Normitietoisen viestinnän opas

Kuinka huomioin helsinkiläisten moninaisuuden ja vältän stereotypioita

Opas on alun perin laadittu vuonna 2021, ja sitä on viimeksi muokattu syyskuussa 2026.

Helsinki



Kuva: Jussi Hellsten

Miksi opas on laadittu?

Yksi kaupunki – lukuisia tarinoita

- Helsinkiläiset ovat moninainen joukko ihmisiä, joilla on erilaisia taustoja, identiteettejä, ominaisuuksia ja elämäntilanteita. Heillä kaikilla on oikeus tulla nähdyiksi osana Helsinkiä ja kokea kuuluvansa joukkoon.
- Viestintä luo mielikuvia: sanat ja kuvat vaikuttavat siihen, millaisina ympäröivä yhteiskunta ja oma paikkamme siinä näyttäytyvät.
- Jokainen kaupungin työntekijä viestii työnsä arjessa monin eri tavoin. Oppaan tarkoituksena on herätellä pohtimaan, keitä viestintämme ottaa mukaan, minkälaisia ilmaisuja käytämme erilaisista ihmisistä, millä tavalla heitä kuvaamme ja minkälaisia mielikuvia näin mahdollisesti luomme tai vahvistamme eri ihmisryhmistä ja ympäröivästä todellisuudesta.
- Normitietoinen tarkastelu auttaa meitä tekemään yhdenvertaisempia ratkaisuja. Kun moninaiset helsinkiläiset tunnistavat itsensä kaupungin viestinnästä, luottamus kaupunkiin vahvistuu, kuuluvuuden tunne lisääntyy ja palveluiden saavutettavuus paranee.

Helsinki

Oppaan sisältö

Normit, normitietoisuus ja normitietoinen viestintä

- Mitä ovat normit?
- Esimerkkejä eriarvoistavista normeista
- Kuinka normit voivat näkyä viestinnässä ja vuorovaikutuksessa?
- Mitä on normitietoisuus?
- Mitä on normitietoinen viestintä?
- Harjoitus: Mitä voimme päätellä kuvasta?
- Harjoituksen purku
- Normitietoisuus on yksi osa yhdenvertaista viestintää

Käytännön vinkkejä normitietoiseen viestintään

- Sisällytä moninaisuus luontevaksi osaksi kaikkea viestintää
- Teksti – pohdi ainakin näitä asioita
- Vinkkejä sanoituksiin: alkuperä ja kieli
- Vinkkejä sanoituksiin: sukupuoli
- Kuvitus – pohdi ainakin näitä asioita
- Esimerkkejä kuvien käytöstä
- Vinkkejä kuvitukseen

Lopuksi

- Normitietoinen viestintä on ennen kaikkea halua oppia ja tehdä paremmin
- Sanastoja ja muita lähteitä normitietoisen viestinnän tueksi

Helsinki

Normit, normitietoisuus ja normitietoinen viestintä

Helsinki

Mitä ovat normit?

Normit ohjaavat käsitystämme normaalista ja hyväksytystä

- Normeilla tarkoitetaan yhteiskunnassa vallitsevia käsityksiä siitä, mitä pidetään tavallisena, oletettuna tai hyväksyttävänä. Ne voivat olla tiedostettuja tai tiedostamattomia.
- Normit jäsentävät ajatteluamme, helpottavat yhdessä toimimista ja ohjaavat meitä odottamattomissa tilanteissa.
- Samalla normit erottelevat ihmisiä tavalla, joka voi olla syrjivä tai eriarvoistava. Ne voivat rajata ulkopuolelle ihmisiä, jotka eivät ole jonkin tietyn normin mukaisia.
- Normit heijastavat yhteiskunnallista valtaa: keillä on valta määritellä, kuka mahtuu normiin, ja millainen asema on heillä, jotka jäävät normien ulkopuolelle.

