

Aikuissosiaalityötä näkyväksi visualisoinnilla - Espoon
aikuissosiaalityön esittelyvideon suunnitteluprosessi

Maria de Arruda Camara

Kati Perttula

Käytäntötutkimus

Sosiaalityö

Valtiotieteellinen tiedekunta

Joulukuu 2017

Tiedekunta/Osasto Fakultet/Sektion – Faculty Valtiotieteellinen		Laitos/Institution– Department Sosiaalityön laitos	
Tekijä/Författare – Author Maria de Arruda Camara ja Kati Perttula			
Työn nimi / Arbetets titel – Title Aikuissosiaalityötä näkyväksi visualisoinnilla - Espoon aikuissosiaalityön esittelyvideon suunnitteluprosessi			
Oppiaine /Läroämne – Subject Sosiaalityö			
Työn laji/Arbetets art – Level Käytäntötutkimus		Aika/Datum – Month and year 12/2017	Sivumäärä/ Sidoantal – Number of pages 30
Tiivistelmä/Referat – Abstract			
<p>Tässä käytäntötutkimuksessa tehdään aikuissosiaalityötä näkyväksi visualisoinnilla ja kerätään tietoa aikuissosiaalityön pätehtävistä asiakkaiden ja ammattilaisten näkökulmasta. Tutkimuksen tilaajana on Espoon kaupunki. Lähtökohta on olemassa oleva Espoon aikuissosiaalityön esittelyvideo, johon ei olla oltu tyytyväisiä. Tarkoituksena on tuottaa materiaalia uuteen esittelyvideoon, jotta se olisi asiakaslähtöinen. Tutkimus paikantuu sosiaalityön ja viestinnän rajapinnalle hyödyntäen viestinnän ja aikuissosiaalityön tutkimusta ja käsitteitä. Tutkimus on myös osa ajankohtaista keskustelua aikuissosiaalityön tehtävistä niiden uudelleen määrittäessä mm. toimeentulotuen perusosan siirryttyä Kelan tehtäväksi. Pyrkimyksenä on tuottaa rakenteellista ja yhteistoiminnallista tietoa, joka nostaa yhteiskunnalliseen keskusteluun marginaaliin jätettyjä ilmiöitä. Tutkimus tekee näkyväksi sosiaalityön viestintää ja tukee asiakkaan osallisuutta ja toimijuutta</p> <p>Tutkimus toteutettiin yhdessä asiakkaiden ja ammattilaisten kanssa Espoon sosiaalitoimistossa Leppävaarassa. Empiriaa kerättiin kolmessa eri tilanteessa, joista ensimmäinen järjestettiin sosiaalialan ammattilaisille, toinen asiakkaille ja kolmas yhteiskehittäjät -ryhmälle. Keruumenetelminä käytettiin luovasti: learning café:a, pop-up kahvilaa ja havainnointia. Lähestymistapa on hermeneuttis-fenomenologinen ja tutkimuksessa käytettiin narratiivista analyysia. Tarinallisuus on tutkimuksessa oleellinen käsite, tarkoitushan on uusien tarinallisten elementtien avulla luoda uusi esittelytarina aikuissosiaalityöstä ja muokata aikuissosiaalityön-tarinaa paremmin asiakkaiden näkökulmaa vastaavaksi. Tutkimuskysymykset olivat: Millaisia näkemyksiä asiakkailta ja ammattilaisilla on aikuissosiaalityön tehtävistä? Mitkä ovat aikuissosiaalityön ydinviestit asiakkaille? Miten ne tulisi esittää?</p> <p>Aikuissosiaalityön tärkeimmiksi tehtäviksi muodostui avun antaminen sosiaalisten ongelmien hallintaan, tuki ihmisen elämän eri vaiheissa, tuki asumisen asioissa, osallisuuden tukeminen, tieto erilaisista palveluista sekä tuki toimeentuloon ja raha-asioihin liittyen. Asiakkailta korostui erityisesti konkreettisen tiedon tarve. Tärkeänä pidettiin myös esimerkiksi jalkautumista, suunnitelmallista sosiaalityötä ja yksinäisyyden ehkäisemistä/poistamista. Tukea tulisi tarjota myös ennaltaehkäisevästi ennen kuin ongelmat kärjistyvät.</p> <p>Analyysin kautta rakentui kolme uudenlaista aikuissosiaalityön tarinaa: Etsitään yhdessä ratkaisuja. Kuka tahansa meistä ja Espoonsossu.fi. Käytimme käsikirjoituksen tekemisessä hyödyksi Storyboard that- työkalua. Etsitään yhdessä ratkaisuja -käsikirjoituksessa tavoitteena on kertoa, millaisiin ongelmiin aikuissosiaalityöstä voisi olla apua. Toinen oleellinen viesti tässä tarinassa on, että ratkaisut ongelmiin etsitään asiakkaan kanssa yhdessä; asioita ei sanella ylhäältä alaspäin. Kuka tahansa meistä -käsikirjoituksen pääviesti on se, että kuka tahansa meistä voi olla joskus tilanteessa, missä olisi syytä kääntyä aikuissosiaalityön puoleen. Video haluaa poistaa häpeän leimaa. Kolmas käsikirjoitus Espoonsossu.fi etenee kohti positiivisempaa viestintää ja siinä korostuu myös informatiivisuuden vaatimus. Käsikirjoituksessa halutaan lähteä liikkeelle asiakkaan omasta aktiivisesta roolista ja ajatus aikuissosiaalityön asiakkaasta aktiivisena toimijana on vahvasti taustalla.</p> <p>Asiakkaille oli mahdollisuus tuottaa vastapuhetta, joka on omalta osaltaan määrittelemässä tulevaisuuden aikuissosiaalityötä ja kenties edesauttamassa luomaan uutta positiivisempaa kuvaa sosiaaliammattilaisesta tapahtuvasta asiakastyöstä. Keskeiseksi asiaksi nousi aikuissosiaalityön asiakkuuteen liitetyn häpeän leima ja sen poistamisen problematiikka. Uusi esittelyvideo voi olla parhaimmillaan luomassa uudenlaista aikuissosiaalityön imagoa ja sitä kautta parantaa asiakkaan ja työntekijän kommunikaatiota ja poistaa väärinkäsityksiä, joita aikuissosiaalityöhön liittyy.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords Aikuissosiaalityö, videoviestintä, sosiaalityön viestintä, marginaalisuus, häpeä, asiakasnäkökulma, toimijuus, imago, tarinallisuus, osallisuus			
Säilytyspaikka – Förvaringsställe – Where deposited Helsingin yliopisto			

Sisällys

Johdanto	4
Tutkimuksen tarve ja tavoitteet.....	5
Toimintaympäristö: Espoon aikuissosiaalityö Leppävaarassa	6
Arvioinnin kohteena oleva video: Espoon aikuissosiaalityö esittäytyy	6
Tutkimuksen teoreettinen tausta, keskeiset käsitteet ja tutkimuskysymykset.....	7
Tutkimus käytäntötutkimuksena	8
Analyysimenetelmä.....	10
Aineiston kuvaus ja keruumenetelmät: haastattelu, learning cafe, pop up-kahvila ja havainnointi	12
Tutkimusetiikka ja tutkimuksen luotettavuus	15
Kerätyn aineiston analyysi	15
Häpeän monet kasvot.....	17
Aikuissosiaalityön päättehtävät.....	19
Etsitään yhdessä ratkaisuja	20
Kuka tahansa meistä	22
Espoonsossu.fi – kohti positiivisempaa viestintää.....	24
Tutkimuksen hyödyntäminen.....	26
Johtopäätökset ja pohdinta.....	27
Lähteet	29

Johdanto

Heikki Waris -ja Matilda Wrede-instituutti ja Helsingin yliopisto ovat kehittäneet jo reilun kymmenisen vuotta yhteistoimintaa, jonka tuloksena on syntynyt käytäntötutkimus. Siinä opiskelijat, työntekijät, asiakkaat ja tutkijat pääsevät kehittämään omaa oppimistaan, syventämään ammatillisia tietojaan ja luomaan uusia työvälineitä tai tietoa sosiaalityön tarpeisiin. (Julkunen, Kääriäinen, Muurinen, Poikela, Satka ja Yliruka 2016, 11-14.)

Käytäntötutkimuksen tarkoituksena on luoda sosiaalialalle uutta tietoa perinteistä tutkimustyötä nopeammin. Tutkimusmuoto on myöskin asiakkaita osallistavaa ja siinä jokainen tiedontuottaja on ainakin periaatteessa tasavertaisessa asemassa. (Julkunen ym. 2016, 11-14.)

Tämän tutkimuksen “tilaajana” on ollut Espoon kaupunki. Tutkimuksemme lähtökohta on Espoon kaupungin aikuissosiaalityön jo olemassa oleva esittelyvideo, johon ei olla oltu tyytyväisiä ja sen katsojamäärä on ollut alhainen. Suuntaamme huomion uuden videon suunnitteluprosessiin ja sitä kautta tuotamme materiaalia uuteen esittelyvideoon. Tässä käytämme apuna Espoon aikuissosiaalityön asiantuntijoita ja asiakkaita. Tutkimuksessa hyödynnetään luovasti erilaisia menetelmiä, kuten learning cafe:a, pop-up kahvilaa, havainnointia ja kuvakäsikirjoittamista. Tutkimusmetodimme on hermeneuttis-fenomenologinen; tutkimuksemme paikantuu osaksi narratiivista tutkimusta ja käytämme hyödyksi narratiivista analyysiä. Tutkimusaineistosta rakennamme kolme eri tyypittelyä tai tarinaa, joiden kautta aikuissosiaalityön päätehtävät tai haluttu viesti hahmottuu ja joiden avulla avaamme tutkimustuloksia. Näiden tarinoiden kautta annamme myös käytännön ohjeita uuden aikuissosiaalityön videon rakentamiseksi. Hyödynnämme tutkimuksessa monimuotoista viestinnän ja aikuissosiaalityön tutkimusta ja käsitteitä.

Työnjako on ollut tässä yhteisprojektissa jatkuvasti päivittyvä. Jaoin rooleja aina uudelleen kummankin kiinnostuksen kohteita kunnioittaen ja yhdessä luoden. Emme halunneet lähteä tiukasti rajattuun työnjakoon eri osioita toisillemme jakaen. Koimme, että meillä molemmilla on annettavaa tutkimuksen jokaiseen vaiheeseen. Työnjaosta voidaan kuitenkin eritellä se, että läpi koko prosessin Kati toi käytäntötutkimukseen enemmän sosiaalityön osaamista ja Maria taas viestinnän näkökulmaa. Kati ideoi esimerkiksi käyttämämme learning cafe-menetelmän ja Maria Storyboard -työkalun.

