

Yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönotto media-alan yrityksessä



Koskunen, Joel

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

Yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönotto media-alan yrityksessä

Koskunen, Joel
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2010

Koskunen, Joel

Yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönotto media-alan yrityksessä

Vuosi 2010

Sivumäärä 36

Tämä opinnäytetyö käsittelee Microsoftin kahden yhdistetyn viestinnän palvelun käyttöönottoa MTV Oy:ssä keväällä 2010. Opinnäytetyössä tutkitaan käyttöönotettavien tuotteiden vaikutusta kohdeyrityksen sisäiseen viestintään. Yrityksessä haluttiin selvittää, miten hyvin henkilökunnan käyttökokemukset vastasivat Microsoftin mainostamia hyötyjä.

Yhdistetyllä viestinnällä tarkoitetaan pikaviestinnän, tavoitettavuustiedon, ryhmätyöratkaisuiden ja sähköpostin yhdistämistä yhdeksi järjestelmäksi. Käyttöönotettavat tuotteet olivat Microsoft Office Communications Server 2007 R2 ja Microsoft Office Live Meeting. Yhdistetty viestintä usein mielletään kululeikkuriksi, mutta opinnäytetyössäni tutkin viestintäjärjestelmää pääasiallisesti viestinnän tehostamisen keinona. Opinnäytetyön tarkoituksena on antaa MTV Oy:lle selvitys, minkälainen vaikutus viestintäjärjestelmän käyttöönotolla on ollut sisäiseen viestintään.

Työ koostuu kahdesta osasta, teoriaosuudesta ja haastattelututkimuksesta. Teoriaosuus pohjautuu viestinnän ja tietojenkäsittelyn alan kirjallisuuteen ja sähköisiin julkaisuihin. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina MTV Oy:ssä Helsingissä. Haastatteluihin osallistui yhdeksän pilottiryhmän käyttäjää. Teemahaastattelut toteutettiin pareina, koska haluttiin saada aikaan luontevaa ja vapautunutta keskustelua, jossa tuloksena olisi perusteltua laadullista tietoa. Haastattelut kulkivat tiettyjen teemojen mukaisesti. Teemat olivat valmiiksi mietittyinä kysymyksinä, jotka toimivat suuntaa-antavina johdatuksina. Haastatteluiden avulla pystyttiin tekemään ohjeistuksia sovellusten ominaisuuksien käyttötavoista sekä hahmottamaan yrityksen sisäisen viestinnän nykytilaa käyttöönoton jälkeen.

Tutkimuksen tulokset olivat osittain odotettuja, mutta haastatteluilla niihin saatiin tarkkuutta ja yksityiskohtaisuutta. Haastatteluissa tuli myös ilmi uusia ideoita ja ajatuksia. Tutkimuksessa havaittiin, että hankinnalla tavoittelemiin hyötyihin eli kustannuksien pienentämiseen ja viestinnän parantamiseen oltiin ajan kanssa pääsemässä. Uudet ominaisuudet, työpöydän jako ja videoneuvottelu, kiinnostivat käyttäjiä. Käyttöönotto paransi yrityksen tietoturvaa, koska pikaviestiliikenne saatiin kulkemaan yrityksen omassa verkossa. Pikaviestintä todettiin helpoksi ja nopeaksi viestinnän välineeksi. Huomattiin myös, että työaika saattaa tuhlautua, jos juututaan verkkojutteluun. Uuden ominaisuuden tavoitettavuustilan näkeminen helpotti yhteydenottotavan valitsemista. Käyttäjät olivat kaiken kaikkiaan tyytyväisiä uuteen viestintäjärjestelmään. Voidaan todeta, että uuden viestintäjärjestelmän käyttöönoton jälkeen sisäinen viestintä on helpompaa, nopeampaa ja monipuolisempaa.

Asiasanat: Office Communications Server 2007 R2, käyttöönotto, teemahaastattelut, sisäinen viestintä

Koskunen, Joel

Implementation of Unified Communications System in a Media Industry Company

Year	2010	Pages	36
------	------	-------	----

This Bachelor's thesis is about the implementation of two Microsoft's unified communications services in MTV Ltd during spring 2010. This thesis focuses on how the company's internal communications affect the implemented products. The company wanted to find out how staff's own usage experience match with Microsoft's marketing profits.

Unified communications means instant messaging, availability knowledge, group work solutions and email all combined to one system. The implemented products were Microsoft Office Communications Server 2007 R2 and Microsoft Office Live Meeting. Unified Communications is often perceived to be a cost cutter but this thesis is researching unified communications system's way to intensify company's communications. The purpose of the thesis is to give MTV Ltd a liquidation how the implementation of new communications system has effected its internal communications.

The thesis consists of two parts which are the theoretical section and the interview survey. The theory used is based on literature and electric publications of communications and information technology. The interviews were theme interviews and they were held at MTV Ltd, Helsinki. There were nine attendees from the pilot group to be interviewed. The theme interviews were held in pairs in order to facilitate more natural and relaxed conversations. The idea was to receive justifiable qualitative information. The interviews were constructed by specific themes which were leading the conversation. With the help of interviews it was possible to make guidelines how to use features of the programs and perceive the present state of company's internal communications after the implementation.

The results were partly as expected but with the help of interviews there were more clarifying and detailed answers provided. There were also new ideas and thoughts discovered during the interviews. There was a conclusion that within time it is possible to achieve the goals on cutting costs and improving of communications. New features such as desktop sharing and video conferencing were considered to be interesting by the pilot group. The implementation improved the company's data security because instant messaging was now able to be operated in company's own network. Instant messaging was noted to be quick and easy to apply. It was also discovered that there is a risk of employees getting caught chatting on web during workday. Contacting method was easier to choose after the implementation of an availability knowledge feature. Altogether the interviewees were satisfied with new communications system. It can be said that internal communications was easier, quicker and multifaceted after the implementation.

Keywords: Office Communications Server 2007 R2, implementation, theme interviews, internal communications

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Aihe ja tavoitteet.....	8
1.2	Aiheen rajaus.....	8
1.3	Tutkimusongelma ja -tapa.....	8
2	Teoria.....	9
2.1	Yritysviestintä.....	9
2.2	Päivittäisviestintä.....	9
2.3	Verkkoviestintä osana yrityksen viestintää.....	10
2.4	Sosiaalinen media.....	10
2.5	Yrityksen sisäinen viestintä verkossa.....	11
2.5.1	Intranet.....	11
2.5.2	Työryhmäohjelmistot.....	11
2.5.3	Pikaviestintä.....	12
2.5.4	Videoneuvottelut.....	12
2.5.5	Koulutuksen tärkeys.....	13
2.6	Kohdeyritys: MTV Oy.....	13
2.6.1	Viestintä MTV Oy:ssä.....	14
2.7	Yhdistetty viestintä.....	14
2.8	Microsoft Office Communicator 2007 R2.....	15
2.9	Microsoft Office Communicator Mobile 2007 R2.....	16
2.10	Microsoft Office Live Meeting.....	17
2.11	Integraatiot Microsoftin muiden sovellusten kanssa.....	17
2.12	Käyttöönottotavoitteita MTV Oy:ssä.....	18
2.13	Office Communicatorin käyttöönotto ja pilotointi.....	19
3	Haastattelut.....	19
3.1	Teemahaastattelu - puolistrukturoitu haastattelu.....	19
3.2	Menetelmän valinta.....	20
3.3	Teemahaastatteluiden toteutus.....	20
3.4	Menetelmän onnistuminen.....	21
4	Tulokset.....	22
4.1	Käyttökokemukset ennen viestintäjärjestelmän pilotointia.....	22
4.2	Käyttöönoton ja koulutuksen onnistuminen.....	23
4.3	Käyttökokemukset pilottiaikana.....	23
4.4	Viestintäjärjestelmä osana yrityksen viestintää.....	27
5	Pohdinta.....	28
5.1	Johtopäätökset.....	28
5.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	31
5.3	Kehitysideat.....	32

5.4 Loppusanat.....	32
Lyhenteet	33
Lähteet	34
Kuvat	36
Liite 1. Teemahaastatteluiden kysymykset yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönotosta MTV MEDIAssa Keväällä 2010.....	37

1 Johdanto

Digitaalinen viestintä on muuttanut organisaatioiden viestintää ja olemusta ratkaisevalla tavalla tuoden siihen koko ajan uusia haasteita. Verkkoviestinnän välineiden toimiminen edellyttää kunnollisen ja selkeän digitalisoinnin strategian toteuttamista. Strategiatyö lähtee organisaation viestintästrategiasta, jossa verkkoviestintä tukee yrityksen liiketoimintaa ja sille asetettuja päämääriä. Tämä strategia kannattaa jakaa ja mitoittaa usean vuoden mittaiseksi, jotta voidaan olla perin pohjin tietoisia digitaalisen viestinnän alueiden laajenemisista sekä vältetään ohimenevät tekniset trendit. Organisaatioiden prosessit ottavat aikaa toteutuakseen, sisäistyäkseen ja muuttuakseen hyviksi käytännöiksi. (Juholin 2006, 252-254.)

Nykytekniikan kehittyessä on markkinoille tullut uusia teknisiä työkaluja, joissa verkkoa on käytetty viestinnän väylänä. Pikaviestintä- ja videoneuvottelutoiminnot ovat olleet tunnettuja toimintoja monille kotikäytössä jo vuosia, mutta yrityksissä ne ovat käytössä vasta osalla. Microsoft on koonnut yrityskäyttöön pikaviestintä- ja videoneuvottelutoiminnot yhdeksi kokonaisuudeksi, yhdistetyksi viestinnäksi. Yhdistetty viestintä koostuu vanhoista ja uusista Microsoftin tuoteperheen sovelluksista, jotka toimivat integraatiossa toistensa kanssa.

Microsoftin mukaan yhdistetyllä viestinnällä pystytään parantamaan yksilöiden tuottavuutta sekä yhteistyön laatua. Yhdistetty viestintä alentaa kustannuksia vähentämällä matka-, viestintä- ja IT-kustannuksia. Vähentämällä matkustusta, voidaan vaikuttaa myös ympäristön laatuun. (Microsoft 2010d.)

Opinnäytetyön ensimmäisessä luvussa käydään läpi tutkimuksen taustoja ja tavoitteita. Toisessa luvussa käsitellään tutkimuksen teoriaa sekä viestintäjärjestelmän ja kohdeyrityksen taustoja. Kolmannessa luvussa esitellään tutkimusmenetelmä ja perustellaan menetelmän valinta tutkimusongelman ratkaisua varten. Neljännessä luvussa esitellään haastattelututkimuksen tulokset. Viidennessä luvussa esitellään tutkimuksen johtopäätöksiä yhdistetyn viestinnän käytöstä MTV Oy:ssä sekä käyttöönoton tavoitteiden täyttymisestä. Luvussa esitellään myös kehitysideoita tulevaisuudelle, ja kuinka uutta järjestelmää voisi hyödyntää erilaisin tavoin yrityksen muiden palvelujen kanssa.

1.1 Aihe ja tavoitteet

Tutkimus käsittelee Microsoftin yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönottoa MTV MEDIAssa. Käyttöönoton jälkeen kerättiin käyttäjiä keskustelemaan käyttöönotetusta viestintäjärjestelmästä. Tutkimuksessa haluttiin saada viestintäjärjestelmän toimittajan puheille käyttäjäkohdaisia kokemuksia MTV Oy:ssä, jotta muodostuisi objektiivinen näkemys ratkaisun hyödyllisyydestä. Yritys on laatinut viestintäjärjestelmän käyttöönotolle selkeät tavoitteet, joiden toteutumista olen myös pohtinut työssäni.

Työni yksi tavoitteista on, että muut yritykset saavat käytännön informaatiota mahdollisten viestintäjärjestelmien käyttöönottoa varten. Työn toimeksiantaja on MTV Oy, jossa työskenteilin käyttöönoton aikana. Tärkein työn tavoitteista on, että MTV Oy saa johtopäätöksiä ja kehitysehdotuksia viestintäjärjestelmän käyttöönotosta tulevaisuudelle, ohjeistuksia käyttötavoista ja -tarkoituksista sekä selvityksen kuinka viestintäjärjestelmä on vaikuttanut yrityksen sisäiseen viestintään.

