

**Työnantajien mielikuvia ammattiryhmästä -
vertailussa sihteerit, HSO-sihteerit ja tradenomi, HSOt**

Hannele Kohtala



Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

<p>Tekijät Hannele Kohtala</p>	<p>Ryhmä tai aloitusvuosi THE7LS010</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Työnantajien mielikuvia ammattiryhmästä - vertailussa sihteerit, HSO-sihteerit ja tradenomi, HSOt</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 53+6</p>
<p>Ohjaaja tai ohjaajat Tuuli Tukiainen</p>	
<p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaisia mielikuvia suomalaisilla työnantajilla on sihteerien ja assistenttien ammattiryhmästä. Opinnäytetyössä tutkittiin työnantajien tietämystä erilaisista sihteerien nimikkeistä, kuten HSO-sihteeristä ja tradenomi, HSOsta. Haluttiin tietää, millä sektorilla työskentelevät henkilöt tuntevat eri nimikkeet parhaiten. Samalla selvitettiin, onko naistyönantajilla parempi tietämys kuin miehillä ja minkä ikäiset työnantajat osaavat parhaiten erottaa nimikkeet toisistaan.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään tutkimuksessa käytettyjä keskeisiä käsitteitä: mielikuvia ja imagoa. Ihmiset luovat mielikuvia ja imagoja uusista asioista aikaisempien kokemustensa perusteella. Syntyneitä mielikuvia on vaikea muuttaa myöhemmin. Tutkimuksen teoriaosuudessa paneudutaan myös HSO-sihteerien ja tradenomi, HSOiden historiaan, ja selvitetään erilaisia koulutusmahdollisuuksia henkilöille, jotka haluavat kouluttautua sihteeriksi tai assistentiksi.</p> <p>Tutkimuksen empiirinen osuus tehtiin kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun yhteistyökumppaneiden rekisteristä hankitulle perusjoukkoille lähetettiin sähköinen kyselylomake. Perusjoukko käsitti eri aloilla toimivia eri-ikäisiä työnantajia yhteensä 485 kappaletta. Vastausprosentti kyselyn kysymyksissä oli vähimmillään 22,7 % ja enimmillään 25,4 %.</p> <p>Tutkimustuloksista kävi ilmi, että yksityisellä sektorilla toimivat yli 40-vuotiaat naispuoliset työnantajat tuntevat sihteerin, HSO-sihteerin ja tradenomi, HSO:n erot parhaiten. Vastauksista selvisi myös, että suurin vaikuttaja työnantajien ammattiryhmän tuntemukseen oli vastaajan oma työpaikka. Tuntemukseen vaikutti myös lehdistö sekä sähköinen media eli televisio ja Internet.</p> <p>Tulosten perusteella suomalaiset työnantajat osaavat keskimukaisesti erottaa toisistaan erilaiset sihteerinimikkeet. HSO-sihteerien ja tradenomi, HSOiden ammattitaitoisuutta ja osaamista tulisi markkinoida enemmän, jotta muuallakin kuin yksityisellä sektorilla työskentelevät naiset osaisivat erottaa nimikkeet tavallisesta sihteerinimikkeestä.</p>	
<p>Asiasanat mielikuvat, työnantajat, tradenomit, assistentit, media</p>	

Degree programme for multilingual management assistants

<p>Authors Hannele Kohtala</p>	<p>Group or year of entry THE7LS010</p>
<p>The title of thesis An Employers' Views of a Professional Group Secretaries, HSO secretaries and the Bachelors of Business Administration program compared</p>	<p>Number of pages and appendices 53+6</p>
<p>Supervisors Tuuli Tukiainen</p>	
<p>The objective of the thesis was to find out what kind of images Finnish employers have of the secretaries as a professional group. In addition, employers' knowledge of different secretarial titles, such as the HSO secretary and the Bachelor of Business Administration program was studied. Another objective was to find out which working sector has the best knowledge of the various titles and whether female employers have a better knowledge than male employers. Whether employers of a certain age know the difference between the different secretarial titles was also studied.</p> <p>The main concept of the study is images and how they are formed. Reasons for how and why people form images or first impressions are presented in the theoretical part of the thesis. People create images of new people or things partially based on their previous experiences. The first impression that is formed is often quite difficult to change later. The history of HSO secretaries and the Bachelors of Business Administration program is studied in this part of the thesis as well as different possibilities of educating oneself for the secretarial profession.</p> <p>The empirical part of the study was done with the help of quantitative research methods. The population of the study was taken from the registry of HAAGA-HELIA University of Applied Sciences' partners. This population consists of 485 employers working in different sectors and of different ages. An Internet-based questionnaire was sent to the population in question. Depending on the questions, between 22.7% and 25.4% of the population answered the questionnaire.</p> <p>The results show that over 40-year-old female employers in the private sector have the best knowledge of the differences between secretaries, HSO-secretaries and the Bachelors of Business Administration program. The biggest influence on the employers' knowledge was their workplace. Other influences were the traditional and electronic media, i.e. television and the Internet.</p> <p>Finnish employers have a somewhat limited knowledge of how to differentiate between the different secretarial titles. The expertise of HSO secretaries and the Bachelors of Business Administration program should be marketed more so those other than female employers in the private sector are able to know the difference between them and an "ordinary", i.e. less qualified secretary.</p>	
<p>Key words images, employers, Bachelors of Business Administration, assistants, media</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen tausta.....	1
1.2	Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma.....	2
1.3	Tutkimuksen rakenne.....	2
1.4	Keskeiset käsitteet.....	2
2	Mielikuvat.....	3
2.1	Mitä mielikuvat ovat?.....	3
2.2	Mielikuvan synty.....	4
2.2.1	Median luomat mielikuvat.....	6
2.2.2	Imago.....	6
2.2.3	Profilointi.....	7
2.2.4	Maine vai imago?.....	8
3	Assistentti, johdon assistentti, sihteeri?.....	9
3.1	HSOiden historia.....	9
3.1.1	Perustaminen ja alkuvuodet.....	9
3.1.2	Ammattikorkeakoulukokeilu.....	9
3.1.3	HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu.....	11
3.2	Tradenomi HSO Sihteerit ry.....	11
3.3	Sihteerit.....	12
3.3.1	Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.....	12
3.3.2	Sihteerin ammattitutkinto opistoissa.....	13
4	Sihteeri sähköisissä viestimissä.....	15
4.1	Sihteeri-nimikkeet Internet-hakukoneiden hakutuloksissa.....	15
4.2	Sihteeri The Office-televisiosarjassa.....	20
5	Empiirinen tutkimus.....	22
5.1	Empiirisen tutkimuksen toteutus.....	22
5.2	Perusjoukko.....	23
5.3	Kyselyn lähettäminen.....	24
5.4	Kyselyn rakenne.....	25
6	Kyselytulosten esittely.....	27

6.1	Taustatiedot.....	27
6.2	Työsuhdetiedot.....	28
6.3	Kysely ammattiryhmästä	28
6.3.1	HSO-tittelin tunnettuus.....	28
6.3.2	Sihteerit ja HSOt vastaajien työpaikalla.....	30
6.3.3	Sihteerien ja HSOiden kuvailu.....	31
6.3.4	Sihteerien ja HSOiden palkkaus	33
6.3.5	Vastaajien mietteitä työpaikkojensa sihteereistä ja HSOista	34
7	Johtopäätökset kyselyn tuloksista	36
7.1	Työnantajien HSO-tuntemus	36
7.2	Median vaikutus HSOiden tuntemiseen	37
7.3	Sihteerit ja HSOt työnantajien yrityksissä.....	38
7.4	Työntekijöiden palkkaus.....	39
8	Yhteenveto.....	40
9	Arviointi	42
9.1	Aineiston käytettävyys	42
9.1.1	Validiteetti ja reliabiliteetti.....	42
9.1.2	Aineiston rajallisuus	43
9.2	Aineiston hyödyllisyys ja kehitysehdotukset.....	44
9.2.1	Aineiston hyödyllisyys HAAGA-HELIALle	44
9.2.2	Aineiston hyödyllisyys ammattijärjestölle	45
9.3	Aineiston hyödyntäminen	46
9.3.1	Koulutusohjelman kehittäminen.....	46
9.3.2	HSO-tittelin markkinointi	47
9.4	Itsearviointi	49
	Lähteet	50
	Liitteet	54
	Liite 1. Saatekirjeen malli	54
	Liite 2. Kyselylomakkeen malli	55
	Liite 3. Muistutusviestin malli	59

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen tausta

Valmistumassa olevat opiskelijat tietävät minkälaisiin työpaikkoihin he haluavat valmistuttuaan päästä. He tietävät myös, mitkä firmat ovat hyviä työnantajia. Mutta erottavatko työnantajat pelkkien opiskelutodistusten perusteella työpaikkaan soveltuvimmat työntekijät? Suurten ikäluokkien jäädessä pois työelämästä saavat nuoremmat ihmiset tilaisuuden hakeutua melkein pä mihin tahansa haluamaansa työpaikkaan. Työnantajien tulisi osata valita hakijoista työhön soveltuvat ja oikealla tavalla koulutetut henkilöt.

Olemassa olevat mielikuvat vaikuttavat hyvin vahvasti siihen, miten ihmiset suhtautuvat kohteeseen, olipa tämä sitten poliitikko, työyhteisö, yritys, tuote tai asia. Positiivinen mielikuva toimii kuin ruusunpunainen suodatin, joka saa ihmiset tulkitsemaan tapahtumia suopeasti. Kielteinen mielikuva sen sijaan on kuin mustanpuhuvan filteri, joka ohjaa huomion kiinnittymään vain kohteen varjopuoliin. (Karvonen 1999, 4.)

Joillakin työnantajilla saattaa olla muun muassa mediasta saatuja kielteisiä mielikuvia ja ennakkoluuloja sihtereihin ja assistentteihin liittyen, joten he ovat hyvin varovaisia heitä palkatesaan. Jotkut työnantajat eivät ole itse joutuneet aikaisemmin palkkaamaan sihteriä ja siihen tilanteeseen joutuessaan turvautuvat luomiinsa mielikuviiin, jotka saattavat olla hyvinkin erilaisia todellisuuteen verrattuna. Huomasin edustaessani työharjoittelupaikkaani Tradenomi HSO Sihteerit ry:tä elokuun 2009 lopussa järjestetyillä Sihteri & Assistentti -messuilla, että kaikki työelämässä olevat ihmiset eivät tunnista jo 40 vuotta esillä ollutta HSO-nimikettä. Kourallinen ihmisiä tuli kysymään minulta mitä HSO tarkoittaa ja mitä järjestömme oikein tekee.

Sihteriksi voi kouluttautua erilaisissa aikuisopistoissa, täydennyskoulutuksena työn ohessa sekä Kymenlaakson että HAAGA-HELIA ammattikorkeakouluissa. Opistoissa koulutus toteutuu yleensä itsenäisesti etäopiskeluna, jolloin saatu tietomäärä on rajallinen. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelman voi suorittaa joko suomeksi tai englanniksi AMK-tutkintona tai tietoja ja taitoja voi päivittää ylemmän AMK-tutkinnon avulla joko suomeksi tai englanniksi (HAAGA-HELIA 2009a, b). Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelman voi suorittaa suomeksi AMK-tutkintona ja tietoja ja taitoja voi päivittää ylemmän AMK-tutkinnon muodossa suomeksi tai englanniksi (Kymenlaakson AMK 2010a, b). Ammattikorkeakouluissa löytyy vaihtoehtoja monipuoliseen koulutukseen, kun taas opistokoulutus tähtää yksinkertaisempaan tutkintoon.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Tutkimuksen tavoitteena on ottaa selvää onko työnantajilla esimerkiksi mediasta saatuja mielikuvia sihteereistä, HSO-sihteereistä sekä tradenomi, HSOista ja ovatko työnantajien mielikuvat samanlaisia vai erilaisia keskenään ja mistä tämä johtuu. Samalla selvitetään tietävätkö työnantajat eron sihteeri-nimikkeellä, HSO-sihteeri -nimikkeellä ja tradenomi, HSO-nimikkeellä töitä hakevan välillä. Tavoitteena on myös selvittää kuka näistä kolmesta otettaisiin yritykseen mieluiten töihin ja millä perusteella. Tutkimuksen avulla pyritään siis tutkimaan työnantajien mielikuvia sihteerien ammattiryhmästä yleisesti, mutta samalla vertailemaan työnantajien tietoja sihteerien, HSO-sihteerien ja tradenomi, HSOiden eroavaisuuksista.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Johdannossa esitellään tutkimuksen tausta ja kohde sekä eritellään tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma. Tutkimuksen tavoitteena on tutkia mielikuvia, joten ensin perehdytään siihen, mitä mielikuvat ovat ja miten ne syntyvät. Tutkimuksen alussa kerrotaan HSO-sihteerien historiasta sekä siitä, missä sihteerin tai assistentin tutkinnon voi suorittaa. Samalla kerrotaan, miten sihteerit, HSO-sihteeri ja tradenomi, HSOt eroavat toisistaan. Historian jälkeen tarkastellaan miten sihteerien ammattiryhmä on edustettuna sähköisessä mediassa, kuten Internetissä ja televisiossa, ja minkälaisia mielikuvia se ihmisille luo. Sen jälkeen esitellään kysely, joka lähetettiin kohderyhmälle sekä avataan ja analysoidaan siitä saadut vastaukset. Lopuksi arvioidaan aineiston hyödyllisyys ja käytettävyys.

1.4 Keskeiset käsitteet

Tutkimuksessa käytetään tiettyjä toistuvia käsitteitä, sillä käsitteet muodostavat ihmisille mielikuvia. Käytetyt käsitteet ovat *sihteeri*, *HSO-sihteeri* ja *tradenomi*, *HSO*. *Sihteerillä* tarkoitetaan muun muassa Kymenlaakson ammattikorkeakoulusta valmistuneita tradenomeja Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmasta, ammattiopistoissa tutkinnon työn ohessa hankkineita sihteereitä, vanhan kauppaopiston sihteerilinjan käyneitä sihteereitä sekä täysin kouluja ja koulutuksia käymättömiä sihteeri-tittelillä työskenteleviä henkilöitä (Paulaharju 2009). *HSO-sihteerillä* tarkoitetaan vanhasta Helsingin Sihteeriopistosta valmistuneita HSO-sihteereitä. *Tradenomi*, *HSOilla* tarkoitetaan uusia HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulusta Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmasta valmistuneita.

2 Mielikuvat

2.1 Mitä mielikuvat ovat?

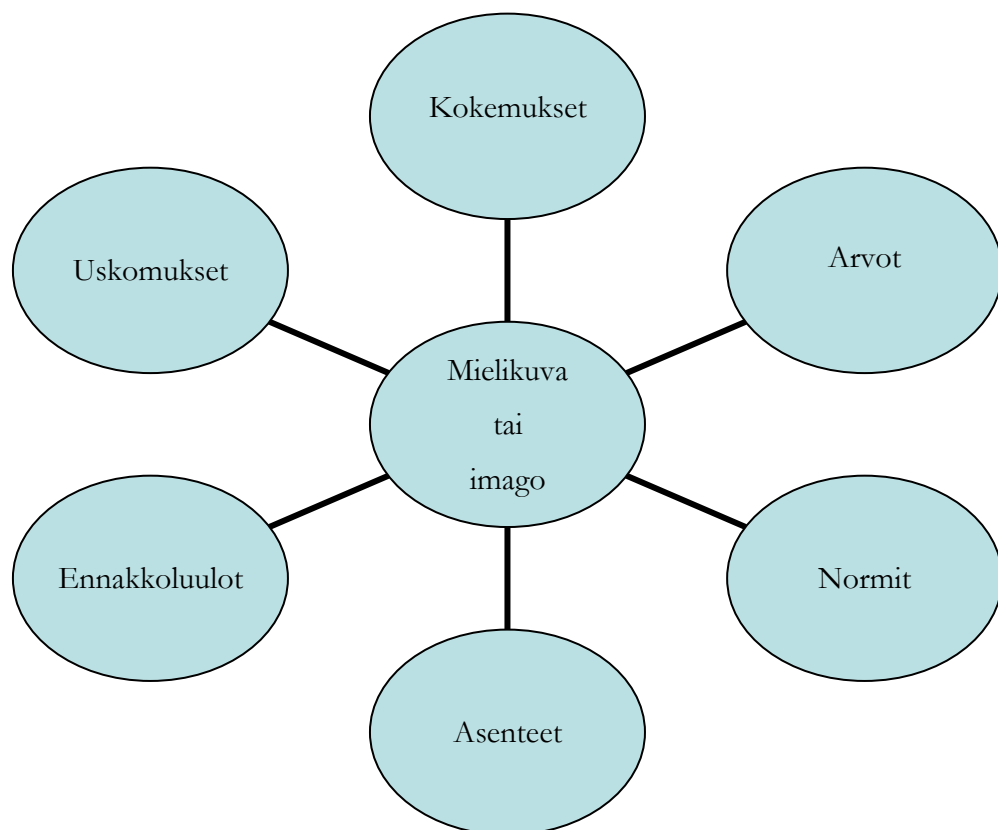
Mielikuvat ovat ihmisten käsityksiä ja mielipiteitä asioista ja ihmisistä. Imagon tai mielikuvan voi ymmärtää kognitiivisena tietorakenteena eli skeemana. Skeema on eräänlainen odotusrakenne tai teoria siitä, millainen asia tai ihminen tyypillisesti ja oletusarvoisesti on. Nämä odotusrakenteet ovat syntyneet henkilön aikaisemmasta kokemuksesta oman kulttuurinsa jäsenenä. Mielikuvat syntyvät viesteistä, viestinnästä, teoista ja toiminnasta. Kokemustemme avulla mieleemme syntyy esimerkiksi odotusrakenne siitä, millainen ”pallo” tyypillisesti ja oletusarvoisesti on. (Juholin 2006, 78; Karvonen 1999, 53, 61.) Eri kulttuureissa kasvaneilla ihmisillä on siis erilaiset oletusarvot asioille. Kolmannen maailman maissa käsitys terveydenhuollosta on aivan eri kuin teollistuneissa maissa. Afrikassa terveydenhuolto saattaa tarkoittaa paikallisen shamaanin luona käymistä sairastapauksen iskiessä, kun taas esimerkiksi Suomessa terveydenhuolto tarkoittaa joko kunnallista tai yksityistä terveydenhuoltoa. Afrikkalaisen ja suomalaisen skeema terveydenhuollosta eroaa suuresti, mikä johtuu erilaisista kokemuksista kahdessa hyvin erilaisessa kulttuurissa. Skeema pallostakaan ei muodostu pelkän viestinnän kautta. Ihminen ei voi ymmärtää pallon käsitettä, jos hän on vain kuullut siitä. Ihmisen täytyy myös kokea tai nähdä toimintaa, jossa käytetään palloa, jotta hän voisi muodostaa siitä odotusrakenteen.

Mielikuva on havainnon kaltainen elämys tai henkinen mielikuva, johon ei kuitenkaan liity minkäänlaista ulkoista ärsykettä, joka toimisi havainnon kohteena. Mielikuvia voidaan muodostaa ja muokata vapaasta tahdosta. Hallusinaatiota taas ei voida vapaasti muokata, sillä se on eräänlainen havaintoelämys ilman havainnon kohdetta. (Wikipedia 2008.) Hallusinaatio tarkoittaa aistiharhaa, sillä sen voi kokea millä aistilla tahansa. Se on todentuntuinen aistimus ilman todellista ulkoista ärsykettä. Hallusinaatiot ovat tyypillisiä mielisairauksissa. Skitsofreniaa sairastavilla ihmisillä hallusinaatiot ovat yleisiä, mutta myös terveet ihmiset voivat kokea niitä esimerkiksi juuri kun ovat nukahtamaisillaan. Hallusinaatiot eivät ole vaarallisia, sillä unetkin ovat eräänlaisia hallusinaatioita. (Wikipedia 2010a.) Kosslynin (1995) mukaan mielikuva on muistikuva, koska se muodostuu muistetun aineiston pohjalta. Tämän takia mielikuvan yksityiskohtia on vaikea tarkastella. Mielikuvan ylläpitäminen on muutenkin vaikeaa, sillä ulkoinen informaatio ei tue sitä. Mielikuvitus voi muuttaa mielessä säilyvää mielikuvaa tai yhdistellä eri mielikuvia erilaisiksi kokonaisuuksiksi. (Karvonen 1999, 57.) Mielikuvan rakennetta voidaan selittää monella eri tavalla, mutta mikä näistä tavoista antaa oikean selityksen? Vai onko mikään niistä sittenkään oikea? Ehkä mielikuvan todellista rakennetta ei ole vielä oikeasti selvitetty tai se on kaikkien selitysten sekoitus.

2.2 Mielikuvan synty

Sanoista muodostuu ideapaketteja ja ideat ovat jokaisella ihmisellä erilaiset. Tämän takia mielikuva-sanan määrittelemineen on lähes mahdotonta. Jollekin henkilölle mielikuva on joko myönteinen tai kielteinen idea, kun taas toiselle mielikuva saattaa olla täysin neutraali. Mielikuvat muodostuvat siis henkilön omien kokemusten, tietojen, asenteiden, tunteiden ja uskomusten kautta. Mielikuvia muodostuu myös ajatuksista, näkemyksistä sekä käsityksistä, joihin ei liity myönteistä tai kielteistä tunnetta. (Juholin 2006, 192; Rope & Mether 1987, 11, 32.)

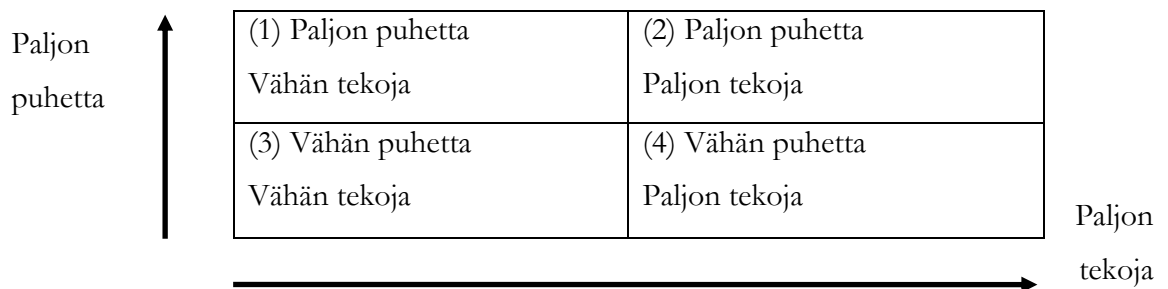
James A. Drewerin Psykologian sanakirja (1964) määrittelee mielikuvan aistinvaraiseksi kokemukseksi, jonka näemme sielumme silmin. Ja sielun silmähän ovat jokaisella erilaiset. Asiat, joita silmillämme näemme, riippuvat monista tekijöistä, kuten aiemmista kokemuksistamme, ennakkoluuloistamme ja asenteistamme. Sielumme silmät näkevät maailman ja todellisuuden juuri sellaisena versiona, joka sopii meille nykyisessä elämäntilanteessamme. (Rope & Mether 1987, 11.) Lisäksi arvot, normit, uskomukset ja ihmisen persoonallisuus vaikuttavat siihen millaisia mielikuvia muodostamme asioista ja ihmisistä. Asenteet ovat pysyviä mielikuvia ympäristössä havaitsemistamme asioista ja tapahtumista. Myös yksilölliset, yhteisölliset ja yhteiskunnalliset arvot ovat asenteita, jotka ovat joko myönteisiä tai kielteisiä. (Rope & Mether 1987, 59.)



