



PUSKARADIOSTA WIKIIN

Sisäinen viestintä TAO:n aikuiskoulutuksessa

Heljä Tokas

Opinnäytetyö
Joulukuu 2012
Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma

HELJÄ TOKAS:
Puskaradiosta Wikiin
Sisäinen viestintä TAO:n aikuiskoulutuksessa

Opinnäytetyö 90 sivua, joista liitteitä 7 sivua
Joulukuu 2012

Tampereen ammattiopistossa (TAO) on elokuussa 2011 otettu ensisijaiseksi viestinnän kanavaksi toisen asteen intranet, joka on tarkoitettu sekä opiskelijoiden ja henkilöstön käyttöön ja siellä pitäisi löytyä sekä opiskeluun että työhön tarvittavat tiedot ja palvelut. Intranetin tarkoituksena on myös mahdollistaa tiedon nopean saannin ja jakamisen.

Tampereen ammattiopiston aikuiskoulutuksen tiedot ja tiedostot löytyvät monen mutkan, henkilön, kansiopulun, verkon tai järjestelmän kautta ja sama koskee sisäistä viestintää ja yleistä yhteistä kommunikaatiota. Toisen asteen intranet ja sen kehittäminen myös aikuiskoulutuksen käyttöön antoi hyvät lähtökohdat lähteä pohtimaan aikuiskoulutuksen sisäisen viestinnän mahdollisuuksia, välineitä ja tarpeita.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli tehostaa Tampereen ammattiopiston Sammonkadun toimipisteen aikuiskoulutuksen toimintaa ja karsia päällekkäisiä toimintoja. Kantavana ajatuksena oli myös se, että sisäistä viestintää kehittämällä voimme parantaa ja kehittää sekä ulkoista että sisäistä asiakaspalveluamme. Voidaan sanoa, että perimmäisenä tavoitteena työllä oli tyytyväinen ja osaava henkilöstö sekä asiantuntevaa ohjausta ja tietoa saavat sisäiset asiakkaat.

Sisäisen viestinnän uudistustyö ei kuitenkaan keskittynyt vain intranettiin, vaan tarkastelemalla samalla myös muita viestinnän tehostamisen keinoja sekä välineitä ja saatoin niitä kehittämistyön aikana kuntoon. Apuna viestintävälineiden ja -keinojen kehittämistyössä toimi tekemäni kyselytutkimus ja siitä saadut tulokset. Intranetin sisältöä ja rakennetta pohdimme aivoriihiöskentelyn avulla.

Kehittämishankkeen lopputuotteena syntyi wiki-ympäristöön aikuiskoulutuksen tietopankki. Tietopankki toimii hallinnon, kouluttajien ja opiskelijoiden yhteisenä viestintävälineenä sekä tietolaarina. Teorian ja tutkimuksen avulla sain tärkeää tietoa TAO:n viestinnän nykytilanteesta ja eväitä kehittää aikuiskoulutuksen sisäistä viestintää sekä toimintaympäristöä.

Asiasanat: organisaation sisäinen tieto, sisäinen viestintä, työyhteisöviestintä, sisäisen viestinnän kanavat, sisäisen viestinnän kehittäminen, kyselytutkimus, brainstorming

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Entrepreneurship and Business Competence

HELJÄ TOKAS:

From Grapevine to Wiki
Internal Communication in the Adult Education Department of TAO

Master's thesis 90 pages, appendices 7 pages
December 2012

The secondary school intranet has been introduced as the primary communication channel of Tampere College (TAO) in August 2011. The intranet is intended for both students and staff. In the intranet they should find the necessary information and services needed in the studies and at work. The intranet is also intended to enable rapid data access and data sharing.

The information and data at Tampere College's Adult Education can be found after many turns, from different people, through various folder paths, in different networks or systems, and the same applies to internal communication activities and the mutual general communication. The secondary school intranet and its development for the use of adult education also gave a good starting point to ponder the possibilities, tools and needs of internal communications in the adult education.

The goal of this thesis was to intensify the activities and cut the overlapping functions in the Adult Education of the Sammonkatu establishment of Tampere College. The basic idea was that by developing the internal communications we can improve and develop both internal and external customer service. It can be said that the ultimate goal of the work was that we would have happy and skillful staff and provide professional advice and information to internal customers.

The reform of the internal communication did not only focus on the intranet. At the same time I also examined other ways of enhancing the communication, as well as tools, and I also renewed some of them. I used a survey and its results as a help of developing the tools of internal communications. The content and structure of the intranet was pondered in brainstorming sessions.

This development project produced an information database for the adult education, and it is in the wiki environment. The database works as a common communication tool as well as an information bank for the management, teachers and students. Through the theory and the survey I obtained important information on the current communication situation at TAO and tools to develop internal communications as well as the operating environment of the adult education.

Key words: the organization's internal information, internal communication, workplace communication, channels of internal communication, development of internal communications, survey, brainstorming

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	KOHTI SUJUVAMPAA VIESTINTÄÄ.....	7
2.1	Kehittämistyön menetelmät	7
2.2	Konstruktiiivinen toimintatutkimus	9
2.2.1	Aivoriihityöskentely.....	11
2.2.2	Kysely	14
2.2.3	Benchmarking	16
3	TOIMIVA SISÄINEN VIESTINTÄ – SUJUVA ASIAKASPALVELU.....	18
3.1	Viestintätyön faktat.....	18
3.2	Organisaation sisäinen tieto viestinnän perustana	20
3.3	Sisäinen viestintä - työyhteisöviestintä.....	26
3.4	Kuka viestii, kenelle viestii.....	32
3.5	Sisäisen viestinnän tehtävät	36
4	PUSKARADIO, VIIDAKKORUMMUT VAI JOTAIN PAREMPAA	42
4.1	Henkilökohtainen kanssakäyminen	47
4.2	Painettu viestintä.....	53
4.3	Sähköinen viestintä ja verkkoviestintä	56
5	SUUNNITELMASTA SUJUVAAN VIESTINTÄÄN.....	66
5.1	Wiki-ympäristön eli intranetin sisällön suunnittelu ja toteutus	72
5.2	Muun sisäisen viestinnän kehittäminen	77
6	POHDINTA.....	79
	LÄHTEET.....	81
	LIITTEET	84
	Liite 1. Kyselylomake	84
	Liite 2. Intranet-sivujen kehitystyön tulos.....	90

1 JOHDANTO

”Arvokkainta, mitä toinen ihminen voi antaa toiselle, on tieto”

Sokrates (470–399 EKR)

Yhä suurempi osa työtä on oppimista. Tulevaisuuden tekijöitä ovat ne henkilöt, jotka haluavat ja kykenevät oppimaan. Jotta voitaisiin oppia, tarvitaan tietoa ja tiedonvälitykseen toimivia kanavia. Oppimisen ja työnteon kannalta on tärkeää, että tieto on helposti saatavilla ja hyödynnettävissä.

Tampereen ammattiopiston (TAO) aikuiskoulutuksen tiedot ja tiedostot löytyvät, viestintä ja muu kommunikaatio tapahtuu usein monen mutkan, henkilön, kansiopulun, verkon tai järjestelmän kautta. Opinnäytetyöni lähtökohtana onkin selkeyttää ja kehittää TAO:n aikuiskoulutuksen Sammonkadun toimipisteen sisäistä viestintää ja tiedottamista. Samalla tarkoituksena on ottaa käyttöön aikuiskoulutuksessa koko Tampereen ammattiopistossa käytössä oleva intranet, joka toimii wiki-ympäristössä.

Johtoryhmän 31.8.2011 tekemän päätöksen mukaisesti toisen asteen intranet on Tampereen kaupungin lukioiden ja TAO:n ensisijainen tiedotuskanava. Intranet on tarkoitettu sekä opiskelijoiden ja henkilöstön käyttöön ja siellä pitäisi olla sekä opiskeluun että työhön tarvittavat tiedot ja palvelut saatavilla yhdestä paikasta. Intranetin pitäisi myös mahdollistaa tiedon nopean saannin ja jakamisen.

Intranetin käyttöönoton aikuiskoulutuksessa ja opinnäytetyöni tavoitteena on tehostaa toimintaa ja karsia päällekkäisiä toimintoja. Kantavana ajatuksena opinnäytetyössäni on myös se, että sisäistä viestintää kehittämällä voimme parantaa ja kehittää sekä ulkoista että sisäistä asiakaspalveluamme. Voidaankin sanoa, että perimmäisenä tavoitteena työllä on tyytyväinen ja osaava henkilöstö sekä asiantuntevaa ohjausta ja tietoa saavat asiakkaat. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että pohjan tulee olla kunnossa, jotta toiminta pyörisi odotetulla ja tavoitellulla tasolla.

Sisäisen viestinnän uudistustyö ei kuitenkaan keskity vain intranettiin, vaan tarkastelen samalla myös muita viestinnän tehostamisen keinoja sekä välineitä ja saatan ne työn aikana kuntoon. Apuna muiden viestintävälineiden ja -keinojen kehittämistyössä toimii tekemäni kyselytutkimus ja siitä saadut tulokset.

Tampereen ammattiopisto, Aikuiskoulutus

Jotta voisimme lähteä kehittämään Liiketalouden aikuiskoulutuksen sisäistä viestintää, on ensin hyvä hahmottaa ympäristö, jossa toimimme. Tampereen ammattiopisto on yksi Suomen suurimmista ammatillisista oppilaitoksista, jonka historia ulottuu vuoteen 1890. Tällöin perustettiin Tampereen Kauppaopisto. Varsinainen Tampereen ammattiopisto syntyi elokuussa 2000, kun Tampereen kaupungin ylläpitämät neljä ammatillista oppilaitosta yhdistyivät yhdeksi oppilaitokseksi. Hallinnollisesti Tampereen ammattiopisto on edelleen osa Tampereen kaupungin ylläpitämää toisen asteen koulutuksen tuotantoaluetta, johon kuuluvat TAO:n lisäksi Tampereen seitsemän päivälukiota ja yksi aikuislukio.

Tampereen ammattiopistossa opiskelee vuosittain yli 4200 nuorta ja noin 6200 aikuista lähes 600 koulutusalan ammattilaisen tuella. TAO on toiminut nykyisessä organisaatiomallissaan syksystä 2008. Organisaatiomuutos toi aikuiskoulutusta enemmän esille, omaksi yksikökseen. Tampereen ammattiopisto onkin nykyisellään monialainen oppilaitos, joka koostuu viidestä eri toimipisteestä;

- Tekniikka,
- Palvelut ja liiketalous,
- Sosiaali- ja terveysala,
- Liikenne ja metsä sekä
- Maahanmuuttajakoulutus.

Tampereen ammattiopiston aikuiskoulutus tarjoaa monipuolista koulutusta usealla eri alalla TAO:n toimipistejaottelun mukaisesti. TAO:n aikuiskoulutus tarjoaa tutkintoon valmistavia koulutuksia sekä erilaisia lyhytkoulutuksia yritysten ja yksilöiden tarpeisiin.

TAO:n Sammonkadun toimipisteessä koulutetaan liiketalouden ja tietojenkäsittelyn ammattilaisia. Monipuolisen lyhytkoulutustarjonnan lisäksi aikuiskoulutuksessa on mahdollista suorittaa näyttötutkintona seuraavat tutkinnot

- Liiketalouden perustutkinto, merkonomi
- Tieto- ja viestintäteknikan perustutkinto, datanomi
- Myynnin ammattitutkinto
- Sihteerin ammattitutkinto
- Taloushallinnon ammattitutkinto.

2 KOHTI SUJUVAMPAA VIESTINTÄÄ

2.1 Kehittämistyön menetelmät

Hirsijärvi, Remes & Sajavaara (2004, 21) sanovat kirjassaan, että joskus jokainen käytännön toimija, esimerkiksi työelämässä puurtava ammattilainen kyseenalaistaa tieteellisen tiedon merkityksen omassa työssään. Ongelmien ratkaisussa luotetaan enemmän kokemukseen kuin tieteellisen tutkimuksen tuottamaan tietoon. Kuitenkin teoria on välttämätöntä työn sujuvuuden ja oikeellisuuden kannalta. Kirjallisuuteen tutustuminen voi sitä paitsi myös auttaa tulkintojen syventämisessä, sillä erilaisten ajatusten lukeminen antaa tutkijalle vaihtoehtoisia tarkastelutapoja. (Aaltola & Valli 2001, 51.)

Opinnäytetyössäni olen pyrkinyt yhdistämään teorian ja tutkimuksen kokonaisuudekseen ja tuomaan teoriasta pohjaa kehittämistyöni tueksi. Jokaisella on varmasti jonkinlainen käsitys siitä, mitä tutkimus on, mutta joutuessamme määrittelemään kyseisen käsitteen, saattaisimme päätyä hyvinkin erilaisiin vastauksiin. Joku saattaisi vastata, että se on vastauksen antamista kysymykseen. Mutta onko kaikki kysymyksiin vastaaminen tutkimusta? Näin ei suinkaan ole, vaan suunnitelmallinen ja tavoitteellinen tutkimus on oikeastaan eri vaiheineen luova prosessi, johon kuuluvat perehtyminen aiheeseen ja suunnitelman laadinta, tutkimuksen toteutus ja tutkimusselosteen laadinta. (Hirsijärvi ym. 2004, 57.)

Käytännössä tutkimuksen muotoja on monia, niitä voivat olla erilaiset kartoitukset, tietojen kerääminen ja luokittelu, tilastoihin perustuvat esitykset, haastatteluaineistojen kuvaukset ja omakohtaisista kokemuksista kirjoittaminen. Tutkimusta voidaan luonnehtia myös systemaattiseksi toiminnaksi, jonka avulla saadaan uutta tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimus on aina myös tavoitehakuista toimintaa. Nyrkkisääntönä kuitenkin on, että selvityksen perusteella tutkimus olisi toistettavissa. (Soininen 1995, 13; Hirsijärvi, Moilanen & Ritalahti 2000, 241.)

Tutkimukselliseen kehittämistyöhön kuuluu yleensä käytännön työstä lähtevän ongelman ratkaisua, uusien ideoiden tai käytäntöjen tuottamista ja toteuttamista tai kenties uuden palvelun käyttöönotto. Tutkimuksellisen kehittämistyön ja tieteellisen tutkimuksen ero on pääasiassa toiminnan päämäärissä; halutaanko tuottaa teoriaa vai saadaanko

aikaiseksi jotain uutta konkreettista tuotosta tai ratkaisua. (Ojasalo, Moilanen & Ritalah-
ti 2009, 19.)

Opinnäytetyöni ei ole tieteellinen tutkimus, vaan oman työyhteisön tarpeista lähtenyt tutkimuksellinen kehittämishanke. Tutkimuksen aiheen voi löytää useammalla eri tavalla. Sen voi löytää, saada, keksiä tai synnyttää. Omalla kohdallani tutkimuksen ja työn johtoaajatus on pysynyt suhteellisen samana koulutukseen hakeutumisesta lähtien, mutta esimerkiksi teoreettinen viitekehys ja työn luonne on muuttunut runsaastikin matkan varrella. On kuitenkin normaalia, että tutkimus ja siihen liittyvät elementit täsmentyvät ennen varsinaista aineiston keruuta tai sen aikana. Aineisto voi olla myös jo olemassa vaikka varsinainen tavoite ei olisi vielä täsmentynytkään. Tärkeintä on kuitenkin se, että lopuksi työn tavoite, tulokset ja aineisto vastaavat toisiaan. (Aaltola & Valli 2001, 51.)

Opinnäytetyöni teoria muodostuu viestinnän määrittelystä, organisaation tiedon tarpeesta, sisäisen viestinnän ja työyhteisöviestinnän määrittelemisestä, asiakaskunnan ymmärtämisestä sekä sisäisen viestinnän kanavista. Koska kehittämistyö painottuu vahvasti sisäisen viestinnän kanavien kehittämiseen ja intranetin laatimiseen, on tämän osuuden teoriallakin työssäni iso merkitys.

