



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Henkilöstön käsityksiä yrityksen sisäisestä viestinnästä ja sen vaikutuksesta työhyvinvointiin - Case JST Solum Oy

Mutanen, Tomi

2018 Laurea



LAUREA

AMMATTIKORKEAKOULU

Laurea-ammattikorkeakoulu

Yhdessä enemmän

Työntekijöiden käsityksiä sisäisestä viestinnästä ja sen vaikutuksesta työhyvinvointiin - Case: JST Solum Oy

Tomi Mutanen
Hoitotyön koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Maaliskuu, 2018

Tomi Mutanen

Henkilöstön käsityksiä yrityksen sisäisestä viestinnästä ja sen vaikutuksesta työhyvinvointiin - Case JST Solum

Vuosi 2018 Sivumäärä 40

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää henkilöstön näkökulmasta JST Solum Oy:n sisäistä viestintää ja sitä, kuinka sisäinen viestintä nykyisellään vaikuttaa henkilöstön työhyvinvointiin. Opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään mitä viestintäkanavia pitkin henkilöstö koki saavansa tietoa työhönsä liittyvistä asioista ja yrityksen toiminnasta, sitä, millaisena henkilöstö koki sisäisen viestinnän tilan ja kuinka sisäinen viestintä vaikuttaa henkilöstön työssä viihtymiseen.

JST Solum Oy on jyvaskyläläinen aikuispsykiatrian palveluita tuottava yritys. Työntekijöitä on 40 henkilöä neljässä eri asumisyksikössä. Opinnäytetyön tekijä on tehnyt yrityksessä opintoihinsa kuuluvan harjoittelun ja harjoittelun aikana JST Solum Oy pyysi tekemään heille opinnäytetyön.

Opinnäytetyö keskittyy teorian osalta sisäiseen viestintään, jonka lisäksi käsitellään sisäisen viestinnän vaikutusta työhyvinvointiin. Opinnäytetyössä keskitytään sisäisen viestinnän osalta erityisesti tiedonkulkuun ja työhyvinvointia tarkastellaan työtyytyväisyyden kannalta. Opinnäytetyö toteutettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Työhön koottiin teoreettinen viitekehys keskittyen sisäiseen viestintään, johtamisviestintään, työhyvinvointiin ja työtyytyväisyyteen. Viitekehysten pohjalta laadittiin tutkimuskysely kyselynetti.com -palvelun avulla. Kysely toteutettiin tammikuussa 2018. Kohdejoukkona oli JST Solum Oy:n henkilöstö, käsittäen 40 työntekijää. Vastauksia tuli 14, joten vastausprosentiksi jäi 35 %. Kyselyn vastauksissa esiin nousseet asiat olivat peilattavissa teoreettiseen viitekehykseen ja koottu teoria tuki vastausten tulkintaa.

JST Solum Oy:n henkilöstö oli pääosin tyytyväinen sisäisen viestinnän tilaan. Tärkeimmäksi tiedonsaantikanavaksi vastauksissa nousi sähköposti, seuraavina esimies ja työkaiverit. Henkilöstö piti sähköpostia myös toivotuimpana kanavana saada tietoa. Esimiehen roolia pidettiin tärkeänä. Suurimpina ongelmakohtina nousivat esiin viestintäkanavien määrä ja tiedon pirstaleisuus ja kohdentamattomuus. Yksittäisenä selkeänä toiveena oli tiedon löytyminen keskitetysti muualta, kuin sähköpostista, jossa tieto helposti hukkuu uusien viestien alle. Henkilöstö koki sisäisen viestinnän tilan pääosin omaa työtä helpottavana ja työssä viihtyvyyteen positiivisesti vaikuttavana. Työhyvinvointia laskevia tekijöitä olivat tiedon puutteellisuus sekä sekaannukset ja asioiden selvittely.

Jatkotutkimusaiheina saman kyselyn voisi tehdä yrityksen johdolle ja esimiesasemassa toimiville, eroavien näkemysten selvittämiseksi. Yritykselle voisi luoda myös oman sisäisen viestinnän mallin selkeyttämään sisäisen viestinnän toimintaa.

Tomi Mutanen

The Situation of Organizational Communications and Influence on the Job Satisfaction from the Personnel's Perspective - Case JST Solum Oy

Year	2018	Pages	40
------	------	-------	----

The purpose of the thesis was to clarify, how the personnel of JST Solum Oy experience organizational communications of company. The purpose was, also to clarify, what kind of influence do organizational communications have on the job satisfying of personnel. The thesis tried to figure out, which are the main communication ways for the personnel to search for information related to their work. The thesis tried also to find out how the personnel experiences the situation of organizational communication and how do organizational communications affect the job satisfaction.

JST Solum Oy is a company from Jyväskylä, which offers adult psychiatric services. JST Solum Oy has 40 employees in four housing units. The author of the thesis has completed a practical training in the company during the studies. During practical training JST Solum asked the author to make a thesis for the company.

The theoretical framework deals with organizational communication and how organizational communications affect job satisfaction. The part that deals with organizational communication focuses on the flow of information. Well-being at work is written from the point of view of job satisfaction. The research method of the thesis is qualitative. A survey was compiled based on the theoretical framework. The survey was implemented on a website called "kyselynetti.com". The link to the survey was sent to the personnel by e-mail in January, 2018. The personnel had two weeks to reply the survey. 14 of 40 employees replied the survey, making the response rate was 35 percent. The results of the survey were similar to researches used in the theoretical framework of this thesis.

The personnel of JST Solum Oy were mostly satisfied with the organizational communications. The results state that the most important ways for the personnel to get information were e-mail, supervisor and co-workers. The e-mail and supervisor were also the most wanted ways to get information. The role of the supervisor was considered important. The biggest problems with organizational communications were the big amount of communication ways, confusion and the necessity of information. It was hoped that there would be only one place to find all necessary information. That place should not be e-mail. By personnel, the organizational communications have mostly a positive impact on job satisfaction. Lack of knowledge, confusions and clarifying information decreased job satisfaction.

As a future research topic, the same survey could be done for the management and supervisors of JST Solum Oy to find out the differences in opinions. In the future an own organizational communication model could be created for JST Solum Oy to clarify the way organizational communication works.

Keywords: Organizational communication, leadership communication, well-being at work, job satisfaction

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Sisäinen viestintä	7
2.1	Sisäisen viestinnän määrittelyä	7
2.2	Viestintäosaaminen johtamisessa	7
2.3	Viestinnän kanavat	8
2.4	Käytettävän viestintäkanavan valinta	11
2.5	Viestin sisältö	13
3	Sisäisen viestinnän vaikutus työhyvinvointiin	13
4	Opinnäytetyön tarkoitus ja tutkimuskysymykset	15
5	Opinnäytetyön empiirinen toteutus	15
5.1	Opinnäytetyön tutkimusmenetelmät	15
5.2	JST Solum Oy	16
5.3	Kyselylomakkeen laatiminen ja aineistonkeruu	16
5.4	Aineiston analysointi	17
6	Tulokset	18
6.1	Opinnäytetyön taustatiedot	18
6.2	Sisäisessä viestinnässä käytettävät kanavat	18
6.3	Henkilöstön kokemus sisäisestä viestinnästä ja sen vaikutuksesta omaan työhön 19	
6.4	Sisäisen viestinnän vaikutukset henkilöstön työhyvinvointiin	21
6.5	Henkilöstön ehdotukset sisäisen viestinnän kehittämiseksi	23
7	Pohdinta	24
7.1	Tulosten tarkastelu	24
7.2	Opinnäytetyön luotettavuus	25
7.3	Opinnäytetyön eettisyys	27
7.4	Jatkotutkimusaiheita	28
	Lähteet	29
	Kuviot	31
	Taulukot	32
	Liitteet	33

1 Johdanto

Työpaikkojen suurena haasteena on saada tieto kulkemaan työyhteisön jokaiselle jäsenelle samanlaisena. Ihmisjoukossa jokainen vastaanottaa viestin kuitenkin omien lähtökohtiensa pohjalta, jolloin samoilla sanoilla kerrottu asia voi saada eri ihmisille erilaisia merkityksiä. Viestintäosaamisen vaatimukset korostuvat erityisesti esimies- ja johtotehtävissä työskentelevien työnkuvissa. Henkilöstön kokemus yrityksen sisäisestä viestinnästä on vahvasti riippuvainen siitä, kuinka yrityksen johto ja esimiehet toteuttavat viestintää. Viime vuosikymmeninä viestinnän vaatimukset ovat muuttuneet koko ajan vuorovaikutteisempaan suuntaan. Vuorovaikutus ja dialogi ovat erityisesti viime vuosina korostuneet sisäisestä viestinnästä puhuttaessa ja viestinnästä saadun palautteen hyödyntäminen korostuu jatkuvasti. (Åberg 2006, 20, 93; Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106-107; Juholin 2010, 6.)

Henkilöstön työhyvinvointi ja työtyytyväisyys on osa yleistä hyvinvointia. Työhyvinvoinnin voidaan kuvata hyvinvointi-käsitteen kautta olevan hyvinvointia rajattuna työhön. Subjektiiivinen kokemus työhyvinvoinnista korreloi esimerkiksi sairauspoissaolojen kanssa ja vaikuttaa sitä kautta suoraan myös yrityksen toimintakykyyn ja taloudelliseen tulokseen. Erilaisissa selvityksissä on havaittu tiedottamisen ongelmien ja tyytymättömyyden johdon ja esimiesten toimintaan olevan yhteydessä huonoon työtyytyväisyyteen ja sairauspoissaoloihin. (Utriainen & Kyngäs 2008, 37; Böckermann ja Ilmakunnas 2008, 523; Pakkin ym. 2010, 36; Laine ym. 2011, 65-66.)

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää yrityksen sisäistä viestintää JST Solum Oy:n henkilöstön näkökulmasta ja selvittää sisäisen viestinnän vaikutuksia työhyvinvointiin. Opinnäytetyö keskittyy teorian osalta sisäiseen viestintään, jonka lisäksi käsitellään sisäisen viestinnän vaikutusta työhyvinvointiin. Opinnäytetyön tutkimuskyselyssä selvitettiin JST Solum Oy:n henkilöstön käsitystä yrityksen sisäisen viestinnän tilasta ja sitä, kuinka se vaikuttaa henkilöstön työhyvinvointiin.

JST Solum Oy on yksityinen Keski-Suomessa toimiva aikuispsykiatrian palveluita tuottava yritys. Palveluita tuotetaan keskisuomalaisille kaupungeille ja kunnille. Palvelut koostuvat tällä hetkellä neljässä palvelukodissa tarjottavasta mielenterveyskuntoutujien asu-
mispalveluista ja kotikuntoutuksesta. Muita toimintamuotoja ovat kokemusasiantuntijapalvelu, omaistoiminta sekä hoiva- ja tukipalvelut. JST Solumilla oli opinnäytetyötä tehdessä 40 työntekijää.

2 Sisäinen viestintä

2.1 Sisäisen viestinnän määrittelyä

Sisäisellä viestinnällä käsitetään yleensä työyhteisön tai organisaation sisällä tapahtuvaa viestintää. Sisäisen viestinnän tehtävinä pidetään tiedonkulun varmistamista siten, että yrityksen henkilöstöllä on tehtäviensä suorittamiseen tarvittavat tiedot, yrityksen eri toimijoiden välistä vuorovaikutusta sekä henkilöstön sitouttamista. Henkilöstön kokemus yrityksen sisäisestä tiedonsaannista on vahvasti riippuvainen yritysjohdon ja esimiesten toteuttamasta viestinnästä. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106-107.)

