



MEDIANOMIN MARKKINAT

Medianomikoulutuksesta työelämään

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö
Projektinhallinta
Kevät 2007
Kirsi Launis

OPINNÄYTETIIVISTELMÄ

Osasto Viestintä	Erikoistumisala Projektinhallinta
Tekijä Kirsi Launis	
Työn nimi Medianomin markkinat. Medianomikoulutuksesta työelämään	
Lopputyön laji Kirjallinen	
Työn valmistumisaika 4.5.2007	Sivumäärä 33
Tiivistelmä	
<p>Opinnäytetyöni koskee Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmasta valmistuneiden medianomien työelämään siirtymistä. Tein puhelin- ja sähköpostihaastattelut kahdelletoista vuoden 2003 jälkeen valmistuneelle henkilölle. Tavoitteeni oli selvittää paitsi heidän käsityksiään media-alasta, myös tutkia viestintäalan laajuutta. Lisäksi vertailen työssäni muiden alan ammattilaisten ajatuksia medianomeista verrattuna tutkinnon omaavien omiin näkemyksiin.</p> <p>Teoriaosuudessa käyn pääasiassa läpi erilaisia media-alan sisällään pitämiä käsitteitä. Avaan tietä muun muassa viestinnän sekä median maailmoihin ja selvitän tutkimusmenetelminä käyttämäni teemahaastattelun ja laadullisen tutkimuksen periaatteita. Tuon esille myös lähteistä ja oman kokemuksen kautta selville saamiani asioita medianomikoulutuksen rakenteesta ja viestintäalan työnäkymistä.</p> <p>Empiirisessä osuudessa nousee esiin monia mielenkiintoisia asioita media-alasta. Selvitykseni herättänee ajatuksia ainakin medianomista tutkintonimikkeenä ja viestintäalan rajaamattomuudesta. Lisäksi tutkimusanti suo mahdollisuuden hyvään mielikuvaan Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmasta ja sieltä valmistuneista henkilöistä. Näin ollen uskon opinnäytetyöni toimivan erinomaisena oppaana esimerkiksi koulutusta potentiaalisena vaihtoehtona itselleen pitävälle henkilölle. Toivon vahvasti omaan ja haastateltujen henkilöiden kokemukseen nojaavan työni kiinnostavan myös työn tilaajana toiminutta Tampereen ammattikorkeakoulua ja sen henkilökuntaa.</p>	
Aineisto Kirjallisuus, tutkimukset, internet, haastattelut	
Asiasanat Medianomi, viestintä, media, koulutus, työllistyminen	
Säilytyspaikka TAMK/taide ja viestintä	
Muita tietoja	

THESIS

SUMMARY

Department Media Programme	Area of specialisation Project management
Author Kirsi Launis	
Title Labour Markets of Bachelors of Media Production	
Sort of Final Thesis (Written / Project / Portfolio) Written	
Date 4.5.2007	Number of pages 33
<p>Summary:</p> <p>My thesis considers Bachelors of Media Production and their potential in labour markets of media. I made 12 interviews among people who had graduated from Tampere Polytechnic, Art and Media, after year 2003. I also inquired couple of media professionals about their opinions considering Bachelors of Media Production. Then I compared those results and ideas with the ones received from graduates.</p> <p>In my theory part I cogitate different aspects in media. For example I bring up affairs and assumptions what comes in education of media and employment in communication area. Empirical contingent summes up some interesting points of views about Bachelors of Media Production as a title and Tampere Polytechnic Art and Media as an institute.</p> <p>I hope my thesis to be helpful to for example those people who are interested in media and cultural studies. I also wish that Tampere Polytechnic and its personnel find my thesis interesting.</p>	
Material (e.g. audio / video tape, photographs, slides, paintings, statues...) Literature, interviews, researches, internet	
Key words Bachelor of Culture and Arts, communications, media, education, employment	
Filing Tampere Polytechnic, Art and Media	
Other information	

Sisällysluettelo

1	Johdanto	2
2	Taustatietoa	3
2.1	Laadullinen tutkimus ja teemahaastattelu	4
2.1.1	Kysymysasettelu ja tulosten analysointi laadullisessa tutkimuksessa	5
2.2	Pohdintaa viestinnästä	6
2.3	Median käsite	7
2.3.1	Median uusia alueita	8
2.3.2	Mediakonvergenssi	9
3	Medianomikoulutus	10
3.1	TAMK:n viestinnän koulutusohjelman historiaa	10
3.2	Projektinhallintaa ja tuottamista	11
3.2.1	Projektinhallinnasta ja tuottamisesta työelämään	13
3.2.2	Laaja vai epätarkka osaamisalue?	13
3.3	Viestintäalan työnäkymät	15
3.3.1	Media-ala keskittynyt pääkaupunkiseudulle	16
3.4	Viestintää, mediaa ja kulttuuria	16
4	Haastattelututkimuksen anti	18
4.1	Media-alan vetovoima	18
4.2	Käsityksiä media-alasta ennen ja jälkeen valmistumisen	19
4.2.1	Syitä kouluvalintaan	19
4.2.2	Näkemyksiä koulutuksesta	20
4.2.3	Medianomi-tutkinnon epäselvyys	20
4.3	Haastateltujen työtilanne	21
4.3.1	Freelancereita ja pätkätyöläisiä	21
4.3.2	Yritykset	22
4.3.3	Medianomiksi valmistuneiden työnimikkeitä	22
4.3.4	Medianomista yrittäjäksi	22
4.4	Viestintäalan ammattilaisten näkemyksiä ja ajatuksia medianomeista	23

5	Esimerkkejä medianomi-tutkinnon saaneiden urakaarista	.24
5.1	Case 1.....	24
5.2	Case 2.....	24
5.3	Case 3.....	26
6	Yhteenveto27
7	Lähteet28
8	Liite 131
9	Liite 232
10	Liite 333

1 Johdanto

Opinnäytetyöni koskee medianomien saamaa koulutusta ja potentiaalia työmarkkinoilla. Työn tilaajana toimii Tampereen ammattikorkeakoulu, josta valmistuneiden medianomien työllistyminen on viimeisten tutkimusten mukaan ollut hyvä. Työssäni en keskity selvittämään kattavia tämänhetkisiä työllistymisprosentteja tai media-alan eksaktia tarvetta medianomeista. Pyrkimykseni on tehdä laadullinen tutkimus siitä, kuinka laaja-alaisesti medianomit työelämään jakaantuvat ja mitä eri tittleitä he valmistuttuaan kantavat. Selvitän myös, mitä mieltä Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän osaamiskeskuksesta valmistuneet medianomit ovat media-alasta ja siihen johtavasta koulutuksesta. Tavoitteeni on lisäksi tutkia, miten hyvin medianomi-tutkintonimike tunnetaan viestintäalalla. Tutkimukseni kohdistuu Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmasta, projektinhallinnan ja tuotannon suuntautumisvaihtoehtoista vuoden 2003 jälkeen valmistuneisiin medianomeihin.

Toivon, että tutkimuksestani on hyötyä medianomiksi jo opiskeleville sekä opintojen aloittamista harkitseville henkilöille. Koulut kertovat luonnollisesti vain suuntaa-antavasti siitä, mihin heidän opiskelijansa voivat valmistuttuaan päätyä. Haluan kertoa asiasta kiinnostuneille tarkemmin siitä, mihin työtehtäviin ja yrityksiin medianomitutkinnolla esimerkiksi sijoitutaan.

Nostan esille myös kysymyksen siitä, onko tuottajien ja projektinhallinnan linjoilta valmistuneiden medianomien työmahdollisuuksien laajuus etu vai haitta. Onko parempi olla spesifioitunut osaaja yhdellä pienellä sektorilla, vai monen alan tietäjä laajalla alueella?

2 Taustatietoa

Opinnäytetyöni lähti edistymään aloittaessani viidennen vuosikurssin Tampereen ammattikorkeakoulussa viestinnän koulutusohjelmassa. Opiskeluaikani venyi suunnitellusta neljästä viiteen vuoteen muun muassa siksi, että koin epävarmuutta ja -tietoisuutta työllistymisestä ja medianomille soveltuvista työmarkkinoista. Osittain tästä johtuen pidin tarpeellisena lähteä tutkimaan edellä käyviä kollegoitani ja heidän urakehitystään. Lisäksi potkua opinnäytetyöni aiheeseen sain eri medioissa ja muissa organisaatioissa kytevästä skenaarioista siitä, kuinka viestintäalalle koulutetaan liikaa ihmisiä. Viimeisin Tampereen ammattikorkeakoululle tehty viestinnän koulutusohjelmaa koskeva selvitys kuitenkin osoittaa, että koulusta valmistuneiden medianomien työttömyysprosentti on vain seitsemän (Stenvall-Virtanen 2004, 12).

Oman kokemukseni perusteella erityistä tarkentamista kaipaa viestintäalan sisällään pitämät käsitteet. Tiedonlähteinä opinnäytetyössäni käytän lähdeoteoksien, internetin, raporttien ja artikkelien lisäksi haastatteluja. Opinnäytetyöni tärkein osa-alue on tutkia mielestäni epäselvää ja usein ainakin osittain väärin ymmärrettyä tutkintonimikettä, medianomia. Selvitän medianomi-tutkinnon taustoja ja sitä, mitä kaikkea medianomilta odotetaan verrattuna siihen mitä medianomi valmistuttuaan osaa ja voi tehdä. Saadakseni työhöni konkreettista pohjaa ja tukea pohdintaani, haastattelen vuonna 2000 Tampereen ammattikorkeakouluun projektinhallinnan ja tuotannon suuntautumisvaihtoehtoihin valittuja henkilöitä.

