

Anne Korhonen

Pohjois-Pohjanmaan

kesäyliopisto

14.10.2019

ANALYYSITEHTÄVÄ

## Sisällys

Johdanto .....	3
Viestinnän ammattilaisen tarvitsemat taidot ja osaaminen .....	4
Viestinnän perustaidot .....	6
Journalistin määritelmä .....	7
Sosiaalinen media ja julkaisutoiminta .....	8
Informaatiohäky ja sen hallinta .....	9
Haasteet viestinnän ja journalismin aloilla .....	10
Viestinnän ammattilaisen työkenttä 20-vuoden kuluttua .....	12
Lähdeluettelo .....	13

## Johdanto

Johdatus viestintään-kurssilla tarkoituksena oli tutustua ”Viestinnän ammattilaiset”-tutkimukseen, joka on toteutettu vuonna 2017. Tehtävänä oli pohtia journalismin ja viestinnän muutosta yhteiskunnassa, työpaikalla sekä omassa elämässä. Toisena tehtävänä oli pohtia digitalisaation aiheuttamaa muutosta valitsemastaan näkökulmasta. Tehtävän tekoa varten oli annettu apukysymyksiä, joiden avulla tein tehtävän.

Viestintä on vuosien myötä muuttanut muotoaan ihmisten keskuudessa. Aluksi viestintä oli nonverbaalista eli viestien välittäminen ja tulkinta tapahtui asentojen, eleiden, äänensävyjen ja ilmeiden välityksellä. Hiljalleen ihminen alkoi tuottaa puhetta ja myöhemmin kirjoitusta. Kirjoitustaidon kehittyminen oli merkittävä edistysaskel viestinnän kannalta, sillä tämä mahdollisti kirjapainojen ja myöhemmin joukkoviestinnän, erityisesti sanomalehtien, kehittymisen. Teknologian kehittymisen myötä ihmiset alkoivat hyödyntää radiota, televisiota ja internetiä viestinnässä (Karvonen, 2019).

Digitalisaatiolla tarkoitetaan tietotekniikan yleistymistä ihmisten arkielämässä. Digitalisaatio alkoi 1980-luvulla, kun ihmiset alkoivat hankkimaan tietokoneita kotikäyttöön. Digitalisaatiota on vauhdittanut matkapuhelinten ja internetin yleistymisen kuluttajien keskuudessa (Wikipedia, 2019).

## Viestinnän ammattilaisen tarvitsemat taidot ja osaaminen

Viestinnän ammattilaiset tarvitsevat useita erilaisia taitoja työssään. Tutkimuksen mukaan he haluavat panostaa sometuntemukseen ja -osaamiseen, muutosvalmiuteen, strategiaviestintään ja sen johtamiseen, visuaaliseen viestintään sekä mediaviestintään ja toimintaympäristöjen seurantaan (ProCom, 2017). Viestinnän ammattilaisten on seurattava maailman tapahtumia ja pysyttävä kehityksessä mukana. Yhteiskunta ja sen eri osa-alueet muuttuvat koko ajan, joten on tärkeää panostaa muutosvalmiuteen. Alan ammattilaisilla on oltava myös hyvä itsetuntemus, jotta kykenee tunnistamaan mihin kannattaisi panostaa ja mitkä osa-alueet ovat vahvempia kuin toiset.

ProComin nettisivuilla julkaistussa Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimuksesta käy ilmi, että viestinnän ammattilaisten päätehtävinä on sisällöntuotanto ja seuranta, mediaviestintä ja toimintaympäristön seuranta sekä työyhteisö- ja sisäinen viestintä. Työssä vaaditaan ainakin siis osaamista näistä alueista ja luultavasti myös monilta muiltakin osa-alueilta.

Vaadittavat taidot voi myös riippua asemasta, eli esimerkiksi johtavien viestijöiden on hallittava erilaisia asioita, kuin vaikkapa alemmassa asemassa olevan viestinnän ammattilaisen (ProCom, 2017). Jos viestinnän ammattilaisen asema muuttuu, on mahdollisesti oltava valmis opiskelemaan uutta tietoa tai päivittämään aiempaa osaamista. Aseman muuttuessa myös valta ja vastuu työstä voi muuttua, joten siihenkin on oltava valmis ja pystyttävä sopeutumaan uudenlaiseen asemaan sekä sen tuomiin haasteisiin.