Kuvio 1. Mielikuvan tai imagon muodostajat (Rope & Mether 1987, 78)

Mielikuvat voivat olla myös virheellisiä, jos niitä perustellaan omien kokemusten ja tietojen pohjalta. Ihmisten on helpompi hyväksyä mielikuva, jos se jotenkin vahvistaa hänen aikaisempia käsityksiään asiasta tai henkilöstä. Ensimmäisten 15–20 sekunnin aikana uusi henkilö tai asia luokitellaan joko myönteiseksi tai kielteiseksi aikaisempien kokemustemme perusteella (Rope & Mether 1987, 33). Jos henkilö luokitellaan myönteiseksi, pyrimme näkemään hänestä muitakin myönteisiä puolia. Jos henkilö luokitellaan kielteiseksi, emme löydä hänestä mitään myönteisiä piirteitä. Tämäntapaista ensivaikutelmaa sanotaan ensimmäiseksi. Jos tämä ensimmäinen mielikuva on myönteinen, emme tahdo suostua näkemään tapaamamme henkilön puutteita ja heikkouksia, koska ne olisivat ristiriidassa jo muodostamamme ensivaikutelman kanssa. Jos myönteisestä henkilöstä kuitenkin ajan mittaan paljastuu kielteisiä piirteitä, muodostuu ristiriita ensivaikutelmamme kanssa ja joudumme arvioimaan henkilön uudestaan. Jos ensivaikutelma taas on ollut kielteinen ja henkilöstä paljastuu myönteisiä piirteitä, mielikuvaa on vielä vaikeampi arvioida ja muodostaa uudestaan. Negatiivisuudella on suuri vaikutus ihmiseen: mielihope kohdehenkilöstä voi muuttua positiiviseksi silmänräpäyksessä kohdehenkilön tekemästä pienimmästäkin ”virheestä”. Kohdehenkilön on vaikea saada tämä negatiivinen mielikuva muuttumaan takaisin positiiviseksi. Vaatii paljon aikaa ja positiivisia tekoja, jotta muut ihmiset näkisivät hänet taas myönteisenä henkilönä. (Rope & Mether 1987, 34.)

Sanotaan, että teot kertovat arvoista ja tavoitteista uskottavammin kuin sanat. Esimerkiksi yrityksen mielikuva syntyy sekä sanoilla että teoilla. Yrityksen, joka käyttää paljon sanoja ja vähän tekoja (1) saattaa kärsiä uskottavuuden puutteesta. Jos yritys kertoo parantavansa asiakaspalvelua, mutta mitään ei tapahdu, uskottavuus ja mielikuva kärsivät. Paljon tekoja ja vähän sanoja (4) käyttävä yritys uskoo tekojensa puhuvan puolestaan. Jos yritys kuitenkin joutuu perustelemaan olemassaoloaan esimerkiksi yhteistyöryhmälle, se tarvitsee myös viestintää. Vähän sanoja ja vähän tekoja (3) käyttävä yritys on tasapainotilassa, mutta ihanteellisin yritys olisi paljon sanoja ja paljon tekoja (4) käyttävä. Yrityksessä viestintä ja toiminta tukevat toisiaan ja luovat hyvää mielikuvaa asiakkaille ja sidosryhmille. (Juholin 2006, 192–192.)



Kuvio 2. Nelikenttä sanojen ja tekojen suhteesta mielikuvien synnyssä (Juholin 2006, 193)

2.2.1 Median luomat mielikuvat

Mediasta saadut tiedot muokkaavat mielikuviamme suuresti. Televisiossa näytetyt maisemat lumisesta ja kylmästä talvesta pohjoisella pallonpuoliskolla muokkaavat ihmisten kuvaa siitä millainen talven tulisi olla. Varsinkin maissa, joissa talvella ei sada lunta vaikuttaa media näiden stereotyypioiden muodostumiseen vahvasti. Lippmannin (1965) mukaan: ”Stereotyyppien kulttuuriset silmälasit ohjaavat voimakkaasti havaintokykyämme, jolloin näemme vain sen, mitä odotamme, samalla kun stereotyyppiin kuulumaton puoli jää huomaamatta” (Karvonen 1999, 141). Lämpimissä eteläisissä maissa ei välttämättä tiedetä, että kaikissa pohjoisissa maissa talvet eivät ole lumisia vaan sateisia tai loskaisia.

Populaarikulttuuriset televisio-ohjelmat ehdollistavat katsojia erilaisilla dramaattisilla ja jännittäväillä stereotyypejä huokuvilla hahmoilla vuodesta toiseen. Ohjelmat antavat katsojille tietoa ja kuvia siitä, millaisia jumaloidut tai väheksytyt henkilöt ovat. (Karvonen 1999, 191.) Sankarit kuvaillaan usein komeiksi ja lihaksikkaita miehiksi tai kauniiksi ja viisaiksi naisiksi, kun taas rikolliset ovat ilkeännäköisiä ja käyttäytyvät epäilyttävästi. Todellisuudessa sankaruus ja rikollisuus riippuvat teoista eivätkä ulkonäöstä; lihava poliisi saattaa olla sankari ottaessaan vaarallisen vankikarkurin kiinni ja komea nuorimies saattaa olla pahamaineinen rahanväärentäjä. Valitettavan usein stereotyyppiä vaikuttavat niin suuresti ihmisten mielikuviiin toisista ihmisistä, että tavatessaan uuden henkilön ihmiset yhdistävät jonkun mediasta saamansa stereotyyppisen hahmon piirteet tähän, vaikka henkilö olisikin oikeasti stereotyyppian vastakohta. Uusi henkilö käyttäytyy normaalisti, mutta muut saattavat käyttäytyä häntä kohtaan vihamielisesti, jos hän on jollain eleellään tai kasvonilmeellään saanut heidän mieliinsä nousemaan kuvan televisiossa esiintyvistä rikollisista. Uudella henkilöllä voi olla vaikeuksia saada muut uskomaan, että hän on oikeasti mukava ihminen eikä rikollinen. Ensivaikutelma on ihmisille niin tärkeä, että voi kestää kauan ennen kuin tämä henkilö saa antamansa väärän ensivaikutelman kumottua.

2.2.2 Imago

Imago on se kuva, joka henkilölle syntyy organisaatioista, ihmisistä tai asioista. Imago tarkoittaa henkilön vastaanottamaa kuvaa eli se on hänen mielikuviansa summa. Imago on viimeinen osa ketjusta, joka alkaa identiteetistä ja joka viimeistellään profiiliksi. Se syntyy henkilön tajunnassa hänen havainnoistaan ja pyrkimyksistään automaattisesti imagonluojasta riippumatta. (Juholin 2006, 187; Uimonen & Ikävalko 1996, 189.) Imagolla tarkoitetaan siis samaa asiaa kuin mielikuvalla. Identiteetti taas tarkoittaa henkilön, yrityksen tai asian perusolemusta, joka on kehittynyt ajan kuluessa erilaisten tapahtumien myötä. Se koostuu arvoista, ominaisuuksista,

ihmisistä, tuotteista sekä näiden kaikkien myönteisistä ja kielteisistä puolista. Identiteettiä on vaikea muuttaa esimerkiksi jonkin muotivirtauksen mukaan, mutta se kuitenkin muuttuu kaiken aikaa ihmisten, toiminnan, ajan ja arvojen mukana. (Uimonen & Ikävalko 1996, 181.)

Imago syntyy tai se luodaan yksittäisissä tilaisuuksissa, kahdenvälisissä keskusteluissa ja jopa kirjeiden välityksellä (Uimonen & Ikävalko 1996, 190). Nimmo & Savage (1976) esittävät, että kohtaamiseen tarvitaan aina vähintään kaksi osapuolta ja molemmat vaikuttavat lopputulokseen syntyvään imagoon. Muodostuva imago riippuu siis sekä lähettäjältä että vastaanottajasta. (Karvonen 1999, 40.) Imagon lähettäjän omat arvot, mielipiteet ja ennakkoluulot vaikuttavat siihen, miten hän esittää asiansa ja millaisen imagon hän näin antaa julki. Imagon vastaanottaja taas tulkitsee saamansa viestin omien arvojensa, mielipiteidensä ja ennakkoluulojensa avulla. Imago saattaa siis muuttua esimerkiksi lähettäjän myönteisestä imagon esittämisestä vastaanottajan negatiiviseen tulkintaan. Vastaanottajien mielipiteitä vahvistavat tai heikentävät myös ympäristöstä saadut vaikutteet ja viestit. Imago syntyy, vahvistuu, vääristyy tai katoaa myös tilanteissa, joissa välitämme tietoa itsestämme. Imago-sanaa voidaan käyttää myös kuvailemaan vaikutelmia asioista ilman aiempia kokemuksia. Imago syntyy joka tapauksessa, halusimme sitä tai emme. Imago toteutuu myös teoissa ja sanoissa: niiden tulee olla yhteneviä. Jos teot ja sanat ovat ristiriidassa toistensa kanssa, syntyvä imago on hyvin sekava ja epämääräinen. Tämä voi johtaa siihen, että imago nähdään kielteisenä, jolloin sitä on vaikeampi muuttaa takaisin myönteiseksi. (Juholin 2006, 187; Uimonen & Ikävalko 1996, 190–191.)

2.2.3 Profilointi

Profilointi on tietoista ja tavoitteellista toimintaa, jolla esimerkiksi yritys tai yhteisö pyrkii luomaan tai vahvistamaan haluttua imagoa. Yritys tai yhteisö pyrkii siis vaikuttamaan itsestään annettuun mielikuvaan. Profilointiin kuuluu esimerkiksi yrityksen tavoitemielikuvan määrittely. Se pitää sisällään tavoitteen ja pyrkimyksen, mutta samalla tunnustaa, että lopputulokseen vaikuttavat myös monet muut tekijät. Profilointi on myös lähellä imagon rakentamista, sillä molempia käytetään varsinkin julkisuuden henkilöistä puhuttaessa. Julkisuuden henkilöt ajattelevat usein, että heidän imagonsa on rakennettavissa riippumatta heidän oikeista ominaisuuksistaan. (Juholin 2006, 41, 188.) Esimerkiksi kiltti ja nuori laulajatyttö haluaa näyttää rajulta, aikuiselta naiselta rakennetun imagon avulla. Tosiasiassa imago ei välttämättä mene yleisölle läpi. Kiltti laulajatyttö näyttää kiltiltä laulajatyöltä, vaikka hän olisi yrittänyt rakentaa imagostaan erilaisen.

2.2.4 Maine vai imago?

Mainonnassa, viestinnässä, mediassa puhutaan usein maineesta ja imagosta. Tavallinen kaduntallaaja on vähemmästäkin sekaisin, kun eri termejä käytetään samojen asioiden kuvailemiseen toisessa paikassa ja toisessa paikassa vannotetaan termien tarkoittavan eri asioita. Mutta miten nämä termit sitten eroavat toisistaan? Edellä mainittujen käsitteiden määrittely riippuu kuitenkin viime kädessä siitä, kuka käsitteitä määrittelee ja mitä tarkoitusta varten, sillä kaikilla on omat näkökulmansa asioihin (Aula & Heinonen 2002, 61).

Yleisesti maineella tarkoitetaan tulkintaa, ja siitä syntyviä mielikuvia, esimerkiksi jostain organisaatiosta. Imago taas usein yhdistetään yrityskuvaan eli se on jonkun henkilön kuva jostain organisaatiosta. Imago on visuaalinen ilmiö, jota voi muuttaa esimerkiksi mainonnalla. Maine taas ei ole näin pinnallinen ja helposti muutettavissa oleva. (Aula & Heinonen 2002, 38, 48, 52.) Maine ja imago rakentuvat eri tavoilla ja niihin vaikutetaan eri keinoilla. Imagohan on visuaalinen termi, jonka avulla yritetään vaikuttaa ihmisten mielikuviiin. Imagon voi siis rakentaa vaikuttamalla ihmisiin myönteisesti ja täten jättämällä heihin myönteisen vaikutelman. Maine taas syntyy yrityksestä kerrottujen tarinoiden ja uutisten perusteella. Jos yrityksestä kerrotaan positiivisia tarinoita, on todennäköistä, että ihmisten niistä saadut tulkinnat ja mielikuvat ovat myös positiivisia. Yritykselle voidaan tällä tavalla luoda hyvä maine. (Aula & Heinonen 2002, 50, 61.) Jos yrityksestä lähtee liikkeelle negatiivista tietoa, eikä yritys kykene selvittämään tilannetta muuttamalla tietoa positiiviseksi, yritykselle saattaa muodostua huono maine ulkopuolisen katsojan silmissä. Mainetta voidaan ajatella samalla tavalla kuin kiinalaisten käsitystä kasvoista ja niiden menettämisestä. Jos ihmiset uskovat ja luottavat yrityksen toimintaan, hyvä maine ja kasvojen säilyminen ovat taattuina. Jos taas ihmiset eivät usko tai luota yrityksen toimintaan sekä maine että kasvot ovat menetettyjä. Kasvojen jatkuva säilyminen onnistuu toimimalla menestyksekkäästi, mutta kerskumatta. Maine täytyy siis ansaita. (Aula & Heinonen 2002, 25–26, 61.)

3 Assistentti, johdon assistentti, sihteeri?

3.1 HSOiden historia

3.1.1 Perustaminen ja alkuvuodet

Helsingin Sihteeriopisto perustettiin Helsingin Kalliolan vapaaopiston tiloihin vuonna 1967 (Kärki 1997, 16). Helsingin Sihteeriopisto perustettiin, koska ylioppilaiden määrä kasvoi jatkuvasti ja kaikille valmistuneille pyrittiin löytämään lisää koulutusmahdollisuuksia (Kärki 1997, 8). Sihteeriopiston tarkoituksena oli kouluttaa oppilaita työelämän haasteita ja tarpeita varten laajentamalla heidän lukiosta saamia tietoja ja taitoja (Kärki 1997, 9). Opistosta kiinnostuneita hakijoita alkoi olla joka vuosi yhä enemmän, ja tilat alkoivat käydä ahtaiksi. Martti Saarikoski muistelee: ”Lisätilaa haettiin Kalliolan kellarikerroksen kerhohuoneista, joiden varustus opetuksen jakamista ajatellen oli kehno. Oppilaat istuivat puutyynyreillä, toisessa huoneessa pirtinpenkeillä.” (Kärki 1997, 18.)

Vuonna 1974 Helsingin Sihteeriopisto siirtyi Oulunkylään suurempiin tiloihin. Samalla 2-vuotisenä koulutuksena alkanut koulutus muutettiin 2½-vuotiseksi. ”Opetussuunnitelma käsitti n. 2400 oppituntia, joista kielten osuus oli n. 50 %, sihteeritaitoaineiden (sihteerioppi, konttorioppi, konekirjoitus ja pikakirjoitus) n. 30 % ja muiden aineiden n. 20 %”, kertovat Ritva Aaltio ja Marketta Kärki. (Kärki 1997, 26–27.) Vuosien saatossa teknologiaa alettiin hyödyntää toimistoissa ja sihteerien tehtävistä tuli yhä vaativampia. Helsingin Sihteeriopistossa alettiin suunnitella uutta 3-vuotista koulutusohjelmaa, johon lisättäisiin muun muassa tietojenkäsittelykursseja, talouden ja hallinnon aineita sekä kielten opetusta. Uusi 3-vuotinen opetusohjelma tuli käyttöön vuonna 1987. (Kärki 1997, 29.)

3.1.2 Ammattikorkeakoulukokeilu

Uusi opetusohjelma toimi hyvin ja Helsingin Sihteeriopistosta tuli Suomen ainoa kolmivuotista koulutusta tarjoava kauppaoppilaitos. 1990-luvun alussa opetushallituksen ja Uudenmaan lääninhallituksen edustajat kehottivat Helsingin Sihteeriopistoa hakemaan ammattikorkeakoulukokeilulupaa, joka nostaisi opistokoulutuksen tason korkeakoulutasolle. (Kärki 1997, 39.) Helsingin Sihteeriopisto jätti kokeilulupahakemuksen Sihteerialan ammattikorkeakoululle helmikuussa 1991, mutta valtioneuvosto hylkäsi sen. Samoihin aikoihin myös Suomen Liikemiesten Kauppaopiston Säätiö ja ATK-instituutin kannatusyhdistys ry hakivat yhteistä ammattikorkeakoulukokeilulupaa, jonka valtioneuvosto myös hylkäsi. Hakemusten hylkäämisen jälkeen ope-

tusministeriö ehdotti, että ATK-instituutin, Helsingin Sihteeriopiston ja Suomen Liikemiesten Kauppaopiston kannattaisi hakea yhteistä kokeilulupaa. Valtioneuvosto hyväksyi tämän hakemuksen lokakuussa 1991. Hyväksytty hakemus antoi Helsingin Sihteeriopiston kannatusyhdistys ry:lle, ATK-instituutin kannatusyhdistys ry:lle ja Suomen Liikemiesten Kauppaopiston Säätiölle luvan väliaikaiseen ammattikorkeakoulukokeiluun, jonka nimeksi tuli Helsingin liiketalouden ja hallinnon väliaikainen ammattikorkeakoulu. Helsingin Sihteeriopiston uuden koulutusohjelman nimeksi tuli sihteerityön ja kielten koulutusohjelma, englanniksi Degree Programme in Modern Languages and Business Studies. (Kärki 1997, 40.)

Ammattikorkeakoulukokeilu toteutettiin vuosina 1993–1997. Helsingin Sihteeriopiston koulutusohjelmassa tehtiin muutoksia, jotta tutkinto vastaisi työelämässä tapahtuneisiin muutoksiin. Suurimpia muutoksia työelämässä olivat assistentti- ja sihteeritehtävien lisääntyminen, organisaatioiden kansainvälistyminen sekä sihteerien enenevä osallistuminen tiimi- ja ryhmätyöskentelyyn. (Kärki 1997, 40–41.) Vuonna 1996 koulutusohjelmaa päätettiin jälleen pidentää, jotta kielten opetusta ja vapaasti valittavia aineita saataisiin lisättyä tutkintoon. Samana vuonna ammattikorkeakoulussa käynnistyi kokonaan englannin kielellä toteutettava koulutusohjelma nimeltä Degree Programme in Modern Languages and International Business. (Kärki 1997, 41–42.)

Helsingin Sihteeriopiston linjalta valmistuvien opiskelijoiden tittelistä käytiin vilkasta keskustelua, sillä opetusministeriö ei aluksi hyväksynyt HSO-sihteerin (AMK) -titteliä, jota sekä opiskelijat että opettajat olivat ehdottaneet. Suomenkielisen koulutusohjelmasta valmistuneet saivat tittelikseen tradenomin ja englanninkielisestä koulutusohjelmasta valmistuneet saivat tittelikseen Bachelor of Business Administration (BBA). Vuonna 1996 opetusministeriön kanssa käydyissä tulos- ja tavoiteneuvotteluissa päästiin viimein lopputulokseen, että valmistuneet saavat HSO-sihteerin tittelin. (Kärki 1997, 42.) Hallitus päätti vuonna 1995, että kokeiluoppilaitosten tulee ansaita vakituinen asema ammattikorkeakouluna erilaisilla näytöillä. Helsingin liiketalouden ja hallinnon ammattikorkeakoulu jätti vakinaistamishakemuksensa tammikuussa 1996. Valtioneuvosto hyväksyi hakemuksen myöhemmin samana keväänä. Vuonna 1997 Helsingin Sihteeriopisto täytti 30 vuotta ja lopetti toimintansa, sillä oppilaitoksen koulutustehtävät siirtyivät kokonaisuudessaan Helsingin liiketalouden ammattikorkeakoulun eli Helian hoidettavaksi. (Kärki 1997, 43.)

3.1.3 HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

Helsingin liiketalouden ammattikorkeakoulu Helia yhdistettiin Haaga Instituutin ammattikorkeakoulun kanssa vuonna 2007, jolloin koulun nimeksi tuli HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. HAAGA-HELIAssa voi opiskella joko ammattikorkeakoulututkinnon tai ylemmän AMK-tutkinnon koulutusohjelmissä sekä englanniksi että suomeksi. (Wikipedia 2009a.) Entisen Helsingin Sihteeripiston koulutusohjelma on tarjolla HAAGA-HELIA:n Pasilan toimipisteessä nimellä Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. Tästä 3,5 vuoden koulutusohjelmasta valmistuneet saavat tutkintonimikkeekseen tradenomi (eli tradenomi, HSO). (HAAGA-HELIA 2009a.) Sama koulutusohjelma toimii koulussa myös englanninkielisenä nimellä Degree Programme for Multilingual Management Assistants ja tutkintonimikkeeksi tulee englanniksi Bachelor of Business Administration (BBA) tai kuten suomeksi tradenomi (HAAGA-HELIA 2010a).

Koulutusohjelma valmentaa opiskelijoita kolmessa tärkeässä osaamisalueessa: monikulttuurisessa viestinnässä, liiketalouden osaamisessa sekä tietoasiantuntijuudessa. Valmistunut tradenomi (tradenomi, HSO) pystyy koulutuksensa ansiosta viestimään suullisesti ja kirjallisesti liike-elämän ammattitilanteissa suomeksi ja vähintään kolmella muulla kielellä, käyttämään tietotekniikkaa sekä hankkimaan ja jalostamaan tietoa eri menetelmin. Pääainevalintoja HAAGA-HELIA:n Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa on kuusi: laskentatoimi, markkinointi, oikeus, organisaatiot ja johtaminen, tietoasiantuntijuus ja viestintä. (HAAGA-HELIA 2009a.) Ensimmäisten lukukausien aikana opiskelijoille annetaan opetusta kaikkiin näihin edellä mainittuihin pääaineopintoihin, joista opiskelijat saavat mielensä mukaan valita itsellensä mieluisimman pääaineen. Opiskelijat saavat siis perustiedot ja taidot kaikissa osa-alueissa, mutta he kunnostautuvat syventävien opintojen avulla omaan pääaineeseensa. (HAAGA-HELIA 2010b.)

3.2 Tradenomi HSO Sihteerit ry

Tradenomi HSO Sihteerit ry on Akavan Erityisaloihin kuuluva ammattijärjestö. Järjestöön saavat kuulua Helsingin Sihteeripistosta valmistuneet, HAAGA-HELIAsta (sekä entisestä Heliasta) valmistuneet tai siellä parhaimmillaan opiskelevat johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa opiskelevat. Myös englanninkielisen Degree Programme for Multilingual Management Assistants -linjan opiskelijat ja sieltä valmistuneet hyväksytään jäseniksi. (Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010a.)