Suomenkielisessä kirjallisuudessa johtamisviestinnästä ja viestinnän johtamisesta puhuminen pohjautuu useimmiten professori Leif Åbergin oppikirjatuotantoon, joista erityisesti teokset *Viestinnän johtaminen* (2000) ja *Johtamisviestintää!* (2006) ovat iästään huolimatta edelleen relevantteja ja suomenkielisen johtamisen viestinnän perusteoksia. (Puro 2009, 63.)

2.2 Viestintäosaaminen johtamisessa

Leif Åberg on kirjassaan *Viestinnän johtaminen* (2000, 174) määritellyt, että esimiehen ja alaisen välinen viestintä on yrityksen kaiken sisäisen viestinnän perusverkko. Åberg jatkaa myöhemmin ajatusta toteamalla viestinnän osaamisen tärkeydestä, että ilman viestintää ei voi johtaa. Asioiden viestinnän yhtenä suurena haasteena on saada tieto kulkemaan organisaation jokaiselle jäsenelle samanlaisena. Haasteita aiheuttaa se, että suuressa tai pienemmässäkin ihmisjoukossa jokainen vastaanottaa viestin omien lähtökohtiensa pohjalta, jolloin samoilla sanoilla kerrottu asia voi saada eri ihmisille erilaisia merkityksiä. Viestintäosaamisen vaatimukset ovat myös muuttuneet ajan mukana. Käsitteet esimies ja alainen ovat peräisin ajalta, jolloin organisaatiot nähtiin vahvasti hierarkkisina ja esimies usein todella osasi asiat alaistaan paremmin. Åbergin (2006, 20) mukaan viestin vastaanottajan aikaisemmat mielikuvat ovat aina mukana viestin ymmärtämisessä. Tulkinnat arvottavat sisältöjä aina, joko tietoisesti tai tiedostamatta. Siksi tarkka viesti aktivoi paremmin haluttuja mielikuvia. Tämäkin edellyttää, että vastaanottajalla on jo ennestään jonkinlaisia mielikuvia, joihin asia kytkeä. (Åberg 2006, 20, 93.)

Viestintää on sen tieteenalan suhteellisen lyhyen historian aikana pyritty selittämään ja teoretisoimaan monin tavoin. Aiheen hankaluutta Juholin (2013, 45) kuvaa esimerkiksi Klaus Mertonista, joka etsi määritelmää sanalle viestintä vuonna 1977. Niitä löytyi 160 erilaista. Viestinnän tutkimuksessa on kuitenkin löydetty erilaisia koulukuntia. Pitkään

suurimmat koulukunnat olivat mm. Åbergin (2000, 27-35) mainitsevat prosessi- ja merkityskoulukunta. Näiden rinnalle on tällä vuosituhanella noussut myös mm. Juholinin (2013, 45) kuvaama yhteisöllisyyskoulukunta, joka korostaa yhdessä olemisen ja tekemisen merkitystä.

Prosessikoulukunta näkee viestinnän nimensä mukaan prosessina. Siinä on lähettäjä, joka pyrkii viestimään jotain vastaanottajalle, joka voi olla yksittäinen ihminen tai ihmisjoukko. Prosessikoulukunta on varsinkin viestinnän tutkimuksen alkuaikoina nähnyt viestinnän lineaarisena prosessina, jossa tavoitteena on, että vastaanottajalle syntyvä ymmärrys asiasta on täsmälleen sama, kuin lähettäjän tarkoittama. Åberg (2000) kuvaa prosessinäkemyksiä ruusuiseksi, koska sen mukaan tehokas viestiminen johtaa aina lopulta siihen, että viesti menee perille ja vastaanottajat toimivat kuten oletamme. Juholin (mm. 2009) käyttää useissa teoksissaan viranomaisviestintää esimerkkinä prosessiviestinnästä. Kun poliittisia päätöksiä on tehty, aletaan informoida kansalaisia, kuinka heidän tulisi toimia tai mitä heidän pitäisi tehdä. Viestintä on silloin usein hyvin prosessaista saman asian toistamista montaa kanavaa käyttäen. (Åberg 2000, 33-54; Juholin 2009, 37.)

Kun viestintä määritetään prosessin kautta, on saatu viestintään luontevasti määritelmä häiriölle. Häiriöksi koetaan lähettäjän näkökulmasta kaikki se, mikä estää tai haittaa viestin ymmärtämistä juuri siten, kuin lähettäjä on sen tarkoittanut. Tämä määritelmä häiriölle on tosin yhtä prosessimainen, kuin viestinnän näkeminen mekaanisena prosessina. Vanhimmat määritelmät eivät ole ottaneet huomioon sitä, että se, mikä lähettäjälle on häiriö, saattaa vastaanottajalle olla tärkeä viestin asettamiseen oikeaan kontekstiin. (Åberg 2000, 28.)

2.3 Viestinnän kanavat

Viestintä on muuttunut paljon viimeisen parin vuosikymmenen aikana nimenomaan vuorovaikutteisempaan suuntaan. Teollisuusyhteiskunnassa organisaatiot olivat koneita ja ihmiset koneen palasia. Tämä heijastui myös viestintäkulttuuriin. Viestintää ei nähty vuorovaikutteisena vaan viestin vastaanottaja oli vain kohde, jolle viesti piti välittää siten, että vastaanottaja toimii odotetulla tavalla. Tietoteknisten välineiden merkitys viestinnässä on kasvanut räjähdysmäisesti. 2010-luvun viestinnässä taas ovat keskiöön nousseet dialogi ja vuorovaikutteisuus. Dialogin ja vuorovaikutteisuuden toteuttaminen taas ei käy samoilla viestinnän keinoilla, kuin hierarkkisessa organisaatiossa harrastettu tiedottaminen.

Viestin ymmärtämiseen vaikuttaa vahvasti käytetty viestintäkanava. Richard Daft ja Robert Lengel tutkivat 80-luvulla johtamisen tehokkuuden ja viestimien käytön suhdetta. Heidän tekemänsä jako rikkaisiin ja köyhempiin viestintäkanaviin on edelleen paljon käytetty ja sen kautta on helppo ymmärtää viestinnän onnistumista tai ainakin onnistumisen edellytyksiä. Jako tehtiin neljän tekijän perusteella. Näitä olivat palautteen saamisen nopeus, rinnakkaisten vihjeiden käyttämisen mahdollisuus, luonnollisen kielen käyttö ja viestimen henkilökohtaisuus. (Puro 2009, 63-64, Daft & Lengelin 1984, 191-233, mukaan.)

Puro (2009, 64) avaa Daftin ja Lengelin jakoa rikkaisiin ja köyhiin kanaviin seuraavasti:

- Rikkaimmat kanavat: tapaamiset kasvokkain, keskustelutilanteet
- Rikkaat kanavat: puhelin, videoneuvottelut, vuorovaikutteiset www-sivustot
- Köyhät kanavat: sähköposti, yksisuuntaiset www-sivustot
- Köyhimmät kanavat: tiedotteet, yksittäiset tietojärjestelmädokumentit

Daftin ja Lengelin jaossa ajatellaan, että köyhemmän välineen kautta välitetty viesti ymmärretään epämääräisemmin. Viestin lähettäjä voi kanavan valintaa tehdessään vähentää epäselvyyksiä ja kasvattaa viestin tarkkuutta. Rutiininomaisen viestin taas voi hyvin välittää köyhimpienkin kanavien kautta. Puron mukaan yksipuolisia välineitä on mielekästä käyttää, jos viestin ei ole tarkoitus vaikuttaa vastaanottajien toimintaan. Välineiden tarjoamat mahdollisuudet viestimiseen laajentuvat ja monipuolistuvat jatkuvasti. Tämä tarjoaa mahdollisuuksia, mutta myös haasteita oikean välineen valintaan erilaisiin tilanteisiin. (Puro 2004, 47-48.)

2010-luvun viestinnässä keskeisiksi käsitteiksi ovat nousseet dialogi ja vuorovaikutteisuus. Daftin ja Lengelin jakoon köyhiin ja rikkaisiin kanaviin peilaten kehityskulku on oikeansuuntainen. Dialogi ja vuorovaikutteisuus vaativat onnistuakseen rikkaita viestintäkanavia. Tämä taas edistää viestin oikeanlaista ymmärtämistä. Rikkaita kanavia käyttäen alkuperäinen viesti voi myös muuttua matkalla, mutta lopulta on kuitenkin todennäköisempää, että kaikki osapuolet ovat asiasta samassa käsityksessä. Viestinnän myllerrys voidaankin nähdä siis pitkän aikavälin kehityksen tuloksena. (Juholin 2010, 6-38.)

Daftin ja Lengelin malli on hyvin yksinkertaistettu ja onkin osattava ajatella viestintää laajemmin, kuin lokeroimalla viestintä näihin lokeroihin tai valjastamalla viestintään vain rikkaimpia kanavia. Kasvokkain tapaaminen ei ole joka tilanteen vaihtoehto vaan sen ylenmääräinen käyttö voi aiheuttaa vastapuolen silmissä inflaatiota. Odotukset kasvokkain tapaamiselle laskevat ja lopulta tapaamisiin ei välttämättä enää tulla, koska

niissä käsiteltäviä asioita ei ennalta koeta enää tärkeinä. Kasvokkain viestiessä on kirjalliseen viestintään verrattuna myös vaikeampaa kontrolloida viestin kokonaisuutta. Keskustelutilanteessa sanat saattavat tulla suusta ennen kuin lause on kunnolla muotoutunut. Usein tulee myös sanottua sanoja tai asioita, jotka olisi ehkä pienellä harkinnalla jättänyt sanomatta. Myös yksityiskohdat, kuten esimerkiksi numeroin ilmaistavat asiat on usein parempi viestiä kirjallisesti. Ei-reaaliaikaisessa viestinnässä viestin lähettäjällä on paremmin aikaa muotoilla sanoma juuri vastaanottajalle tai vastaanottajajoukolle sopivaksi oikeilla sanavalinnoilla. Tämä sallii vastaanotettujen ja lähetettävien viestien paremman kontrolloinnin. Myös esimerkiksi tilastojen tai muiden numeroiden esittämiseen on mielekkäämpiä tapoja kirjallisesti. (Puro 2004, 48-50; Åberg 2006, 113-114.)

Kaikessa viestinnässä myös palautteella on oma roolinsa. Palautteen käsite on kuitenkin vaikea määritellä. Palaute viestinnästä on vain harvoin esimerkiksi reklamaation kaltainen kirjoitettu vastine tai sanoiksi puettua palautetta, kuten: ”Olipa hienosti muotoiltu tiedote.” Åbergin (2006) mukaan yleinen määritelmänä palautteelle viestinnän tutkimuksessa ovat kaikki ne tavat, joilla saadaan tietoa siitä, että vastaanottaja on reagoinut sanomaan. Näitä voivat olla eleet, ilmeet, nyökkäys tai erilaiset kirjalliset ja sanalliset reaktiot. Daftin ja Lengelin (1984) jaossa palautteen saamisen nopeus oli yksi kriteereistä. Kasvokkain viestinnässä tai puhelinkeskusteluissa palaute on havaittavissa välittömästi. Sähköpostin kautta, intranetissä tai kirjallisella tiedotteella viestityissä asioissa palaute saadaan viiveellä, jos koskaan. Toisaalta myös se, että viestiin ei reagoita mitenkään, voidaan käsittää palautteena. (Åberg 2006, 114; Puro 2009, 63.)

