projektin eri vaiheita pohdittiin henkilökohtaisessa palaverissa toimeksiantajan kanssa perjantaina 21.12.2012. Kävimme asioita läpi kriittisesti, ja esimieheni, toimitusjohtaja Harri Leinikka, oli sitä mieltä, että projektin alkupuolella ilmenneet ongelmat eivät olleet täysin minun vastuullani vaan puutteita oli myös T-Median toiminnassa. Samanlaisten ongelmien ilmenemistä tulevaisuudessa on T-Mediassa nyt helpompi ennaltaehkäistä, sillä osataan ottaa huomioon asioita, joita ei aiemmin ole tarvinnut pohtia. Teknisten välineiden ja sähköisen yhteydenpidon toimivuuden tarkistaminen uudella asiakkaalla ennen käyttöönottoa on yksi näistä asioista.

Toinen kehitettävä asia on päätoimittajan ja toimeksiantajan välinen kommunikointi, joka parantuikin jo tämän projektin aikana. Eli Duunin kohdalla se tarkoitti sitä, että minun ja esimieheni olisi pitänyt keskustella projektista useammin ja sopia yhdessä toimintatavoista jo ennen asiakkaan tapaamista. Tämän opimme projektin aikana ja kommunikointimme oli loppuvaiheessa aktiivista ja avointa. Itse rohkaistuinkin kysymään esimieheni mielipidettä useammin tilanteissa, joissa olin epävarma. Tulevaisuudessa yhteistyömme jatkuessa otamme nämä asiat paremmin huomioon.



Kehittämisalueeksi minun työskentelyssäni toimeksiantaja nimesi asiakkaan kanssa kommunikoinnin ja kärsivällisyyden kasvattamisen. Useissa erimielisyyksissä reagoin liian nopeasti saamaani sähköpostiin, jolloin vastaus saattoi olla kärkevä ja epäkohtelias. Tätä asiaa olen myös itse jo pohtinut prosessin aikana.

Tulevaisuudessa vastaavissa tilanteissa kannattaa antaa asian olla vähän aikaa ja miettiä vasta oman rauhoittumisen jälkeen, miten vastauksen muotoilee järkevästi ja asiallisesti. Aina ei edes kannata vastata sähköpostilla vaan sopia henkilökohtainen tapaaminen, jossa asia käydään läpi. Esimieheni oli myös sitä mieltä, että kykenen rakentamaan itsekritiikkiin ja tarvittaessa kehittämään toimintatapani.

Vaikka toimeksiantaja oli tyytyväinen lopputulokseen, saamani arvion mukaan vahvuuteni ovat nimenomaan journalistisella puolella eikä välttämättä asiakaslehtien teossa. Tästä olen täysin samaa mieltä ja projektin aikana minulle vahvistui entistä enemmän se, että haluan tehdä journalismia uutis- ja ajankohtaispuolella. Duuni-projektissa ongelmia ei työskentelyssäni ilmennyt sisällöntuottamisessa tai muussa journalistisessa työssä, vaan nimenomaan kommunikoinnissa asiakkaan kanssa ja asiakaslehden luonteen täydessä sisäistämisessä.

## Lähteet

Habib H. Nuorten muuttajien leimaaminen. Työn kohteet ja tekijät – kenelle toimintaa ja kenen kanssa töitä tehdään. 2009. Teoksessa Harinen P. Honkasalo V. Souto A-M. Suurpää L. Ovet auki! Monikulttuuriset nuoret, vapaa-aika ja kansalaistoimintaan osallistuminen, s. 44–48. Hakapaino. Helsinki.

Hannukainen H. 2012. Yleisradio. Artikkel. Maahanmuuttajanuori tasapainoilee kulttuurien välillä. Luettavissa:

[http://yle.fi/uutiset/maahanmuuttajanuori\\_tasapainoilee\\_kulttuurien\\_valilla/64029](http://yle.fi/uutiset/maahanmuuttajanuori_tasapainoilee_kulttuurien_valilla/64029)

29 Luettu: 14.12.2012.

Kunkoululoppuu.fi. 2012. Ammattiesittelyvideot. Katsottavissa:

<http://kunkoululoppuu.fi/videot/kaikki-videot/> Katsottu: 8.10.2012.

Myrskylä P. 2012. HUKASSA – Keitä ovat syrjäytyneet nuoret? Luettavissa

<http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2012/02/Syrjailyminen.pdf> Luettu:

17.12.2012.

Nikunen K. Sukupuolittuneet mediakuvastot ja ylijäräinen kokemus

maahanmuuttajanuorten arjessa. 2012 Teoksessa S. Vuori J. Hirsiaho A. 2012.

Monikulttuurisuuden sukupolvi, s. 155–173. Tampereen Yliopistopaino Oy.

Tampere.

Nikunen K. Eide E. 2010. Media in Motion. Ashgate Publishing Limited. MPG

Books Group. UK.

Nikunen K. Emerging transnational sensibility among migrant teenagers: lessons

learned doing media research in multiethnic classrooms. 2008. Teoksessa Sjöberj U.

Mediated crossroads. Identity, youth culture and ethnicity: theoretical and method-

ological challenges, s. 153–171. Nordicom. Göteborgs universitet. Göteborg.

Selkokeskus. 2012. Selkokielen määritelmä. Luettavissa:  
<http://papunet.net/selkokeskus/teoriaa/maaritelma.html> Luettu: 1.10.2012.

Selkokeskus. 2002. Selkojulkaisujen ulkoasu. Lyhennelmä Hannu Virtasen artikkelista ”Selkojulkaisujen ulkoasusta”. Luettavissa:  
<http://papunet.net/selkokeskus/teoriaa/julkaisut.html> Luettu: 1.10.2012.

STT. 2012. Tyylikirja. Jutun kieli ja sisältö. Luettavissa: <http://stt.fi/content/jutun-kieli-ja-sisaeltoe> Luettu: 19.12.2012.

Säävälä M. ja Väestöliitto. 2012. Koti, koulu ja maahanmuuttaneiden lapset. Väestöliitto, Väestöntutkimuslaitos. Helsinki.

Taloudellinen tiedotustoimisto TAT. 2012. TAT tänään. Luettavissa:  
<http://www.tat.fi/tat-tanaan/> Luettu: 4.12.2012.

Taloudellinen tiedotustoimisto TAT. 2012. Samalle viivalle –hanke. Luettavissa:  
<http://www.tat.fi/samalleviivalle/> Luettu: 1.10.2012.

T-Media. 2012. Esittely. Luettavissa: <http://www.t-media.fi/> Luettu: 1.10.2012.

Toikka V. 2012. Citec tarjoaa työntekijöilleen kansainvälisiä haasteita. T-lehti. 15. vuosikerta. 2/2012. s.40.

Virtanen H. 2012. Selkokielen käsikirja. 2. uudistettu painos. Tammerprint Oy. Tampere.

## **Liitteet**

Liite 1: Duuni-lehti, printtiversio.

Digiversio videoineen katsottavissa osoitteessa:

<http://www.tat.fi/digilehti/duuni2013/>