1.2 Aiheen rajaus

Yritys käyttöönotti kaksi Microsoftin yhdistetyn viestinnän ratkaisua: Microsoft Office Communications Server 2007 R2:n ja Microsoft Office Live Meetingin. Aiheeni käsittelee vain kahta edellä mainittua palvelua. Tutkimuksessa otin selkeästi viestinnällisen ajattelutavan, joka heijastuu teoriaosuudessa sekä haastatteluissa. Opinnäytetyö ei keskity viestintäjärjestelmän teknisiin yksityiskohtiin, vaan sen rooliin osana yrityksen sisäistä viestintää.

1.3 Tutkimusongelma ja -tapa

Tutkimuksessa yritetään saada selville, millä tavoin viestintäjärjestelmän käyttöönotto on vaikuttanut MTV Oy:n sisäiseen viestintään. Tutkimuksen pääfokus voidaan kiteyttää seuraavanlaiseksi tutkimuskysymykseksi: ”Miten yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönotolla voidaan parantaa MTV Oy:n sisäistä viestintää?”

Tutkimukseni johtopäätökset ja kehitysideat pohjautuvat ammattikorkeakoulussa ja työelämässä saamiini oppeihin ja käytäntöihin. Tutkimukseni on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Tutkimuksessa pyritään ymmärtämään kokonaisvaltaisesti kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä. Laadullisen tiedon saamiseksi käytin teemahaastattelumenetelmää. Haastattelut tehtiin pareittain, jotta saataisiin korostettua keskusteluiden luontevuutta ja vapautuneisuutta.

2 Teoria

Tutkimuksen tukena olen käyttänyt viestinnän ja tietojenkäsittelyn yleistä teoriaa kirjallisuudesta ja Internetistä. Apuna olen käyttänyt alan ammattilaisten kanssa käytyjä keskusteluja sekä muiden tekemiä tutkimuksia.

2.1 Yritysviestintä

Yrityksessä viestitään jatkuvasti ja kaikkialla. Viestintää tapahtuu teksteinä ja puheena, henkilökohtaisesti ja viestinten välityksellä, virallisissa ja epävirallisissa verkostoissa. Viestinnän avulla pystytään muodostamaan yrityksen työntekijät ja yksittäiset toimet kokonaisuudeksi. Tavoitteellisuus, organisoidut puitteet, ihmisten antama panos ja teknisten viestimien käyttö ovat tärkeitä asioita yrityksen viestinnässä ja sen suunnittelussa. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 7-9.)

Yrityksen viestinnän suunnittelussa on hyvä muistaa, että viestintä on jatkuva prosessi, joka kehittyy tekniikan myötä. Tänä päivänä yrityksen viestinnän tukemiseksi on tarjolla paljon eri palveluntarjoajien teknisten viestimien järjestelmiä ja sovelluksia. Puro (2003, 7) toteaa, että organisaatiolähtöisyys työyhteisön viestinnässä painottuu yhteisöllisen kokonaisuuden kehittämisessä. Avainkysymys on silloin ollut, millaisia viestinnän käytäntöjä tai periaatteita toimintaympäristöön tulisi rakentaa, jotta työyhteisön tarpeet tulisivat mahdollisimman hyvin täytetyiksi.

2.2 Päivittäisviestintä

Päivittäisviestinnällä tarkoitetaan kaikkea tiedonvaihtoa ja keskustelua, jota tarvitaan joka-päiväisistä työtehtävistä selviytymiseen. Hyvä päivittäisviestintä yrityksessä takaa sen, että tehtävät tulevat hoidetuksi, tuotteet ja palvelut tuotetuiksi ja toimitetuiksi asiakkaille ja että palaute toimii. Päivittäisviestintään kuuluu yrityksen sisällä tapahtuvan viestinnän lisäksi tuotteisiin ja palveluihin liittyvä kommunikointi asiakkaiden ja kumppanien kanssa. (Juholin 2006, 37.)

Suurissa yrityksissä työntekijät usein työskentelevät osastoittain, eri puolilla rakennusta tai konttorissa toisella paikkakunnalla. Tehokas viestintä auttaa yrityksen sisäisten ja kumppanien kanssa tehtävien projektien läpiviemistä. Kansainvälisten projektien johtajat ja työntekijät voivat joutua matkustamaan pitkiä matkoja tapaamisiin tai pitämään kalliita puhelinpala-vereita muiden projektien osapuolten kanssa. Matkoja ei voida järjestää milloin tahansa kustannusten ja ajan takia.

2.3 Verkkoviestintä osana yrityksen viestintää

Organisaation kokonaisviestinnässä verkkoviestinnällä on keskeinen rooli. Usein Internet on ympäristö josta yrityskohtaisen tiedon haku aloitetaan, koska tiedon odotetaan löytyvän ensimmäisenä verkkopalvelussa. Verkkoviestintää kuitenkin käytetään moniin tarkoituksiin organisaatioiden viestinnässä. (Pohjanoksa, Kuokkanen & Raaska 2007, 11-12.)

Käyttöympäristöillä on erilaiset käyttötarpeensa ja kohderyhmänsä. Käyttöympäristöille tuotetaan tietoa ja niitä johdetaan erillisinä, koska tarpeet ja käyttöoikeudet vaihtelevat ympäristön mukaisesti. Esimerkiksi intranet on sisäisen viestinnän verkkoympäristö, jossa oleva data on tarkoitettu vain yrityksen oman henkilöstön käyttöön. (Juholin 2006, 266.)

Verkkoviestinnän integroituminen organisaatioiden toimintaan yhdistää nykyään enemmän palveluja ja viestintää. Hyvä viestintä on hyvää palvelua, joka toimii myös päinvastoin. (Pohjanoksa ym. 2007, 14.)

Internetin vuorovaikutteisuus tuo mahdollisuuksia palvelun käyttäjälle. Vuorovaikutteisuuden avulla käyttäjät voivat vaikuttaa palvelun sisältöön ja samaansa palveluun tai tuottaa sisältöä ja vaikuttaa muidenkin käyttäjien palveluun. (Jussila & Leino 2001, 38.)

2.4 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on viime vuosina noussut yhdeksi viestinnän välineeksi. Sosiaalinen media eli Internetissä ja tietoverkossa yhteisöllisesti tuotettu ja jaettu sisältö edellyttää verkkoteknologiaa, joka yhdistää ihmiset ja sisällöt avoimesti ja ilmaiseksi. Sosiaalisen median palveluita ovat muun muassa mediapalvelu YouTube, verkkoyhteisöt Facebook ja IRC-galleria, blogit ja mikroblogit (esimerkiksi Twitter). Sosiaalinen media on muuttanut yritysviestinnän toimintatapoja varsinkin markkinoinnin ja tiedottamisen suhteen. Yhteisöllisyys auttaa tietoa kulkemaan oikealle kohderyhmälle oikeaan paikkaan. (Viestintätoimisto Manifesto 2009.)

Blogi on verkkosivu tai -sivusto, johon tuotetaan sisältöä ajoittain yksin tai useamman käyttäjän toimesta. Vanhat ja uudet julkaisut ovat helposti löydettävissä blogista. Blogi tuo ulkoisen viestinnän välineenä henkilökohtaisuutta, sitoutuneisuutta ja avointa keskustelua yrityksen viestintään. Yleisimmin bloggauksesta on hyötyä, kun bloggaaaja on organisaation ylin johtaja tai joissain tapauksissa viestintä- tai markkinointijohtaja. (Pohjanoksa ym. 2007, 57-58.)

2.5 Yrityksen sisäinen viestintä verkossa

Työyhteisön sisäinen viestintä koostuu eri henkilöiden, henkilöryhmien ja yksiköiden välillä tapahtuvasta tiedonkulusta ja vuorovaikutuksesta. Sisäisessä viestinnässä on tullut yhä tärkeämmäksi viestintäjärjestelmät ja -käytännöt arkipäiväisen työn tukemiseksi. Virtuaalikokousten pitäminen ja kansainvälisen työryhmän tukeminen on näistä yleisimpiä tapoja. Uuden teknologian tuomat työkalut edellyttävätkin hyvää työryhmäympäristöjen ja tekniikan hallintaa. (Pohjanoksa ym. 2007, 42-43.)

Ilman selkeää viestinnän digitalisoinnin strategiaa on mahdoton kohdistaa verkkoviestinnän toimenpiteitä oikein. Strategia muodostuu, kun verkkoviestinnän palveluista ollaan tietoisia ja niitä verrataan tavoitteisiin, joita liiketoiminnalle on asetettu. Tarkastellaan, miten digitaalinen viestintä parhaiten voi tukea yrityksen päivittäistä liiketoimintaa ja sille asetettuja päämääriä. (Juholin 2006, 253.)

2.5.1 Intranet

”Onnistuessaan intranet on oivallinen sisäisen tiedottamisen kanava, joka tukee yrityskulttuurin toteutumista jokaisen työntekijän elämässä” (Pohjanoksa ym. 2007, 45).

Intranet toimii organisaation omassa verkossa ja sitä käytetään usein organisaation sisäisen viestinnän (esimerkiksi tiedottamisen) ja tiedonkäsittelyn (muun muassa tiedostojen) jakamisen toimiin. Intranetin käyttö on usein rajattua ja se mielletään vain henkilökunnan käyttöön. Toinen ja hyvin samantapainen yrityksen verkkopalvelu on extranet, jonka käyttöoikeus on laajennettu yhtiökumppaneihin, asiakkaisiin ja muihin ulkopuolisiin ryhmiin. (Juholin 2006, 266-268.)

2.5.2 Työryhmäohjelmistot

Intranet ja extranet ovat saaneet teknologian kehittyessä rinnallensa myös muita kilpailevia ohjelmistotyökaluja. Näitä kutsutaan työryhmäohjelmistoiksi ja ne voivat toimia itsenäisenä tai tukea esimerkiksi käytössä olevaa intranet-kokonaisuutta. (Pohjanoksa ym. 2007, 49.)

”Työryhmäohjelmistot (groupware) ovat erilaisten tiimien, työryhmien ja organisaatioiden käyttöön tarkoitettuja sovelluksia, joiden tarkoitus on tukea ryhmien jäsenten välistä kommunikaatiota, toiminnan koordinoimista ja yhteistyötä” (Pohjanoksa ym. 2007, 49).

Työryhmäohjelmistot ovat kehitetty tiedon jakamiseen ja välittämiseen yleisesti organisaatiossa tai keskitetysti projekteissa. Työryhmäohjelmistot usein sisältävät jaetut dokumenttikir-

jastot, henkilöhakemistot, erilaisia kalentereita, sähköpostin, keskustelufoorumit, tietojen hakemisen ja aikataulutustyövälineet. (Pohjanoksa ym. 2007, 50.)

Esimerkkejä työryhmäohjelmistoista:

- Lotus Notes
- Microsoft Windows SharePoint Services
- IBM Lotus Team Workplace (QuickPlace)
- TeamWare Office. (Joensuun yliopisto 2005.)

2.5.3 Pikaviestintä

Pikaviestintä on tietoverkon välityksellä tapahtuvaa viestinvaihtoa, jossa lähetetty teksti on vastaanottajan luettavissa lähes välittömästi. Voidaan sanoa, että pikaviestintäsovellusten avulla viestitään nopeasti ja helposti. Pikaviestintä mielletään koti- ja vapaa-ajan käyttöön, mutta pikaviestinnän nopeutta ja helppoutta voidaan hyödyntää myös yrityksen viestinnässä. Yrityskäytössä pikaviestit soveltuvat hyvin esimerkiksi tapaamisten sopimiseen, työn koodinointiin sekä nopeiden kommenttien kysymiseen tai seikkojen tarkistamiseen. (Joensuun yliopisto 2005.)