Kuitenkaan teoreettinen viitekehys ei yksinään kerro, mitä teoriaa työssä käytetään, vaan se määrittelee sen, millaista menetelmää tai menetelmiä käytetään aineiston keräämiseen. Toisaalta esimerkiksi kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa aineiston luonne asettaa rajat sille, minkälainen tutkimuksen teoreettinen viitekehys voi olla ja minkälaisia metodeja voidaan käyttää. (Alasuutari 1994,74.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tavoitteena ymmärtää tutkimuskohdetta ja usein tutkimus alkaakin sillä, että tutkija yrittää kartoittaa kentän, jossa hän toimii (Hirsjärvi ym. 2004, 170). Tutkiminen on myös valintojen ja päätösten tekoa aina siihen saakka, kun julkaisukanava on valittu ja artikkeli on lähetetty arvioitavaksi tai kun tutkielma on viimeistely ja jätetty arviointia varten laitokselle (Hirsjärvi ym. 2004, 114). Lähestymistavat voivat olla osittain päällekkäisiä, joten kehittämishankkeessa voi olla piirteitä useammastakin lähestymistavasta (Ojasalo ym. 2009, 37).

Opinnäytetyön kehittämisosuudessa otin toimintatutkimuksellisen lähestymistavan, koska tavoitteena oli saada aikaan käytäntöjen muutosta ja kehittää työyhteisön toimin-

taa. Koska suhde toimintatutkimukseen ei useinkaan ole joko–tai vaan pikemminkin sekä–että, valitsin työhöni sivutyövälineeksi konstruktiivisen tutkimuksen. Konstruktiivista tutkimusta tuki se, että lopullisena tavoitteena kehittämistyössäni oli kuitenkin luoda työväline, jonka avulla muutos viedään käytäntöön. (Aaltola & Valli 2007, 209.)

Laadullisessa tutkimuksessa aineisto kerätään käyttämällä menetelmiä, jotka vievät tutkijan lähelle tutkittavaa kohdetta. On tavanomaista, että pyritään tavoittamaan tutkittavien osapuolten näkökulma tutkittavana olevasta ilmiöstä. (Aaltola & Valli 2001, 68.)

Kehittämistyötä tukevana elimenä eli käytettävänä menetelmänä on ensisijassa työryhmä, koostuu aikuiskoulutuksen koulutussuunnittelijoista, toimistosihhteereistä ja aikuiskoulutusjohtajan sihteeristä. Työryhmä toimi aivoriihipohjalta (brainstorming). Työryhmän rinnalla työssäni olen hyödyntänyt liiketalouden yksikön aikuiskoulutuksen kouluttajia sekä koulutuspäällikköä, ja olen saanut heiltä arvokasta näkemystä itse kehittämishankkeen eli intranetin toimipistekohtaisen osan sisältöön. Kehittämistyössä olen hyödyntänyt myös Sammonkadun toimipisteessä tekemääni kyselytutkimusta sekä tehnyt pienimuotoista vertailua eli benchmarkingia mm. TAMK:n intranetin sisällön avulla.

2.2 Konstruktiivinen toimintatutkimus

Opinnäytetyöni on siis perimmäisenä tavoitteena ihmisten toiminnan muuttaminen ja kehittäminen. Toimintatutkimuksessa tutkitaan ja yritetään muuttaa sekä kehittää vallitsevia käytäntöjä ja tehdä niistä entistä toimivampia. Myös tutkittavien osallistuminen tutkimusprosessiin on toimintatutkimuksessa olennainen piirre. Yksi toimintatutkimuksen keskeisistä piirteistä onkin yhteisöllisyys ja yhteisön jäsenten sitoutuminen tutkimukseen. (Kuula 1999, 10; Aaltola & Valli 2007, 205–206.)

Toimintatutkimuksen avulla etsitään ratkaisuja ongelmiin, jotka voivat olla teknisiä, yhteiskunnallisia, sosiaalisia, eettisiä tai ammatillisia. Keskeistä toiminnallisessa tutkimuksessa on se, että muutos viedään käytäntöön ja muutosta pyritään arvioimaan. Tämän lisäksi on olennaista, että organisaatiossa toimivat ihmiset ovat osa kehittämistyötä. (Kuula 2011; Ojasalo ym. 2009, 38.)

Toimintatutkimuksessa pyritään uudenlaisen toiminnan ymmärtämiseen ja näin ollen kehittämään toimintaa. Toimintatutkimuksessa esimerkiksi otetaan tarkastelun alle vaikiintuneet toimintakäytännöt ja pohditaan, millaisia päämääriä ne sellaisenaan palvelevat. Toimintatutkimus ei siis ole kiinnostunut vain siitä, miten asiat ovat vaan siitä, miten niiden tulisi olla (Aaltola & Valli 2007, 201; Ojasalo ym. 2009, 60.)

Keskeistä toimintatutkimuksessa on, että muutos viedään käytäntöön ja sitä arvioidaan, näin ollen tutkimuksessa on aktiivisesti mukana organisaatiossa toimivia ihmisiä ja metodien valinnassakin tulee huomioida, että yhteisön jäsenet pääsevät aktiivisesti osallistumaan ja vaikuttamaan. (Ojasalo ym. 2009, 38.)

Toimintatutkimuksen prosessi kestää usein pitkään ja omassa kehittämistyössänsäkin lopulliset tulokset ovat todennäköisesti nähtävissä vasta vuosien päästä. Toimintatutkimukseen liittyy usein oletus, jonka mukaan muutokselle, sen käsitteellistämislle ja myös onnistumiselle ei välttämättä riitä vain sanallinen tai kirjallinen suunnittelu. Tämän lisäksi tarvitaan kokeiluja uudenlaisesta työn tekemisestä. Sen takia olen yhdistänyt mukaan toimintatutkimuksen periaatteeseen konstruktivisen tutkimuksen. (Kuula 1999, 219.)

Konstruktivisessa tutkimuksessa tavoitteena on luoda jokin konkreettinen tuotos (malli, ohje, käsikirja tms.) käytännön ongelman ratkaisemiseksi. Muutos kohdistuu siis käytännössä johonkin kohteeseen. Tavoitteena on siis saada käytännön ongelmaan uusi, teoreettisesti perusteltu ratkaisu, joka tuo yhteisöön uutta tietoa. Tarkoituksena on muuttaa organisaation toimintaa ja käytänteitä. (Ojasalo ym. 2009, 38, 65–66.)

Sekä toimintatutkimuksessa että konstruktivisessa tutkimuksessa tutkimusmenetelmät ovat hyvinkin samanlaisia, vaikka konstruktivisessa tutkimuksessa muutos on tärkeä sitoa aikaisempaan teoriaan. Vuorovaikutussuhde teorian ja käytännön välillä on siis luonteenomaista. (Ojasalo ym. 2009, 38.)

Omassa opinnäytetyössäni tavoitteena on oman työyhteisön sisäisen viestinnän kanavien kehittäminen ja muutoskohteena on vanhan ja sekavan kansio-polun (kouluttajien ja hallinnon yhteinen työkalu, W:) järjeistäminen ja siirtäminen nykyaikaiselle työvälineelle (intranet/Wiki). Samalla intranetiin pyritään siirtämään hallinnon hallussa olevaa

hiljaista, ei esillä olevaa tietoa. Toisaalta tarpeena on myös helpottaa viestintää ja vähentää sähköpostitse tapahtuvaa päällekkäistä viestintää.

2.2.1 Aivoriihityöskentely

Aivoriihityöskentely eli Brainstorming on ehkä yksi tunnetuimmista luovan ongelmanratkaisun työvälineistä. Tyypillisesti aivoriihityöskentelyä käytetään uusien ideoiden synnyttämiseen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että joukko ihmisiä yhdessä työstävät jotain teemaa ideoinnin pohjalta. Tavoitteena on siis tuottaa ryhmässä uusia ideoita ja näkemyksiä. (Isaksen 1998, 2–3; Ojasalo ym. 2009, 44; Luovan ongelmanratkaisun työtavat 2012.)

Hyvä ryhmä koostuu erilaisista persoonista, osaamisesta, luottamuksesta, sitoutuneisuudesta käsillä olevaan tehtävään, luovuudesta ja päättäväisyydestä. Myös hyvällä vetäjällä on tärkeä merkitys ryhmädynamiikan toimintakyvyssä. Kuitenkin kaikkien ryhmän jäsenten tulee olla keskenään tasavertaisia, jotta ilmapiiri olisi hyvä ja kannustava ja jossa kaikkien mielipiteitä ja ajatuksia kuunneltaisiin sekä otettaisiin yhtäläillä huomioon. (Toimiva tiimi 2012.)

Aivoriihityöskentelyn tavoitteena on saada aikaan mahdollisimman paljon ideoita, joiden pohjalta lähdetään työstämään ja kehittämään palvelua. Luovuus on tässä menetelmässä keskipisteessä ja avoimen sekä positiivisen ilmapiirin avulla se on mahdollista saada esiin. (Ojasalo ym. 2009, 44–45, 143; Luovan ongelmanratkaisun työtavat 2012.)

Aivoriihityöskentely luo rennon, vapaamuotoisen ilmapiirin ongelmanratkaisuun. Uuden luomisessa on ryhmätyömäisellä työtavalla tärkeä merkitys. Vuorovaikutteisuus ja vapaamuotoinen ilmapiiri mahdollistavat ideoiden ilmoille heittäminen ja ajatus toteutuksesta muodostuu. (MindTools.com 2012; Ojasalo ym. 2009, 143.)

Luova ongelmanratkaisu on prosessi, josta ilmenee

1. ongelman ja parantamismahdollisuuksien löytäminen
2. tosiasioiden ja näkemysten tunnistaminen
3. tavoitteenasettelu ja visiointi
4. lähestymistapojen ja ideoiden tuottaminen

5. ideoiden arviointi ja hyväksyminen

6. toteuttaminen.

(Ojasalo ym. 2009, 144.)

Periaatteessa aivoriihityöskentely on siis tiimityötä, mutta toisaalta ideointia voi jatkaa tapaamisten ulkopuolella itsenäisesti. Yksilöllisen ja ryhmässä tapahtuvan aivoriihityöskentelyn yhdistäminen voi tuottaa parhaita ratkaisuja kehitettävään kohteeseen, ideaan tai ongelmaan. Yhdistämällä yksilötyöskentelyn ja tiimityöskentelyn, voivat jäsenet keskittyä asiaan ilman keskeytyksiä ja maksimoida ideoiden määrän. Yksilöideoita vietään jälleen eteenpäin seuraavassa tapaamisessa. (MindTools.com 2012.)

Aivoriihityöskentelyssä on erityisen tärkeää, että ryhmälle nimetään osaava ja innostava vetäjä. Ryhmä pyrkii vetäjän avulla pohtimaan ja ideoimaan uusia lähestymistapoja ja ratkaisuja olemassa olevaan ongelmaan. Sen avulla saadaan myös helposti esille yksilöiden oman kokemuksen ja näkemyksen. Miten ideoita sitten saadaan esille? Esivaiheessa asetetaan ja rajataan tavoitteet, ideointivaiheessa ideoita heitellään vapaasti ilmaan ja kirjataan ne ylös. Valintavaiheessa arvioidaan syntyneitä ideoita ja valitetaan toteutusmalli. (Ojasalo 2009, 146; MindTools.com 2012; Luovan ongelmanratkaisun työtavat 2012.)

Aivoriihityöskentelyn perussääntöjä ovat:

- Ideoita ei saa arvioida ja tuomita.
- Villien ja liioiteltujen ideoiden keksimiseen tulee kannustaa.
- Määrä on laatua tärkeämpää.
- Muiden ideoita tulee kehittää eteenpäin.
- Jokainen osallistuja ja jokainen idea on tasa-arvoinen.

(Isaksen 1998, 4; Ojasalo ym. 2009, 147.)

Ryhmän vetäjä huolehtii siitä, että ideat kirjataan ylös ja että niitä tuotetaan paljon. Määrä tuottaa laatua sanotaan. Ideat kirjataan ylös ja arvioidaan erikseen sovittuna ajan-kohtana. Tällöin nipusta karsitaan ideoita ja lopulta valitaan ne parhaat ja toteuttamiskelpoiset. (Luovan ongelmanratkaisun työtavat 2012.)

Aivoriihityöskentelymme lähtökohtana ei varsinaisesti ollut opinnäytetyöhöni liittyvä kehittämishanke vaan aikuiskoulutuksen intranetin ja sen rakenteen laatiminen. Koska

omassa yksikössämme olimme jo aiemmin päättäneet alkaa hyödyntämään intranetiä sisäisessä viestinnässä ja olin tämän tehtävänvalinnut kehittämishankkeekseni, tuli yhteistyöskentely kuin lahjana työni tueksi.

Työskentely käynnistyi lokakuussa 2011. Ensimmäisessä tapaamisessa kävimme läpi uutta intranetiä sekä pohdimme, millä tavalla voisimme sitä hyödyntää. Tämän lisäksi käsitelimme seuraavia asioita

- aikuiskoulutuksen W-asema, sekä hallinnon ja opetuksen yhteinen asema
- Mitä aineistoa intranetiin viedään ja missä muodossa?
- Mitä voidaan näyttää opiskelijoille, mitä henkilöstölle?
- Tarvitseeko joidenkin osien käyttäjiä rajata?
- Kuinka tiedotamme intranetissä?
- Miten koulutamme henkilöstön?

Ensimmäisen tapaamisen jälkeen kukin lähti taholleen pohtimaan oman yksikkönsä tarpeita. Oman ideointini pohjana toimi yksikössä tekemäni kysely sekä Benchmarking. Toisaalta työ ei tässä vaiheessa pahemmin myöskään edennyt ja työryhmämme ei aktiivisesti asiaa käsitellyt ja vienyt eteenpäin ja niinpä tehtävä jäi roikkumaan.

Vuoden vaihtuessa heräsimme uudelleen horroksesta ja totesimme, että nyt on oikeasti jotain tehtävä. Keräsimme ryhmän kasaan uudemman kerran ja lähdimme yhdessä ideoimaan sisältöä sekä opettelemaan kuinka sisältöä sivuille viedään. Ideointi oli vilkasta ja saimme luotua yhteisen pohjan omille sivuillemme. Todettiin, että jokaisella yksiköllä on omat tarpeensa ja toiveensa, mutta osa asioista tulee näkyä ja löytyä yhteisesti.

Intranetin käytöstä järjestettiin vielä koulutus työryhmämme toisen tapaamisen jälkeen ja suurin osa ryhmästäme siihen osallistuikin. Tilaisuudessa lähdimme ensin yhdessä työstämään intranetiä ja tämän jälkeen jatkoimme itsenäisesti työtä omissa toimipisteissämme.

Maaliskuussa 2012 esittelin liiketalouden aikuiskoulutuksen palaverissa työn alla olevia intranetsivujamme ja keskustelimme yhdessä kouluttajien kanssa heidän tarpeistaan ja toiveistaan sisällön suhteen. Keskustelun pohjalta sain runsaasti lisäideoita toteutukseen.

2.2.2 Kysely

Kysely puolestaan on hyvin perinteinen tapa kerätä aineistoa tutkimusta varten. Kyselyt sopivat tilanteisiin, joissa tutkimuksen kohteena oleva aihealue tunnetaan jo hyvin, mutta halutaan varmistua tiedon paikkansa pitävyydestä. Esimerkiksi voidaan selvittää tutkittavana olevan kohteen lähtötilannetta ja sitä, kuinka työssä loppujen lopuksi on onnistuttu. (Aaltola & Valli 2007, 102; Ojasalo ym. 2009, 41.)

Opinnäytetyötäni pohtiessani päätin, että kyselyn avulla saan nopeasti ja suhteellisen helposti muidenkin mielipiteet TAO:n liiketalouden aikuiskoulutuksen sisäisestä viestinnästä. Viestinnän kenttä oli minulle jo tuttu, sillä se kuuluu olennaisesti omaan työhöni. Toisaalta ongelmana oli se, että työtä oli johdettu hallintolähtöisesti ja niinpä olennaista oli saada myös kouluttajien näkemys tilanteesta ja ottaa työssä huomioon myös heidän toiveensa.