Viestinnästä ei voida enää nykyaikana puhua ilman sähköisissä välineissä, erityisesti internetissä tapahtuvaa viestintää. Ihmisten internetin parissa viettämä aika on kasvanut räjähdysmäisesti. Internetin käyttö on myös helpottunut erilaisten markkinoille tulleiden laitteiden kautta. Älypuhelin, tablettien, älykellojen ja esineiden internetin, joka tunnetaan ehkä paremmin englanninkielisellä nimellä Internet of Things, yleistyminen on tuonut internetin käytännössä kaikkialle missä kuljemme. Tilastokeskuksen vuonna 2016 tehdyn tutkimuksen mukaan 72 prosenttia suomalaisista käyttää internetiä useita kertoja päivässä, alle 45-vuotiaissa vastaava osuus on 94-97 prosenttia. Verkko- viestinnästä on puhuttu paljon, mutta verkon käyttö on vallannut viestinnästä niin suuren osan, että käsitettä verkkoviestintä ei ole enää mielekästä erottaa viestinnästä erilliseksi käsitteeksi. (Suomen virallinen tilasto 2016; Aula, Matikainen & Villi 2008, 9-10.)

Daftin ja Lengelin (1984) viestintäkanavien luokitus on luotu tähän päivään verrattuna hyvin erilaiseen viestinnän aikakauteen. Puro (2009) on avannut hieman nykyaikaisten viestintäkanavien sijaintia Daftin ja Lengelin jaossa. Sosiaalisen median yleistyminen

viestinnässä aiheuttaa haasteita viestintäkanavien sijoitteluun köyhien ja rikkaiden kanavien välille. Facebookin, Twitterin, Snapchatin ja Instagramin kaltaiset yritysten ja julkisten palveluiden eri elinten käyttämät palvelut voidaan sijoittaa niiden käyttötavan mukaan useaan lokeroon tässä jaossa. Sosiaalista mediaa saatetaan käyttää vain tekstin muodossa, tekstiä saatetaan höystää kuvin tai videoin, voidaan lähettää tapah-tumia tai tiedotustilaisuuksia reaaliajassa tai reaaliaikaiseen lähetykseen voidaan liit-tää kommentointi- ja kysymysmahdollisuus, jolloin verkkoviestintä on jo hyvin lähellä rikkaimpien viestintäkanavien kriteereitä. Monilla yrityksillä on myös verkkosivuillaan tai some-kanavissaan chat-mahdollisuus, jossa on mahdollista keskustella yrityksen edustajan kanssa reaaliaikaisesti. Oma lukunsa ovat verkkotekstissä yleistyneet hymiöt, eli emoji, joilla tekstiin liittyvää tunnetta voidaan kuvata. Hymiöiden käyttö nostaa kriteerien mukaan viestintää hieman rikkaammaksi, mutta niissä on myös ongelmia. Is-raelilaisen tutkimuksen mukaan hymiötä tekstissään käyttävä henkilö arvioitiin epäpä-tevämmäksi työssään verrattuna niihin, jotka eivät hymiötä käyttäneet. Minnesotan yliopiston tutkimuksessa taas tutkittiin sitä, kuinka ihmiset ymmärtävät erilaiset hy-miöt. Hymiöt ymmärrettiin muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta samansuuntaisesti akselilla positiivinen-negatiivinen, mutta kiinnostava havainto oli, että eri valmistajien laitteilla hymiöt näyttäytyivät hyvin erilaisina aiheuttaen paljon väärinymmärryksiä. (Daft & Lengel 1984, 191-193; Puro 2009, 63-64; Glikson, Chesin & van Kleef 2017, 3-4; Miller, Thebault-Spieker, Chang, Johnson, Terveen & Hecht 2016, 5-6.)

2.4 Käytettävän viestintäkanavan valinta

Suuremmissa organisaatioissa ongelma on usein, että rikkaimpia viestintäkanavia ei ole järkevää tai mielekästä käyttää. Kanavan valinta tulisikin tehdä tiedotettavan asian mukaan. Viestinnästä paljon kirjoittanut Valtiotieteiden tohtori, Helsingin ja Jyväskylän yliopistojen viestinnän dosentti Elisa Juholinin (1999) mukaan ajatus siitä, että useam-mat viestintäkanavat tehostavat viestinnän onnistumista, on väärä. Tämä jo vuonna 1999 esiin tuotu ajatus on vain ajankohtaistunut viimeisen parinkymmenen vuoden ai-kana. Juholinin mukaan kilpailevat viestintäkanavat aiheuttavat tiedon ylikuormitusta, niin sanottua infoähkyä, kun viestin vastaanottajat eivät tiedä, mistä tieto löytyy alku-peräisenä tai täydellisimmillään. (Puro 2009, 64; Juholin 1999, 35, 159.)

Vaikka kanavan valinta voi olla hankalaa, Puro (2009, 63-64) tuo työkaluksi ydinai-nesanalyyysin, jonka avulla tiedon tasoja voidaan määritellä. Karjalaisen ja Jaakkolan (1999) määrittämä ydinainesanalyysi on erityisesti yliopistojen opetussuunnitelmissa käytetty työkalu, jossa tieto jaetaan kolmeen eri tasoon. Must know -tasoinen tieto on siinä tärkeintä. Se on ydinaines, joka on välttämätöntä jatkon kannalta ja sen ymmär-

täminen mahdollistaa syventävän tiedon hankkimisen. Should know -taso on täydentävää tietoa. Se lisää yksityiskohtia ja selventää harvinaisempia tiedon sovellutuksia. Nice to know taas on spesiaalitietoa, joka syventää jonkin tietyn osa-alueen hallintaa. Jos tiedon taso määritellään näiden kriteerien kautta ja pohditaan onko tämä tieto selaista, joka täytyy jakaa koko organisaatiolle, muuttuu sopivan viestintäkanavan valitseminenkin helpommaksi. (Jaakkola & Karjalainen 1999; Puro 2009, 63-64.)

Olosuhteet antavat viestinnälle aina reunaehdot. Erialaisten verkkojen, niin puhelin- kuin tietoverkkojen, yleistymisen on mahdollistanut viestinnän irtautumisen fyysisistä paikoista. Verkko ei ole muuttanut vain viestintää vaan kyse on työn muutoksesta laajemmin. Viestintään vaikuttavat esimerkiksi sijainnin reunaehdot. Jopa samaa asiaa hoitavat työntekijät saattavat sijaita fyysisesti hyvinkin kaukana toisistaan tai he eivät ole koskaan yhtä aikaa töissä tai ainakaan samassa paikassa. Tällöin työn olemus itsessään määrää viestinnän kanavan. Toinen kanavaa määräävä resurssi on aika. Aika on suuri syy viestinnän siirtymisessä verkkoon. Viestien kirjoittamisen, vastaanottamisen ja lukemisen helppous ja mahdollisuus synkronoida viestiminen omaan aikatauluun sopivaksi houkuttaa ja koukuttaa. Sähköposti ja intranet ovat vallanneet tilaa erityisesti tiedotustilaisuuksilta ja muilta ns. live-tapaamisilta. Yleisohjeena voidaan kuitenkin pitää viestinnän kanavien monipuolisuutta. Niin rikkaille kuin köyhille kanaville on paikkansa ja aikansa. (Åberg 2006, 115-117; Puro 2004, 48-50.)

Riippumatta viestintäkanavasta, on viestinnässä ja tiedottamisessa aina pohdittava, miksi viestitään, kenelle viestitään ja onko asiaa lopulta edes tarpeen viestiä. Kasvatustieteen tohtori Jussi T. Koski lanseerasi vuonna 1998 suomalaiseen keskusteluun käsitteen infoähky. Maailma on muuttunut viimeisten vuosikymmenten aikana paljon suhteessa tietoon. Aiemmin ongelma oli, että tietoa ei usein ollut tarpeeksi. Nykyään ongelma on siinä, että tietoa on liikaa, se on pirstaloitunutta, joskus myös väärää, eikä sitä osata hallita. Ihminen on lopulta kuitenkin pysynyt samana vuosikymmenistä, jopa vuosisadoista toiseen, mutta se, mitä itseltämme vaadimme, on koko ajan kasvanut. Richard Saul Wurman kirjoitti tietoahdistuksesta jo 80-luvulla kirjassaan *Information Anxiety* (1980). Hänen mukaansa ahdistusta luo koko ajan levenevä kuilu sen välillä, mitä ymmärrämme ja mitä omasta mielestämme pitäisi ymmärtää. Tieto ja tietäminen ovat yhä enemmän erillisiä asioita. (Juholin 1999, 38; Wurman 1980.)

Åberg (2006, 117) puhuu kirjassaan sähköpostista, mutta lause sopii hyvin viestintään yleisestikin: ”Mitä enemmän sähköpostia käytetään, sitä suurempia vaikeuksia on havaita tärkeitä viestejä. Määrä heikentää tehoa. Roskapostit syövät viestinnän luotetta-

vuutta.” Määrän ja roskapostien tai virheellisen tiedon vaikutus on merkittävä niin organisaation sisäisessä viestinnässä kuin vaikkapa nykyajan hektisessä mediaympäristössä, jossa erilaiset sähköiset ja painetut mediat luovat uusia sisältöjä tauotta.

2.5 Viestin sisältö

Kanava on lopulta vain väline sille, että jotakin saadaan viestittyä. Erilaisissa viestintätilanteissa klassikoksi on muodostunut sanonta: Tärkeää ei ole mitä sanot, vaan miten. Jos kuitenkin kaikki viestintä on vain hyvin muotoiltua, hyvällä äänenkäytöllä ja elekielillä toteutettua, mutta viestissä ei ole sisältöä, luodaan vain turhaa informaatioasiantetta. Viestit menettävät merkityksensä. Ihmiset turtuvat jatkuvasti tulevaan informaatioon ja saattavat kärsiä infoähkystä. Tällaisissa tilanteissa vastaanottajat alkavat vaatia aina vain tarkempia perusteita asioille. Hyvä viesti onkin Ikävalkon (2001) mukaan perusteellisesti muotoiltu kiteytys, jolle on myös katetta. Sisällöstä on kuitenkin vastuu aina viestijällä. Jos viestivä ihminen tai organisaatio ei saa viestiään kiteytettyä, ei sitä onnistu tekemään kukaan toinenkaan. Hyvä viesti on aina sisällön ja muotoilun tasapainoa. (Ikävalko 2001, 20-22.)