Verkossa käytävän keskustelun tyypillisiä piirteitä ovat tietty epäloogisuus, epätasainen virtaavuus ja joskus hankala seurattavuus. Koska kirjoittajia on useita, keskustelu leviää usein useammaksi poluksi, eivätkä peräkkäiset kommentit välttämättä liity toisiinsa. (Kortesuo 2009, 56.)

2.5.4 Videoneuvottelut

Videoneuvottelulla tarkoitetaan kaksisuuntaista reaaliaikaista kuva- ja ääniyhteyttä, jonka avulla voidaan käydä keskustelua fyysisesti eri paikoista. Videokuvan ja puheen lisäksi voidaan myös hyödyntää erilaisia graafisia esityksiä, joita toistetaan tietokoneelta. Neuvottelun asioiden havainnollistaminen kuvin tuo viestintään ja kokoukseen lisäarvoa. (Joensuun yliopisto 2005.)

Videoneuvottelusovellukset ovat tehty korvaamaan kasvotusten käytäviä opetus- ja kokoustilanteita joihin matkataan pitkien etäisyyksien takaa. Jos esimerkiksi kansainvälistä asiantuntemusta tarvitaan heti, on ajankäytön ja kustannuksien minimoiminen organisaatiossa mahdollista reaaliaikaista kuva- ja ääniyhteyttä käyttäen.

Ennen neuvottelua pitää olla tarvittavat tilat, ohjelmistot ja laitteet kunnossa. Videoneuvottelu voidaan käydä kahden osapuolen (kaksipisteneuvottelu) tai useamman käyttäjän (monipisteneuvottelu) välillä. Kahden työaseman välinen neuvottelu voidaan käydä, jos molemmilla käyttäjillä on käytössään Internetkamera, mikrofoni, kuulokkeet, tarvittava ohjelmisto ja tarpeeksi nopea tietoverkkoyhteys. Jos tapaaminen on kahden ryhmän välinen, on myös tilat valittava sen mukaisesti. Tila on hyvä suunnitella niin, että koko ryhmä mahtuu seuraamaan ja kommentoimaan vuorovaikutteista videoneuvottelua.

Viestintä videoneuvottelussa on erilaista kuin kasvokkain tapahtuva viestintä. Videoneuvottelussa ei voida reagoida samalla tavalla kuin kasvokkain samassa tilassa käytävässä kokouksessa, koska videoneuvottelussa eleet ja ilmeet eivät välity yhtä hyvin kuin kasvokkain käytävässä tilanteessa. (Norvanto, 5.)

Videoneuvottelussa esiintyjän on tärkeää löytää oikea rytmi ja äänensävy, jotta muut osapuolet saavat selvää ja tulkitsevat oikein esiintyjän puhetta. Kokouksessa esiintymiseen voi tuoda vaihtelevuutta esimerkiksi muuttamalla äänensävyä, käyttämällä kehon kieltä, pitämällä taukoa tai tekemällä kysymyksiä. (Norvanto 1998, 21.)

2.5.5 Koulutuksen tärkeys

On hyvä ymmärtää, että yrityksen henkilökuntaan voi kuulua työntekijöitä, jotka eivät viimeisintä teknologiaa helposti omaksu. Tärkeää onkin huolellisen koulutuksen järjestäminen käyttäjäryhmälle sovelluksen käyttöönottoa tukemaan. Sovelluksen helppokäyttöisyys on usein painava kriteeri palveluita valittaessa, ellei henkilökunta koostu tietotekniikan alan ammattilaisista jotka helposti omaksuvat uusia sovelluksia.

2.6 Kohdeyritys: MTV Oy

MTV Oy on yksi Euroopan vanhimmista kaupallisista televisioyhtiöistä, jonka omistaa ruotsalainen kustannusyhtiö Bonnier AB MTV Oy:n tytäryhtiö Nordic Broadcastingin kautta. MTV Oy on media-alan yritys, jonka ydinliiketoiminnat ovat keskitetty MTV MEDIA -yksiköksi. Mainosajan myynti on yrityksen pääliiketoimi ja sitä tapahtuu televisiossa mainoskanavilla, verkko-medioissa sekä tekstikanavilla. Vuoden 2009 lopussa MTV MEDIAlla oli 519 työntekijää. Suurin osa työskentelee pääkonttorissa Helsingin Ilmalassa. Lisäksi yrityksellä on myyntikonttoreita Turussa, Tampereella, Oulussa, Varkaudessa, Vaasassa, Jyväskylässä ja Lahdessa. Uutisilla on toimittajia ympäri Suomea sekä maailman suurkaupungeissa. (Mentula 2009, 2-10.)

MTV tarjoaa sähköisiä palveluja. MTV:lla on yhdeksän tv-kanavaa, joista suurimmat ja katsoetuimmat ovat Suomen maksuttomassa televisioverkossa näkyvät MTV3- ja Sub-kanavat. MTV

MEDIA edustaa myös CANAL+:n kanavia Suomessa. MTV tarjoaa Internetpalveluja verkkomedi-
oina. MTV:n suosituin Internetpalvelu on verkkomedia MTV3.fi. MTV MEDIAan kuuluu valta-
kunnallinen radioasema Radio Nova. (Mentula 2009, 2-10.)

2.6.1 Viestintä MTV Oy:ssä

MTV Oy ei ole pörssiin listattu yhtiö, joten sillä on vähän ulkoisen tiedottamisen velvoitteita. Uutiskirjeitä julkaistiin vuonna 2009 alle 20 ja ne koskivat pääosin uusia MTV Oy:n palveluja ja niiden käyttöönottoa. (Mentula 29.1.2010, henkilökohtainen tiedonanto.)

On ehdottoman tärkeää, että henkilökunta on ajan tasalla yrityksen sisäisistä asioista. MTV:n tärkeimmät sisäisen tiedottamisen välineet ovat intranet, sisäinen uutiskirje ja toimitusjohtajan infotilaisuudet. Kerran kahdessa kuukaudessa järjestettävät toimitusjohtajan infotilaisuudet ovat luottamuksellisia tilaisuuksia. Infotilaisuudessa kerrotaan yrityksen nykytilanteesta ja mihin suuntaan toimintaympäristö kehittyy. Yrityksen sisäinen uutiskirje julkaistaan sähköisessä muodossa joka viikko intranetiin. Uutiskirjeessä on koottuna henkilöstölle tärkeää käytännön tietoa, kuten yhtiöön liittyviä tärkeitä uutisia, nimityksiä, avoimia työpaikkoja ja muita työympäristössä tapahtuvia asioita. (Mentula 29.1.2010, henkilökohtainen tiedonanto.)

Intranet on yhtiön sisäisen viestinnän nopein tiedonlähde. Intranetiin pääsevät vain MTV MEDIA:n työsuhteessa olevat ihmiset ja sen sisältö on osin luottamuksellista. Intranetiä kehitetään jatkuvasti toimivammaksi ja pidetyimmäksi. Intranet toimii usein opetuskanavana, josta löytyy esimerkiksi uusien sovellusten asennus- ja käyttöohjeita. (Mentula 2009, 2-10.)

Tutkimuksen taustatiedon keräämistä varten käytiin MTV Oy:n tiedotuspäällikkö Leena Mentulan kanssa avoin haastattelu 29.1.2010. Mentulan mukaan käytössä oleva intranet on hyvä, mutta kehitettävää löytyy. Tällä hetkellä intranet on hyvin yksisuuntainen viestintä, ja suunnitteilla on, miten intranetistä saataisiin interaktiivisempi. Mentula kertoi, että yritykseen on kauan odotettu MSN Messengerin kaltaista pikaviestisovellusta. Sähköpostilaatikon kuormittamista pystyttäisiin huomattavasti vähentämään, kun käytössä olisi nopeisiin viesteihin perustuva sovellus. Mentula löysi yhden mahdollisen tiedottamisen uhkan, sosiaalisen median. Esimerkiksi yhteisöpalvelu Facebookiin on mm. perustettu MTV3-sivu, jossa oleva tieto ei ole peräisin MTV Oy:ltä, vaan fanisivun ylläpitäjiltä ja käyttäjiltä.

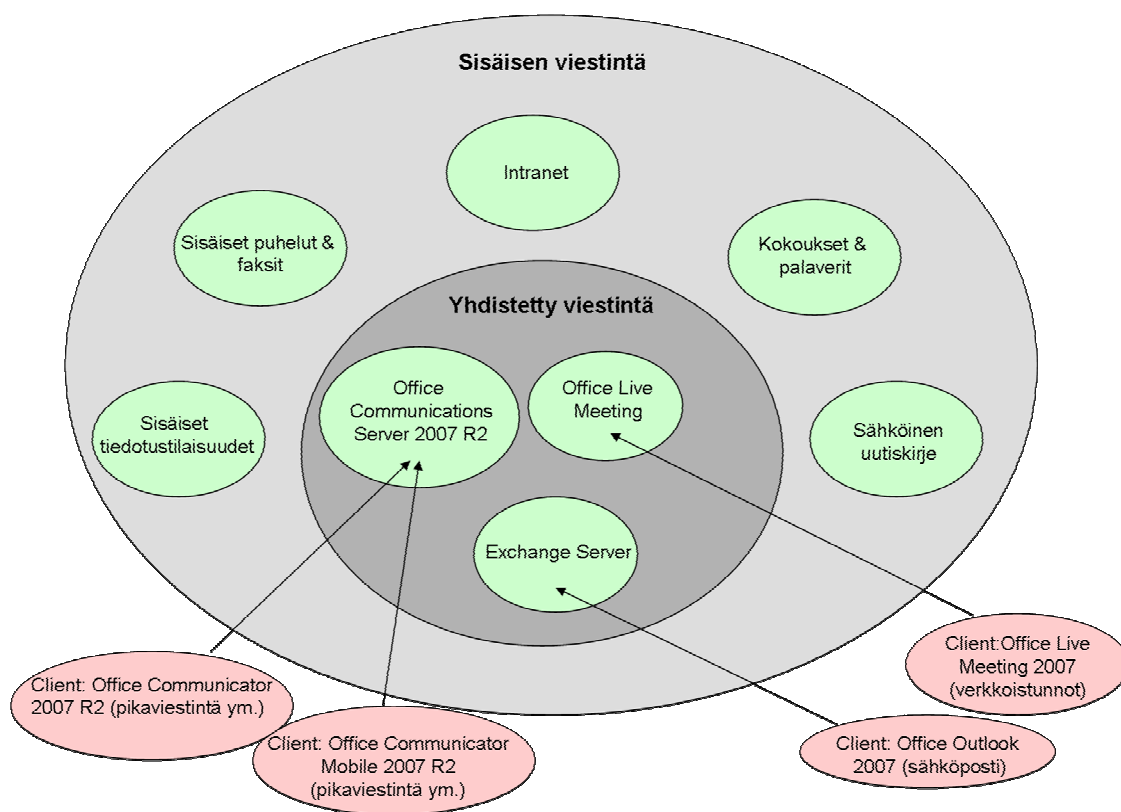
2.7 Yhdistetty viestintä

Yhdistetyllä tai yhtenäisellä viestinnällä (Unified Communications)tarkoitetaan pikaviestinnän, tavoitettavuustiedon, ryhmätyöratkaisuiden ja sähköpostin yhdistämistä yhdeksi järjestelmäksi. Microsoft kertoo, että UC:n käyttöönotto lisää tehokkuutta yrityksen sisäiseen vies-

tintään sekä tuo säästöjä pienentämällä puhelin- ja matkalaskuja. Yhdistetty viestintä ei koostu uusista viestinnän työkaluista, vaan siinä korostuu kokonaisuuden integrointi. Integraatiot liiketoimintasovellusten, kumppaneiden ja asiakkaiden kanssa ovat myös mahdollisia, joka monipuolistaa ja helpottaa käyttäjän toimintaa. (Microsoft 2010d.)