Esimerkkejä eriarvoistavista normeista

- Valkoisuusnormi – oletus siitä, että vain valkoihoinen henkilö voi olla suomalainen; jaottelee ”meihin” ja ”muihin”. Valkoisuusnormi ei koske vain ihonväriä, vaan laajemmin yhteiskunnallisia valtasuhteita.
- Binäärisyysnormi – oletus siitä, että kaikkien sukupuoli on yksiselitteisesti joko mies tai nainen
- Heteronormi – oletus siitä, että kaikki ovat seksuaaliselta suuntautumiseltaan heteroita
- Ydinperhenormi – oletus siitä, että perheeseen kuuluvat äiti, isä ja lapsi/lapsia
- Miesolettama – taustalla vaikuttava oletus miehestä ihmisen tyyppiesimerkkinä
- Vammattomuusnormi – oletus siitä, että kaikilla on täysi toimintakyky
- Ikään liittyvät normatiiviset oletukset, esimerkiksi erilaisten kyvykkyyksien yhdistäminen vain tietynikäisiin ihmisiin

Helsinki

Kuinka normit voivat näkyä viestinnässä ja vuorovaikutuksessa (1/3)

Ihonväriin liittyvät normit

- Ruskeaihoisista henkilöistä puhutaan ”maahanmuuttajina”, vaikka he saattavat olla Suomessa syntyneitä ja kasvaneita.
- Maahanmuuttoon liittyvissä kuvituksissa ei näy valkoisia ihmisiä.
- Ruskeaihoisesta henkilöstä tehdään suora oletus ”ei-suomalaisesta”, jolloin esimerkiksi valitaan puhuttelukieleksi englanti.

Sukupuoleen liittyvät normit

- Puhutaan kaksinapaisesti esim. vastakkaisista sukupuolista tai kummastakin sukupuolesta.
- Sukupuolen moninaisuus on näkymätöntä teksteissä ja kuvituksessa.
- Käytetään mies-loppuisia ja muita sukupuolittuneita ammattinimekkeitä.
- Jos sukupuolta ei mainita, kyse on miehestä (”naislääkäri”).

Helsinki

Kuinka normit voivat näkyä viestinnässä ja vuorovaikutuksessa (2/3)

Ikään liittyvät normit

- Iäkäs ihminen esitetään nimenomaan vanhuutta ja haurautta korostaen.
- Kun kuvataan ihmisiä työtehtävissä tai rekrytointia varten, kuvissa näkyy lähinnä keski-ikäisiä.
- Iäkäs ihminen esitetään hoivan kohteena, ei aktiivisena, itsenäisenä ja kyvykkäänä toimijana.
- Nuoria ei usein esitetä asiantuntijoina.

Seksuaaliseen suuntautumiseen liittyvät normit

- Ihmisen seksuaalisuus tuodaan erikseen esille, jos hän ei ole hetero.
- Perhe kuvataan usein heteronormatiivisena ydinperheenä, jossa on äiti, isä ja lapsi/lapsia.
- Parisuhteita käsitellään pääasiassa heteropariskuntien kautta.
- Homot ja lesbot kuvataan stereotyyppisesti.

Kuinka normit voivat näkyä viestinnässä ja vuorovaikutuksessa (3/3)

Toimintakykyyn liittyvät normit

- Vammainen-sanaa käytetään puheessa adjektiivina kuvaamaan jotain viallista tai huonosti toimivaa.
- Vammaiset ihmiset eivät juuri esiinny parisuhteita, perheitä tai työelämää koskevissa sisällöissä tai kuvituksessa.
- Vammainen ihminen määrittyy aina ensisijaisesti vammansa tai toimintakyvyn rajoitteensa kautta: esimerkiksi vammaista henkilöä koskeva juttu keskittyy tavalla tai toisella vammaan.
- Vammaisuuden pitää aina ”näkyä” kuvituksessa.
- Toisaalta yleisten arkisten aiheiden kuvituksessa ei näy apuvälineitä käyttäviä ihmisiä.

Helsinki

Mitä on normitietoisuus?

Tavoitteena normien tunnistaminen ja niiden kriittinen tarkastelu

- Normitietoisuudella tarkoitetaan kykyä tunnistaa erilaisten yhteiskunnallisten normien ja näkymättömien oletusten olemassaolo sekä tarkastella niiden vaikutuksia kriittisesti.
- Normitietoinen lähestymistapa auttaa kyseenalaistamaan ja purkamaan vallitsevia käsityksiä, jotka rajaavat tiettyjä väestöryhmiä pois ”normaalista” tai liittävät stereotyyppisiä piirteitä erilaisiin ihmisryhmiin.

Helsinki

Mitä on normitietoinen viestintä?

