

Viite

Asia

Asiantuntijalausunto eduskunnan valtiovarainvaliokunnan hallinto- ja turvallisuusjaoston kuulemista varten

Asiasanat PAKOLAISET JA MAAHANMUUTTO, KRIISIVIESTINTÄ, VIESTINTÄ**Hoitaa** VIE-10**Hoitaa UE**

Koordinoi

Tiedoksi

Laatija jakanut Eduskunnan valtiovarainvaliokunnan hallinto- ja turvallisuusjaosto

Ulkoministeriö on jatkanut muuttoliikkeen lähtö- ja kauttakulkumaihin kohdistuvaa viestintää valtiovarainvaliokunnan osoittamalla 250 000 euron määrärahalta. Varsinaisen viestinnän lisäksi ulkoministeriön ajankohtaisviestinnän yksikössä tehdään mediaseurantaa ja tutkimuksia muuttoliikkeeseen liittyvistä teemoista.

Viestintäprojekteja ja niiden toteutusta on pyritty viemään tänä vuonna entistä lähemmäs muuttoliikkeen lähtöalueita. Jalkauttamisen tavoitteena on herättää aiheeseen liittyvää keskustelua lähtömaiden paikallisissa yhteisöissä.

Ulkoministeriö jatkaa aktiivisesti muuttoliikkeen lähtö- ja kauttakulkumaihin kohdistettavaa viestintää. Kohdennetun viestinnän tavoitteena on hillitä Eurooppaan suuntautuvaa lähtöhalua ja erityisesti Suomeen kohdistuvaa perusteetonta turvapaikanhakua. Viestinnän lähtökohtina on muun muassa jakaa tietoa muuttoliikkeeseen liittyvistä teemoista ja herättää aiheeseen liittyvää keskustelua lähtöalueiden yhteisöissä. Viestintää tehdään tiiviissä yhteistyössä sisäministeriön, Maahanmuuttoviraston ja valtioneuvoston kanslian asiantuntijoiden kanssa. Ulkoministeriö on osallistunut aktiivisesti myös kansainväliseen muuttoliikeviestintää käsittelevään keskusteluun, jakanut Suomen kokemusta ja tarjonnut asiantuntemusta vastaamalla muun muassa EU:n toimittamiin pyyntöihin.

1. Kohdeyleisö ja kielet

Vuonna 2015 Suomi vastaanotti 32 476 turvapaikanhakijaa. Heistä 20 485 oli lähtöisin Irakista, 5 214 Afganistanista ja 1 981 Somaliasta. Nämä maat ovat määrittäneet ulkoministeriön muuttoliikeviestinnän kohdeyleisöjä ja kielivalintoja. Vuonna 2017 viestinnälle tärkeimpiä kohdealueita ovat edelleen Lähi-itä (erityisesti Irak), Keski-Aasia (erityisesti Afganistan) ja Itä-Afrikka (erityisesti Somalia). Englannin- ja suomenkielisiä sisältöjä on käännetty vastaavasti arabiaksi (Lähi-itä), dariksi (Afganistan) ja somaliksi (Somalia).

Aiheista riippuen muuttoliikeviestinnän sisältöjä on käännetty kaikkiaan 13 kielelle ja viestejä on suunnattu useisiin Afrikan, Aasian sekä myös Euroopan maihin. Viestinnällä on tavoitettu sosiaalisessa mediassa tähän mennessä yhteensä noin 9 miljoonaa näyttöä. Lähtöalueiden paikallisten medioiden yleisömääristä ei ole luotettavia arvioita.

Viestinnän pyrkimyksenä on puhutella erityisesti sellaisia ihmisiä, jotka pohtivat Eurooppaan lähtemistä tai joilla on vaikutusvaltaa läheistensä lähtöön. Lisäksi halutaan tavoittaa henkilöitä, joilla on vaih-

toehtoja ja mahdollisuus jäädä kotimaahansa. Monissa yhteyksissä on todettu, että viestinnän keinoin voi olla vaikeampi vaikuttaa henkilöihin, jotka ovat päätöksensä jo tehneet ja mahdollisesti jo matkalla. Tämän vuoksi työssä on painotettu ennakoivasti ja enemmän lähtö- kuin kauttakulkumaita.