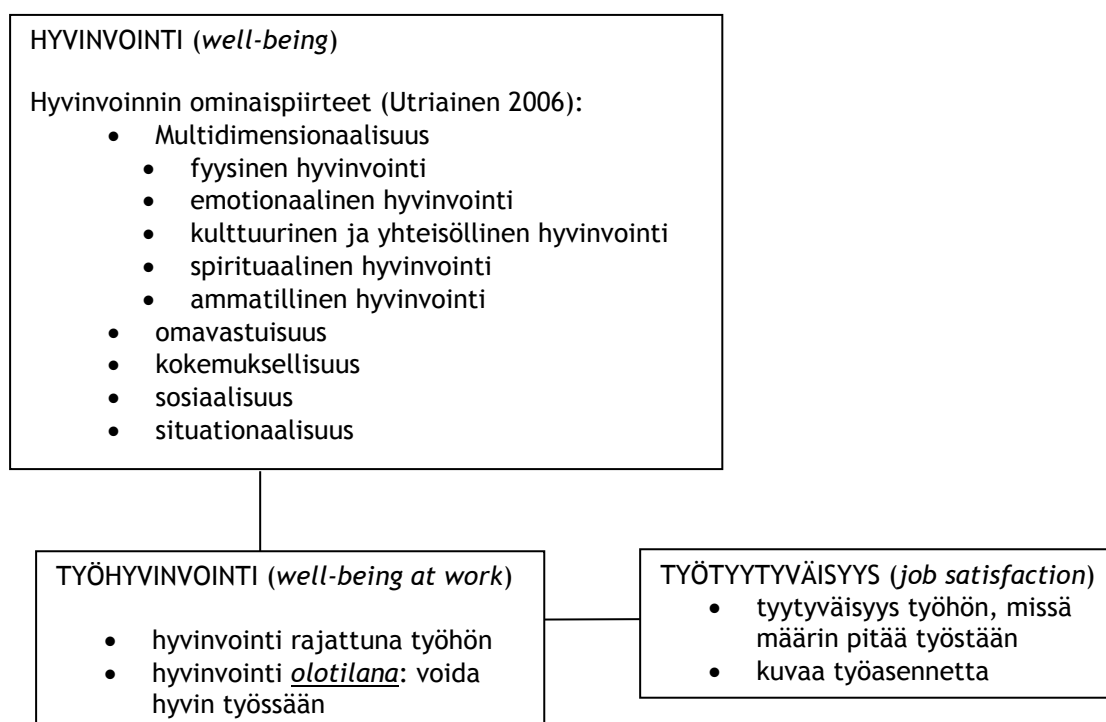
Viestittävää asiaa tuskin voidaan laittaa yhteen kaiken kattavaan muottiin, mutta muutamia asioita on hyvä pitää mielessä. Ikävalko (2001) antaa vaatimuksia viestien sisällölle: Sanomien on oltava tosia ja mieluusti konkreettisia. Sanomat eivät saa myöskään olla ristiriidassa keskenään. Jos näitä ristiriitoja esiintyy, niiden syyt on osattava perustella. Kolmas vaatimus on jo mainittu kiteyttäminen. Maijastiina Rouhiainen-Neunhäuserer on johtajien vuorovaikutusosaamista tutkineessa väitöskirjassaan (2009) havainnut samoja asioita. Haastatellut johtajat pitivät johtamisviestinnässä tärkeinä asioina selkeää viestiä, sanoman kuvaamista niin hyvin, että kuulija ymmärtää, mitä tarkoitetaan. Tämä koettiin kuitenkin haastavana. Haasteita aiheuttivat dynaamisen tilanteen olemus itsessään, nopea työtahti ja jatkuvat muutokset. Luvussa 2.2 mainituille kasvokkaisen vuorovaikutustilanteen dynaamisuuden haasteet ovat todellisia johtajille arkipäivän viestinnässä. (Ikävalko 2001, 20-24; Rouhiainen-Neunhäuserer 2009, 116.)

3 Sisäisen viestinnän vaikutus työhyvinvointiin

Työterveyslaitos (TTL 2017) määrittelee työhyvinvoinnin seuraavasti: ” Työhyvinvointi tarkoittaa turvallista, terveellistä ja tuottavaa työtä, jota ammattitaitoiset työntekijät ja työyhteisöt tekevät hyvin johdetussa organisaatiossa. Työntekijät ja työyhteisöt kokevat työnsä mielekkääksi ja palkitsevaksi, ja heidän mielestään työ tukee heidän elämän-

hallintaansa.” Utriainen ja Kyngäs taas lähestyvät käsitettä systemaattisessa kirjallisuuskatsauksessaan hyvinvoinnin käsitteen kautta ja määrittävät työhyvinvoinnin olevan hyvinvointia rajattuna työhön. Hyvinvointi on olotila, jossa voidaan hyvin työssä. (Utriainen & Kyngäs 2008, 37.)

Pahkin ym. (2010, 36) määrittävät työtyytyväisyyden henkilön itse asettamien vaatimusten ja toiveiden sekä todellisten havaintojen vastaavuudeksi. Työtyytyväisyys voidaan nähdä kokonaisvaltaisen työhyvinvoinnin osana. Se on jokaisen työntekijän henkilökohtainen subjektiivinen kokemus. Böckermann ja Ilmakunnas (2008, 523) ovat havainneet koontitutkimuksessaan työtyytyväisyyden olevan vahvassa yhteydessä stressiin ja sairauspoissaoloihin. Työtyytyväisyys korreloi heidän mukaansa käänteisesti työpaikan vaihtamisen, sen suunnittelun ja sairauspoissaolojen kanssa. Utriainen ja Kyngäs (2008) ovat tutkimuksessaan määrittäneet työtyytyväisyyden työhyvinvoinnin käsitteen alle. Heidän mukaansa työtyytyväisyys on sitä, missä määrin työstään pitää. Heidän mukaansa työtyytyväisyys kuvaa työasennetta. Työtyytyväisyys, job satisfaction, on myös englanninkielisissä lähteissä eniten käytetty asiasana, joka vastaa suomalaista työhyvinvointi-käsitettä. Työtyytyväisyys on myönteinen käsite, mutta se ei kuvaa työhyvinvointia suoraan, vaan enemmän myönteistä asennoitumista työhön. Kuviossa 1 Utriainen ja Kyngäs esittelevät lähikäsitteiden hyvinvointi, työhyvinvointi ja työtyytyväisyys suhdetta toisiinsa. (Utriainen & Kyngäs 2008, 37-38.)



Kuvio 1. Työhyvinvoinnin käsitteen suhde lähikäsitteisiin. (Utriainen & Kyngäs 2008, 37)

Sosiaali- ja terveysministeriön tekemässä selvityksessä (Mäkinieniemi ym. 2014) on koottu yhteen Suomessa tehtyä työhyvinvointitutkimusta vuosina 2010-2013. Selvityksessä on havaittu erilaisia työn psykososiaalisia kuormitus- ja riskitekijöitä, jotka vaikuttavat työtyytyväisyyteen. Tämän opinnäytetyön aiheeseen liittyen esiin nousevat mm. tiedottamisen ongelmat, erityisesti liian vähäinen tiedottaminen, sekä epävarmuus työstä ja tulevaisuudesta. Pahkin ym. (2010, 26) taas listaa tutkimuksessaan sairauspoissaolojen syitä, joissa esiin nousivat jaksaminen, siihen liittyen stressi ja uupumus, organisaation toiminta, toimintatavat sekä muutoksen hallinta.

Sosiaali- ja terveysalalla työntekijöiden tyytyväisyys organisaatiotason johtamiseen on ollut Työterveyslaitoksen selvityksissä (Laine ym. 2011, 65) tasaisessa laskussa viimeisten kahden vuosikymmenen aikana. Vuoden 2010 tyytyväisyyden lasku oli tosin pysähtynyt edellisen, vuonna 2005 tehdyn selvityksen tasolle. Suurin osa työntekijöistä on kuitenkin jollain tavoin tyytyväisiä, tyytymättömien osuus on vain 37 prosenttiyksikköä. Paikka- ja sektorikohtaiset erot olivat kuitenkin suuria. Tyytymättömyys oli suurinta terveyskeskusten vuodeosastoilla, sairaaloissa ja mielenterveystyössä. Näillä aloilla vain joka neljäs oli tyytyväinen organisaation johtamiseen. (Laine ym. 2011, 66)

4 Opinnäytetyön tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää yrityksen sisäistä viestintää JST Solum Oy:n henkilöstön näkökulmasta ja selvittää sisäisen viestinnän vaikutuksia työhyvinvointiin.

Tutkimuskysymyksiä olivat seuraavat:

1. Mitä kanavia yrityksen sisäisessä viestinnässä käytetään?
2. Millaisena henkilöstö kokee yrityksen sisäiseen viestintään ja kuinka se vaikuttaa heidän työskentelyynsä?
3. Miten sisäinen tiedonkulku vaikuttaa henkilöstön työhyvinvointiin?
4. Miten henkilöstö kehittäisi yrityksen sisäistä viestintää?

5 Opinnäytetyön empiirinen toteutus

5.1 Opinnäytetyön tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyö toteutetaan laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Aiheen vuoksi laadullinen menetelmä on luonnollinen valinta, koska tässä opinnäytetyössä pyritään selvittämään yrityksen työntekijöiden kokemuksia kokonaisvaltaisesti,

eikä tutkimukseen ole määritetty hypoteeseja, joita pyrittäisiin todistelemaan. Kohdejoukkoa ei ole satunnaistettu vaan, se on kohdennettu yrityksen työntekijöihin. Opinnäytetyössä käytetään aineistonkeruumenetelmänä internetlomakkeella toteutettua tutkimuskyselyä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161-165.)

Kyselylomakkeita on yleisemmin käytetty kvantitatiivisessa kuin kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Tässä opinnäytetyössä tutkimuskysely pyrittiin tekemään kvalitatiiviseen tutkimukseen sopivaksi. Lomaketta ei ole strukturoitu vaan avoimilla kysymyksillä pyritään selvittämään työntekijöiden henkilökohtaisia kokemuksia. Tässä tutkimuksessa käytettävä muoto on puolistrukturoitu. Lomakekyselyssä ei voi kuitenkaan kysyä mitä tahansa vaan kysymykset on laadittava siten, että niillä voidaan saada vastaukset tutkimuskysymyksiin. Lisäksi kysymysten täytyy tukeutua aiempaan tutkimustietoon ja kirjallisuuteen. Kysymykset eivät myöskään saa olla johdattelevia. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74-77.)

5.2 JST Solum Oy

JST Solum Oy on Keski-Suomessa toimiva mielenterveyspalveluita tuottava yritys. Toiminta koostuu aikuispsykiatrian palveluista, joita tuotetaan muutamalle keskiuomalaiselle kaupungille ja kunnalle. Palvelut koostuvat tällä hetkellä mielenterveyskuntoutujien asumispalveluista, joita tarjotaan neljässä palvelukodissa, sekä lisäksi tarjotaan kotikuntoutusta. Muita toimintamuotoja ovat kokemusasiantuntijapalvelu, omaistointi sekä hoiva- ja tukipalvelut. JST Solum Oy on myös aktiivinen toimija mielenterveys- ja päihdetyön järjestötoiminnassa Keski-Suomessa. Työntekijöitä yrityksellä on opinnäytetyön valmistumishetkellä 40 henkilöä. Palvelukodeissa asiakaspaikkoja on 61 kappaletta. (JST Solum Oy:n verkkosivut 2017.)

5.3 Kyselylomakkeen laatiminen ja aineistonkeruu

Opinnäytetyössä käytettävä aineisto on hankittu internetissä toteutetulla tutkimuskyselyllä. (Liite 1) Tutkimuskyselyssä käytetyt kysymykset on laadittu lähdekirjallisuuteen ja tätä opinnäytetyötä varten koottuun teoreettiseen osuuteen perustuen. Kysymyksiin haettiin inspiraatiota myös aiemmista samaa aihepiiriä tutkineista väitös-, pro gradu- ja opinnäytetyötutkimuksista. Kysymysten määrä on pidetty vähäisenä, koska tutkitusti vastaamiseen tarvittava aika vaikuttaa osallistumishalukkuuteen. (Juholin 2006, 353.)

Tutkimuskyselyssä oli kaksi monivalintakysymystä, joilla kartoitetaan, mitä kanavia pitkin henkilöstö tällä hetkellä saa tietoa työhön ja yritykseen vaikuttavista asioista sekä mitä kanavia pitkin henkilöstö toivoisi saavansa tietoa työhön liittyvistä asioista. Monivalintakysymysten jälkeen lomakkeella seurasi neljä avointa kysymystä, joilla sel-

vitettiin henkilöstön yleistä kokemusta JST Solumin sisäisestä viestinnästä, tiedonsaantia, saadun tiedon ymmärrettävyyttä ja tiedon vaikutusta omaan työntekoon. Sisäisen viestinnän vaikutusta henkilöstön työhyvinvointiin selvitettiin myös. Lisäksi kyselylomakkeessa oli mahdollista osallistua 20 euron arvoisen lahjakortin arvontaan jättämällä yhteystietonsa.

Kyselyn tekninen toteutus tapahtui kyselynetti.com -sivuston avulla. Sivusto valikoitui kyselyn alustaksi, koska se on helppokäyttöinen, ulkoasultaan nykyaikainen ja selkeä, korkeakouluopiskelijalle ilmainen, kohdeyrityksen ulkopuolinen ja se tarjoaa kyselyn tekijälle ja tulosten analysoijalle hyvät työkalut.