Kyselyitä voidaan toteuttaa usealla tavalla, mm. paperisella tai sähköisellä lomakkeella tai vaikka puhelinhaastattelun avulla. Kehittämistyöni alkuvaiheessa laadin kaksi eri E-lomakkeella laadittua kyselyä kahdelle eri kohderyhmälle; Sammonkadun toimipisteen kouluttajille ja tukipalveluille sekä opiskelijoille (liite1).

Kehittämistyössä kysely soveltuu hyvin lähtötilanteen kartoittamiseen ja loppuvaiheessa muutoksen hyötyjen arviointiin (Ojasalo ym. 2009, 41). Vaikka aivoriihiyöskentelyssä työryhmämme käytännössä pohti koko aikuiskoulutuksen sisäisen viestinnän tarpeita, oma lähtökohtani oli omassa työyksikössäni ja luonnollista oli, että otanta kyselyn kohdalla kohdistui juuri tähän yksikköön ja meidän tarpeisiin.

Kyselytutkimuksen etuna pidetään yleensä sitä, että niiden avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto: tutkimukseen voidaan saada paljon henkilöitä ja voidaan myös kysyä monia asioita. Kyselymenetelmä on myös tehokas, sillä se säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. (Hirsijärvi ym. 2004, 184.)

Ongelmana sähköisesti toteutetuissa kyselyissä usein on se, että vastausprosentti saattaa jäädä pieneksi, sillä kysely helposti hautautuu sähköpostitulvaan. Tästä huolimatta otin tietoisesti riskin käyttää sähköistä kyselyä, valintaan vaikutti mm. tulosten käsittelyn helppous. (Aaltola & Valli 2007, 111.)

Vastausprosentti ei tässäkään tapauksessa päätä huimannut ja vastaukset saatuani hylkäsin kokonaisuudessaan opiskelijoille tekemäni kyselyn, saadut koska vastaukset eivät vastanneet kehittämistyöni tarkoitusta. Vaikka henkilöstökyselyn saldo oli suhteellisen pieni, tyytyväisenä totesin, että sain ainakin vastauksen aikuiskoulutuksen omalta henkilöstöltä ja sehän tässä tärkeintä oli. Lisäksi muutamat nuorisopuolen henkilöt ovat kyselyyn vastanneet. Liiketalouden aikuiskoulutuksessa on henkilöstöä noin 10 ja lisäksi hyödynnämme runsaasti nuorisopuolen opettajien ammattitaitoa. Vastauksia kyselyyni tuli yhteensä 16.

Vastausprosentin pienuuden lisäksi kyselytutkimus sisältää myös runsaasti muita heikkouksia, sillä monesti sitä pidetään pinnallisena ja saadut vastaukset voivat olla hyvin vaatimattomia. Muita heikkouksia on myös se, että vastaajat eivät välttämättä suhtaudu tutkimukseen vakavasti ja väärinymmärryksiä sattuu paljon. Vastaajat eivät myöskään välttämättä tunne aihealuetta. (Ojasalo ym. 2009, 108.)

Kysymysten tekemisessä tulisikin olla huolellinen, sillä huolimattomasti laadittu lomake tuo virheitä tutkimustuloksiin. Pahimmassa tapauksessa vastaaja ymmärtää kysymyksen erilailla kuin kyselyn laatija ja näin ollen tulokset vääristyvät. Kysymysten tulee olla yksiselitteisiä, eivätkä ne saa johdatella vastaajaa. (Aaltola & Valli 2007, 102.)

Kyselyiden avulla voidaan tuottaa avoimien kysymysten avulla laadullista ja monivalintakysymyksien avulla määrällistä tietoa (Ojasalo ym. 2009, 119). Laatimani kyselylomake sisälsi sekä monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Osaan monivalintakysymyksistä saattoi myös kirjata perusteluita. Tällä tavalla pyrin saamaan esiin myös näkökulmia, joita mahdollisesti en olisi etukäteen ajatellut. Avoimien kysymysten avulla halusin saada vastaajilta heidän oikean mielipiteensä TAO:n viestinnästä, mutta tiesin myös sen, että ne on kysymyksiä, joihin vastaaja ei välttämättä viitsi kirjata mitään. Siksi avoimet kysymykset olivatkin lähinnä monivalintojen kontrollikysymyksiä.

Yllätyksekseni kyselyyni vastanneet antoivat kuitenkin runsaasti sanallista palautetta, jota oli helppo hyödyntää kehittämistyössä ja intranetin rakentamisessa. Toisaalta kyselyn vastauksista kuului myös pinnallisuus, yksikkökohtaisuus ja ajankohta. Kysely nimittäin osui ajankohtaan, jolloin oli jälleen ilmoitettu muutoksista aikuiskoulutuksen hallinnossa. Myös uusi intranet ympäristönä oli vastaajille vielä tuntematon, joten sen käyttöön ja toimivuuteen ei oikein osattu vastata.

Olen sisällyttänyt teoriaan runsaasti lainauksia kyselyyn vastanneiden perusteluista ja sanallisista vastauksista. Näistä saa hyvän kuvan sisäisen viestinnän tilasta ja siihen kohdistuvista toiveista.

2.2.3 Benchmarking

Benchmarking eli huipputasovertilu on hyödyllinen metodi toimintaa ja toimintamalleja kehitettäessä. Benchmarkingissa opitaan vertailemalla omaa tehtävää ja toimintaa, kehittämisen kohdetta toiseen vastaavaan kohteeseen. (Ojasalo ym. 2009, 43.)

Benchmarking on erittäin toimiva työyhteisön oppimisen ja kehittämisen väline (Åberg 2000, 278). Sen avulla etsitään liiketoiminnan parhaita käytäntöjä, joiden avulla päästään parhaimpaan suoritukseen. Benchmarkingia voidaan tehdä monella tavalla, epäsuoraan vertailemalla ja kopioimalla toimintamalleja toisilta yrityksiltä tai yksiköiltä tai suoraan yhteistyössä toisen osapuolen kanssa. (Åberg 2002, 153–125.)

Benchmarkingia ei periaatteessa tehdä salassa, vaan avoimesti sekä luottamuksellisesti vertailuyhteisön kanssa. Benchmarkingin tarkoituksena ei ole mennä nuuskimaan, tekekö joku asioita paremmin vaan tarjota vertailupohjaa omalle toiminnalle ja tuoda vinkkejä kotiin eli käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että opitaan muilta. Näin yhteisöllä on paremmat mahdollisuudet kehittää toimintaansa kohti parasta. (Juholin 1999, 168; Siukosaari 2002, 37.)

Omassa työssäni benchmarkingin osuus jäi huomattavasti pienemmäksi kuin olin alun perin ajatellut. Pohjana benchmarkingissa toimi edellisen työpaikkani viestinnän ja tiedonjakamisen työskentelyalue, mutta myös Tampereen ammattikorkeakoulun intranet ja TAO:n Sammonkadun toimipisteen nuorisopuolen intranetin sisältö. En kuitenkaan tehnyt benchmarkingia virallisesti yhteistyössä näiden tahojen kanssa, vaan vertailun eri mahdollisuuksia, tarjontaa ja toimivuutta itsekseeni.

Perusideana benchmarkingissa onkin toisilta oppiminen ja oman toiminnan kriittinen tarkastelu. Kuten vanha sanonta tavalla jos toisella sanoo, että jo valmiiksi tehtyä hyvää toimintatapaa tai mallia ei aina kannata keksiä uudelleen. Tarkoitus onkin hyödyntää

olemassa olevaa tietoa ja toimintamalleja ja laatia niiden pohjalta omassa organisaatiossa toimiva malli. (Ojasalo ym. 2009, 43.)

Benchmarkingissa tehdään aluksi pohjatyöt, eli selvitetään kehitettävä kohde. Tämän jälkeen kartoitetaan vertailukumppanit. Valinnan jälkeen kerätään informaatiota näiden vertailukumppanien toiminnasta tai järjestelmästä. Tulokset analysoidaan kriittisesti ja luovasti ja niitä sovelletaan oman organisaation tai yksikön yhteyteen. On tärkeää osata katsoa, mitkä asiat on suoraan monistettavissa ja sovellettavissa ja mitkä asiat puolestaan tarvitsee omia ratkaisuja. (Ojasalo ym. 2009, 163–164.)

Työssäni benchmarking ja siitä saadut tulokset jäivät siis kovin pinnalliselle tasolle, sillä vaikka wiki-ympäristömme toimii samalla pohjalla kuin TAMK:n, ei vastaava käytettävyys kaikilta osilta silti ollut mahdollinen. Toisaalta myös sisällöllinen tarve osoitautui erilaiseksi. Enemmänkin pystyin hyödyntämään aiempaa toimintatapaani edellisessä työpaikassani sekä nuorisopuolen sivustoja, vaikka nekään ei täysin vastannut työni tavoitteita. Vertailun avulla kuitenkin sain hyviä ideoita toteutukseen ja tarpeeseen.

3 TOIMIVA SISÄINEN VIESTINTÄ – SUJUVA ASIAKASPALVELU

3.1 Viestintätyön faktat

Mitä viestintä sitten oikeastaan on ja tarkoittaa? Viestintäsanan historia löytyy latinankielisestä sanasta *communicare*, joka tarkoittaa yhdessä tekemistä. Suomenkielinen muoto viestintä tulee kuitenkin venäjänkielisestä sanasta *vest*, joka tarkoittaa sanomaa, tietoa, huhua tai uutista (Siukosaari 2002, 11; Juholin 2001, 18.)

Viestintää voidaan pitää saumana tai liimana, joka linkittää yhteen niin liikkeenjohdolliset kuin ihmisistä kumpuavat prosessit. Se on voimavara, resurssi, joka on yhtä tärkeä työyhteisölle kuin ihmiset, laitteet tai raha. (Åberg 2002, 9, 27.)

Viestinnällä voidaan tarkoittaa informaation siirtämistä tai tiedon jakamista (Huotari, Hurme & Valkonen 2005,75). Viestinnästä puhutaankin eri tahoilla ja yhteyksissä ja sitä tapahtuu kaikkialla. Laajasti tarkasteltuna viestintä on kaikkea merkityksellistä informaation vaihdantaa, kuten tiedonvaihtoa, vuorovaikutusta ja yhteisöllistä kulttuuria, yksilöiden ja yhteisöjen välillä. (Juholin 2001, 18; Ojanen 2003, 18.)

Viestintä ei kuitenkaan missään tapauksessa ole vain mekaanista tiedon tai informaation siirtämistä sekä välitystä, vaan se on väline, prosessi ja tapahtuma, joka mahdollistaa erilaisten asioiden yhdessä pohtimisen. Viestintä luo yhteisyyttä ja antaa yritykselle kulttuurin. (Åberg 2008, 83.)

Viestintä onkin oikeastaan jokaisen organisaation toiminnan perusedellytys ja voimavara, jonka käyttäminen vaatii tietoa ja taitoa. Organisaatioissa on paljon viestintäpääomaa, joka tarkoittaa yrityksen johtamiseen, kulttuuriin, henkilöstöhallintoon, suhde-toimintaan ja markkinointiin sisältyvää viestinnällistä arvoa. Tämä viestintäpääoma syntyy datasta, informaatioista, tiedosta ja osaamisesta ja se mahdollistaa organisaation sosiaalisen pääoman, osaamispääoman ja mainepääoman jatkuvan vaalimisen ja kartuttamisen. (Aula & Hakala 2000,193; Alasilta 2000, 55; Ikävalko 2001, 10.)

Viestinnän tulee olla suunniteltua, tavoitteellista ja johdettua toimintaa, joka perustuu ammatilliseen osaamiseen ja työyhteisön jäsenien panokseen tavoitteiden saavuttami-

seksi. Onnistunut viestintä antaa tuen yhteisön päivittäiseen, pitkäjänteiseen toimintaan. Tärkeintä on kuitenkin se, että viestintä auttaa ihmisiä hyväksymään itsensä ja toisensa sekä ryhmänsä, johon he kuuluvat. (Siukosaari, 2002, 11; Alajärvi ym. 2004, 51.)

”TAOn sisäinen viestintä ei ehkä ole niin organisoitua kuin voisi olla, useita eri tiedotuskanavia.”

Tampereen ammattiopiston viestintä ja markkinointi hoidetaan keskitetysti toisen asteen hallinto- ja palveluyksiköstä. Viestintää tapahtuu kuitenkin paljon myös keskitetyn viestinnän ulkopuolella ja jokaisella yksiköllä ja toimipisteellä onkin omat viestintävastuunsa. Viestintää yksiköissä ohjaa ja johtaa koulutusalojohtaja ja koulutuspäälliköt sekä nuoriso- että aikuiskoulutuksessa.

Kaikki organisaation jäsenet eivät kuitenkaan ole synnynnäisiä viestijöitä, vaan viestintäosaaminen vaatii viestijältä tietoa, taitoa ja motivaatiota. Taitava viestijä osaa viestiä tilanteen vaatimalla tavalla ja on kykenevä tehokkaaseen vuorovaikutukseen ympäristönsä kanssa. Viestinnällä annetaan vastaanottajille tietoa, taivutellaan ja huvitellaan. Kaiken tämän voi tehdä suullisesti, kirjallisesti tai sanattomasti. Onnistuneen viestinnän lähtökohdaksi on kuitenkin aina se, että lähettäjä osaa muotoilla sanoman siten, että vastaanottaja sen ymmärtää (Lohtaja ym. 2007, 21; Alajärvi ym. 2004, 51; Åberg 2008, 85.)

Viestintä on ehdottomasti vuorovaikutusta, se on ihmisen välistä toimintaa (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 11). Viestintä ja vuorovaikutustaidot ovat nykyajan työelämässä tärkeässä roolissa. Viestinnän ensisijainen tarkoitus on tukea yrityksen toimintaa ja tavoitteiden saavuttamista. Viestinnän avulla ihmiset kommunikoivat keskenään ja viestintä mahdollistaa ihmistenvälisen yhteistyön. Viestintä on mukana kaikissa yrityksen toiminnoissa tuotannosta asiakaspalveluun, myyntityössä, markkinoinnissa ja johtamisessa. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2001, 7–9.)

Viestinnän tehtävänä on myös tiedottaa eli pitää eri sidosryhmät tietoisina yrityksen tapahtumista ja asioista. Hyvän viestinnän avulla henkilöstö on motivoitunut ja sitoutunut tekemään yhteistyötä yrityksen tavoitteiden saavuttamiseksi. Viestintä ei kuitenkaan ole vain perinteistä tiedonjakamista, vaan se voi olla virallista, epävirallista, suoraa tai

epäsuoraa, ymmärrettävää ja sekavaa, ajan tasalla olevaa tai viivästynyttä, luotettavaa tai epäluotettavaa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 7–9; Ikävalko 2001, 10.)

Viestintä on siis merkitysten tuottamista ja vaihtoa. Tarkastelun kohteena on sanomien ja ihmisten keskeinen vuorovaikutus, kun tavoitteena on tuottaa merkityksiä. Ihmisten välinen vuorovaikutus muodostuu sanallisesta ja sanattomasta viestinnästä. Nykyaikainen teknologia on nopeuttanut ja helpottanut ihmisten välistä tavoitettavuutta, mutta varsinaista viestintää se ei ole muuttanut. Vuorovaikutustaitoihin kuuluu ihmisten erilaisuuden ymmärtäminen ja hyväksyminen sekä näiden asioiden huomioon ottaminen viestintätilanteissa. (Alajärvi, Herno, Koskinen & Yrttiaho 2004, 50; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 7–9.)

Työelämässä viestintä on perinteisesti jaettu sisäiseen ja ulkoiseen viestintään, jolloin lähtökohtana on pidetty viestin vastaanottajia ja vuorovaikutuksen osapuolia. Raja ei kuitenkaan ole usein kovin selvä, sillä voidaanko esimerkiksi oppilaitosympäristössä lukea sisäisen yhteisön jäseniksi tukihenkilöstö ja opettajat vai pitäisikö mukaan ottaa myös opiskelijat? (Juholin 2001, 28.)