Kohdistan tutkimukseni edellä mainittuihin kahteen suuntautumisvaihtoehtoon siksi, että muilta linjoilta valmistuvien medianomien koulutusperusta ja siten tulevaisuuden näkymä on selkeämmin rajattu. Suoritan myös pienimuotoista tutkimusta viestintäalan ammattilaisten parissa siitä, minkälainen käsitys heillä on medianomien koulutuksesta ja millaisiin eri tehtäviin viestinnän sektorilla medianomit valmistuttuaan soveltuvat. Lopuksi teen yhteenvedon siitä, miten hyvin nämä käsitykset kohtasivat haastattelemieni medianomien kertomusten kanssa. Viitekehysten tutkimukseeni rakennan muun muassa analysoimalla itse viestinnän määritelmää ja pohtimalla median eri osa-alueita pääasiassa tekijöiden kannalta.

Yksi lähteenä käyttämistäni teksteistä on Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksella tehty Viestintäalan ammattikuvat ja koulutustarpeet -hankkeen loppuraportti, Viestintäkoulutuksen nousukäyrä – Monta tietä unelma-ammattiin ja suuriin pettymyksiin (Raittila ym. 2006). Raportti oli laadittu kattavan tutkimuksen pohjalta ja osoitti, että monelta eri kantilta katsottuna tulevaisuudessa tullaan kärsimään viestintäalan osaajien runsaudenpulasta. Kuitenkin sama seikka, mikä itseäni on askarruttanut kyseisessä asiassa, ilmeni myös Raittilan johtaman projektiryhmän tekemästä raportista. Viestintäala on hyvin laaja kenttä, eikä voida yksiselitteisesti todeta, tarvitaanko kyseisellä sektorilla lisätyövoimaa vai ei. (Emt.)

2.1 Laadullinen tutkimus ja teemahaastattelu

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus eroaa kvantitatiivisesta eli määrällistä tutkimuksesta monella tavalla. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa panostetaan määrän sijasta laatuun. Tehtäessä määrällistä haastattelututkimusta pyritään saamaan riittävän suuri eli edustava otanta tutkittavien perusjoukosta ja kysymyksiin saadut vastaukset analysoidaan ja luokitellaan tilastollisesti. Tuloksena on tietoa eksaktien lukujen muodossa, mutta tieto perustuu vain ennalta tarkasti määriteltäviin kysymyksiin ja vastausvaihtoehtoihin. Kvalitatiivisessa haastattelututkimuksessa puolestaan annetaan tilaa tutkittavien joukkoa edustavien yksittäisten henkilöiden omille näkökulmille ja kokemuksille. Näin ollen laadullisella tutkimuksella voidaan saada syvempää ja kokonaisvaltaisempaa käsitystä tutkittavasta asiasta ja ihmisten näkemyksistä, mutta vastauksista ei voida hakea tilastollista edustavuutta. Kyseessä on siis kaksi erilaista tutkimusstrategiaa. (Metsämuuronen 2000.)

Määrällinen tutkimus on kulttuurintutkimuksen myötä suhteellisesti ottaen vähentynyt ja painopiste on siirtynyt laadullisiin tutkimusmetodeihin. Esimerkiksi englantilaisessa sosiologiassa tutkimusmenetelmien pääpaino on 1980-luvulta lähtien siirtynyt tutkittavan kohteen syvempään tarkasteluun ja pohdintaan. (Bryman 2002, 16) Tosin on myös tilanteita, joissa on hankala vetää rajaa kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen välille: useissa tutkimuksissa hyödynnetään molempiin kategorioihin luettavia tutkimusmetodeja.

Teemahaastattelu on käytännössä keskustelua, jossa aihepiiri ja teemat on etukäteen valittu. Teemahaastattelu sopii käytäntönä tilanteisiin, jossa tutkittavasta aiheesta ei ole tarkkaa tietoa eikä aihepiiriä ole selkeästi rajattu.¹ (Hirsjärvi & Hurme 2000)

Valitsin tutkimukseni metodiksi teemahaastattelun ja kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän, koska päämääräni on selvittää, millaisiin eri työtehtäviin medianomien on mahdollista päätyä ja millaisia kokemuksia heillä on koulutuksestaan ja urakehityksestään. Laadullisen tutkimuksen kautta pääsen sekä pureutumaan medianomien omiin käsityksiin viestintäalasta että saamaan tuloksia siitä, mihin eri suuntiin medianomikoulutus johdattaa media-alalla. Lisäksi teemahaastattelu antoi mahdollisuuden lisäkysymyksiin ja mahdollisuuden viedä tutkimusta eteenpäin haastateltavien henkilöiden näkemysten kautta.

Viestintä-, media- ja kulttuurialan työllisyydestä ja opiskelijoista on tehty runsaasti myös tilastollisia tutkimuksia. Toivon, että tekemäni selvitys antaa ainakin uusia näkökulmia jo tehtyihin tutkimuksiin ja syventää näkemyksiä viestintäalan koulutuksesta, alan laajuudesta ja medianomien työhön sijoittumisesta.

2.1.1 Kysymysasettelu ja tulosten analysointi laadullisessa tutkimuksessa

Laadullisen tutkimuksen tulosten analysointi voi usein olla hankalampaa kuin määrällisessä tutkimuksessa saatujen. Koska kysymysasettelu sallii vastaajan hyvin vapaan liikkumisalueen, syntyy myös tulkitsemistilanteeseen ainakin mahdollisuus vastausten väärinkäsittämiseen tai niiden tulkitsemiseen jollekin taholle edullisempaan suuntaan.

Tästä johtuen kysymykset on syytä tehdä aihepiiristä riippuen olemassa olevan tiedon ja teorian pohjalta. Näin syntyy rakenne, missä ensiksi käydään läpi asioita teoriapohjalta ja saadaan aikaiseksi pohdintaa. Tutkimuksessa saadut tulokset voidaan sitten linkittää teoriaan ja joko vahvistaa sitä tai kyseenalaistaa tulosten avulla aiempia oletuksia. Tosin useat laadullisen tutkimuksen tekijät

¹ <http://www2.uiah.fi/projects/metodi/064.htm#teemahaas>

eivät tee kysymyksiä teorian pohjalta vaan pohjustavat teorian vasta tutkimuksessa saadun tiedon pohjalta. (Woods 1999, 2-4)

Käytettäessä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää on mentävä kysymysasettelussa mahdollisimman lähelle tutkittavaa ja raportoimaan tuloksia niin, että lukijalle välittyy jatkuva kuva merkitysympäristöstä, jossa tutkimus on tehty. Itse pyrin kysymysasettelussani saamaan aikaan rakenteen, joka pureutuu medianomikoulutukseen ja laajemmin viestintäalaaan koulutettujen kannalta: Ennen haastattelututkimusta omasin tietoa aiheesta pääasiassa isompien organisaatioiden näkökulmasta kerrottuna. Tutkimukseni laajentaa tai ainakin syventää aiempia faktoja ja oletuksia.

2.2 Pohdintaa viestinnästä

Viestintä on sanomien vaihtoa, asioiden välittämistä ja tilanteiden jakamista. Jo viestinnän etymologiassa näkyy edellä mainitut määreet. Sanan kolme ensimmäistä kirjainta (vie) muodostavat paitsi teknisesti, myös psykologisesti ajateltuna jotain sanan perimmäisestä ideasta: asioita viedään eteenpäin.

Risto Kunelius toteaa viestinnästä osuvasti kirjassaan Viestinnän vallassa: ”Viestinnässä on kysymys yhtäältä asioiden esittämisestä sanomissa ja toisaalta toiminnasta, jossa itse viestijät asettuvat keskinäisiin sosiaalisiin suhteisiin.” (Kunelius 2001, 13) Lainatessani tämän lauseen Kuneliukselta en tarkoita sitä, että jokainen tilanne missä viestintää tapahtuu edellyttäisi viestinnän alan ammattilaista, mutta se tukee ajatustani siitä, että viestinnän kenttää ei ole helppo määritellä ja siten rajata tarvittavien osaajien kiintiötä alalle. Viestintä on osa kaikkea sosiaalista ja yhteiskunnallista toimintaa.

Viestintä voi olla interaktiivista tai yksipuolista, välinelähtöistä tai huulilta lukemista. Yhtä kaikki, viestintää tapahtuu koko ajan ja jatkuvasti. Opinnäytetyössäni keskityn kuitenkin pohtimaan viestinnän eri muotoja ja erityisesti sitä, missä kaikkialla sitä käytetään työvälineenä siten, että sen käyttö vaatii ammattimaista osaamista

Useimmissa keskisuurissa ja sitä isommissa yrityksissä on omat viestintäosastot tai ainakin tiedottaja. Monet firmat myös tuottavat mainosmateriaalinsa, jota

teknistyvässä nykymaailmassa tehdään entistä enemmän ja ennen kaikkea monipuolisemmin. Näin ollen on siis kapeakatseista ajatella, että viestintäala sijoittuisi ainoastaan televisio-ohjelmien, radiokanavien tai lehtimaailman eli perinteisen joukkoviestinnän piiriin. Tämä myös vaikeuttaa viestintäsektorin laajuuden selvittämistä, sillä esimerkiksi tarvittavien graafikoiden määrää ei voida laskea pelkästään Suomen mainostoimistojen määrään suhteutettuna.