Linkki kyselyyn jaettiin JST Solum Oy:n henkilöstölle 1.1.2018 ja vastausaikaa oli 14.1.2018 saakka. Lahjakortti arvottiin 10.1.2018 mennessä vastanneiden kesken. Lahjakorttiarvonnan tarkoitus oli innostaa henkilöstöä vastaamaan kyselyyn. Henkilöstö sai henkilökohtaiseen tai työyksikkökohtaiseen sähköpostiinsa saatekirjeen, jossa opinnäytetyö esiteltiin ja avattiin keskeisiä tutkittavia käsitteitä sekä linkin, jonka kautta kyselyyn pääsi vastaamaan. Saatekirje ja kyselylomake ovat liitteenä 1. (Liite 1).

5.4 Aineiston analysointi

Tässä opinnäytetyössä käytettiin kahta erilaista analyysitapaa. Tutkimuskyselyn kaksi ensimmäistä kysymystä olivat monivalintakysymyksiä ja näiden analysointi tapahtui kvantitatiivisen menetelmän keinoja käyttäen tilastollisen analyysin avulla. Vastausten jakautuminen kuvattiin myös diagrammien avulla (Taulukko 1 ja Taulukko 2).

Kerätty kvalitatiivinen aineisto analysoitiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä aineistoa tiivistetään, tavoitteena löytää aineistosta nousevia merkityksiä, ilmiöiden välisiä suhteita ja sisältöjä. Näin aineistosta nousevia sisältöjä ja tutkittavia ilmiöitä voidaan kuvata yleistäen. Sisällönanalyysi voidaan tehdä teoria- tai aineistolähtöisesti, riippuen siitä, mistä lähtökohdasta analyysia lähdetään toteuttamaan. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 165-166; Tuomi & Sarajärvi 2009, 95.)

Tässä opinnäytetyössä analyysivaihe toteutettiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin. Ilmausten pelkistäminen ja luokittelu tehtiin aineistolähtöisesti. Tutkimuskyselyn kysymykset, joilla aineisto kerättiin, oli kuitenkin laadittu kootun teoreettisen viitekehysten pohjalta. Kysymykset aineiston takana olivat siis teorialähtöisiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108-110.)

Tässä opinnäytetyössä kerätty aineisto, oli valmiiksi kirjallisessa muodossa, joten sitä ei ollut tarpeen erikseen litteroida. Vastaukset saatettiin pelkistettyyn muotoon. Pelkistetyt ilmaukset yhdisteltiin alakategorioihin, joista taas muodostettiin yläkategorioita. Pääkategoriat taas luotiin opinnäytetyökysymysten pohjalta, jolloin ala- ja yläkategorioiden oli oltava sellaisia, että niillä voitiin saada vastaukset opinnäytetyökysymyksiin. Vastauksista pyrittiin etsimään yhteneväisyyksiä ja säännönmukaisuuksia. Luokittelussa pyrittiin henkilöstön käsitysten mukaan luokittelemaan aineistossa nousseet ilmiöt tai käsitykset positiivisiin kokemuksiin, kehityskohteisiin ja kehitysehdotuksiin. Sisällönanalyysin etenemistä on esimerkki tämän opinnäytetyön liitteenä 2. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108-111; Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 167-169.)

Aineiston analysointi alkoi heti, kun ensimmäisiä vastauksia kyselyyn alkoi tulla ja analyysia täydennettiin ja korjattiin sitä mukaa, kun vastauksia tuli lisää. Analyysi viimeisteltiin kyselyn vastausajan päättymisen jälkeen.

6 Tulokset

6.1 Opinnäytetyön taustatiedot

Linkki tutkimuskyselyyn jaettiin vastaajille sähköpostitse heti vuodenvaihteen jälkeen 2018. Vastausaikaa oli kaksi viikkoa. Yrityksen 40 työntekijästä 14 vastasi kyselyyn, jolloin vastausprosentiksi muodostui 35. Tässä luvussa tulokset käsitellään tutkimuskysymyksittäin ja tulosten lomaan on nostettu vastauksia alkuperäisessä kieliasussaan.

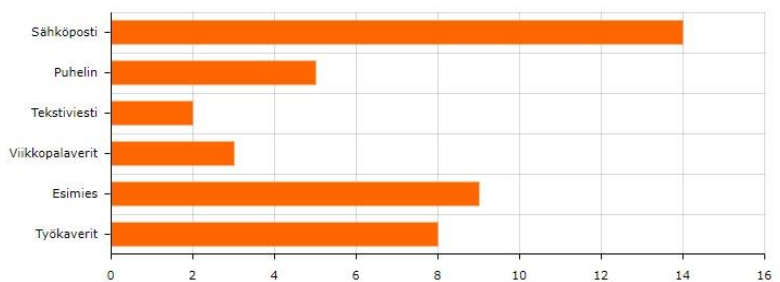
6.2 Sisäisessä viestinnässä käytettävät kanavat

Kyselylomakkeen ensimmäisessä kysymyksessä kartoitettiin mitä kanavia pitkin henkilöstö kokee saavansa pääasiassa tietoa työhönsä ja yrityksen toimintaan liittyvistä asioista. Vastajia pyydettiin valitsemaan 1-3 annetuista vaihtoehdoista, joita olivat sähköposti, puhelin, tekstiviesti, intranet, sosiaalinen media, viikkopalaverit, esimies, työkaverit, puskaradio ja muu, mikä.

Kaikki vastaajat (n=14) nimesivät sähköpostin yhdeksi pääasialliseksi viestintäkanavaksi. Vastajista 64,3 prosenttia (n=9) kertoi esimiehen olevan yksi pääasiallinen viestintäkanava. Kolmanneksi yleisimpänä tiedon lähteenä yrityksen henkilöstö koki työkaverit, joka oli 57,1 prosentilla (n=8) vastaajista valittuna. Muista vaihtoehdoista vastauksia saivat puhelin (35,7 %, n=5), viikkopalaverit (21,4 %, n=3) ja tekstiviesti (14,3 %, n=2). Taulukossa 1 näkyy vastausten jakautuminen kyselylomakkeen ensimmäiseen kysymykseen.

Osallistujamäärä: 14

14 (100.0%): Sähköposti
 5 (35.7%): Puhelin
 2 (14.3%): Tekstiviesti
 - (0.0%): Intranet
 - (0.0%): Sosiaalinen media (esim. yrityksen Facebook, Twitter tms.)
 3 (21.4%): Viikkopalaverit
 9 (64.3%): Esimies
 8 (57.1%): Työkaverit
 - (0.0%): Puskaradio
 - (0.0%): Muuta

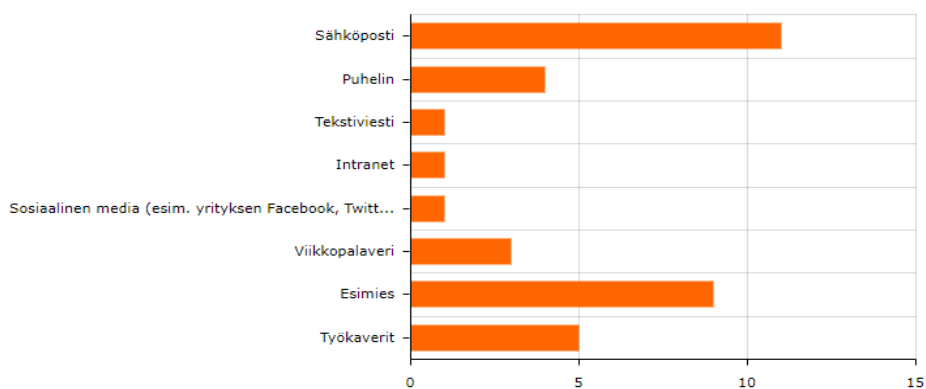


Taulukko 1 Millaisia kanavia pitkin saat pääasiassa tietoa työhösi liittyvistä tai yrityksen toimintaan vaikuttavista asioista?

Toisessa monivalintakysymyksessä kartoitettiin, mitä kanavia pitkin henkilöstö toivoisi saavansa tietoa omaan työhönsä ja yrityksen toimintaan liittyvistä asioista. Vastaajista 78,6 prosenttia (n=11) oli valinnut sähköpostin yhdeksi pääasiallisista viestintäkanavista. Toinen vastaajien enemmistön saanut vaihtoehto oli oma esimies, jonka valitsi 64,3 prosenttia (n=9) vastaajista. Lisäksi yli 20 prosentin osuuden vastauksista saivat työkaverit 35,7 prosentin (n=5), puhelin 28,6 prosentin (n=4) ja viikkopalaveri 21,4 prosentin (n=3) osuuksilla. Vastausten jakaantuminen näkyy tarkemmin taulukosta 2.

Osallistujamäärä: 14

11 (78.6%): Sähköposti
 4 (28.6%): Puhelin
 1 (7.1%): Tekstiviesti
 1 (7.1%): Intranet
 1 (7.1%): Sosiaalinen media (esim. yrityksen Facebook, Twitter tms.)
 3 (21.4%): Viikkopalaveri
 9 (64.3%): Esimies
 5 (35.7%): Työkaverit
 - (0.0%): Puskaradio
 - (0.0%): Muuta



Taulukko 2 Mitä kanavia pitkin haluaisit saada tietoa työhösi liittyvistä tai yrityksen toimintaan vaikuttavista asioista?

6.3 Henkilöstön kokemus sisäisestä viestinnästä ja sen vaikutuksesta omaan työhön

Tutkimuskyselyssä kartoitettiin, millaisena henkilöstö kokee työpaikkansa sisäisen viestinnän ja pyydettiin kuvailemaan, miten yrityksen sisäinen viestintä vaikuttaa vastaajan omaan työhön. Työntekijöiden kokemuksen mukaan sisäinen viestintä toimi vastaajasta riippuen hyvin, vaihtelevasti tai se ei toiminut ja siinä on paljon kehitettävää.

Vastaajista 50 prosenttia (n=7) oli sitä mieltä, että yrityksen sisäinen viestintä toimii hyvin. Vastauksissa, joissa sisäinen viestintä koettiin hyvänä, nousi monessa vastauksessa esiin se, että viestintäkanavia on riittävästi, jolloin suullisesti saatua viestiä voi täydentää sähköisissä lähteissä olevalla tiedolla.

”viestin kulku toimii, viestit siirtyy eteenpäin joko sanallisesti tai viestien kautta esim. sähköposti tai hilkka viesti”

”Viestintä toimii. Sopivasti väyliä infota asioista niin, että jokaisen tavoittavat.”

Henkilöstöstä 28,6 prosenttia (n=4) koki sisäisen viestinnän vaihtelevana. Osa vastaajista koki, että toisia kanavia pitkin viestintä toimii, kun taas toisten kanavien kautta viestit saattavat hukkuu. Myös ns. infoähkyä koettiin, eli viestejä tulee liikaa.

”Viestintä tapahtuu paljolti sähköpostilla, missä vaarana on, että viestit hukkuvat toisten alle ja jäävän joiltakin lukematta. Näin on joskus käynyt. Työvuoroksen alussa olevilla raporteilla usein saadaan runsaasti tietoa.”

Vastauksista 21,4 prosentin (n=3) mukaan viestintä ei toimi tai siinä on paljon kehitettävää. Erityisesti viestin kulkeminen eri tahtiin eri paikkoihin tai viestien hukkuminen matkalla nousi esiin useammassa, myös vaihtelevana viestinnän kokevien vastauksissa. Toiset taas kertoivat vastauksessaan tyytymättömyydestään niukkasanasemmin.