Sisäisen ja ulkoisen viestinnän jaon ohella viestinnässä olennaista on jokin kanava tai väline, jolla viesti saavuttaa vastaanottajan (Ikävalko 2001, 12). Apuvälineinä viestinnässä voidaan käyttää muun muassa puhelinta tai tietokonetta, sanoma voi myös kulkea kolmannen osapuolen eli välittäjän kautta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 7–9.)

3.2 Organisaation sisäinen tieto viestinnän perustana

Tampereen ammattiopisto on hyvin paljolti tietoperustainen organisaatio, mikä tarkoittaa sitä, että toiminnassamme informaatio on raaka-ainetta, joka toiminnan kautta jalostuu tiedoksi ja osaamiseksi (Huotari ym. 2005, 25). Tieto onkin nyky-yhteiskunnassa organisaatioiden yksi tärkeimmistä pääomista (Koskela, Koskinen & Lankinen, 2007, 64).

Tietoa on merkitty organisaatioissa muistiin jo siitä lähtien kun kirjoitustaito on keksitty eli tuhansia vuosia sitten. Tiedon merkitys kilpailuetuna ymmärrettiin kuitenkin vasta 1990-luvulla ja silloin alettiin panostaa viestintään ja vuorovaikutustaitoihin sekä hyö-

dyntämään ihmisillä olevaa inhimillistä, yksilöllistä tietoa ja osaamista organisaation toiminnassa ja erityisesti uuden tiedon luomisessa. (Huotari ym. 2005, 47, 49.)

Organisaatioissa on paljon tietoa, jota halutaan tarjota henkilöstölle sisäisen viestinnän avulla. Myös itse työyhteisö tuottaa ja levittää runsaasti tietoa toimintansa ja ympäristönsä eduksi. Tarjolla on muun muassa seuraavanlaisia tiedotusmateriaaleja:

- markkinointi- ja imagotieto,
- tuenhankkimistieto,
- perus- ja rutiinitieto,
- asiantuntija- ja erikoistieto sekä
- uutistieto.

(Ojanen 2003, 41–46; Juholin 2001, 75.)

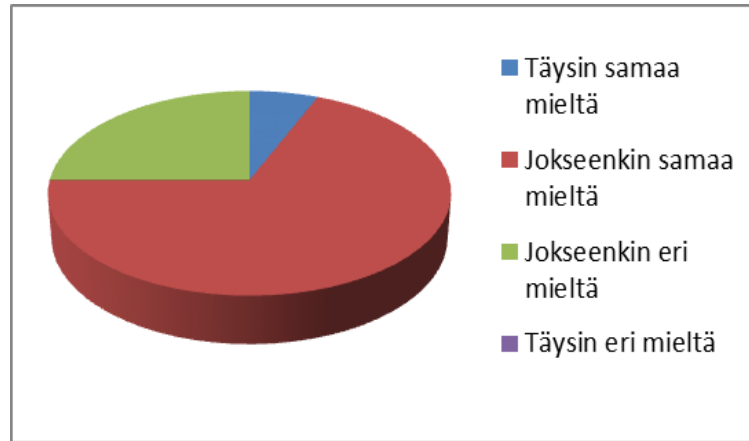
Vaikka tietoa yrityksissä on paljon, mutta sitä on myös osattava etsiä (Koskela ym. 2007, 65). Tieto yrityksissä on usein hajallaan ympäri organisaatiota tai se on hautautuneena ja vaikeasti saatavana. Tieto on usein myös yksittäisten ihmisten takana. Sisäisen viestinnän kehittämisen avulla tieto on tarkoitus saada näkyvämmäksi ja saavutettavuus paremmaksi. (Siukosaari 2002, 210.)

”Tietoja saattaa olla myös sellaisissa paikoissa, joista en osaa niitä etsiä.”

”I heard it through the Grapevine.”

Tiedonkulku onkin yksi viestinnän fysiologian tärkeimmistä elementeistä. Työyhteisö tarvitsee työssään tietoa, sillä se on usein työn edellytys ja myös kilpailukeino. Ilman tietoa työn sisältö, laatu ja tehokkuus kärsivät. Kun tiedonkulku takeltelee, ei työyhteisö saa tarvitsemaansa tietoa. Tiedonkulku tulee siis turvata oikeilla metodeilla, kohderyhmillä ja välineillä. (Juholin 2008, 85.)

Tiedonkulun haasteena Sammonkadun toimipisteessä on se, että tieto löytyy usein monen mutkan kautta ja eri välineistä tai henkilöltä. Kyselyn perusteella tämä oli yksi kehittämistä vaativa kohde. Vaikkakin suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että tieto on suhteellisen helposti löydettävissä, ei kaikki kuitenkaan ole täysin samaa mieltä (Kuvio 1).



KUVIO 1. Työssä tarvitsemani tieto on helposti saatavilla.

”Toivottavaa olisi, että kaikki tieto löytyisi samasta paikasta ja helposti.”

”Voihan W, ja kotoa ei pääse käsiksi ollenkaan.”

”Tietoa on hajallaan monessa eri paikassa, moodle, loora, wiki, intra... Sekavaa.”

Jotta tarvittava tieto ja informaatio kulkevat organisaatiossa, tarvitaan työyhteisöissä tietotyötä. Tietotyötä on tiedon tuottamiseen, välittämiseen ja käsittelyyn liittyvät tehtävät. Varsinaisen tietotyön määrittäminen on vaikeaa, sillä perustoimistotyökin voi omine erityisvaatimuksineen olla vaativaa tietotyötä. Tietotyö perustuu tietoon, sen saatavuuteen ja vaihdantaan. Tietotyö tarvitsee siis avukseen viestintää. (Juholin 2008, 29–30.)

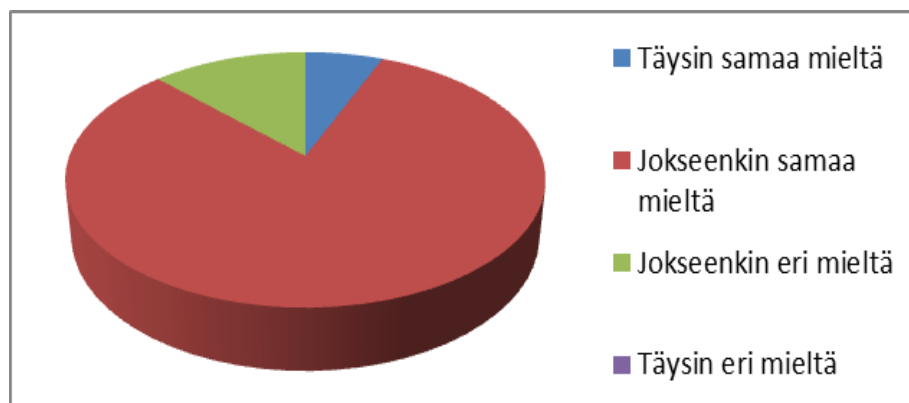
Tietoa tarvitaan jatkuvasti päätöksen teon tueksi, pystyäksemme toimimaan yhteisössä ja selviytyäksemme yhteiskunnassa. Ajan tasalla oleva tietoa on siis tärkeää toimintamme kannalta ja ammatillisesti katsottuna tietoa tarvitaan mm. eri työtehtävien hoitamiseen. (Haasio 2009, 13, 15.)

Tiedon tarve on aina sidoksissa erilaisiin tilanteisiin ja tämän takia tehokas sisäinen viestintäjärjestelmä tulisi laatia sellaiseksi, että

- siinä liikkuu informatiivisia sanomia
- siinä on tietopankkeja, josta tarvittava tieto löytyy helposti ja nopeasti juuri silloin kuin sitä tietoa tarvitsee
- tiedon tarvitsija tietää, mistä tietoa on saatavissa

(Åberg 1993, 196).

Se, millaista tietoa työssä tarvitaan, riippuu paljolti yksilön tehtävän luonteesta (Haasio 2009, 25). Oikeanlaisen tiedonsiirron ja jakamisen kannalta on ensisijaisen tärkeää, että pystymme välittämään oikealla tavalla tietoa, jota vastaanottajat odottavat, josta he ovat kiinnostuneita ja jota he voivat hyödyntää (Siukosaari 2002, 80). Positiivista on, että suurin osa kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että he saavat riittävästi tietoa työn kannalta olennaisista asioista (Kuvio 2) ja kuten aiemmin tuli ilmi, on tietoa myös suhteellisen helposti saatavilla.



KUVIO 2. Saan riittävästi tietoa työni kannalta olennaisista asioista.

Näkyvän ja julkisen tiedon ohella yhteisöissä on paljon hiljaista tietoa, joka olisi hyvä saada jaettua yhteisön jäsenille. Tämän hiljaisen tiedon saattaminen tietopankkeihin ei ole helppoa, sillä hiljainen tieto on luonteeltaan näkymätöntä organisaation jäsenillä olevaa tietoa, joka kiinnittyy ihmisten toimintaan, menettelytapoihin, rutiineihin sekä myös kognitiivisiin tekijöihin (esim. arvot ja tunteet). Hiljainen tieto on henkilökohtaista, artikuloimatonta tietoa, jota voi olla vaikea jakaa muille. (Juholin 2001, 76; Huotari ym. 2005, 66; Haasio 2009, 24.)

Piilevää tietotaitoa kertyy yhteisön jäsenille iän ja kokemuksen myötä. Eniten sitä on henkilöillä, jotka ovat jo pitkään olleet alan töissä, uusilla työntekijöillä puolestaan on runsaasti näkyvää tietoa. Joka tapauksessa piilevän tietotaidon tärkein piirre on se, että meillä jokaisella on sitä ja se tulisi näkyvän tiedon ohella saattaa yhteisön tietoisuuteen, yhteisön käyttövoimaksi. (Åberg 2008, 24, 42, 48.)

Olennainen osa hiljaisen tiedon hyödyntämisestä on yksilöiden hallussa olevan tiedon jakaminen kaikkien organisaation jäsenien tietoisuuteen. Hiljaisessa tiedossa on paljon potentiaalia ja sitä voidaan kehittää sekä hyödyntää liiketoiminnassa. Työelämän jatku-

va muuttuminen edellyttää uuden tiedon luomista ja luomisen pohjana toimii kaikki olemassa oleva tieto. Hiljaisen tiedon jakaminen vaatii, että eri yhteisöissä toimivat henkilöt ovat valmiita jakamaan kokemuksiaan ja tietotaitojaan, välittämään tietoa sisäisesti. (Salmela 2008, 2.)

Olemassa olevan näkyvän ja hiljaisen tiedon rinnalla on myös paljon uutta ja piilotettua tietoa, joka on ehkä vielä jonkun päässä, paperilla tai tietokoneella. Tällainen tieto ei vielä auta ketään, ellei ole keinoa millä sen saa jaettua myös muiden tietoisuuteen. Tieto ei liiku itsestään, vaan tarvitaan voimaa, jolla tieto lähtee liikkeelle. (Siukosaari 2002, 80.)

Tällaista koneella ja päässä olevaa tietoa Tampereen ammattiopistossa on paljolti piilossa. Tiedonjakoa ei edesauta se, että toimimme kahdessa eri verkossa; hallinto omassaan ja kouluttajat omassaan. Toisaalta myös tietoa pantataan edelleen runsaasti ja työt tallennetaan todella usein omalle asemalle. TAOssa myös työtehtävät ovat usein sellaisia, että tieto on joskus vain yhden ihmisen takana. Tällainen organisaatio on hyvin haavoittuvainen. Mitä jos tällainen keskeinen henkilö siirtyy toisiin tehtäviin, mitä jos hänelle tapahtuu jotain?

Näkyvän, julkisen, uuden ja hiljaisen tiedon löydettävyys onkin yksi sisäisen viestinnän kehittämisen lähtökohta ja tavoite. Sisäinen viestinnän toimiminen ei varsinaisesti muuta tilanteita paremmiksi tai huonommiksi, mutta ajan tasalla oleva tieto helpottaa yhteisön toimintaa ja saa henkilöstön ymmärtämään sekä sopeutumaan muutoksiin paremmin. (Ikävalko 2001, 45.)

*”Pitää olla nokka kiinni joka paikassa ja itse
kyseenalaistamassa kokoajan, onko tietoa tarpeeksi.”*

*”Koska olen pystynyt hoitamaan työni, olen varmaan saanut tarpeeksi tietoa
– en voi tietää, jos en ole saanut.”*

Varsinaisen työn hoitamiseen liittyvän tiedon lisäksi henkilöstö tarvitsee tietoa omasta organisaatiostaan, alan nykytilanteesta ja kehitysnäkymistä, omaan työhön liittyvistä muutoksista sekä palvelujen tuotannosta ja kehityksestä. Mitä enemmän yhteisöllä ja sen jäsenillä on mahdollisuutta hankkia tietoa itsestään ja toimintaympäristöstään, sitä

paremmat mahdollisuudet sillä on sovittava sekä toimintaansa että viestintäänsä muuttuvien tarpeiden mukaisiksi. (Alajärvi 2004, 58; Juholin 2001, 75.)

Sisäinen viestintä on yhteisön voimavara, koska viestinnän avulla välitetty tieto saa yhteisön jäsenet:

1. ymmärtämään ja hyväksymään sen, miksi työyhteisössä ollaan,
2. tekemään enemmän ja paremmin työtä yhteisön hyväksi ja
3. muuttamaan mielikuviaan ja mielipiteitään yhteisöstä.

(Siukosaari 2002, 79–80.)

Kuitenkin sisäisen viestinnän, tiedonjaon ja näiden merkitys nähdään yrityksissä monin eri tavoin, eikä kaikissa organisaatioissa ole määritelty arvoja sisäiselle viestinnälle. Joka tapauksessa jokaisessa organisaatiossa on sisäistä viestintää, tehtiin sitä sitten tietoisesti tai tiedostamatta. Ihmiset viestivät ja ovat vuorovaikutuksessa riippumatta siitä, onko toiminnalle annettu suuntaviivoja ja pelisääntöjä. (Juholin 1999, 30.)

Sisäisen viestinnän onnistumisen tulee olla koko yhteisön tavoite, muutoin luottamus sisäiseen viestintään helposti horjuu ja henkilöstö on epävarma omasta roolistaan ja organisaationsa roolista kilpailukentällä. Hyvä organisaatio pitää huolta yhteisön jäsenien tiedontarpeesta, koska he haluavat avoimesti kertoa asioistaan, tapahtumistaan ja antaa eväitä työhön. Huhuilta on hyvä katkaista siivet täsmällisin keinoin ja riittävän laaja tietoperusta on uuden tiedon luomisen ehdoton edellytys. (Alajärvi 2004, 58; Ojanen 2003, 13; Huotari ym. 2005, 130.)

Välitettyä tietoa voi olla myös liikaa. Viestintätekniikan kehittyminen on vaikuttanut siihen, että tietoa tulee paljon ja osa siitä on aivan turhaa. Puhutaan tiedon tulvasta ja A4-saasteesta. Tiedon määrä ja kohdistaminen lisäävät tulevaisuudessa sisäisen viestinnän ja siihen liittyvän tiedottamisen haastetta, sillä tärkeää on tiedon karsiminen ja oikea kohdistaminen. On tärkeää saada oikea tieto oikeille vastaanottajille! (Siukosaari 2002, 81.)

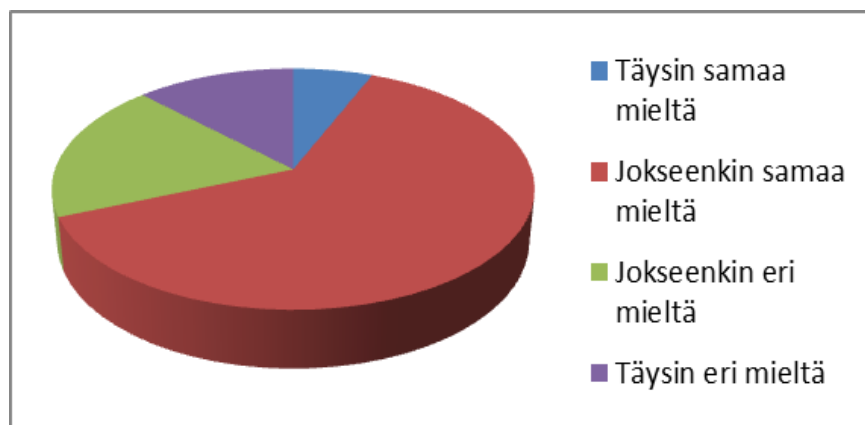
”Sähköposti kuormittuu joskus liikaa, mutta delete-nappula auttaa.”