Raittilan johtaman työryhmän raportissa sanotaan: ”--sairaanhoitaja tai laivanrakennusinsinööri voivat hyvin sijoittua viestintäammatteihin, mutta medianomin tai media-assistentin tutkinnolla ei pääse laivoja suunnittelemaan tai sairaanhoitajaksi.” (Raittila ym. 2006, 32) Tämä on varmasti perusteltu väite, mutta kritisoin lauseen sanavalintaa, sillä en uskaltaisi sanoa että hoitaja *voi hyvin* suorittaa esimerkiksi tiedottajan tehtäviä sairaalassa. Viestintä- ja erityisesti media-ala ovat kehittyviä ja myös uusia aloja verrattuna esimerkiksi hoiva-alaan ja muihin täysin toisenlaista osaamista vaativiin ammattialoihin. Kaikkea ei voi eikä pidä verrata. Väittäisin, että alasta riippumatta yhteiskunnan toimivuuden kannalta olisi suotavaa, että jokaisella sektorilla olisi kyseisen alan ammattilaisia työn tekijöinä. Lisäksi herää kysymys, kuka hoitaa sairaanhoitajan työt mikäli hän keskittyy viestinnän tehtäviin?

2.3 Median käsite

Koska pyrin opinnäytetyössäni tarkentamaan medianomi-tutkintonimikettä, on mielestäni relevanttia käsitellä sen linkkiytymistä mediaan. Media on viestintää ja toisaalta viestintä on mediaa. Media sanana tulee latinan kielestä, jossa *medium* tarkoittaa ”välissä”.²

Media-käsitteen juuret yltävät 1900-luvun alkupuolelle. Tällöin mainostoimistot alkoivat käyttää media-sanaa tarkoittaessaan mitä tahansa paikkaa tai kanavaa mistä oli mahdollista ostaa mainostilaa. Tästä seurasi se, että yhteiskuntatieteilijät nimesivät medioiksi kaikki joukkoviestintää harjoittavat instituutiot, kuten radion, television ja lehdistön. Toisen jaon mukaan medially on tarkoitettu kuitenkin vain konkreettisia teknologisia viestinnän välineitä. Nykyään medially voi-

² <http://fi.wikipedia.org/wiki/Media>

daan tarkoittaa myös yksilöviestimiä matkapuhelimesta internetin chat-palveluihin tai esimerkiksi tietokonepelejä. (Näränen 2006, 20)

Usein puhutaan mediasta yleisenä käsitteenä, joka kattaa koko yhteiskunnan tiedotuskulttuurin; sanomalehdet, televisio- ja radiokanavat sekä julkiset internetsivustot. Mediasta voidaan puhua myös monikossa *mediat*. Tällöin edellä mainitut tiedotusvälineet eroavat toisistaan, ja ovat ymmärrettävissä omana medianansa.

Eryteisesti internetin tulon jälkeen median käsite laajeni valtavasti. Kuten jo aiemmin sanoin viestinnän venyvän julkisesta joukkotiedotuksesta yritysten sisäiseen viestintään, pätee sama dilemma myös median suhteen. Voidaan sanoa, että medianomi on alansa hommissa, jos hän esimerkiksi tekee markkinointimateriaalia ja päivittää verkkosivuja muovikoteloita valmistavassa yrityksessä.

2.3.1 Median uusia alueita

Media jakaantuu myös teknologisesti moneen eri osa-alueeseen. Selvitän näistä muutaman median sisällään pitämän käsitteen, jotta kykenisin paremmin tuomaan ilmi median monimuotoisuuden ja myös käsittelemään myöhemmin haastattelututkimuksen myötä esiin nousseita media-alan toimenkuvia.

Multimedia

Multimedialla tarkoitetaan mitä tahansa sovellusta, jossa ääni, kuva ja teksti yhdistyvät. Multimedia ymmärretään kuitenkin lähinnä vain puhuttaessa digitaalisesta mediasta. Digitaalinen televisio ja internet ovat parhaita esimerkkejä multimediaa hyödyntävistä laitteista.

Hypermedia

Hypermedia on tiedon esittämistä multimediasa. Hypermedia on käytännössä tiedon mallintamista, käsittelyä ja jäsentämistä. Pääasiassa hypermediasta puhutaan silloin, kun on kyseessä tietokoneohjattu materiaali.

Rich media

Rich media voitaisiin kääntää Webin monimediaksi tai esimerkiksi modulaariseksi internetsivustoksi. Rich mediaa voi olla vaikkapa selainikkunaan päällekkäin aukenevat mainokset ja pop-up-ikkunat, jotka sisältävät esimerkiksi animaatiota ja ääntä.

2.3.2 Mediakonvergenssi

Pidän oleellisena selvittää myös otsikon osoittaman termin, koska edellä käsitellyt median osa-alueet osoittavat median moninaisuuden. Mediakonvergenssi tarkoittaa medioiden lähentymistä tai yhteenliittymistä.

Erytisesti monia internetsivustoja ja portaaleja voidaan ajatella osana mediakonvergenssia: Aluksi on ollut esimerkiksi naistenlehti, mikä on jaettu perinteisen median kaavaa noudattaen postitse. Internetin tulon myötä naistenlehden toimitus on päättänyt perustaa lehdelle oman verkkosivuston. Verkkosivuille on luotu lehden sisällön lisäksi erilaisia interaktiivisia toimintoja, kuten pelejä ja kilpailuja. Näiden suuren suosion ansiosta naistenlehti päätyy kehittämään yhdessä jonkin toisen tahon kanssa televisio-ohjelman, jossa keskustellaan naistenlehden edellisessä numerossa julkaistusta aineistosta. Tällöin on syntynyt mediakonvergenssi, jossa yhdistyy monta eri tiedotusvälinettä, sekä kanavatasolla että teknologisesti ajateltuna.

3 Medianomikoulutus

3.1 TAMK:n viestinnän koulutusohjelman historiaa

Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän koulutusohjelmia edeltävä Tampereen taiteen ja viestinnän oppilaitos (TTVO) perustettiin vuonna 1991 ja koulun ensimmäiset toimitilat sijaitsivat Tampereen yhteiskoulun tiloissa. Vuosi perustamisesta taiteen ja viestinnän oppilaitos sai omat tilat Finlaysonilta, mutta vasta vuonna 2000 tapahtui siirtyminen nykyisiin tiloihin. Vuonna 1996 Tampereen taiteen ja viestinnän oppilaitos liitettiin osaksi perustettua Tampereen ammattikorkeakoulua. Koulu sai kuitenkin säilyttää lyhenteen TTVO.

TTVO sijaitsee siis Tampereen ydinkeskustassa Finlaysonin alueella. Oppilaitoksesta valmistuu medianomeja ja kuvataiteilijoita. Aloituspaiikkoja on vuosittain sata ja opiskelijoista valtaosa valmistuu neljässä vuodessa.

Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelma on profiloitunut erikoistumiseen panostavana kouluna, mikä erottaa sen noin 20 muusta vastaavan koulutuksen tarjoavasta oppilaitoksesta Suomessa. Pidän oleellisena selvittää, mitä eri suuntautumisvaihtoehtoja esimerkiksi Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelma tällä hetkellä pitää sisällään. Uskon tämän selittävän osaltaan myös sekä medianomitutkinnon, että koko viestintäalan laajuutta.

Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelma on uusiutunut monesti ja pitää tällä hetkellä sisällään neljä eri ”osaamisaluetta”: Media-alan tuottaminen, vuorovaikutteinen media, audiovisuaalinen media sekä teatteri- ja estradivalaisu. Nämä jakautuvat vielä seitsemään eri suuntautumisvaihtoehtoon, joita on mediatuottaminen, visuaalinen suunnittelu, vuorovaikutteisuuden suunnittelu, kuvaus, leikkaus, ääni ja valoilmaisu. Nykyään Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmassa ei siis ole enää projektinhallinnan

ja tuotannon suuntautumisvaihtoehtoja, vaan ne yhdistettiin vuonna 2003 *mediatuottamiseksi*.³

Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän koulutusohjelmissa on tällä hetkellä noin 450 opiskelijaa. Vuosittain Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän koulutusohjelmiin otetaan noin 100 uutta opiskelijaa, joista noin 80 prosenttia sijoittuu viestinnän ja 20 prosenttia kuvataiteen koulutusohjelmaan.

3.2 Projektinhallintaa ja tuottamista

Usein käsitetään, että kaikki medianomit koulutetaan av-alalle kuvaamaan, leikkaamaan tai esimerkiksi äänitystehtäviin. Todellisuudessa kuitenkin heidän osuutensa esimerkiksi Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman opiskelijoista on tällä hetkellä noin 40 prosenttia. Medianomitutkintoa voidaanakin verrata useaan muuhun tutkintonimikkeeseen, kuten esimerkiksi insinööriin: tutkintonimi ei kuvaa suoraan tiettyä ammattia tai tehtävää, vaan osaamisaluetta.