Yhdistetyn viestinnän käyttöönotettavat palvelut ovat Office Communications 2007 R2 (OCS) ja Office Live Meeting (LM). MTV:n työntekijät saavat käyttöönsä kaksi palveluiden client-sovellusta: Microsoftin Office Communicator 2007 R2:n (OC) ja Microsoft Office Live Meeting 2007:n. Sovellukset toimivat omilla lisensseillään ja tarvitsevat omat asennuksensa.

Kuvassa 1 on esitelty yhdistetyn viestinnän osuutta MTV:n sisäisen viestinnän kokonaisuudessa.



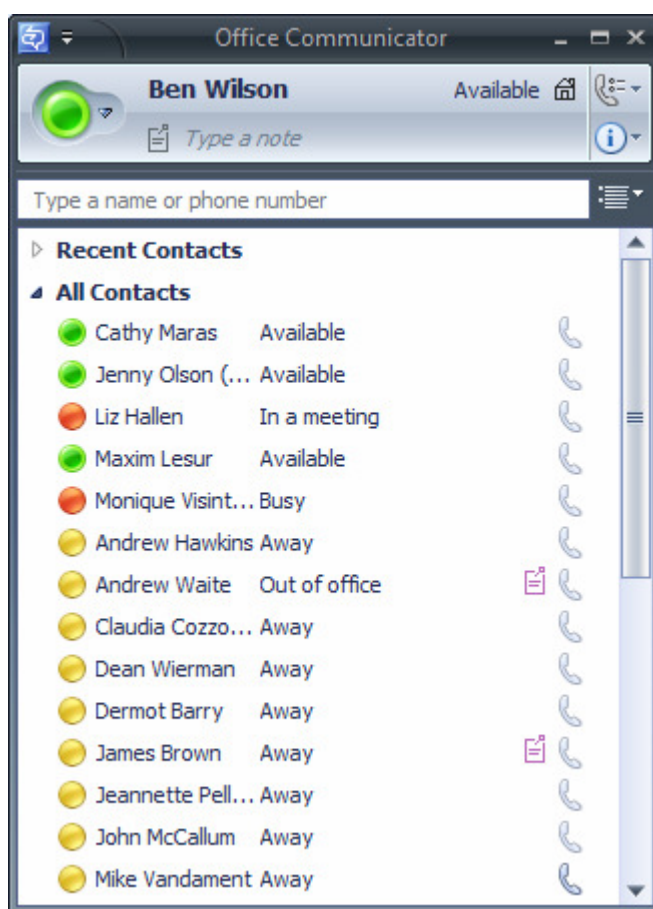
Kuva 1: Yhdistetty viestintä MTV:ssä.

2.8 Microsoft Office Communicator 2007 R2

Exchange Server ja Office Communications Server ovat Microsoftin yhdistetyn viestinnän perustat, jotka voidaan ottaa yrityksen käyttöön paikallisena ratkaisuna, ulkoisena isännöitynä palveluna tai näiden yhdistelmänä. Office Communicator 2007 R2 ja Live Meeting 2007 ovat client-sovelluksia käyttöönotetulle Communications Server 2007 R2:lle. (Microsoft 2010a.)

Microsoft Office Communicator 2007 R2 on yksinkertaistettu viestintätyökalu, jossa on yhteydenpitoa tehostavia ominaisuuksia. Microsoftin mukaan, yhteydenpito on helppoa, tehokasta ja yhteistyölähtöistä viestinnän kaikilla osa-alueilla. Sovelluksessa on integroitu eri yhteydenpitotavat: tavoitettavuustiedot, ohjelmistopohjaiset VoIP (Voice Over Internet Protocol) -toiminnot, pikaviestit ja usean osallistujan ääni- ja videopuhelut sekä työpöydän jakaminen. (Microsoft 2010a.)

Kuva 2 on esimerkkitaipaus Office Communicator käyttäjän kontaktilistasta.



Kuva 2: Office Communicatorin kontaktilista (Microsoft in Government 2010).

2.9 Microsoft Office Communicator Mobile 2007 R2

Microsoft Office Communicator Mobile 2007 R2 (CoMo) on yrityskäyttöön tarkoitettu mobiililaitteiden viestintäsovellus, joka on tarkoitettu niille yrityksille, joilla on OCS implementoitu. Sovelluksen avulla voi nopeasti tarkistaa työtoverin tavoitettavuustilan ja viestiä hänen kanssaan. Microsoft kertoo sovelluksen olevan suunniteltu helpottamaan viestintää, reaaliai-

kaisten tavoitettavuustietojen, yhdestä numerosta tavoittamisen tuen ja monipuolisten pikaviestintäominaisuuksien avulla. CoMo:n avulla käyttäjä pystyy pikaviestiä matkapuhelimesta esimerkiksi julkisesta kulkuneuvosta tai kesken asiakastapaamisen. Käyttäjän tavoitettavuus yleisesti paranee. Matkapuhelinversion ulkoasu ja tuntuma ovat samanlaiset kuin Microsoft Office Communicatorin työpöytäversiossa. CoMo ei maksa sovelluksena erikseen mitään, vaan ainoastaan OCS:n käytöstä maksetaan käyttölisenssit. (Microsoft 2010b.)

2.10 Microsoft Office Live Meeting

Live Meeting toimii OC:n "isoveljenä", jossa on paremmat ja yksityiskohtaisemmat ominaisuudet ryhmäkokouksen pitämiseksi. Live Meeting on kokoustila, jossa työntekijät voivat kokoontua ja tehdä ryhmätyötä reaaliajassa etäisyyksistä riippumatta. Live Meeting -kokouksissa pystytään käynnistämään projekteja, järjestämään aivoriihiä, muokkaamaan tiedostoja, työstämään luonnoslehtiöitä ja neuvotella sopimuksia omalta tietokoneelta. (Microsoft 2010c.)

Yrityksen projektien osapuolten välinen yhteistyö nopeutuu, koska projektin osapuolten maantieteellisellä sijainnilla ei ole merkitystä. Päätöksiä pystytään tekemään yhteisymmärryksessä ja nopeasti reaaliajassa. Kokouksia voidaan pitää ulkoisten osapuolten kanssa, kun heillä on käytössään Microsoft Office Live Meeting. (Microsoft 2010c.)

Istuntoja on mahdollista tallentaa, joten tallenteita voidaan mahdollisesti käyttää koulutusresursseina, joita voidaan käyttää milloin tahansa. Integrointi muiden Microsoftin sovellusten kanssa tuo helppokäyttöisyyttä. Live Meeting -kokouksien lähettäminen ja kokouksen ajastaminen käy Microsoft Outlookista käsin. (Microsoft 2010c.)

2.11 Integraatiot Microsoftin muiden sovellusten kanssa

Yksi viestintäjärjestelmän hyvistä ominaisuuksista on palveluiden yhteen sopiminen samaan tuoteperheeseen kuuluvien sovellusten kanssa. Office Communicatoriin voidaan yhdistää VoIP-ratkaisu, joka korvasi pöytäpuhelinmallin. Yhteistyö ja integrointi Microsoft Office Outlook 2007:n ja Microsoft Office SharePointin kanssa tuovat havainnollista lisäarvoa sekä yhteydenoton vaivattomammaksi. (Microsoft 2010a.)

Kuvassa 3 on käynnissä Office Communicator pikakokous, jossa käyttöön on otettu pikaviestintä ja videopuhelu. Kokousta ollaan siirtämässä Office Live Meeting sovellukseen.



Kuva 3: Office Communicator videoneuvottelun siirtäminen Live Meetingiin (Office Communicator Blog 2010).

2.12 Käyttöönotto tavoitteita MTV Oy:ssä

Suurimmat syyt yhdistetyn viestinnän käyttöönottoon ovat kustannuksissa säästäminen sekä yrityksen sisäisen viestinnän parantaminen. MTV Oy:llä on henkilökuntaa ympäri Suomea ja sen omistajayhtiö on ruotsalainen, joten kokouksiin joudutaan matkustamaan pitkiäkin matkoja. Uusien työkalujen avulla on tavoitteena saada pienemmäksi myös kalliiden puhelinpala-verien ja lukuisten sisäisten palaverien määrää.

Yrityksen yksi tavoitteista OCS:n käyttöönotossa on tietoturvan paraneminen. MTV MEDIAssa pikaviestisovellukset (esimerkiksi MSN Messenger) ovat olleet kiellettyjen sovellusten listalla tietoturvatomuutensa takia. Kielto ei ole poistanut täysin sovelluksen käyttöä yrityksessä. MSN Messengerissä keskusteluiden viestiliikenne kulkeutuu sovellusten tekijöiden palvelimien kautta, usein Pohjois-Amerikkaan asti. Tietoturvaa on Office Communicatorissa paranneltu. OC:ssa viestiliikenne on rakennettu kulkemaan yrityksen omassa verkossa. Näin ollen kommunikaatioliikenne ei ole muiden osapuolten ulottuvissa ja tietoturva paranee MSN Messengeriin nähden.

Puhelukustannuksien vähentäminen on realistinen tavoite. Office Communicator antaa korvaavan vaihtoehdon sisäisessä verkossa tehdyillä ilmaisilla Communicator-puheluilla tai pikaviestinnällä. Molemmissa on mahdollisuus käyttää työpöydän jakamista keskusteluiden tukena. Microsoft Office Communicator on myös mahdollista saada toimimaan matkapuhelimeen.

Sovelluksessa on myös mahdollista hallinnoida VoIP (Voice Over Internet Protocol)-puheluita, mutta se edellyttää VoIP-palvelun käyttöönottoa.

2.13 Office Communicatorin käyttöönotto ja pilotointi

MTV Oy:ssä yhdistetyn viestinnän ratkaisun käyttöönotto alkoi virtuaalipalvelimen asennuksella ja asetusten määrittämisellä pilottikäyttöä varten. Kun kaikki tekninen asennus saatiin tehtyä, oli saatava pilottiryhmään käyttäjiä. Tietohallinnon ja tiedotuspäällikön yhteistyöllä tehtiin MTV Oy:n viikoittaiseen sähköiseen uutiskirjeeseen ilmoitus, jossa kerrottiin uuden viestintäjärjestelmän tulevan yrityksen käyttöön ja 50 ensimmäistä saivat paikan pilottiryhmässä. Viikko ilmoituksen jälkeen oli tullut 30 ilmoitusta halukkuudesta pilottikäyttäjäksi. Käyttäjien hakemuksien myötä heille avattiin OC-tili, jolla käyttäjä sai käyttöoikeuden sovelluksiin. Sovellusten asentamiseen tehtiin käyttöohjeet, joissa neuvottiin lataamaan ja asentamaan tarvittavat sovellukset yrityksen lähiverkosta. Sovellukset pystyttiin asentamaan ilman tilin avausta, mutta se ei kyennyt käynnistymään. Pilottiryhmä kasvoi tasaisesti 50:n yli käyttäjien suositellessa sovelluksia eteenpäin työkavereilleen. Joillakin käyttäjillä ilmaantui asennuksessa virheitä, joita käytiin paikan päällä työpisteillä korjaamassa ja kirjaamassa ongelmakohtia ylös. Tietohallinnon työryhmä pyrki virheilmoitusten ja testauksien avulla ratkaisemaan ja ehkäisemään mahdollisia ongelmia.

Pilottiryhmän käyttäjäkunta oli laaja. Käyttäjiä oli muun muassa MTV3:lta, Sub:ilta, Radio Novalta ja CANAL+-kanavalta. Noin kahden kuukauden käytön jälkeen aloitin teemahaastattelut MTV MEDIAssa löytääkseni vastauksia tutkimuskysymykseeni.

3 Haastattelut

Haastattelu on yksi tiedonhankinnan perusmuoto, joka on eri muodoissaan käytetyimpiä menetelmiä käyttäytymis- ja yhteiskuntatieteissä. Hyvin joustavana menetelmänä haastattelu soveltuu monenlaisiin tarkoituksiin ja sen avulla voidaan saada syvällistä tietoa. On luonnollista keskustella ihmisten kanssa, kun haluamme kuulla heidän mielipiteitä, kokemuksia tai miten he arvottavat tapahtumia. Haastattelutilanne on keskustelua, jolla on tarkoitus. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 11.)