Järjestöön kuuluu tällä hetkellä hieman yli 2850 jäsentä. Noin 80 % heistä on järjestäytynyt myös Akavan Erityisaloihin Tradenomi HSO Sihteerit ry:n kautta. Järjestön tarkoituksena on muun muassa valvoa jäsentensä ammatillisia ja yhteiskunnallisia etuja sekä tukea heidän verkostoitumistaan. Järjestö myös edistää HSO-tittelin tunnettuutta sekä vahvistaa jäsentensä HSO-identiteettiä. (Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010a.) Jäsenet saavat sekä Akavan Erityisalojen että Tradenomi HSO Sihteerit ry:n jäsenedut käyttöönsä ja voivat liittyä myös Erityiskoulutettujen työttömyyskassaan ERKOon (Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010c). Jäsenet ovat esimerkiksi ammatillinen edunvalvonta, Akavan Erityisalojen sekä Tradenomi HSO Sihteerit ry:n jäsenlehdet, palkka- ja työsuhdeneuvonta, ilmaiset lakimiespalvelut, työttömyysturva ja vakuutukset (Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010b).

Helsingin Sihteeriopistosta valmistunut jäsen voi käyttää tittelinään HSO-sihteeri ja HAAGA-HELIAssa valmistuneet jäsenet saavat käyttää tradenomi-tittelinsä perässä myös HSO-lyhennettä. Titteli on näin ollen tradenomi, HSO. Englanninkieliseltä linjalta valmistuneet saavat Bachelor of Business Administration -tittelin englanniksi, mutta jos he haluavat käyttää suomenkielistä titteliä, se on myös tradenomi, HSO. (Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010a.) HSO-identiteetin säilyttämisen kannalta on tärkeää erottautua muista tradenomeista ja sen voi saavuttaa käyttämällä tradenomi-tittelin perässä HSO-lyhennettä (Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010c).

3.3 Sihteerit

3.3.1 Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa on samantyylinen linja assistenteille kuin HAAGA-HELIAssa, sillä sekin on nimeltään Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. HAAGA-HELIAssa koulutusohjelma toimii itsessään nimellä Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma, mutta Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa koulutusohjelma kuuluu yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alojen alaisuuteen. Muita samaan kategoriaan kuuluvia koulutusohjelmia ovat Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma, Liiketalouden koulutusohjelma sekä Liiketoiminnan logistiikan koulutusohjelma. (Kymenlaakson AMK 2010a.)

Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma valmentaa monipuolisiin kansainvälisiin työtehtäviin muun muassa kaupan, teollisuuden ja julkishallinnon aloilla. Koulutusohjelmaan kuuluu myös liiketoiminnan, kielten ja kulttuurin sekä viestinnän osaaminen. Pääainevalintoina Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa on kaksi:

Kielten ja kulttuurin suuntautumisvaihtoehto ja Yritys- ja yhteisöviestinnän suuntautumisvaihtoehto. Ensimmäinen kouluttaa kansainväliseen työelämään, kun taas jälkimmäinen vahvistaa opiskelijan viestintä- ja vuorovaikutustaitoja. (Kymenlaakson AMK 2010a.) Kymenlaakson Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmasta valmistuvat ovat tradenomeja, mutta heitä ei hyväksytä Tradenomi HSO Sihteerit ry:n jäseniksi. Sen takia he eivät saa käyttää tittelinsä perässä HSO-lyhennettä. Tradenomi HSO Sihteerit ry ei hyväksy jäsenikseen Kymenlaakson tradenomeja, sillä HSO-lyhennettä tarkoittaa Helsingin Sihteeriopistosta valmistunutta ja Kymenlaakson tradenomit eivät ole valmistuneet Helsingin Sihteeriopistosta tai uudemmasta HAAGA-HELIAsta. (Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010a.)

3.3.2 Sihteerin ammattitutkinto opistoissa

Sihteerin ammattitutkinnon voi suorittaa myös erinäisissä opistoissa eikä pohjakoulutusta yleensä tarvita. Maksullisen tutkinnon voi suorittaa etäopiskeluna ja teemapäivien avulla, ja sen voi suorittaa myös työn ohessa. Tutkinnon tarkoituksena on päivittää ja kehittää sihteerin tai assistentin töissä toimivien henkilöiden tietoja ja taitoja. Amiedun tarjoama koulutus soveltuu sihteerin töissä toimiville, joilla ei ole pohjakoulutusta alaan tai heille, jotka haluavat täydentää aikaisempaa koulutustaan. Tutkinnon suorittaminen kestää 1-1,5 vuotta ja se suoritetaan lähi-, etä- ja verkko-opiskeluna. (Amiedu 2007.) Markkinointi-instituutti, Etelä-Pohjanmaan Opisto ja MJK-koulutus Oy tarjoavat myös koulutusta sihteerin ammattitutkinnon suorittamista varten. Näiden paikkojen tarjoama tutkinto koostuu kahdesta osasta: sihteerin työn hallinnasta ja toimintaympäristön hallinnasta. (Etelä-Pohjanmaan Opisto 2009; Markkinointi-instituutti 2009a; MJK-koulutus Oy 2009.)

Markkinointi-instituutti tarjoaa ammatillisen näyttötutkinnon muun muassa henkilöstöassistentin, johdon assistentin, laskenta-assistentin ja sihteerin koulutusohjelmissa. Sihteerityö on muuttunut vaativammaksi, ja sihteereiltä vaaditaan hyvää asiakaspalvelukykyä sekä järjestelytaitoa. Myös viestinnälliset kyvyt ovat työelämässä tärkeitä. Markkinointi-instituutti tarjoaa koulutusta sihteerin töissä toimivien osaamisen parantamiseksi. Omiin tarpeisiin sopivan koulutuksen voi suorittaa työn ohessa, ja koulutus kestää 7-14 kuukautta. (Markkinointi-instituutti 2009a, b.)

Etelä-Pohjanmaan Opistossa tarjotaan myös henkilökohtaista opiskelusuunnitelmaa, sillä jokaisella on erilaiset tarpeet tietojen ja taitojen päivittämiseksi. Koulutus kestää etä- ja lähiopetuksena noin 1,5 vuotta. (Etelä-Pohjanmaan Opisto 2009.)

MJK-koulutuksessa taas opiskelu muodostuu kokonaan verkko-opiskelusta, jonka kautta tehdään erilaisia käytännönläheisiä ja soveltavia tehtäviä. Tutkinto kestää noin vuoden, ja siihen sisältyy myös työssä oppimista ja muutamia lähiopetuspäiviä. Toimintaympäristön ja sihteerin työn hallinnan ohella MJK-koulutuksessa voi suorittaa myös vapaavalintaisia aineita, joita ovat esimerkiksi taulukkolaskenta, ruotsin ja englannin kielet sekä Word ja PowerPoint-ohjelmat. (MJK-koulutus Oy 2009.)

Sihteerin ammattitutkinnon voi suorittaa myös Suomen Liikemiesten Kauppaopistossa aikuis-koulutuksena (Paulaharju 2009; Suomen Liikemiesten Kauppaopisto 2009a). Suomen Liikemiesten Kauppaopisto - Atk-instituutti ja Helsinki Business College yhdistyivät ammatilliseksi oppilaitokseksi 1.8.2009 (Suomen Liikemiesten Kauppaopisto 2009b). Koulutuksen kohde-ryhmä on sihteerin tehtävissä toimivat henkilöt, jotka haluavat päivittää tietoaan ja kehittää osaamistaan. Kuten Markkinointi-instituutissa, Etelä-Pohjanmaan Opistossa ja MJK-koulutuksessa Suomen Liikemiesten Kauppaopistossa tutkinto koostuu toimintaympäristön hallinnasta sekä sihteerityön hallinnasta. Koulutus koostuu lähiopetuspäivistä, ohjatusta etäopetuksesta, verkko-opiskelusta ja työssä tapahtuvasta oppimisesta. Opittu ammattitaito osoitetaan näytöin, ja tutkinnon suorittaminen kestää noin vuoden. (Suomen Liikemiesten Kauppaopisto 2009a.)

4 Sihteeri sähköisissä viestimissä

Opinnäytetyössäni tarkastelen sihteerien, HSO-sihteerien ja tradenomi, HSOiden esiintyvyyttä erilaisissa sähköisissä viestimissä. Sähköisiä viestimiä ovat esimerkiksi Internet, televisio, elokuvat ja radio. Mediassa luodut mielikuvat vaikuttavat helposti ihmisten käsityksiin eri ammateissa toimivista ihmisistä. Tutkimusta varten valitsin Internetin ja television tutkimuskohteikseni, koska olen niiden kanssa eniten tekemisissä jokapäiväisessä elämässäni. Tässä luvussa käsittelen eri sihteeri-nimikkeiden esiintyvyyttä Internetin hakukoneiden hakutuloksissa ja The Office-televisiosarjassa. Toimistotyöläisten arkea käsitellään monissa televisiosarjoissa sekä elokuvissa ja useimmiten niissä esiintyy jonkinlaisia assistentteja tai sihteereitä. Jätin kuitenkin tutkimuskohteistani pois elokuvat, koska olisi ollut työlästä ylipäättänsä löytää elokuvia, joissa sihteeri tai assistentti olisi ollut pääosassa. Muutenkin suurimmassa osassa elokuvista sihteereillä ei ole suurta roolia, vaan hahmot vilahtavat ruudussa enimmillään muutaman minuutin ajan. Jätin tutkimuskohteistani myös pois radion, sillä en usko, että radio-ohjelmista löytyisi tarpeeksi hyödyllistä tietoa tutkimustani varten.

4.1 Sihteeri-nimikkeet Internet-hakukoneiden hakutuloksissa

Internetiä selatessani käytän aina samaa hakukonetta, Googlea, joten tätä tutkimusta varten päätin vertailla sen hakutuloksia muutamien muiden hakukoneiden hakutuloksiin siinä toivossa, että samoilla hakusanoilla löytyisi erilaisia tuloksia. Olen aina käyttänyt Googlea tarvitsemiini hakuihin, ja hainkin nyt sillä tietoa muista hakukoneista. Tarvitsemani tiedon sain Wikipedia-tietosanakirjasta. Googlen kilpailijoita ovat Yahoo!, Bing (entinen Live Search), Altavista sekä Ask.com. (Wikipedia 2009b.) Olen joskus käyttänyt Yahoo! sekä entisen Live Searchin hakuja, joten päätin ottaa ne mukaan Googlen rinnalle. Mielestäni kolme erilaista hakukonetta oli tarpeeksi kattamaan erilaiset hakutulokset.

Seuraavaksi päätin, mitä hakusanoja käytän hakukoneissa, ja päädyin neljään opinnäytetyöhöni liittyvää ydinsanaan: sihteeri, HSO-sihteeri, tradenomi, HSO ja Helsingin Sihteeripisto. Päätin myös kokeilla minkälaisia kuvallisia hakutuloksia ensimmäisistä kolmesta hakusanasta löytyy. Listan ensimmäisenä on aina hakukoneen antama ensimmäinen hakutulos eli eniten katsotuun sivusto kyseisellä hakusanalla. Mitä alempana listalla sana eli hakutulos on, sitä vähemmän sivustoa katsotaan. Jätin listoilta pois hakutulokset, jotka eivät liittyneet hakusanaan ollenkaan tai liittyivät siihen vain hyvin vähän. Suoritin Internet-tutkimukseni marraskuun 14. päivänä 2009.

Taulukko 1. Google, Yahoo! ja Bing -hakukoneiden antamat yleisimmät hakutulokset hakusana sihteeri

	Google	Yahoo!	Bing
Sihteeri	<ul style="list-style-type: none"> * Wikipedia - Sihteeri * Sihteeri & assistenttimessut * Sihteeriyhdistys * sihteerin ammattitutkinto * sihteerin palkka * sihteeriopisto.net * alastonkuvia, pilakuvia, sihteerien kuvia 	<ul style="list-style-type: none"> * sihteeri.net - hanki oma verkko-osoitteesi * blogi, hotelli * Wikipedia - Sihteeri * uutisia sihteereistä * sihteerien kuvia, naisten kuvia, miesten kuvia 	<ul style="list-style-type: none"> * Wikipedia - Sihteeri * sihteeri.net - hanki oma verkko-osoitteesi * Sihteeri- ja assistenttipäivä 2009 * naisten kuvia, muutama puolialaston kuva, miesten kuvia

Googlen katsotuvin sivusto sihteeri-sanalla oli Wikipedian artikkeli sihteereistä. Myös Bing antoi samaisen sivuston ensimmäiseksi hakutulokseksi, kun taas Yahoo! antoi sen vasta muutamien muiden sivustojen jälkeen. Voidaan siis päätellä, etteivät Yahoo! -hakukonetta käyttävät etsivät sihteeri-sanalla hakua tehdessään tietoa sihteereistä, vaan he haluavat mieluummin tietoa blogeista, joissa on puhuttu sihteereistä. Cumulus-hotellilla Kuopiossa on Sihteeri-niminen kokoustila, joka näyttää myös kiinnostavan hakukoneen käyttäjiä enemmän kuin tieto sihteereistä. Googlea käyttävät hakivat myös tietoa joka vuosi järjestettävistä Sihteeri & Assistenttimessuista, sillä se on hakutuloslistalla Wikipedian jälkeen toisena. Google oli myös ainoa hakukone, joka antoi hakutulokseksi Sihteeriyhdistyksen Internet-sivuston. Tästä voidaan arvela, että Googlea käyttävät monet sihteerit, jotka ovat Sihteeriyhdistyksen jäseniä, sillä hakutulos oli listalla niin ylhäällä.

Yahoo! ja Bing antoivat mielenkiintoisen sivuston yhtenä ensimmäisenä hakutuloksena ja se oli www.sihteeri.net, jossa käyttäjät voivat luoda omia nettiosoitteita tai verkkotunnuksia tiettyyn hintaan. Googlessa on myös automaattinen hakuehdotustoiminto eli jos kirjoitat hakukenttään sanan sihteeri, Google ehdottaa sinulle myös muun muassa sihteerin ammattitutkintoa, sihteerin palkkaa tai sihteeriopistoa oman hakusi tilalle tai rinnalle. Sihteeriopisto-sanalla löytyvät hakutulokset olivat erotiikka- ja aikuisviihdesivustoja sekä aikuisviihdettä myyviä verkkokauppoja. Tätä nettiosoitetta ei siis kannata sekoittaa Helsingin Sihteeriopisto -sanoilla löytyviin hakutuloksiin.

Googlen kuvahaku antoi hakutulokseksi monenlaisia kuvia naisten alastonkuvista pilapiirroksiin sekä oletettavasti mies- ja naissihtheerien kuvia. Yahoo! ja Bing eivät antaneet alastonkuvia, vaikka Bingistä muutama puolialastoman naisen kuva löytyikin. Kuvat näiden hakukoneiden hakutuloksissa olivat kuvatekstien perusteella lähinnä sihteereistä ympäri Suomea. Googlen käyttäjät siis oletettavasti hakevat mieluiten sihteeri-sanalla eroottisia alastonkuvia naisista toimistoympäristössä, kun taas Yahoo! ja Bing -käyttäjät hakevat kuvia oikeista sihteereistä, jotka työskentelevät Suomessa.

Taulukko 2. Google, Yahoo! ja Bing -hakukoneiden antamat yleisimmät hakutulokset hakusanaalla HSO-sihteeri

	Google	Yahoo!	Bing
HSO-sihteeri	<ul style="list-style-type: none"> * Tradenomi HSO Sihteerit ry * Wikipedia - HSO-sihteeri * HSOY ry * kuvia naisista 	<ul style="list-style-type: none"> * Wikipedia - HSO-sihteeri * yritystietoja * Wikipedia - Sihteeri * Tradenomi HSO Sihteerit ry * yritystietoja * 3 kuvaa naisista 	<ul style="list-style-type: none"> * Wikipedia - HSO-sihteeri * yritystietoja * kuvia naisista ja miehistä

Hakutuloksia sanalla HSO-sihteeri ei ollut monia. Kaikki kolme hakukonetta antoivat yhdeksi ensimmäiseksi hakutulokseksi Wikipedian artikkelin HSO-sihteereistä, mistä voidaan olettaa, että hakusanaa käyttävät haluavat löytää perustietoa HSO-sihteereistä oli hakukone mikä tahansa. Yahoo! antoi myös yhdeksi hakutulokseksi Wikipedian artikkelin sihteereistä, jonka kautta pääsee lukemaan myös HSO-sihteereistä. Sekä Google että Yahoo! antoivat yhdeksi hakutulokseksi myös Tradenomi HSO Sihteerit ry:n nettisivun. Koska HSO-sihteerit voivat kuulua kyseiseen ammattijärjestöön, voidaan hakutuloksista olettaa, että Googlea käyttävät käyvät kyseisellä nettisivulla useammin kuin Yahoo! -hakukonetta käyttävät. Bing ei taas anna sivustoa ollenkaan hakutulokseksi, joten voidaan arvella, että Bingin käyttäjät eivät kuulu järjestöön eivätkä tarvitse sivuston antamaa tietoa. Google antoi myös yhdeksi suosituksi tulokseksi HSOY ry:n nettisivut. HSOY ry on HAAGA-HELIAssa opiskelevien Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa opiskelevien opiskelijoiden ainejärjestö, joten sivustolla käy todennäköisesti paljon opiskelijoita. Yahoo! ja Bing antoivat hakutulokseksi myös monien eri yritysten yhteystietoja, joista löytyy yrityksissä työskentelevien sihteerien, HSO-sihteerien sekä assistenttien yhteystiedot. Näitä hakukoneita käyttävät hakevat todennäköisesti siis tietoa yrityksistä ja tarvitsevat sitä varten sihteerin numeron, jotta voivat ottaa yhteyttä yritykseen.

Kuvahaku antoi aika vähän hakutuloksia HSO-sihteerille. Google antoi selkeästi eniten kuvia naisista, joissa joidenkin kohdalla kuvatekstiin oli kirjoitettu HSO-sihteerit. Miehiä kuvahausta ei löytynyt yhtään. Yahoo! antoi vain vaivaiset kolme kuvaa, jotka kaikki olivat naisista. Bing antoi hakutulokseksi sekä miehiä että naisia, joista osan kuvatekstissä luki myös HSO-sihteerit. Googlen ja Bingin käyttäjät siis luultavasti etsivät kuvia HSO-sihteeristä, kun taas Yahoo! -haulla ei näytetä etsivän HSO-sihteerien kuvia lainkaan.

Taulukko 3. Google, Yahoo! ja Bing -hakukoneiden antamat yleisimmät hakutulokset hakusanalla tradenomi, HSO

	Google	Yahoo!	Bing
tradenomi, HSO	<ul style="list-style-type: none"> * Tradenomi HSO Sihteerit ry * HAAGA-HELIA * Wikipedia - Tradenomi HSO Sihteerit ry * Yhteenveto-lehden artikkeli * Akavan Erityisalat * tradenomi, HSOiden kuvia, logoja 	<ul style="list-style-type: none"> * Tradenomi HSO Sihteerit ry * Wikipedia - Tradenomi HSO Sihteerit ry * Akavan Erityisalat * HAAGA-HELIA * Wikipedia - HSO-sihteerit * vanhoja logoja 	<ul style="list-style-type: none"> * Tradenomi HSO Sihteerit ry * Akavan Erityisalat * HAAGA-HELIA * Wikipedia - HSO-sihteerit * miesten ja naisten kuvia, logoja

Tradenomi, HSO-sanan haulla kaikki kolme hakukonetta antoivat ensimmäiseksi eli suosituimmaksi hakutulokseksi Tradenomi HSO Sihteerit ry:n nettisivun. Se osoittaa, että kaikkia hakukoneita käyttävät vierailevat usein kyseisellä sivustolla. Hakukoneet antoivat myös muita samoja hakutuloksia, mikä kertoo siitä, että hakukoneesta riippumatta hakusanalla tradenomi, HSO ihmiset hakevat samankaltaista tietoa. Googlen käyttäjistä suuri osa saattaa olla opiskelijoita, koska HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu löytyy hakutuloksena toisena listalta.

Googlea käyttävät etsivät myös yleisesti tietoa tradenomi, HSOista Wikipedian artikkelista sekä Yhteenveto-lehden sähköisen version artikkelista. Yahoo! ja Bing -hakukoneita käyttävät eivät taas todennäköisimmin ole opiskelijoita, sillä HAAGA-HELIA löytyy listalta vasta alempana. Yahoo! -käyttäjiä kiinnostaa enemmän yleinen tieto tradenomi, HSOista Wikipedian kautta sekä mihin ammattijärjestöön tradenomi, HSOt kuuluvat. Bingin käyttäjiä myös kiinnostaa tradenomi, HSOiden jäsenyys Akavan Erityisalojen alaisena ammattijärjestönä sekä missä valmistuu tradenomi, HSOita. Bingin haulla ei löytynyt Wikipedian artikkelia Tradenomi HSO

Sihteerit ry:stä, mutta sen kautta löytyi kyllä linkki Wikipedian HSO-sihteereistä kertovaan artikkeliin. Bingin käyttäjät ovat mahdollisesti tietoisempia HSO-sihteerin tittelistä kuin tittelistä tradenomi, HSO.

Kuvahaut antoivat myös vaihtelevia hakutuloksia Yahoo! -haun pelkistä vanhoista HSO-logoista Googlen sekalaisiin kuviin. Googlen haulla kuvatekstien perusteella löytyi tradenomi, HSOita sekä satunnaisten miesten ja naisten kuvia. Ei kuitenkaan alastonkuvia, kuten aiemmassa sihteeri-sanankuvahaussa. Google antoi myös tuttuja HSO-sihteerien logoja vanhemmasta sulkakynästä uudempaan perhoslogoon. Bingin haulla löytyi samankaltaisia kuvia kuin Googelta, mutta logoja oli vähemmän. Bingistä löytyi myös yllättäen kuva Sihteeriyhdistyksen nettisivuilta. Googlea käyttävät siis hakevat kuvia tradenomi, HSOista kun taas Yahoo! -hakua käyttävät eivät kuvista näytä piittaavan muutaman vanhan logon kuvasta päätellen. Bingin hakua käyttävät taas hakevat sekä tradenomi, HSOiden että logojen kuvia. Hakutulokseen on päässyt mukaan myös muutamien muiden yritysten logoja sekä kuvia golfauksesta. Olisikin kiinnostavaa selvittää, miten kuvat golfista ovat päätyneet hakutuloksiksi tradenomi, HSO-sanalle.

Taulukko 4. Google, Yahoo! ja Bing -hakukoneiden antamat yleisimmät hakutulokset hakusanalla Helsingin Sihteeriopisto

	Google	Yahoo!	Bing
Helsingin Sihteeriopisto	* Wikipedia - Helia * Wikipedia - Tradenomi HSO Sihteerit ry * HSOY ry * Sihteeriopisto.net	* Wikipedia - Helia * Wikipedia - Tradenomi HSO Sihteerit ry * Tradenomi HSO Sihteerit ry	* Tradenomi HSO Sihteerit ry * Wikipedia - Helia * http://www.kolumbus.fi/jyrki.vartiainen /prostituutiosta.htm

Helsingin Sihteeriopisto -sanojen haulla ei löytynyt radikaalisti erilaisia hakutuloksia, mistä voi päätellä, että hakukoneesta riippumatta ihmiset etsivät hakusanalla samankaltaista tietoa. Kaikki kolme hakukonetta antoivat hakutulokseksi Wikipedian tietoartikkelin Helsingin liiketalouden ammattikorkeakoulusta eli nykyisestä HAAGA-HELIAsta. Kouluhan oli ensin Helsingin Sihteeriopisto, joka muuttui Heliasta HAAGA-HELIAan ja koska Helsingin Sihteeriopistoa ei enää ole, hakukone antaa hakutulokseksi koulun sen nykyisellä nimellä.