Olimme kummatkin läsnä jokaisessa kohtaamisessa ja niissäkin roolimme syntyivät tilannekohtaisesti yhteisen keskustelun kautta. Raportin kirjoittaminen tapahtui sekin ikään kuin jatkuvassa prosessissa toinen toista auttaen.

Tutkimuksen tarve ja tavoitteet

Sosiaalityön viestintä ei aina vastaa kansalaisten tai muiden yhteiskumppaneiden tiedontarpeisiin. Sosiaalityössä useat rakenteelliset, asenteelliset ja kulttuurilliset syyt ehkäisevät viestintää ja sen kehittymistä. Tiitinen on esimerkiksi ottanut esille sosiaalityön viestinnän ongelmia ja kysynyt, miten poliisi on viestinnässä onnistunut, mutta sosiaalitoimi ei (Tiitinen 17.6.2017). Hiljaisuus kohdentuu erityisesti niille toimialoille, joissa työskennellään monimuotoisten ongelmien parissa. Puhutaan sosiaalitoimen hiljaisuuden kulttuurista, joka on rakenteellista (Tiitinen 2008, 110; Mutka 1998, 123).

Pitkäaikaistyöttömien, päihdeongelmaisten sekä mielenterveyskuntoutujien palvelut pysyvät salaisuuksina, joita sosiaalitoimen ulkopuoliset eivät ymmärrä. (Tiitinen 2008, 118).

Hiljaisuuden kierteestä on syytetty vuoroin päättäjiä, esimiehiä ja rivityöntekijöitä (Heinonen 2017, 75). Näemme oman käytäntötutkimuksemme osana edellä kuvattua - mielestämme toistaiseksi liian kapean ryhmän - sosiaalityön viestinnän keskustelua.

Valitsimme aikuissosiaalityön videota käsittelevän aiheen myös sen muun ajankohtaisuuden ja kiinnostavuuden vuoksi; aikuissosiaalityö on uuden edessä. Toimeentulotuen perusosan siirrettyä Kelan tehtäväksi, osa aikuissosiaalityön tehtäväkentästä ja roolista on muutoksessa ja aikuissosiaalityötä kehitetään voimakkaasti. Samoin on ajankohtaista yhtä lailla eri organisaatioiden viestintä, jonka muodoista erityisesti video- ja someviestintä on noussut keskeiseksi organisaatioiden viestinnän välineeksi.

Tutkimuksessamme tarkastelemme erityisesti tutkimuksessamme sosiaalityön sisältöjen määrittelemistä visualisoinnin ja tarkemmin videoviestinnän avulla. Tässä hyödynnämme sekä aikuissosiaalityön että viestinnän osaamista ja käsitteitä. On mielenkiintoista tutkia, miten asiakkaat ja sosiaalialan ammattilaiset näkevät aikuissosiaalityön ydinteemat, ja millaista viestiä ja millä keinoin niiden halutaan videoviestinnässä välittyvän.

Käytäntötutkimuksen tarkoituksena on yhteistyössä Espoon kaupungin aikuissosiaalityön kanssa tuottaa riittävää tietoa ja näkemystä siitä, mitä uusi esittelyvideo voisi sisältää.

Toimintaympäristö: Espoon aikuissosiaalityö Leppävaarassa

Teemme käytäntötutkimuksemme yhteistyössä Espoon aikuissosiaalityön Leppävaaran toimipisteen kanssa. Espoon aikuissosiaalityössä oli sosiaalihuollon asiakkuuksia (palvelu avattuna) tutkimuksen ajankohtana noin 2 200 koko Espoon alueella. Työntekijöitä on yhteensä noin 80 ja työyhteisössä käytetyt nimikkeet ovat johtava sosiaalityöntekijä, sosiaalityöntekijä, sosiaaliohjaaja, etuuskäsittelijä ja toimistos sihteeri. Yhdellä sosiaalityöntekijällä on keskimäärin noin 65 asiakasta. Asiakkaat ovat esim. työttömiä, mielenterveysongelmista kärsiviä, asunnottomia tai heillä on muita asumisen ongelmia, kuten vuokravelkaa. Asiakkuudessa olevat ovat myös saattaneet mahdollisesti kohdata kriisiin, lähisuhdeväkivaltaa tai ovat vailla koulutusta tai arjen tekemistä.

Espoon aikuissosiaalityö on jo ottanut askeleen kohti modernia viestintästrategiaa ja teki toiminnastaan videon asiakkaille vuonna 2016. Video on otettu huonosti vastaan; sitä on kommentoitu toimistokeskeiseksi ja liian pitkäksi. Videota on katsottu hyvin vähän, videota ei ole jälkimarkkinoitu ja eikä sitä esimerkiksi löydy Espoon aikuissosiaalityöstä kertovalta nettisivulta.

Arvioinnin kohteena oleva video: Espoon aikuissosiaalityö esittäytyy

Kun YouTubesta etsii videoita sanalla *aikuissosiaalityö*, listaan tulee 215 erilaista videoehdotusta. Espoon aikuissosiaalityön viestinnän YouTubeen lataamaa videota on vuoden aikana katsottu 49 kertaa. (luku katsottu tutkimussuunnitelmaa tehtäessä 12.10.2017). Se ei ole kovin paljon, jos esimerkiksi samana päivänä “tubettaja Pinkku Pinskun” viimeisintä viikon vanhaa videota on katsottu 55 321 kertaa.

Kyseisessä videossa esitetään neljä erilaista aikuissosiaalityön tarinaa näytellen. Näyttelijät ovat Espoon aikuissosiaalityön henkilökuntaa. Videon on kuvannut ja leikannut viestintäyksikön asiantuntija. Video on kokonaisuudessaan kuvattu sosiaalitoimen tiloissa. Lisäksi videolle on kuvattu dokumentti, jossa näkyy aina luettelomaisesti aikuissosiaalityön tehtäväkenttä ja se mistä ongelmasta on kulloinkin kysymys. Asiakkaina ovat moniongelmainen asunnoton, pitkäaikaistyötön, 20-vuotias työtön nuori ja asuntopalossa kotinsa menettänyt perhe. Kuhunkin asiakastilanteeseen osallistuu sosiaalityöntekijä ja/tai - ohjaaja sekä asiakas. Ongelma tuodaan esille niin, että asiakas puhuu siitä ja/tai häntä

haastatellaan. Keskustelu etenee suhteellisen nopeasti tilanteeseen, jossa sosiaalialan ammattilainen esittää ratkaisun siitä, miten ongelmaa voidaan lähteä hoitamaan. Tässä kuvaamme tiivistäen yhden noin kahden minuutin kohtausten videon idean esittelemiseksi. Valitsimme tämän kohtausten, koska se herätti eniten keskustelua.

Ensimmäisessä näytellyssä tarinassa häätöuhan alla oleva nainen ei oikein itse tunnista ongelmia, jotka ovat aiheutuneet hänen juomisestaan; hän on esimerkiksi saamassa hädän. Naisen asunnossa on sosiaalityöntekijän saaman tiedon mukaan ”kokoontunut juopporemmi”, joka rettelöi, vuokrat ovat maksamatta jne. Nainen ilmoittaa, että haluaa ”ryypätä myös jatkossa”. Sosiaalityöntekijä ehdottaa keskustelussa naiselle vastaanottokotia, mutta naisen mukaan sinne ”käärätään kaikki kännikalat”. Hän kuitenkin lopulta suostuu siihen, että menee vastaanottokotiin odottamaan tukiasuntoa. Asiakas sanoo, ettei hänellä ole oikein vaihtoehtoja. Tämän jälkeen kertoja kertoo musiikin siivittämänä, että tukiasunto on saatu. Kohtausten lopussa tuleva teksti tukee onnistumista asiakastyöstä, asiakas on sen mukaan esimerkiksi innostunut työtoiminnasta.

Tutkimuksen teoreettinen tausta, keskeiset käsitteet ja tutkimuskysymykset

Sosiaalihuoltolainkin mukaisesti asiakkailta on oikeus toimijuuteen, sillä laki velvoittaa ottamaan huomioon asiakkaan toivomukset ja mielipiteen. (Laitinen ja Niskala 2013, 10-11.) Asiakkaiden ja työntekijöiden kokemustiedon ja ammatillisen osaamisen yhdistämistä voidaan kutsua jaetuksi toimijuudeksi ja sitä voidaan käyttää hyödyksi palveluiden suunnittelussa ja kehittämisessä (Järvikoski ym.2013; Toikko ja Rantanen 2009, Laitinen ja Niskala 2013, 12 mukaan). Sosiaalitoimen asiakkaiden asiantuntijuutta ja esimerkiksi aikuissosiaalityön asiakkaiden osallisuutta ja toimijuutta on pyritty viime aikoina vahvistamaan. Esimerkkejä tämänkaltaisesta kehittäjäasiakastoiminnasta ovat keskustelukahvilat, kehittäjäasiakasryhmät ja nuorten kehittäjien ryhmät. (Laitinen ja Niskala 2013, 13.) Näissä kohtaamisissa ja toiminnoissa tavoitteena on tasavertainen osallisuus, dialoginen vuorovaikutus ja siten perinteisten asiakas-työntekijä roolien rikkominen. (Esim. Kytöaho ja Luotonen 2011, Laitinen ja Niskala 2003, 13 mukaan.)

Yhteiskunta on viime vuosina voimakkaasti visualisoitunut eivätkä ihmiset jaksa perehtyä kirjalliseen materiaaliin. Tästä esimerkkinä printtimedian taistelu olemassaolostaan; se kilpailee uuden median kanssa - ihmiset ovat jättämässä sanomalehden lukemisen arkirutiininaan (Dizard 2000, 157-158). Median innovaatiot eivät tapahdu pelkästään median sisällöissä, vaan myös käytettävissä olevissa teknologioissa (Dogruel 2013, 35). Mediaympäristössä muuttuvat näiden lisäksi myös rakenteet ja sosiokulttuuriset kuin myös poliittiset tekijät (McQuail; Siune 1998).

Tarkastelumme kohteena on YouTubeissa julkaistu aikuissosiaalityön video. Vuonna 2008 YouTube muutti videoviestinnän totaalisesti ja niin sanottu *consumer-generated media* (CGM) demokratisoi videotuotannon - yht'äkkisesti kaikilla oli taloudellinen ja käytännön mahdollisuus tuottaa videoita (Gips 2009, 12-13; Levinson 2009, 1). Sosiaalityön eri tahot ovat myös kunnostautuneet videoiden tuottamisessa ja sosiaalityön kentällä on herätty videoviestinnän mahdollisuuksiin. Videoviestintä on visuaalista viestintää. Visuaalinen sisältö auttaa painamaan asiat mieleen ja vaikuttaa myös tunnetasolla pelkkää tekstiä enemmän. (Lammi 2015, 30-31).