2. Google-hakujen seuranta, viestinnän jalkauttamista ja tutkimusta

Muuttoliikeviestintää on toteutettu ennakkoluulottomasti ja kokeilevasti kohta jo kahden vuoden ajan. Viestinnän toimilla on ollut myös oma positiivinen vaikutuksensa esimerkiksi ulkoministeriön infografiikkatuotantoon ja Suomen suurlähetystöjen toteuttamaan paikallisviestintään.

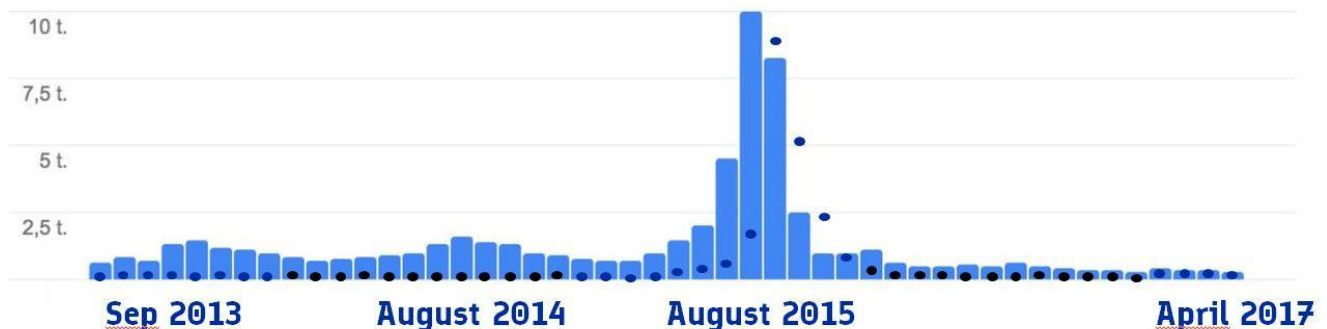
Viestintä voidaan jakaa karkeasti kolmeen osa-alueeseen: A) seurantaan, B) viestintähankkeisiin ja C) tutkimustyöhön.

A) Seuranta

Ulkoministeriön muuttoliikeviestinnän seurantakohteena on hakukone Googlen analytiikka. Google raporteista on mahdollista seurata, minkälaisia Suomea ja muuttoliikettä koskevia Google-hakuja maailmalla tehdään.

Elokuussa 2015 Suomea ja siirtolaisuutta koskevia arabiankielisiä Google-hakuja tehtiin 10 000 yhden kuukauden aikana, mikä oli poikkeuksellisen suuri määrä. Tänä vuonna kuukausittaiset Irakissa tehdyt hakumäärät ovat pysytelleet 200 tuntumassa.

Googlen seuranta tehdään englannin-, ranskan- ja arabiankielisistä hauista. Maantieteellisesti hauista on rajattu pois Eurooppa, Pohjois- ja Etelä-Amerikka sekä Australia. Tänä vuonna seuranta päätettiin vähentää kuukausitasosta kvartaaleittain ulkoministeriölle toimitettaviin raportteihin vähentyneiden hakumäärien vuoksi.



Suuntaa antava diagrammi, jossa on kuvattu pylväinä kuukausittain Irakissa arabiankielellä tehdyt siirtolaisuuteen ja Suomeen liittyvät Google-haut toukokuu 2013 – huhtikuu 2017 välisenä aikana. Samassa diagrammissa on pisteinä kuvattu Suomeen tulleiden irakilaisien turvapaikanhakijoiden määrät vastaavana ajanjaksona.