Google ja Yahoo! -hauilla löytyi myös toinen Wikipedian artikkeli Tradenomi HSO Sihteerit ry:stä, jonka jäseniä Helsingin Sihteeriopistosta valmistuneet voivat olla. Näiden kahden hakukoneen käyttäjät hakevat selkeästi perustietoa Helsingin Sihteeriopistosta sekä sen historiasta. Bingin käyttäjiä taas näyttää kiinnostavan ammattijärjestö enemmän kuin itse Helsingin Sihteeriopisto, sillä Tradenomi HSO Sihteerit ry:n nettisivu on suosituimpi hakutuloksena kuin Wikipedian tietoaartikkeli Helsingin Sihteeriopistosta eli Heliasta. Googlen kautta löytyy ammattijärjestön nettisivu, mutta se on monen linkin takana eikä suorana linkkinä, joten sitä ei listattu taulukkoon ollenkaan. Googlessa tärkeämpänä hakutuloksena on jälleen opiskelijoille tarkoitettu HSOY ry, joten voidaan taas arvella, että Google on nuorten suosiossa. Google tarjosi myös jälleen sihteeriopisto-sanalla aikuisviihdelinkkejä, joten siitä voi olettaa, että sihteereihin liittyvillä hakusanoilla löytyy lähes poikkeuksetta erotiikkasivuja. Bing antoi linkin prostituutiota ja ihmiskauppaa koskeviin artikkeleihin, jossa ei mainittu sihteereitä ollenkaan. Kiinnostavaa olisi siksikin selvittää miten nämä asiat on saatu linkitettyä toisiinsa.

4.2 Sihteeri The Office-televisiosarjassa

Tutkin brittiläistä The Office -televisiosarjaa, joka kertoo toimistotyöläisten arjesta dokumentaarisesti: kameraryhmä nauhoittaa toimiston arkea ja haastattelee työntekijöitä. Tietenkään sarja ei ole aito, se vain parodioi dokumenttisarjoja komedian avulla. Sarja keskittyy Englantilaiseen Slough-nimiseen kaupunkiin, jossa toimii Wernham-Hogg-paperiyritys. Sarja on ollut niin suosittu, että siitä on myyty oikeudet yli 80 maahan. (Wikipedia 2009c.) Olisin voinut vertailla esimerkiksi juuri amerikkalaista ja brittiläistä versiota, mutta brittiläinen versio oli helpommin saatavilla ja siinä on vain kaksi tuotantokautta. Amerikkalaista versiota on tullut jo kuusi tuotantokautta, joten ensimmäisiä tuotantokausia on vaikea löytää mistään.

Wernham-Hoggin pomo, David Brent, jota esittää Ricky Gervais, on kaikkien kaveri ja omasta mielestään maailman hauskin mies. Muita keskeisiä hahmoja ovat Martin Freemanin esittämä Tim Canterbury, joka on työhönsä kyllästynyt toimistotyöläinen, ja Mackenzie Crookin esittämä neuroottinen ja pomoa nuoleskeleva Gareth Keenan. Tutkimuksen kannalta tärkein hahmo on Lucy Davisin esittämä Dawn Tinsley, vastaanottovirkailija ja sihteeri, jolla on orastava romanssi Timin kanssa. (Wikipedia 2009c.) Sarjassa seurataan toimistossa työskentelevien jokapäiväistä työskentelyä ja työskentelemättömyyttä. Välillä katsoja ihmettelee, saavatko sarjan hahmot mitään aikaiseksi työpäiviensä aikana. Aika näyttää kuluvan leppoisasti muiden työläisten kanssa jutellessa, pomon tyhmiä tempauksia väistellessä ja yleisessä tekemättömyydessä. David Brentin mielestä huumori ja muiden kiusaaminen kuuluvat hyvän toimiston arkeen ja se kuulemma parantaa työilmapiiriä. Työläiset siis kehittelevät jatkuvasti uusia keppoja toistensa

kiusaksi. Sarjassa vähemmän seuratut hahmot, esimerkiksi tilipuolella työskentelevä Ewen Macintoshin esittämä Keith Bishop näytetään useaan otteeseen työn touhussa. Ilmeisesti vain yleisellä toimistopuolella työskentelevät henkilöt luistavat töistään ja keppostelevat, kun taas tilipuolella ja varastossa töitä tehdään oikeasti.

Dawn Tinsley on yrityksen vastaanottovirkailija, joka hoitaa myös sihteerin töitä, sillä yrityksessä ei ole erikseen sihteerää. Oikeassakin elämässä tämä on hyvin mahdollista. Monessa yrityksessä ei ole sihteerää erikseen, vaan joku, esimerkiksi vastaanottovirkailija tai muu työntekijä, tekee sihteerin töitä omien töidensä ohella. Tilanne voi myös olla toisinpäin, esimerkiksi sihteerinimikkeellä toimiva henkilö saattaa tehdä omien töidensä ohella vastaanottovirkailijan töitä. Sihteerit kykenevät siis tekemään monipuolisesti erilaisia töitä. Koska Dawn ei virallisesti kuulu toimistoon, hänen näytetään myös työskentelevän toimipisteellään useaan otteeseen. Hän jakaa postit, vastaa toimiston yleiseen puhelimeen, ohjaa vieraat paikalle, kopioi ja arkistoi tärkeitä papereita ja pitää toimiston yleisesti hyvässä kunnossa. Toimin työharjoittelussani Tradenomi HSO Sihteerit ry:ssä toimistoassistenttina ja tehtäviini kuului samankaltaisia työtehtäviä. Puhelimeen vastaaminen ja paperihommat kuuluvat mielestäni monen sihteerin tai assistentin työnkuvaan. Vaikka toimistolla kävi myös siivoaja, minun tehtäviini kuului yleisen järjestyksen ylläpito pöytien kattamisesta ja siivoamisesta tiskien pesuun.

Nähti Dawn kohtaa yhtenä ainoana toimiston naispuolisena työntekijänä myös seksuaalisia vihjailuja pomoltaan ja muutamilta muilta sarjan hahmoilta. Dawn ei hyväksy seksuaalista häirintää, joten hän katsoo rivoja vihjailuja tehneitä miehiä halveksuen. Miesvaltaisessa toimistossa miehet eivät ilmeisesti osaa hillitä itseään kauniin naisen edessä. Oikeassa elämässä naiset tekevät helpommin valituksen seksuaalisesta häirinnästä. He eivät jää vain halveksuen katsomaan heitä loukanneita miehiä. Dawn erottuu joukosta, sillä hän on nuori, pukeutuu lähes aina hameeseen, hänellä on kauniit pitkät vaaleat hiukset ja hän hauskuuttaa muita toimiston työntekijöitä osallistumalla heidän kepposiinsa. Miehet saattavat tämän takia luulla ettei Dawnia haittaa pieni seksuaalinen häirintä - hänhän voi ottaa senkin vain huumorilla.

Mielestäni sarja oli hölmö. Vaikka se oli tehty huumorilla ja parodioimalla dokumentteja, ei se mielestäni ollut tarpeeksi todenmukainen. Monessakohan työpaikassa pomo yrittää väkisin hauskuuttaa työntekijöitä? Tai missä työläiset vain seurustelevat keskenään ja jättävät työt vähemmälle? Ei toivon mukaan kovin monessa yrityksessä. En ole nähnyt muita versioita sarjasta, joten voi olla että jossakin toisessa maassa sarjasta on kyetty tekemään realistisempi. Toivon että katsojat eivät luo kovin vakavia mielikuvia toimistotyöläisistä tämän sarjan perusteella.

5 Empiirinen tutkimus

5.1 Empiirisen tutkimuksen toteutus

Tein opinnäytetyöni tutkimusvaiheen kvantitatiivisen eli tilastollisen tutkimusmenetelmän avulla. Tarkoitukseni oli lähettää kysely suurelle joukolle ihmisiä ja saada tutkimuksen tulokset määrällisessä eli numeerisessa muodossa. Tilastollisessa tutkimusmenetelmässä tehdään päätelmiä tutkimustuloksista lukumäärien, prosenttien, kaavioiden ja taulukoiden avulla. Tilastolliseen tutkimukseen kuuluu perusjoukon määrittäminen. Suuresta perusjoukosta otetaan sopiva otos koehenkilöitä tutkimusta varten. Menetelmä sopii hyvin suuria ihmisryhmiä kartoittaviin tutkimuksiin, eikä sen avulla saada yksittäistapauksista kattavaa tietoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 129; Wikipedia 2010b.)

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän tarkoituksena taas on kuvata todellista elämää ja ymmärtää tutkimuskohdetta syvällisemmin ja kokonaisvaltaisemmin. Laadullisessa menetelmässä käytetään yleensä tarkoituksenmukaista otantaa. Tutkittavia kohteita ei valita suurta määrää, mutta valittuja tutkitaan perusteellisesti. Tämän takia aineiston koolla ja laadulla on merkitystä, sillä aineiston tulee olla kattava suhteessa siitä tehtävään analyysiin ja tulkintaan. Tutkimusmetodeita ovat yleensä erilaiset ryhmä-, pari- ja teemahaastattelut. (Hirsjärvi ym. 2001, 152, 155; Wikipedia 2010c.) Tarkoitukseni oli saada yleistä tietoa Suomessa toimivilta työnantajilta kartoittamalla heidän tietämystään sihteeri-ammattiryhmästä. Tämän takia syvällinen, kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä ei olisi sopinut tutkimustani varten. Olisi ollut työlästä tutkia kymmeniä työnantajia syvähaastatteluiden avulla eikä vain muutaman työnantajan tutkiminen olisi antanut tarpeeksi erilaisia ja yleistettävissä olevia vastauksia.

Toteutin tutkimukseni käyttämällä Webropol Oy:n Internet-pohjaista kyselysovellusta. Webropol Oy on suomalainen yritys, joka tarjoaa käytännöllistä sovellustaan tutkimuksien tiedonkeruun helpottamiseksi. Nykyään yritykset tarvitsevat entistä tarkempaa tietoa päätöksenteossa, ja Webropol onkin kasvanut yritysten luotettavaksi tiedonkeruun yhteistyökumppaniksi. (Webropol 2009b.) Webropolin avulla voi luoda helposti kyselyitä, joihin vastataan muun muassa Internetin, Intranetin ja sähköpostin välityksellä. Sovellus toimii siis kätevästi verkkoselaimen avulla. Webropolin käyttö perustuu kolmeen helppoon vaiheeseen: lomakkeen luominen, kyselyn julkaiseminen ja tulosten raportoiminen. (Webropol 2009a.)

5.2 Perusjoukko

Lauri Tuomi ja Tiina Laine HAAGA-HELIAN Tutkimus- ja kehittämiskeskuksesta auttoivat minua saamaan yhteystietoja kyselyäni varten. Yhteystietolistani koostuu satunnaisotannalla otetuista nimistä HAAGA-HELIAN tietokannasta. Satunnaisotannalla perusjoukosta otetuilla tiedoilla on kaikilla tiedoilla yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi otokseen. Menetelmä on nopea ja halpa. Tietokannan ollessa Excel-pohjainen, pystyy ohjelma itse valitsemaan sattumanvaraisia tietoja otokseen. Menetelmä sopii hyvin myös, jos perusjoukko on heterogeeninen eli heidän tutkittavissa ominaisuuksissaan ei ole paljon vaihtelua. (Heikkilä 2004, 36.)

Tietokannan henkilöt tai yritykset ovat nykyään tai ovat joskus olleet HAAGA-HELIAN kanssa yhteistyössä. Lauri Tuomi kysyi, haluanko yhteystiedot pelkästään esimerkiksi yksityissektorilla toimivista yrityksistä, mutta pyysin, että saisin mahdollisimman erilaisia yhteystietoja. Halusin saada laidasta laitaan eri aloilla, erikokoisissa työpaikoissa ja erilaisissa tehtävissä toimivien henkilöiden yhteystiedot. Saamassani listassa olikin sekä suurissa yrityksissä että pienissä yksityisyrittäjäyrityksissä toimivien henkilöiden yhteystietoja.

Lauri Tuomi varoitti, että tietokannassa, jossa on tuhansia yhteystietoja, on myös vanhentuneita tietoja, joten kyselyni ei välttämättä mene kaikille perille. Varmuuden vuoksi otin siis 500 henkilön tiedot kyselyäni varten, joten jos esimerkiksi 100 henkilön tiedot ovat vanhentuneita, jää minulle vielä 400 henkilöä, joille kysely menee perille. Näistä 400:sta osa ei varmaankaan ehdi vastata ja osaa ei kiinnosta, joten toivon, että ainakin 100–200 henkilöä vastaisi kyselyyni. Tiina Laine lähetti minulle 520 henkilön yhteystiedot, joihin kuului henkilöiden nimet, missä yrityksessä he toimivat sekä heidän sähköpostiosoitteensa. Tarkistin listan vielä itse läpi ja poistin sieltä kahteen kertaan tulleita yhteystietoja sekä muutamien ulkomaisten yliopistojen toimihenkilöitä. En nimittäin uskonut henkilön, jolla on espanjankielinen nimi ja joka edustaa espanjalaista yliopistoa Espanjassa, vastaavan suomenkieliseen kyselyyni. Minulle jäi siis 485 henkilön tiedot tämän karsimisen jälkeen.

5.3 Kyselyn lähettäminen

Lähetin kyselyni sunnuntaina 31.1.2010, jotta se näkyisi työnantajien sähköposteissa mahdollisesti uusimpana viestinä heti maanantaiaamuna. Osa lähetetyistä viesteistä palautui sähköpostiini, koska ne eivät olleet menneet perille virheellisen tai vanhentuneen sähköpostiosoitteen takia. Osassa palautuneissa viesteissä luki, että henkilö ei enää työskentele yritykselle tai on jäänyt eläkkeelle. Takaisin tulleita viestejä oli hieman yli 100, mutta osa olikin vain edellisen viikon automaattisia poissaoloviestejä, joten poistin ne. Poistin jäsenrekisterilistalta kaikki, joilla oli virheellinen sähköpostiosoite ja jäljelle jäi 370 henkilöä, joille viestini varmasti meni perille. Kyselyä lähettäessäni en ollut vielä varma, kuinka pitkän vastausajan antaisin, sillä en ollut varma, kuinka moni sähköposteistani ylipäätänsä menisi perille tai kuinka kiinnostavaksi henkilöt näkisivät kyselyni. Päätin siis odottaa viikon ja käydä joka päivä Webropolissa katsomassa kuinka moni oli vastannut kyselyyni.

Alkuvuikosta vastauksia tuli paljon, mutta tahti hiipui viikon loppuun mennessä, ja torstain 61 vastauksesta määrä ei noussut sunnuntaihin 7.2.2010 mennessä. Lähetin sunnuntaina muistutusviestin, johon lisäsin, että vastausaikaa on perjantaihin 14.2.2010 asti. En halunnut pidentää vastausaikaa äärettömyyksiin, sillä jos henkilöt eivät vastaa kyselyyn suhteellisen pian viestin saatuaan, he eivät vastaa ollenkaan. Odotin siis toisen viikon, jotta vastauksia tulisi lisää ja tulokset olisivat siten tarkempia ja helpommin yleistettävissä suuriin massoihin. Sain muistutusviestillä kolmisenkymmentä vastausta lisää, ja lopullisia vastauksia oli 94 kappaletta. Huomasin jälkikäteen, että en ollut merkinnyt mitään kyselyni kysymystä pakolliseksi, joten jokaisessa kysymyksessä oli eri määrä vastauksia. Jotkut vastaajat olivat siis jättäneet joihinkin kysymyksiin kokonaan vastaamatta. Lähes kaikkiin kysymyksiin oli kuitenkin vastannut yli 90 ihmistä, mutta 89 henkilöä oli vastannut kysymykseen 9, joka kuului ”onko henkilöiden työpaikalla HSO-sihteerit tai tradenomi, HSOita?” Seuraavaan kysymykseen numero 10, jossa pyysin henkilöitä arvioimaan työpaikkansa HSO-sihteerien ja tradenomi, HSOiden ominaisuuksia asteikolla 1-5, oli vastannut vain 84 henkilöä.

5.4 Kyselyn rakenne

Kyselyssäni oli 14 kysymystä, jotka olin jakanut kolmeen osa-alueeseen: taustatiedot, työsuhdetiedot sekä kysely ammattiryhmästä. Suurin osa kysymyksistäni oli valinta- tai monivalintakysymyksiä. Valintakysymyksessä vastaajat voivat valita vain yhden vaihtoehdon, kun taas monivalintakysymyksessä vastaajat voivat valita niin monta vastausvaihtoehtoa kuin tarvitsevat ja haluavat. Vain kaksi kysymystä oli avoimia kysymyksiä, joista toisessa (kysymys 14) vastaajat saivat itse kirjoittaa mietteitään ja mielipiteitään assistenteista, HSO-sihteereistä ja tradenomi, HSOista. Toinen avoin kysymys (kysymys 13) viittaa sitä edeltävään monivalintakysymykseen (kysymys 12), jossa kysyin palkattaisiinko yritykseen mieluiten sihteeri, HSO-sihteeri vai tradenomi, HSO. Avoimessa kysymyksessä kysyin syytä, miksi juuri vastaajan monivalintakysymyksessä valitsema henkilö palkattaisiin yritykseen töihin. Kyselyn loppuun lisäsin kohdan numero 15, jossa vastaajat saivat jättää yhteystietonsa, jos he halusivat osallistua elokuvalippujen arvontaan.

Kaksi ensimmäistä kysymystä käsitteli taustatietoja eli sukupuolta (kysymys 1) ja ikää (kysymys 2). Ikävaihtoehtoja oli neljä: 20–29-vuotias, 30–39-vuotias, 40–49-vuotias ja yli 50-vuotias. Taustatietokysymyksillä halusin selvittää, onko naisten ja miesten vastausten välillä suurta eroavaisuutta, sekä selvittää, minkä ikäiset henkilöt tietävät HSO-tittelistä eniten ja minkä ikäisillä tietous oli vähäistä. Taustatietojen jälkeen kysyin vastaajien työsuhdetietoja: millä sektorilla he työskentelevät (kysymys 3) ja mikä heidän toimenkuvansa on (kysymys 4). Halusin näillä kysymyksillä kartoittaa eri sektoreilla työskentelevien tietämystä ammattiryhmästä sekä selvittää tietävätkö esimerkiksi toimihenkilöt ammattiryhmästä paremmin kuin ylempi johto.

Varsinaisen kyselyn aloitin kysymällä, tietävätkö vastaajat tittelin HSO-sihteeri (kysymys 5) tai tittelin tradenomi, HSO (kysymys 6) ja mistä he ovat kuulleet kyseisistä tittleistä (kysymys 7). Jatkoin kyselyä kysymällä, onko vastaajien työpaikalla töissä HSO-sihteereitä ja tradenomi, HSOita (kysymys 8) tai sihteeri-, assistentti- ja johdon assistentti -titteleillä toimivia henkilöitä (kysymys 9). Seuraavaksi pyysin vastaajia arvioimaan työpaikkansa tradenomi, HSOita ja HSO-sihteereitä (kysymys 10) sekä sihteereitä ja assistentteja (kysymys 11) erilaisten väittämien mukaan. Väittämät arvioitiin Likertin asteikolla 1 - 5, jossa 1 tarkoitti ”olen täysin samaa mieltä” ja 5 ”olen täysin eri mieltä”. Likertin asteikkoa käytetään usein juuri mielipidekysymyksissä, joissa vastaajia pyydetään ilmaisemaan joko kielteistä tai myönteistä asennettaan kysyttävään asiaan. (Wikipedia 2010d.)

Kysely oli mielestäni sopivan pituinen. Kysely olisi ollut lyhyt, jos siinä olisi ollut alle 10 kysymystä, ja pitkä, jos siinä olisi ollut yli 20 kysymystä. Kyselyssä ei mielestäni ollut myöskään turhia kysymyksiä viemässä tilaa ja pituutta. Itse en ainakaan jaksaisi vastata monta sivua pitkään kyselyyn, varsinkaan jos siinä on paljon avoimia kysymyksiä. Monivalinta- ja valintakysymykset on helppo käydä läpi pitkässäkin kyselyssä, mutta kyselyyn vastaamiseen täytyy silti varata paljon aikaa, jotta ehtii lukemaan kaikki kysymykset ja vastausvaihtoehdot tarkkaan läpi.

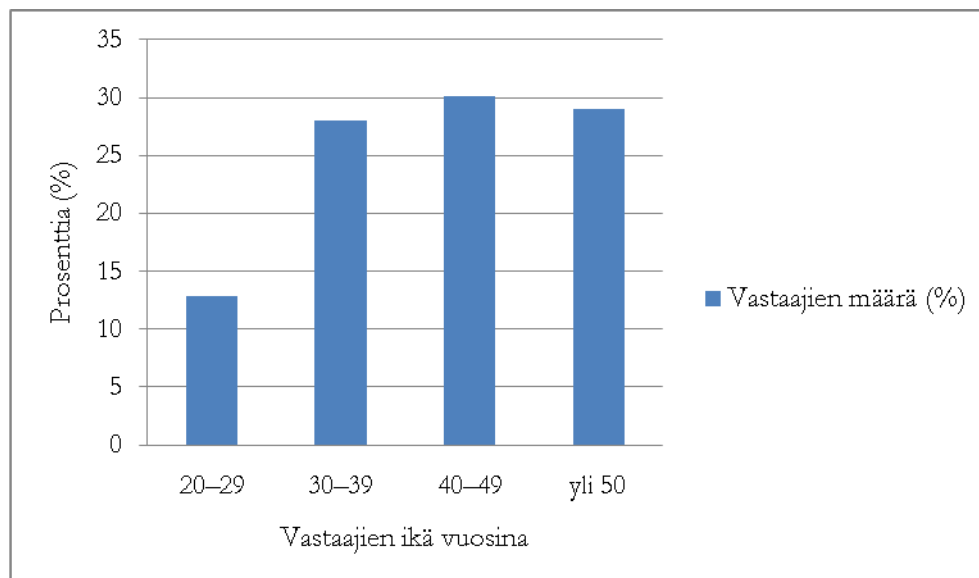
Tein ensimmäisen kyselyversioni Microsoft Word -ohjelmalla ja lähetin sen Tradenomi HSO Sihteerit ry:n hallituksen puheenjohtaja Marina Paulaharjulle, varapuheenjohtaja Suvi Huoviselle sekä järjestöpäällikkö Maarit Rappille joulukuussa 2009. Suvi Huovinen oli ainoa, joka edellä mainituista vastasi ja teki ehdotuksia ja muutamia korjauksia kyselyyni. Lähetin Marina Paulaharjulle ja Maarit Rappille tämän Suvi Huovisen korjatun version tammikuun 2010 alussa ja pyysin heiltä vielä mahdollisia ehdotuksia, mutta kumpikaan ei vastannut. Korjasin kyselyni siis Suvi Huovisen neuvojen ja ehdotusten mukaisesti ja loin sen pohjalta Webropoliin kyselyni. Testasin vielä lomaketta muutamalla perheenjäsenellä, jotta saisin tietää, kuinka kauan kyselyyn kestää vastata. Itse olin arvioinut vastausajaksi noin 10 minuuttia, mutta testiryhmän perusteella se oli lähemmäs viittä minuuttia. Testiryhmäläiset eivät kuitenkaan vastanneet avoimiin kysymyksiini, joten riippuen kuinka pitkiä vastauksia henkilöt haluavat antaa näihin avoimiin kysymyksiin, kestää kyselyyn vastaamisessa 5-10 minuuttia.