3.1 Teemahaastattelu - puolistrukturoitu haastattelu

Mitään yhtä määritelmää teemahaastattelusta ei ole. Useat kirjoittajat puhuvat lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuodosta, mutta joitain eroja näkemyksistä silti löytyy. Fielding (1996, 136) toteaa, että kysymysten muoto on teemahaastattelussa kaikille sama, mutta haastattelijä voi vaihdella kysymysten järjestystä. Eskolan ja Suorannan (1998, 25-26)

mukaan teemahaastatteluissa kysymykset ovat kaikille samat, mutta vastauksia ei ole sidottu vastausvaihtoehtoihin, vaan haastateltavat voivat vastata omin sanoin. Robsonin (1995, 270) mielestä ennalta määritettyihin kysymyksiin haastattelija voi vaihdella niiden sanamuotoja.

Teemahaastattelu ei sido haastattelua tiettyyn leiriin, kvalitatiiviseen tai kvantitatiiviseen, eikä se ota kantaa haastattelukertojen määrään tai siihen, miten ”syvälle” aiheen käsittelyssä mennään. Teemahaastattelussa on kaikkein oleellisinta, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu etenee tiettyjen keskeisten teemojen varassa. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 48.)

Parihaastattelu on yksi ryhmähaastattelun alamuoto. On todettu, että haastateltavat ovat paljon luontevampia ja vapautuneempia, kun paikalla on enemmän ihmisiä. (Grönfors 1982, 109.)

3.2 Menetelmän valinta

Valitsin haastattelun kyselyn sijaan, koska se soveltui mielestäni paremmin tutkimusongelman ratkaisemiseen. Tutkimuksessa ei haluttu tilastollista vaan laadullista tietoa. Haastateltavien sovelluksen käyttöaika ja pilottiryhmän koko olivat syitä, jotka vaikuttivat kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän valintaan. Haastatteluiden pohjalta oli tarkoitus tehdä havaintoja ja löydöksiä sovelluskäyttäjien toimintatavoista ja -tarpeista. Haastatteluissa haluttiin saada selventäviä vastauksia, joista voitiin saada syventäviä tietoja. Halusin saada mielipiteisiin perusteluja ja kysyä lisäkysymyksiä tarvittaessa. Tämän takia halusin olla suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavien kanssa. Haastattelut tehtiin teemahaastatteluina. Haastatteluissa teemat olivat valmiiksi tehtyjen kysymysten muodossa, jotka toimivat suuntaa-antavina johdatuksina.

3.3 Teemahaastatteluiden toteutus

Haastattelut pidettiin MTV Oy:ssä Helsingin Ilmalassa ja ne kestivät noin 45-60 minuuttia. Haastattelut toteutettiin 18.3.-25.3.2010. Noin 50 aktiivisesta pilottikäyttäjistä valitsin neljä paria haastateltavaksi, vaikka yhdestä haastattelusta muodostuikin kolmen haastateltavan joukko. Pilottiryhmällä oli ollut viestintäjärjestelmä käytössään noin 1-2 kuukautta pilottiryhmään ilmoittautumispäivämäärästä riippuen.

Kaikki yhdeksän haastateltavaa oli MTV Oy:n työntekijöitä ja parit muodostuivat entuudestaan jo toisensa tuntevista työntekijöistä. Teemahaastattelun ideana oli kehittää keskustelua haastatteluparin kesken viestintäjärjestelmän tuomista kokemuksista ja mielipiteistä, johon pariin tunnettavuus auttoi.

Haastatteluiden ensimmäinen kolmikko koostui Mainonnan hallinta -osaston (MH) työntekijöistä. Mainonnan hallinta on osasto, joka koordinoi television mainoskatkojen ja netin mainoskampanjoita sekä rakentaa jokaisen päivän lopullisen ohjelmakartan. Osaston työntekijät tekevät yhteistyötä MTV:n mediamyyjien, mediatoimistojen ja suorien asiakkaiden kanssa. Osaston esimiehet ovat haastatteluiden hetkellä tekemässä sovelluskehitystä ulkopuolisten kumppaneiden sekä MTV:n sisäisten työntekijöiden kanssa.

Haastatteluiden toinen pari teki töitä MTV:n Interaktiivisten palveluiden -osastolla (IP). Heidän työnsä on hyvin projektipainotteista, koska työhön kuuluu pitkäjänteistä kehittämis- ja lanseeraustyötä. Yhteistyötä tehdään ulkopuolisten kumppaneiden kanssa sekä sisäisesti.

Kolmas haastattelupari oli MTV:n Jokakoti-osastolta (JK). Jokakoti.fi on Internetsivusto ja televisio-ohjelma, jossa näytetään asuntoilmoituksia ja -esittelyjä. Haastateltavat olivat osaston myynnin edustajia.

Neljäs ja viimeinen haastattelupari koostui HR ja strateginen suunnittelu -osaston esimiehestä sekä yritysviestinnän tiedotuspäälliköstä (4P). Haastateltavat tunsivat toisensa entuudestaan hyvin. He toivat haastatteluun ammatillista näkökulmaa yrityksen viestinnästä ja henkilöstön johtamisesta.

Keskustelun avuksi olin laatinut listan kysymyksiä, jotka jaettiin haastateltaville haastattelun alussa. Haastattelua ohjattiin suuntaa-antavan kysymyslistan (Liite 1.) mukaan, mutta keskustelun kulku oli kuitenkin vapaamuotoista. Kysymyslistan lisäksi olin varautunut kysymään apukysymyksiä, jotka vaihtelivat haastateltavien henkilöiden työnkuvien mukaan tai haastattelun suuntauksen mukaisesti. Kysymysten tai teemojen järjestys saattoi vaihdella paljon haastatteluiden kesken. Haastattelut tallennettiin nauhurille, jotta tuloksia pystyttiin helpommin analysoimaan jälkikäteen. Tallenteet pilkottiin vastauksien perusteella osiin, ja edelleen luokkiin jossa niitä tarkastellaan. Tallenteita ei litteroitu tekstiksi, vaan niitä analysoitiin kuuntelemalla.

3.4 Menetelmän onnistuminen

Parihaastattelut onnistuivat hyvin ja sain tarvittavia tuloksia poimittavaksi työhöni. Keskusteluista parhain kuitenkin muodostui kolmella ihmisellä. Kolmen hengen teemahaastattelussa kaikilla riitti paljon asiaa, kun joissakin parihaastatteluissa saattoi ilmaantua taukoja. Keskustelun ylläpitämiseksi tarvitaan haastattelun ohjaajalta taitoa kysyä lisäkysymyksiä ja ohjata haastateltavia tarpeen mukaan, jotta keskustelu saa tarkennettuja vastauksia laadullisen tutkimuksen tavoin.

4 Tulokset

Kvalitatiivisen tiedon tarkasteluun käytettiin sisällönanalyysimenetelmää. Aineistoa tarkasteltiin eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja tiivistäen. Tuomen ja Sarajärven (2002, 105) mukaan sisällönanalyysin avulla yritetään rakentaa tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus, joka kytkee tulokset ilmiön laajempaan kontekstiin ja aihetta koskeviin muihin tutkimustuloksiin. Tutkimusaineiston laadullisessa sisällönanalyysissa aineisto ensin hajotetaan pieniin osiin, käsitteellistetään ja lopuksi järjestetään uudelleen sopivaksi uudenlaiseksi kokonaisuudeksi. Sisällönanalyysi voidaan tehdä aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti tai teorialähtöisesti. Erona on analyysin ja luokittelun perustuminen joko aineistoon tai valmiiseen teoreettiseen viitekehukseen. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 109-116.)

Vastaukset olivat lähes aina haastatteluparin yhdessä muodostamia ja he olivat usein myös samaa mieltä asioista. Teemahaastatteluiden tulokset luokiteltiin neljään eri luokkaan. Järjestyksessä ensimmäisenä (Luku 4.1) on haastateltavien käyttökokemuksia samantapaisista sovelluksista ajalta ennen viestintäjärjestelmän käyttöä. Tuloksena oli vanhoja ja uusia sovelluksia, joita oli käytetty työ ja vapaa-ajan tarkoituksiin. Luvussa 4.2 käsitellään käyttöönottoon ja koulutukseen liittyviä asioita ja miten niitä pystytään parantamaan jatkossa. Seuraavaksi (Luku 4.3) on kerätty pilottiajan käyttökokemukset käyttöönotetusta viestintäjärjestelmästä. Luvussa on käsitelty haastateltavien mielipiteitä eri ominaisuuksista ja muodostettu ohjeistuksia käyttökokemusten pohjalta. Viimeisenä luokkana (Luku 4.4) on käsitelty vanhojen viestintätapojen syrjäytymistä viestintäjärjestelmän tulon jälkeen sekä vertailtu eri viestikanavia ja -tapoja keskenään. Samalla saatiin tuloksia yhdistetyn viestinnän hyödyntämistä yrityksen sisäisessä viestinnässä.

4.1 Käyttökokemukset ennen viestintäjärjestelmän pilotointia

Yleisimmät samantapaiset sovellukset, joita haastateltavilla on ollut käytössä ennen OCS:n käyttöönottoa, ovat MSN Messenger ja Skype. Haastateltavat kertoivat näiden käytön suuntautuneen enemmän vapaa-ajan viestintään kotona. Osa haastateltavista sanoi käyttäneensä näitä sovelluksia myös työtehtävissään, mutta nykyään yrityksen tietoturva ei hyväksy näiden sovellusten käyttöä.

”Käytän alihankkijayhteyksissä usein MSN Messengeriä ja mIRC:ä. Yhdessä projektissa rakensimme freelancerin kanssa G-Talk yhteyden.” - (IP)

Yksi haastateltavista oli käyttänyt Office Communicatoria edellisessä työpaikassaan. Muita samantapaisia sovelluksia oli opiskelun tukena käytetty verkkoportaali, Facebookin pikavies-

tin, ICQ, 1990-luvulla Macintoshin ”in-out” -viestinsovellus sekä 1980-luvun alussa viestinnän välineenä toimineet sisäpuhelimet, joilla pystyttiin viestimään yleisesti tai yksityisesti.

4.2 Käyttönoton ja koulutuksen onnistuminen

Office 2007 -paketin mukana tulevan Office Communicator 2007 -version ja uuden 2007 R2:n kanssa törmättiin ongelmiin. Käyttäjät sekoitti OC:n vanhan version löytyminen jo koneelta, eikä vanha versio sovelluksesta toiminut oikein tai välillä ollenkaan. Ongelmasta päästiin asentamalla uudempi 2007 R2 -versio vanhan päälle. Sovelluksien asennuksesta tehtiin käyttöohje, jotta käyttäjät pystyisivät itse suoriutumaan asennuksista.

Joissakin määrin koulutus koettiin turhaksi, koska sovellus oli joidenkin haastateltavien mielestä helppokäyttöinen ja OC:n samantapaisista sovelluksista (esimerkiksi MSN Messengeristä) oli jo entuudestaan paljon kokemuksia.