Shyles (2007) jakaa videon tekemisen karkeasti kolmeen vaiheeseen; nämä ovat 1) etukäteistuotanto (preproduction), 2) tuotanto (production) ja 3) jälkituotanto (postproduction). Ensimmäinen vaihe sisältää kaikki ne etukäteisvalmistelut, mitä tarvitaan, jotta kuvaaminen voi lähteä käyntiin. Tähän ensimmäiseen vaiheeseen kuuluu oleellisena osana esimerkiksi budjetin laatiminen ja käsikirjoituksen tekeminen (Shyles 2007, 6). Käsikirjoittaminen taustalla on aina idea. Tuotannon jälkeinen jälkituotanto on sekä monivaiheinen ja siihen kuuluu esimerkiksi materiaalin editointi. Tuotannoissa on usein eri tehtäviin omat ammattilaisensa.

Videotuotannon prosessia ajatellen työskentelemme käytäntötutkimuksessamme alkupäässä, jossa korostuu idean kehittäminen, käsikirjoituksen tekeminen ja tyylilajin valinta. Tässä vaiheessa asioille myös etsitään niin sanottuja hintalappuja ja mietitään erilaisia reunaehtoja.

Tutkimus käytäntötutkimuksena

Tiedonhankinta tehtiin yhdessä asiakkaiden ja ammattilaisten kanssa. Pyrimme noudattamaan käytäntötutkimuksen hyväksi havaittuja peruseriaatteita, kuten sitä, että kaikille toimijoille annetaan yhtäläinen mahdollisuus osallistua tutkimusongelman määrittelyyn.

Käytäntötutkimuksen tavoitteena on yhteisöllinen tiedonmuodostus, joihin osallistuvat

ammattilaiset työyhteisöineen, palveluiden käyttäjät ja ammattiin opiskelevat. (Satka & Julkunen & Kääriäinen & Yliruka & Muurinen 2016, 10-11).

Tutkimuksemme on mitä suurimmassa määrin rakenteellista sosiaalityötä, sillä se ottaa huomioon ja nostaa keskusteluun marginaaliin jätettyjä keskusteluita ja ilmiöitä. (Valkama ja Raisio 2013, 91.) Keskeistä on vaikuttaminen asiakkaan osallisuuteen sekä jo olemassa oleviin rakenteisiin ja järjestelmiin. Käytäntötutkimuksessa pyritään asiakkaan ja ammattilaisen dialogiin, jonka seurauksena syntyy jaettua asiantuntijuutta. (Rantanen ja Tuokko 2006, 403, Valkama ja Raisio 2003, 94 mukaan.) Yhtenä rakenteellisen sosiaalityön tavoitteena on tuottaa tietoa. (Pohjola 2011, 219, Valkama ja Raisio 2003, 109 mukaan.) Tähän pyrkii myös oma tutkimuksemme; tuottamaan tietoa aikuissosiaalityöstä asiakkaiden ja ammattilaisten näkökulmasta ja vahvistamaan asiakkaiden osallisuutta.

Käytäntötutkimustieto voidaan määritellä ns. kolmanneksi tiedoksi, akateemisen tiedon ja soveltavan tiedon välillä. Käytäntötutkimustieto noudattaa tieteen pelisääntöjä, mutta korostaa sen moniaineksisuutta arvostaen käytäntöä tiedon arvioijana. (Saurama 2016, 93.) Näemme, että tutkimustyömme on lähtökohdiltaan monitieteellinen. Kiinnostavaa on se, miten sosiaalityössä voidaan hyödyntää viestinnän taitoja sosiaalityön päämäärien saavuttamiseksi. Hyvä viestintä parhaimmillaan edistää asiakkaan ja työntekijän kommunikaatiota ja asiakassuhdetta ja estää väärinkäsitysten syntymistä. Sosiaalitoimessa on halua ja työvälineitä viestinnän toteuttamiseen, mutta viestinnän laajempia vaikutuksia ei ole ymmärretty (Tiitinen.2008, 126).

Käytäntötutkimuksen periaatteena on mahdollisimman monen eri tiedon ja näkökulman yhdistäminen yhteiseksi tiedoksi. Tätä voidaan soveltaa myös mikrotasolla käytännön tutkimusta toteuttaessa ja laadittaessa. Valitsimme toisemme käytäntötutkimuksen pariin, koska koimme, että erilaiset ammatilliset lähtökohdat tukevat myös käytäntötutkimuksen moninäkökulmaisuuutta. Yhteiskuntatieteiden maisteritutkintojen lisäksi Marialla on ns. video- ja markkinointiosaamista ja Katilla taas sosiaalityön käytännön osaamista. Nämä osaamiset yhdistämällä koimme saavamme myös kohteestamme monipuolisempaa ymmärrystä, ja samalla hedelmällisen kokonaistyöskentelyn yhdessä työyhteisön ja asiakkaiden kanssa.

Käytäntötutkimuksen tarkoitus oli muokata asiakkaiden ja sosiaalialan ammattilaisten avulla Espoon aikuissosiaalityön videosta asiakaslähtoisempi ja sellainen, että se sisältää keskeiset aikuissosiaalityön elementit tiivistetyssä muodossa. Tutkimuksen tuloksena syntyneen

materiaalin avulla voidaan toteuttaa Espoon aikuissosiaalityötä koskeva video niin, että vanhassa videossa havaitut epäkohdat on huomioitu. Samalla olimme tutkijoina kiinnostuneita siitä, millaisia näkemyksiä asiakkaat ja sosiaalialan ammattilaiset tuottavat aikuissosiaalityön ydintehtävistä ja viesteistä.

Tutkimuskysymykset:

- 1) Millaisia näkemyksiä asiakkailla ja ammattilaisilla on aikuissosiaalityön tehtävistä?
- 2) Mitkä ovat aikuissosiaalityön ydinviestit asiakkaille? Miten ne tulisi esittää?

Seuraavassa luvussa avaamme tarkemmin lähestymistapaamme ja analyysi- menetelmäämme ja tämän jälkeen esittelemme tarkemmin tapojamme kerätä aineistoa eri tilanteissa.

Analyysimenetelmä

Analysoimme kerätyn aineiston laadullisin menetelmin ja metodina hyödynnetään narratiivista analyysiä. Lähestymistapa on hermeneuttis-fenomenologinen. Tarkastelemme ihmisen kokemusmaailmaa ja haemme siihen ymmärrystä (Laine 2015, 30-31). Nousiaisen tutkimus lapsistaan erillään olevista äideistä nojaa kolmen kulmakiveen, jotka ovat *hermeneutiikkaan perustuva ymmärtäminen, fenomenologian yksittäisille kokemuksille annettavat merkitykset ja narratiivisuus eli ihmisen elämän ja kokemusten tarinallinen rakentuminen*. (Nousiainen, 2004, 11). Nämä Nousiaisen käyttämät metodologiset valinnat miellyttivät meitä useasta syystä ja tarinallisuus on oleellinen käsite narratiivisessa analyysissä.

Lähtökohtana on video, jossa on esitetty neljä tarinaa ja jossa jokaisella tarinalla on alku, keskikohta ja loppu. Tarinan kertominen on usein myös videoviestinnän tarkoitus, näin ollen tarinallisuus tulee oleelliseksi käsitteeksi myös sitä kautta. Ajattelemme, että ihminen tuottaa kieltä ja ilmaisee itseään omasta tarinastaan käsin. Asiakkaat ja asiantuntijat tuottavat kertomuksia, joita tulkitsemme tutkimuskysymystemme viitoittamina. Teemoittelimme ja luokittelimme kertomuksia sekä jäsenimme saadun aineiston perusteella tuotettuja aikuissosiaalityön ydinteemoja ja merkityksiä sekä uuden videon toivottua tarinaa.

Hermeneuttisuus tuo tutkimukseen vahvan tulkinnallisuuden ja korostaa tutkijasubjektin vaikutusta tutkimusprosessissa (Nousiainen 2004,11). Käyttämämme aineiston keruumenetelmät eli Learning cafe, pop up-kahvila, havainnointi, teemahaastattelu sekä

kuvakäsikirjoitustyöskentely tuottivat hyvin eritasoista ja rikasta materiaalia. Materiaalina ovat osallistujien omat kirjoitetut, puhutut tai piirretyt pienet puheenvuorot, kertomukset ja tarinat, omat havainnoinnin pohjalta tekemämme muistiinpanot. Nousiaisen mukaan tutkimuksen kirjoittajan kokemus on muodostunut sosiaalisessa vuorovaikutuksessa (Emt. 2004, 28). Erilaiset työpajamme olivat mitä suurimmassa määrin myös vuorovaikutustilanteita, joissa tuotettiin yhdessä todellisuutta vuorovaikutussuhteessa. Nousiainen on tutkinut elämäkertomuksia eli hyvin paljon “laajempia yksiköitä” (elämäkertoja) kuin mitä me käytämme omassa tutkimuksessamme, mutta narratiivinen analyysi oli kuitenkin lähimpänä sitä metodologiaa, jolla voisimme saada aikaiseksi myös asiakkaan ja asiantuntijoiden taholta toivottua *uutta tarinaa*. Tutkimuksemme onkin ikään kuin tarinan muuttaminen toiseksi ja tapa luoda uutta aikuissosiaalityön tarinaa.

Käytännössä huolehdimme siitä, että kirjoitimme aina työpajojen jälkeen kumpikin omat muistiinpanomme yhteiselle alustalle. Lisäksi kirjoitimme tutkimukseen osallistuneiden omat kirjalliset tuotokset, jotka olivat joko paperilla tai post-it lapuilla. Kirjasimme myös tuoreeltaan omat havaintomme kustakin tilaisuudesta. Lähiluimme saatua materiaalia useaan otteeseen ensiksi erikseen ja myöhemmin yhdessä. Teimme omia muistiinpanoja lukiessamme, jonka jälkeen keskustelimme aiheesta. Lukukertojen myötä meille alkoi muodostua käsitys siitä, mikä on oleellista aikuissosiaalityössä ja mitkä sen tärkeimmät tehtävät ovat, mitä elementtejä tulevassa videossa tulisi olla. Analyysimme muodostui kehämäisessä vuorovaikutteisessa prosessissa materiaalin ja toistemme kanssa.

Ryhmittelimme materiaaleja ikään kuin muotoutuneiden tarina-aihioiden alle. Otimme käyttöön myös netistä löytyvän *Storyboard that*-työkalun, jonka avulla on mahdollista suunnitella kuvakäsikirjoituksia. Hahmottelimme havaittujen pääteemojen mukaan erilaisia visioita siitä, mitä videossa voisi olla. *Storyboardit* syntyivät analyysivaiheen prosessin aikana. Pyysimme vielä kuvittajaa piirtämään tekemämme storyboardit miellyttävämpään muotoon. Usein ne lähtivät liikkeelle työpajoissa esitetyistä lauseesta tai pohdinnasta. Tuottamiamme kuvakäsikirjoituksia voisi rinnastaa laadullisessa tutkimuksessa käytettyyn “tyyppitarinaan”. Hyödynnämme analyysissä näitä tarinoita ja esittelemme myös analyysin niiden kautta.