Tavoitteena kaikki mukaan ottava viestintä

- Normitietoinen viestintä ohjaa meitä tarkastelemaan viestinnän sisältöä aktiivisesti niin tekstin kuin kuvituksen osalta ja tekemään tietoisempia valintoja:

Teksti

- keistä puhutaan ja millä tavalla
- keiden ääni kuuluu ja missä aiheissa (haastateltavat, sitaatit jne.)
- ketkä jäävät sivuun

Kuvitus

- ketkä näkyvät ja missä rooleissa
- millaisia oletuksia kuvat vahvistavat tai murtavat
- voivatko moninaiset helsinkiläiset löytää kuvista samaistumisen kohteita

Helsinki

Tavoitteenamme on tehdä sisältöä, joka ei rajaa ketään ulkopuolelle eikä ylläpidä haitallisia stereotypioita ihmisistä tai ihmisryhmistä.

Helsinki

Harjoitus: Mitä voimme päätellä kuvasta?

Tehtävänäsi on valita kuvien henkilöistä:
maahan muuttanut / asiantuntijatyötä tekevä / muslimi / vammainen ihminen / biseksuaali / korkeakoulutettu



Kuva: Jussi Hellsten



Kuva: Maija Astikainen



Kuva: Maija Astikainen



Kuva: Sakari Röyskö



Kuva: Marek Sabogal / Helsinki Partners



Kuva: Laura Oja

Helsinki

Harjoituksen purku

- **Annetut määritteet voivat sopia kehen tahansa kuvien henkilöistä. Ne kaikki voivat myös toteutua yhdessä ja samassa ihmisessä.**
- Harjoitus osoittaa, kuinka helposti ennakkokäsityksemme ja mielikuvamme ohjaavat meitä tekemään päätelmiä ihmisistä heidän ulkonäkönsä, vaatetuksensa tai muiden näkyvien piirteiden perusteella.
- Ihmiselle on luonnollista pyrkiä tulkitsemaan näkemäänsä. Pelkän ulkoisen olemuksen perusteella emme kuitenkaan voi varmuudella tietää kenenkään seksuaalisuutta, uskontoa, etnisyyttä tai toimintakykyä, emmekä edes sukupuolta.
- Yksittäinen piirre ei myöskään koskaan määritä koko ihmistä.

- Pyri välttämään yksinkertaistavia oletuksia kaikessa vuorovaikutuksessa ja viestinnässä. Ihmiset ovat aina moniulotteisempia kuin yksittäiset määritteet ja voivat kuulua moniin eri viiteryhmiin.

Helsinki

Normitietoisuus on yksi osa yhdenvertaista viestintää

- Normitietoisuus on yksi monista eri näkökulmista, joista yhdenvertaisen viestinnän kokonaisuus rakentuu.
- Yhdenvertaisen viestinnän muita osa-alueita ovat esimerkiksi
  - saavutettavuus
  - selkeä kieli
  - monikanavaisuus
  - monikielisyys
  - kohderyhmäkohtainen räätälöinti

Helsinki

Käytännön vinkkejä normitietoiseen viestintään

Helsinki

Sisällytä moninaisuus luontevaksi osaksi kaikkea viestintää

- Ota ihmisten moninaisuus huomioon kaikessa sisällöntuotannossa, ei pelkästään yhdenvertaisuutta tai vähemmistöjä käsittelevissä erillisissä sisällöissä.
- Anna taustoiltaan ja ominaisuuksiltaan moninaisten ihmisten näkyä viestinnän sisällöissä ja kuvituksessa aktiivisina toimijoina erilaisissa rooleissa: työssä, harrastuksissa, opiskelussa, päättäjinä, perheen parissa ja kaupunkielämässä.
- Pyri siihen, että moninaisuus näkyy arkisissa yhteyksissä, ei sankaritarinoina tai erilaisuutta väkinäisesti korostaen.
- Mieti viestinnän kokonaisuutta: esimerkiksi neuvolan odotustila, jossa seinillä olevassa kuvituksessa näkyy pelkästään etniseen vähemmistöön kuuluvia ihmisiä, on yhtä lailla epätasapainoinen viestinnällinen kokonaisuus kuin etnisen monimuotoisuuden puuttuminen kokonaan.

Helsinki

- Ihmisten moninaisuus on tavanomainen ja luonnollinen osa Helsinkiä. Anna sen näkyä myös viestinnässä.
- Suorassa asiakas-vuorovaikutuksessa älä oleta henkilön kielitaitoa, kansalaisuutta, perhesuhteita tai mitään muutakaan ulkonäön tai nimen perusteella.

  Käytä henkilön itsensä esille tuomia käsitteitä ja määritteitä.