”Viestit kulkee usein eri tahtiin eri yksiköihin ja niiden työntekijöille. Viestintäkanavia on liian monta. Muissa yksiköissä tehdään suunnitelmia ja päätöksiä, jotka koskee toisia yksiköitä ja niiden toteutumisajataulussa ei huomioida ei aina eri yksiköiden tilanteita. Hankala on myös yksikön työntekijöiden yhteinen sähköposti, josta asiat usein luetaan vain osan työntekijöiden toimesta ja niiden toteutus jää lukijoille tai toteuttamatta.

Olisi myös hyvä olla selkeästi sovittuna et kuka tiedottaa, mitä tiedottaa ja milloin.”

”Haasteellisena”

Kysyttäessä sisäisen viestinnän vaikutuksesta omaan työntekoon vastaajilta (n=14), vastaajat kokivat sisäisen viestinnän vaikutuksen omaan työntekoon sekä työntekoa helpottavana ja tukevana asiana, että nykyisellään aiheuttavan haasteita omalle työskentelylle. Kymmenessä

vastauksessa (71,4 %) nousi selvästi esiin, että nykyisellään yrityksen sisäinen viestintä helpottaa ja tukee vastaajan työskentelyä. Viestinnän koettiin myös parantuneen aikaisemmasta. Myös jokaisen työntekijän oma vastuu ottaa asioista selvää ja pitää itsensä ajan tasalla nousi esiin useissa vastauksissa.

”Pääosin saan aina kaiken mahdollisen tiedon. Toki ymmärrän että itsellenikin vastuu ottaa asioista selvää.”

”Saan tarpeellisen tiedon ja perustelut jos niitä kaipaan. Tieto on ymmärrettävää ja organisaatiossa nykyisin paremmin ymmärretään viestinnän merkitys. Helpottaa työskentelyä mutta kun uudet sähköpostit ja ohjelmat käytössä niin ennenkuin kaikki ne oppii niin aiheuttaa myös haasteita tiedonkululle.”

Kaikki vastaajat eivät kuitenkaan pitäneet sisäistä viestintää työtään helpottavana, vaan vastakkaisia perusteltuja näkemyksiä löytyi myös. Vastaajista 21,4 prosenttia (n=3) koki sisäisen viestinnän nykyisellään aiheuttavan haasteita omalle työskentelylle. Kehitettävää koettiin olevan viestinnän kohdistamisessa, käytettävissä viestintäkanavissa, yksiköiden välisessä viestinnässä, sekä siinä, että kaikki eivät ota vastuuta omasta tiedonsaannistaan. Vastauksissa nousi esiin myös se, ettei tietoa ole aina saanut ollenkaan tai se on ollut sisällöltään epäselvää.

”Yksiköiden sisäinen viestintä yksiköstä toiseen melko huonoa edelleen. Viestejä ei lueta sähköpostista/ tieto ei vaan jostain syystä usein kulje. Siinä parannettavaa. Oman yksikön sisällä tieto kulkee hyvin.

Haasteita asettaa siinä määrin, että viestien kulkemattomuus aiheuttaa sekavuutta / soittelua ympäriinsä ja kyselyä uudelleen samoista asioista.”

”En saa tarpeeksi tietoa. Usein kun kuulen tai saan viestin asioista niin niiden sisältö on epäselvää. Se on joko sekavaa tai siinä ei ole mietitty asiaa pidemmälle vaan tiedotetaan vaikka vaan uusi toimintatapa. Enemmän pitäisi kuunnella kenttää ja sitä miten siellä saataisiin asiat mahdollisimman sujuvaksi.”

6.4 Sisäisen viestinnän vaikutukset henkilöstön työhyvinvointiin

Sisäisen viestinnän vaikutuksia henkilöstön työhyvinvointiin kartoitettiin henkilöstön kokeman työtyytyväisyyden kautta tutkimuskyselyn viidennellä kysymyksellä. Sisäisen viestinnän vaikutuksen työtyytyväisyyteensä vastaajat (n=14) kokivat positiivisena, mutta myös kuormittavana,

työssä viihtyvyyttä haittaavana tai sillä ei nähty olevan vaikutusta työssä viihtyvyyteen. Vastaaajista 57,1 prosenttia (n=8) koki sisäisen viestinnän nykyisellään vaikuttavan positiivisesti työssä viihtyvyyteensä.

”Vaikuttaa paljon. Meillä on hyvä työyhteisö jossa viestintä toimii kaikilla tasoilla.”

”Kun asioista tietää on helpompi viedä niitä eteenpäin ja perustella muillekin päätöksiä kun tietää mistä ne kumpuaa. Tasapuolinen viestintä luo tasa-arvoisuutta työntekijöiden kesken ja näinollen asioita ei tarveta puida kuulopuheiden pohjalta kun kaikille annetaan sama tieto.”

Vastaaajista 28,6 prosenttia (n=4) koki kuitenkin tämänhetkisen sisäisen viestinnän tilan kuormittavana tai työssä viihtyvyyttä haittaavana. Asioiden selvittelyn ja tiedon puutteen koettiin vievän voimia.

”Tuo välillä turhautumista ja stressiä ja aiheuttaa lisätöitä kun asioita pitää selvitellä lisää tai korjailla tietoja.”

”Aiheuttaa sekavuutta, harmia puolin ja toisin, kun ”kukaan ei tiedä mistään mitään” ja sitten soitellaan ja kysellään ja kaikki on ihan pihalla mitä milloinkin missäkin tapahtuu.”

”Työ viihtyvyyteen ei vaikuta, mutta työtehokkuus kärsii kun joutuu tietoa kyselemään turhaa ja monesta paikasta!”

Kahdessa vastauksissa kävi ilmi, että sisäisellä viestinnällä on vaikutusta työssä viihtyvyyteen. Vastauksista ei kuitenkaan ollut pääteltävissä millä tavoin tai mihin suuntaan tämä vaikutus on. Tällaisia vastauksia olivat esimerkiksi:

”Olennessi”

”Vaikuttaa paljon”

6.5 Henkilöstön ehdotukset sisäisen viestinnän kehittämiseksi

Kysyttäessä, kuinka henkilöstö parantaisi yrityksen sisäistä viestintää, saatiin kehitysehdotuksia ja mielipiteitä 12 vastaajalta. Vastauksissa esiin nousivat viestinnän selkiyttämisen ja parempi kohdentaminen. Vastaaajista 14,3 prosenttia (n=2) oli nykytilanteeseen kaikin puolin tyytyväisiä.

”Tällä hetkellä toimiva systeemi.”

”Olen tyytyväinen.”

Vastaaajista 71,4 prosenttia (n=10) löysi kuitenkin jotain kehitettävää nykytilanteesta. Selkeitä viestintäkanavia toivottiin useissa vastauksissa ja selkeitä parannusehdotuksiakin löytyi vastauksista. Myös kehitysehdotuksissa nousi esiin jokaisen oma vastuu sisäisen viestinnän toimivuudesta ja tiedon hankkimisesta.

”Yritykseen ja jokaisen yksikön asioihin oleva yhteinen kanava.. intranet tyyppinen esim.”

”Yksiköiden keskinäisessä ja sitä kautta tiedotettavien asioiden kulkeutumisessa jokaiselle on edelleen parannettavaa. Asioita tulee koko ajan paljon niin sen jäsentäminen mikä on tärkeämpää kuin toinen ja näiden vieminen työyhteisössä eteenpäin ilman että tulee ähkyä kaikesta muutoksesta.”

”Selkeät viestintäkanavat ja mahdollisimman vähän niitä. Maltillisuutta päätöksentekoon ja asioiden mietintää loppuun asti ennenkuin viestejä laitetaan.

Yleisestikin tiedon välityksessä toivoisin kiinnitettävän huomiota myös tyyliin miten asiat esitetään. Ja siihen miten viesti viedään kollegalle eteenpäin. Välittyykö asia vai omat tunteet asiaan liittyen?!”

”Kaikki jos toimivat ohjeistuksen mukaan ei muutoksia tarvita.”

7 Pohdinta

7.1 Tulosten tarkastelu

Opinnäytetyön kyselyn vastauksista kävi ilmi, että JST Solum Oy:n henkilöstö pitää pääasiallisena tiedonsaantikanavanaan sähköpostia, jonka olivat valinneet kaikki vastaajat yhdeksi tämänhetkisistä pääviestintäkanavista. Muut käytössä olevat kanavat olivat vastausten mukaan esimies ja työkaverit. Kaikki kolme olivat yli 50 prosentilla vastaajista tämänhetkiset eniten tietoa antavat kanavat. Samat kolme kanavaa olivat kolme eniten kannatusta saanutta vaihtoehtoa myös kanavissa, joita pitkin henkilöstö haluaisi saada tietoa työhönsä liittyvistä tai yrityksen toimintaan vaikuttavista asioista. Työkavereiden kautta tiedon saaminen oli kuitenkin toiveena vain 35,7 prosentilla (n=5) vastaajista, kun taas tällä hetkellä 57,1 prosenttia koki sen yhdeksi eniten käytössä olevista kanavista. Sähköposti koettiin vastauksissa yleisesti myös tulevaisuudessa hyvänä tapana viestiä asioita ja muutoin viestin toivottiin kulkevan esimiehen kautta. Viikkopalaverit saivat vain 21,4 prosentin kannatuksen toivotuista viestintäkanavista, mutta toisaalta viikkopalaveri on yksi sellainen kanava, jossa esimies voi viestintää toteuttaa.

Samoin myös intranetin valitsi toisessa monivalintakysymyksessä vain yksi vastaaja toivotuksi viestintäkanavaksi, mutta avointen kysymysten vastauksissa intranet tai vastaava nousi toiveena esiin useamman kerran. Vastauksissa koettiin myös välillä vaikeaksi löytää tarvittava tieto. Vastauksissa toivottiin selkeitä viestintäkanavia ja viestien kohdentamista. Nämä toiveet on havaittavissa asioita, joista mm. Juholin (1999, 35, 159) ja Åberg (2006, 115-117) ovat kirjoittaneet ja joita on käsitelty tämän opinnäytetyön luvussa 2. Esimerkiksi tiedon hautautuminen sähköpostiin nousi vastauksissa esiin ja tämä voi olla vaikkapa selkeästi jäsenneyllä intranetillä vältettävissä.

Vastauksissa henkilöstö koki sisäisen viestinnän tilan tällä hetkellä pääosin hyvänä, mutta joidenkin vastaajien mielestä viestinnän sekavuus ja pirstaleisuus aiheutti vaikeuksia. Tämä haaste nousi esille myös sisäiseen viestintään pääosin tyytyväisten vastaajien vastauksissa. Työntekijän oma vastuu oli esillä kyselyn eri kysymysten vastauksissa, mutta toisaalta haasteena koettiin tiedon löytäminen. Selkeät viestintäkanavat ja tietovarannot, joihin jokaisella työntekijällä on tarvittaessa vaivaton pääsy tukevat tiedonsaantia. (Åberg 1997, 107-108.)

Suurin osa opinnäytetyön kyselyyn vastaajista koki yrityksen sisäisen viestinnän tukevan omaa työhyvinvointia. Toisaalta osa vastaajista koki sisäisen viestinnän kuormittavana ja työhyvinvointia heikentävänä tekijänä. Ongelmina nousivat esiin tiedon sekavuus ja puutteellisuus. Epätietoisuus nousi esiin monessa vastauksessa jolloin työntekijät kuor-

mittavana sen, että joutuvat täydentämään tai korjaamaan saatua tietoa. Esiin nousseet ongelmat olivat samansuuntaisia, kuin aiemmissa tutkimuksissa (esim. Pahkin ym. 2010, Mäkiemi ym. 2014) joita on käsitelty tämän opinnäytetyön luvussa 3.