Aineiston kuvaus ja keruumenetelmät: haastattelu, learning cafe, pop up-kahvila ja havainnointi

Ensimmäinen varsinainen tiedonkeruu toteutettiin toimeksiantajan haastattelulla.

Haastattelimme kahta johtavaa sosiaalityöntekijää etukäteen valmisteltujen avoimien kysymysten ja teemojen avulla. Näin pääsimme selville siitä, mihin suunnata omaa käytäntötutkimustamme. Pohdimme yhdessä, miten saisimme kommentteja vanhasta videosta ja ideoita uuteen videoon sekä asiakkailta, että työntekijöiltä. Sovimme, että empirian saamiseksi sekä asiakkailta että työntekijöiltä toteutamme kaksi learning cafe-menetelmällistä workshopia ja yhden asiakaskahvilan POP up-menetelmällä.

Aineiston keruun toteuttaminen:

1. Espoon aikuissosiaalityön sosiaalityöntekijöiden tapaaminen. Vanhan videon katselu ja sen kommentointi. Haastattelu, jossa aihealueet oli määritelty etukäteen (avoin haastattelu).
2. Aikuissosiaalityön asiakkaille järjestetty Pop up-kahvila, jossa asiakkaille näytettiin olemassa olevaa videota ja kerättiin kommentteja uutta varten. (7 asiakasta)
3. Fokusryhmälle (sosiaalityön ammattilaisille) järjestetty *learning cafe*. (6 hlöä, joista 2 sosiaalityöntekijää, 3 sosiaaliohjaajaa sekä viestinnän edustaja)
4. Fokusryhmä: Yhteiskehittäjä-tapaaminen (*learning cafe*). Yhteiskehittäjät on Espoon kaupungin aikuissosiaalityön asiakkaista muodostettu kehittäjämyönteinen säännöllisesti kokoontuva ryhmä. (7 henkilöä, joista 3 asiakasta ja 4 työntekijää, 2 asiakasta oli poissa tapaamisesta)

Laajasti ajatellen learning cafet voidaan pitää fokus-ryhminä, koska kyseessä oli rajattu, etukäteen tiedossa oleva ryhmä (työntekijät tai yhteiskehittäjät), jotka kerääntyivät ennalta määrätyn aiheen äärelle. Fokus-ryhmän tavoitteena on kuvata ja ymmärtää merkityksiä ja tulkintoja, joita valittu ryhmä tuottaa jonkin tietyn teeman ympäriltä. Metodologisesti fokus-ryhmissä on yleensä 6-8 jäsentä, mikä myös toteutui. (Liamputtong 2011, 3.) Fokus-ryhmämenetelmän alkuaikoina Robert Merton käytti fokus-ryhmiä nimenomaan yleisön reaktioiden mittaamiseksi esimerkiksi tietynlaisen propagandan suhteen (Kamberelis, Dimitriadis 2013, 7). Tässä mielessä videon analysoiminen ryhmässä vie työskentelyä Fokus-ryhmän historian alkujuurille; saamaan tietoa viestinnän/propagandan “vaikutuksista”.

Ryhmien tiedossa oli etukäteen tutkimuksen aihepiiri yleisesti, mutta tarkempaa tietoa tutkimuksesta tai -kysymyksistä heillä ei ollut. Aineiston keruussa on hyödynnetty vaikutteita fokus-ryhmä -metodia, vaikka itse tilanne toteutettiin learning cafe -menetelmällä.

Learning cafe menetelmän on kehittänyt Hanne Savolainen THL:sta. Se on toiminnallinen tapa ideoida ja oppia uutta, ja se sopii isommille (noin 12 henkilöä tai enemmän) ryhmille. Menetelmän avulla herätetään keskustelua ennalta suunnitellusta aiheesta ja jokaisella on mahdollisuus tuoda omat mielipiteensä ja näkökulmansa esiin. Työskentelyn tavoitteena on yhteisen ymmärryksen löytäminen ja oleellisen tiedon kokoaminen keskusteltavasta asiasta. Menetelmä on varsin yksinkertainen: osallistujat jaetaan ryhmiin ja työskentely tapahtuu itsenäisesti annettujen teemojen tai kysymysten mukaisesti. Ryhmällä voi olla puheenjohtaja tai kirjuri, joka kirjaa kaikki ryhmän tuottamat ajatukset ja ideat yhteiselle fläppitaululle tai paperille. Jokainen ryhmä käy eri pisteet läpi vuorotellen, jolloin kaikki ideoivat jokaista kysymystä ja teemaa. Lopuksi kaikkien ryhmien tuotokset ovat esillä muiden nähtävillä ja käydään keskustelua tuotetuista teemoista ja asioista.

(<https://www.innokyla.fi/web/malli2825539>)

Ensimmäinen learning cafe toteutettiin työntekijöiden kesken ja mukana oli kaksi sosiaalityöntekijää, kolme sosiaaliohjaajaa ja yksi viestinnän työntekijä. Markkinoimme tilaisuutta posterilla, jota yhteyshenkilö levitti sähköpostitse työyhteisössä. Aluksi tavoitteena oli kohdata sosiaalityöntekijöitä, mutta heistä ei kiireestä tai muista syistä johtuen päässyt kovin moni paikalle. Yhteiskehittäjäryhmään learning cafe sovittiin suoraan ryhmän ohjaajan kanssa. Tällöin mukana oli sekä työntekijöitä että asiakkaita - yhteensä seitsemän henkilöä.

Noudatimme molemmissa tilaisuuksissa samaa kaavaa; aloitimme kahvien ja esittelyiden jälkeen vanhan videon katselulla. Tämän jälkeen kävimme avoimen noin 15 minuutin keskustelun videon herättämistä ajatuksista. Havainnoimme tilannetta ja teimme keskusteluista muistiinpanoja. Tämän jälkeen aloitimme varsinaisen learning cafen, jonka ajaksi osallistujat jaettiin pieniin ryhmiin.

Käsiteltävänä oli kummassakin learning cafessa kolme kysymystä, joihin kaikkiin kunkin ryhmän tuli vuorollaan vastata. Kysymykset oli muokattu sen mukaan, oliko kohderyhmässä asiakkaita vai asiantuntijoita. Aikaa kunkin kysymyksen pohdinnalle oli noin 15 minuuttia ja kukin ryhmä kirjasi pohdintansa paperille tai fläppitaululle. Lopuksi kävimme keskustelun, jossa ryhmät avasivat sitä, mitä olivat pohtineet eri kysymysten kohdalla. Halusimme varata

työskentelyn jälkeen vapaalle keskustelulle runsaasti aikaa. Yhteisen keskustelun kautta tieto jäsenyi vielä kertaalleen ja ideat muokkaantuivat entisestään.

Muokkasimme kysymystemme sanamuotoja hieman ensimmäisen learning cafen jälkeen, koska yksi kysymyksistä oli liian monitulkintainen. Aluksi kysyimme aikuissosiaalityön tärkeimpiä tehtäviä *tulevaisuudessa* ja kysymys vei kauas aiheesta.

Learning cafen kysymykset;

- 1) *Mitä elementtejä tai asioita aikuissosiaalityötä käsittelevässä videossa tulisi olla? Kirjoita näkemyksesi, alleviivaa 3 tärkeintä.*
- 2) *Mitkä ovat aikuissosiaalityön tärkeimmät tehtävät näkökulmastasi? Mikä olisi tärkeä viesti asiakkaalle? Alleviivaa 3 tärkeintä.*
- 3) *Millainen videoviestintä puhuttelee sinua asiakkaana tai mikä olisi mielestäsi sopiva tyyli/tyylilaji aikuissosiaalityötä käsittelevälle videolle asiakasnäkökulmasta? Voit käyttää hyödyksesi jotain sinua puhutellutta videota. Tee pieni ideapaperi, jossa voit käyttää luovuutta. Esim kuva, kiinnostava vuoropuhelu tai tyylikuvaus*

Asiakkaille järjestetty Pop up -kahvila oli Leppävaaraan sosiaalitoimiston tiloissa neuvotteluhuoneessa, joka sijaitsi sisääntuloaulan lähistöllä. Tilassa oli tarjolla virvokkeita, karkkia ja hedelmiä. Rekrytoimme aluksi asiakkaita aulasta heidän odottaessa vuoroaan palveluneuvontaan. Asiakkaiden houkutteleva aulasta ei kuitenkaan tuottanut tulosta, koska asiakkaat halusivat ensin hoitaa omat asiansa. Päädyimme siihen, että haastattelimme asiakkaita vasta heidän asiakastapaamistensa jälkeen ja pysäytimme heitä käytävällä heidän poistuessaan palveluohjauksesta. Tämä toimi huomattavasti paremmin ja saimme kaiken kaikkiaan seitsemän asiakasta neuvottelutilaan keskustelemaan kanssamme. Monet asiakkaista kieltäytyivät osallistumasta, koska olivat kiireisiä tai olivat kertomansa mukaan ensi kertaa asioimassa sosiaaliasemalla ja tästä syystä pelkäsivät, etteivät osaisi vastata kysymyksiin.

Useat Pop up -kahvilaan tulleet asiakkaat eivät jaksaneet katsoa videota tai heidän oli vaikea kiinnittyä aiheeseen. Video oli joko liian pitkä tai se ei kiinnostanut heitä esimerkiksi oman kuormittuneen tilanteen vuoksi. Pop up-kahvilassa olimme jo valmiiksi karsineet pois yhden kysymyksen ja kysyimme vain edellä mainitut kysymykset 1 ja 2. Monille kysymykset olivat liikaa ja asiakkaat siirsivät nopeasti keskustelun omaan tilanteeseensa. Usein kävikin niin, että toinen meistä kävi keskustelua asiakkaan kanssa ja toinen havainnoi ja kirjoitti ylös

keskustelun kulkua. Asiakkaat näyttivät meille esimerkiksi saamiaan päätöksiä tai muita dokumentteja. Meille jäi tunne, että asiakas ei aina ymmärtänyt mitä ja millä perustein tapaamisella oli tehty päätöksiä hänen asioistaan.

Tutkimusetiikka ja tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen tulee aina noudattaa tutkimuseettisiä periaatteita. Niitä ei ole säädely lailla, mutta ne määrittävät tutkijan ammatillisuutta. (Kuula 2011, 43). Jokainen tutkittava, niin asiakas kuin työntekijä, voi vapaasti päättää siitä, osallistuuko tutkimukseen. Tämä edellyttää sitä, että tutkittaville kerrotaan riittävästi tutkimuksesta ja kerätyn tiedon käyttötarkoituksesta (Kuula 2011, 44). Pyrimme avaamaan tätä osallistujille perusteellisesti kussakin tilanteessa. Tutkimuksemme pystyi myös halutessaan keskeyttämään missä tahansa vaiheessa. Tutkimuseettisestä näkökulmasta pyrkimyksemme on tuottaa tietoa, joka vaikuttaisi käytäntötutkimuksen periaatteiden mukaisesti sekä asiakkaiden että työntekijöiden hyvinvointiin edistävästi. Pyrimme myös luomaan tutkimustilanteista miellyttäviä kohtaamisia arjen keskellä.