Viestinnän ammattilaiset saattavat osallistua organisaation johtoryhmän toimintaan, raportoida työstä organisaation johdolle ja toimia yksikössä osana muuta organisaatiota (ProCom, 2017). Siksi onkin hyvä olla ymmärrystä eri aloilta mahdollisimman laajasti, jotta yhteistyö eri ammattialojen edustajien kanssa sujuisi mahdollisimman mutkattomasti ja molemmat ymmärtäisivät toisiaan. On myös osattava perustella sekä selittää omia näkemyksiä ja toimintatapoja niin, että myös muiden alojen edustajat ymmärtävät mistä on kyse. Viestinnän ammattilaisilla on myös hyvä olla ymmärrystä yrityksen toiminnasta, taloudesta ja markkinoinnista, jotta ymmärtää paremmin miksi tehdään joitain ratkaisuja tai jätetään jotain tekemättä sekä mitkä seikat päätöksiin vaikuttavat.

Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimuksesta käy myös ilmi, että organisaatio ulkoistaa joitain osa-alueita. Eniten ulkoistetaan visuaalista ilmettä ja grafiikkaa sekä käännöstöitä. Luultavasti myös näistä osa-alueista tulisi olla osaamista viestinnän ammattilaisilla, jotta niitä ei tarvitsi ulkoistaa.

Viestinnän ammattilaisilla on myös hyvä olla osaamista asiakaspalvelusta ja myynnistä, sillä osa konsulteista toimii asiakasvastaavina (ProCom, 2017).

Suurin osa viestinnän ammattilaisista on opiskellut alaa korkeakoulussa (ProCom, 2017). Opintojen myötä perusosaaminen alalta on karttunut, mutta uskon, että myös työelämässä saavutetaan paljon erilaista osaamista, jota ei voi saavuttaa koulussa. Koulutus luo hyvän pohjan, johon on hyvä lähteä rakentamaan päälle syväosaamista työelämässä.

Pieni prosenttiosuus vastaajista ei tee päätoimisesti viestintää (ProCom, 2017). He luultavasti tarvitsevat jonkinlaista muutakin osaamista joltain toiselta alalta.

Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimustulosten mukaan yrityksissä on lisätty työntekijöiden määrää. Tämän vuoksi viestinnän ammattilaisilla on oltava perehdytysvalmiutta, jotta uudet työntekijät oppisivat työssä tarvittavat taidot ja organisaatio toimisi halutulla tavalla.

Osalla Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimukseen vastanneista vaikuttajaviestintä kuuluu työnkuvaan. Tämä tarkoittaa sitä, että heidän on tiedettävä kehen voi ja kannattaa vaikuttaa sekä heillä on oltava hallussa erilaisia vaikuttamisen keinoja.

Lisäksi viestinnän ammattilainen tarvitsee myös samanlaisia taitoja kuin kuka tahansa muukin ihminen. Näitä taitoja on kuvattu seuraavassa luvussa tarkemmin.

## Viestinnän perustaidot

Ihminen tarvitsee monenlaisia viestintätaitoja. On kyettävä käyttämään ja ymmärtämään erilaisia merkkejä, joille on annettu joku ennalta sovittu merkitys. Lisäksi on oltava henkisiä edellytyksiä eli viestijöiden täytyy ymmärtää toisiaan ja käyttää samaa viestintätapaa (Karvonen, 2019).

Ihmisten välinen viestintä koostuu sanallisesta- ja sanattomasta viestinnästä. Sanalliseen viestintään lasketaan kuuluvaksi puhe- ja kirjoitusviestintä. Sanattomalla viestinnällä tarkoitetaan ilmeitä, eleitä, erilaisia symboleja ja esineitä. Voidaan myös ajatella, että sanaton viestintä on visuaalista viestintää. Termi moniviestintä tarkoittaa sanallisen ja sanattoman viestinnän yhdistämistä (Wikipedia, 2019). Nämä voidaan olettaa perustaidoiksi jokaiselle ihmiselle. Nämä taidot kehittyvät ihmisen kasvaessa ja ympäristö muovaa niitä. Näitä taitoja tarvitsevat myös viestintäalan ammattilaiset.

Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimuksessa oli selvitetty viestinnän ammattilaisten päätehtäviä, joita olivat muun muassa sisällön seuranta, mediaviestintä ja toimintaympäristön seuranta sekä työyhteisöviestintä. Mielestäni nämä edellä mainitut ovat tärkeitä myös muidenkin ihmisten elämässä. Mielestäni on tärkeää seurata eri viestintäkanavien sisältöä, jotta tietää ajankohtaisista asioista. On myös tärkeää, että osaa olla kriittinen ja valikoiva sisällön suhteen. On myös osattava etsiä tietoa muistakin lähteistä, jotta voi vertailla tiedon paikkansapitävyyttä. Koen, että työyhteisöviestintä on tärkeässä roolissa myös muidenkin kuin viestinnän ammattilaisten työssä, sillä aika usein työskentelemme työkavereiden kanssa ja meidän on osattava viestiä työyhteisössä erilaisin tavoin.

Jatkossa halutaan panostaa sosiaalisen median tuntemukseen ja osaamiseen sekä visuaalisen viestinnän taitoihin (ProCom, 2017). Mielestäni tähän olisi muidenkin syytä myös panostaa, sillä sosiaalinen media on erittäin suosittu nykyään. Tärkeää olisi osata käyttää sosiaalista mediaa sekä esiintyä siellä asiaan kuuluvalla tavalla. Mielestäni olisi myös kannattavaa, että visuaalisen viestinnän taitoihin panostettaisiin, etenkin tulkintataitoihin. Nykyään saamme eri kanavien kautta paljon visuaalisia viestejä ja niiden tulkinta sekä ymmärtäminen onkin keskeisessä roolissa ihan jokaisen ihmisen elämässä.

## Journalistin määritelmä

Journalisti toimii ajankohtaisten tiedon kerääjänä ja levittäjänä. Hän saa tietoa tiedotustilaisuuksista, lehdistötiedotteista, haastatteluista, vihjeiden perusteella, sosiaalisesta mediasta ja vanhoista uutisista. Journalisti voi olla myös paikan päällä havainnoimassa tilannetta. Journalistia voi kutsua myös nimellä toimittaja. Jos kyseessä on uutistoimittaja, hän luo uutisia ja raportteja joukkotiedotusvälineisiin, jotka on tarkoitettu suurten ihmisjoukkojen tavoittamiseen. Toimittajalta odotetaan objektiivista ja puolueetonta näkökantaa tiedon keräyksessä ja levityksessä (Wikipedia, 2019). Toimittajan on myös oltava itsenäinen, rehellinen, oikeudenmukainen ja säädyllinen ja vastuullinen. Kuitenkin toimittajan omat mielipiteet voivat vaikuttaa uutisiin, sillä hän valikoi saamastaan tiedosta omasta mielestä merkityksellisimmät asiat ja koostaa niistä kuvauksen toiminnasta tai tapahtumista (Karvonen, 2019).

Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimuksen tulosten mukaan suurin osa vastaajista piti itseään viestinnän ammattilaisena ei journalistina. Tämä voi johtua siitä, että nykyään työnkuvaan kuuluu paljon erinäisiä osa-alueita ja journalismi on paljon muutakin, kuin vain toimittajana työskentelyä.

## Sosiaalinen media ja julkaisutoiminta

Viestinnän ammattilaiset 2017- tutkimuksen mukaan päätehtäviä viestinnässä ovat some-asiantuntijatehtävät, joka on neljänneksi suosituin päätehtävä. Suosituin tehtävä on sisällöntuotanto ja seuranta. Maineen ja brändin rakentaminen oli myös suosituimpien tehtävien joukossa. Itse ajattelen, että sosiaalinen media ulottuu ainakin näille edellä mainituille osa-alueille ja sitä voidaan hyödyntää varmasti myös muillakin sektoreilla. Uskon, että sosiaalinen media on myös laajentanut viestinnän ja julkaisutoiminnan kenttää, mutta sitä on osattava käyttää ja hyödyntää oikein. Sosiaalisessa mediassa viestit leviävät nopeasti ja ovat yleensä kaikkien sen käyttäjien tavoitettavissa. Ihmisten on helppo kommentoida ja levittää tietoa. Julkaiseminen on myöskin helppoa ja vaivatonta.