3.3 Sisäinen viestintä - työyhteisöviestintä

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan työyhteisön tai minkä tahansa organisaation sisäistä tiedonkulkua ja vuorovaikutusta. Sisäinen viestintä vaikuttaa kaikkialla yhteisön toiminnassa, niin tiedon ja informaation vaihdannassa kuin yhteisöllisyydessä, kokemisten jakamisessa ja kulttuurissakin. (Juholin 1999, 13; Åberg 2000, 21.)

Työyhteisöllä puolestaan tarkoitetaan ihmisryhmittymää, joka pyrkii tiettyihin päämääriin ja tavoitteisiin käytössä olevin voimavaroin. Työyhteisöllä on päämäärä pysyä hengissä ja jotta näin tapahtuisi, on työyhteisön tunnettava mm. omat sisäiset ja ulkoiset vahvuudet sekä heikkoudet, vallitseva yhteisökulttuuri, strategiset tavoitteet sekä uhat ja mahdollisuudet. Kaikkiin näihin osa-alueisiin, tavoitteiden toteuttamiseen ja niiden toimivuuteen tarvitaan viestintää. (Åberg 1993, 49–50, 61.)

Sen lisäksi, että Tampereen ammattiopiston toimipisteet sijaitsevat pitkin Tamperetta ja toisaalta Ylöjärvelläkin, on Sammonkadun toimipisteessä tavallaan kaksi erillistä ryhmittymää, jotka toimivat osassa toiminnoista yhdessä. Nämä ryhmittymät ovat nuoris- ja aikuiskoulutus. Eriytyminen talon sisällä asettaa viestinnälle omat haasteensa ja helposti kyseenalaistaa tiedon kulkua. Tämä jakautuminen useampaan toimipisteeseen ja koulutusmuotoon aiheuttaa osaltaan haasteita tiedottamiselle (Kuvio 3).



KUVIO 3. Saan tarpeeksi tietoa muiden yksiköiden ja nuorispuolen toiminnasta.

Vahvuutena on monipuolinen tiedottaminen. Puutteena nuoris- ja aikuiskoulutuksen erillä pito myös tiedotuksessa.”

”Aikuiskoulutus ja nuorispuoli koetaan erillisiksi. Jos ei opeta

aikuiskoulutuksen puolella, ei ehkä ole kovin kiinnostunut aikuiskoulutuksen asioista.”

”Aikuiskoulutuksen kirjoilla olevana en saa kaikkea tietoa nuorisopuolen toiminnoista, vaikka opetan myös siellä.”

Ryhmämuodostelmissa, joita työyhteisöt muodostavat, suoritetaan laajoja sekä monimutkaisia tehtäviä. Tämän takia toimivalle viestinnälle asetetaan suuret vaateet ja viestinnältä odotetaan suunnitelmallisuutta sekä monimuotoisuutta. Viestintää toteutetaan niin yrityksen sisällä kuin ulkonakin. Sisäisen viestinnän tavoitteena on tiedon avoin kulku yrityksen sisällä sekä työmotivaation lisääminen. (Alajärvi ym. 2004, 52; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 224.)

Työyhteisön viestinnällä tarkoitetaan sellaista sanomien vaihdantaa työyhteisön osien välillä, joka tekee mahdolliseksi eri tilanteissa työyhteisön ja sen jäsenten tavoitteiden toteuttamisen. Viestintä on näin ollen työkalu, jolla liitetään yhteen työyhteisön osat toisiinsa ja koko työyhteisön ympäristöön. (Åberg 2002, 31.)

Työyhteisöviestintään kuuluu oikeastaan kaikki viestintä, joka tapahtuu työyhteisön sisällä sekä myös yhteisön ja sen ulkopuolisen maailman välillä. Ihmisten työpäivät ovat aina täynnä viestintää; työntekijät keskustelevat puhelimissa asiakkaiden ja kollegojen kanssa, taukotilassa, kopiohuoneessa, palaverissa. Viestejä lähetetään myös sähköpostitse, muistioita ja raportteja kirjoitetaan. Työyhteisöviestintä on siis osa arjen toimintaa ja se tukee liiketoimintaa ja tavoitteiden saavuttamista. (Lohtaja ym. 2007, 13.)

Työyhteisön sisäinen viestintä, informointi kohdistuu työyhteisön jäseniin ja sen avulla kerrotaan työyhteisön tapahtumista, toiminnasta ja tuloksista. Sisäinen viestintä on strateginen voimavara, johon vaikuttaa osaltaan järjestelmällinen tiedonhallinta. (Åberg 2000, 171–172.)

Mitä viestinnällä voidaan sitten työyhteisössä saavuttaa? Viestinnän tehtävänä on tukea yrityksen tavoitteiden saavuttamista, tietoisuuden ja tunnettuuden lisääminen koko henkilöstön keskuudessa ja tuloksen tekoa. (Siukosaari 2002, 65; Åberg 2008, 96.)

Käytännössä yhteisössä tapahtuvalla viestinnällä on kolme tärkeää osa-aluetta:

1. yhteisön imagon rakentaminen,
2. tuotteista ja/tai palveluista viestittäminen ja
3. henkilöstön motivointi

(Juholin 1999, 33).

Toisaalta sisäisen viestinnän tulee perustua yhteisön tehtävään ja tavoitteisiin sekä viestinnälle annettuihin tehtäviin. Viestintää ohjaavat myös erinäiset lait ja säädökset, erityisesti sisäistä viestintää ohjaa YT-laki, joka antaa minimipuitteet sille, mitä yhteisön tulisi viestiä henkilöstölleen. (Juholin 2001, 52–53.)

En puutu opinnäytetyössäni YT-lain määrittelemiin tarpeisiin, sillä TAOssa ne on hoidettu hyvin ja keskitetysti. Lähtökohtana työssäni on ollut oman yksikön tarpeista lähtevä informointi.

”Toki isot linjat ovat kunnossa, mutta oman yksikön sisäisten asioiden tiedottaminen on outoa. Viimeisimmästä isosta muutoksesta ei kerrottu kouluttajille ajoissa eikä avoimesti.”

Työyhteisöviestinnän tietosisältöjä on periaatteessa kahdenlaisia; yhteisön perusoletuksia, kuten visio, arvot ja strategia sekä arkiasioita. Arkiasiat ovat juuri niitä työssä tarvittavia ominaisuuksia, jotka pitävät yhteisön toiminnassa ja jäsenet kiinnostuneina omasta työstään, työyhteisöstään ja ympäristöstään. Näitä arjen asioita ovat mm.

- työyhteisön taloudellinen tilanne, suunnitelmat ja tavoitteet
- yhteisöä koskevat muutokset, kuten toiminnan tai organisaationmuutokset
- työllisyystilanne
- oma työ ja siihen liittyvät muutokset, tavoitteet, toiveet, tiedot
- koulutusmahdollisuudet
- henkilöstöedut ja – palvelut
- muiden yksiköiden toiminta
- harrastukset ja vapaa-aika
- tuotteet ja palvelut
- toimintaympäristön ajankohtaiset asiat.

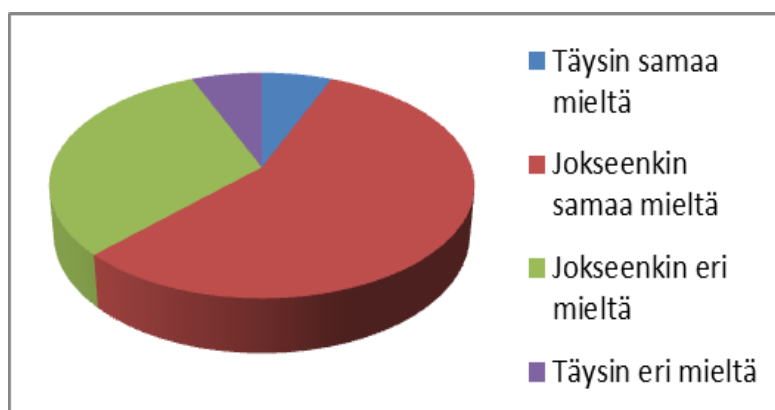
(Åberg 2000, 180.)

Hyvä tiedottaminen lisää me-henkeä ja henkilöstö on tietoisempi yrityksen tavoitteista, tapahtumista sekä omasta asemastaan työyhteisössä. Puutteellinen informaatio usein synnyttää huhuja ja arvailuja, jotka usein muuttuvat epävarmuudeksi sekä viihtymättömyydeksi. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 224.)

”Tiedot tulevat huhuina useimmiten ainakin sieltä ylemmältä taholta.”

”Liian paljon on huhuilua.”

Mikään yhteisö ei tule toimeen ilman virallista sisäistä viestintää. Työyhteisön viestintäjärjestelmä on kokonaisuus, joka muodostuu erilaisista viestintäkanavista, järjestelyistä ja säännöistä (Åberg 2008, 96). Sisäinen viestintä on siis ohjattua ja sovittua tiedon välittämistä, jakamista ja siirtämistä oman organisaation jäsenille (Kuvio 4) (Jussila & Leino 2001, 80). Sisäiseen viestintään kuuluvat kaikki organisaation sisäinen tiedotus ja kommunikointi, ilmoitustaulut, intranet, työnohjaus, kehityspäivät ja -keskustelut (Salin 2002, 23).



KUVIO 4. TAO:n sisäinen viestintä on organisoitua.

Toisin sanoen työn tekemiseen tarvitaan tietoa ja siihen liittyvä tiedonkulku on organisaation toiminnan kannalta oleellista. Pahimmassa tapauksessa koko organisaation toiminta lakkaa tai muuttuu, jos yhteisön jäsenet eivät saa tarpeeksi tietoa tehtäviensä var-
ten. Onnistunut sisäinen viestintä tehostaa ja parantaa koko yhteisön toimintaa ja on itse asiassa vuorovaikutuksessa myös ulkoisen viestinnänkin kanssa. (Viestintätoimisto Deski Oy 2008, 4.)

Sisäisellä viestinnällä on kuitenkin omat haasteensa, jotka voivat heikentää tiedonsaantia sekä vuorovaikutusta. Näitä haasteita ovat mm.

- useat toimipisteet, jolloin välimatka toimijoiden välillä on pitkä ja asettaa kommunikoinnille omat haasteensa
- internetin puute tai pääsy tietokoneelle
- sanoman monimutkaisuus ja sen unohtaminen
- työyhteisön jäsenten löyhä sitoutuneisuuden aste (menestys ja kehitys eivät kiinnosta, viestejä ei lueta)
- valmistautumattomuus viestintään muutos- ja kriisitilanteissa
- johdon sitoutumattomuus sisäiseen viestintään
- sisäisen viestinnän kehittämisen haasteet ja resurssien puute
- uusien prosessien käyttöönotto ja yhteisön jäsenten sitouttaminen prosesseihin.

(Viestintätoimisto Deski Oy 2008, 5.)

”Saatamme saada samasta asiasta tietoa, eri tietoa.”

”Yhteistyö eri toimijoiden välillä auttaa myös viestintäongelmiin. Yhteisten työtapojen kehittäminen ja yhteistyön lisääminen hallinnon ja kouluttajien välillä loisi mielestäni asiantuntijaorganisaation.”

Tärkeää on muistaa, että organisaatiot ja sen jäsenet viestivät siis jatkuvasti ja kaikkialla tekstiviesteillä, sähköisissä viestimissä, palaverissa, virallisissa ja epävirallisissa verkostoissa (Aula & Hakala 2000, 39). Viestintä voi olla siis yhtä hyvin kasvokkain tapahtuvaa viestintää kuin teknologiavälitteistä viestintää. Vuorovaikutus joka tapauksessa on kahdenvälistä tai ryhmäviestintää. Oli niin tai näin, on vuorovaikutus ryhmille välttämätöntä viestintäosaamisen kannalta. (Huotari ym. 2005, 82–83.)

Työyhteisöviestintä tarvitsee siis tiedon lisäksi toimintaansa tukemaan vuorovaikutusta ja vastavuoroisuutta, keskinäistä arvostusta sekä viestinnän tuleamista osaksi jokaisen työyhteisön jäsenen työtä ja elämää. Näitä asioita voidaankin pitää työyhteisöviestinnän avainsanoina. Viestintää tapahtuu juuri siellä, missä ihmiset ovat ja työskentelevät ja missä he itse tuottavat sekä vaihtavat tietoja ja kokemuksia. (Juholin 2008, 61–62.)

Oletuksena voidaan pitää, että työyhteisön jäsenien tulee tulla toimeen ja toimia toistensa kanssa sekä jakaa tietoa toisille (Koskela ym. 2007, 90). Jos näin ei tapahdu, voi-

daanko olettaa että sisäinen viestintä ja varsinkaan työn ja tuloksen tekeminen ei tapahdu? Joka tapauksessa sisäisen viestinnän merkitys työyhteisössä on tärkeä, sillä viestintätyytyväisyyden ja työmotivaation välillä on suora yhteys. Sisäiseen viestintään tyytyväiset työntekijät ovat myös tyytyväisempiä omaan työhönsä ja työpaikkaansa. Tyytyväiset työntekijät ovat usein motivoituneempia työntekijöitä, sillä toimivat sisäinen viestintä antaa henkilöstölle yhteisen perustan yhteistyölle. Sujuva yhteistyö vaikuttaa työtyytyväisyyteen, ilmapiiriin ja lisää työmotivaatiota, näin ollen toimiva ja avoin sisäinen viestintä myös vaikuttaa työn tuottavuuteen. (Åberg 2002, 106; Koskinen 2003, 75–76.)

Avoin viestintä ei kuitenkaan edellytä, että henkilöstölle viestitään jokaisesta pienestäkin asiasta, vaan tietotulvasta on osattava oikeasti löytää ne asiat, joilla on jotain merkitystä. Liiallinen tietotulva hukuttaa oleellisen tiedon. Liiallinen informaatiotulva ei edistä kenenkään työmotivaatiota. (Viestintätoimisto Deski Oy 2008, 7.)

Kolikolla on aina kääntöpuolensa ja niinpä voidaan ajatella, että liian vähäinen viestintä yhteisön sisällä myös aiheuttaa ongelmia. Turhan monesti kuulee, että ei tiedetä mistä tietoa saa ja ei ole tiennyt jostain tulevasta tapahtumasta. Välillä tuntuu kuin tiedon uskottaisiin lentävän työpisteestä toiseen itsestään ja sisäiseen viestintään ei jakseta panostaa tarpeeksi. Ei voi pitää oletuksena, että kaikki lukevat esimerkiksi intranetiä ja siellä olevia tiedotteita ja tiedostoja vaan asiat tulee tuoda konkreettisesti esille. (Talouselämä 2008.)

”Otan selvää, jos tarvitsen jotain tietoa; toisaalta jos en tiedä jostain, en myöskään osaa kaivata sellaista tietoa.”

”Vahvuutena opettajien osalta on yhteinen työhuone, jossa tieto liikkuu vaivattomasti ja hyvin. Heikkoutena on mielestäni se, että byrokraattinen tieto on hajallaan eri paikoissa. Aina ei edes tiedä, mitä tietoa pitäisi hakea.”

Jotta sisäinen viestintä olisi toimivaa, tyydyttävää ja sujuvaa, tulee kaikki viestinnän tavoitteet, toiveet ja haasteet ottaa huomioon. Ammattimainen viestintä toimii selkärangan koko työyhteisön viestinnälle (Kuva 1). (Juholin 1999, 81.)



KUVA 1. Yhteisön sisäisen viestinnän ulottuvuudet ja sisällöt (Juholin 1999, 80.)

Tampereen ammattiopiston liiketalouden aikuiskoulutuksen viestinnältä odotetaan enemmän:

”Avoimuutta ja vuorovaikutteisuutta!”