6 Kyselytulosten esittely

Kysely lähetettiin ensin 485 henkilölle, joista poistettua vanhentuneet sähköpostitiedot ja eläköitymisviestit jäi 370 henkilön yhteystiedot. Muistutusviestin jälkeen vastauksia oli kertynyt 84–94 kappaletta kysymyksestä riippuen. Vastausprosentti kysymyksissä oli 22,7 % ja 25,4 % välillä eli lähes neljäsosa henkilöistä, joille olin kyselyni lähettänyt, myös vastasi siihen. Arvioin, että avoimiin kysymyksiin ei tulisi kovin monta vastausta, mutta vastaajat olivat ahkeria ja toivat rohkeasti julki mielipiteitään. Kysymykseen 13, jossa kysyttiin miksi tietyllä tittelillä toimiva henkilö todennäköisimmin palkattaisiin vastaajan yritykseen, vastasi 43 henkilöä eli noin puolet kaikista vastaajista. Myös kysymykseen 14, jossa henkilöt saivat kirjoittaa omia mielipiteitään ja ajatuksiaan sihteereistä, HSO-sihteereistä ja tradenomi, HSOista, kommentoi 30 henkilöä, mikä on noin kolmasosa vastaajista. Vaikka monivalintakysymyksiin en saanutkaan toivomaani 100–200 vastausta, sain paljon hyödyllistä tietoa avoimista kysymyksistä.

6.1 Taustatiedot

Taustatiedoissa kysyttiin vastaajien sukupuolta ja ikää. Molempiin kysymyksiin vastasi 93 henkilöä, joista suurin osa (71 %) oli naisia ja vähemmistö (29 %) oli miehiä. Eniten vastauksia (30,1 %) antoivat 40–49-vuotiaat vastaajat ja vähiten (12,9 %) vastauksia antoivat 20–29-vuotiaat vastaajat.



Kuvio 3. Vastaajien (n=93) ikäjakauma prosentteina

6.2 Työsuhdetiedot

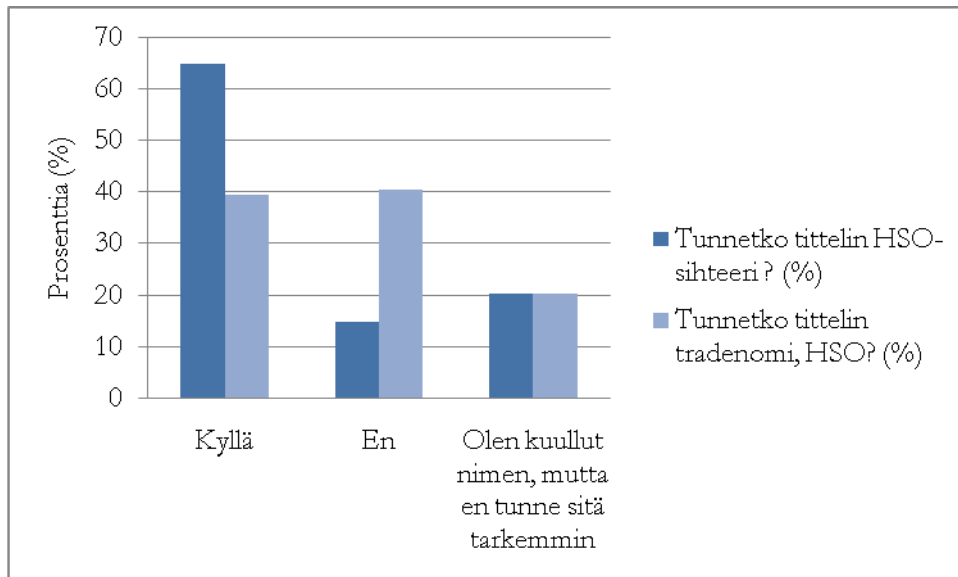
Työsuhdetiedot-osiossa kysyttiin, millä sektorilla vastaajat työskentelevät ja mikä heidän toimenkuvansa on. 91 henkilöä vastasi, millä sektorilla he työskentelevät, ja heistä suurin osa (71,4 %) työskentelee yksityisellä sektorilla. Vastaajista 11 % työskentelee yrittäjänä ja 9,9 % taas valtiolla, kun taas kunnalla työskentelee vain 6,6 % ja kirkollisella sektorilla 1,1 %.

Yhteensä 93 ihmistä kertoi, mikä heidän toimenkuvansa yrityksessä on. Vastaukset olivat jakaantuneet suhteellisen tasaisesti tässä kysymyksessä. Eniten vastaajia (28 %) toimii ylemmän johdon tehtävissä ja toiseksi eniten (22,6 %) työskentelee asiantuntijatehtävissä. Keskijohdossa (18,3 %), alemmassa johdossa (10,8 %) ja toimihenkilöiden tehtävissä (16,1 %) on tasaisesti suunnilleen saman verran työntekijöitä. Vastaajia pyydettiin erittelemään toimenkuvansa, jos se ei ollut annettulla listalla. Muita toimenkuvia oli neljä kappaletta, eli 4,3 % kaikista vastaajista, ja nämä muut toimenkuvat olivat: osa-aikainen assistentti, erikoisasiantuntija, myyntihenkilö sekä opettaja.

6.3 Kysely ammattiryhmästä

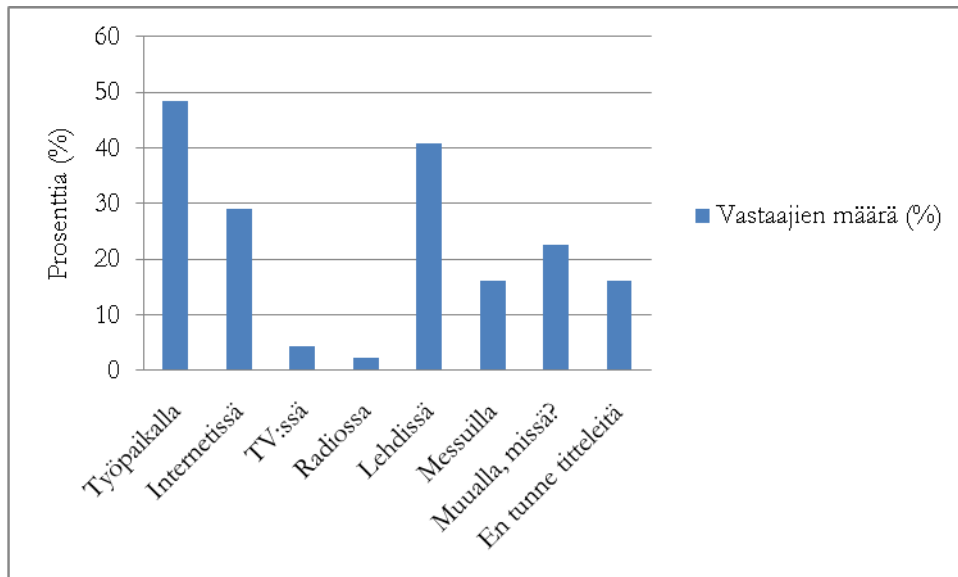
6.3.1 HSO-tittelin tunnettuus

Kyselyosio ammattiryhmästä alkoi kysymällä vastaajien tuntemusta HSO-sihteerin ja tradenomi, HSO:n tittleistä. Näihin kysymyksiin vastasi 94 henkilöä. Suurin osa vastaajista (64,9 %) tuntee HSO-sihteerin tittelin entuudestaan. Osa vastaajista (20,2 %) on kuullut tittelistä vain mainittavan joskus, ja vain pieni osa vastaajista (14,9 %) ei tunne titteliä ollenkaan. Tuntemus tittelistä tradenomi, HSO on hieman huonompi, sillä vain alle puolet vastaajista (39,4 %) tuntee tittelin. Suunnilleen saman verran (40,4 %) ei ole koskaan kuullutkaan tittelistä, ja noin viidesosa vastaajista (20,2 %) on joskus vain kuullut mainittavan siitä.



Kuvio 4. Vastaajien (n=94) tietämys titteleistä HSO-sihteerin ja tradenomi, HSO

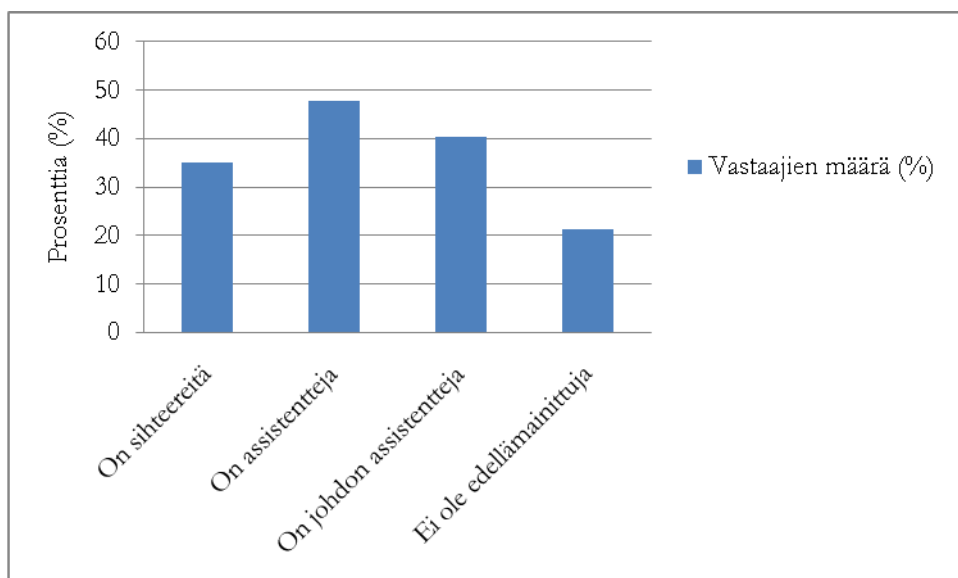
Kysely jatkui kysymällä vastaajilta, missä he olivat kuulleet tai tutustuneet HSO-sihteerin tai tradenomi, HSO:n titteliin. Tässä kysymyksessä annettiin vastaajille vapaat kädet, ja he saivat rastittaa kaikki paikat ja mediat, joissa olivat kuulleet titteleistä. Tähän kysymykseen vastasi 89 henkilöä, ja vastauksia annettiin yhteensä 167 kappaletta. Titteli on vastausten perusteella eniten esillä vastaajien työpaikoilla (48,4 %) sekä lehdissä (40,9 %). Tittelit ovat vähiten esillä televisiossa (4,3 %) ja radiossa (2,2 %). Jos henkilö rastitti kohdan ”muualla, missä?”, hänellä oli mahdollisuus kirjoittaa nämä listan ulkopuoliset paikat, joissa hän oli titteleistä kuullut. Näitä muita vastauksia annettiin 21 kappaletta, joista yli puolet (57,1 %) oli kuullut titteleistä HAAGA-HELIA ammattikorkeakouluun liittyvissä asioissa. Vastauksena oli muun muassa: ”HaagaHeliassa”, ”aikoinaan opiskellessani koulussa”, ”opiskelu” ja ”koulun kautta (itse myös tradenomi)”. Seuraavaksi yleisin vastaus (23,8 %) oli kaverin tai ystävän kautta ja esimerkkinä mainittakoon: ”ystävän kautta” ja ”ystäviä ao ammattiryhmissä”. Muita yksittäisiä vastauksia olivat muun muassa ”ammattiliiton tapahtumissa”, ”HSO yhdistyksen kanssa yhteistyössä” ja ”minulla on ollut HSO sihteereitä töissä”. Vain 16,1 % vastaajista ei tunne titteleitä, eikä ole niistä koskaan kuullut missään mediassa mainittavan.



Kuvio 5. Paikat, joista vastaajat (n=89) ovat saaneet tietoa HSO-sihteereistä ja tradenomi, HSOista

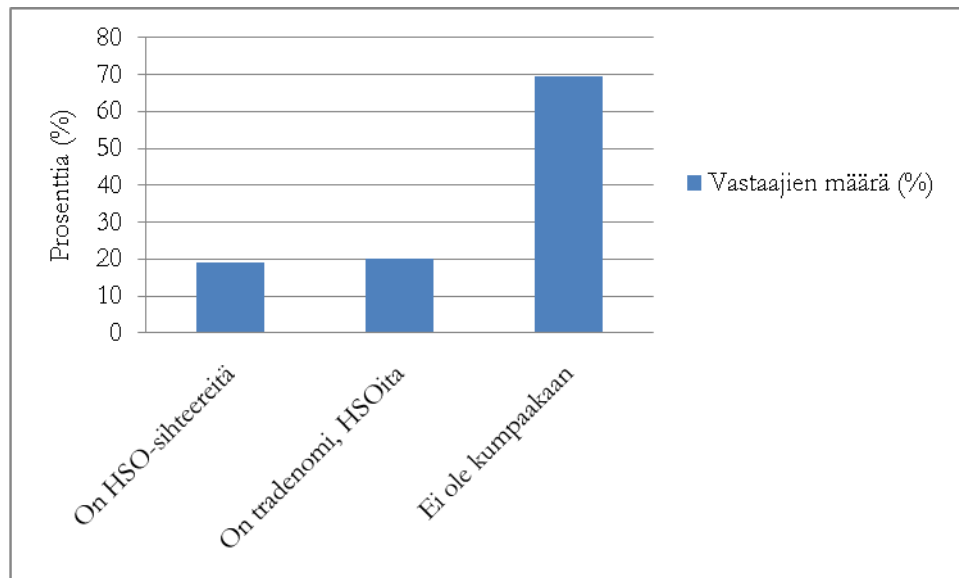
6.3.2 Sihteerit ja HSOt vastaajien työpaikalla

Kyselyssä kysyttiin seuraavaksi tarkemmin, onko vastaajien työpaikoilla sihteeri-, assistentti- tai johdon assistentti -tittelillä toimivia henkilöitä. Tähän kysymykseen vastasi 94 henkilöä, ja he antoivat yhteensä 136 vastausta, sillä kysymyksessä sai vastata useampaan kuin yhteen kohtaan. Vastaajien työpaikoilla työskentelee eniten (47,9 %) erilaisilla assistentti-titteleillä toimivia henkilöitä sekä aika suuri määrä (40,4 %) johdon assistentteja. Suhteellisen pienellä osalla vastaajista (20,3 %) ei ole työpaikallaan minkäänlaisia assistentteja tai sihteereitä.



Kuvio 6. Eri sihteeri-titteleillä toimivat henkilöt vastaajien (n=94) työpaikoilla

Kyselyssä kysyttiin myös, onko vastaajien työpaikalla HSO-sihteeireitä tai tradenomi, HSOita. Tähän kohtaan vastasi 89 henkilöä, jotka antoivat yhteensä 97 vastausta. Reilusti eniten vastauksia (69,7 %) annettiin kohdalle ”ei ole kumpaakaan”, eli vastaajien työpaikoilla ei ole HSO-sihteeireitä tai tradenomi, HSOita. Vain noin 20 % vastaajista oli täysin varmoja, että heidän työpaikallaan on HSO-sihteeireitä, ja noin saman verran vastaajista tiesi heidän yrityksessään olevan tradenomi, HSOita.



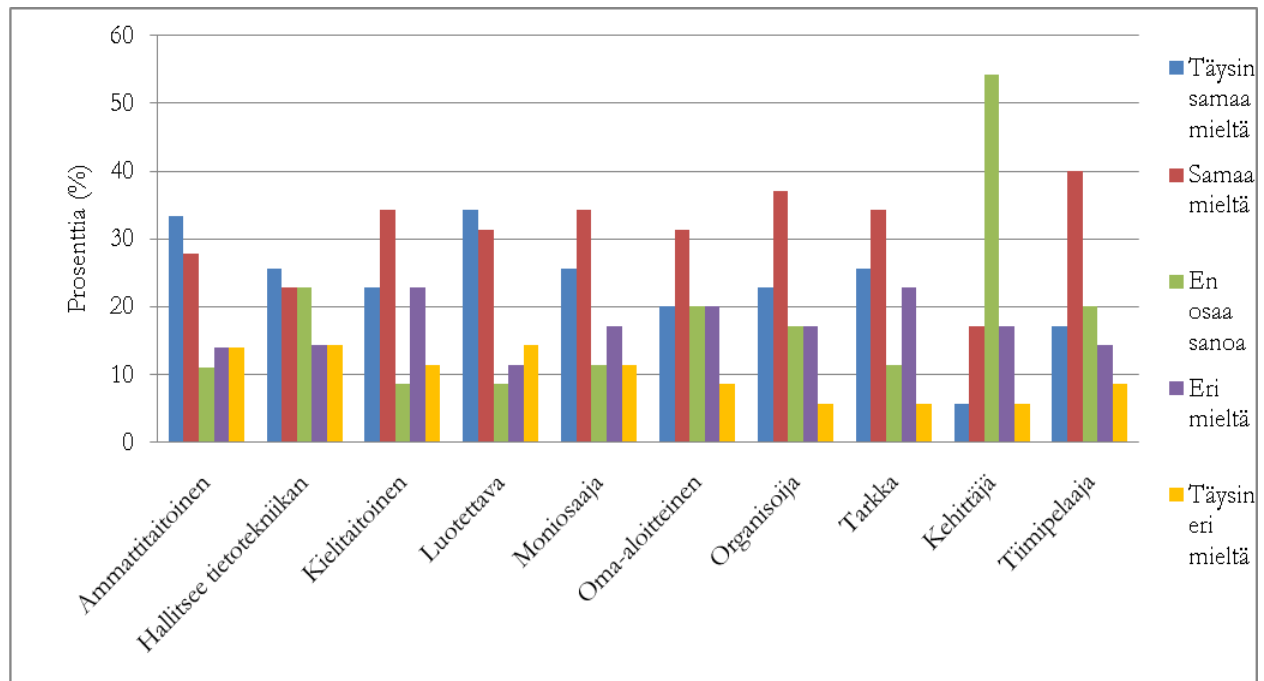
Kuvio 7. HSO-sihteerit ja tradenomi, HSOt vastaajien (n=89) työpaikoilla

6.3.3 Sihteerien ja HSOiden kuvailu

Vastaajien mielipiteitä pyydettiin väittämiin, jotka kuvaavat assistenttien ominaisuuksia tai kykyjä. Ensin vastaajia pyydettiin vastaamaan väittämiin HSO-sihteeireistä ja tradenomi, HSOista. Vastaajia oli vain 84, joista suurin osa (55 kpl) vastasi taulukon ulkopuoliseen kohtaan: ”meillä ei ole HSO-sihteeireitä tai tradenomi, HSOita töissä”. Muihin väittämiin vastasi 35 henkilöä, mutta ensimmäiseen kohtaan ”ammattitaitoinen” vastasi 36 henkilöä. Vastaukset annettiin Likertin asteikon perusteella välillä 1-5, jossa 1 tarkoittaa, että vastaaja on täysin samaa mieltä väittämän kanssa ja 5 tarkoittaa, että vastaaja on täysin eri mieltä väittämän kanssa.

Jos väittämälle on annettu pieni keskiarvo, se tarkoittaa että suurin osa vastaajista on samaa mieltä tai lähes samaa mieltä väittämän kanssa. Jos väittämän keskiarvo taas on suuri, se tarkoittaa, että vastaajat ovat eri mieltä väittämän kanssa. Pienin keskiarvo (2,4) oli kohdalla ”luotettava”, suurin osa vastaajistista siis rasti kohdan 1 (34,3 %) tai 2 (31,4 %). Vastaajat näkevät siis työpaikkansa HSO-sihteerit ja tradenomi, HSOt luotettavina työtovereina. Suurin

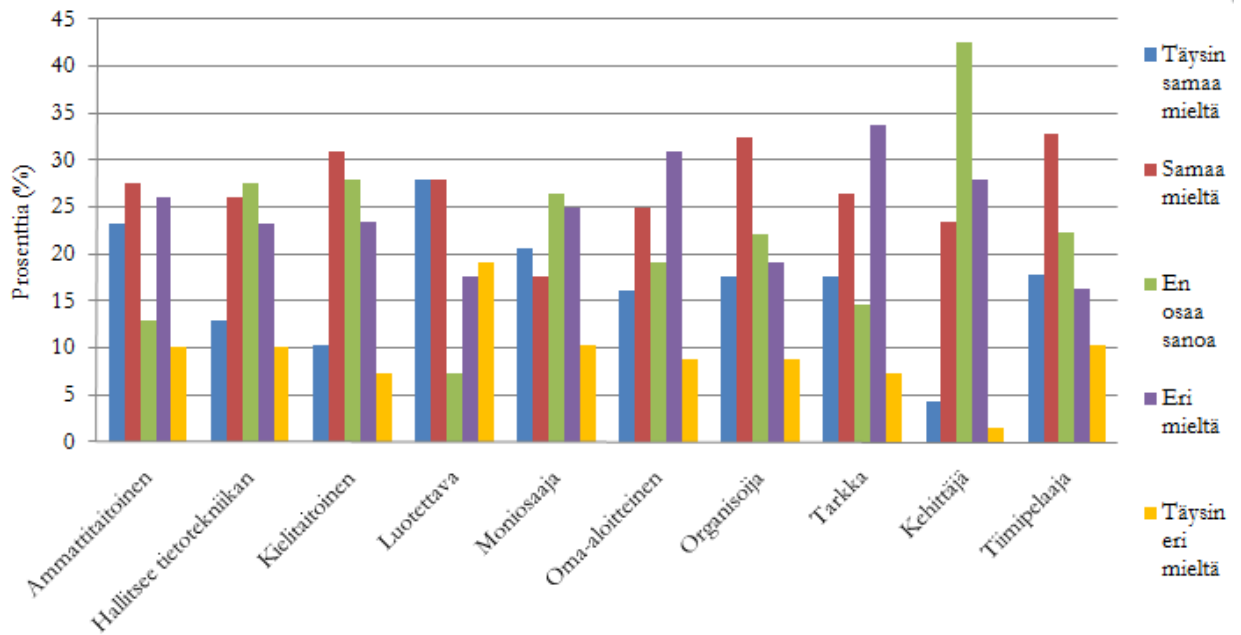
keskiarvo (3) tuli kohdalle ”kehittäjä”. Tämän pystyy näkemään taulukostakin, sillä enemmistö vastaajista (54,3 %) antoi vastaukseksi numeron 3. Vastaajat eivät siis ole varmoja, ovatko heidän työpaikkansa HSO-sihteerit ja tradenomi, HSO:t kehittäjiä vai eivät.



Kuvio 8. Vastaajien (n=84) mielipiteet HSO-sihteerit ja tradenomi, HSO:ita kuvaavista väitteistä. Oikealla näkyvät kohdat vastaavat Likertin asteikon numeroita 1-5.