Tutkittavien tunnistamattomuus on kenties tunnetuin tutkimuseettinen lähtökohta tutkimukselle, jota myös me tutkimuksessa noudatimme. (Kuula 2011, 139). Emme keränneet ihmisten henkilötietoja, joten lopullisessa tutkimusraportissa tutkittavan henkilöllisyyttä ja mielipidettä ei pysty yhdistämään. Lisäksi anonymisoimme materiaalin mahdollisesti tunnistettavien elementtien osalta. Emme myöskään halunneet erotella sitä, kuka oli äänessä missäkin tilanteessa.

Totesimme alkuneuvottelussa, että aikataulumme puolin ja toisin eivät riitä sekä tutkimusaineiston keruuseen, raportointiin että laajamittaiseen videoproduktioon. Tämän vuoksi tavoitteenamme on saada käytäntötutkimuksen sellaiseen pisteeseen, josta on hyvä jatkaa videon toteutukseen, kun siihen on käytettävissä riittävät ajalliset, taloudelliset ja tekniset resurssit.

Kerätyn aineiston analyysi

Analyysin aluksi keskityimme siihen, mitä vanhasta videosta ajateltiin. Tämän jälkeen esittelemme tutkimustuloksiamme kolmen tyypitarinan avulla.

Vanhaa kahdeksan minuutin videota katsellessa kävi ilmi, että se koettiin lähes poikkeuksetta liian pitkäksi ja sitä ei oikein jaksettu katsoa loppuun - siinä oleva jännite ei kantanut.

Saimme hyvin konkreettisia ehdotuksia tulevan videon pituudeksi; sen tulisi olla ainakin puolet lyhyempi tai useamman mielestä maksimissaan kaksi minuuttia.

Ryhmissä kommentoitiin myös sitä, että videosta ei oikein tullut esille, kenelle se oli tarkoitettu. Videon viesti jäi hieman epäselväksi, vaikka siihen olikin mahduttu paljon asiaa:

- *Niin, kenelle tämä on suunnattu?*
- *Hämäräksi tosiaan jää, mihin video on tarkoitettu.*
- *Voisihan tämän laittaa johonkin aulaan pyörimään, että "tällaista on"*

Molemmissa learning cafe-tilaisuudessa tuotettiin kommentteja siitä, että video oli jollakin tapaa epärealistinen ja liian virastomainen. Sitä pidettiin jopa koomisena todeten, että komiikka on taitolaji ja ei välttämättä toimi aikuissosiaalityön kontekstissa.

Esille tuli vahvasti myös nykypäivänä videoihin kohdistuvat laatuvaatimukset:

- *Nyhtän vaatimukset ovat videoille kyllä todella korkeat, mikä tahansa ei mene läpi*
- *Värimaailmakin oli jotenkin tunkkaista, sopisi raikkaammat värit. Panostaisin ja ostaisin tämän. Onhan se kiva, että on yritetty tehdä itse, mutta jos haluaa imagoa muuttaa, pitää olla raikkaampi*
- *Oli se jotenkin jäykkä, nauhoittakaa oikeita tilanteita ja sitten oikeat näyttelijät näyttämään*

Molemmissa learning cafe -ryhmässä kiinnitettiin huomiota videon laatuun. Itse tehty video oli jotenkin liian kotikutoinen ja se ei toimi "virallisena videona", mikäli halutaan päivittää aikuissosiaalityön imagoa. Joku oli huolissaan siitä, oliko video vielä jossain katsottavissa. Sosiaalityöntekijöistä on moneksi, mutta itse näytellyt asiakastilanteet olivat monelle liikaa. Toisaalta työntekijöitä kiiteltiin siitä, että he olivat heittäytyneet mukaan. Vähitellen vahvistui kuitenkin ajatus ammattimaisten näyttelijöiden käytöstä. Esimerkiksi Espoon harrastajateatteria tai tarinateatterin näyttelijöitä voitaisiin edullisesti hyödyntää seuraavassa videossa.

Vanhan videon katseleminen herätti kaikissa ryhmissä ristiriitaisia ajatuksia. Siinä, missä yksi katselija piti videota pöyristyttävänä ja jopa nolona, toinen olisi hyvin voinut katsella videota esimerkiksi sosiaaliaseman aulassa.

- *Pöyristyttävää, että tällainen video tehty ja katsottavissa. Tässä on liikaa lässytystä, ihan kuin päiväkotilaisille puhuttaisiin*
- *Musta se ei nyt ollut niin huono. Siinähan oli erilaisia juttuja, joita tulee. Aika paljon hyödyllisiä aiheita, nainen oli kylläkin liian selkeä, näkee, ettei ole vetänyt kunnon lärvejä*
- *Mutta voisihan tämän laittaa aulaan pyörimään, en tunnista noloutta tässä*

Ryhmissä keskusteltiin myös erilaisista tyyllilajeista, koettiin, että vanhan videon tyyli on hieman sekava. Video herätti heti keskustelua siitä, millainen tyyllilaji seuraavassa videossa tulisi olla. Siinä missä asiantuntijoista koottu ryhmä halusi koskettavaa kerrontaa, niin yhteiskehittäjäryhmässä peräänkuulutettiin aikaisempaa positiivisempaa tapaa kertoa asioista. Asiantuntijat halusivat jatkossa tunteisiin vetoavaa viestintää, kun taas yhteiskehittäjäryhmässä toivottiin erityisesti informatiivista ja positiivista videota. Asiantuntijaryhmässä arvioitiin tarinoiden ja asiakasesimerkkien toimivan, kun taas yhteiskehittäjäryhmässä asiakastapausten esittelyä ei pidetty niin oleellisina. Jokainen videon katselija tulkitsi videota omasta tarinastaan käsin. Viestinnän edustaja alkoi esimerkiksi kertoa tarinaa siitä, miten vanha video oli syntynyt ja että leikattavaa materiaalia oli ihan liikaa.

Häpeän monet kasvot

Kaikissa ryhmissä häpeän käsite ja aikuissosiaalityö liitettiin yhteen. Häpeää voidaan tarkastella esimerkiksi marginaali- käsitteen avulla. Usein marginaalista puhuttaessa, tiettyjen ihmisten ääni ei tule kuuluviin ja usein ne ovat juuri niitä ihmisiä, jotka luokitellaan kuuluviksi marginaaliin. Tässä käytäntötutkimuksessa yrityksemme on saada marginaalin, tässä tapauksessa aikuissosiaalityön asiakkaiden, ääni ja mielipide kuuluville. (Jokinen, Huttunen ja Kulmala 2004, 9-10.)

Häpeän ymmärtämisessä voidaan käyttää myös apuna kategorisoinnin käsitettä. Ihmiset luokittelevat toisiaan ja asettavat ihmisiä tiettyyn kategoriaan, johon liitetään myös tiettyjä ominaisuuksia ja toiminta-odotuksia. Tämä aiheuttaa myös usein sen, että pelkän kategorian mainitseminen riittää. Tämän nimeämisen pohjalta oletamme tietävämme minkälaisia tiettyyn

kategoriaan kuuluvat ihmiset ovat ja miten he käyttäytyvät. (Juhila 2004, 23). Kategoriat toisaalta ylläpitävät yhteiskunnallista kuin kulttuuristakin harmoniaa, mutta samalla myös luovat ja ylläpitävät eriarvoisuutta. Kun kategorisointiin liittyy pääosin negatiivisia konnotaatioita, niin luokitteluja voidaan kutsua Silvermanin mukaan identiteettivankiloiksi tai Goffmanin mukaan leimatuksi identiteetiksi. (Juhila 2004, 23-24.)

Näin ollen on helppo ymmärtää, että aikuisosiaalityöhön tai toimeentulotuen hakemiseen liittyy usein negatiivisia ajatuksia, jotka saattavat jopa aiheuttaa sen, että apua ei haeta. Tämän vuoksi sosiaalitoimistojen tulisi antaa asiakkaalle hyviä kokemuksia, jotka eivät edesauttaisi avunhakemisen häpeällistä kokemusta. Eräs ensimmäistä kertaa apua hakeva asiakas kertoo:

- *Miksi huoneessa on pleksi, tuntuu epämiellyttävältä....tuntuu jotenkin vankilalta, että sulle puhutaan pleksin takaa*

Kerätessämme aineistoa pop up - kahvilassa törmäsimme siihen, että asiakkaat eivät halunneet osallistua tutkimukseen, koska eivät *“oikeastaan ole hakemassa apua, ovat vaan ystävän tukena tai ovat sosiaaliasemalla ensimmäistä kertaa ja eivät siten osaa kertoa aikuissosiaalityöstä mitään”*. He eivät oikein toisin sanoen kokeneet olevansa aikuissosiaalityön asiakkaita. Palveluohjauksessa käyntinsä jälkeen asiakkaat olivat huomattavasti kiinnostuneempia osallistumaan tutkimukseen, koska olivat tuolloin yksin ja asia oli jo hoidettu. Aulassa tapahtuneen käyttäytymisen ja tutkimuksesta kieltäytymisen koimme tietynlaiseksi häpeäkäyttäytymiseksi kuin myös kasvojen menettämisen peloksi. Aulassa olevat asiakkaat todennäköisesti tuntevat häpeää asiakkuudestaan ja vaikka muutkin ovat samassa tilanteessa, niin eivät halunneet myöntää asiaa muiden edessä.

Nyky aikaan kuuluu se, että ihminen pystyy itse määrittelemään identiteettinsä. Leimatun kategoriaan joutuminen on kuitenkin niin määräävää, että ihminen ei pysty kaikissa tilanteissa välttämään annettua identiteettiä/luokittelua, vaan alkaa käyttäytyä annetun identiteetin mukaisesti. Tällöin ihmisen sisäinen tarina poikkeaa ulkoapäin annetusta ja on ristiriidassa leimatun identiteetin ja siihen liitettyjen mallitarinoiden kanssa. Ratkaisuna tähän ongelmaan on se, että ihminen alistuu leimattuun identiteettiin tai alkaa asettua poleemisesti suhteeseen. Jälkimmäistä vaihtoehtoa kutsutaan vastapuheeksi, jota osaltaan myös tutkimuksemme on tarkoitus tuottaa. (Juhila 2004, 28)

Häpeän teemaa myös sanoitettiin yhteiskehittäjäryhmässä, kun vanhaa videota katsottiin:

- *Tässä edetään ääriesimerkkien kautta, ja on tosi leimaava, jotenkin väheksyvää*

- *Häpeä on jo muutenkin. Eikä tämä video niitä ennakkoluuloja kauheasti tiputtanut*
- *Ei saisi korostaa niitä asioita niin kauhiasti*
- *Voisi olla neutraalimpi. luuleeko ne heti, että jos on saanut hädän, on juoppo, esimerkiksi, jos on nyt häätö keskiössä, ei nyt siinä sitten muuta, olisi tietoa, että mitä sitten*

Tulkitsimme, että ääripäiden asioiden alleviivaaminen ja monen ongelman upottaminen yhteen roolihahmoon on ikään kuin liikaa. Asiakkaat eivät halua korostaa ongelmien monitahoisuutta, vaan viestinnässäkkin olisi hyvä edetä aihe kerrallaan eikä esittää aikuissosiaalityön asiakasta passiivisena toimijana, jota neuvotaan ylhäältä alaspäin.