Ulkoministeriössä hyödynnetään automatisoitua mediaseuranta, joka on valjastettu myös siirtolaisuusteemoihin. Seurantapalvelulla on mahdollista tarkkailla erilaisia nettijulkaisuja ja sosiaalista mediaa. Seuranta on mahdollista tehdä arabiaksi, dariiksi ja somaliksi.

B) Viestintähankkeet

Viime vuoden aikana ulkoministeriö toteutti tiedotteiden, Facebook-mainonnan ja infografiikoiden lisäksi laajempia viestintähankkeita, kuten ihmissalakuljetuksen vastaisen stopsmugglers.info -videokampanjan (tiedote) sekä Facebookissa ja suljetussa WhatsApp-ryhmässä toteutetun siirtolaisuusaiheisen dialogiprojektin.

Yhteistä näille projekteille on se, että ne on suunniteltu ja toteutettu ensisijaisesti Suomessa ja viestijä on suunnattu täältä käsin haluttuihin maihin pääasiassa sosiaalisen median avulla. Tänä vuonna viestinnässä on pyritty kääntämään asetelma toisinpäin: viesteissä hyödynnetään yhä enemmän lähtömaiden osaamista, mediaa ja toimijoita, mielellään niin että viestit syntyvät paikallisessa tekemisessä.

sä ja keskusteluissa. Tällaisen paikallistuntemuksen ja toiminnan kautta on voitu lisätä viestien autenttisuutta, uskottavuutta, kiinnostavuutta, vaikuttavuutta ja tunteisiin vetoavuutta. Alla on kuvattu kuluvan vuoden merkittävimpiä projekteja.

Paluumuuttaja-dokumentit ja keskusteluohjelma

Paluumuuttaja-projektissa toteutetaan lyhytdokumentteja ja keskusteluohjelmia. Dokumenteissa kuvataan ja haastatellaan somaleita, jotka ovat palanneet takaisin Somaliaan asuttuaan aiemmin pakolaisena Suomessa. Kuvauksissa keskitytään menestystarinoihin, joissa henkilö on halunnut palata entiseen kotimaahansa rakentamaan maan tulevaisuutta. Paluumuuttaja on perustanut esimerkiksi yrityksen ja työllistää nykyään paikallisia somalinuoria. Dokumenttihaastattelujen jälkeen esitetään noin tunnin kestävä keskusteluohjelma, jossa puhutaan paluumuutosta ja siihen liittyvistä teemoista. Ideana oli viedä A2:n keskusteluillan tyyppinen konsepti Somaliaan, mikä on somalialaisessa televisiokulttuurissa poikkeuksellista. Konsepti onkin otettu käyttöön Somalian kansallisessa TV-yhtiössä myös muiden aiheiden käsittelyyn. Keskusteluilta varten koulutettiin kaksi nuorta somalitoimittajaa juontamaan ohjelmaa. Projektissa on otettu huomioon myös sukupuolikysymykset ja erityisesti naisten osallistuminen. Linkki reilun 13 minuutin mittaiseen videoon, jossa kuvataan ensimmäisen paluumuuttoa käsittelevän keskusteluohjelman tekoa ja tunnelmia: [Great Debate In Hargeisa](#).

Ihmissalakuljetuksen vastainen kampanja

Salakuljetus ja siihen liittyvät riskit ovat tärkeitä teemoja muuttoliikeviestinnässä. Tänä vuonna kampanjassa päätettiin keskittyä erityisesti Suomen kannalta keskeiseen lähtömaahan eli Irakiin. Projektiin saatiin mukaan paikallinen irakilainen mediaryitys. Suunnitelmana on, että potentiaalisista irakilaisista siirtolaisista muodostetaan profiilit, joiden avulla konkretisoidaan potentiaalisten siirtolaisten luonne, käyttäytyminen, motiivit, tiedonlähteet ja puhuttelevat sisällöt. Viestisisältöjä ja kanavavalintoja räätälöidään näiden siirtolaispersoonien mukaisesti.