”Lisää avoimuutta ja suunnitelmallisuutta!”

Näiden toiveiden toteuttaminen onkin yksi kehittämishankkeen tavoitteista. Tulevaisuus näyttää toteutuuko toiveet.

3.4 Kuka viestii, kenelle viestii

Onnistuneen sisäisen viestinnän ei kuitenkaan tulisi olla vain johdon tavoite vaan myös koko henkilöstön tavoite (Siukosaari 2002, 67). Viestintä kuuluu tai ainakin sen pitäisi kuulua tai edes sivuta yhä useamman työntekijän vastuualueita. Yksittäisen henkilön on

lähes mahdoton viedä läpi yksittäinen hanke suunnittelusta toteutukseen ja tulosten seurantaan. (Ikävalko 2001, 30.)

Jokaisella työyhteisön jäsenellä on tietenkin oma käsityksensä ja toiveensa siitä, kuinka oman organisaation sisäinen viestintä tulisi hoitaa. Turhan usein kuulee, että eihän meillä mistään saa tarpeeksi tietoa ja tieto on vaikeasti löydettävissä. Valitettavasti tämä onkin usein todellisuutta, mutta toisaalta onko oikein ja mahdollista edes informoida henkilöstöä jatkuvasti kaikesta. Ja onko kritisoiva henkilö toisaalta edes yrittänyt löytää tietoa oikeasta paikasta tai oikealta henkilöltä? Tärkeintä on selvittää millaista tietoa ja missä muodossa ja kuinka usein henkilöstö tarvitsee työnsä tueksi ja motivaation säilyttämiseksi. (Ikävalko 2001, 10–11; Salin 2002, 19.)

Sisäistä viestintää ja tiedottamista ei tule missään tapauksessa ottaa velvollisuutena tai pakkokeinona, vaan organisaation on hyvä nähdä se välineenä, jolla organisaatio saadaan toimimaan tehokkaasti ja ihmiset viihtymään. Viestintä kuuluu kaikille työyhteisön jäsenille! (Ikävalko 2001, 46; Salin 2002, 19.)

Sisäisen viestintä ei kuitenkaan aina ole sujuvaa ja suurimpina puutteina koetaan seuraavat asiat:

- Johto ei tiedä, mitä henkilöstö ajattelee.
- Tieto tulee perille huhuina.
- Johto pimittää henkilöstöltä tietoa, eli ei kerro tärkeitä ja olennaisia asioita.
- Tieto ei ole helposti saatavissa.

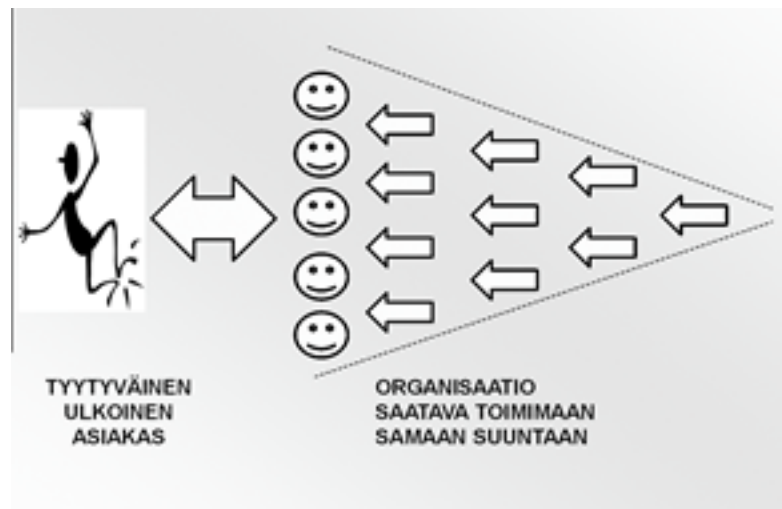
(Juholin 2001, 117.)

Yhteisön jäsenet suhtautuvat viestintään ja sen mahdollisuuksiin eri tavoin. Jotkut näkevät viestinnän yksittäisinä tapahtumina (esimerkiksi infotilaisuudet, seminaarit), toiset puolestaan arvostavat viestinnän jatkuvuutta ja kattavuutta. Viestinnälle on siis erilaisia tarpeita. Viestintätarve voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään:

1. henkilökohtainen esimieheltä alaiselle viestintä,
2. osasto- ja yksikkökohtainen viestintä ja
3. koko yhteisöä/organisaatiota koskeva viestintä.

(Ikävalko 2001, 13, 51.)

Yksi työyhteisön tärkeimmistä elementeistä on tietää kenelle viestitään. Työyhteisön velvollisuutena onkin pohtia, keitä kuuluu heidän sisäisen viestinnän piiriin, ketkä ovat yrityksen sisäisiä asiakkaita. Asiakkaan ja asiakkaan tarpeiden ymmärtäminen on yksi organisaation olemassaolon peruskysymyksiä. Liian usein yritykset tuijottavat vain ulkoisen asiakkaan vaatimuksiin ja odotuksiin. Koko toiminnan onnistumisen kannalta on kuitenkin yhtä tärkeää kohdistaa huomio myös sisäisiin asiakkaisiin. Ensin on saatava yrityksen sisäiset prosessit kuntoon, jotta voidaan yhtenäisenä linjana esiintyä ulkoisille asiakkaille (Kuva 2). (Siukosaari 2002, 65; Kokkonen 2006.)



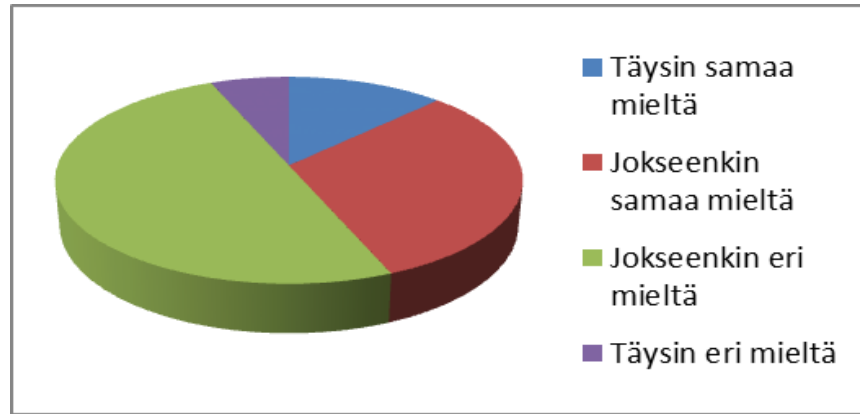
KUVA 2. Sisäinen asiakkuus (Plusbox Yritysvalmennus 2011, online).

Mitä sisäinen asiakkuus sitten on? Sisäisellä asiakkuudella tarkoitetaan yrityksen tai organisaation sisällä tapahtuvaa asiakkuutta. Sillä tarkoitetaan työntekijää, tiimiä, osastoa tai vaikka työvaihetta, joka käyttää yrityksen toisen työntekijän palveluita omassa työtehtävässään. (Kookas 2011, online.)

Tampereen ammattiopistossa on määritelty, että sisäisiä asiakkaita ovat henkilöstön (kouluttajat, tukipalvelut ja hallinto) lisäksi myös opiskelijat. Näin ollen kaikki nämä osapuolet ovat sisäisen viestinnän kohteita ja heillä on yhtäläiset oikeudet saada työs-
sään ja opinnoissaan tarvittavaa tietoa ja informaatiota.

Lähtökohtana kehittämistyössä olikin olennaista määritellä, onko intranettiin tuotava tieto kaikilla saatavissa vai rajataanko joku sisäinen asiakasryhmä pois. Työryhmän päätös oli, että tietotarve on periaatteessa kaikilla sama, joten valtaosa tiedosta tulee olla kaikkien sisäisten asiakkaiden nähtävillä. Vaikka kohderyhmäksi kehittämishankkeelle

on määritelty koko sisäinen asiakaskunta, pidän kuitenkin opinnäytetyössäni näkökulmana pääsääntöisesti organisaation oman henkilökunnan ja heidän tarpeensa. Kyselyn perusteella sisäistä viestintää tulee ehdottomasti kehittää juuri tällä saralla, varsinkin hallinnon ja opetuksen välillä (Kuvio 5).



KUVIO 5. Tieto kulkee hyvin hallinnon ja kouluttajien välillä?

”It depends on the person too much, much too much.”

”Mielestäni heikoin lenkki oman työni kannalta.”

Kuvio on jokseenkin huolestuttava, koska tiedon pitäisi olla kaikille sama ja lähtökohteisesti olisi ajateltava, että se tuo sujuvuutta sisäiseen asiakaspalveluun. Hyvä sisäinen palvelu onkin hyvän ulkoisen palvelun edellytys. Sisäisestä asiakkuudesta huolehtimalla yritys voi myös saavuttaa toiminnan tehostumista, kulujen pienenemistä ja esimerkiksi ilmapiirin paranemista. Pahimmat ilmapiiriongelmat sijaitsevat usein juuri osastojen tai työvaiheiden välillä, jos yhteistyön onnistumiselle ei ole mahdollisuuksia.

”Yhteistyö eri toimijoiden välillä auttaa myös viestintäongelmiin yhteisten työtapojen kehittäminen ja yhteistyön lisääminen hallinnon ja kouluttajien välillä loisi mielestäni asiantuntijaorganisaation.”

Palveluyrityksessä henkilösuhteilla on toiminnan toimivuutta ajatellen hyvinkin ratkaiseva merkitys. Kun palvelu on aineeton ja siten vaikeasti arvioitavissa, se konkretisoituu helposti juuri henkilöihin. Yrityksissä vuorovaikutus tapahtuu ihmisten välillä, hyvät henkilösuhteet pelastavat pulasta. (Vuokko 1997, 122.)

3.5 Sisäisen viestinnän tehtävät

Mikään työyhteisö ei pysty toimimaan ilman viestintää, sillä viestintää tarvitaan palveluiden ja tuotteiden tuottamiseen sekä siirtämiseen asiakkaille (Åberg 1993, 100). Työyhteisön sisäinen viestintä on lähinnä henkilöstöviestintää, joka on yhteisön tärkein osaamisalue ja tavoitteellisin toiminto. Ajan tasalla oleva henkilöstö tekee vähemmän virheitä ja tekee oman työnsä sujuvammin ja toimivammin. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 225; Siukosaari 2002, 65; Åberg 2002, 31.)

”Totta kai täytyy tietää itselle tärkeät asiat.”

Työyhteisön sisäinen viestintä voidaan jakaa epäviralliseen ja viralliseen viestintään. Virallinen viestintä on näkemys yrityksen vakiintuneista käytännöistä, epävirallinen viestintä puolestaan sellaista, johon johdon on hidas tai lähes mahdotonta vaikuttaa. Epävirallista viestintää tapahtuu käytävillä työhuoneissa ja jopa kotona. Onnistunut viestintä hyödyntää sekä virallista että epävirallista viestintää. (Lohtaja ym. 2007, 14, 53.)

Virallista viestintää voi olla esimerkiksi sisällön tuottaminen organisaation intranettiin, tiedotteisiin, koulutuksiin tai perehdyttämiseen sekä myös esimies-alaiskeskustelut. Jos työntekijä saa virallisten kanavien kautta tarvitsemansa, riittävän tiedon, jää epävirallisen viestinnän tehtäväksi täydentää virallista viestintää. Epävirallisen viestinnän avulla puretaan paineita, kommentoidaan kollegoita, kehitetään uusia ideoita. Voidaan sanoa, että henkilöstö hengittää epävirallisen viestinnän avulla. (Viestintätoimisto Deski Oy 2008, 3; Lohtaja ym. 2007, 53, 14.)

Asiansa osaava johto ymmärtää myös epävirallisen viestinnän merkityksen, mutta johdon tulee myös kiinnittää huomiota siihen luomalla työyhteisöön ilmapiirin, jolla vaikuttaa positiivisesti keskusteluiden sisältöihin ja sävyyn. (Lohtaja ym. 2007, 14.)

Oli viestintä sitten virallista tai vähemmän virallista, tulee viestinnän työyhteisössä olla suunnitelmallista, tavoitteellista ja johdettua toimintaa. Tällaisen toiminnan avulla

1. rakennetaan oikea, selkeä ja vahva yhteisökuva sekä

2. varmistetaan avoin ja vuorovaikutteinen tiedonkulku.

(Siukosaari 2002, 12.)

”Lisää avoimuutta ja suunnitelmallisuutta.”

Viestintää tehtäessä, kehitettäessä ja organisoidessa tulee aina muistaa se, että sisäinen viestintä kulkee aina ennen ulkoista viestintää. Voidaankin sanoa, että tämä viestintälogiikka ei koske vain työyhteisöä, vaan on periaatteessa sama kuin perhepiirissä; ensin puhutaan asiat läpi läheisten kanssa, vasta sitten tieto välitetään muille. (Ikävalko 2001, 57.)

Sisäisen viestinnän tehtäviä voi lähteä purkamaan sisällöistä eli siitä, mistä yhteisöissä viestitään tai tulisi viestiä, missä muodossa ja millä kanavilla (Juholin 1999, 34). Viestinnän tehtävät voidaan oikeastaan jakaa kahteen eri ryhmään, lyhyen ja pitkän tähtäimen viestintään. Nämä eivät kuitenkaan ole toisensa poissulkeva vaan vaikuttavat yhtäaikaaisesti. Joka tapauksessa organisaation on tiedostettava, millä toimenpiteillä ja viestinnän keinoilla tähdätään mihinkin päämäärään. (Ikävalko 2001, 14.)

Työyhteisön sisäiseen viestintään kuuluu yhteydenpito ja tiedotus. Siihen liittyy läheisesti myös sisäinen markkinointi, perehdyttäminen ja tiedon välittäminen. Jotta näitä tahoja voitaisiin palvella osaavasti, tarvitaan työn hoitamisessa tarvittavaa tietoa ja viestintää. (Siukosaari 2002, 65; Alajärvi ym. 2004, 56–57.)

Sisäisen viestinnän keskeisiä tehtäviä ovat siis:

1. perehdyttää henkilöstöä,
2. luoda pohja markkinoinnille (imago, sisäinen markkinointi),
3. olla perustoimintojen tukena (informointi, ohjaus ja keskustelu) ja
4. yleisen vuorovaikutuksen mahdollistaminen.

(Ikävalko 2001, 46.)

Perehdyttäminen

Jotta ihminen kiinnittyy työyhteisöön ja sen tapoihin, tulee hänet perehdyttää. Perehdyttämisen tarkoituksena on sitouttaa yhteisön jäsenet organisaatioon ja uusille henkilöille annetaan näin ollen mahdollisuus ja oikeus kysyä, kyseenalaistaa ja pohtia yhteisön toimintaa ja käytänteitä. (Juholin 2001, 31.)

Perehdyttämisen tarkoituksena on myös saada tulija tuntemaan itsensä odotetuksi, mutta toisaalta muu yhteisö myös toivoo, että tulija mahdollisimman pian tarttuu toimeen, tietää, mistä tietoa löytyy, osaa hakea sitä ja tehokkaasti ottaa oman paikkansa yhteisössä. Onnistuminen edellyttää tietoisuuden ja tunnettuuden lisäämistä heti työsuhteen alusta alkaen. (Siukosaari 2002, 96.)

Perehdyttämisessä olennaista on siis se, että uusi tulokas oppii nopeasti työyhteisön pelisäännöt ja osaa toimia niiden edellyttämällä tavalla (Åberg 2008, 103). Perehdyttämisen avulla ihminen ymmärtää miten ja miksi toimimme näin jossain organisaatiossa. Perehdyttäminen auttaa henkilöstöä ymmärtämään yrityksen arvot ja kulttuurin sisällöt ja opettaa heitä hyödyntämään tietoa omassa työssään. (Juholin 2001, 38.)

Toisaalta kaikki perehdyttäminen ja kiinnittäminen eivät koske vain uutta tulokasta, vaan työtehtävien muuttuminen, työyhteisön muuttuminen, fuusioituminen, työnkierto ja uusien työtapojen käyttöönotto myös tuovat perehdyttäminen kauemmin työyhteisössä työskennelleiden piiriin. Perehdyttämistä on siis kahta eri lajia; koko työyhteisön perehdyttämistä sekä työhön perehdyttämistä. (Åberg 2008, 103, 105.)