Toiseksi vastaajia pyydettiin vastaamaan väittämiin assistenteista ja sihteeristä. Väittämät olivat samat kuin edellisessä kohdassa, jossa vastaajat antoivat mielipiteitään työpaikkansa HSO-sihteeristä ja tradenomi, HSO:ista. Näiden kahden kysymyksen vastauksia on helpompi vertailla keskenään, jos väittämät ovat samat. Assistentteja ja sihteerit koskeviin väittämiin vastasi 90 henkilöä, joista vain pieni osa (29 kpl) vastasi taulukon ulkopuoliseen kohtaan ”meillä ei ole sihteerit tai assistentteja töissä”. Kohtiin ”ammattitaitoinen” ja ”hallitsee tietotekniikan” vastasi 69 henkilöä, kohtaan ”tiimipelaaja” vastasi 67 henkilöä ja kaikkiin muihin kohtiin vastasi 68 henkilöä.

Pienimmän keskiarvon (2,687) sai kohta ”tiimipelaaja”, myös kohta ”organisoija” sai pienen keskiarvon (2,691). Tästä voi päätellä, että vastaajien mielestä heidän työpaikkansa sihteerit ja assistentit ovat hyviä tiimitöissä sekä erilaisten asioiden ja tapahtumien organisoinnissa. Suurimman keskiarvon (2,985) sai kohta ”kehittäjä” eli vastaajien mielestä heidän työpaikkansa sihteerit ja assistentit eivät auta työpaikan asioiden kehittämistyössä.



Kuvio 9. Vastaajien (n=90) mielipiteet sihteereitä ja assistentteja kuvaavista väitteistä. Oikealla näkyvät kohdat vastaavat Likertin asteikon numeroita 1-5.

6.3.4 Sihteerien ja HSOiden palkkaus

Viimeisessä valintakysymyksessä vastaajia pyydettiin kertomaan, kuka palkattaisiin heidän yritykseensä mieluiten: HSO-sihtööri, sihtööri tai assistentti vai tradenomi, HSO. Vastaajia kysymykseen oli 92. Eniten vastauksista (60,9 %) kuitenkin sai kohta ”en tiedä”. Eniten kunnollisia vastauksia (23,9 %) sai ”tradenomi, HSO”, joten ehkäpä uusi titteli on sittenkin tunnettu työelämässä. Voi myös olla, että yrityksiin kaivattaisiin enemmän vastavalmistuneita ja kokemuksia kaipaavia tradenomi, HSOita. Kohta ”sihtööri tai assistentti” sai reilusti vähemmän vastauksia (9,8 %) ja HSO-sihtööri sitäkin vähemmän (5,4 %).

Vastaajat saivat vastata myös avoimesti jatkokysymykseen: ”Miksi juuri edellisessä kysymyksessä valitsemasi henkilö palkattaisiin teille töihin?” Avoimeen kysymykseen antoi vastauksia 43 henkilöä. Kommentteja tuli monenlaisia, mutta ”tradenomi, HSO koulutus / arvostamme koulutusta ja sen antamia valmiuksia tai muu vastaava kommentti” annettiin joukossa eniten (7 kpl). ”Hyvät kokemukset tai muu vastaava kommentti” oli toiseksi yleisin vastaus (4 kpl). Koulutuksesta välittämättömiä ja muita ominaisuuksia etusijalla pitäviä vastauksia oli noin neljäsosa (11 kpl) kaikista vastauksista. Vastauksiin kuului muun muassa ”persoonaa ratkaisee, ei koulutus” ja ”palkkaamme osaajia, eikä pelkkä tutkinto ratkaise” ja ”työkokemuksen ja persoonan perusteella”. Kaksi vastaajaa kertoi, ettei tiedä HSO-sihtöerän ja tradenomi, HSO:n eroa, joten yritykseen palkattaisiin todennäköisesti joko sihtöerän tai assistenttin tittelillä toimiva henkilö.

6.3.5 Vastaajien mietteitä työpaikkojensa sihteereistä ja HSOista

Viimeinen kysymys oli vapaaehtoisesti täytettävä avoin kysymys, johon vastaajat saivat kirjoittaa omia mielipiteitään ja mietteitään työpaikkansa sihteereistä, assistenteista, HSO-sihteereistä ja tradenomi, HSOista. Osa vastauksista oli selkeästi positiivisia, osa hieman negatiivisia ja osa vastaajista kertoi tässäkin kohtaa, etteivät tiedä tittleiden eroa. Positiivisia vastauksia ”osaavia, monitaitoisia, hieman omanarvontuntoisiakin, kunnianhimoisia, osallistuvia”, ”kaikki sihteerit ovat moniosaajia ja yhteistyökykyisiä, ahkeria ammattilaisia”, ”erittäin osaavia, oma-aloitteisia ammattilaisia” ja ”kaikki ovat ammattitaitoisia moniosaajia, jotka osaavat priorisoida muuttuvissa tilanteissa” annettiin ihan yleisesti kaikista sihteeri-tittelillä toimivista henkilöistä yhteensä seitsemän (7) kappaletta. Suurimmassa osassa vastauksista mainittiin moniosaaminen ja ammattitaitoisuus.

Osa vastaajista tarkensi mielipiteitään HSO-sihteereihin. Näitä tarkennettuja vastauksia annettiin kuusi (6) kappaletta. Esimerkki vastauksista: ”Minulla on aikaisemmissa johtamistehtävissäni ollut aina HSO sihteeri apunani (yli 20 v.) Kokemukset ovat poikkeuksetta hyviä. He ovat osanneet asiansa ja olleet oma aloitteisia ja reippaita. Järki päässä ihmisiä.” Muita esimerkkejä ovat: ”HSO-sihteerit ovat yrityksessämme kehittyneet erilaisiksi asiantuntijoiksi, esim. viestintä, henkilöstöhallinto jne.” ja ”Tutuissani on ainakin yksi HSO-sihteeritaustainen henkilö, joka on päättänyt urallaan pitkälle, yksityisyrittäjäksi asti. Tunnen myös muita HSO-taustaisia ylemmän johdon assistentteja. Mielikuva koulutuksesta on monipuolinen ja hyvät perustaidot antava.” Vastaajien mielipiteet HSO-sihteereistä ovat myös positiivisia ja kertovat, kuinka pitkälle HSO-tittelillä on työelämässä päästy.

Negatiivissävytteisiä vastauksia tuli yhteensä viisi (5) kappaletta. Osassa vastaajat olivat tarkentaneet kohdettaan, mutta osa vastauksista kertoi taas yleisesti sihteereistä. Esimerkkinä mainittakoon: ”Usean kohdalla kaivataan lisää oma-aloitteisuutta ja lisää ammatillista kyvykkyyttä. Henkilösihteereitä kaivataan edelleen, kaikki eivät voi olla ns. assistentteja. Perusosaaminen on hyvä.” Toinen hyvä esimerkki: ”Meillä oli työharjoittelijana Tradenomi, HSO opiskelija. Oma-aloitteisuutta olisi saanut olla enemmän sekä käsitystä yleisistä asiakaspalvelutaidoista ja toimitoetiketistä.” Yhdessä vastauksessa vastaaja antoi sekä negatiivista että positiivista palautetta HSO-sihteereistä ja tradenomi, HSOista: ”Aiemmat kokemukset HSO-sihteereistä positiivisia, mutta tutkintojen uudistamisen ja nuorempien sukupolvien myötä nykyisin useampi tradenomi, HSO siht. kuvittelee olevansa ekonomiin verrattava tieto ja taitotasoltaan, mikä ei todella pidä paikkaansa. Tulee kuitenkin huomata, että varsinaisen ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneet assistenttimme ovat huomattavasti pätevämpiä, kuin AMKHSO:t, koska he ovat

opiskelleet korkeakoulussa. Ammattikorkeakoulu ei ole samaa tasoa oppisisällöiltään, valitettavasti, mutta palvelee toki toisenlaisia työelämän tarpeita. Kielitaito on usein HSO:n etu samoin ITtaidot.”

Muita maininnan arvoisia vastauksia löytyi muutama: ”Käsite / titteli kaipaa lisää julkisuutta jotta yrityksissä ymmärretään osaamistasot ja sisältö paremmin.” Osa vastauksista painotti taasen, ettei koulutus ole se tärkein valintavaihtoehto: ”henkilöiden väliset erot ovat tietenkin suuria, osa on oma-aloitteisempia ja tarkempia kuin toiset, kuitenkin valtaosin henkilöt ovat hyviä työntekijöitä, hyviä tiimipelaajia ja ammattitaitoisia ja pysyvät hyvin mukana muutostahdissa” ja ”Meille valituilla henkilöillä on joustava asenne työhön, aito kiinnostus ja aito oma-aloitteisuus työhön. Koulutus ei tätä asennetta luonut, olen tavannut paljon tradenomeja keillä tätä asennetta ei ole.” Yhden vastaajan mielestä titteli ei itsessään kerro mitään työntekijästä: ”Assistenttini nime ei juuri kerro minusta mitään. Monet myös työskentelevät assistentin nimikkeellä vaikka heillä on korkeampi tutkinto (yliopisto) kuin AMK. Aika paljon riippuu henkilöstä itse ja minkälaiset mahdollisuudet aukeavat.”

7 Johtopäätökset kyselyn tuloksista

7.1 Työnantajien HSO-tuntemus

Kysymyksiin 5 ja 6, joissa kysyttiin, tuntevatko vastaajat HSO-sihteerin ja tradenomi, HSON tittelit, vastasi molempiin 94 henkilöä. Näistä 93 oli kertonut sukupuolensa ja ikänsä, heistä 27 oli miehiä ja 66 naisia. Ristiinarvioimalla iän, sukupuolen ja vastausten tietoja voidaan tarkastella, tuntevatko esimerkiksi miehet HSO-sihteerin tittelin paremmin kuin naiset ja minkä ikäiset tuntevat tittelin parhaiten. HSO-sihteerin titteli tuli tunnetuksi 1970–1980-lukujen aikana, ja koska vastaajista suurin osa on yli 40-vuotiaita niin ehkä nämä kaksi asiaa korreloivat toisiaan. Nuoremmat vastaajat eivät välttämättä ole kuulleet tittelistä, sillä se ei ollut heidän opiskeluaikanaan enää niin pinnalla kuin mitä se oli esimerkiksi 1980-luvulla. HSO-sihteerin tunnettuus näyttikin korreloituvan iän ja sukupuolen mukaan. Yli 40-vuotiaista miehistä 53 % tuntee HSO-sihteerin tittelin ja yhteensä kaikista miesvastaajista 48 % tuntee tittelin. Naisista 81 % yli 40-vuotiaista tuntee tittelin ja yhteensä kaikista naisvastaajista 71 % tuntee tittelin. Naisvastaajia oli kyselyssä enemmän, mutta heidän HSO-sihteerin tuntemus on miesvastaajia parempi. Yli 40-vuotiailla työnantajilla on joka tapauksessa parempi tuntemus tittelistä kuin nuoremmilla vastaajilla.

Tradenomi, HSO on vielä aika uusi käsite, sillä se on ollut käytössä vasta hieman yli vuosikymmenen. Titteli saattaa olla tunnetumpi nuorempien vastaajien keskuudessa, sillä he opiskelivat 1990-luvun aikana, jolloin titteli alkoi tehdä nimeä ja HSO-sihteerin titteli jäi taka-alalle. Suurin osa kyselyyn vastaajista oli yli 40-vuotiaita, jotka eivät välttämättä tiedä, että HSO-sihteerin titteli on jäänyt jo pois ja tradenomi, HSO-titteli on korvannut sen. Titteli oli tulosten mukaan tuntemattomampi vastaajien keskuudessa kuin HSO-sihteerin titteli. Yli 40-vuotiaista miespuolisista vastaajista 63 % ei ole kuullut tradenomi, HSON tittelä ja kaikista miesvastaajista 67 % ei ole kuullut tittelistä. Alle 40-vuotiaita miesvastaajia oli vain muutama, mutta heistäkään kukaan ei ollut kuullut tittelistä. 28 % yli 40-vuotiaista naisvastaajista ei tuntenut tradenomi, HSO tittelä ja kaikista naispuolisista vastaajista 30 % ei ollut kuullut tittelistä aikaisemmin. Naisilla oli siis tässäkin kysymyksessä parempi tuntemus kuin miehillä. Erityisesti yli 40-vuotiailla oli taas parempi tuntemus tittelistä kuin nuoremmilla vastaajilla. Naisvastaajilla oli selkeitä ei-vastauksia vähän, mutta kyllä- ja olen kuullut nimen, mutta en tunne sitä tarkemmin -vastauksia oli paljon. Miehillä selkeitä ei-vastauksia oli paljon, mutta kyllä- ja olen kuullut nimen, mutta en tunne sitä tarkemmin -vastauksia oli vähän.

7.2 Median vaikutus HSOiden tuntemiseen

Kysymyksessä 7 kysyttiin ”missä kaikkialla vastaajat olivat kuulleet HSO-sihteerin tai tradenomi, HSON titteleistä.” Vastaajia kysymykseen oli 94, mutta yksi henkilö ei ollut maininnut sukupuoltaan tai ikäänsä, joten vastaajia oli 93. Myös tähän kysymykseen vastaajat saivat antaa niin monta vastausta kuin halusivat, minkä takia vastausten yhteisprosenttimäärä ylittää tässäkin kysymyksessä 100. Miespuolisia vastaajia oli 27, joista 37 % ei tuntenut HSO-sihteerin tai tradenomi, HSON titteliä. Toiset 37 % vastaajista tunsivat tittelin juuri työpaikkansa kautta eli heillä on joko omalla työpaikallaan HSOita tai he ovat kuulleet muiden työtovereidensa puhuvan titteleistä. Suurin vastausprosentti (41 %) oli miesvastaajilla lehdissä eli sanoma- tai aikakauslehdissä ja vain pieni osa (19 %) oli kuullut titteleistä Internetissä. Miehet siis ovat saaneet tietonsa HSO-sihteeereistä ja tradenomi, HSOista juuri lehdistön ja uutisartikkeleiden kautta. Muita vastauksia miehillä oli vain muutamia: ystävien kautta oli kolme (3) henkilöä kuullut titteleistä, kaksi (2) oli kuullut niistä messuilla, kaksi (2) radiossa ja yksi (1) radiossa.

Naisvastaajia oli 65, joista vain 9 % ei ollut kuullut kummastakaan tittelistä aikaisemmin, eli he tuntevat tittelin selkeästi paremmin kuin miesvastaajat. Yli puolet vastaajista (52 %) oli kuullut titteleistä työpaikallaan. Naisvastaajillakin on todennäköisesti siis omalla työpaikallaan HSO-sihteeereitä tai tradenomi, HSOita tai heistä on kuultu puhuttavan työpaikalla. Todella suuri osa (42 %) oli kuullut titteleistä myös lehtien kautta eli naisvastaajat ovat kiinnittäneet lehtiä lukiesaan huomiota HSO-sihteeereitä ja tradenomi, HSOita käsitteleviin artikkeleihin. Yli kolmasosa (34 %) naisvastaajista oli kuullut titteleistä Internetin kautta. Tradenomi HSO Sihteerit ry:n nettisivu on varmaankin yksi suosituimmista hakukohteista erilaisten tietoartikkeleiden (Wikipedia) ohella (katso kohta 4.1 Internet). Viidesosa naisista oli kuullut titteleistä myös erilaisilla messuilla. Tradenomi, HSO Sihteerit ry ja Sihteeriyhdistys ovat esillä ainakin vuosittaisilla Sihteerit & Assistentit -messuilla ja ensin mainittu myös Duuniin.net -rekryointimessuilla. Tradenomi HSO Sihteerit ry on myös ollut esillä Wanhassa Satamassa järjestetyillä Henry ry:n Uudista ja uudistu -messuilla. Naisvastaajista myös vajaa viidesosa (18 %) on kuullut titteleistä HAAGA-HELIA ammattikorkeakouluun liittyvissä asioissa: osa on ollut itse opiskelemassa siellä, osa on ollut Helsingin Sihteeripistossa opiskelemassa ja osa on kuullut titteleistä koulun nettisivujen kautta. Yksi (1) henkilö mainitsi ammattiliiton tapahtumat paikaksi, jossa hän oli kuullut titteleistä, kaksi (2) mainitsi ystävät tiedonlähteeksi, yksi (1) kertoi olevansa Tradenomi HSO Sihteerit ry:n kanssa yhteistyössä ja yksi (1) kertoi, että hänellä on ollut HSO-sihteeereitä töissä.

Naisvastaajat ovat saaneet tietoa tittleistä laajasti eri medioista ja paikoista. He ovat myös kiinnittäneet huomiota eri paikoissa, sillä suurimmalla osalla vastaajista oli valittu enemmän kuin yksi vaihtoehto. Miesvastaajista suurin osa oli valinnut vain yhden vaihtoehdon. HAA-GA-HELIAsta valmistuu aika vähän miespuolisia tradenomi, HSOita eikä Helsingin Sihteeripistossa tilanne varmaankaan ollut toisenlainen. Naisvastaajista osa olikin itse opiskellut HSOksi, kun taas miespuolisista vastaajista kukaan ei maininnut tätä vaihtoehtoa. Naisvastaajilla on muutenkin enemmän ystäviä ja yhteyksiä henkilöihin, jotka tietävät HSOista. Naiset käyvät myös miehiä enemmän alan messuilla, ehkäpä sen takia, että sihteerit ovat tyypillisesti olleet naisia.

7.3 Sihteerit ja HSOt työnantajien yrityksissä

Kysymyksissä 8 ja 9 kysyttiin ”onko vastaajien työpaikalla sihteereitä, assistentteja, johdon assistentteja, HSO-sihteereitä tai tradenomi, HSOita.” Kysymykseen 8 vastasi 94 henkilöä, mutta yksi henkilö ei ilmoittanut ikäänsä tai sukupuoltaan, joten vastaajia oli 93. Kysymykseen 9 vastasi yhteensä 89 henkilöä, mutta kun vähentää tuon edellä mainitun henkilön, joka ei maininnut sukupuoltaan tai ikäänsä, vastaajia oli 88. Kysymyksissä vastaajat saivat vastata useampaan kuin yhteen kohtaan, joten lopullinen prosenttimäärä on sen takia suurempi kuin 100. Ne henkilöt, jotka vastasivat että heillä on esimerkiksi sihteereitä ja assistentteja laskettiin kahteen kertaan, sillä assistentit ja sihteerit laskettiin erikseen.

Suurimmassa osassa (48 %) miespuolisten vastaajien yrityksissä toimii johdon assistentti. Assistentteja toimii 44 % yrityksistä ja sihteereitä 22 % yrityksistä. Vain 26 % yrityksissä ei ole yhtäkään sihteeriä, assistenttia tai johdon assistenttia. Lähes puolella (48 %) naisvastaajista on assistentteja työpaikallaan. Hieman yli kolmasosalla on johdon assistentteja (36 %) ja sihteereitä (38 %) yrityksessään. Vain viidesosalla naisvastaajista ei ole yhtäkään sihteeriä, assistenttia tai johdon assistenttia työpaikallaan. Suhteellisen pienellä osalla kaikista vastaajista ei ole työpaikallaan minkäänlaisia assistentteja tai sihteereitä. Se saattaa johtua yrityksen pienuudesta tai siitä, että yrityksissä on henkilöitä, jotka tekevät omien töidensä lisäksi myös sihteerien töitä, jolloin sihteereitä ei ole erikseen palkattu.

Kysyttäessä vastaajilta ”onko heidän työpaikallaan HSO-sihteereitä tai tradenomi, HSOita”, miespuolisista vastaajista valtaosa (81 %) vastasi että heillä ei ole kumpaakaan. Vain kahdella (2) miehellä oli HSO-sihteerit työpaikallaan ja toisella kahdella (2) miehellä oli tradenomi, HSO työpaikallaan. Yksi (1) mies vastasi, että hänen yrityksessään on sekä HSO-sihteerit että tradenomi, HSO. Suurin osa (63 %) myös naispuolisista vastaajista kertoi, ettei heidän työpaikallaan

ollut kumpaakaan HSO-sihtööriä tai tradenomi, HSOta. Yhteensä 14 naisvastaajalla oli HSO-sihtööri työpaikallaan. Näistä vastaajista puolella oli sekä HSO-sihtööri että tradenomi, HSO yrityksessään. Yhteensä 15 naispuolisella vastaajalla oli tradenomi, HSO työpaikallaan. Näistä vastaajista kahdeksalla (8) oli sekä tradenomi, HSO että HSO-sihtööri yrityksessään. Suurin osa vastaajista siis kertoi, ettei heidän yrityksessään ole HSO-sihtöoreitä tai tradenomi, HSOita. Toisin kuin sihtööri- ja assistentti-tittleillä toimivat henkilöt, HSO-sihtöoret ja tradenomi, HSOt eivät yleensä työskentele näillä tittleillä. Vastaajat eivät välttämättä tiedä, onko heidän yrityksessään HSO-sihtöoreitä tai tradenomi, HSOita, sillä voi olla että he työskentelevät jollakin toisella nimikkeellä, kuten markkinointiassistentin tai viestintäpäällikön nimikkeellä. Kovin moni työntekijä ei kysy työtovereidensa ammattitutkinnosta tai opiskelutaustasta.

7.4 Työntekijöiden palkkaus

Kysymyksessä 12 kysyttiin ”kuka palkattaisiin vastaajan yritykseen mieluiten: HSO-sihtööri, tradenomi, HSO vai sihtööri tai assistentti.” Vastaajia kysymykseen oli 92, mutta 91 oli kertonut ikänsä, sukupuolensa ja vastauksensa kysymykseen. Yli 40-vuotiaista miehistä 58 % ei tiennyt, kuka heille palkattaisiin ja kaikista miesvastaajista 63 % ei tiennyt, kuka heille palkattaisiin mieluiten. Vain viisi (5) vastaajaa sanoi varmuudella tradenomi, HSO ja neljä (4) varmuudella sihtööri tai assistentti. Yksi (1) mies sanoi varmuudella, että HSO-sihtööri palkattaisiin heille. Yli 40-vuotiaista naisista 63 % ei tiennyt, kuka heille palkattaisiin, ja kaikista naisvastaajista yhteensä 55 % ei tiennyt, kuka heille palkattaisiin. Kaikista naispuolisista vastaajista vain 16 tiesi sanoa, että tradenomi, HSO palkattaisiin heille töihin. HSO-sihtöerin valitsi neljä (4) henkilöä ja sihtöerin tai assistentin valitsi viisi (5) henkilöä. HSO-sihtööri sai todella vähän vastauksia, mikä voi johtua siitä, että yrityksissä on jo HSO-sihtööri tai pari eikä heitä tarvita yritykseen enempää. Sihtöerien tai assistenttien kohdalla tilanne voi olla sama. Tradenomi, HSOita taas halutaan lisää yrityksiin, mikä voi johtua siitä, että työnantajat tietävät, että tradenomi, HSO on tunnetun HSO-sihtöerin päivitetty titteli tai sitten yritykseen halutaan uusia vastavalmistuneita auttamaan yritystä ajan tasalle. Kysymys saattaa olla yleisesti hankala siksi, että suurin osa vastaajista tuskin on tekemisissä uusien työntekijöiden palkkauksen kanssa, eivätkä he siksi tiedä, kuka olisi sopivin vaihtoehto. Myös titteliön tuntemattomuus, varsinkin tradenomi, HSOon (katso kohta 7.1 Työnantajien HSO-tuntemus), saattoi tuottaa vastaajille vaikeuksia vastatessa.