Muuttoliikeviestinnän jalkauttaminen

Hankkeen tarkoituksena on tavoittaa nuoria miehiä ja naisia, jotka harkitsevat muuttoa Eurooppaan. Viestinnän kohdeyleisöjä ovat Irakissa ja erityisesti Pohjois-Irakissa asuvat. Suunnitelmissa on kuvata video, jossa käsitellään henkilöiden ja heidän tarinansa kautta lähdön motiiveja, kokemuksia Euroopasta, turvapaikanhaun realiteetteja, paluumuuttoa ja vaihtoehtoisia mahdollisuuksia kotimaassa. Videomateriaalia jaetaan sosiaalisessa mediassa ja tv-kanavilla, ja sisältöjä muokataan myös radioon. Jalkauttamisen tavoitteena on saada myös nuoret mukaan keskusteluun järjestämällä avoimia tilaisuuksia, jotka nauhoitetaan ja joita on mahdollista jalostaa eri mediakanaviin sopiviksi.

Loppuraportti

Jotta ulkoministeriön muuttoliikeviestinnän osaaminen ja kokemus eivät katoaisi, viestinnän opeista ja ajatuksista tullaan laatimaan loppuvuodesta suomenkielinen raportti, joka kokoaa yhteen toiminnan historiaa ja toimii kompassina tulevalle. Tavoitteena on toimittaa tarpeen mukaan kuvitettu dokumentaarinen käsikirja, joka toimii itsenäisenä oppaana muuttoliikeviestintään. Tulevaisuudessa jo toteutettuja muuttoliikeviestinnän sisältöjä, videoita, tekstimateriaaleja ja infografiikoita voidaan tarpeen mukaan jakaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

C) Tutkimustyö

Viime vuonna ulkoministeriö tilasi disporatutkimuksen, jossa tarkasteltiin Suomessa asuvien, toisesta kulttuureista tulleiden viestintää ja ajatuksia turvapaikanhausta. Kartoitusta perustui 15 diasporan edustajan syvähaastatteluun, jonka jälkeen tietoa kerättiin internetlomakkeella. Selvityksessä keskityttiin ihmisiin, jotka ovat tulleet Suomeen Irakista, Afganistanista ja Somaliasta. Netissä vastanneiden vähäisen määrän (76) vuoksi tulosta ei voi pitää tilastollisesti luotettavana, mutta se voi antaa suuntaa diasporien entisiin kotimaihin välitettyjen viestien sisällöistä, keinoista ja tavoista. Selvityksessä nousi esiin myös ajatuksia potentiaalisten siirtolaisten vääristä käsityksistä, motiiveista ja vaihtoehdoista. Selvityksen mukaan Suomessa asuvien etnisten yhteisöjen viestit entisiin kotimaihinsa tarjoavat usein realistista kuvaa Suomesta. Tätä viestiä ei silti aina uskota erityisesti potentiaalisten lähtijöiden kes-

kuudessa. Vahvaa uskoa Euroopan tarjoamasta helpommasta ja paremmasta tulevaisuudesta voi olla vaikea horjuttaa. Se että toisesta maasta kotoisin olevan yhteisön eli diasporan edustaja ylipääntään asuu Suomessa, vaikuttaa olevan elävä todiste pärjäämisestä ja menestyksestä. Tämä on ristiiridassa diasporien toppuuttelevien kertomusten kanssa, joita kuunnellaan vain valikoiden lähtömaisena. Tutkimuksesta tiedotettiin ulkoministeriön [sivuilla](#).

Tänä vuonna työn alla on syvähaastattelututkimus, jossa kysytään, tehoavatko muuttoliikeviestinnän sisällöt kohdeyleisöihin. Tutkimuksen tavoitteena on kehittää viestintää ja saada työhön myös uutta ajattelua. Haastattelututkimusten lisäksi viestinnässä on toteutettu muun muassa sosiaalisen median louhintaa ja Suomessa tehtyjen Google-hakujen kartoitusta laittomasti maassa oleskeluun liittyvistä teemoista.