Medianomeja koulutetaan Suomessa 16 ammattikorkeakoulussa. TTVO:n internetsivuilla kerrotaan seuraavasti: ”Viestinnän koulutusohjelman tavoitteena ovat media-alan sisältösuunnittelun ja -tuotannon ammattilaiset, joilla on erinomaiset valmiudet kehittää itseään ja ammattialaa koulutuksen jälkeen sekä valmiudet toimia joustavasti muuttuvilla työmarkkinoilla kotimaassa ja ulkomailta. Medianomien työllistäjiä ovat elokuva-, tv- ja jälkituotantoyhtiöt, sanomalehdet, mainostoimistot, digimediaryitykset, tapahtumatuottajat, julkishallinnon organisaatiot ja ohjelmistoalanyritykset.”^{3, 4}

Kuten jo aiemmin totesin, keskityn opinnäytetyössäni tutkimaan projektinhallinnan ja tuotannon suuntautumisvaihtoehtoja valmistuneita medianomeja. Jätän tutkimukseni ulkopuolelle siis Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän

³ <http://www.cult.tpu.fi/ttvo/viestinta/index.php>

⁴ <http://fi.wikipedia.org/wiki/Medianomi>

koulutusohjelmasta valmistuneista medianomeista suuren osan, koska heidän suuntautumisvaihtoehtojensa nimistä selviää projektinhallinnan- ja tuotannon suuntautumisvaihtoehtoja paremmin se, mihin työtehtävään opiskelijat on koulutettu. Näin ollen myös heidän työmarkkinansa ovat rajatumpia.

Usein medianomeista puhuttaessa unohdetaan juuri tutkimukseni kohteena oleva ryhmä, jotka valmistuttuaan eivät omaa varsinaista ammattinimikettä, mutta kykenevät toimimaan useissa eri viestinnän tehtävissä. Joukosta tekee mielenkiintoisen myös se, että Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmassa näistä kahdesta suuntautumisvaihtoehdosta valmistuneiden kurssi- valikoima oli hyvin laaja sisältäen ainoastaan muutaman pakollisen kurssin. Tämän ansiosta kyseiset medianomit pystyivät itse rakentamaan opintokokonaisuutensa sen mukaiseksi, mihin he valmistuttuaan odottivat päätyvänsä.

Projektinhallinnan suuntautumisvaihtoehto kuului vuorovaikutteisen median ja tuottaminen audiovisuaalisen median koulutusohjelmiin. Eroavaisuus näkyi pääasiassa siinä, että tuottajien opintosuunnitelmassa painotettiin enemmän av- alan työrooleja. Mediatuottamisen lehtori Sohvi Sirkesalo kertoo projektinhallin- nan ja tuotannon suuntautumisvaihtoehtojen integroitumisen johtuneen pitkälti medioiden yhdistymisestä. ”Media-alan kehitys on konvergenssin myötä vienyt siihen suuntaan, että jokaisen erilaisissa mediatuotannoissa vastuullisessa työ- ryhmän vetäjän ja tuottajan roolissa toimivan tulee hallita kaikki median jakelu- kanavat ja niiden tuotantoprosessit. Budjetointi-, aikataulutus-, markkinointi- ja dokumentointiasioissa mediatuotannoissa toimivat melko pitkälle samat lain- alaisuudet, lisäksi näiden suuntautumisvaihtoehtojen yhdistämisellä haluttiin korostaa crossmedia-ajattelun tärkeyttä.” Sirkesalo kertoo.

Medianomit koulutetaan ymmärtämään median käsitettä ja kehittämään sen eri muotoja. Medianomi voi työskennellä median eri vaiheissa, sisällöntuotannosta tekniseen toteutusvaiheeseen. Eveliina Pitkänen toteaa opinnäytetyössään, että ammattikorkeakouluissa tuottajalinjalla opiskeleville tulisi jatkossa opettaa pa- remmin muun muassa tuotantoprosessin toimintaa. Tämä tarkoittaa sitä, että tuottajien tulisi työssään hallita sekä suunnittelu- että toteutustyö. Tehtäessä jokin mediaprojekti, oli se sitten televisio-ohjelma tai tapahtumatuotanto, vaatii projektin kunniallinen hoitaminen tekijältään muun muassa tietämystä taloudelli-

sista asioista, ihmisten käsittelystä sekä tekniikan ymmärtämistä. (Pitkänen 2006, 43)

Ajankohtaisen kakkosen toimittaja ja tuottaja Pasi Toivonen kertoi Tampereen ammattikorkeakoulussa helmikuussa 2007 pitämänsä luennon yhteydessä, että Yleisradiossa tuottajaksi nousta on askeleittain. Hän kertoi tuottajaksi tulemisen tapahtuvan pitkän työkokemuksen ja sekä alan että työpaikan kattavan tuntemisen kautta.

3.2.1 Projektinhallinnasta ja tuottamisesta työelämään

Empiiriseen tutkimukseen perustuen näkisin, ettei tuottajaa voi verrata moneen muuhun ammattinimikkeeseen, kuten kokkiin tai lääkäriin. Ensinnäkin tuottajanimitystä on Suomessa alettu käyttää vasta 1990-luvulla. Sitä ennen on puhuttu kyllä tuottamisesta prosessina, jota suorittaa monta eri tahoa ja tekijää. Nykyään tuottajana puhutaan henkilöstä, joka vastaa tässä yhteydessä jonkin mediateoksen eri tuotantovaiheista: sponsoreista ja muista yhteistyökumppaneista, tilavarauksista, aikatauluista ja niin edelleen. Voisi siis sanoa, että Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmasta valmistuu henkilöitä, joilla on ainakin tietämystä siitä, mitä asioita tulisi osata hoitaa ja miten. Vaikka suuntaumisvaihtoehdon nimi on mediatuottaminen, ei se tarkoita, että linjalta valmistuneen ammattinimike olisi suoraan tuottaja.

Tuottamisen, projektinhallinnan ja nykyään siis mediatuottamisen suuntaumisvaihtoehdosta valmistuneen mahdolliset työnimikkeet voivat esimerkiksi mainospuolella olla hyvin moninaiset. Sivi Uitto käsittelee erilaisia rooleja mainostuotannossa opinnäytetyössään ”Johdatus tuotantopäällikön tehtäviin”. Uiton tekstistä saa selville, että pienikin mainosprojekti vaatii onnistuakseen osaavan ja monihenkisen tiimin, jossa myös hierarkia toimii.” Ammattitaitoisin on se, joka osaa palkata itselleen assistentin tarpeen vaatiessa.” (Uitto 2005, 34)

3.2.2 Laaja vai epätarkka osaamisalue?

Mainitsin jo aiemmin, että sekä viestinnän kentän että medianomitutkinnon laajuuden ja eroavaisuuksien takia on hankalaa määritellä työvoiman tarvetta. Eri-

tyisesti tämä koskee juuri tutkimukseni kohderyhmää eli projektinhallinnan, tuotannon ja nykyään mediatuotannon puolilta valmistuneita henkilöitä.

Leikkaajien, kuvaajien tai äänittäjien tarve työelämässä on huomattavasti helpompi selvittää kuin esimerkiksi projektinhallintalinjalta valmistuneen medianomin, joka pääasiassa on keskittynyt opinnoissaan johtamisen opiskeluun, konseptointiin ja sisällöntuottamiseen. Ensiksi mainituilla osaaminen on selvästi spesifioidumpaa ja työkalut mitä hän työssään tulee tarvitsemaan rajatumpia kuin mitä viimeiseksi mainitulla. Siksi myös yritysten joihin heidän on mahdollista työllistyä selvittämisessä on eroja. Leikkaaja, kuvaaja tai äänittäjä päätyy suuremmalla todennäköisyydellä töihin juuri mediayritykseen, kuten esimerkiksi YLE:lle. Projektinhallitsijan työnäkymä on huomattavasti vähemmän rajattu, sillä hänen taitonsa soveltuvat hyvin myös aloille, joilla ei ensisijaisesti tuoteta mediaa. Viestintää kuitenkin harjoitetaan alalla kun alalla.

Kuitenkin sitä, kumpi työnhaussa on vahvempi, on hankala määrittää. Onko hyödyllisempää osata yksi ala hyvin ja kilpailla saman tutkintonimikkeen omaavien kanssa omilla meriiteillään vai olla pätevä hakija alalla, johon voi työllistyä lähes millä tutkintonimikkeellä hyvänsä?

Paula Karhunen pohtii tutkimuksessaan ”Kuvan ja median koulutuksesta työelämään” tärkeää kysymystä: Mitä tapahtuu erikoistumiselle, mikäli moniosaaaminen nostetaan jalustalle? Karhusen tekemässä selvityksessä nousikin esiin ristiriitaisia ajatuksia siitä, kuinka mediakoulutus saa toisaalta kiitosta opiskelijoilta monipuolisuudesta, mutta toisaalta pelko siitä että oppiminen jää pintapuoliseksi on olemassa. Tämä ongelma koskee mielestäni erityisesti tutkimukseni kohteena olevien medianomien ryhmää. (Karhunen 2004, 70)

Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmassa opetetaan koulutusohjelmasta ja suuntautumisvaihtoehdosta riippumatta ensimmäisen opiskeluvuoden aikana sekä audiovisuaalisen että vuorovaikutteisen median ja myös taidepuolen perustaitoja. Lisäksi mediatuottamisen suuntautumisvaihtoehdon pakollisten kurssien vähyyden ansiosta opiskelijalla on mahdollisuus valita kursseja monien eri suuntautumisvaihtoehtojen kurssivalikoimasta. Tästä seuraa, että moni valmistuneista projektinhallitsijoista ja tuottajista hallitsee

myös esimerkiksi visuaalista suunnittelua tai vuorovaikutteisuuden suunnittelua. Siksi he pystyvät työssään suorittamaan myös monia graafisen alan tai www-suunnittelun töitä.