Henkilöstön kokemus tiedon puutteellisuudesta liittyy olennaisesti siihen, kuinka asioita viestitään. Tämän opinnäytetyön luvussa 2.4 esitellyssä Rouhiainen-Neuhäusererin väitöskirjassa (2009) asiaa tutkittiin johtajien ja esimiesten näkökulmasta. He kokivat johtamisviestinnän tärkeimpänä asiana viestin selkeyden ja ymmärrettävyyden. Toisaalta sama, tärkeimpänä pidetty asia koettiin erittäin haastavana toteuttaa.

7.2 Opinnäytetyön luotettavuus

Tutkimusta tehdessä tulee aina arvioida tutkimuksen luotettavuutta. Perinteisesti tätä on mitattu reliabiliteetin ja validiteetin, eli toistettavuuden ja pätevyyden kautta. Laadullisen tutkimuksen yleistyessä on kuitenkin jouduttu miettimään uudelleen näitä käsitteitä, koska tutkimusmenetelmät ja asetelmat voivat poiketa radikaalistikin kvantitatiivisesta tutkimuksesta, johon käsitteet on alun perin luotu. (Hirsjärvi ym. 2009, 231-232.)

Laadullisissa tutkimuksissa käsitteet ovat saaneet useita erilaisia tulkintoja ja niitä on jopa pyritty välttämään laadullista tutkimusta arvioidessa. Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa kirjaamalla työhön tarkka vaiheittainen selostus tutkimuksen toteutuksesta. Reliabiliteettia mitattaessa tapaustutkimuksessa tullaan usein tilanteeseen, jossa todetaan, että kaikki ihmisiä tai kulttuuria koskevat tapaukset ovat ainutlaatuisia, eikä niitä näin ollen voida mitata perinteisin mittarein. Kvalitatiivisen tutkimuksen validiteettia arvioitaessa taas erityisesti kuvausten, selityksen ja tulkintojen yhteensopivuus on Hirsjärven ym. (2009) mukaan tärkeää. Esitetty kysymys on: onko selitys luotettava, eli sopiiko se kuvaukseen? (Hirsjärvi ym. 2009, 232; Tuomi & Sarajärvi 2009, 140-141.)

Samanlaisia ajatuksia on myös Tuomen ja Sarajärven (2009, 140) teoksessa. He toteavat, ettei kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin ole olemassakaan mitään yksiselitteisiä ohjeita, vaan arviointi tulee tehdä kokonaisuutena ja tarkastella erityisesti tutkimuksen sisäistä johdonmukaisuutta. He antavat kuitenkin listan asioista, jotka on hyvä pitää mielessä tutkimusta tehdessä ja luotettavuutta arvioidessa. Listalla on yhdeksän arvioitavaa asiaa:

- Tutkimuksen kohde ja tarkoitus
- Tutkijan omat sitoumukset

- Aineiston keruu
- Tiedonantajat
- Tutkija-tiedonantaja-suhde
- Tutkimuksen kesto
- Aineiston analyysi
- Tutkimuksen luotettavuus
- Tutkimuksen raportointi

Nämä asiat mielessä pitäen ja kokonaisuutta jatkuvasti kriittisesti arvioiden voidaan heidän mukaansa useimmissa tapauksissa arvioida kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140-141)

Tässä opinnäytetyössä luotettavuus pyrittiin ennalta varmistamaan laatimalla haastattelun kysymykset koottuun teoreettiseen viitekehykseen nojaten. Kysymysten muotoa paranneltiin yhteistyössä opinnäytetyön ohjaajan kanssa ja kysymysten ymmärrettävyys ja yksiselitteisyys varmistettiin antamalla kysymykset pienelle ryhmälle opinnäytetyön tekijän opiskelutovereita ennen kyselyn lähettämistä yrityksen työntekijöille. Tutkimuksessa pyrittiin kuvaamaan työntekijöiden tämänhetkisiä käsityksiä, ja luultavasti vastaukset eroaisivat jonkin verran, jos tutkimus tehtäisiin esimerkiksi vuoden kuluttua uudelleen.

Opinnäytetyössä käytetyt lähteet olivat pääosin tutkimustietoa ja viestinnän perusteoksia. Lähteinä käytetyt tutkimukset ja muu kirjallisuus pyrittiin valitsemaan viimeisen 10 vuoden ajalta, mutta joitakin vanhempia, paljon muussa tutkimuksessa ja opinnäytetöissä käytettyjä teoksia valittiin myös mukaan.

Opinnäytetyö jaettiin vastaajille heti vuodenvaihteen jälkeen 2018. Vastausaika oli kaksi viikkoa. Yrityksen 40 työntekijästä 14 vastasi kyselyyn, jolloin vastausprosentiksi muodostui 35. Vastausprosenttia pyrittiin nostamaan järjestämällä kyselyn yhteyteen arvontaa, jossa halukkaat saivat jättää yhteystietonsa ja osallistua 20 euron arvoisen lahjakortin arvontaan. Vastausprosenttia olisi ollut mahdollista pyrkiä nostamaan vielä vastausaika pidentämällä.

Opinnäytetyön tekijä ei ole työsuhteessa tutkittavaan yritykseen, eikä ole opinnäytetyön lisäksi muulla tavalla sidoksissa yritykseen. Kysely toteutettiin ulkopuolisen palvelun avulla, kyselyn vastaukset olivat suojattuja, eikä niihin ollut pääsyä muilla, kuin opinnäytetyön tekijällä. Vastaajien anonymiteetti säilyi. Lisäksi kyselyn saatekirjeessä kerrottiin vastaajille, kuinka tietoja käsitellään ja mihin käyttöön saadut tiedot luovutetaan. Arvon-

taan osallistuneiden vastaajien nimiä ja yhteystietoja ei yhdistetty vastauksiin ja opinnäytetyön valmistumisen jälkeen vastaukset hävitettiin ja kyselylomake tuloksineen poistettiin palvelimilta.

Tässä opinnäytetyössä tutkimuskysymykset ja niistä saadut tulokset olivat yhdistettävissä koottuun teoreettiseen viitekehykseen. Opinnäytetyössä saatuja tuloksia peilattiin teoreettiseen viitekehykseen ja siihen pohjautuen tehtiin johtopäätöksiä ja synteesejä. Valittuihin tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset. Saadut tulokset ja tutkimusprosessi on pyritty kuvaamaan kaikilta osin mahdollisimman hyvin tässä opinnäytetyön raportissa.

7.3 Opinnäytetyön eettisyys

Opinnäytetyötä varten on tiedonhankinnan oltava eettisesti kestävä. Olemassa olevaa teorialtetta ja aiempia tutkimustuloksia hyödynnettäessä on viitattava huolellisesti alkuperäiseen lähteeseen. Tutkimukseen osallistuvilla on annettava riittävän laajasti tietoa tutkimuksesta. Osallistumisen pitää olla vapaaehtoista. On myös annettava mahdollisuus tehdä kysymyksiä tutkimuksesta. Osallistuminen ei myöskään saa olla osallistujille haittaa. Osallistujien anonymiteetti on kyettävä säilyttämään. Opinnäytetyön tulokset tulee raportoida kokonaisuudessaan, niitä muuntelematta. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2013, 176-180.)

Opinnäytetyössä käytettiin opinnäytetyön tutkimuskyselyn toteuttamiseen ulkopuolista palveluntarjoajaa. Kyselyn tulokset oli suojattu salasanalla, eikä vastauksia päässyt näkemään kukaan muu, kuin opinnäytetyön tekijä. Opinnäytetyön tutkimuskyselyn kohdejoukolle lähetettiin kyselylinkin yhteydessä saatekirje, jossa kerrottiin opinnäytetyön taustasta, tarkoituksesta ja annettiin tekijän yhteystiedot mahdollisia kysymyksiä varten. Sama saatekirjeen teksti avautui myös kyselylinkkiä klikattaessa, ennen kuin kysymyksiin pääsi vastaamaan. Saatekirje löytyy liitteestä 1. Vastaukset sai antaa nimettömänä ja kyselyn pystyi halutessaan jättämään kesken. Vaikka kyselyn lopuksi sai jättää nimensä ja yhteystietonsa arvontaa varten, ei näitä tietoja voitu yhdistää annettuihin vastauksiin. Yhteystietojen jättäminen oli vapaaehtoista. Opinnäytetyön raportin valmistumisen jälkeen vastaukset ja saadut yhteystiedot poistettiin kyselynetti.com -palvelun palvelimilta, eikä niitä missään vaiheessa tallennettu tai jäljennetty mihinkään muualle.

7.4 Jatkotutkimusaiheita

Tutkimusprosessin aikana esiin nousi joitakin aiheita, joilla tästä opinnäytetyöstä saattua tietoa voi täydentää. Opinnäytetyön mahdollisesti edistämien toimintatapojen muutosten vaikutuksia voi tutkia toistamalla sama kysely myöhemmin, jolloin saadaan tietoa muutosten vaikutuksista. Myös työkokemuksen ja työsuhteen keston vaikutusta vastauksiin voi selvittää, mutta kohdejoukon pienuuden vuoksi opinnäytetyön tekijä ei pitänyt sitä tässä työssä mielekkäänä.

Mahdollisesti myös tutkittava asia on selvittää yrityksen sisäistä viestintää yrityksen johdon ja esimiesten näkökulmasta. Tällöin henkilöstön kokemusta voi verrata johdon pyrkimyksiin ja nähdä, kuinka käsitykset eroavat toisistaan vai ovatko ne samansuuntaiset. Tulevaisuudessa yritykselle voisi luoda oman sisäisen viestinnän mallin selkeyttämään sisäisen viestinnän toimintaa..

Lähteet

Painetut lähteet

Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. 2008. Verkkoviestintäkirja. 2. painos. Helsinki: Yliopistopaino.

Böckerman P. & Ilmakunnas P. 2008. Interaction of working conditions, job satisfaction, and sickness absences: Evidence from a representative sample of employees. *Social Science & Medicine* 67 (2008), 520-528.

Daft, R. & Lengel, R. 1984. Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organizational Design. Teoksessa Cummings, L. & Staw, B. (toim.) *Research in Organizational Behavior* 6. Homewood: JAI Press.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Ikävalko, E. 2001. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. 5. painos. Jyväskylä: Gummerus.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Juva: WSOY

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. uudistettu painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Juholin, E. 2009. Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Vantaa: Hansaprint.

Juholin, E. 2013. Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Helsinki: MIF Management Institute of Finland.

Kankkunen, P. & Vehviläinen-Julkunen, K. 2013. Tutkimus hoitotieteessä. Helsinki: SanoPro Oy.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. 5. uud. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Laine, M., Kokkinen, L., Kaarlela-Tuomaala, A., Valtanen, E., Elovainio, M., Suomi, R. & Keinänen, M. (2011). Sosiaali- ja terveysalan työolot 2010: kahden vuosikymmenen kehityskulku. Helsinki: Työterveyslaitos.

Pahkin, K., Leppänen, A., Kajosaari, K., Ala-Laurinaho, A., Welling, I., Väänänen, A., Joensuu, M. & Koskinen A (2010). Työhyvinvoinnin kehittäminen ja sairauspoissaolojen hallinta paperiteollisuudessa. Työympäristötutkimuksen raporttisarja 48. Helsinki: Työterveyslaitos.

Puro, J. 2009. Viestinnän johtaminen ja johtamisviestintä. Teoksessa Kiuru, J. (toim.) *Johdatus johtamiseen*. Maanpuolustuskorkeakoulu. Julkaisusarja 2, artikkelikokoelmat Nro 3: 63-71. Helsinki: Edita Prima Oy.