8 Yhteenveto

Median vaikutusta ihmisiin vähätellään, mutta näin tietoyhteiskunnassa televisiosta jatkuvalla syötöllä tulevat draamaohjelmat, lehdistössä pyörivät samat aiheet ja Internetistä löytyvä lop-pumaton tieto muokkaavat ihmisten mielikuvia asioista. Internetistä löytyy paljon tietoa myös tradenomi, HSOista ja HSO-sihteereistä - jos tietoa vaan osaa etsiä. Jos hakukoneeseen laittaa hiemankin väärän sanan, saattaa hakutuloksina löytyä erotiikkaa haetun tiedon sijasta. Internet, televisio, radio ja lehdet ovat kuitenkin hyviä keinoja saada tietoa asioista. Jos ne eivät suora-naisesti vaikuta ihmisten mielikuviiin asioista ja tapahtumista, ne ainakin antavat ajankohtaista tietoa. Kyselyyn vastanneet kertoivat saaneensa tietoa HSO-sihteereistä ja tradenomi, HSOista aikaisemmin mainituista medioista, mutta eniten kuitenkin omalla työpaikallaan ja HAAGA-HELLIAan liittyvissä tapahtumissa. Suora kontakti HSOihin työpaikalla tai koululla onkin yksi parhaimmista keinoista saada kokemuksia ja siten luoda mielikuvia HSOista. Median luomat mielikuvat asioista vaikuttavat ihmisiin kuitenkin eri tavoin. Mielikuvat asioista syntyvät muun muassa kokemusten, ennakkoluulojen ja asenteiden avulla, ja sillä nämä ovat erilaiset kaikilla ihmisillä, myös saadut ja luodut mielikuvat ovat erilaisia. Ensimmäiset mielikuvat asioista jättävät myös helposti jälkensä ihmisiin, mutta median vaikutusta jokaiseen ihmiseen ei voida silti yleistää. Jotkut ihmiset uskovat esimerkiksi televisiosta saamiinsa mielikuviiin, kun taas toiset eivät. Jotkut ovat niin turtuneita mielikuviiin, joita mediassa yritetään tyrkyttää, että he uskovat vain ko-kemuksen perusteella saamiinsa mielikuviiin. Joidenkin mielestä elokuvassa seksin avulla hui-pulle yltävä näpsäkkä sihteeri kuvastaa oikean elämän tositilannetta, kun taas toiset näkevät elokuvan viihteenä eivätkä tosielämää kuvastavana.

Työpaikoilla yhä useammin esillä olevat HSO-sihteerit ja tradenomi, HSOt jäävät naisille pa-remmin mieleen kuin miehille, sillä ne ovat outoja mutta samalla myös merkityksellisiä sanayh-distelmiä. Outo sanayhdistelmä saa naiset myös helpommin tutkimaan asiaa lisää, joten he suuntaavat Internetiin hakemaan lisätietoa aiheesta. Miehet kiinnittävät huomionsa enemminkin lehdistön tarjontaan, jossa HSO-sihteereitä ja tradenomi, HSOita on esillä vähemmän. Kyselyyn vastanneista jopa neljä viidestä yli 40-vuotiaasta naisvastaajasta tunsi tai tiesi HSO-sihteerin tittelin. Samanikäisistä miesvastaajista noin puolet tunsi tai tiesi tittelistä. Kuten ai-emmin todettiin, HSO-sihteerin titteli on ollut esillä jo vuosikymmeniä, ja siksi varmaankin vanhemmat vastaajat tiesivät tittelistä paremmin kuin nuoremmat. Naiset ovat kiinnittäneet huomiota tarkemmin mediassa, työpaikoillaan ja muissa tapahtumissa esillä olleeseen titteliin, kun taas miehet eivät ole kiinnittäneet titteliin huomiota tai eivät vain muista kuullessaan siitä. Tradenomi, HSO taas ei ole yhtä tunnettu titteli, sillä vain joka kolmas miesvastaaja tunsi tai

tiesi tittelin. Naisvastaajilla luku oli hieman korkeampi, mutta ei yhtä korkea kuin HSO-sihteerin kohdalla. Jos ikä korreloi titteli tunnettuutta, eli jos vanhemmat naisvastaajat tuntevat HSO-sihteerin tittelin, niin miksi nuoremmat naisvastaajat eivät tunne tradenomi, HSOta yhtään sen paremmin kuin vanhemmatkaan naisvastaajat? Uudempaa tittelää, tradenomi, HSOta, ei selkeästi ole markkinoitu tarpeeksi, vaikka titteli on ollut esillä jo yli vuosikymmenen. Sihteereitä ja assistentteja on lähes joka yrityksessä, joten tradenomi, HSOiden tulisi osata markkinoida koulutustaan ja tittelään edukseen. Työpaikoilla tradenomi, HSOt eivät välttämättä tuo ilmi koulutustaastaansa tai antavat olettaa, että he ovat vain tradenomeja. Luulevatkohan he, että jos työpaikan johto tietäisi heidän HSO-taustastaan, heille asetettaisiin korkeammat odotukset ja enemmän paineita? Moni vastaaja ei varmaan myöskään tiedä, että nykyinen tradenomi, HSO on päivitetty versio vanhemmasta HSO-sihteeristä. Koulutusohjelman ja valmistuvien tradenomi, HSOiden markkinointi olisi tittelin tunnettuuden ja mahdollisesti myös oman työllistymisen kannalta tärkeää. Tradenomi, HSOt voivat helposti markkinoida osaamistaan ja koulutustaan esimerkiksi juuri työpaikalla, jotta muutkin työntekijät tietäisivät hänen osaamisestaan. Myönteiset mielikuvat tradenomi, HSOista työpaikoilla auttavat varmasti osittain työnantajia palkkaamaan yritykseen myös muita tradenomi, HSOita.

HSOita toimii jo paljon yksityissektorilla, joten siellä työskentelevien HSO-tuntemus on suhteellisen hyvä. Kyselyssäkin yli kaksi kolmasosaa vastaajista työskenteli juuri yksityissektorilla. Kunnan ja valtion sektorille mentäessä varsinkin miespuoliset työntekijät ihmettelevät, mikä HSO on. Valmistuneiden tradenomi, HSOiden tulisi siis uskaltautua muille sektoreille kuin yksityissektorille levittääkseen tietoisuutta tittelistä ja omasta ammattitaitoisuudestaan. Tosin palkkauksesta kysyttäessä, suuri osa kyselyyn vastanneista sanoivat työpaikalleen palkattavan mieluiten juuri tradenomi, HSO:n. Tietoisuutta tittelistä ja koulutuksesta täytyy siis olla jonkin verran. Osa 40 vuotta sitten valmistuneista HSO-sihteeereistä on jo eläköitymässä ja työnantajat tietävät sen, joten voi olla, että he haluavat palkata yritykseen mieluummin nuorta verta. Avoimissa kysymyksissä vastaajat kertoivat mielipiteitään HSOista, ja moni kertoi HSOiden moniosaamisesta ja ammattitaitoisuudesta. Vastaajat kertoivat tietävänsä HSOiden taidot kokemuksen ja mielikuvien perusteella. Osa vastasi kuitenkin, että henkilön persoona ratkaisee myös palkataanko hänet yritykseen. Tässäkin siis pätee se, etteivät median luomat mielikuvat vaikuta kaikkiin ihmisiin. Jotkut työnantajat saattavat palkata tradenomi, HSO:n pelkän koulutustaustan perusteella, sillä he tietävät kokemuksesta koulutuksen takaavan hyvät tiedot ja taidot työelämään. Jotkut työnantajat taas haluavat koulutuksen lisäksi tietää, onko hakijalla työpaikkaan sopiva persoona. Railakkaaseen mainostoimistoon tuskin palkattaisiin hiljaista hisukkaa assistentiksi, vaikka hänen koulutuksensa olisi kuinka hyvä.

9 Arviointi

9.1 Aineiston käytettävyys

9.1.1 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti tarkoittaa pätevyyttä eli onko tutkimuksella mitattu sitä, mitä oli tarkoitus selvittää. Jotta tutkimus olisi validi, mitattavien käsitteiden ja muuttujien täytyy olla tarkoin määriteltyjä. Tutkimuksen kyselyn tulee mitata oikeita asioita ja niiden tulee myös kattaa koko tutkimusongelma. (Heikkilä 2004, 29.) Määrittelin tutkimustani varten tarkoin perusjoukon ja ilmoitin toiveeni HAAGA-HELIAN Tutkimus- ja kehittämiskeskuksen Lauri Tuomelle. Itse kyselyn lähetin Suvi Huoviselle, joka antoi kehitysehdotuksia, jotta kaikki tutkimuksen osa-alueet tulisi katettua. Korjasin kyselyni Suvi Huovisen ehdotusten mukaisesti, jonka jälkeen testasin vielä kyselyä testiryhmällä. Näin sain tietoa siitä, onko kysely helposti ymmärrettävä vai täytyykö kysymyksiä muuttaa. Vastausprosentti oli aika pieni, mutta sain paljon hyödyllistä tietoa avoimista kysymyksistä.

Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten tarkkuutta eli jos tutkimus toistettaisiin, saataisiin samat tulokset kuin ensimmäiselläkin tutkimuskerralla. Toisaalta pitää muistaa, että tuloksia ei pidä yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolelle, sillä tutkimustulokset eivät välttämättä päde toisessa maassa tai toisena aikana. Jotta tutkimus olisi tarkka, tulisi tutkijan olla myös tarkkaa syöttäessään tietoja koneelle ja käsitellessään aineistoa. (Heikkilä 2004, 30.) Tutkimustuloksia koneelle syöttäessäni tarkastin ne useaan otteeseen, jotta ne varmasti pitäisivät paikkansa. Olin myös kriittinen, sillä jos jokin tulos näytti minusta liian suurelta tai pieneltä, tarkistin sen uudestaan. Käytin Microsoft Office Excel -ohjelmaa tutkimustuloksien analysointiin, sillä hallitsen ohjelman hyvin. Uskon, että sen takia säästin aikaa uuden ohjelman käytettävyyden opettelulta sekä vähensin virheiden mahdollisuutta. Jos samankaltainen tutkimus tehtäisiin uudestaan samalle perusjoukolle seuraavan muutaman vuoden sisällä, vastaukset olisivat hyvin todennäköisesti samanlaiset kuin tässäkin tutkimuksessa. Jos perusjoukko olisi esimerkiksi valtion sektorilla toimivat ihmiset, olisivat vastaukset erilaiset. Tradenomi, HSOiden ja HSO-sihteerien tuntemus ulkomailla on todennäköisesti olematon, joten jos tutkimus toteutettaisiin esimerkiksi Saksassa, vastaukset olisivat täysin erilaiset.

9.1.2 Aineiston rajallisuus

Tutkimuksen aineisto koostuu kolmesta osasta: kirjallisuudesta, Internet-tutkimuksesta ja HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun yhteistyökumppaneiden vastauksista tutkimuskyselyyn. Kirjallisuus rajautuu tietoon mielikuvista ja imagosta. Assistenttien historiaa käsitteleviä teoksia ei oikeastaan löytynyt, lukuun ottamatta Marketta Kärjen kirjaa HSO-sihteerien matkasta tradenomi, HSOksi. Internet-tutkimuksen tulokset pätevät vain siihen päivään, jolloin tutkimus on toteutettu. Internetin hakutuloksien määrä ja laatu vaihtelevat lähes päivittäin. Tutkimuksen tuloksena saadut tiedot eivät välttämättä ole enää voimassa, jos tutkimus toistettaisiin täsmälleen samanlaisena kuukautta myöhemmin. Varsinkin Internetissä tiedon muuttuminen on nopeaa. Uutta tietoa ilmestyy päivittäin, eikä tavallinen ihminen pysy tahdissa mil-lään mukana. Eniten tutkitut hakutulokset muuttuvat ja aikaisemmin suosituin hakutulos saattaa siirtyä listalla alaspäin uusien ja mielenkiintoisempien hakutulosten viedessä sen paikan.

Tutkimuksessa toteutettu kysely antaa myös rajallisia vastauksia, joita ei voida yleistää esimerkiksi koko Suomen kansaan. Kyselyn perusjoukko oli HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun yhteistyökumppanit, mikä on saatujen vastauksien ensimmäinen rajoitus. Jos kysely olisi lähetetty pelkästään ammattijärjestöissä toimiville henkilöille, tulokset olisivat olleet täysin erilaiset. Silloin tulokset olisivat olleet rajattuina ammattijärjestöjen sisälle. Nyt kyselyssä saadut vastaukset ovat yleistettävissä kaikkiin HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun yhteistyökumppaneihin, niihin jotka vastasivat kyselyyn sekä niihin jotka eivät vastanneet. Suurin osa (71,4 %) kyselyyn vastanneista henkilöistä toimii yksityisellä sektorilla, mikä rajaa vastausten yleistettävyyttä vielä enemmän. Tämän tiedon avulla kyselyn vastaukset voidaan yleistää HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun yhteistyökumppaneihin, jotka toimivat yksityisellä sektorilla. Jos vastaa-jia olisi ollut enemmän esimerkiksi valtion sektorilla, tulokset olisi voitu yleistää myös valtion sektorilla toimiviin yhteistyökumppaneihin. Naiset vastasivat kyselyyn innokkaammin kuin miehet, joten miesten antamia tuloksia ei voida yleistää yhtä hyvin kuin naisten antamia tulok-sia. Palkkauskysymyksessä suurin osa vastaajista (60,9 %) ei tiennyt, kuka yritykseen palkattai-siin mieluiten. Vain muutama vastaaja tiesi sanoa kuka heidän mielestään yritykseen palkattai-siin, mutta tietoja ei voida yleistää, sillä vastauksia oli niin vähän. Jos enemmistö vastaajista olisi antanut vaihtoehdoksi esimerkiksi HSO-sihteerin, tuloksia olisi voitu yleistää enemmän.

9.2 Aineiston hyödyllisyys ja kehitysehdotukset

9.2.1 Aineiston hyödyllisyys HAAGA-HELIALle

Vaikka aineistoa ei voida suuresti yleistää, siitä saatua tietoa voi silti hyödyntää. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu voi markkinoida assistenttiopiskelijoiden osaamista ja korkeatasoista koulutusta enemmän esimerkiksi juuri valtion sektorilla työskentelevien keskuudessa. Koulutusta kannattaa markkinoida myös siksi, että tutkimuksen mukaan miehillä on huono tuntemus HSO-tittelistä. Työnantajista suurin osa on miespuolisia, joten HSOiden asiantuntemus ja osaaminen tulee saada heidän tietoisuuteensa. Tämän markkinoinnin jälkeen tutkimus voitaisiin toistaa, jotta nähdään paraniko muiden sektoreiden ja miespuolisten työnantajien tietous HSOista. Koululla voidaan myös markkinoida assistenttiopiskelijoille muiden sektoreiden kuin yksityisen sektorin työpaikkoja. Koulun kannattaa myös hankkia enemmän kontakteja valtion, kunnan ja kirkon sektoreilta, jotta opiskelijoilla olisi enemmän vaihtoehtoja muun muassa harjoittelupaikkaa hakiessa. Nyt harjoittelupaikkoja löytyy juuri lähinnä yksityiseltä puolelta, mutta koulun laajentaessa kontaktejaan harjoittelupaikat olisivat monipuolisempia. Harjoittelussa opiskelijat huomaavat, että muillakin sektoreilla työskenteleminen voi olla aivan yhtä mielekästä kuin yksityisellä sektorilla.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoululla vuosittain järjestettävällä Assistenttipaneelilla on myös tärkeä rooli opiskelijoiden mielikuvien muokkaamisessa. Assistenttipaneelissa HSO-sihteeriksi tai tradenomi, HSOksi valmistunut henkilö (tai henkilöt) kertovat kokemuksistaan työelämästä. Puhujiksi olisi tärkeä saada henkilöitä eri sektoreilta, jotta opiskelijat näkevät, millaisiin vaihteleviin tehtäviin he voivat valmistuttuaan päästä. Puhujat kertovat, onko HSO-lopukkeesta ollut heille töitä hakiessa hyötyä ja auttaako se erottumaan työmarkkinoilla. Olisi myös mielenkiintoista kuulla kirkon sektorilla toimivan HSO-sihteerin tai tradenomi, HSON kuulumisia. Tutkimuksessa vain yksi vastaaja työskenteli kirkon sektorilla, joten se saattaa olla vähiten haluttu työsektori vastavalmistuneella assistenttiopiskelijalla. Kaikki opiskelijat eivät välttämättä tiedä, että kirkon sektorilla työskenteleminen ei tarkoita itse kirkossa työskentelemistä. Koululla voitaisiin näiden tuloksien perusteella tehdä myös tutkimus siitä, miksi johdon assistenttityön opiskelijat näkevät yksityisen sektorin mielekkäämpänä työpaikkana kuin muut sektorit.

Opiskelijoille on tärkeä oppia tuntemaan myös oma ammattijärjestönsä. Kun edustin järjestöä syksyllä 2009 Sihteerit & Assistentit -messuilla, vain muutama opiskelija tuli paikalle. He kertoivat, että koululta ei annettu tunteja vapaaksi, jotta assistenttiopiskelijat olisivat voineet tulla

paikalle tutustumaan assistenteille tarkoitettuihin työpaikkoihin tai ammattijärjestöihin. Minusta koulun tulee päästää opiskelijat edes tunniksi messuille katsomaan tarjontaa. Siellä on paljon hyödyllistä tietoa opiskelijoille heidän tulevaa työelämäänsä varten. Ja tietenkin myös ammattijärjestö on siellä edustamassa. Messuilla Tradenomi HSO Sihteerit ry:n edustajilla on aikaa keskustella opiskelijoiden kanssa järjestön eduista ja siitä, että opiskelijan liityttyä järjestöön hän saa valmistuttuaan käyttää HSO-tittelä. Kun ammattijärjestö tulee koululle edustamaan, koulun tulee antaa silloinkin opiskelijoille tieto asiasta. Jos assistenttiopiskelijat eivät edes tiedä, että heidän ammattijärjestönsä on päivänä X koululla edustamassa, eivät he tietenkään mene paikalle tutustumaan järjestöön.

9.2.2 Aineiston hyödyllisyys ammattijärjestölle

Tradenomi HSO Sihteerit ry voi aineiston pohjalta myös markkinoida itseään sekä tradenomi, HSOiden ja HSO-sihteerien asiantuntemusta ihmisille, jotka työskentelevät muilla kuin yksityisellä sektorilla. Tutkimuksen mukaan naisilla on parempi tuntemus edellä mainituista tittleistä, joten olisi tärkeää saada tittelit myös miespuolisten työnantajien tietoisuuteen. Ammattijärjestö on jo hyvin erilaisilla messuilla esillä, mutta ehkä heidän kannattaisi miettiä vielä joitain muita mahdollisia markkinointikeinoja. HSO-sihteereistä ja tradenomi, HSOista voidaan esimerkiksi kirjoittaa juttuja tunnettuihin sanoma- ja aikakauslehtiin tunnettuuden levittämiseksi.

Ammattijärjestön kannattaa markkinoida itseään enemmän myös HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa, sillä opiskelijoiden tietoisuus järjestöstä ja sen hyödyllisyydestä ei ole kovin hyvä. Työskennellessäni järjestössä ja jäsenrekisteriä selatessani en löytänyt kuin muutaman luokkatoverini nimen. Sain myös vasta harjoitteluaikanani tietää, että assistenttiopiskelijat saavat valmistuttuaan käyttää HSO-lopuketta tradenomi-tittelinsä perässä vain, jos he kuuluvat ammattijärjestöön. Tämä on hyvin tärkeää opiskelijoiden tietää. Valmistuvat assistenttiopiskelijat saattavat luulla, että heistä tulee tradenomi, HSOita sen takia että he valmistuvat HAAGA-HELIAsta. Harjoitteluni jälkeen mainitsin asiasta luokkatovereilleni, ja suurin osa heistä oli yllättyneitä asiasta. Hekään eivät tieneet, että heistä ei automaattisesti tule tradenomi, HSOita valmistuttuaan. Jos assistenttiopiskelijat eivät kuulu ammattijärjestöön, heistä tulee vain tradenomeja, jotka eivät erotu edukseen työelämässä. Tämän takia Tradenomi HSO Sihteerit ry:n kannattaa olla esillä koululla enemmän, jotta assistenttiopiskelijoiden tietoisuus järjestöstä ja sen toiminnasta parane. Ammattijärjestö voisi tehdä tutkimuksen tai kyselyn opiskelijoiden mielikuvista ammattijärjestöstä. Samalla järjestö voisi tutkia miten tunnettu järjestö on opiskelijoiden keskuudessa.

9.3 Aineiston hyödyntäminen

9.3.1 Koulutusohjelman kehittäminen

Aloitin opiskeluni syksyllä 2007, jonka jälkeen johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmaa on uudistettu ja paranneltu jo kaksi kertaa. En ole varma, miten koulutusohjelmia on muokattu, mutta joidenkin kurssien järjestystä ja sisältöä on ilmeisesti muutettu. Tulevia assistenttiopiskelijoita ajatellen toivoisin joillekin kursseille enemmän käytännönläheisyyttä. Opiskelen nyt toiseksi viimeisellä lukukaudella, ja vasta nyt olemme tehneet ensimmäisiä yritysvierailuja. Mielestäni erilaisissa yrityksissä vieraileminen ja erilaisiin toimenkuviiin tutustuminen on hyödyllistä assistenttiopiskelijoille, sillä he näkevät minkälaisiin töihin he saattavat joskus päätyä. Aikaisemmin mainittu assistenttipaneeli on myös hyödyllinen opiskelijoille, sillä tilaisuudessa opiskelijat saavat itse kysellä vierailevilta assistenteilta heidän työstään. Nämä käytännönläheiset tilaisuudet auttavat opiskelijoita tutustumaan tulevaan ammattiinsa erilaisissa ympäristöissä, joten toivoisin että tilaisuuksia olisi enemmän. Vaihtoehtoisesti kursseille voitaisiin kutsua erilaisista yrityksistä henkilöitä koululle puhumaan työstään. Oikeanlaisen puhujan valitseminen koululle on kuitenkin tärkeää, mutta myös opiskelijoita tulisi motivoida kysymysten esittämiseen ja keskustelun aloittamiseen puhujan kanssa. Myös erilaiset projektit, joissa ulkopuolinen toimeksiantaja on antanut toimeksiannon kurssiryhmälle, ovat olleet mielenkiintoisia ja hyödyllisiä. Opiskelijat saavat tehdä tällä tavalla projekteja, joita he saattavat myöhemmin työelämässä oikeastikin joutua tekemään. Itseäni myös motivoi tieto siitä, että teen oikeata projektia oikealle yritykselle. Tiesin myös, että yritys tulisi hyödyntämään ideoitani.