Näin ollen esimerkiksi projektinhallinnan suuntautumisvaihtoehdosta valmistunut medianomi soveltuu työhön, joka pitää sisällään erilaisten projektien hoitamista alasta riippumatta. Hän kykenee tuottamaan itse markkinointi- tai vaikkapa opetusmateriaalia: siis suorittamaan pienimuotoista graafista alaa sivuavaa työtä, joka kuitenkin varsinaiselle visuaalista suunnittelua neljä vuotta opiskelleelle henkilölle saattaisi olla turhan ”helppoa” ja siten epäkiitollista työtä. Lisäksi todellisella graafisen alan osaajalla ei välttämättä ole halua eikä valmiuksia hoitaa muita edellä mainitun kaltaiseen työhön liittyviä osa-alueita, kuten budjetointia, ihmisten johtamista tai aikataulutusta.

3.3 Viestintäalan työnäkymät

Raittilan johtopäätös raportissaan on, että ainakin toisen asteen ja ammattikorkeakoulutason koulutuspaikkoja tulisi vähentää viestintäalalla. Tämä perustuu tutkimukseen, jonka mukaan viestinnän koulutuskenttä on liian hajanainen ja siihen, että varsinaiseksi viestintäalaksi luettavan sektorin työvoimatarve ja tämänhetkinen koulutusmäärä eivät täsmää: viestinnän opiskelijoita on tutkimuksen mukaan liikaa.

Tampereen ammattikorkeakoulun lehtori Ari Koivumäki kertoi vuoden 2006 huhtikuussa ”Uutistyö journalistisena työprosessina” -kurssille tekemässäni haastattelussa, että media-alan aloituspaikkoja tullaan vähentämään noin 10 prosenttia sen hetkisistä vuoden 2008 aikana. Tilanne oli vuosi sitten se, että Suomessa oli noin 700 media- ja kulttuurialan opiskelijaa. Tällöin oli Opetusministeriössä käynnissä ”tulos ja tavoite” -neuvottelut, joiden yhtenä päämääränä oli tehdä ratkaisuja media-alan koulutuspaikkojen vähentämisen suhteen. Vielä huhtikuun 2007 loppuun mennessä neuvotteluja ei ollut saatu päätökseen, mutta aihe on tällöin edelleen ollut pinnalla.

3.3.1 Media-ala keskittynyt pääkaupunkiseudulle

9. helmikuuta 2006 oli Aamulehdessä artikkeli, joka käsitteli eri alojen työllistyneisyyttä. Jutun ohessa oli Länsi-Suomen lääninhallituksen tekemä tutkimus ammatillisen perustutkinnon 1.1.2001–31.7.2004 aikana suorittaneiden työllisyystilanteesta vuoden 2004 lopussa. Tutkimus perustui Tilastokeskuksen tietoihin. Tutkimuksen mukaan suurin työttömyysprosentti, eli 20 prosenttia 816 valmistuneesta, oli kulttuurialalla. (Ekholm, 2006)

Aamulehti oli haastatellut juttuunsa kolmea tamperelaista audiovisuaalisen viestinnän opiskelijaa sekä kahta alan opettajaa. Heidän mukaansa kulttuurialan yksi ongelma on työpaikkojen valuminen pääkaupunkiseudulle. ”Pitäisi keksiä luovia ratkaisuja, jotta Pirkanmaalle saadaan lisää alan työpaikkoja”, toinen haastatelluista opettajista toteaa. (Ekholm, 2006)

Aamulehdessä esiin noussutta käsitystä tukee myös seuraava: suomenkielinen hakukone Webinfo.fi löysi Tampereelta 60 mainostoimistoa. Sama luku Helsingissä Webinfon mukaan on 179. Helsingissä on siis lähes kolminkertainen määrä mainostoimistoja Tampereeseen verrattuna, vaikka Helsingin asukasluku on ”vain” noin 1.8 kertainen Tampereeseen verrattuna.^{5, 6, 7}

3.4 Viestintää, mediaa ja kulttuuria

Kuten tähän asti kirjoittamastani tekstistäkin selviää, puhutaan medianomeja kouluttavasta alasta monella eri nimellä. Tämä on yksi ongelma erityisesti alan työllistymisprosentista puhuttaessa. Kulttuurialalla ymmärretään usein musiikin, kuvataiteen, tanssin ja muiden taideaineisiin luettavien aineiden opiskelua. Koska osa medianomeista opiskelee muun muassa näitä aihepiirejä sivuavia aineita, lasketaan medianomikoulutus usein kulttuurialaan kuuluvaksi. Käytän-

⁵ <http://www.webinfo.fi/>

⁶ http://www.hel.fi/wps/portal/Helsinki/Artikkeli?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/fi/Helsinki/Uutiset/Helsingin+asukasluku+kasvussa

⁷ <http://www.tampere.fi/aluepelastuslaitos/toimialueet/tampereenseutukunta/index.html>

nössä medianomina voi kuitenkin työskennellä koulutustaan vastaavassa työssä vaikka kaupan alalla tai teknologiayrityksessä.

Hannu Nieminen ja Jukka Sihvonen toteavat mediasta osana kulttuuria kirjassaan Mediatutkimus seuraavasti: ”Suppea määritelmä puolestaan viittaisi vain mediaan ja niiden käyttöön liittyviin käytäntöihin, jolloin se ymmärrettäisiin kulttuurina lähinnä samassa mielessä kuin esimerkiksi liikennekulttuuri tai yrityskulttuuri: mediakulttuuri olisi vain yksi kulttuurin alue” (Nieminen ja Sihvonen 2001, 10)

4 Haastattelututkimuksen anti

Tein laadullisen haastattelututkimuksen vuonna 2000 Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmaan, projektinhallinnan ja tuotannon suuntautumisvaihtoehtoihin sisäänotettujen, jo valmistuneiden medianomien parissa. Tavoitin näistä 19 henkilöstä 12, joista seitsemän oli projektinhallinnan ja viisi tuotannon puolelta. Jätin osan tuotannon suunteutumisasihtoehtosta valmistuneista tutkimuksen ulkopuolelle, koska heidät oli otettu sisään taiteellisina kuvausjärjestäjinä. Suoritin tutkimuksen puhelin ja sähköpostihaastatteluina helmi- ja maaliskuun 2007 aikana.

Tutkimukseen vastanneiden sukupuolijakauma oli tasainen, sekä naisia että miehiä oli kuusi.

4.1 Media-alan vetovoima

Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman maine on tehnyt koulusta hakukohteena hyvin suositun. Vuosittain Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmaan viestinnän koulutusohjelmaan onkin hakenut moninkertainen määrä sisäänotettaviin verrattuna. Kevään 2007 aikana hakeneiden määrä on kuitenkin ollut neljänneksen alhaisempi kuin aiemmin. Sohvi Sirkesalon mukaan syitä tähän on vaikea löytää, mutta yhtenä merkittävänä tekijänä voi olla julkisuudessa käyty keskustelu media-alan liiakoulutuksesta. TAMKn viestinnän koulutusohjelman koulutuspäällikkö Leena Mäkelän mukaan on kuitenkin huomioitava myös väestön ikärakenne: kaikkien ammattikorkeakoulujen hakumäärät ovat tänä vuonna pienentyneet. (Mäkelä 25.4, Sirkesalo 23.4)

Haastattelemani ryhmä tuli Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmaan opiskelemaan vuonna 2000. Siis hetkeä ennen kuin iso IT-kupla räjähti ja ensimmäiset skenaariot viestintäammattilaisten ylitarjonnasta syntyivät. Usea haastateltava kertoikin, että tuolloin käsitys media-alasta oli hyvin trendikäs ja että työpaikka alalta näytti varmalta.

Moni haastattelemani henkilöistä oli ennen opintoja harrastanut esimerkiksi internetsivujen tekemistä, valokuvaamista tai muuta media-alaa koskevaa. Use-

alla oli takana myös muiden alojen opintoja, jotka olivat eri teitä johtaneet media-alalle. Eräs haastateltu perustelee alavalintaansa seuraavasti: ”Ennen Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmaan tuloa kävin lukion yhteydessä tietotekniikan perustutkinnon jonka pohjalta tein hommia sekä eräälle valokuvaamolle että IT-alan yritykselle. Näiden yhteydessä sain huomata, että ensiksi mainittu vaikutti mielekkäämmältä touhulta.”