Ongelmaksi kuitenkin muodostuu kohdeyleisön tavoittaminen, miten onnistuu tavoittamaan tiettyjä ryhmiä, sillä sosiaalista mediaa käyttää paljon ihmisiä. Sosiaalisessa mediassa tietyt aihealueet ovat suosituimpia kuin toiset ja ne onkin osattava tunnistaa, jos haluaa tavoittaa suuren yleisön. Ongelmallista on myös tiedon paikkansapitävyyden selvittäminen, sillä kuka tahansa sosiaalisessa mediassa voi levittää ja muokata julkaisuja mieleisekseen. Sosiaalisessa mediassa myös kommentoiminen on helppoa ja sen voi tehdä anonyymisti. Tämän takia julkaisuja on mietittävä tarkkaan, mitä julkaisu sisältää, onko se asiallinen ja miten vastaa kriittiseen kommentointiin.



## Informaatiohäky ja sen hallinta

Karvosen (2019) mukaan nykyään ympäristö sisältää enemmän informaatiota, merkkejä ja symboleita kuin aikaisemmin. Osasyynä tähän voidaan pitää digitaalista vallankumousta. Ihmiset voivat saada informaatiohäkyn, sillä joka puolelta tulvii erilaista tietoa ja he eivät enää jaksaa vastaanottaa sitä. Informaatiohäkylle tyypillistä on, että ihminen alkaa torjua tietoa ja asenne tietoa kohtaan muuttuu välinpitämättömäksi.

Ihminen voi tuntea itsensä ahdistuneeksi ja turhautuneeksi, koska ei pysty löytämään tarvitsemaansa yksittäistä asiaa suuresta tietomäärästä. Myös väsymys, stressi sekä kiire ja informaatiolukutaidon puute voivat aiheuttaa informaatiohäkyn (Wikipedia, 2019).

Informaatiohäkyä voidaan kuitenkin hallita erilaisin keinoin. Tärkeää on harjoittaa informaatiolukutaitoa, jotta oppii löytämään luotettavista paikoista tietoa ja olemaan lähdekriittinen. On myös sisäistettävä ajatus siitä, että nykyaikana tietoa vaan yksinkertaisesti löytyy paljon ja tiedon määrää ei pidä säikähtää. Myöskään kaikkea ei tarvitse tietää ja osata. Tieto voi olla myös ristiriitaista, mutta sen ei saa antaa häiritä liikaa. On myös hyvä opetella hallitsemaan väsymystä, stressiä ja kiirettä, sillä ne vaikuttavat myös informaatiohäkyn syntymiseen. Tärkeää olisi, että lapsia opetettaisiin jo kotona ja koulussa etsimään luotettavaa tietoa ja suodattamaan sitä. Näin he eivät luultavasti kokisi niin helposti informaatiohäkyä, koska heille on jo lapsesta asti opetettu, miten välttää sitä.

## Haasteet viestinnän ja journalismin aloilla

Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimuksen mukaan 91% työntekijöistä viestintäalalla on naisia ja heidän keski-ikä on 42-vuotta. Tämä voi tuoda erinäisiä haasteita alalle, kuten miespuolisille työntekijöille saatetaan maksaa enemmän palkkaa ja he voivat saada erilaista kohtelua työpaikalla. Myös työntekijöiden ikä voi tuoda haasteita alalle esimerkiksi, jos keski-ikä kipuaa yhä korkeammalle, se voi tarkoittaa, että tulevaisuudessa alalla ei ole enää niin paljon osaavaa työvoimaa ja nuoria osaajia.

Työkenttä muuttuu vuosien myötä. Esimerkiksi lehtien ja julkaisujen toimittaminen on pudonnut joka vuosi (ProCom, 2017). Työntekijöiden on siis mukauduttava muutokseen ja siedettävä ajatusta muuttuvasta työkentästä.