”Tiedotus ja yhteenveto sovelluksen käyttöönotosta myynnin ja markkinoinnin virallisilla kanavilla olisi voinut innoittaa enemmän ihmisiä osastolta mukaan pilottiryhmään. Myynnissä ja markkinoinnissa on jo muutenkin paljon omia sovelluksia käytössä ja he eivät halua uusia sovelluksia opeteltavaksi tiukan ajankäytön takia. Kurssi olisi voitu jakaa kahteen osaan. Toisessa opetetaan alusta alkaen käyttöä ja toisessa opetetaan sovelluksen vaativampia osa-alueita, jossa asiantuntijat voisivat vastaila kurssilaisten kysymyksiin käyttöön liittyen. Näin ollen tehokäyttäjien ei tarvitse tulla turhaan kuuntelemaan päivän selviä asioita.” - (MH)

Alustava osallistumislista pilottiryhmään ei ollut kovin pitkä, mutta käyttäjiä liittyi kumminkin mukaan sanan kierteessä osastoilla. Haastatteluiden perusteella oli pääteltävissä, että käyttäjiä ei saatu innostumaan sovelluksen käyttöönotosta tarpeeksi tai sovelluksen markkinointi ei tavoittanut kaikkia. MTV Oy:n tiedotuspäällikkö Mentula kertoi haastattelussa 29.1.2010 varsinaista tutkimusta ennen, että paras tapa henkilökunnan tavoittamiseen on toistaminen eri viestintäkanavien kautta. Office Communicatorin markkinointia MTV:ssä pidettiin kuitenkin laajana, joten voidaan olettaa, että henkilökuntaa ei saatu tarpeeksi innostumaan palvelusta.

4.3 Käyttökokemukset pilottiaikana

On hyvä muistaa, että pilottiryhmällä oli ollut viestintäjärjestelmä käytössään vasta noin 1-2 kuukautta. Tämän takia tutkimuksessa ei voitu vielä saada täysin monipuolista kuvausta käyttötapojen tarkoituksellisuudesta. Osa haastateltavista myönsi, että he eivät vielä omaksu tai tiedosta kaikkia sovellusten ominaisuuksia, ja näin ollen joitakin ominaisuuksia voi olla jäänyt käyttämättä. Haastateltavista noin puolet sanoi käyttävänsä viestintäjärjestelmää päivittäin ja loput kertoi käyttävänsä noin kerran joka toinen päivä.

”Joka päivä pistän ainakin yhden viestin ja etätöissä käytän todella paljon.” - (MH)

”Enemmänkin olisi voinut käyttää, mutta käyttöä rajoittaa se, että OC:a ei ole vielä asennettu koko yrityksen käyttöön” - (JK)

Suurin osa tilanteista, joissa OC:a oli käytetty, oli pienien ja lyhyiden asioiden hoitamiseen, joita ennen tehtiin sähköpostilla tai puhelimella.

”Monta kertaa joku asia mitä tekee jää kiinni siitä yhdestä pienestä asiasta, jotta saan työtäni eteenpäin. Silloin on helppo ottaa OC:lla yhteyttä tämän asian selvittämiseen ja parhaimmassa tapauksessa saan tiedon asian hoitamiseen heti, kun taas sähköpostilla todennäköisesti vastausta saa odotella ja posti voi jäädä roikkumaan pitkäksi aikaa kunnes vastaus tulee.” - (4P)

”Kokouksia on pidetty 3-4 hengen kesken, jossa jaetun työpöydän ja äänikeskustelun avulla on saatu korvattua tavallisia kokouksia sovelluskehittämiseen liittyen sekä muita sisäisiä palaverreja.” - (MH)

”Silloin kun sähköpostikeskustelu muuttuu reaaliaikaiseksi pallotteluksi, se kannattaa hoitaa reaaliaikaisella sovelluksella” - (IP)

Yksi haastattelupareista oli sitä mieltä, että yrityksen saman toimipisteen henkilökunnan ei ole mielekästä käyttää videopuhelua pienten välimatkojen takia eikä käyttää rahaa web-kameroiden hankkimiseen koko henkilökunnalle. Videopuhelut toimivat ratkaisuna vieraskielisissä kokouksissa tai uusien tahojen kanssa asioidessa. Videopuhelu parantaa ymmärrettävyyttä, koska äänen lisäksi kommunikointiin sisältyy myös kuva ja elekieli.

”Työpöydän jakoa on hyödynnetty ongelman ratkaisutilanteissa, opetustarkoituksissa, yhteisissä kehittämistapauksissa sekä se on korvannut kokouksien kalvomateriaalit.” - (IP)

”Jokakoti -osastolla yhteistyössä Tampereen toimiston kanssa työpöydän jakaminen käy hyvin Excel-taulukon jako -tilanteisiin, jossa voidaan yhdessä varmistaa, viimeistellä sekä opettaa uusia asioita.” - (JK)

”Kun esityksiä on tehty ja valmisteltu yhdessä, on pikakokous ja työpöydän jakaminen ollut nopeampi vaihtoehto kuin esimerkiksi varata aikaa palaverille, printata diat paperille ja käydä niitä yhdessä läpi kasvotusten.” - (4P)

”Joskus saattaa olla tilanteita, jossa pitää ehdottomasti nähdä ruudulta se asia, jota yrittää puhelimesta selittää. Tähän työpöydän jakaminen hieno ratkaisu, varsinkin tilanteissa kun ollaan etätöissä.” - (MH)

”Toistaiseksi käytämme talon ulkopuolisiin yhteyksiin muita sovelluksia kuin OC:a. Käytämme alihankkijoiden kanssa yhteydenpitoon MSN Messenger:a mieluummin kuin käytämme suuria määriä työtunteja sovelluksen markkinoimiseen ja yhteyksien luomiseen.” - (IP)

Tosiasiassa OC:lla voi ottaa yhteyden talon ulkopuolisiin henkilöihin hyvin helposti kutsumalla heitä sähköpostitse. Tulija voi valita, liittyykö hän keskusteluun oman OC:n kautta vai selaimensa avulla (Office Communicator Web Access). OC-keskustelu ei siis vaadi toiselta osapuolelta asennettua sovellusta. OC ei ole vaikeakäyttöinen sovellus, mutta vanhoihin rutiineihin tottuneiden käyttäjien on vaikea opetella uusia käyttötapoja vanhojen tilalle. Keskustelua siirtäessä esimerkiksi toiseen sovellukseen on hyvä muistaa, että parhaimman hyödyn saamiseksi viestinnän toisenkin osapuolen on hyvä ottaa uusi sovellus käyttöönsä.

Yksi haastateltavista piti parhaana ominaisuutena monipisteneuvottelun mahdollisuutta, jolla pystytään samaan kokoukseen saamaan esimerkiksi 3-32 käyttäjää mukaan.

”Sähköpostit, joissa 5-6 vastaanottajaa vastaa toisilleen on ihan mahdotonta hallita. OC:lla sähköpostiketju voidaan korvata pikakokouksella, jossa asiat hoidetaan pikaviesteillä tai puhelulla, joka lopuksi vedetään yhteenvedona yhdeksi sähköpostiksi.” - (JK)

Tavoitettavuustiedot kertovat muille käyttäjän oman tilan. Tila voi olla määriteltynä esimerkiksi olevaksi poissa, käytettävissä tai kokouksessa. OC käyttää Outlookin kalenteria määrittääkseen tilan automaattisesti. Tiedon perusteella käyttäjä voi tehdä päätöksen yhteydenototavasta. Esimerkiksi jos viestin vastaanottaja on kokouksessa, hänelle voi lähettää sähköpostia soittamisen sijaan, kun tiedetään, että henkilö ei välttämättä pysty vastaamaan puheeseen. Jos asia on pieni ja siihen halutaan ratkaisu heti, kun vastaanottaja saapuu takaisin työpisteelleen, kannattaa lähettää pikaviesti, joka odottaa ruudulla käyttäjää, joka alkaa taas työskennellä tietokoneellaan.

”Tavoitettavuustiedoista näkee helposti, kannattaako ottaa yhteyttä OC:n vai sähköpostin kautta.” - (IP)

”Tavoitettavuustietoihin olen alkanut laittamaan tiedon siitä, että olen etätöissä, jotta työkaverit tietävät etten ole Helsingissä. On myös hyvä tapa muodostaa itselleen työrauhaa ja käyttää ”Varattu” tai ”Älä häiritse” -tilaa silloin kun ei halua jatkuvia yhteydenottoja, mutta

on tarpeellista jättää OC auki, esimerkiksi muiden tavoitettavuustilojen tarkistamiseen.” - (MH)

Osa haastateltavista tuntui vierastavan Communicator-puhelua ainakin vielä. Muutaman haastateltavan mielestä kuulokemikrofoni on epämukava päässä ja heidän mukaansa on luonnollista käyttää näihin tarkoituksiin puhelinta. Toisaalta Communicator-puhelut ovat ilmaisia ja uskon myös VoIP-puhelinpalvelun vielä tulevaisuudessa syrjäyttävän pöytäpuhelimet kokonaan ja osan matkapuhelinsoitoista yrityksessä.

”Olemme kaavailleet osastollamme hyödyntää OC:a nopeiden tehtävien jakoon. Tehtävä menisi kaikille jakelulistalla oleville nopeasti jakoon, josta vähiten kiireisin voisi sen poimia. Poissaolijoille nämä tehtävät ei jää sähköpostiin roikkumaan eikä heidän tarvitse niistä välittää, vaan tehtävän jälkeen pikaviestillä kuitataan ja asia on käsitelty.” - (MH)

Haastatteluissa tuli esiin tarkoituksia, mihin Office Communicatoria ei saisi tai ei ole hyvä käyttää. Kahdessa haastattelussa tuli esiin OC:n väärinkäyttö työaikana. Verkkoyhteistyöön saatetaan juuttua työkaverin kanssa keskustelemaan muistakin kuin työasioista.

”Kun henkilökunta alkaa käyttää työkalua omiin tarkoituksiinsa, niin siinä tuhlautuu omaa työaika ja pahimmassa tapauksissa myös monen muun työntekijän aikaa” - (IP)

”En antaisi kenellekään negatiivista palautetta OC:n kautta, mutta positiivista voisin kyllä antaa.” - (4P)

”Jos kysyn alihankkijalta, onko sinulla MSN Messenger tai G-Talk, hän tietää mistä puhun. Mutta kun kysyn onko sinulla Office Communicator, hän ei todennäköisesti tiedä mitä tarkoitan. Ja silloin kun ihminen ei tunne ohjelmaa on kommunikointi ja koko homma paljon työläämpää.” - (IP)

Viestintäjärjestelmän käyttöönoton suurimpia haasteita on, kuinka saadaan rutinoitunut käyttäjä vaihtamaan vanha sovellus uuteen. Harhaluulo käyttöönoton vaikeudesta ja yhteyksien muodostamisesta ovat käyttäjien mielessä. Tosiasia on, että OC on tehty mahdollisimman helpoksi käyttää ja yhteyksien muodostaminen sisäisen verkon ulkopuolelle ja sen sisällä on helppoa. MTV MEDIAssa käyttäjiä saatiin hyvin mukaan sanan levittyä. Ensimmäiset käyttäjät suosittelivat sovellusta eteenpäin muille.

4.4 Viestintäjärjestelmä osana yrityksen viestintää

Office Communicatorin pikaviestit ovat melkein kaikilla haastateltavilla korvanneet lyhyiden puheluiden soittamista ja pienien sähköpostien lähettämistä. OC:ta pidettiin yleisesti tapana, jolla on helppo ottaa yhteys, erityisesti pienien asioiden tarkistuksissa. Jos asia on pieni, puhelinsoittoa pidettiin paikoin turhana ja sähköpostia ei haluttu jättää kasvattamaan vastaanottajan sähköpostitulvaa.

Yksi haastateltavista piti Office Communicatoria hyvänä väylänä sosiaalisten suhteiden parantamiseksi työyhteisössä. Hänen mielestään sähköpostia pidetään virallisempänä viestimenä, jossa ei yleensä vitsailla, kun taas pikaviestinnässä keskustelu on vapaampaa. Samassa haastattelussa oltiin sitä mieltä, että pikaviestimellä yhteydenottojen kynnyks on paljon matalampi. On helpompi kysyä paikalla olevalta käyttäjältä pikaviestillä nopeasti neuvoa, kuin kirjoittaa asiasta sähköposti tai soittaa puhelimella. Osa haastateltavista piti pikaviestittelyä mukavampana yhteydenottotapana kuin soittamista henkilöille, joiden kanssa ei ole ollut kovin paljoa tekemisissä, esimerkiksi yrityksen muiden Suomen myyntikonttoreiden henkilökunnan kanssa.