4.2 Käsitteitä media-alasta ennen ja jälkeen valmistumisen

Kaikki haastatellut olivat ainakin jossakin määrin tyytyväisiä valitsemaansa koulutukseen. Vaikka kaikki eivät olleet päätyneet sinne, mihin kuvittelivat ennen tutkinnon saamista päätyvänsä, piti valtaosa koulutusta erinomaisena pohjana joko jatkokoulutautumisen tai työelämässä pärjäämisen kannalta.

Moni kuitenkin kertoi pitäneensä media-alaa hoidokkaampana ennen opintojen alkua kuin mitä opiskeluaika ja työelämä osoittivat. Usea haastateltava sanoi ajan jolloin he kouluun hakivat olleen niin sanottua internethuuman aikaa ja käsitys tulevaisuudesta media-alalla oli ruusuinen. Toisaalta haastatteluissa ilmeni myös näkemys, että alan pahin laskuvaihe kuplan räjähtämisen jälkeen olisi jo ohi, ja uusia työpaikkoja ja -mahdollisuuksia taas rakenteilla. ”Nyt on alkanut taas tulemaan töitä ihan mukavasti, näyttää ihan positiiviselta. Vähän aikaa kyllä oli surkea tilanne”, kertoi eräs haastattelemani henkilö näkemyksiään.

4.2.1 Syitä kouluvalintaan

Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmalla oli ainakin haastateltujen kouluunhakuajana eriomainen maine. Jokainen haastattelemani henkilö kertoi pääsyyksi Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman hyvän statuksen kouluvalintaansa. Lisäksi koulun sijainti oli keskeinen syy siihen, miksi haastatellut hakivat TTVO:lle. ”Tampereelta kun on kotoisin, valinta oli suhteellisen helppo. Lisäksi oppilaitos oli imagoltaan sopiva – digimediapainotteinen ja arvostettu talo”, jäsenteli eräs haastateltu valintaansa.

Moni myös tunsu ennestään henkilöitä, jotka olivat jo opiskelleet tai opiskele massassa Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmassa. Voisi siis sanoa että koululla on toiminut erinomaisesti niin kutsuttu puskaradio.

4.2.2 Näkemyksiä koulutuksesta

Etenkin monet projektinhallinnan linjalta valmistuneet haastatellut kokivat hie-
man pettyneensä kurssien jäsentelemättömyyteen Tampereen ammattikorkea-
koulun viestinnän koulutusohjelmassa. Koska he olivat alan pioneereja, ei kou-
lutuspaketilla ollut vielä selkeää linjaa ja kurssivalikoima oli hyvin sekava. Moni
koki ongelmaksi myös sen, että koulun kasvamisen myötä koulu ”laitostui” vuo-
sien myötä. Sekä tuottajien että projektinhallinnan suuntautumisvaihtoehdoista
valmistuneiden medianomien joukossa nousi haastattelujen aikana pintaan nä-
kemys siitä, että tutkintonimike koki inflaation heidän opiskeluaikanaan. Usea
haastateltu oli sitä mieltä, että koulutusta tulisi vähentää.

4.2.3 Medianomi-tutkinnon epäselvyys

Kysyin haastatelluilta, miten he kokivat medianomin tutkintonimikkeenä toimi-
neen työnhaussa ja muissa yhteyksissä. Suurin osa heistä sanoi, että me-
dianomien koulutuksesta ei olla tietoisia ja että he ovat usein joutuneet selvittä-
mään paitsi omaa myös medianomikoulutuksen taustaa. Valtaosa haastatelluis-
ta olikin sitä mieltä, että tutkintoon tulisi vähintään liittää suuntautumisvaihtohto
jolta opiskelija on valmistunut. Haastatteluissa kävi myös ilmi, että me-
dianomeista on levinnyt monenlaisia käsityksiä.

Edellä mainittua näkemystä medianomitutkinnon epäselvyydestä tukee myös
se, että medianomeja valmistuu monista eri oppilaitoksista, joiden suuntautu-
misvaihtoehdot ja myös opetuksen taso vaihtelevat suuresti. ”Viestinnän koulu-
tusohjelmien suuntautumisvaihtoehdot ovat hyvin moninaiset elokuvaohjaajista
ja valokuvaajista graafisiin suunnittelijoihin.”(Karhunen, 11) Voi siis ajatella, että
työnhakua silmällä pitäen olisi hyödyllistä sekä työnhakijan että -antajan kannal-
ta, mikäli tutkintonimikettä tarkennettaisiin.

On toki muitakin tutkintonimikkeitä, diplomi-insinööreistä filosofian maistereihin,
jotka eivät itsessään kerro, mitä kyseisen tutkinnon omaava henkilö osaa tehdä.
Media-ala kuitenkin on jo itsessään niin uusi ja epäselvä alue, että sitä ei ole
helppo verrata aloihin, joiden juuret ovat jopa satojen vuosien takaiset jo kutsu-
manimiensa puolesta. ”Alalla on selkeästi havaittavissa epätietoisuutta siitä,
mitä medianomitutkinto pitää sisällään. Tampereen ammattikorkeakoulun vies-

tinnän koulutusohjelma ja medianomit liitetään usein taideaineiden opiskelijoihin” totesi eräs projektinhallinnan suuntautumisvaihtoehdosta valmistunut medianomi.

4.3 Haastateltujen työtilanne

Kaikki haastattelemiini henkilöt ovat työllistyneet. Jokainen myös katsoi oman työtehtävänsä joko olevan viestintäalalla, tai ainakin koskevan sitä jollakin tasolla. Moni heistä oli tehnyt alan töitä jo opiskeluaikana tai jopa ennen opintojen alkamista.

4.3.1 Freelancereita ja pätkätyöläisiä

Viestintäalalla on pidetty ongelmana myös muun muassa sitä, että vakituiset työt ovat kiven alla. Haastateltujen joukossa oli sekä vakituisen paikan saaneita, että pätkätöiden tekijöitä. On kuitenkin huomioitava, että media-ala jos mikä on freelancereiden kenttää. Moni työllistää itse itsensä perustamalla toiminimen ja tekemällä töitä muille yrityksille pienissä erissä. Pätkätyöt ovat kuitenkin monelle alan osaajalle ongelma: ”Olen ollut sekatyöntekijänä pääasiassa julkisella puolella. Sain juuri päätökseen puolentoista vuoden määräaikaisen työn, missä toimin projektityöntekijänä. Nyt olisi tarkoitus etsiä vakituista työtä” kertoi yksi haastateltu kokemuksiaan.

Eryteisesti media-alan työtehtävät ovat keikkaluonteisia. Monien tuotantoyhtiöiden henkilöstö koostuukin muutamasta vakituisesta tekijästä ja ”tarpeen vaatiessa” -henkilöistä, joita tilataan töihin tilanteen mukaan. Tämä on alalla sekä haittapuoli että rikkaus: Monet luovien alojen ammattilaiset haluavatkin elää päivä ja projekti kerrallaan -elämää, mutta toisaalta huoli huomisesta on vallitseva ajatus media-alan työntekijöiden parissa. Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman koulutuspäällikkö Leena Mäkelä toteaa Versio 7.0 -vuosikirjassa: ”Kulttuurialalle valmistuminen ei takaa turvallista kuukausipalkkaista työpaikkaa ja tasaisesti etenevää urakehitystä vaan usein työtehtävät ovat projektiluonteisia ja uran alkutaipaleella osaaminen pitää osoittaa uudelleen ja uudelleen seuraavan projektin saamiseksi.”

4.3.2 Yritykset

Haastattelemani medianomit ovat työllistyneet hyvin monipuolisiin tehtäviin ja toimialoiltaan poikkeaviin yrityksiin. Työnantajien joukossa oli luonnollisesti mainostoimistoja ja tuotantoyhtiöitä, mutta myös julkisella puolella toimivia yrityksiä, levy-yhtiö ja agentuuritoimisto.

4.3.3 Medianomiksi valmistuneiden työnimikkeitä

Haastateltujen työnimikkeet olivat monipuoliset kuten myös yritykset missä he työskentelevät. Tittleiden joukossa oli viestintäkouluttaja, projektipäällikkö, agentti, konseptisuunnittelija, markkinointi-/promootioassistentti sekä tuotanto-suunnittelija/kuvaussihteeri. Eräs haastattelemani henkilö kertoi tekevänsä töitä mainostoimistossa projektien johtotehtävissä sekä varsinaisia hand on -töitä pääasiassa niin sanotun richmedian parissa, varsinainen titteli oli siis hyvin moninainen projektipäälliköstä Art directoriin.

4.3.4 Medianomista yrittäjäksi

Medianomeista verrattain suuri osa perustaa oman yrityksen. Tämä saattaa johtua monesta eri seikasta. Ensinnäkin medianomikoulutus opastaa oma-aloitteisuuteen ja luovuuteen, ja toiseksi viestintäala on hyvin projektiluonteista. ”Yrittäjyys media-alalla on siinä mielessä luontevaa, että alalla on aina ollut paljon freelancer- ja projektityöntekijöitä, pieniä omia toiminimiä, jotka ovat myyneet osaamistaan moneen suuntaan. Toisaalta alalla oli pitkään suuria, keskeisiä työllistäjiä – suuret mediatalot. Nyt kun ala on kokenut monipuolistumista, yrittäjyys on monelle helpoin tapa työllistyä, vaikka riskitkin tiedetään.” (Sirkesalo 23.4).