Teksti – pohdi ainakin näitä asioita

- Onko henkilön tausta tai jokin yksittäinen ominaisuus viestin kannalta olennainen tieto, joka pitää erikseen mainita vai voisiko sen jättää pois?
- Käytetäänkö tekstissä johdonmukaisesti oikeita käsitteitä?
- Rakentaako teksti tarpeettomia vastakkainasetteluja?
- Onko tekstissä turhia oletuksia tai yleistyksiä ihmisistä, perheistä tai yhteisöistä?
- Voiko teksti sulkea jonkun ihmisen tai ihmisryhmän kokemuksen ulkopuolelle?

Helsinki

Vinkkejä sanoituksiin: alkuperä ja kieli

- Ihminen, joka ei osaa suomea tai ruotsia, ei ole kielitaidoton. Pohdi muun ilmaisun käyttöä, kuten monikielinen tai suomea tai ruotsia osaamaton.
- Maahanmuuttajan sijaan käytä mieluummin ilmaisua maahan muuttanut, koska jälkimmäinen kuvaa ihmisen toimintaa, eikä pysyvää identiteettiä. Pohdi, millaisissa tilanteissa on tarvetta ylipäätään käyttää näitä käsitteitä ja keihin niillä viitataan.
- Suomessa syntynyt ja kasvanut henkilö ei ole maahanmuuttaja / maahan muuttanut. Käsitteeseen ”maahanmuuttajataustainen” on latautunut monia erilaisia ennakkokäsityksiä ja merkityksiä. Mieti tuoko määritteen käyttö viestinnällistä lisäarvoa.
- Mikäli käytät käsitteitä vieraskielinen, muunkielinen tai ulkomaalaistaustainen, avaa niiden merkitys ja perustele käyttö (esim. tilastot). Huomioi, että tämänkaltaisilla käsitteillä voi olla toiseuttava eli erilaisuutta tai ulkopuolisuutta korostava vaikutus.

Helsinki

Vinkkejä sanoituksiin: sukupuoli

- Vältä sukupuolittuneita ammattinimikkeitä, jotka päättyvät mies-päätteeseen. Ammattinimikkeillä on melkein aina sukupuolineutraali vastine.
- Älä käytä nais-etuliitettä ellei sille ole erityistä perustetta. Huomioi, että mies- ja naisalkuisten sanojen käyttäminen häivyttää sukupuolen moninaisuuden.
- Pidättäydy käyttämästä ilmaisuja, jotka vahvistavat binääristä käsitystä siitä, että sukupuolia on vain kaksi (esimerkiksi molemmat, kummatkin tai vastakkaiset sukupuolet). Puhu mieluummin eri sukupuolista tai kaikista sukupuolista. ”Hyvät naiset ja herrat” -tyyliset ilmaisut voi korvata miettimällä, mikä puhuteltavia yhdistää, esimerkiksi ”hyvä yleisö”.
- Perheistä ja vanhemmista puhuttaessa voit sukupuolittuneiden termien sijaan käyttää esimerkiksi ilmaisuja kumppani, puoliso tai vanhempi.
- Jos sopivan sukupuolineutraalin ilmaisun löytäminen tuntuu hankalalta, mieti voisiko haasteen kiertää suoralla sinä-puhuttelumuodolla. Sinä-muodon käyttö on kaupungin viestinnän linjausten mukaista.
- Tee näkyväksi, että olet pohtinut normitietoisuutta. Jos käsittelet tekstissä esimerkiksi miesten ja naisten palkkatasa-arvoa huomioimatta sukupuolivähemmistöön kuuluvia, koska heidän palkkatilanteensa arvioimiseksi ei ole olemassa tilastotietoa, mainitse asia.

Helsinki

Kuvitus – pohdi ainakin näitä asioita

- Näkyykö kuvissa eritaustaisia ja ulkoiselta olemukseltaan erilaisia ihmisiä? Onko moninaisuus kuvissa luontevaa eikä päälle liimattua?
- Ovatko erilaiset ihmiset aktiivisia toimijoita?
- Toistuvatko samat ihmisryhmät aina samoissa rooleissa tai ympäristöissä?
- Näkyykö moninaisuus luontevasti osana arkea?
- Voiko mahdollisimman moni helsinkiläinen tunnistaa itsensä käytetystä kuvastosta?