Rouhiainen-Neunhäuserer, M. 2009. Johtajan vuorovaikutusosaaminen ja sen kehittyminen. Johtamisen viestintähaasteet tietoperustaisessa organisaatiossa. Väitöskirja. Kieli- ja viestintätieteiden laitos. Humanistinen tiedekunta. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House.

Suhonen, R., Stolt, M., Gustafsson, M., Katajisto, J. & Puro, M. 2012. Ikääntyneiden ihmisten hoitotyössä työskentelevien hoitajien työtyytyväisyys. *Hoitotiede* Vol. 24, (1/2012): 27-37.

Suomen virallinen tilasto 2016. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Verkkojulkaisu

Sutela, H. & Lehto, A. 2014. Työolojen muutokset 1977-2013. Suomen virallinen tilasto. Tilastokeskus. Helsinki: Tilastokeskus.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 6. uudistettu laitos. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Latvia: Livonia Print.

Utriainen, K. & Kyngäs, H. 2008. Hoitajien työhyvinvointi: systemaattinen kirjallisuuskatsaus. *Hoitotiede* Vol. 20. (1/2008): 36-47

Utriainen, K. & Kyngäs, H. 2009. Hospital nurses' job satisfaction: a literature review. *Journal of Nursing Management* 17 (8/2009), 1002-1010.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. 2. painos. Keuruu: Otava.

Åberg, L. 2002. Viestinnän strategiat. 3. painos. Juva: Inforviestintä Oy.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Jyväskylä: Gummerus.

Sähköiset lähteet

Karjalainen, A. & Jaakkola, E. 1999. Opetusmoniste: Akateemisen opetussuunnitelman kehittäminen. Oulun yliopisto. Viitattu 19.10.2017. http://www oulu.fi/koulutuspalvelut/julkaisut_ja_materiaalit/verkkomateriaaleja/ydinainesanalyysi.htm

Glikson, E., Chesin, A. & van Kleef, G. A. 2017. The Dark Side of Smiley - Effects of Smiling Emoticons on Virtual First Impressions. Verkkojulkaisu. *Social Psychological and Personality Science*. Verkkojulkaisu. Viitattu 5.12.2017. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1948550617720269>

Miller, H., Thebault-Spieker, J., Chang, S., Johnson, I., Terveen, L. & Hecht, B. 2016. "Blissfully happy" or "ready to fight": Varying Interpretations of Emoji. *GroupLens Research*. University of Minnesota. Viitattu 5.12.2017. https://grouplens.org/site-content/uploads/Emoji_Interpretation_Paper.pdf

Mäkinen, J-P., Bordi, L., Heikkilä-Tammi, K., Seppänen, S. & Laine, N. 2014. Psykososiaalisiin kuormitus- ja voimavaratekijöihin liittyvä työhyvinvointitutkimus Suomessa 2010-2013. Sosiaalinen ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 2014:18. Verkkojulkaisu. Viitattu 13.11.2017. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-00-3491-7>

Suomen virallinen tilasto 2016. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Verkkojulkaisu. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 5.12.2017. http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tie_001_fi.html

TTL 2017. Työhyvinvointi. Työterveyslaitos. Viitattu 21.11.2017. <https://www.ttl.fi/tyoyhteisto/tyoyhyvinvointi/>

Kuviot

Kuvio 1 . Työhyvinvoinnin käsitteen suhde lähikäsitteisiin. (Utriainen & Kyngäs 2008, 37) 14

Taulukot

Taulukko 1 Millaisia kanavia pitkin saat pääasiassa tietoa työhösi liittyvistä tai yrityksen toimintaan vaikuttavista asioista?	19
Taulukko 2 Mitä kanavia pitkin haluaisit saada tietoa työhösi liittyvistä tai yrityksen toimintaan vaikuttavista asioista?	19

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake ja saatekirje	34
Liite 2: Sisällönanalyysin eteneminen (Tutkimuskysymys 1)	37

Liite 1: Kyselylomake ja saatekirje

AMK-Opinnäytetyö: Henkilökunnan käsityksiä yrityksen sisäisestä viestinnästä

Sivu 1

Hai ja tervetuloa kertomaan kokemukseesi yrityksen sisäisestä viestinnästä!

Olen sairaanhoitajaopiskelija Laurea-ammattikorkeakoulusta ja teen yrityksessänne opinnäytetyötä yrityksen sisäisestä viestinnästä ja sen vaikutuksista. Tässä opinnäytetyössä selvitetään kuinka yrityksenne työntekijät kokevat sisäisen viestinnän ja kuinka se vaikuttaa työhyvinvointiin. Vastaaminen vaatii aikaa noin 15 minuuttia. Opinnäytetyö annetaan valmistuttuaan JST Solum Oyn käyttöön. Vastausaikaa on 14.1.2018 saakka.

Vastaukset käsitellään anonyymisti siten, että annettuja vastauksia ei voida yhdistää kehenkään vastaajaan.

Kysymyksissä sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan yrityksessä johton, esimiesten ja työntekijöiden välistä kommunikointia

Kaikkien 10.1.2018 mennessä kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan G-ryhmän lahjakortti (arvo 20€). Voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Kiitos osallistumisestasi!

Tomi Mutanen
Sairaanhoitajaopiskelija
tomi.mutanen@student.laurea.fi

Sivu 2

Millaisia kanavia pitkin saat pääasiassa tietoa työhösi liittyvistä tai yrityksen toimintaan vaikuttavista asioista?

Valitse 1-3 pääasiallista kanavaa

- Sähköposti
- Puhelin
- Tekstiviesti
- Intranet
- Sosiaalinen media (esim. yrityksen Facebook, Twitter tms.)
- Viikkopalaverit
- Esimies
- Työkaverit
- Puskaradio
- Muu, mikä?

Sivu 3

Mitä kanavia pitkin haluaisit saada tietoa työhösi liittyvistä tai yrityksen toimintaan vaikuttavista asioista?

Vallitse 1-3

- Sähköposti
- Puhelin
- Tekstiviesti
- Intranet
- Sosiaalinen media (esim. yrityksen Facebook, Twitter tms.)
- Viikkopalaveri
- Esimies
- Työkaverit
- Puskaradio
- Muu, mikä?

Sivu 4

Millaisena koet työpaikkasi sisäisen viestinnän?

Sivu 5

Kuvalle, miten yrityksen sisäinen viestintä vaikuttaa omaan työhösi?

Saatko aina tarpeellisen tiedon?
Kuinka ymmärrettävää tieto on?
Helppotaako yrityksen sisäinen viestintä työtäsi vai aiheuttaako se mahdollisesti haasteita?

Sivu 6

Miten yrityksen sisäinen viestintä vaikuttaa työssä viihtyvyyteesi?

Sivu 7

Miten kehittäisit yrityksen sisäistä viestintää?

Sivu 8

Jos haluat osallistua 20€ arvoisen lahjakortin arvontaan, täytä nimesi ja yhteystietosi alla oleviin kenttiin. Jos et halua osallistua, voit jättää kentät tyhjiksi.

Näitä tietoja ei voida yhdistää edellisiin kysymyksiin antamisi vastauksiin.

Nimi

Osoite

Puhelin

Sähköposti

Liite 2: Sisällönanalyysin eteneminen (Tutkimuskysymys 1)

Alkuperäinen ilmaus	Pelkistetty ilmaus	Alakategoria	Yläkategoria	Pääkategoria
"viestin kulku toimii, viestit siirtyy eteenpäin joko sanallisesti tai viestien kautta esim. sähköposti tai hilkka viesti"	Sisäinen viestintä toimii ja käytetyt viestintäkanavat ovat toimivia	Sisäinen viestintä toimii riittävän hyvin	Sisäisen viestinnän toimivuus	Henkilöstön kokemus yrityksen sisäisestä viestinnästä
"Viestintä toimii. Sopivasti väyliä jolla infota asioista niin että jokaisen tavoittavat."	Sisäinen viestintä toimii ja viestintäkanavia on riittävästi.			
"Ihan toimiva tällä hetkellä"	Sisäinen viestintä toimii			
"Sisäinen viestintä toimii suullisesti/päiväraportoinnin yhteydessä hyvin. Jokainen huolehtii melko hyvin, että tieto siirtyy vuorosta toiseen. Kirjauksista Hilkasta saa myös melko hyvin tietoa."	Sisäinen viestintä toimii sekä suullisesti että sähköisesti.			
"Omassa työyksikössä hyvänä."	Oman työyksikön sisäinen viestintä toimii hyvin			
"Omassa yksikössä erittäin hyvänä. Esimies tiedottaa meitä todella aktiivisesti ja hyvin."				
"Hyvänä niin työntekijä kuin esimiestasollakin."				

<p>”Vaihtelevana, joskus viesti ei kulje mihinkään suuntaan”</p> <p>”Ihan ok. Joskus voisi viesti kulkea paremminkin.”</p> <p>” Viestintä tapahtuu paljolti sähköpostilla, missä vaarana on että viestit hukkuvat toisten alle ja jäävät joiltakin lukematta. Näin on joskus käynnyt. Työvuorojen alussa olevilla raporteilla usein saadaan runsaasti tietoa.”</p> <p>” Toimiva. Kehittämistä on, ja siihen voisi panostaa enemmän, mutta pääsääntöisesti viestit kulkevat ja jotain kautta informaatio aina tavoittaa. Vuorotyä tuo omat haasteensa.”</p>	<p>Sisäinen viestintä toimii vaihtelevasti</p> <p>Sisäinen viestintä toimii pääosin hyvin, joskus viesti ei kuitenkaan kulje.</p> <p>Suullinen viestintä toimii, sähköpostissa tieto ei aina tavoita.</p> <p>Pääosin viestintä toimii, kehitettävää on, työn luonne aiheuttaa haasteita</p>	<p>Sisäinen viestintä toimii vaihtelevasti</p>	<p>Sisäisen viestinnän toimivuus</p>	<p>Henkilöstön kokemus yrityksen sisäisestä viestinnästä</p>
<p>” Viestit kulkee usein eri tahtiin eri yksiköihin ja niiden työntekijöille. Viestintäkanavia on liian monta. Muissa yksiköissä tehdään suunnitelmia ja päätöksiä, jotka koskee toisia yksiköitä ja niiden toteutumisaikataulussa ei huomioida ei aina eri yksiköiden tilanteita. Han-</p>	<p>Sisäinen viestintä sekavaa, viestintäkanavia liikaa, pelisäännöt puuttuvat viestinnästä</p>	<p>Sisäinen viestintä ei toimi tai siinä on paljon kehitettävää</p>	<p>Sisäisen viestinnän toimivuus</p>	<p>Henkilöstön kokemus yrityksen sisäisestä viestinnästä</p>

<p>kala on myös yksikön työntekijöiden yhteinen sähköposti, josta asiat usein luetaan vain osan työntekijöiden toimesta ja niiden toteutus jää lukijoille tai toteuttamatta.</p> <p>Olisi myös hyvä olla selkeästi sovittuna et kuka tiedottaa, mitä tiedottaa ja milloin.”</p> <p>” Viikkopalaverissa yleensä asioita käydään läpi nopeasti ja jos ei vielä satu olemaan paikalla jää tieto hataraksi asiasta. Sähköpostia tulee niin paljon yleiseen yksikön sähköpostiin, että ne hukkuvat sinne usein ja unohtuvat muutama päivän päästä. Infokansio oli hyvä. Muutoksia talossa todella paljon ja niistä ilmoitetaan yleensä hetkellä milloin ne muuttuvat tai pitäisi muuttua. Yllätyksiä monesti.”</p> <p>”Haasteellisena”</p>	<p>Liikaa tietoa liian nopeasti, viestin kulku ei ennakoivaa</p> <p>Sisäinen viestintä aiheuttaa haasteita</p>			
---	--	--	--	--