Omassa työyhteisössäni olen huomannut, että valitettavan usein perehdytys jää vain pintapuoliseksi ja matkan varrella huomataan oleellisia asioita ja tapoja, jotka olisi pitänyt jo aiemmin tuoda esiin. Intranetin on tarkoitus olla TAOssa myös perehdyttämisen apukeinona, mutta se ei tule poistamaan kokonaisuudessaan puuttuvan perehdytysohjelman tuomia ongelmia.

Imago, sisäinen markkinointi

Työyhteisöt ovat menneisyytensä vankeja ja niihin on vuosien saatossa syntynyt oma yhteisökulttuurinsa niin hyvässä kuin pahassakin (Åberg 1993, 80). Yrityksen ja organisaation imago eli yritys- tai yhteisökuva syntyy hyvästä toiminnasta ja viestinnästä. Yhteisö ja sen ihmiset muovaavat yhteisöään kaiken aikaa ja luo kuvaa itsestään. Näin olen kaikki yhteisön toiminta, toimitilat, aineistot ja muu näkyvä ja kuuluva sekä aistittava elementti kertoo siitä, millainen yhteisö on niin sisäisesti kuin ulkoisestikin. Sisäisen viestinnän avulla organisaatiot pyrkivät vaikuttamaan omaan kuvaansa tavalla tai toisella. Viestinnän työkaluina imagon luomisessa on yhteisön perusviestit, visuaalinen ilme sekä konkreettiset teot. (Juholin 2001, 33–34.)

Yhteisön jäsenien tulee tietää, miten ja miksi toimimme näin. Ihmisten tulee ymmärtää yrityksen arvot, kulttuuri ja näiden sisällöt, jotta he pystyvät täysipainoisesti toimimaan organisaation sisällä. Ihminen onnistuu työssään vain, jos hän on halukas oppimaan ja haluaa tehdä työtä yhteisön hyväksi. Sisäisen markkinoinnin avulla tavoitellaan tietämyksen ja hyväksymisen kautta innostusta tehdä työtä ja tulosta sekä saavuttaa henkilökohtaista onnistumisen tunnetta. (Juholin 1999, 39; Siukosaari 2002, 122.)

Olennainen osa sisäistä viestintää on siis sisäinen markkinointi, jonka avulla yhteisö ja sen visio, arvot, tavoitteet, yhteisökulttuuri, toiminta sekä tuotteet ja palvelut tulevat tutuksi. Luovasti toteutettu ja toimiva sisäinen viestintä toimii myös markkinointikeinona, sillä henkilöstö on yrityksen suurin äänitorvi. Työyhteisöjen henkilöstöt markkinoivat omaa organisaatiotaan teoillaan ja toiminnallaan, ilman että he edes tiedostavat sitä. Ulkoinen markkinointi edellyttää, että sisäinen markkinointiviestintä ja toiminta ovat kunnossa. Sisäisen markkinoinnin hahmottaminen edellyttää, että yhteisö näkee oman työnsä ja organisaationsa osana laajempaa kokonaisuutta ja että he ovat innostuneita sekä sitoutuneita yhteisöön. (Siukosaari 2002, 65; Juholin 2001, 38; Viestintätoimisto Deski Oy 2008, 9.)

Tampereen ammattiopiston sisäinen markkinointi ja siihen liittyvä viestintä on yleisellä tasolla kunnossa ja tehokasta. Intranetin etusivulla näkyy ajankohtaiset tiedotettavat asiat ja usein sama tieto tulee myös sähköpostitse.

”Vahvuutena on monipuolinen tiedottaminen.”

Perustoimintojen tuki

Sisäisen viestinnän yksi tärkeimmistä tehtävistä on tukea yrityksen toimintaa, luoda yritykselle profiilit, informointi, henkilöstön kiinnittäminen työhön ja työyhteisöön sekä vuorovaikutussuhteen luominen (Åberg 2002, 32–33). Jos perustoimintojen tukeminen ei onnistu, ei yhteisö pysty toimimaan (Åberg 1993, 100).

Organisaation perustoimintoja ovat muun muassa suunnittelu, johtaminen, tuotanto, ja markkinointi. Sisäinen viestinnän rooli näissä tehtävissä on auttaa muun muassa tiedon saamisessa ja tiedonkulun järjestämisessä, talon toimintatapojen esittelyssä, sanomien laadinnassa ja niiden esittämisessä. Perustoimintojen tukea tarvitaan myös palvelujen ja

tuotteiden tuottamiseen sekä niiden siirtämiseen asiakkaalle (Siukosaari 2002, 31; Åberg 2000, 102.)

Perustoimintojen tuki on arkiviestintää, jota tarvitaan jokapäiväisten tehtävien tekemiseen. Tähän liittyy olennaisesti informointi eli tiedon välitys ja tiedotus. Informoinnin avulla työyhteisön jäsenet saavat työssään tarvitsemansa tiedon ja pysyvät ajan tasalla. Perustoimintojen tukemisessa on kyse siis erilaisista työohjeista ja -prosesseista. Ne voivat olla kirjallisia tai sanallisia ohjeita ja yhteisesti sovittuja toimintatapoja. (Åberg 2002, 110; Juholin 2001, 30, 32.)

Jos perustoimintoja tukeva viestintä ei toimi, on yhteisön lähes mahdotonta toimia. Perustyö ei parane, vaikka asiakaslehden ulkonäköön olisi panostettu, tarvitaan työviestintää ja tietoa. (Åberg 2008, 98.)

Perustoimintojen tuki ja niiden kehittäminen on suuri osa omaa työnkuvaani TAOssa ja näin ollen myös lähtökohtana kehittämishankkeelleni. Aikuiskoulutuksessa tieto on sijainnut useassa eri paikassa ja joskus on jopa hankalasti saatavissa. Sisäisen viestinnän ja siihen liittyvien välineiden kehittämisen tavoitteena on parantaa ennen kaikkea tiedon kulkemista taholta toiselle.

*”Tarvitsemme yhden tiedotuskanavan, josta löytyy kaikki tieto
– ei tusinaa moodlea, ei yhtä tiedonjyvää sieltä ja toista täältä,
vaan kaikki yhdestä paikasta helppokäyttöisesti, turvallisesti,
ajantasaisesti, varmasti.*

Vuoropuhelua ja vuorovaikutusta

Sisäistä yhteystoimintaa on yhteydenpito henkilöstöön. Tähän kuuluu kaikki sellainen toiminta, jossa ei varsinaisesti välitetä tietoja ja tiedoteta. Tällä toiminnalla tavoitellaan vuorovaikutusta johdon ja henkilöstön välille, sekä myös tilaa, jossa kaikki yhteisön jäsenet olisivat toisilleen tuttuja ja työtehtävät kaikkien tiedossa. Toisten tunteminen ja ymmärtäminen parantavat yhteisön vuorovaikutteisuutta. (Siukosaari 2002, 67.)

Yksi sisäisen viestinnän tärkeimmistä elementeistä onkin yksilöiden ja ryhmien välinen vuorovaikutus. Vapaamuotoista vuorovaikutusta esiintyy jokaisessa yhteisössä ja vaikka jäsenten välinen kommunikaatio ei aina liittyisikään itse yhteisöön ja sen toimintaan, on

se silti olennainen osa sisäistä viestintää. Keskustelut ja tiedonvaihto voi hallita ajatuksia pitkään, ideat ja keskustelut jäävät muhimaan päähän ja siitä seurauksena on, että vuorovaikutus on luonut perspektiiviä asioille ja tuottanut ehkä uusia ideoita työhön ja yhteisöön. Onko viestinnällä siis oikeastaan muutakin tarkoitusta kuin vain tukea toimintaa ja tuoda informaatiota? Viestinnän avulla voidaan luoda myös uusia ideoita, luoda pohja kehittyvälle toiminnalle. (Juholin 2001, 35.)

*”Vahvuutena kouluttajien osalta on yhteinen työhuone,
missä tieto liikkuu vaivattomasti ja hyvin.”*

Vuorovaikutus on aina kahden suuntaista. Niinpä vuorovaikutukseen liittyy olennaisesti myös kuuleminen ja kuunteleminen. Jossain yhteyksissä tästä käytetään nimitystä sisäinen luotaus. Kuuntelemisen avulla organisaation johto saa tärkeää informaatiota henkilöstön näkemyksistä. Usein ongelmana on se, että johto ei tiedä, mitä henkilöstö oikeasti ajattelee. (Siukosaari 2002, 65.)

4 PUSKARADIO, VIIDAKKORUMMUT VAI JOTAIN PAREMPAA

Viralliset ja vähemmän viralliset viestintäkanavat toimivat kaikissa yhteisöissä rinnakkain. Epävirallisen viestinnän epämuodollisuus on aina kiehtonut ihmisiä, koska se edesauttaa ryhmään sopeutumista ja vuorovaikutusta. Usein näistä epävirallisista keskusteluista lähtee myös tieto helposti liikkeelle eli käynnistetään niin sanottu puskaradio. Puskaradiot ovat hyvin nopeita tiedonkulun kanavia, joita usein pidetäänkin juurujen ja pahamaineisten huhujen levittäjänä. Mutta toisaalta puskaradioita on turha yrittää välttääkään, sillä niin kauan kuin ihmiset toimivat vuorovaikutuksessa keskenään, on organisaatioissa sekä virallisia että epävirallisia viestintäjärjestelmiä. (Alajärvi ym. 2004, 53.)

”Puskaradio on todella tehokas, tosin kannattaa käyttää lähdekritiikkiä...”

Eniten työntekijät saavat työssään tarvitsemaa tietoa kollegoiltaan, mutta työtovereilta saatua tietoa ei välttämättä arvosteta yhtä paljon kuin esimiehiltä ja johdolta saatua informaatiota. Lieneekö tässä kyse uskottavuudesta? Kollegalta saatu informaatio voi perustua enemmän huhuihin ja arvuutteluihin kuin tosiasioihin, näin ollen työkavereilta saatu informaatio on sitä epävirallista viestintää. (Ikävalko 2001,47.)

Ongelmaksi epäviralliset kanavat muodostuvat silloin kun viralliset kanavat eivät tarjoa sitä tukea, mitä työntekijä tarvitsee tehdäkseen työtään ja uutistyhjiö täytetään huhuilla ja muilla mahdollisesti vääristyneillä viesteillä. Organisaatioissa tulisikin pyrkiä mahdollisimman henkilökohtaisella ja avoimella viestinnällä yhteistyön lisäämiseen. On pyrittävä yksilöiden ja ryhmien väliseen todelliseen yhteistyöhön ja esteettömään tiedonkulkuun. (Lohtaja ym. 2007, 53; Alajärvi ym. 2004, 53.)

Viestinnän onnistumisessa harvemmin on kyse välinepulasta. Organisaatioilla on runsaasti viestinnän välineitä ja kanavia yhtä aikaa käytössään. Osa kanavista toimii vain sisäisessä viestinnässä, mutta samat kanavat voivat toimia sekä sisäisessä että ulkoisessa viestinnässäkin. Kyse onkin usein valinnasta; paperilla vai verkossa, sähköpostilla vai intranetiin. (Talouselämä 2008; Lohtaja ym. 2007, 19; Juholin 1999, 35.)

Sisäisen viestinnän kanavat voidaan jakaa lähi- ja kaukokanaviin, joista ensimmäinen palvelee työyksikköä tai yksittäistä työyhteisön jäsentä. Kaukokanavat puolestaan välit-

tävät sanomaa koko yhteisölle. Sisäinen viestintä voi olla myös suoraa ja henkilökohtaista keskinäisviestintää tai välitettyä suuremmalle joukolle tapahtuvaa viestintää. (Åberg 1993, 180.)

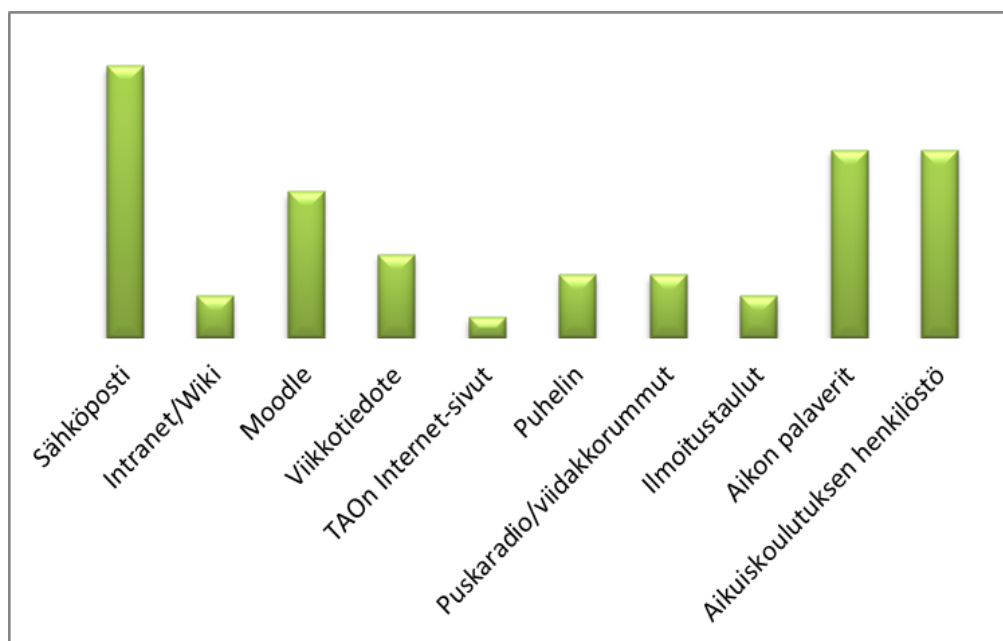
Viestinnän kanavia on runsaasti tarjolla myös Tampereen ammattiopistossa. Osa niistä on enemmän ja osa vähemmän aktiivisesti käytössä. Kyselyä tehdessäni liiketalouden aikuiskoulutuksessa käytössä olevia kanavia ja ainakin seuraavat kanavat ovat jossain määrin käytössä:

- opettajakollegat, koulutuspäällikkö, koulutussuunnittelija, toimistos sihteeri
- aikuiskoulutuksen palaverit
- sähköposti, puhelin
- Moodle (verkko-oppimisympäristö)
- intranet/wiki
- hallinnon ja opetuksen yhteinen asema
- TAO:n internet-sivut
- viikkotiedote
- painotuotteet
- ilmoitustaulut
- infotelevisio

Kun tiedämme, keitä meidän sisäiset asiakkaamme ovat ja tunnemme heidän tarpeensa, auttaa tieto meitä valitsemaan myös oikeat kanavat sisäiselle viestinnälle. Jokaisen työyhteisön on valittava juuri ne kanavat, jotka parhaiten vastaavat henkilöstön tarpeita ja odotuksia. Toisaalta viestintäkanavan valintaan vaikuttaa myös se, millaisesta viestinnästä ja välitettävästä viestistä on kyse. (Siukosaari 2002, 83, 91; Viestintätoimisto Deski Oy 2008, 8.)

Sisäisen viestinnän rakenne kertoo, millaisista kanavista tai lähteistä yhteisön jäsenet tietoa hakevat. Tämä tarkoittaa sitä, että eri kanaville muodostuu omat tehtävänsä ihmisten etsiessä omaa työtään ja organisaatiotaan koskevaa tietoa. (Juholin 2001, 123.)

Ehdottomasti käytetyin kanava sisäisessä viestinnässä liiketalouden aikuiskoulutuksessa on sähköposti. Tämän lisäksi suosittuja kanavia ovat henkilöstö, palaverit ja Moodle (Kuvio 6).



KUVIO 6. Kanavat, joista saa eniten tietoa liiketalouden aikuiskoulutuksen asioista.