Aikuissosiaalityön päätehtävät

Tavoitteena oli saada selville, mitkä ovat aikuissosiaalityön päätehtävät asiakkaiden ja ammattilaisten näkökulmasta ja nimeämään näistä kolme tärkeintä. Ensimmäisessä oppimiskahvilassa tuotiin esille jalkautumisen tärkeys, suunnitelmallinen sosiaalityö, sosiaaliohjaus, yksinäisyyden ehkäiseminen/poistaminen, ylisukupolvisen huono-osaisuuden poistaminen ja sähköinen asiointi. Myös yhteiskuntaan osallisuutta pidettiin tärkeänä.

- *Kaikkihan eivät pääse töihin, mutta voi olla toisella tapaa osallinen...se palkkatyö ei ole se juttu, vaikka aina "mennään töitä päin"*

Asiakkaiden pop-up-kahvilassa aikuissosiaalityön päätehtäviksi määriteltiin esimerkiksi sosiaalisten ongelmien hallinta, tuki ihmisen elämän eri vaiheissa, taloudellinen tuki, tuki perheille ja vanhemmille, tieto suomalaisesta yhteiskunnasta ja tiedon jakaminen. Lisäksi esille nostettiin asunnottomuuteen tarjottava tuki ja korvaushoitoon liittyvät asiat, toimeentulotuki ja apu veloista selviytyminen. Eräs asiakas tiivisti ajatuksensa seuraavasti:

- *Vaikka olemme aikuisia, tarvitsemme huolenpitoa jatietoa*

Kolmannessa ryhmässä, yhteiskehittäjissä, asiakkaat ja sosiaalialan ammattilaiset nostivat esille avunsaannin, ohjauksen ja neuvonnan, kannattelun vaikeassa tilanteessa, mielekkään puuhastelun, arjen hallinnan tukemisen varhaisessa vaiheessa, asumisen, perhesuhteet, talousasiat, auttamisen ja ennaltaehkäisyyn sekä matalan kynnyksen palvelut. Kaiken kaikkiaan tärkeänä pidettiin sitä, että apua saisi monenlaisiin ongelmiin ja oikea-aikaisesti, mieluiten ennakoivasti.

Tärkeimmiksi aikuissosiaalityön tehtäviksi muodostui tutkimuksessamme avun saaminen, tuki ja tieto erilaisista palveluista. Ammattilaiset selvästi olivat sitä mieltä, että tukea ja apua tulisi hakea ajoissa ja ennaltaehkäisevästi, jotta voitaisiin esimerkiksi ehkäistä köyhyyden tai työttömyyden ylisukupolvisuutta. Asiakkaat taas halusivat spesifiä tietoa itseään koskettavasta ongelmasta ja siitä mihin olla yhteydessä, eikä niinkään siitä mitä aikuissosiaalityössä yleisesti tehdään. Asiakkaiden ja ammattilaisten osuus tiedon tuottamisessa on ollut suurin piirtein yhtä suuri.

Seuraavassa olemme rakentaneet kerätyn aineiston pohjalta kolme aikuissosiaalityön tyyppitarinaa. Näissä aikuissosiaalityön tärkeimmät tehtävät kuin myös toiveet siitä, minkälaisia elementtejä uuden videon tulisi sisältää sulautuvat yhteen.

Etsitään yhdessä ratkaisuja

Ensimmäinen käsikirjoitusaihio syntyi heti ensimmäisen learning cafen jälkeen, mutta sen teemat saivat vahvistusta muissa ryhmissä, joissa niissäkin korostettiin sitä, että ratkaisumalleja ongelmiin ei ole suinkaan valmiina, vaan jokaisella on oma tilanteensa ja tarinansa. Ongelmien kohtaaminen vaatii jokaisen tarinan ymmärtämistä. Pysyvimmät ratkaisut ongelmiin syntyvät pohtimalla asioita yhdessä niin, että asiakas on lopputulemiin sitoutunut ja motivoitunut. Tämä käsikirjoitus haluaa vaikuttaa tunteisiin ja videossa tulisikin keskittyä enemmän “fiilikseen” kuin faktojen luettelemiseen. Tunnelma voisi olla voimakas ja esimerkki taustamusiikin valinta on oleellista. Asiantuntijaryhmä piti videosta tulevaa mielikuvaa tärkeimpänä asiana.

- *Tarinoita jaksetaan kyllä katsoa*
- *Oletteko nähneet meidän koskettavan tarinan Jokesta...jotain sen tyyppistä*
- *Siinä voisi olla kuva, ”jos on ongelma - etsitään yhdessä ratkaisuja”*

Storyboard 1 - Etsitään Yhdessä Ratkaisuja!



Musiikki hiljaista / dramaattista.
Surullinen katse (asiakas 1). Teksti tulee kuvan jälkeen.



(Asiakas 2)



(Asiakas 3) Voi olla myös yksi asiakas, jolla kaikki haasteet.



Ongelmat tulevat ilmi lähinnä pienillä eleillä ja ilmeillä.



Positiivinen musiikki.
Lopussa asiakkaat yhdessä esim. ulkona
"voimassa hyvin" "jotakin on tapahtunut".



Kuvakäsikirjoitus 1, *Etsitään yhdessä ratkaisuja* lähtee liikkeelle ongelmasta, joka estää arjen sujuvuuden ja tasapainoisen elämän. Kuvakäsikirjoituksen pohjalla ovat ikään kuin aikuissosiaalityössä paikannetut yleiset ongelmat ja niihin saatavilla olevat täysi-ikäisille tarjotut ilmaiset palvelut. Tässä käsikirjoituksessa katsojalle halutaan jättää muistijälki tunteisiin vetoamalla

ja tiiviillä, mutta intensiivisellä viestillä. Tavoitteena on kertoa, millaisiin ongelmiin aikuissosiaalityöstä voisi olla apua. Toinen oleellinen viesti tässä tarinassa on, että ratkaisut ongelmiin etsitään asiakkaan kanssa yhdessä; asioita ei sanella ylhäältä alaspäin. Ratkaisut syntyvät vahvasti yhteistyössä kohtaamisissa asiakkaan ja sosiaalityöntekijän ja/tai sosiaalihoajaan kanssa.

Aikuissosiaalityön piiriin tullaan, kun tarvitaan tietoa ja tukea haastavaan elämäntilanteeseen. Käsikirjoitus ymmärtää, että asiakkailla on erilaisia ongelmia. Lyhyellä noin minuutin mittaisella uudella videolla voitaisiin kuvata näitä ongelmia yksinkertaisesti, esimerkiksi neljän Espoossa toimivan Tarinateatterin näyttelijän avulla. Ensimmäisessä kohtauksessa tulisi esille asiakkaan paha olo, toisessa se, että rahat eivät riitä elämiseen, kolmannessa ongelmana olisi alkoholin käyttö ja neljännessä esimerkiksi muu arjen kaoottisuus ja/tai yksinäisyyden tunne. Käsikirjoituksessa ei avata yksityiskohtaisesti syitä tai seurauksia saati lähdetä selittämään tilannetta ja siihen johtaneita tekijöitä - syyllisiä ei etsitä. Tavoitteena on viestiä, että ongelmiin voi saada apua Espoon aikuissosiaalityöstä.

Loppukohtauksessa eri näyttelijät ovat yhdessä: "Onneksi tilanteemme on nyt toinen". Ja viimeisenä tulee kehitelty slogan: "*Etsitään yhdessä ratkaisuja*" ja niin *sanottu call to action* (mitä toivotaan tapahtuman videon katsomisen jälkeen) on se, että videon katsonut menee Espoon aikuissosiaalityön nettisivuille, josta saisi tarkempaa yksityiskohtaisempaa lisätietoa. Tämä edellyttää, että nettisivuilla toistuvat videossa olevat teemat ja siellä on konkreettista ja ajantasaista tietoa kustakin aihealueesta. Nettisivuilta on helposti hahmotettavissa se, miten ja mihin kannattaa olla yhteydessä oman tilanteen selvittämiseksi.

Kuka tahansa meistä

Tämä *Kuka tahansa meistä* -storyboard lähti liikkeelle siitä pohdinnasta, että kuka oikeastaan on aikuissosiaalityön asiakas ja miltä hän näyttää. Empiriasta on tulkittavissa, että aikuissosiaalityön asiakas voi näyttää keneltä tahansa. Stereotypiaa tukka pystyssä olevasta laitapuolen kulkijasta ei tulisi vahvistaa videoviestinnän keinoin. Asiakkuudessa ovat tavalliset ihmiset ja asiakkuus aikuissosiaalityössä ei näy päällepäin. Häpeän leimaa ei haluta vahvistaa; asiakkuudessa voi olla niin pörssimeklari kuin bussikuskikin. Kuka tahansa voi jossain elämänsä vaiheessa tarvita apua.

- *Ei tarvitse tulla verkkareissa ja löntystellen, voi tulla vaikka kravattissa*
- *On täällä nähty pörssimeklarikin*

Storyboard 2 - Kuka Tahansa Meistä

- Näyttelijöinä erilaisia persoonallisia ihmisiä (eri ikäisiä, eri yhteiskuntaluokista..)
- Taustamusiikki: voi olla koskettava tai heti lähteä positiivisesti
- Perustuu vaikuttaviin ja samaistuttaviin persooniin (miehellään harrastenäyttelijöitä)
- Viimeisin ihmiskuvan jälkeen hypätään suoraan sloganiin "Kuka tahansa meistä".
- Voidaan lisätä mukaan myös palvelua selittävä lyhyt teksti

Versio 1 (ensin nimi, sitten kuvaa henkilöstä)



Versio 2 (Henkilöt sanovat itse nimensä)



Tämä kuvakäsikirjoitus vetoaa myös tunteisiin ja perustuu helposti samaistuttaviin näyttelijöihin, jotka ovat videossa vahvasti läsnä ja helposti samaistuttavia. Videoon valitaan erilaisia persoonallisia hahmoja. Tyyli voi olla vakava, mutta halutessa myös reipas ja positiivinen. Tällainen video on edullista toteuttaa, koska se ei vaadi hienoja taustoja tai kuvauspaikkoja. Päähuomio kiinnittyy videolla esiintyviin kasvoihin.