Office Communicatorista on ollut hyvä apu viestinnän työkaluna yrityksen sovelluskehityksessä. Kehitysvaiheessa käydyissä OC:n monipisteneuvotteluissa on ollut käytössä usein työpöydän jakaminen. Tämä on korvannut osittain kokouksien pitämistä kasvokkain tietokoneen tai videotykin ääressä, josta taas suurin hyöty on ollut pitkänmatkalaisille paljon työtään etänä tekeville työntekijöille. Samassa yhteydessä tuli ilmi, että OC:sta voisi olla apua yrityksen sovellustuelle. Tuki pystyisi näyttämään työpöydän jaolla joitakin helppoja ratkaisuja ongelmiin tai tekemään korjauksia suoraan itse ”ottamalla vallan” työpöydän jaossa.

”Office Communicatorin tulo ei ole ainakaan vielä vaikuttanut vakiokokousten määrään, mutta se on osin vaikuttanut tapaan jolla ne hoidetaan. Aikaa säästyy, kun ei tarvitse matkata rakennusten välillä tai odotella milloin molemmat ovat paikalla Helsingissä.” - (MH)

MTV:ssä on käytössä paljon Exchange-sähköpostijakelulistoja. Jakelulistaan on lisätty esimerkiksi kaikki yhteen tiettyyn osastoon kuuluvat henkilöt. Näitä jakelulistoja pystytään hyödyntämään Office Communicatorissa. OC:n tulon myötä pienien asioiden viestiminen jakelulistan kautta koko osastolle pikaviestillä ei kuormita sähköpostia, ja viestin perille pääsy on joissakin tapauksissa sähköpostia nopeampaa.

Haastatteluissa Office Communicator ei saanut kannatusta koko yrityksen asioiden tiedottamiseen, joka on ymmärrettävää, koska OC:lla ei ole tarkoitus tavoittaa koko yli 500 henkilön

yrittäjästä, vaan yksi henkilö tai pieniä ryhmiä. Yrityksen sisäiseen tiedottamiseen on jatkossakin hyvä käyttää siihen suunniteltuja kanavia, eli esimerkiksi intranetiä ja sähköistä uutislehteä.

Pilottiryhmän lyhyeksi jäänyt, noin kahden kuukauden sovelluksen käyttöaika ja 50 henkilön käyttölaajuus rajoittivat vastauksien monipuolisuutta. Lyhyen käyttöajan takia käyttäjät eivät olleet täysin vielä omaksuneet kaikkia sovelluksen ominaisuuksia ja niiden käytön mahdollisuuksia omassa työssään. Koko yrityksen laajuinen käyttäjäkunta olisi tuonut enemmän yhteydenottojen määriä. Tutkimuksen tekohetkellä Office Communicator oli noin 50 käyttäjällä 519 työntekijästä.

”Ohjelman ominaisuuksien käyttöä pitäisi harjoitella enemmän ja ohjelmaa käyttää kauemmin, jotta tietäisin mihin kaikkeen sitä voisi hyödyntää. Aika on ollut sen verran lyhyt, että en ole vielä päässyt täysin sovellukseen sisälle.” - (MH)

5 Pohdinta

Teemahaastatteluiden pohjalta saatiin tehtyä johtopäätöksiä ja kehitysideoita, joita esitellään tässä luvussa.

5.1 Johtopäätökset

Lehtosen (1998) mukaan työyhteisön sisäinen viestintä käsittää kaiken tiedon kulun ja vuorovaikutuksen, mitä tapahtuu yhteisön eri henkilöiden, henkilöryhmien ja yksiköiden välillä. Opinnäytetyössäni pyrittiin löytämään vastauksia kysymykseen ”Miten yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönotolla voidaan parantaa MTV Oy:n sisäistä viestintää?”. Tutkimuksen tuloksien ja käyttäjien mielipiteiden avulla pyrittiin tekemään selvitys, kuinka uusi viestinnän väline oli parantanut yrityksen sisäistä viestintää ja minkälaisiin tilanteisiin sovellusta kannatti käyttää. Selvityksen avulla MTV Oy pystyy vertaamaan käyttöönoton tuomia hyötyjä omiin sisäisen viestinnän kehittämistarpeisiinsa. Tutkimuksen haastatteluissa selvisi, että Microsoftin yhdistetyn viestinnän palvelut oli ollut kokonaisuudessaan positiivinen asia ja tulevaisuudessa hyödyt kasvaisivat.

Ennen käyttöönottoa kohdeyritys oli määrittänyt tavoitteet, joita yhdistetyn viestinnän pitäisi tulla saavuttamaan. Haastatteluiden tuloksien myötä voidaan olla sitä mieltä, että tavoitteet olivat realistiset ja niihin oltiin ajan kanssa pääsemässä. Haastattelut tehtiin sovelluksen käyttöönoton pilottivaiheessa, joten se ei vielä taannut täysin totuudenmukaisia tuloksia koskien koko yrityksen käyttöä ja potentiaalisia käyttömahdollisuuksia.

Yhdistetyn viestinnän sovelluksista Office Communicator oli ollut paljon suuremmassa käytössä kuin Live Meeting. Pienellä pilottiryhmällä ei ollut tarvetta pitää vaativia ja käyttäjämäärältään suuria kokouksia. Live Meetingin tarvetta on hyvä miettiä uudestaan koko yrityksen käyttöönotossa. Sen sijaan Office Communicatorin toiminnot saivat suosiota.

Haastatteluissa saatiin tuloksia siitä, että viestintäjärjestelmää oli käytetty videoneuvotteluihin fyysisesti pitkien matkojen välillä ja niihin oli saatu lisäarvoa työpöydän jakamisen avulla. Näissä tapauksissa yritys oli säästänyt matkakuluissa ja työntekijät olivat säästäneet arvokasta työaika, joka olisi kulunut siirtymisiin. Pitkien puhelinneuvotteluiden sijaan oli myös käytetty pikakokousta tai videoneuvottelua. Näissä tapauksissa työpöydän jaon ja pikaviestinnän tueksi oli käytetty Communicator-puhelua, joka on ilmainen.

Työpöydän jakoa pidettiin haastatteluissa uutena ominaisuutena, joka monipuolistaa viestintää. Kehittämistyössä voidaan yhdessä yhdeltä ruudulta näyttää ja korjata asioita fyysisistä olinpaikoista riippumatta. Ongelman ratkaisutilanteissa pystytään näyttämään toiselle osapuolelle, kuinka jokin asia on tai mitä pitäisi ruudulla tehdä. Tämä vaihtoehto on paljon yksinkertaisempi, kuin esimerkiksi soittaa ja yrittää kertoa toiselle osapuolelle mitä pitäisi tehdä. Jakoa voidaan käyttää itse näyttämällä omaa työpöytänsä tai katsomalla toisen työpöytää. Voidaan siis näyttää itse tai neuvoa toista hänen työskennellessä. Ominaisuus ei korvaa lähituen tarvetta ja kehittämistyötä kasvatusten, mutta voidaan sanoa, että pienien ”nikkien” näyttämässä se on varsin käyttökelpoinen työkalu.

Yrityksen tietoturva saatiin parannettua viestintäjärjestelmän datan liikkeessa oman sisäisen verkon ja palomuurien sisällä. Haasteena olikin nyt saada MSN Messenger -käyttäjät siirtymään Office Communicatoriin. Ratkaisuksi näille käyttäjille voisi olla Office Communicatorin verkon kautta pakotettu käyttöönotto ja vanhan sovelluksen käyttökielto.

Tutkimus osoitti, että haastateltavien suurin syy käyttää pikaviestintää oli vastausten saaminen nopeisiin kysymyksiin ja asioiden pikainen selventäminen. Useamman haastateltavan kesken pikaviestintää pidettiin nopeampana kuin sähköposti ja vaivattomampana kuin puhelinsoitto tai kasvatusten puhuminen. Pikaviestimellä oli helpompi lähestyä toisia työntekijöitä ja sitä pidettiin yleisesti rentona ja ystävällisenä viestinnän muotona.

Viestintäjärjestelmän käyttöönoton jälkeen useassa haastattelussa kerrottiin viestinnän olevan helpompaa. Interaktiivisten palveluiden osastolla haastateltavat kertoivat pikaviestimen kaltaisen sovelluksen olevan projekteissa miltei pakollinen. Onhan linkkien ja koodien lähettäminen nopeampaa ja helpompaa pikaviestimellä kuin sähköpostitse, varsinkin silloin, kun viestien vaihtoa tapahtuu todella paljon. Pikaviestit saadaan usealle projektin työntekijälle hyödyntämällä Exchange-jakelulistoja tai tekemällä Communicatoriin omia ryhmiä.

Nopeus on pikaviestittelyn valttikortti. Pieniin asioihin saadaan vastaus heti, jos vastaanottaja on työpisteellään ja valmiina vastaamaan takaisin. Keskustelun ensimmäisen viestin ilmoitus vilkkuu Windowsin tehtäväpalkissa sekä viesti käy kokonaisuudessaan ruudun alakulmassa, joten tietokoneella töitä tehdessä sen välttämättäkin huomaa. Työtä tehdessä monesti voi tehtävissä eteenpäin pääsy olla jostakin pienestä tiedosta tai asiasta kiinni. Jos tämän tiedon tai asian takia pitää ottaa yhteyttä työtoveriin, hänet todennäköisesti tavoittaa parhaiten työpisteeltään pikaviestillä.

Pikaviestittelyn huomaamattomuus voi olla myös riski. Pikaviestittely työkavereiden kanssa voi johtaa muihinkin keskusteluihin kuin työasioiden hoitamiseen. Tietokoneella töitä tehdessä voidaan vapaa-ajan asioista pikaviestittely kokea ”naputteluna” ja osaksi työntekoa. Väärinkäytön riski on siis olemassa samalla tavalla kuin esimerkiksi työpuhelimessa puhuessa. Esimiesten on hyvä tehdä alaisiensa kanssa selvät pelisäännöt uusien viestinnän työkalujen kanssa.

Työntekijän tavoitettavuustilan tarkastaminen koettiin olevan useassa haastattelussa uusi ja tarpeellinen ominaisuus. ”Liikennevalot” ja teksti havainnollistavat ja kertovat käyttäjän tämän hetkisen tilan. Punainen väri tarkoittaa, että käyttäjä on kokouksessa. Keltainen väri kertoo käyttäjän olevan poissa työpisteeltään ja vihreä väri tarkoittaa käyttäjän olevan käytettävissä eli tietokoneensa äärellä. Tavoitettavuustilan perusteella voidaan valita paras lähestymistapa. Vaaleanpunainen väri kertoo käyttäjän olevan offline-tilassa eli todennäköisesti hän on poistunut työpaikalta tai kokonaan poissa töistä. Outlookin poissaoloviesti saadaan katsottua käyttäjän tilaa tarkistaessa, joten tiedetään, milloin kyseen oleinen henkilö esimerkiksi palaa lomaltaan. Voidaan sanoa, että ominaisuus helpottaa ja nopeuttaa henkilöön yhteyden saamista ja viesti osataan kohdistaa muualle ilman turhia selvittelyjä, jos työntekijä on poissa.

Haastatteluissa selvisi, että käyttäjät olivat kokonaisuudessaan tyytyväisiä uuteen viestintäjärjestelmään ja sen ominaisuuksiin. MTV:ssä sisäinen viestintä oli käyttöönoton jälkeen helpompaa, nopeampaa ja monipuolisempaa. Jotta mainitut seikat saataisiin moninkertaiseksi, on käyttäjien oltava koulutettuja käyttämään palveluiden client-sovelluksia. Haastateltavat toivoivat järjestelmän levittämistä nopeasti koko yrityksen käyttöön, jotta saataisiin enemmän yhteydenottoja ja tilanteita, joissa he pääsisivät kokeilemaan sovelluksien eri ominaisuuksia.