Eri ammattikorkeakoulujen työharjoittelut eroavat myös suuresti toisistaan. Kun minulla se oli yksi puolen vuoden, eli yhden lukukauden pituinen pätkä, muutamilla ystäväilläni se on ollut kaksi tai kolme lyhyempää harjoittelua opintojen eri vaiheissa. Itsekin olisin toivonut tällaista ratkaisua. Harjoittelupaikan etsiminen on vaikeaa, varsinkin niin pitkäksi aikaa kuin puoli vuotta, joten olettaisin yritysten ottavan harjoittelijoita mieluummin lyhyemmiksi pätkiksi kerrallaan esimerkiksi äitiyslomasijaisiksi. Ystäväilläni harjoittelupaikat olivat aina eri yrityksissä, joten he saivat arvokasta työkokemusta erilaisissa yrityksissä ja erilaisissa tehtävissä, kun taas minä sain kokemusta pitkältä aikaväliltä yhdessä yrityksessä. Mielestäni assistenttiopiskelijat hyötyisivät siitä, että harjoittelu olisi jaettu esimerkiksi kahteen kolmen kuukauden pätkään eri yrityksissä. Opiskelijat saisivat näin kokemusta erilaisista yrityksistä ja erilaisista toimenkuvista. Myös eri sektorit, alat ja työtehtävät isoissa ja pienemmissä yrityksissä tulisivat näin toivon mukaan paremmin esille opiskelijoille, mikä vahvistaisi heidän tuntemustaan alasta ja tulevasta ammatistaan.

Minulle harjoittelupaikkoja oli tarjolla lähinnä pääkaupunkiseudulla ja suomenkielisissä yrityksissä. Ulkomaanharjoitteluun en halunnut erinäisten ongelmien pelossa. Ulkomaille harjoitteluun lähteekin vain pieni osa opiskelijoista. Toivoisin siis, että tulevilla opiskelijoilla olisi mahdollista hakeutua harjoitteluun myös ehkä hieman kauemmaksi Suomessa ja työskennellä yrityksissä, joissa toimistokieli olisi muu kuin suomi. Puolen vuoden aikana ehtii unohtaa aika helposti pitkäänkin opiskellut kielet, kuten saksan, ruotsin tai venäjän. Kouluun palatessa sitten ihmetellään, kun ei osatakaan enää kuin yhtä kieltä. Esimerkiksi ruotsinkielisessä yrityksessä tehtävä harjoittelu vahvistaisi opiskelijan kielitaitoa, mikä on hänelle hyödyksi myös tulevaisuudessa. Suomea ja englantia osaavat melkein kaikki, mutta harvinaisempia kieliä ei kuule tai opi muualla kuin matkustamalla maahan, jossa kieltä puhutaan tai työskentelemällä jatkuvasti ihmisten kanssa käyttäen kyseistä kieltä. Yhteistyö hieman kauempana sijaitsevien yritysten kanssa olisi koululle, koulutusohjelmalle ja assistenttiopiskelijoille hyödyksi, koska kaikki opiskelijat eivät kuitenkaan tule työskentelemään pääkaupunkiseudulla valmistuttuaan, joten heidän olisi hyvä tietää muualla Suomessa olevista työpaikkamahdollisuuksista. Myös vieraalla kielellä suoritettu työharjoittelu antaa luottamusta omaan kielitaitoon, joten opiskelija saattaa hakea rohkeammin vieraskieliseen yritykseen töihin. Näin ”vaativimmatkin” työpaikat tulevat työelämässä täytettyä ja työttömiä opiskelijoita olisi vähemmän.

9.3.2 HSO-tittelin markkinointi

Jotta valmistuneet johdon assistentit osaisivat työelämässä markkinoida itseään ja osaamistaan, olisi mielestäni hyödyllistä, jos itsensä markkinoimista opetettaisiin myös koulussa. Kaikki eivät osaa tai uskalla näyttää osaamistaan. Jos ammattikorkeakoulussa opetettaisiin esimerkiksi itsensä kehittämistä, itsensä markkinoimista sekä muutenkin itseluottamusta ja omiin kykyihin uskomista, luulisin HSO-sihteerin ja tradenomi, HSON titteleiden olevan tunnetumpia. Eräällä oppitunnilla keskustelimme työelämän hektisyydestä, menestyksestä, perheen tärkeydestä ja palkasta ja opettaja kysyi, moniko meistä opiskelijoista opiskelee tätä alaa vain siksi, että tietää suurella todennäköisyydellä saavansa töitä ja hyvää palkkaa. Puolet luokasta vastasi myönteisesti. Moni sanoi opiskelevansa mieluummin esimerkiksi taideaineita jos tuleva ammatti olisi turvattu ja palkka olisi parempi. He eivät valmistuttuaan todennäköisesti edes halua markkinoida itseään johdon assistenttina. Koulutuksen, oli se mikä tahansa, ja oman osaamisen markkinointi on silti tärkeää. Voi olla, että markkinoimalla johdon assistentin osaamistaan, henkilö saattaa saada työpaikan juuri sen aineen parissa, jonka opiskelusta hän on aikaisemmin haaveillut. Koululla voisi siis olla esimerkiksi lyhyt vapaavalintainen kurssi, jolla käsitellään itseluottamusta ja itsensä markkinoimista tuleville työnantajille. Uskoisin siitä olevan hyötyä monelle valmistuvalle opiskelijalle.

Itsensä ja osaamisensa markkinoimista voisi harjoitella myös olemalla esillä esimerkiksi messuilla tai muissa tilaisuuksissa. Koulutusohjelmaan kuuluu tapahtumanjärjestämisprojekti, jossa opiskelijat saavat näyttää taitonsa. Harmillisesti osaamisen ja oppimisen näkee vain toimeksiantaja, joka yleensä on HAAGA-HELIA itse. Jos opiskelijat olisivat esillä messuilla tai muissa tilaisuuksissa, joissa he pääsisivät kertomaan opiskelustaan, oppimisestaan ja taidoistaan, he saisivat siitä enemmän itseluottamusta ja oppisivat samalla markkinoimaan itseään mahdollisille tuleville työnantajilleen. Koulutusohjelmasta ja siinä opiskelevista voitaisiin tehdä myös lehdistärtikkeleitä ja haastatteluja esimerkiksi sanomalehtiin, radioon tai jopa televisioon. Koulutusohjelman tunnettuus leviäisi näin helposti ympäri Suomen.

HAAGA-HELIA:n eri toimipisteillä on omat koulujen sisällä julkaistavat lehtensä, ekstranet ja intranet, mutta niiden avulla tieto pysyy vain ja ainoastaan HAAGA-HELIA-yhteisön sisällä. Tärkeää olisi saada koulutusohjelmaa markkinoitua koulun ulkopuolella. HAAGA-HELIALla on paljon yhteistyökumppaneita, minkä sain tietää saatuaani yhteyshenkilölistan kyselyäni varten, mutta valitettavan monen yhteyshenkilön tiedot ovat vanhentuneet tai henkilöt ovat poistuneet yrityksiensä palkkalistoilta. Mielestäni yhteistyökumppaneihin kannattaa pitää jatkuvasti yhteyttä ja markkinoida heille muun muassa johdon assistentteja ja heidän koulutustaan, sillä HAAGA-HELIA:n yhteistyökumppanit saattavat hyvinkin olla valmistuneiden johdon assistenttien tulevia työnantajia. Jos yhteistyökumppanit eivät tiedä koulutusohjelmasta tai tradenomi, HSOista, he eivät myöskään palkkaa valmistuneita opiskelijoita. Eivätkä kaikki HAAGA-HELIA:n yhteistyökumppanit tienneetkään koulutusohjelmasta tai esimerkiksi tradenomi, HSOista, mikä selvisi kyselyyni tulleista vastauksista.

Johdon assistenteiksi valmistuvien tulee pitää mielessä, että heidän kannattaa liittyä ja pysyä Tradenomi HSO Sihteerit ry:n jäsenenä, jotta he voivat käyttää HSO-nimikettä tittelinsä perässä. HSO-titteli herättää huomiota ja saattaa auttaa työpaikan saamisessa, varsinkin jos työnantaja on tietoinen tittelistä ja sen tuomasta tiedon ja taidon määrästä ja laadusta. Työnantajat eivät kuitenkaan välttämättä tiedä, että HSOita valmistuu HAAGA-HELIAsta johdon assistenttien koulutusohjelmasta. He saattavat katsoa henkilön tiedoista vain koulutusohjelmasta saadun nimikkeen. Valmistuvien opiskelijoiden on siis tärkeää markkinoida itseään juuri tradenomi, HSOina eikä pelkkinä tradenomeina.

9.4 Itsearviointi

Aloitin tutkimuksenteon syksyllä 2009 ollessani työharjoittelussa ja tavoitteenani oli saada tutkimus valmiiksi kevään 2010 loppuun mennessä. Syksyllä etsin taustatietoa aiheestani ja kirjoitin niin paljon tekstiä kuin ehdin, jotta keväälle ei jäisi niin paljon tekemistä. Tiesin, että keväällä kouluun palatessani kouluasiat ja projektit ja esitykset veisivät paljon aikaani, joten halusin mahdollisimman paljon työtä alta pois ennen sitä. Strategiani kannatti, sillä kevät 2010 oli todella uuvuttava ja stressaava kaikkine koulutöineen. Käytin kevään kyselyn lähettämiseen ja tutkimiseen ja tulosten arvioimiseen, sillä olin tehnyt jo kaiken taustatyön edellisenä syksynä.

Tutkimusentekoprosessi oli pitkä, joten se vaati paljon kärsivällisyyttä. Tausta-aineiston etsiminen, tutkiminen ja omaksuminen veivät oman aikansa. Tiettyjen aineistonosien tai muiden tarvittavien tietojen saaminen kesti usein kauemmin kuin halusin, joten jouduin odottamaan aineiston tai tiedon vapautumista. En saanut kuitenkaan keskeyttää tutkimusprosessia missään vaiheessa liian pitkäksi aikaa, jotten vieraantuisi aiheesta. Yritin siis selvittää tiettyjen vaikeasti saatavien aineistojen saatavuustiedot mahdollisimman nopeasti. Kun sain tietää, että esimerkiksi aineiston X saaminen kestää kaksi viikkoa, kirjoitin sillä aikaa jotakin toista kohtaa tutkimuksessa käyttäen jo saatavilla olevaa aineistoa.

Myös tekstin läpikäyminen, taulukoiden tarkistaminen ja muu pilkunviilaus kesti kauemmin kuin olin odottanut. Vaikka tutkimus oli jo itsessään valmis, siitä puuttui vielä tiivistelmät ja kehitysehdotukset ja monia muita asioita. Myös samanaikaisesti päälle painavat koulutyöt rasittivat minua entisestään ja työtaakka tuntui välillä sietämättömältä. Tutkimusta kirjoittaessani jouduin myös opettelemaan uusia asioita, kuten Webropol-ohjelman käytön. Kyselypohjan luominen ja testaaminen veivät paljon aikaa. Ristiinarviointi kyselystä saaduista tiedoista oli myös uutta, ja vasta monien mutkien kautta opin tekemään sen oikein Excel-ohjelman avulla.

Mielestäni oli myös kiinnostavaa etsiä taustatietoa aiheista, joista ei muuten välttämättä etsisi tietoa. Psykologia ja ihmisten mieli on aina kiinnostanut minua, joten luin oikein mielelläni mielikuvista ja imagosta sekä niiden muodostumisesta. Minusta oli hyvä, että aihe kiinnosti minua ja aineisto oli myös kiinnostava. Luulen, että tutkimuksen kirjoittaminen olisi ollut haastavampaa, jos aihe ei olisi kiinnostanut minua tai jos tausta-aineisto olisi ollut tylsää luettavaa. Kiinnostavasta aiheesta kirjoittaa paljon mielummin. Sain myös paljon hyödyllistä tietoa oman koulutuslinjani historiasta sekä sen nykyisestä tilasta tutkimalla Internet- ja kirjalähteitä. Nämä tiedot toivon mukaan auttavat minua markkinoimaan itseäni, koulutustani ja osaamistani paremmin työelämään päästessäni.

Lähteet

Aule P. & Heinonen J. ja WSOY 2002. Maine. Menestystekijä. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Amiedu 2007. Sihteerin ammattitutkinto. Luettavissa:

http://www.amiedu.fi/KoulutuksetJaPalvelut/Koulutustarjonta/Kauppa/Toimistopalvelut/Toimistopalvelut.htm?course_id=384. Luettu 24.10.2009.

Etelä-Pohjanmaan Opisto 2009. Sihteerin ammattitutkinto. Luettavissa:

<http://www.epopisto.fi/ammattillinenkoulutus/siht.php>. Luettu 24.10.2009.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2009a. Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. Luettavissa:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus/amk-tutkinto/fi/koulutus/amk-tutkinto/johdon-assistenttityon-ja-kielten-ko/yleisinformaatiota>. Luettu 11.10.2009.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2009b. Ylempi AMK-tutkinto. Luettavissa:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus/ylempi-amk-tutkinto>. Luettu 11.10.2009.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2010a. Degree Programme for Multilingual Management Assistants. Luettavissa:

<http://www.haaga-helia.fi/en/education/polytechnic-degree/dp-for-multilingual-management-assistants/general-information/index.html>. Luettu 12.02.2010.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2010b. Opetussuunnitelma. Luettavissa:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/opinto-opas-2009-2010/amk-tutkinto/johdon-assistenttityon-ja-kielten-ko/opetussuunnitelma>. Luettu 13.02.2010.

Heikkilä T. 2004. Tilastollinen tutkimus. 5. uudistettu painos. Edita Prima Oy. Helsinki

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2001. Tutki ja kirjoita. 6.-7. painos. Tummavuoren kirjapaino Oy. Vantaa.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. uudistettu painos. WS Bookwell. Porvoo.

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tammer-paino. Tampere.

Kyminlaakson ammattikorkeakoulu 2010a. Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. Luettavissa:

<http://www.kyamk.fi/Koulutus/AMK-tutkin-not/AMK%2C%20nuoret/Yhteiskuntatieteiden%2C%20liiketalouden%20ja%20hallinnon%20ala/Johdon%20assistenttity%C3%B6%20ja%20kielet>. Luettu 12.02.2010.

Kyminlaakson ammattikorkeakoulu 2010b. Täydennyskoulutus. Luettavissa:

<http://www.kyamk.fi/Koulutus/T%C3%A4ydennyskoulutus>. Luettu 12.02.2010.

Kärki, M. 1997. 60-luvun sihteeristä 2000-luvun assistentiksi. HSO-koulutuksen kiitorata. Helsingin Sihteeripisto vuosina 1967–1997. Helsingin Sihteeripiston kannatusyhdistys r.y.

Markkinointi-instituutti 2009a. Sihteerin ammattitutkinto. Sisältö. Luettavissa:

<http://www.markinst.fi/Koulutus/Sivut/Tuotesivu.aspx?id=82>. Luettu 24.10.2009.

Markkinointi-instituutti 2009b. Sihteerityö. Koulutusohjelmat. Luettavissa:

<http://www.markinst.fi/koulutus/sivut/Sihteerityo.aspx>. Luettu 8.11.2009.

MJK-koulutus Oy 2009. Sihteerin ammattitutkinto. Luettavissa:

http://www.mjk.fi/index.php?option=com_amocourse&id=2&task=view&view=course&Itemid=91. Luettu 24.10.2009.

Paulaharju, M. 18.9.2009. Hallituksen puheenjohtaja. Tradenomi HSO Sihteerit ry. S-postiviesti.

Rope, T. & Mether, J. 1987. Mielikuvamarkkinointi. Amer-yhtymä Oy Weilin+Göös kirjapaino. Espoo.

Suomen Liikemiesten Kauppaopisto 2009a. Sihteerin ammattitutkinto. Luettavissa:

<http://www.businesscollege.fi/fi/aikuiskoulutus/koulutustarjonta/70.html>. Luettu 8.11.2009.

Suomen Liikemiesten Kauppaopisto 2009b. Suomen Liikemiesten Kauppaopisto. Luettavissa:
<http://www.businesscollege.fi/fi/organisaatio/organisaatio-toinen.html>. Luettu 8.11.2009.

Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010a. Järjestö. Luettavissa:
<http://www.tradenomihso.fi/jarjesto>. Luettu 13.02.2010.

Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010b. Jäsenedut. Luettavissa:
<http://www.tradenomihso.fi/jasenyys/jasenedut>. Luettu 13.02.2010.

Tradenomi HSO Sihteerit ry 2010c. Jäseneksi? Luettavissa:
<http://www.tradenomihso.fi/jasenyys/jaseneksi>. Luettu 13.02.2010.

Uimonen R. & Ikävalko, E. ja Inforviestintä Oy 1996. Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Webropol 2009a. Tuotteemme. Luettavissa:
<http://w3.webropol.com/finland/tuotteemme>. Luettu 6.12.2009.

Webropol 2009b. Yritys. Luettavissa:
<http://w3.webropol.com/finland/yritys>. Luettu 6.12.2009.

Wikipedia 2008. Mielikuva. Luettavissa:
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Mielikuva>. Luettu 3.10.2009.

Wikipedia 2009a. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Luettavissa:
http://fi.wikipedia.org/wiki/HAAGA-HELIA_ammattikorkeakoulu. Luettu 11.10.2009.

Wikipedia 2009b. Hakukone. Luettavissa:
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Hakukone>. Luettu 14.11.2009.

Wikipedia 2009c. Konttori (brittiläinen televisiosarja). Luettavissa:
http://fi.wikipedia.org/wiki/Konttori_%28brittil%C3%A4inen_televisiosarja%29. Luettu 14.3.2010.

Wikipedia 2010a. Hallusinaatio. Luettavissa:

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Hallusinaatio>. Luettu 12.02.2010.

Wikipedia 2010b. Kvantitatiivinen tutkimus. Luettavissa:

http://fi.wikipedia.org/wiki/Kvantitatiivinen_tutkimus. Luettu 12.02.2010.

Wikipedia 2010c. Laadullinen tutkimus. Luettavissa:

http://fi.wikipedia.org/wiki/Laadullinen_tutkimus. Luettu 12.02.2010.

Wikipedia 2010d. Likert-asteikko. Luettavissa:

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Likert-asteikko>. Luettu 14.2.2010.

Liitteet

Liite 1. Saatekirjeen malli

31.1.2010

Otsikko: Työnantajien mielikuvia ammattiryhmästä

Hei,

olen kuudennen lukukauden opiskelija HAAGA-HELIAsta ja teen opinnäytetyötäni aiheesta: ”Työnantajien mielikuvia ammattiryhmästä - vertailussa sihteerit, HSO-sihteerit ja tradenomi, HSOt”. Kartoitan siinä työnantajien tuntemusta sihteerien ammattiryhmästä. Kuka tahansa yrityksessä työskentelevä voi vastata kyselyyn.

Kyselyyn pääset alla olevasta linkistä. Vastaaminen siihen kestää noin 5-10 minuuttia.

<https://www.webropol.com/P.aspx?id=403420&cid=9784005>

Kiitos jo etukäteen vastauksestasi.

Ystävällisin terveisin

Hannele Kohtala

Taustatietoa

1. Sukupuoli

Mies

Nainen

2. Ikä

20–29

30–39

40–49

50–

Työsuhted tiedot

3. Millä sektorilla työskentelet?

Valtio

Kunta

Kirkko

Yksityinen

Yrittäjä

4. Toimenkuva

Ylempi johto

Keskijohto

Alempi johto

Toimihenkilö

Asiantuntija

Muu, mikä? _____

Kysely ammattiryhmästä

5. Tunnetko tittelin HSO-sihtööri?

Kyllä

En

Olen kuullut nimen, mutta en tunne sitä tarkemmin

6. Tunnetko tittelin tradenomi, HSO?

Kyllä

En

Olen kuullut nimen, mutta en tunne sitä tarkemmin

7. Missä olet kuullut tai tutustunut HSO-sihtööri tai tradenomi, HSO – titteleihin?

Rastita kaikki vaihtoehdot

Työpaikalla

Internetissä

TV:ssä

Radiossa

Lehdissä

Messuilla

Muualla, missä? _____

En tunne titteleitä

8. Onko työpaikallanne HSO-sihtöereitä tai tradenomi, HSOita? Voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon.

On HSO-sihtööri / HSO-sihtöereitä

On tradenomi, HSO / tradenomi, HSOita

Ei ole kumpaakaan

9. Onko työpaikallanne sihtööri-, assistentti- tai johdon assistentti -tittelillä toimivia henkilöitä?

On sihtööri-tittelillä toimiva henkilö / toimivia henkilöitä

On assistentti-tittelillä toimiva henkilö / toimivia henkilöitä

On johdon assistentti -tittelillä toimiva henkilö / toimivia henkilöitä

Ei ole yhtään yllämainituista

10. Kuvaile työpaikkasi HSO-sihtereitä tai tradenomi, HSOita seuraavien väittämien mukaan. (1=olen täysin samaa mieltä, 5=olen täysin eri mieltä)

Ammattitaitoinen

Hallitsee tietotekniikan

Kielitaitoinen

Luotettava

Moniosaaja

Oma-aloitteinen

Organisoija

Tarkka

Kehittäjä

Tiimipelaaja

Meillä ei ole HSO-sihtereitä eikä tradenomi, HSOita töissä

11. Kuvaile työpaikkasi sihtereitä ja assistentteja seuraavien väittämien mukaan. (1=olen täysin samaa mieltä, 5=olen täysin eri mieltä)

Ammattitaitoinen

Hallitsee tietotekniikan

Kielitaitoinen

Luotettava

Moniosaaja

Oma-aloitteinen

Organisoija

Tarkka

Kehittäjä

Tiimipelaaja

Meillä ei ole sihtereitä tai assistentteja töissä

12. Palkattaisiinko yritykseenne mieluiten

HSO-sihteerä

Sihteerä tai assistentti

Tradenomi, HSO?

En tiedä

13. Miksi juuri edellisessä kysymyksessä valitsemasi henkilö palkattaisiin teille töihin?

14. Voit kirjoittaa tähän avoimesti ja omin sanoin mietteitäsi ja mielipiteitäsi millaisia yrityksesi HSO-sihteerit, sihteerit/assistentit tai tradenomi, HSOt ovat.

15. Kaikkien kyselyyn vastanneiden yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan kaksi kahden kappaleen leffalippupakettia. Jos haluat osallistua leffalippujen arvontaan, kirjoita tähän yhteystietosi.

Etunimi Sukunimi

Postiosoite, postinumero, postitoimipaikka

Sähköpostiosoite

Liite 3. Muistutusviestin malli

7.2.2010

Otsikko: Työnantajien mielikuvia ammattiryhmästä

Hei,

olethan muistanut vastata opinnäytetyötäni koskevaan kyselyyn aiheesta: ”Työnantajien mielikuvia ammattiryhmästä - vertailussa sihteerit, HSO-sihteerit ja tradenomi, HSOt”? Kuka tahansa yrityksessä työskentelevä voi vastata kyselyyn.

Kyselyyn pääset alla olevasta linkistä. Vastaaminen siihen kestää noin 5-10 minuuttia.

<https://www.webropol.com/P.aspx?id=403420&cid=9784005>

Kaikkien vastanneiden ja yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan kaksi kahden leffalipun pakettia. Vastausaikaa on 12.2.2010 asti.

Kiitos jo kaikille kyselyyn vastanneille.

Ystävällisin terveisin

Hannele Kohtala