Tämän videon pääviesti on se, että kuka tahansa meistä voi olla joskus tilanteessa, missä olisi syytä kääntyä aikuissosiaalityön puoleen. Video haluaa poistaa häpeän leimaa.

Tässäkin videossa on ns. *call to action* eli oleellista on ohjata myös eteenpäin lisätiedon äärelle. Kun kirjoitettua viestintää on karsittu minimiin, jää vaikuttava pääviesti myös helpommin mieleen. Video voi herättää kysymyksiä, mutta se on myös tarkoitus. *Miten niin kuka tahansa meistä?* Oleellista on, että internetiä päivitetään myös vastaamaan videon viestiä, siellä voisi olla erilaisia kirjoitettuja asiakastarinoita, jotka olisivat esimerkiksi videossa esiintyvien asiakkaiden avattuja kertomuksia jonkun haasteen äärellä.

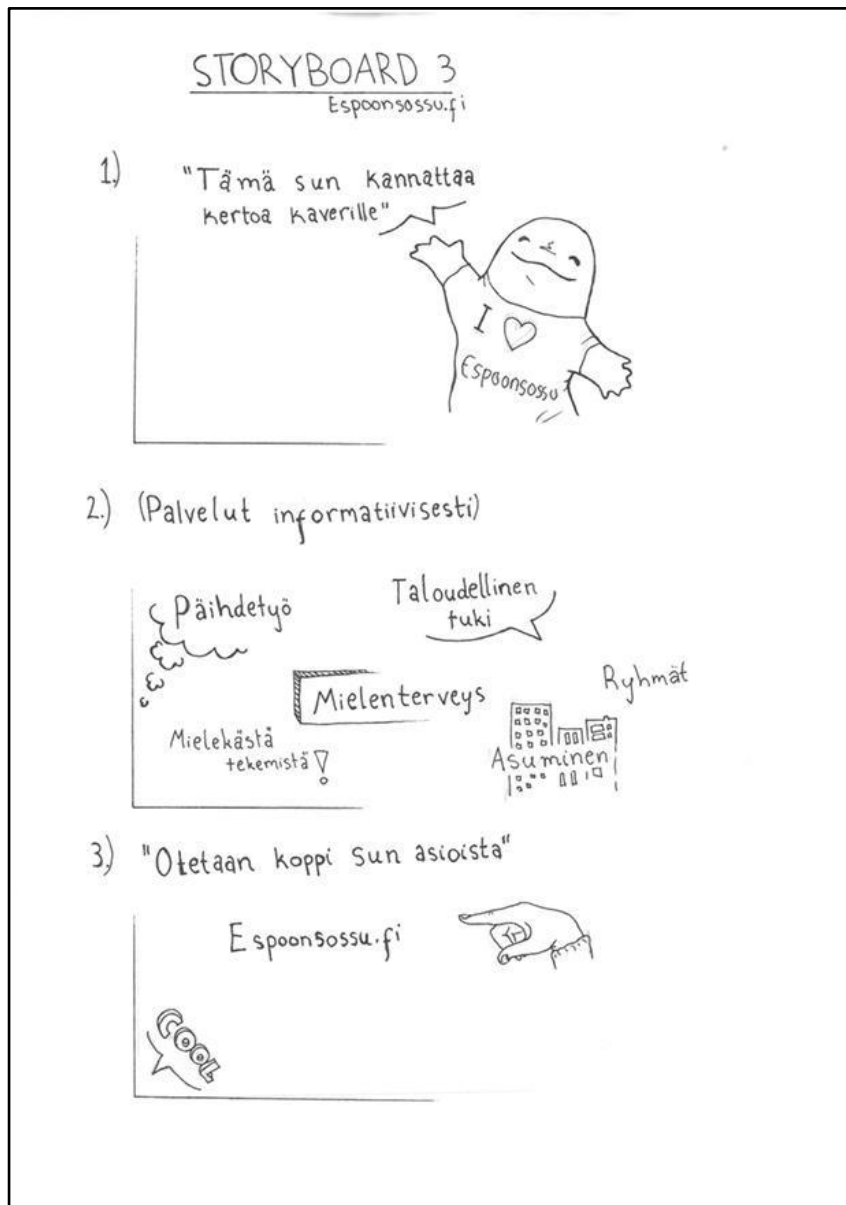
Puhuttelevaksi viestinnäksi koettiin se, että viesti kerrotaan ikään kuin *ihmiseltä ihmiselle*.

Vuorovaikutus tapahtuu ihmisten välillä. Mahdollisuus henkilökohtaiseen ja räätälöityyn palveluun koetaan arvokkaaksi. Liika “lappujen täyttely” taas koettiin raskaaksi.

Espoonsossu.fi – kohti positiivisempaa viestintää

Yhteiskehittäjäryhmässä ei koettu niin tarpeellisenä tunteisiin vetoavuutta; ryhmässä kyseenalaistettiin se, miksi aikuissosiaalityön viestinnässä tulisi voimakkaasti vaikuttaa tunteisiin. Tärkeimmäksi koettiin se, että oleellinen tieto on helposti löydettävissä. Asiakkaat haluavat viestintämateriaaleista konkreettista tietoa siitä, miten jotain heitä askarruttavaa asiaa voi lähteä hoitamaan. Viestinnästä haluttiin neutraalimpaa tai positiivista.

Vanha video koettiin ennakkoluuloja vahvistavana – ei niitä muuttavana ja tästä haluttiin päästää irti. Tämä kolmas käsikirjoitusaihio eteneekin kohti positiivisempaa viestintää ja siinä korostuu myös informatiivisuuden vaatimus. Asiasanoja ovat edellä mainittujen lisäksi yhteisöllisyys, innostavuus, ja kannustavuus. Videossa halutaan lähteä liikkeelle asiakkaan omasta aktiivisesta roolista - ajatus aikuissosiaalityön asiakkaasta aktiivisena toimijana on videon taustalla.



Tässä *Espoonsossu.fi* -käsikirjoitusaihiassa animaation mahdollisuus nostettiin esiin. Videolla voisi olla aikuissosiaalityön asiaa esittelemässä esimerkiksi jokin sympaattinen ja hauskin hahmo. Ehdotettiin, että aikuissosiaalityöllä voisi olla oma opastava piirroshahmonsa. Ideana on, että oivasta palvelusta voisi esimerkiksi vinkata kaverille ja "laittaa sanaa kiertämään". Videossa tulisi selkeästi esille Espoon aikuissosiaalityön palveluvalikko, ja esimerkiksi se, että toiminta voi tapahtua myös ryhmässä ja olla yksinkertaisuudessaan mielekästä tekemistä arkeen tai tietoa siitä, missä voisi opiskella suomea tai oppia lisää Suomen kulttuurista. Kynnys yhteydenottoon ja palveluiden käyttöön halutaan matalaksi.

Tässäkin käsikirjoituksessa on oleellista, että lisätietoa on helposti löydettävissä esimerkiksi internetistä. Käsikirjoitus päättyikin helposti muistettavaan webbiosoitteeseen, joka toimisi

ikään kuin sisäänheittona palveluille. Videota tukisi se, että kustakin alueesta - esimerkiksi asumisesta - löytyisi tarkkaa tietoa ja ohjeistusta esimerkiksi siitä, miten toimia, jos on häätöuhan alla. Tieto olisi faktaa ja siinä ei esimerkiksi yhdistettäisi alkoholisia ja häätöä toisiinsa, mikä koettiin toimintatapana leimaavana. Toivomuksena myös se, että tietoa tulisi löytyä usealla kielellä ja lyhyestä videosta voisi myös olla useita kieliversioita. Myös muut ryhmät, kuten sokeat, olisi huomioitava videota tehdessä.

Domainin hankkiminen ei maksa paljoa ja aikuissosiaalityön asioille sellaisen voisi ostaa. Espoo.fi - sivusto koettiin liian massiiviseksi ja laajaksi kokonaisuudeksi lähestyä. Asiakkaan lanseeraama espoonsossu.fi -osoite voisi olla videossa ohjaamassa lisätiedon äärelle.

Tutkimuksen hyödyntäminen

Parhaassa tapauksessa tekemäämme työtä ja käytäntötutkimusta hyödynnetään aikuissosiaalityön viestinnässä. Tähän onkin hyvät edellytykset, sillä projektissa syntyi arvokasta tietoa siitä, miten aikuissosiaalityön asiakkaat ja ammattilaiset määrittelevät aikuissosiaalityön tehtävät ja miten visualisointia tiedontuottamisen apuvälineenä voidaan käyttää asiakkaiden ja ammattilaisten hyväksi. Kerättyä tietoa voidaan halutessa hyödyntää laajemmin esimerkiksi asiakasviestinnässä ja brändin hallinnassa. Pääviestit täsmentyivät ja kuva aikuissosiaalityöstä kirkastui sekä projektissa mukana olleille asiakkaille että työntekijöille.

Tavoitteenamme oli saada aikaiseksi mahdollisimman hyvät valmiudet lopullisen esittelyvideon toteutukseen ja samalla visioida ja ideoida, miten video kannattaisi toteuttaa. Esittelimme erilaisten työpajojen pohjalta ideoimamme kolme alustavaa *kuvakäsikirjoitusta* tutkimuksen tilaajalle muun empirian ja tulosten läpikäynnin yhteydessä. Yhdelle sivulle mahtuvat tiiviit kuvatarinat osoittautuivatkin hyvin hedelmällisiksi keskustelun pohjiksi ja toimeksiantaja tuntui olevan niihin tyytyväinen. Espoon aikuissosiaalityöstä kerrottiin, että heillä ei välttämättä olisi ollut aikaa tai käytännön mahdollisuutta pureutua videoviestinnän kysymyksiin ilman tekemäämme käytäntötutkimusta. Heidän mukaansa videota on nyt helppo lähteä työstämään yhdessä organisaation viestinnän kanssa, joka sitoutui videon tekemiseen myös projektin myötä. Kehittelemämme storyboardit ovat konkreettinen työkalu ja väline työyhteisön viestien välittämiseen. Toimeksiantajan mukaan projekti tulee jatkamaan niiden pohjalta. Valmiita ideoita voi kehittää eteenpäin, niitä voi tyrmätä,

yhdistellä toisiinsa tai jatkojalostaa. Niissä nyt olevaa alustavaa tyyliä voi muuttaa vaikka animaation suuntaan. Toki edessä on vielä tarkempi käsikirjoitus ennen varsinaista kuvausta. Myös käytännön järjestelyt ja esimerkiksi yhteistyökumppanien valinta odottavat tekijäänsä. Storyboard-työkaluna avaa yksinkertaisuudessaan mahdollisuuksia tehdä jatkossa vastaavanlaisia ideapapereita kenties muitakin videoita suunnitellessa.