Haastatteluni osoittivat myös yrittäjyyden elävän vahvasti medianomeissa: Haastatelluista 12 henkilöstä kolme oli perustanut oman yrityksen tai toimintimen. Yksi heistä ei tee varsinaisesti media-alan tehtäviä, mutta koki saamansa projektinhallinnan koulutuksen tukeneen häntä muun muassa yrityksensä markkinoinnissa ja muussa viestinnässä.

4.4 Viestintäalan ammattilaisten näkemyksiä ja ajatuksia medianomeista

Haastattelin Aamulehden ja YLE2:n henkilöstövastaavia koskien medianomeja. Kysyin muun muassa intuitiivista näkemystä sanasta medianomi. Esiin nousi ajatus ylikoulutuksesta ja erityyppisistä tiedotusvälineistä. Kysyin lisäksi, miten henkilöstövastaavat kokevat medianomit työntekijöinä, siis minkälaisiin työtehtäviin medianomit heidän käsityksensä mukaan soveltuvat.

Aamulehden henkilöstövastaava Aulikki Löfgren kertoi, että hänen mielestään medianomit soveltuvat hyvin monipuolisiin tehtäviin ja hyvin laajalle sektorille. Hänestä medianomi voi työllistyä hyvin esimerkiksi perinteiseen sanomalehtitaloon, mainos- ja pr-toimistoon sekä erityyppisiin markkinointitehtäviin eri yrityksissä. (Löfgren, maaliskuu 2007)

YLE2:n henkilöstövastaava Liisa Kähkönen kertoi, että YLE:llä journalistisiin tehtäviin vaaditaan pääsääntöisesti yliopistotasosta koulutusta, mutta medianomeja kouluttavat oppilaitokset ovat YLE:lle kuitenkin tärkeä rekrytointiväylä. YLE:lle on otettu ja tullaan todennäköisesti ottamaan tulevaisuudessakin työntekijöitä moniin erilaisiin tuotannon tehtäviin, kuten kuvaussihteeriksi tai mediatoimittajan tehtäviin media-alan oppilaitoksista. Kähkönen kertoi kuitenkin suunnan olevan se, että esimerkiksi eläkkeelle jääneen ohjelmateknisestä puolesta vastanneen henkilön tilalle ei oteta uutta työntekijää, vaan tehtäviä ja teki-
jöitä yhdistellään. (Kähkönen, huhtikuu 2007)

5 Esimerkkejä medianomi-tutkinnon saaneiden urakaarista

Valitsin haastatelluista kolme mielestäni mielenkiintoista ja koko joukkoa hyvin edustavaa henkilöä, joista kokosin esimerkkitapaukset. Kaksi heistä on valmistunut projektinhallinnan ja yksi tuotannon suuntautumisvaihtoehdosta. Tein heille aluksi puhelinhaastattelun samojen teemakysymysten mukaan kuin kaikille muillekin haastatelluille. Tämän lisäksi otin heihin yhteyttä sähköpostitse ja kysyin tarkemmin heidän kokemuksiaan viestintäalasta ja uralla kehittymisestä.

5.1 Case 1

Henkilö A on naispuolinen, noin 25-vuotias nainen joka työskentelee IT-alan yrityksessä sisäisen viestinnän tehtävissä. Hän valmistui projektinhallinnan suuntautumisvaihtoehdosta medianomiksi vuonna 2004.

Ennen opintoja hän oli ollut suhteiden kautta kesätöissä samassa yrityksessä missä nyt työskentelee ja kiinnostunutkin media-alasta tätä kautta. Erityisesti häntä kiinnosti internet-viestintä. Aikana, jolloin hän medianomiopinnot aloitti, Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelma oli ainoa vastaava projektinhallinnan koulutusta tarjoava oppilaitos.

Haastatellun käsitykset medianomikoulutuksesta muuttuivat jonkin verran opintojen myötä. Hän on edelleen hyvin tyytyväinen valintaansa koulutuksen suhteen, mutta sanoi että kurssit olisivat voineet olla jäsennellympiä. Hän kuitenkin katsoi, että koulussa oli selvästi vahvat perinteet ja media-alan osaamista löytyi.

Henkilö A kertoi projektinhallinnan osaamisesta olleen hyötyä työtehtävissä, vaikka ei projektipäälliköksi ainakaan vielä ole päätenytkään. Hän näkisi, että medianomeille riittää tulevaisuudessa töitä. ”Viestintäala tarvitsee henkilöitä, jotka hallitsevat sisällöntuottamisen lisäksi tekniikkapuolen. On myös tärkeää että ymmärtää eri kanavat, joissa viestintää tehdään. Ja näitä asioitahan TTVO:lla opetetaan” hän kertoo.

5.2 Case 2

Henkilö B on noin 30-vuotias mieshenkilö, joka valmistui medianomiksi tuotannon suuntautumisvaihtoehdosta. Hän kertoi hakeneensa Tampereen ammatti-

korkeakoulun viestinnän koulutusohjelman koulun hyvän maineen takia ja koska media-ala tuntui hänelle luonnolliselta valinnalta.

Henkilö B perusti oman yrityksen jo toisena opiskeluvuotenaan. Yritys on sähköiseen viestintään ja markkinointiin keskittynyt mediatuotantotalo. Haastateltu kertoi yrityksen perustamisvaiheessa haastavimmaksi vaiheeksi ensimmäisten projektien haalimisen. ”Aluksi tietenkin toimittiin kotoa käsin ja pikkuhiljaa kun kontakteja ja referenssejä kertyi, uskalsi heittää ilmoille ajatuksia omista toimitiloista joihin voisi kutsua asiakkaita – lukuisten kahvilatapaamisten sijaan” kertoo haastateltu kokemuksiaan yrittäjyyden alkuvaiheista.

Haastateltu kertoi olevansa hyvin tyytyväinen valitsemaansa koulutukseen, mutta monen muun haastatellun tavoin kertoi Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman ajavan suoraan työelämään ja teoriaopetuksen koulussa jääneen hyvin vähäiseksi. Hän mainitsi koulun vahvuuksiin kuuluvan sen, että koulu oli erittäin hyvä kontaktien luomispaikka. Haastateltu henkilö ei ole törmännyt varsinaiseen tietämättömyyteen medianomitutkinnon suhteen, mutta pitää itse sitä hyvin laajana ja epäselvänä.

Koska henkilö B perusti yrityksensä jo opiskeluaikanaan, ei starttirahoja ollut mahdollista saada. Näin ollen hän joutuikin rahoittamaan yrityksen perustamisen edellyttämät kustannukset opintotuistaan.

Koulusta haastateltu kertoi saaneensa pohjatiedot yrityksen perustamiseen. Esimerkiksi koulussa tehdyistä sopimuksista ja niiden täyttämisestä hän kertoo olleen hyötyä sittemminkin. Lisäksi hän otti liiketalouden puolelta kursseja kirjanpidosta ja verotuksesta. Ensimmäistä eli uusyrityskeskuksesta, jonka toimintaperiaatteisiin kuuluu opastaa maksutta uusia yrittäjiä alkuun, haastateltu kertoi saaneensa tietoa muun muassa rahoitusvaihtoehdoista ja yritysmuodoista.

Nyt yritys on ollut toiminnassa neljä vuotta. Henkilö B kertoo tällä hetkellä päivien täyttyvän pääasiassa palaverien sopimisten, tarjousten ja sopimusten teon, sekä muun yhteydenpidon parissa. ”Aamupalavereissa brieffaamme uudet caset ja ideoimme niitä tiimillä. Välillä kokoontumme porukalla kommentoimaan caseja ja antamaan tekijälle ideoita/kommentteja.”

5.3 Case 3

Henkilö C valmistui projektinhallinnan suuntautumisvaihtoehdosta, jota ennen hän suoritti ylioppilastutkinnon ohessa tietotekniikan perustutkinnon. Hän on alle 30-vuotias mieshenkilö. Ennen TTVO:lle tuloaan hän työskenteli sekä eräässä IT-alan yrityksessä että valokuvausliikkeessä. Haastateltu kertoi jälkimmäisen toimenkuvan sopineen hänelle paremmin, joten hän päätti hakeutua opiskelemaan luovaa alaa.

Koulun haastateltu kertoo valinneensa sijainnin ja koulun hyvän statuksen ansiosta. Hän sanoo olevansa hyvin tyytyväinen valitsemaansa koulutukseen, mutta odottaneensa vaativampaa koulutuspakettia. Haastateltu jäsentelee kokemukseensa ajasta TTVO:lla: ”Tärkeimmät opit tuli varmaankin koulun kahviosta ja projekteista. Kahvio opetti ymmärtämään alaa laajemmin ja viestimään ammatitilangilla, projektit toivat sitä kantapään kautta oppimista ja takaraivoon asioiden iskostamista – esim. aikataulutukset oppii tosi paljon paremmin kun kämmällä kertaalleen. Toki kurssitkin omalta osaltaan ovat vahventaneet alan yleisivistystä, ja kyl mä näkisin että myös kaikki koulun festivaalijutut ja muu nivoutuminen alan pöhinään on todella tärkeää.”