5.2 Tutkimuksen luotettavuus

Haastattelukysymykseni oli rakennettu vastaamaan opinnäytetyöni tutkimuskysymykseen. Kysymykset toimivat teemoina ja suuntaa-antavina, joten tarkentavat apukysymykset olivat tärkeitä ja ne tulivat luonnostaan haastatteluiden aikana. Haastattelukysymykset osin vastasivat tutkimuskysymykseen. Tuloksia ongelman ratkaisemiseksi kertyi hyvin ja lopuksi vastauksissa alkoi ilmentyä yhtäläisyyksiä. Tästä voidaan päätellä, että haastateltavia oli riittävä määrä. Määrän nostaminen olisi todennäköisesti tuottanut suurimmaksi osaksi lisää samantyyppisiä vastauksia.

Vastauksina saatiin joitakin asioita, joita palveluiden tarjoaja Microsoft oli tuote-esittelyissään kertonut. Ennen tutkimusta ei voitu olla varmoja, miten viestintäjärjestelmä sopisi MTV Oy:n henkilökunnan käyttöön ja tuottaisiko se mainostetun hyödyn. Vieläkään hyödyistä ei voida olla täysin varmoja, koska viestintäjärjestelmä ei ollut tutkimusta tehdessä koko yrityksen käytössä. Haastatteluparit edustivat eri osastoja ja toivat toivottua monipuolisuutta käyttäjäkuntaan, vaikka otosryhmä olikin yrityksen kokoon nähden pieni.

Haastatteluissa saatiin näyttöjä sisäisen viestinnän parantumisesta. Vastauksien avulla voitiin tehdä hyviä ohjeistuksia, minkälaisiin tilanteisiin mitäkin ominaisuutta tulisi käyttää. Pilottitesti oli ollut tarpeeksi pitkäkestoinen. Tietohallinnolla oli aikaa paneutua ongelma-kohtiin ja ehkäistä niitä tulevaisuudelle.

Haastateltavat ja heidän vastaukset olivat uskottavia, vaikka heillä viestintäjärjestelmä oli ollut käytössä suhteellisen lyhyen aikaa. Sitä mieltä oltiin, että tuossa ajassa ehdittiin tutustua tarpeeksi Office Communicator ja Live Meeting -sovelluksien käyttöön. Ohjelmat ovat helpohkoja käyttää ja aikaa kaikkien ominaisuuksien läpi käymiseen ei tarvitse paljoa käyttää. Tulokset olivat pitkäkestoisia ja pysyviä, esimerkiksi pikaviestinnän tarve ei todennäköisesti tule poistumaan ihan heti, mutta ehkä se korvautuu tulevaisuuden käyttöönotoissa.

Teemahaastattelua johdettiin kysymyslistan avulla, mutta vain keskustelun suuntaa-antavana ohjauksena, jotta keskustelu pysyy oikealla radalla. Usein vastauksia muodostettiin pareina yhdessä, jolloin haastateltavat yhtyivät ja innostuivat toistensa kokemuksista. Välillä yhtyminen oli liian yksipuolista, johon puututtiin ohjaamalla kysymyksiä hiljaisemmalle haastateltavalle.

Vastaukset olivat osakseen olettamuksia tulevasta, koska joistakin ominaisuuksista tai tavoista ei käyttäjillä ollut kokemusta. Joitakin kysymyksiä jouduttiin muun muassa miettimään koko yrityksen laajuisesti, vaikka käyttäjäkunta oli ollut pienempi. Suurin osa tuloksista oli itse

koettuja tapauksia. Tuloksia on helppo soveltaa muihin yrityksiin ja organisaatioihin, varsinkin samaan toimialaan kuuluviin.

5.3 Kehitysideat

Monissa haastatteluissa nousi esille kehitysideoita ja kehittämisen kohteita. Suurin osa yrityksen vanhoista pöytäpuhelimista on jo poistettu työpisteiltä matkapuhelmien käytön yleistyttyä. Kuitenkin joillain osastoilla on vielä vanhanmalliset pöytäpuhelimet käytössä ja siihen on syynsä. Pöytäpuhelimien koputus, siirto ja poiminta - ominaisuudet ovat näillä osastoilla tärkeitä. Yhdistettyyn viestintään kuuluva VoIP-puhelu on uudenlainen puhelin. Puhelu voidaan soittaa käyttäen tietokonetta päätelaitteena, ja esimerkiksi kuulokkeiden ja mikrofonin yhdistelmää käyttäen kommunikoinnin apuna. VoIP-puhelun etu on sen halvat kulut. VoIP-puhelujen välillä kulu on internetyhteyden hinta, mutta puhelin- tai matkapuhelinverkkoon soitettaessa puhelu menee aina teleoperaattorin kautta. VoIP-palvelun avulla päästäisiin eroon vanhanaikaisesta pöytämallista, kuluja saataisiin laskettua ja yhteydenotot pystyttäisiin hoitamaan samasta paikasta (tässä tapauksessa Office Communicatorista). Lisäksi viestintäjärjestelmää voitaisiin hyödyntää yrityksen puhelinvaihteessa. Puhelinvaihte näkisi suoraan onko tavoitettava henkilö paikalla, kokouksessa tai lomalla sekä puhelun saisi käännettyä suoraan VoIP-puheluna.

Office Communicatorin integraatio intranetin kanssa sai osakseen kannatusta. Office Communicatorin tavoitettavuustietoja olisi hyvä hyödyntää intranetin henkilöhaussa. Henkilöhaussa käytetään usein yhteystietojen etsintään ja aikeissa yhteydenottoon. Jos tiedoissa olisi ilmoitus henkilön olevan kokouksessa, voidaan yhteydenottotapaa ja aikaa miettiä uudestaan.

5.4 Loppusanat

Työn alussa esiteltiin Microsoftin yhdistetyn viestinnän hyötyjä. Microsoft lupaa mainoskirjoituksissaan kulujen vähennystä ja viestinnän paranemista. Tutkimuksessa mielenkiintoista olikin verrata Microsoftin lupauksia MTV Oy:n työntekijöiden omiin kokemuksiin. Todettakoon lopuksi, että käyttöönoton uudet viestinnän työkalut eivät kuitenkaan syrjäytä puheluja, sähköposteja, palaverieita tai mitään muita sisäisen viestinnän väyliä, vaan tuo oman lisänsä yrityksen päivittäisviestintään.

Lyhenteet

OCS = Office Communications Server

LM = Office Live Meeting

OC = Office Communicator

CoMo = Communicator Mobile

MH = Mainonnan hallinta osasto (haastatteluiden 1. pari)

IP = Interaktiiviset palvelut osasto (haastatteluiden 2. pari)

JK = Jokakoti osasto (haastatteluiden 3. pari)

4P = Haastatteluiden 4. pari

Lähteet

Kirjalliset:

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Fielding, N.G. 1996. Qualitative interviewing. Teoksessa N. Gilbert (toim.) Researching social life. London. Sage, 135-153.

Grönfors, M. 1982. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. Porvoo: WSOY.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.-14., osin uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. Painos. Porvoo: WS Bookwell.

Jussila, M. & Leino, A. 2001. Net. Verkkoviestinnän käsikirja. 2. Painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Kortesuo, K. 2009. Tekstiä ruudulla. Kirjoitamme verkkoon. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. 3. Painos. Helsinki: Edita.

Lehtonen, J. 1998. Yhteisöviestinnän johdantokurssin lukemistoa, käsikirjoitus. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.

Norvanto, T. 1998. Videoneuvottelu opetuksessa. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Turku: Painosalama Oy.

Norvanto, T. Videoneuvotteluopas. Turku: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus.

Pohjanoksa, I., Kuokkanen, E. & Raaska, T. 2007. Viesti verkossa. Digitaalisen viestinnän käsikirja. Juva: WS Bookwell Oy

Puro, J-P. 2003. Työviestinnän kipupisteet. Hallinta ja ratkaisut. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Robson, C. 1995. Real world research. A resource for social scientists and practitioner-researchers. Oxford: Blackwell.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Sähköiset:

Joensuun Yliopisto 2005. Työryhmäohjelmistot. Viitattu 26.2.2010.
<http://optek.joensuu.fi/koulohj/oppimat/multimedia/tyoryhmaohjelmistot.html>

Mentula L. 2010. MTV MEDIA. Viitattu 19.2.2010. <http://www.mtvmedia.fi/>

Microsoft 2010a. Office Communicator 2007 R2 Yleistiedot. Viitattu 15.1.2010.
<http://office.microsoft.com/fi-fi/help/HA102037151035.aspx>

Microsoft 2010b. Office Communicator Mobile 2007 R2 Yleistiedot. Viitattu 15.3.2010.
<http://office.microsoft.com/fi-fi/help/HA102027021035.aspx>

Microsoft 2010c. Office Live Meeting 2007 Yleistiedot. Viitattu 26.2.2010.
<http://office.microsoft.com/fi-fi/livemeeting/HA102415201035.aspx>

Microsoft 2010d. Unified Communications. Viitattu 17.3.2010.
<http://www.microsoft.com/uc/fi/fi/about.aspx>

Microsoft in Government 2010. Viitattu 23.5.2010.
http://blogs.msdn.com/blogfiles/government/WindowsLiveWriter/EnterpriseVoice_F3F9/image_2.png

Office Communicator Blog 2010. Viitattu 23.5.2010.
<http://communicatorteam.com/archive/2008/03/03/89.aspx>

Viestintätoimisto Manifesto 2009. Sosiaalinen media muuttaa yritysviestinnän toimintatapoja. Tutkimus blogeista ja bloggajista. Viitattu 11.2.2010.
http://www.manifestoconsulting.fi/uploads/assets/Raportit/tutkimus_blogeista_ja_bloginpitajista_naytesivut.pdf

Julkaisemattomat:

Mentula, L. 2009. Tervetuloa sähköiseen MTV MEDIAan! Työhön perehdytys opas. Helsinki: MTV Oy, 17.

Mentula, L. 2010 Tiedotuspäällikön haastattelu 29.1.2010. MTV Oy. Helsinki

Kuvat

Kuva 1: Yhdistetty viestintä MTV:ssa.	15
Kuva 2: Office Communicatorin kontaktilista (Microsoft in Government 2010).	16
Kuva 3: Office Communicator videoneuvottelun siirtäminen Live Meetingiin (Office Communicator Blog 2010).	18

Liite 1. Teemahaastatteluiden kysymykset yhdistetyn viestintäjärjestelmän käyttöönotosta MTV MEDIAssa Keväällä 2010

1. Oletko käyttänyt aikaisemmin Office Communicatorin / Live Meetingin tapaista sovellusta?
2. Kuinka kauan olet käyttänyt OC:a ja LM:ä?
3. Kuinka mielestäsi onnistui viestintäjärjestelmän käyttöönotto ja koulutus?
4. Minkälaisiin tarkoituksiin / minkälaisissa tilanteissa olet käyttänyt OC:a ja LM:ä?
5. Minkälaisiin tilanteisiin ei mielestäsi sovi käyttää näitä sovelluksia?
6. Mitä OC:n ja LM:n ominaisuuksia olet käyttänyt ja minkälaisiin tarkoituksiin?
7. Minkälaisiin tarkoituksiin voisit nähdä käyttäväsi näitä ominaisuuksia työssäsi?
8. Koetko sovellusten käytön hyödylliseksi? Miksi?
9. Näetkö sovelluksista koituvan ongelmia? Minkälaisia?
10. Onko sovellusten käyttö syrjäyttänyt muita viestinnäntapoja?
11. Kerro miten sovelluksilla on ollut vaikutusta osastojen väliseen kommunikointiin?
12. Kerro miten sovelluksilla on ollut vaikutusta sisäisten palaverien määrään?
13. Kerro miten sovelluksilla on ollut vaikutusta tiedonkulkuun MTV:ssa?
14. Omin sanoin: Miten palveluiden käyttöönotto on mielestäsi parantanut MTV:n sisäistä viestintää?
15. Mitä parannettavaa mielestäsi on MTV:n sisäisessä viestinnässä?