Halusimme myös integroida mukaan Espoon sosiaalitoimen viestintää ja vaikuttaa rakenteellisesti siihen, että miten sosiaalitoimen asiantuntijat voisivat paremmin hyödyntää viestintää työssään. Samalla halusimme herättää keskustelua siitä, miten yleisesti ottaen sosiaalitoimen viestintää tulisi Espoossa kehittää eli liittää videoprojekti osaksi laajempaa keskustelua. Kiinnitimme työyhteisön katseen jälkimarkkinointiin. Viestintätyöt olisi myös hyvä nivoa strategisesti jatkumoon, jossa kaikki viestintä ja sisällöntuotanto tukevat toisiaan; esimerkiksi videoviestintä internetviestintää ja toisinpäin. Printtiesitteillä olisi hyvä olla sama *look and feel* kuin internetviestinnällä.

Pyysimme ensimmäiseen Learning cafe-työskentelyyn mukaan myös viestinnän edustajan, mikä näytti jo välittömästi tiivistävän yhteistä tekemistä viestintäyksikön ja aikuissosiaalityön yksikön välillä. Yhteistyö tulee jatkumaan konkreettisen videon tekemisenä käytäntötutkimuksen toteutuksen jälkeen. Viestintä aikoo esimerkiksi pilotoida organisaation hankittua uutta videoeditointityökalua aikuissosiaalityön aiheella.

Reflektoidessamme omaa kahdenkeskistä työparityöskentelyämme, totesimme useasti, että täydennämme tyyleillämme toisiamme. Työskentely oli läpi koko projektin rakentavaa, kannustavaa ja jopa voimaannuttavaa. Toki meillä saattoi ajoittain olla erilaisia mielipiteitä esimerkiksi siitä, miten työskentelyn tulisi seuraavaksi edetä - molemmilla on oma tyyli työskennellä. Kävimme hyvin useasti rakentavia keskusteluja aiheeseen liittyen ja erilaisista taustoistamme johtuen oppimme aidosti paljon uutta. Mietimme jopa mahdollisuutta tehdä maisteriohjelman lopputyön yhdessä.

Johtopäätökset ja pohdinta

Käytäntötutkimukseen kuuluu yleensä neljä vaihetta: suunnittelu, pilotointi, toteutus ja kentälle palauttamisen ja reflektoinnin vaiheet (Julkunen ym. 2016). Olemme tässä tutkimuksemme käyneet läpi kaikki edellä luetellut vaiheet. Olemme myös toteuttaneet käytännössä käytäntötutkimuksen tärkeintä päämäärää; yhteistoimijutta asiakkaan ja ammattilaisten kesken. Tutkimuksen tarkoituksemme oli myös tukea asiakkaan osallisuutta ja

toimijuutta kuin myös tuottaa toisenlaista tietoa aikuisosiaalityön asiakkuuksista ja työtehtävistä. Pidimme tärkeänä saada kuuluviin marginaalin puhetta eli aikuissosiaalityön asiakkaan ääntä. Näin annoimme asiakkaille mahdollisuuden tuottaa vastapuhetta, joka on omalta osaltaan määrittelemässä tulevaisuuden aikuissosiaalityötä ja edesauttamassa kenties luomaan uutta positiivisempaan kuvaa sosiaaliasemalla tapahtuvasta asiakastyöstä ja avun saamisesta ja tarpeista. Keskeiseksi asiaksi nousi myös asiakkuuteen liitetyn häpeän leiman ja sen poistamisen problematiikka.

Aikuissosiaalityöhön ja asiakkuuteen liitetty häpeä tuli esille niin vanhassa esittelyvideossa kuin myös käytännön tutkimusprosessissa. Vanhan esittelyvideon tulkittiin pitävän yllä stereotyyppistä kuvaa aikuissosiaalityön asiakkaasta; moniongelmaisesta syrjäytyneestä. Uuden videon tulisi madaltaa avun hakemisen kynnyksiä, antaa tietoa missä asioissa aikuissosiaalityöhön voi olla yhteydessä ja tuoda esiin positiivinen mielikuva sosiaaliasemilla toteutettavasta työstä. Lisäksi kuka tahansa voi jossakin elämänvaiheessa olla avun tarpeessa. Häpeän leima tuli esiin myös sosiaaliasemalle kun haastattelimme asiakkaita. Uudessa videossa olisi todella tärkeää säilyttää arvostava, kunnioittava ja positiivinen sävy aikuissosiaalityöstä, koska häpeä saattaa estää ihmisiä hakemasta apua tarpeeksi ajoissa ja siten ongelmat ehtivät monimutkaistua ja muuttua pitkäkestoisiksi.

Käytimme tutkimuksessamme narratiivista analyysiä ja hermeneuttis-fenomenologista lähestymis- ja tulkintatapaa. Tavoitteena oli tuottaa uutta aikuissosiaalityön tarinaa, joka muodostuu yhdessä asiakkaiden, ammattilaisten ja tutkijoiden kanssa. Tiedon tuottamiseen käytimme menetelminä learning cafe-menetelmää, pop-up kahvilaa ja havainnointia. Empirian kautta luokittelimme kolme erilaista aikuissosiaalityön tyyppitarinaa: Etsitään yhdessä ratkaisuja, Kuka tahansa meistä ja Espoon sossu.fi- kohti positiivisempaa viestintää.

Espoon johtava sosiaalityöntekijä oli tyytyväinen tekemiimme storyboard-tarinoihin ja sanoi toteuttavansa yhden näistä hahmotelmista - kenties kahta tarinaan yhdistäen. Sovimme lopullisen videon valmistuttua tulevamme kertomaan koko työryhmälle käytäntötutkimuksesta, sen vaiheista, tutkimuksen tuloksista ja näyttämään valmiin videon. Videon tekemisen vastuu jää Espoon aikuissosiaalityölle ja organisaation viestinnälle.

Tavoitteenamme oli tuottaa tietoa aikuissosiaalityön tärkeimmistä tehtävistä ja siitä miten ja millä keinoin niitä esitetään uudella aikuissosiaalityön esittelyvideolla. Toimeentulotuen Kela-siirron jälkeen aikuissosiaalityötä on alettu suunnitella valtakunnallisesti ja näemme, että videokäsikirjoituksemme on yksi tavoista ja keinoista määritellä uudelleen

aikuissosiaalityön tulevaisuuden suuntaa ja uusia tehtäviä. Keräämäämme yhteisöllistä tietoa kannattaa yleisemminkin hyödyntää aikuissosiaalityön kohtaamisissa, sillä tutkimuksemme tuotti paljon tietoa, jota ei hyödynnetty tässä tutkimuksessa. Analyysimme valottaa niitä asioita aikuissosiaalityössä, mitä on hyvä painottaa ja myös sitä, millaisesta viestinnästä ei pidetä.

Toivomme, että tämä tutkimuksemme omalta osaltaan edistää aikuissosiaalityön positiivisempaa viestintää ja asiakastyötä. Uusi esittelyvideo voi olla parhaimmillaan luomassa uudenlaista aikuissosiaalityön imagoa ja sitä kautta parantaa asiakkaan ja työntekijän kommunikaatiota ja poistaa väärinkäsityksiä, joita aikuissosiaalityöhön väistämättä liittyy. Kuka tahansa meistä voi tarvita apua ja silloin on hyvä etsiä yhdessä ratkaisuja ja vierailla vaikka Espoon-sossu.fi sivustolla, etsimässä itseään koskettavaa tietoa.

Lähteet

Dizard, Wilson Jr (2000) Old Media New Media. Mass communications in the information age. United States. Addison Wesley Longman, inc.

Dogriuel, Leyla (2013) Opening the Black Box The conceptualising of Media Innovation. Teoksessa Storsul Tarja & Krumsvik, Arne H. (toim) Media Innovations. A multidisciplinary Study of Change. University of Gothenburg. Sweden Nordicom.

Gips, Jon (2009) The new screen for video. Teoksessa Gerbarg, Darcy (toim.) Television goes Digital. Columbia University Business School. Usa. New York.

Heinonen, Sanna (2016) "Nyt puhuvat sosiaalityöntekijät!" Mieliopidekirjoitukset rakenteellisen sosiaalityön välineenä Yhteiskunta- ja kulttuuri yksikkö Sosiaalityön Pro gradu - tutkielma.

Kamberelis, George & Dimitriadis, Greg (2013) Focus Groups. From structured interviews to collective conversations. Great Britan by TJ International Ltd. Padstow. Cornwall.

Kuula, Arja (2011) Tutkimusetiikka: aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Vastapaino. Tampere.

Laine, T. (2015) Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Haettu osoitteesta: https://www.jyu.fi/edupsy/fi/laitokset/okl/koulutusala/ohjausala/haku/ikkunoita_tutkimusmetodeihin_2_laine_timo.pdf. Luettu 7.10.2017

Laitinen, Merja & Niskala, Asta (2003) Asiakkaat toimijoina sosiaalityössä. Vastapaino. Tampere.

Levinson, Paul (2009) New new media. Fordham University. Allyn & Bacon Penguin Academics.

Liamputtong, Pranee (2012) Focus group methodology. Principles and practice. SAGE publications Ltd. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore/Washington DC.

Mutka, Ulla (1998) Sosiaalityön neljäs käänne. Asiantuntijuuden mahdollisuudet vahvan hyvinvointivaltion jälkeen. SoPhi. Jyväskylän yliopisto.

Nousiainen Kirsi (2004) Lapsistaan erillään asuvat äidit. Äitiysidentiteetin rakentamisen tiloja Toimitus: Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos, 40014 Jyväskylän yliopisto.

Satka, Mirja & Julkunen, Ilse & Kääriäinen, Aino & Poikela, Ritva & Yliruka, Laura & Muurinen, Heidi (2016) (toim.) Käytäntötutkimuksen taito. Unigrafia.

Shyles, Leonard (2007) The art of video production Los Angeles: SAGE Publications, Inc. 2007.

Tiitinen, Laura (2008) Sosiaalitoimen viestinnän valot ja varjot Rakenteellisen hiljaisuuden vaikutuksia sosiaalitoimen ulkoiseen viestintään. Pro gradu tutkielma, Sosiaalityön koulutusohjelma, Lapin yliopisto

Tiitinen, Laura (2017) Sosiaalikoira. Kirjoitus internetissä 4.6.2017 Talentia-lehti <Online> <https://www.talentia-lehti.fi/sosiaalikoira/> Luettu 14.10.2017

Tiitinen, Laura (2017) Vaikuttaminen ja viestintä rakenteellisen sosiaalityön välineenä <online> https://prezi.com/4hr8_kybg_du/vaikuttaminen-ja-viestinta-rakenteellisen-sosiaalityon-valineena/ Luettu 14.10 2017

<https://fi.wikipedia.org/wiki/Oppimiskahvila>

<https://www.innokyla.fi/web/malli2825539>