Helsinki

Esimerkkejä kuvien käytöstä



Kuva: Suvi-Tuuli Kankaanpää

Kuvaa voisi käyttää esimerkiksi leikkipuistoja tai yleisemmin lapsiperheiden palveluja Helsingissä koskevassa viestinnässä.



Kuva: Maija Astikainen

Kuvaa voisi käyttää esimerkiksi nuorisotiloja tai yleisemmin helsinkiläisiä nuoria koskevassa viestinnässä.



Kuva: Maija Astikainen

Kuvaa voisi käyttää esimerkiksi Helsingin metroja tai yleisemmin joukkoliikennettä koskevassa viestinnässä, vaikka aiheena ei olisi esteettömyys.

Helsinki

Vinkkejä kuvitukseen

- Käytä kuvaa esimerkiksi maahan muuttaneesta ruskeasta ihmisestä, sateenkaariperheestä tai pyörätuolia tai muuta apuvälinettä käyttävästä ihmisestä arkisessa ja yleisessä asukasviestinnässä, joka teemaltaan ei liity vähemmistöihin tai yhdenvertaisuuteen.
- Käytä työelämää koskevassa viestinnässä eri-ikäisten ja erinäköisten ihmisten kuvia. Ikä tai ulkonäkö eivät lähtökohtaisesti määritä kykyä toimia eri tehtävissä.
- Kuvaa iäkkäät ihmiset mieluummin aktiivisina toimijoina kuin pelkkien ikääntymisen merkkien (esim. suonikas käsi) kautta.
- Kaikki maahan muuttaneet eivät ole ruskeita, mustia tai käytä päähineitä. Maahan muuttaneet ovat monimuotoinen ryhmä, joihin kuuluu myös valkoisia, toimintakyvyltään ja iältään erilaisia ja seksuaali- ja sukupuolivähemmistöön kuuluvia ihmisiä.
- Vammaiset henkilöt eivät ole yhtenäinen ryhmä. Kaikki vammaiset / toimintakyvyn rajoitteiltaan moninaiset ihmiset eivät käytä apuvälineitä, eikä heitä pidä ensisijaisesti kuvata apuvälineiden kautta.
- Vammaisuus ei välttämättä näy ulospäin. Kaikkia eri tavoin vammaisista ihmisistä kertovia tekstejä ei tarvitse kuvittaa ihmisillä, jotka ”nähtäisiin” vammaisina.
- Käytä sateenkaarivähemmistöstä monipuolisempaa kuvitusta kuin pelkät Pride-kuvat. Vältä käyttämästä sukupuolittuneita käsitteitä kuvissa olevista ihmisistä, jos et ole varma sukupuolesta.

Helsinki

Lopuksi

Helsinki

Normitietoinen viestintä on ennen kaikkea halua oppia ja tehdä paremmin

- Normitietoinen viestintä ei ole tarkkarajainen kokonaisuus, joka joko toteutuu tai ei toteudu, eikä myöskään yksinkertainen tarkastuslista.
- Pikemminkin kyse on tietyn näkökulman huomioimisesta yksittäisissä viestintä- ja vuorovaikutustilanteissa sekä viestinnän kokonaisuuden monimuotoisuudesta välittämistä.
- Yhteiskunta ja kieli kehittyvät ja muuttuvat koko ajan. Siksi meidän on jatkuvasti peilattava ja arvioitava tapojamme kertoa, puhua ja viestiä ihmisistä ja ympäröivästä maailmasta.
- Normitietoinen viestintä edellyttää halua ja pyrkimystä muuttua maailman ja kielen mukana. Siinä ei ole täydellistä lopputulosta, vaan jatkuvaa kehittymistä.

Sanastoja ja muita lähteitä normitietoisen viestinnän tueksi

- Seta: Sateenkaarisanasto
- TEM: Kotoutumisen sanasto, 2. laitos
- Valtioneuvosto: Tasa-arvosanasto
- Neurovahvistavan lähestymistavan osaamiskeskus: Neurovahvistavan kielen sanasto
- Kaiao: Yhdenvertainen neurovähemmistösanasto
- Fem-R: Feministinen ja antirasistinen sanasto
- Vainikainen, Elina: Syrjimätön kieli – opas inklusiiviseen kielenkäyttöön ja viestintään
- THL: Viestintää moninaiselle väestölle: Saavutettavan viestinnän opas sosiaali- ja terveyspalveluihin

Helsinki



Helsinki

Kuva: Mika Ruusunen