3. Kansainvälinen yhteistyö

Joissain tapauksissa kansallisella tasolla toteutettava viestintä on perusteltua, mutta moni EU-jäsenmaa näkee että EU:n tulisi tehdä enemmän yhteistyötä muuttoliikeviestinnässä ja löytää siinä yhteistä ääntä. Kuluvan vuoden aikana EU onkin ryhtynyt edistämään yhteistyötä ja yhteistä ymmärrystä tarjoamalla mahdollisuuksia tiedon ja parhaiden käytäntöjen jakamiseen.

Suomi on vastannut aktiivisesti komission muuttoliikeviestinnän asiantuntemusta vaativiin tarpeisiin ja esitellyt kansallista toimintaa kansainvälisissä kokouksissa. Suomi on mukana myös komission vetämässä kriisiviestinnän työryhmässä, jossa on tänä vuonna käsitelty erityisesti viestinnän mahdollisuuksia muuttoliikkeessä. Tällä hetkellä komissio tarjoaa muuttoliikeviestintää toteuttaville EU-jäsenmaille mahdollisuuden julkaista kansallisia viestinnän sisältöjä komission ylläpitämällä [info-migrants.net](#) portaalissa, jossa painopiste on tällä hetkellä Ranskassa, Saksassa ja Italiassa.

4. Viestinnän vaikutus muuttoliikkeen perimmäisiin syihin?

Suomi pyrkii toiminnassaan vaikuttamaan muuttoliikkeen perimmäisiin syihin. Myös muuttoliikeviestinnässä on pohdittu, miten toiminta voisi tukea tätä tavoitetta. Ulkoministeriön arvion mukaan Suomelle mielekkäin tapa olisi aktiivisempi osallistuminen terrorismin propagandan vastaiseen työhön. Terrorismin vastaisella viestinnällä voidaan reagoida esimerkiksi ISIS:in sosiaalisessa mediassa julkaisemiin propagandavideoihin, rekrytointikampanjoihin, utopiaa maalaileviin sisältöihin ja luoda vaihteoisia narratiiveja.

Terrorismin vastaisessa viestinnässä on mahdollista hyödyntää muuttoliikeviestinnän mekanismeja ja suunnata viestit samoille kohdeyleisöille. Viestinnässä voidaan hyödyntää esimerkiksi ihmissalakuljetuksen ja ihmissalakuljettajien vastaisesta viestinnästä saatuja kokemuksia ja keinoja. Ulkoministeriö näkee tarpeellisena lisätä myös aktiivisuutta kansainvälisessä ISIS:in propagandan vastaisessa toiminnassa sekä Suomessa tehtävässä radikalisoitumisen vastaisessa työssä osana kansallista kokonaisturvallisuutta.

5. Budjetti ja aikataulu

Viestintää toteutetaan ulkoministeriössä valtiovarainvaliokunnan osoittamalla 250 000 euron määrärahalla. Määrärahasta 100 000 euroa kohdistetaan viestinnän perustoimiin ja 150 000 euroa ostopalveluna toteutettavaan tiedotustoimintaan. Lisäksi viime vuoden 230 000 euron määrärahasta toimintaan jäi kuluvalle vuodelle 60 000 euroa. Arvio on, että kaiken kaikkiaan määrärahat riittävät noin vuoden 2017 loppuun saakka. Tarpeen mukaan joitakin projekteja voidaan venyttää vuoden vaihteen yli. Esimerkiksi sosiaalisen median mainontaa on mahdollista jatkaa hyvinkin pienillä summilla.

Muuttoliikeviestinnän kehittäminen tai uusien projektien ja kampanjoiden käynnistäminen sekä aktiivinen kansainväliseen yhteistyöhön osallistuminen ei ole kuitenkaan mahdollista ilman lisäresursseja.

LIITTEET

-