Uskon, että tulevaisuudessa kestävän kehityksen viestintä kasvaa, sillä ymmärrys ilmastonmuutoksesta ja ympäristötietoisuudesta lisääntyy. Vuonna 2017 vain noin 8% päätehtävänä on yhteiskunta- ja yritysvastuu sekä kestävän kehityksen viestintä (ProCom, 2017). Tämän osa-alueen kasvaminen voi myös johtaa uusien haasteiden äärelle, kuten millä tavalla kestävästä kehityksestä viestitään ja kuinka tärkeä osa-alue se oikein on.

Haasteita viestinnän ammattilaisten työhön voi tuoda myös organisaatioiden koko. Keskimäärin organisaatio oli kooltaan noin useamman sadan ihmisen kokoinen (ProCom, 2017). Isommissa organisaatioissa haasteena voi esimerkiksi olla mutkikkaampi organisaation rakenne ja siitä aiheutuvat ongelmat.

Viestinnän ammattilaiset 2017- tutkimuksessa kysyttiin, uskooko alan kasvavan. 68% vastaajista oli sitä mieltä, että ala kasvaa. Alan kasvaminen voidaan nähdä haasteena. Työntekijöiden lisääntyminen alalla voi vaikuttaa palkkaan, kilpailu työpaikoista voi koventua ja vaatimukset työntekijöitä kohtaan saattavat tiukentua.

Työtehtävien ulkoistaminen voi myös luoda erinäköisiä haasteita työhön. Tutkimukseen vastanneista 28% oli sitä mieltä, että työtehtäviä ulkoistetaan enemmän kuin ennen. Eniten ulkoistettiin visuaalista ilmettä ja grafiikkaa (ProCom, 2017). Ulkoistaminen voi aiheuttaa erinäisiä haasteita yrityksille. Osaaminen ja kontrollointi ulkoistetuista alueista ei ole enää yrityksen omissa käsissä vaan siitä vastaa joku toinen taho. Myös yrityksen työntekijöiden osaaminen heikkenee ja lopulta katoaa liittyen alueeseen, joka on ulkoistettu. On myös mietittävä kokonaisvaltaisesti, saadaanko ulkoistamisella oikeasti niin paljon hyötyä, että se kannattaa.

Viestinnän ammattilaiset 2017-tutkimuksessa kysyttiin myös, miten somepäivystys on järjestetty organisaatiossa. 50% vastanneista ilmoitti, että somepäivystystä ei ole järjestetty ollenkaan ja 40% ilmoitti, että somepäivystykseen käytettyä aikaa ei korvata mitenkään organisaatiossa. Mielestäni tämä voi aiheuttaa suuriakin haasteita alalle. Tärkeää olisikin miettiä, tarvitaanko organisaatiossa tällaista ja järjestää se kunnolla. Luultavasti kyse on uudesta ilmiöstä ja siitä, että käytänteitä ei ole vielä ehditty sopia. Uskon, että pidemmällä ajalla tämä voi aiheuttaa tyytymättömyyttä ja eripuraa, varsinkin, jos somepäivystykseen käytettyä aikaa ei korvata mitenkään.

Tutkimuksesta selvisi, että työttömyysprosentti on noussut hieman vuosi vuodelta ja aiempaa useampi oli käynyt työpaikkahaastattelussa. 2015 vuonna 32% vastaajista oli käynyt työpaikkahaastattelussa, kun taas 2017 vuonna haastattelussa oli käynyt jo 44% (ProCom, 2017). Olisi mielenkiintoista tietää syitä, miksi työttömyys on kasvanut ja työhaastattelussa käy aiempaa useampi. Selittyvätkö nämä kenties sillä, että ollaan tyytymättömiä työpaikkaan ja halutaan lisää haasteita vai vaikuttaako taustalla jotkin muut syyt. Tulevaisuudessa nämä edellä mainitut seikat voivat tuoda enemmän haasteita alalle, kuten yritysten välisen työntekijäkilpailun kasvua ja sen aiheuttamia seurauksia. Myös työttömyys tuo omat haasteensa alalle ja koko yhteiskunnalle.