Tällä hetkellä henkilö C toimii projektipäällikkönä julkisella sektorilla. Hänen toimenkuvaansa kuuluu suunnitella ja toteuttaa eri sidosryhmien tuella projekteja, joilla tuetaan tietyn alueen kansainvälistä kilpailukykyä sekä alueen koulutus-, tiede- ja tutkimusresurssien hyödyntämistä elinkeinotoiminnassa. Ennen tätä haastateltu teki erinäisiä viestintäalan töitä freelancerina.

Myös henkilö C on törmännyt tietämättömyyteen medianomitutkintoa kohtaan. Hänen mielestään olisi hyvä, mikäli tutkintonimen tarkennus nostettaisiin esille. Haastateltu kertoi kuitenkin uskovansa, että medianomeille riittää tulevaisuudessa töitä, koska yritykset tulevat tarvitsemaan entistä enemmän medianomien kaltaisia moniosaajia.

6 Yhteenveto

Viestintäalalla vallitsee jonkin verran ristiriitoja, erityisesti siinä mitä tulee työllisyyskysymyksiin. On olemassa selviä viitteitä siitä, että alalle koulutetaan liikaa ihmisiä. Kuitenkin esimerkiksi TAMK:lle tehdyt työllistymistutkimukset ja opinäytetyöhöni tekemäni haastattelut osoittavat viestinnän puolen opiskelijoiden työllistyneen hyvin ja alalle jolle heidät on koulutettu.

Tällä hetkellä monia työllistymistutkimuksia media-alalla vääristää jonkin verran mielestäni muun muassa se, että monet niin kutsuttua kulttuurialaa käsittelevät tutkimukset on keskittynyt av-viestintään, graafiseen viestintään ja kuvataiteeseen. Näin on esimerkiksi Paula Karhusen vuonna 2004 tekemässä Kuvan ja median koulutuksesta työelämään -kyselytutkimuksessa. Siis osa, esimerkiksi projektinhallinnan ja tuotannon suuntauksen opiskelijat ovat jääneet tutkimuksen ulkopuolelle. Lisäksi ongelmana on, että samoissa tutkimuksissa sekoitetaan monesti toisen asteen ja ammattikorkeakouluasteen opiskelijat. Mielestäni olisi hyödyllisempää tehdä tutkimukset tasoittain, jotta tuloksista saataisiin luotettavimpia. (Karhunen 2004, 10)

Useat haastattelemistani henkilöistä kertoivat myös itse kokevansa, että tulevaisuudessa medianomeille ei riitä töitä, vaikka he itse ovat työllistyneet alalle. Herääkin kysymys siitä, kuinka paljon mediassa pyöritetyt pelot viestinnän ammattilaisten ylitarjonnasta vaikuttavat ihmisten näkemyksiin? Tähän viittaisi myös se, että haastatteleman viestintäalan ”vanhemmat” ammattilaiset kertoivat medianomien soveltuvan hyvin monipuolisiin tehtäviin ja kertoivat myös, että heidän yritykseensä on mahdollista työllistyä medianomina. Kuitenkin he kokivat, että medianomeja koulutetaan liikaa.

Alan ammattilaisten ajatukset medianomeista ja heidän kyvyistään kohtasivat osittain hyvin sen kanssa, mitä haastatteleman medianomit itse kertoivat tekevänsä työssään. Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmasta valmistuneet projektinhallinnan ja tuotannon suuntautumisvaihtoehdoista valmistuneet medianomit ovat työllistyneet hyvin laaja-alaisesti. Heidän työpaikkojensa ja yritystensä kirjo on monipuolinen ja osoittaa, että viestintäala on kiinteästi yhteydessä moniin muihin aloihin.

7 Lähteet

Bryman Alan ja Burgess Robert. 2002. Analyzing Qualitative Data. Taylor & Francis Group.

Hirsijärvi Sirkka ja Hurme Helena. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki University Press.

Karhunen Paula. Kuvan ja median koulutuksesta työelämään. 2004. Kyselytutkimus ammattillisen tutkinnon suorittaneista. F.G. Lönnberg. Helsinki

Kunelius Risto. 1997. Viestinnän vallassa. 1.-3. painos. Helsinki: WSOY

Metsämuuronen Jari. 2000. Laadullisen tutkimuksen perusteet. helsinki: Met-help

Nieminen Hannu ja Sihvonen Pertti. 2001. Mediatutkimus Näkökulmia ja kartoituksia. Gummerrus Kirjapaino Oy. Saarijärvi

Näränen Pertti. 2006. Digitaalinen televisio. Analyysejä alkuperästä, viestitöpoliittisista haasteista ja tv- järjestelmän muuttumisesta. Tampere University-Press, Acta Universitatis Tamperensis; 1132.

Pitkänen Eveliina. 2006. Kuinka mediatuottajasta tehdään tuottaja mediaan? Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö.

Raittila Pentti, Olin Nina, Stenvall-Virtanen Sari. 2006. Viestintäalan ammattikuvat ja koulutustarpeet –hankkeen loppuraportti: Monta tietä unelma-ammattiin ja suuriin pettymyksiin. Tampere: Tampereen Yliopisto. Tampereen Yliopistopaino Oy, Juvenes print

Stenvall-Virtanen Sari. 2004. Tampereen ammattikorkeakoulun TTVO:n koulutuksesta valmistuneet työmarkkinoilla. Turun kauppakorkeakoulu.

Uitto Sivi. 2005. Johdatus tuotantopäällikön tehtäviin mainoselokuvassa. Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelman tutkintotyö

Versio 7.0 vuosikirja. 2006. Tampereen ammattikorkeakoulu, Taide ja viestintä. Tammer-Paino Oy. Tampere

Woods Peter 1999. Successful writing for qualitative reseachers. Rouledge.
Lontoo

Aamulehti 9.helmikuuta 2006. Ekholm Virpi. Uutisjuttu: ”Taiteen ja viestinnän
taitajat valmiina töihin”

Internetsivuja:

<http://www2.uiah.fi/projects/metodi/064.htm#teemahaas> Luettu 15.4.2007

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Media> Luettu 1.2.2007

<http://www.cult.tpu.fi/ttvo/viestinta/index.php> Luettu 8.2.2007

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Medianomi> Luettu 8.2.2007

http://www.hel.fi/wps/portal/Helsinki/Artikkeli?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/fi/Helsinki/Uutiset/Helsingin+asukasluku+kasvussa Luettu 3.4.2007

<http://www.tampere.fi/aluepelastuslaitos/toimialueet/tampereenseutukunta/index.html> Luettu 3.4.2007

<http://www.webinfo.fi> Luettu 3.4.2007

Opiskelijoiden haastattelut

Niemi Taija, helmikuu 2007

Kelokari Marika, helmikuu 2007

Järvinen Mikko, helmikuu 2007

Keinänen Sami, helmikuu 2007

Tienvieri Sami, helmikuu 2007

Ketola Tuomas, helmikuu 2007

Oikkonen Tiina, helmikuu 2007

Siirtola Juha, helmikuu 2007

Harju Jaana, helmikuu 2007

Laurila Lauri, maaliskuu 2007

Mäkelä Sari, maaliskuu 2007

Uitto Sivi, maaliskuu 2007

Muut haastattelut

Löfgren Aulikki, Aamulehti, maaliskuu 2007

Kähkönen Liisa, YLE2, huhtikuu 2007

Sähköpostihaastattelut

Lehtori Sirkesalo Sohvi, Tampereen ammattikorkeakoulu, huhtikuu 2007

Koulutuspäällikkö Mäkelä Leena, Tampereen ammattikorkeakoulu, huhtikuu 2007

8 Liite 1

Teemakysymyksiä TTVO:lta valmistuneille medianomeille

1. Miksi hait opiskelemaan media-alalle?
 - Miksi juuri TTVOlle?
2. Muuttuiko käsityksesi medianomikoulutuksesta opiskeluaikana tai sen jälkeen?
3. Oletko edelleen tyytyväinen valitsemaasi koulutukseen?
4. Päädyitkö koulutustasi vastaaviin työtehtäviin?
 - Mihin?
 - Pätkätöitä vai vakinaisempia?
 - Uranäkymät eteenpäin?
5. Oletko törmännyt tietämättömyyteen mitä tulee medianomi-tutkintoon esim. töitä hakiessasi?
6. Koetko että tulevaisuudessa riittää töitä medianomeille?
7. Muuta kommenttia asiaan liittyen?

9 Liite 2

Kysymyksiä YLE2n ja Aamulehden viestintäammattilaisille

1. Mitä teille tulee ensimmäisenä mieleen sanasta medianomi?
2. Onko teillä tietääksenne töissä medianomeja?
 - Minkä tyyppisissä tehtävissä?
3. Entä onko teidän mahdollista ottaa tulevaisuudessa töihin medianomeja?
4. Muuta sanottavaa asiaa koskien?

10 Liite 3

Kysymyksiä mediatuottamisen lehtori Sohvi Sirkesalo-Tuomiselle

1. Jotain medianomikoulutuksen historiasta (TTVO:lla)?
 - Miten muuttunut vuosien mittaan ja miksi? Erityisesti projektinhallinnan ja tuottajien kohdalla.

2. Onko hakeneiden määrät viestinnän puolella vaihdelleet vuosittain?
 - Osaatko sanoa syitä tähän?

3. Soveltuuko medianomikoulutuksen saaneet hyvin yrittäjiksi verrattuna muilta aloilta valmistuneisiin?
 - Jos niin miksi?

4. Muuta?