Tutkimuksesta selvisi myös mihin vastaajat haluavat panostaa seuraavan kahden vuoden aikana ja mihin alueisiin eri vuosina on haluttu panostaa ja kuinka paljon (ProCom, 2017). Tämä tarkoittaa, sitä, että on oltava valmis oppimaan koko ajan ja kehittämään itseään. Työntekijöiden on myös seurattava, mitkä asiat kulloinkin ovat pinnalla ja yrittää panostaa niihin. Tärkeät aihealueet saattavat muuttua vuosien myötä, joten on oltava myös mukautuvainen tähän muutokseen. Joillekin työntekijöille tämä voi aiheuttaa stressiä ja paineita. Mietin myös, onko kaikilla mahdollisuutta sekä halua toimia muuttuvassa työympäristössä ja panostaa osaamisen kehittämiseen. Muutos vaatii myös itsetuntemusta, jotta tietää omat vahvuudet ja osaa tarvittaessa panostaa heikompiin osa-alueisiin.

Journalistien haasteena on löytää puolueetonta tietoa, sillä varsinkin nykyään tietoa on paljon saatavilla eri lähteistä ja aina ei voi olla varma tiedon luotettavuudesta ja oikeellisuudesta. Haasteena on myös kerätä tietoa ja laatia raportti mahdollisimman objektiivisesti, sillä meillä jokaisella ihmisellä on omat mielipiteet asioihin ja katsomme asioita omasta näkökulmastamme.

Mielestäni haasteena yleensäkin viestinnän ja journalismin aloilla on, että pitää kyetä seuraamaan maailman muutosta ja kulloinkin vallalla olevia trendejä sekä mukautua niihin ja niiden asettamiin haasteisiin.

## Viestinnän ammattilaisen työkenttä 20-vuoden kuluttua

Viestinnän ammattilaiset 2017- tutkimuksesta käy ilmi, että työkenttä sekä osaamisalueiden tärkeys vaihtelee vuosien mittaan. Jonain vuonna voi olla tärkeää esimerkiksi hallita sisällöntuotannon ja seurannan taitoja kun taas muutaman vuoden päästä on hallittava esimerkiksi muutosviestinnän taitoja. Uskon, että tämä kehityssuunta säilyy ja 20-vuoden kuluttua alan työntekijöiden päätehtävät voivat olla hyvinkin erilaiset kuin 2017-vuoteen verrattuna. Kahdenkymmenen vuoden kuluttua voi korostua esimerkiksi yhteiskunta- ja yritysvastuu sekä kestävän kehityksen viestintä, sillä ilmastonmuutos on luultavasti silloin edennyt pidemmälle ja myös viestinnän alan on reagoitava siihen.

Uskon myös, että muutosviestintään ja muutoksen hallintaan pitää panostaa tulevaisuudessa enemmän, sillä työkenttä muuttuu koko ajan ja muutos voi olla hurjempaa kahdenkymmenen vuoden päästä.

Myös erilaiset tekniset ratkaisut, kuten sovellukset ja tekniset välineet valtaavat alaa. 2017-vuonna on jo näkyvissä jonkinlainen muutos, koska tutkimuksen mukaan halutaan panostaa enemmän sosiaaliseen mediaan, joka kuitenkin on aika uusi asia (ProCom, 2017). Tämä vaikuttaa myöskin osaltaan viestinnän ammattilaisten työhön.

## Lähdeluettelo

Karvonen, E. (2019). Johdatus viestintätieteisiin-materiaali. Oulun yliopisto.

Viestinnän ammattilaiset 2017. ProCom ry, Viesti ry, Julkisen alan tiedottajat ry (JAT). 2017. ProCom. Viitattu 14.10.2019, saatavilla: <https://procom.fi/wp-content/uploads/2014/01/Viestinn%C3%A4n-ammattilaiset-2017.pdf>

Viestintä. Wikipedia. Viitattu 14.10.2019, saatavilla: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Viestint%C3%A4>

Toimittaja. Wikipedia. Viitattu 14.10.2019, saatavilla: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Toimittaja>

Informaatioähky. Wikipedia. Viitattu 14.10.2019, saatavilla: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Informaatio%C3%A4hky>

Digitalisaatio. Wikipedia. Viitattu 14.10.2019, saatavilla: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Digitalisaatio>