Usein on kuitenkin niin, että tiedonhankintatilanteet ja -tarpeet ovat tiedostamattomia. Päivittäin haetaan runsaasti tietoa, joka on rutiinitietoa: puhelinnumeroita, osoitteita ym. tietoa, jonka tiedämme löytävän tietystä paikasta. Tällöin tiedonhankinnan kanavan ja siellä olevan aineiston tulee olla ajan tasalla. Tietoa saattaa löytyä useasta eri lähteestä ja taholta. Viestintäkanavat mahdollistavatkin viestien liikkumisen ja uudenlaisen vuorovaikutuksen. Kanavia sisäisessä viestinnässä on runsaasti. Tekniikan kehittyessä kanavia tulee jatkuvasti lisää. (Haasio 2009, 31; Ikävalko 2001, 59.)

Organisaation viestintä onnistuu parhaiten silloin, kun yritys onnistuu valitsemaan viestintänsä ja sen kohderyhmälle oikeat ja sopivat viestintäkanavat. Jokaisessa yrityksessä on oma viestintäkulttuurinsa ja oman työyhteisön kulttuuri antaa suuntaviivoja viestintävälittämiseksi. (Lohtaja ym. 2007, 50.)

Toisaalta toimiiko viestintä aina, kun välineet ovat kunnossa? Ei välttämättä, sillä välineet sellaisenaan ei hoida viestintää vaan ne ovat välttämättömiä silloin kun henkilökohtaisesti ei kaikkia voida tavoittaa. Välineet ovat myös tärkeässä asemassa, kun välitetään pysyvää informaatiota laajemmalle kuulijamäärälle. (Ikävalko 2001, 25.)

Helposti luullaan, että jos kanavia on runsaasti, tehostaa se viestintää ja lisää viestintätyytyväisyyttä. Näin ei välttämättä kuitenkaan ole, vaan tärkeintä kiireellisessä työelä-

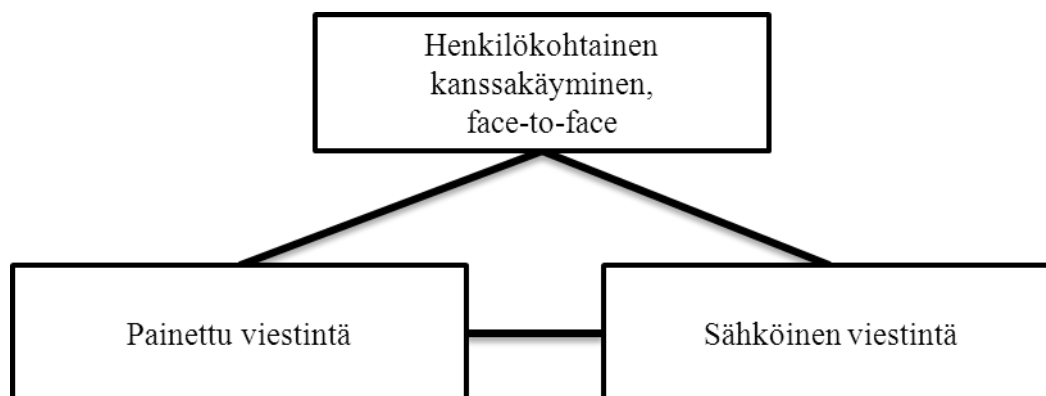
mässä on tiedon helppo saatavuus. Useat viestintävälineet vain helposti synnyttävät tiedon kuormitusta ja tiedon hankinta vie kohtuuttoman paljon aikaa. (Juholin 2001, 124.)

”Liian monet kanavat, tieto on hajallaan eri paikoissa.”

”Toivoisin yhtä ainoata tiedotuskanavaa.”

Vaikka lähettäisimmekin viestiä useampaa kanavaa hyväksikäyttäen, emme välttämättä saa aikaan muutosta. Syitä voi olla useita. Vastaanottaja ei ehkä ymmärrä viestiä tai hän ei ole halukas vastaanottamaan sitä. Viesti voidaan torjua useasta syystä, eikä aina syyinä ole se, ettei ole osattu viestiä. (Juholin 2001, 26.)

Sisäisen viestinnän kanavien käyttö voidaan tarkastella parhaiten kahdesta näkökulmasta eli kuinka esimiehet käyttävät kanavia johtamisen tukena ja kuinka puolestaan henkilöstö käyttää kanavia saadakseen tietoa työnsä tueksi. Työyhteisön viestintäjärjestelmän muodostavat käyttöönotetut viestintäkanavat, viestinnän järjestelyt ja säännöt. Käytössä olevien kanavien ja viestimien valikoima on varsin mittava. Viestinnän kanavat voidaan periaatteessa ryhmitellä kolmeen eri kategoriaan; henkilökohtainen kanssakäyminen, painettu ja sähköinen viestintä (Kuva 3). (Åberg 2002, 31, 102, 104.)



KUVA 3. Työyhteisön viestinnän muodot (Åberg 2002, 103).

Yritysten sisäinen viestintä voi olla siis välitettyä eli kirjallista tai kasvokkain tapahtuvaa viestintää. Normaalissa arjessa esiintyy epäilemättä eniten kasvokkainviestintää ja sähköistä viestintää. Painetut viestintämateriaalit ovat usein näiden kahden tukena ja usein painoviestintään liittyvä aineisto liikkuukin jo sähköisten kanavien välityksellä. (Juholin 2001, 90.)

Sähköisen viestinnän merkitys välitetyssä viestinnässä kasvaa kokoajan, suurin ongelma kasvavassa kirjallisessa viestinnässä on kuitenkin vuorovaikutteisuuden vähäisyys. Suoraviestinnän etuna on välitön palaute, joka välittyy niin sanallisesti kuin sanattomastikin. (Lohtaja ym. 2007, 16–17.)

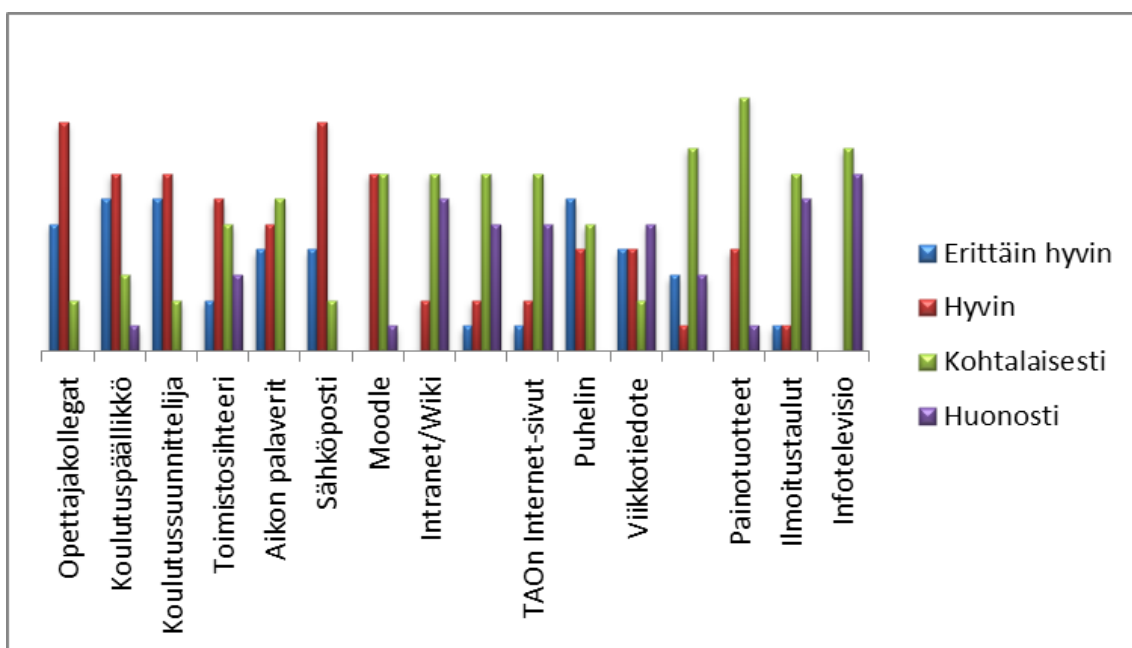
Sisäisen viestinnän menetelmät ja kanavat valitaan tiedotettavan asian sisällön, kiireellisyiden ja kohderyhmän mukaan. Henkilökohtaiseen kontaktiin perustuvat kanavat ovat usein kalliita, mutta myös tehokkaita viestinnän välineitä. Henkilökohtaisen kontaktin ohella sähköiset keinot ovat tulleet yhdeksi tärkeimmiksi välineiksi, sillä ne mahdollistavat nopean ja ajantasaisen tiedonsiirron. Viestintätekniiikan kehitys muuttaakin jatkuvasti tiedottamiskeinoja, mutta myös nopeuttavat ja tehostavat niitä. Sähköisen viestinnän merkitys kasvaakin kokoajan kaikessa viestinnässä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 227.)

Vaikka usein kritisoidaan, että kanavia on aivan liikaa, viestinnän saavutettavuus kuitenkin paranee ja tehostuu, kun sama viesti välitetään useampaa kanavaa pitkin. Voit esimerkiksi kuulla tule vasta uudistuksesta työkaveriltasi, saada lisätietoja aiheesta osastopalaverissa ja lukea kaikille osoitetut toimintaohjeet Intranetistä. Jos kanava on ollut väärä, ei viesti tavoita kaikkia kohderyhmän jäseniä tai viesti voi jopa vääristyä matkalla. (Lohtaja ym. 2007, 20.)

Kuitenkin tärkeää on, että yhteisössä määritellään tarkasti, mitkä kanavat ovat ensisijaisia eri viestintätilanteissa. Tällä tavoin voidaan mm. vähentää informaation ylikuormitusta ja helpottaa tiedon saatavuutta. Kaikkien sisäisen viestinnän kohderyhmän jäsenten tulee tietää, mitä tietoa mistäkin kanavasta on saatavissa ja mistä tietoa haetaan. Vain perille menneestä, vastaanotetusta ja oikein ymmärretystä viestistä on hyötyä ja sen avulla voidaan vaikuttaa (Juholin 2001, 90; Siukosaari 2002, 83.)

Organisaation kannattaakin pitää mielessään, että lähtökohdaltaan kasvokkain tapahtuva viestintä on vahvin ja vaikuttavin kanava. Sitä tulisikin käyttää kaikkein tärkeimpien asioiden käsittelyyn. Välilliset eli kirjalliset tai sähköiset viestinnän kanavat eivät vuorovaikutteisuudestaan huolimatta luo samanlaisia edellytyksiä vuorovaikutukselle, joten niiden käyttö kannattaa varata rutiininomaisille tai taustoittaville asioille sekä toimimaan kasvokkain tapahtuvan viestinnän rinnalla (Juholin 1999, 36.)

Kanavien ja viestintä menetelmien pohdinnassa tulee myös miettiä, mitä varten yhteisössä viestitään ja millaiselle viestinnälle on tarvetta (Juholin 1999, 36). Keskeisintä sisäisessä viestinnässä ja tiedonkulussa sekä sen hankinnassa on se, että tieto on luotettavasti ja nopeasti saatavilla. Tämä tulee ottaa huomioon kanavien valinnassa. Kaikissa viestinnän välineissä on omia ongelmiansa ja epäkohtia. Tärkeintä on viestintävälinettä valittaessa miettiä, mikä on se oikea väline viestin välittämiseen ja mikä on se toimiva kanava omassa työssä ja tiedontarpeessa (Kuvio 7). (Haasio 2009, 31; Åberg 2008, 118.)



KUVIO 7. Miten aikuiskoulutuksen viestintäkanavat toimivat oman työn kannalta.

”Kanavia ja paikkoja on liikaa... mutta tämä lienee nykyajan ongelma joka yrityksessä, enkä tiedä voiko tähän löytyä ratkaisua. Monikanavaisuus on tullut jäädäkseen.”

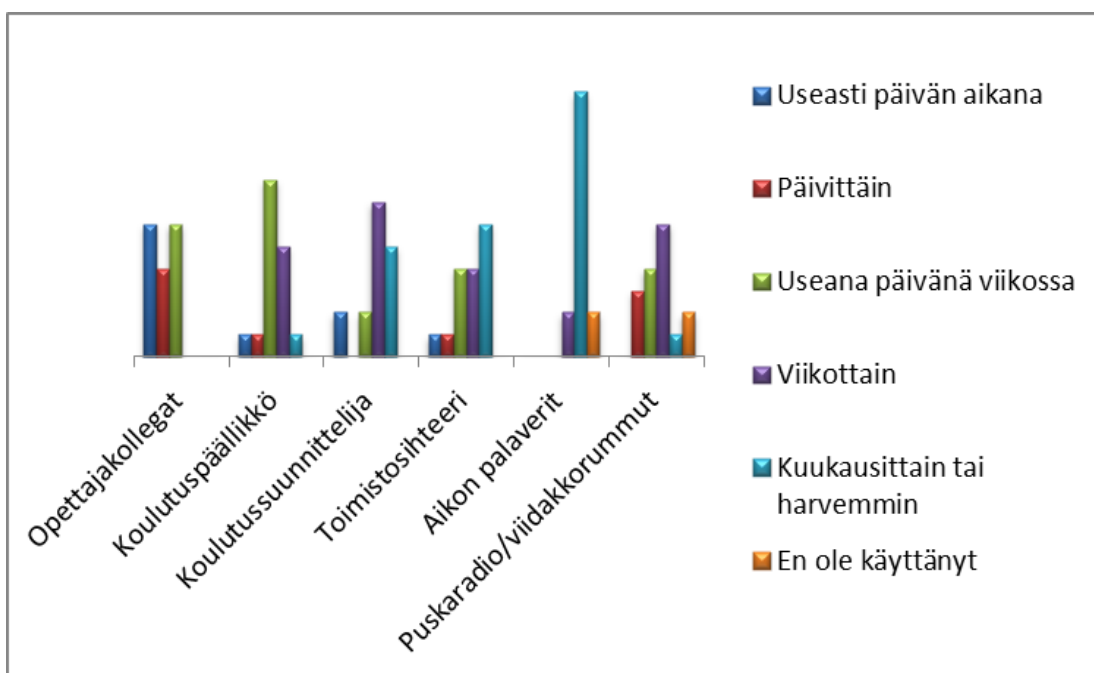
4.1 Henkilökohtainen kanssakäyminen

Vaikka viestintään kehitetään jatkuvasti uusia välineitä, eivät välineet ole poistaneet mihinkään henkilökohtaisen viestinnän tarpeita. Itse asiassa edelleen tehokkain sisäisen viestinnän keino on viestiä henkilöltä henkilölle, varsinkin tärkeistä asioista tiedotettaessa. (Ikävalko 2001, 59.)

Henkilökohtaiseen kanssakäymiseen eli kasvokkaisviestintään kuuluvat erityisesti palaverit, kokoukset, keskustelut ja muut tilaisuudet, joissa henkilöstö voi vaihtaa näkemyksiään suorassa kommunikaatiosuhteessa. (Juholin 2001, 77.)

Vuorovaikutusta tapahtuu kaikkialla työyhteisössä ja monesti on vaikea vetää rajaa virallisen ja epävirallisen viestinnän välille. Sosiaalinen vuorovaikutus on yksi tärkeimmistä viestinnän muodoista vaikkakin vaikeasti ohjattava. Sosiaalista kanssakäymistä käydään aina henkilöiden omilla ehdoilla. Sosiaalista vuorovaikutusta ja epävirallista viestintää voidaan kutsua puskaradioksi, viidakkorummuksi tai henkilökohtaiseksi lähiverkoksi. (Juholin 2001, 125; Åberg 2002, 33.)

Liiketalouden aikuiskoulutuksessa henkilökohtaisen viestinnän merkitys on edelleen suuri ja sen avulla saa hyvin tietoa yhteisön toiminnasta, tulevista tapahtumista sekä myös sen, mistä tietoa voi hakea. Sosiaalinen vuorovaikutus on sisäisen viestinnän kannalta olennaista ja näin ollen myös useammin käytössä kuin esimerkiksi painettu viestintä (Kuvio 8).



KUVIO 8. Henkilökohtaisten viestimien käyttö liiketalouden aikuiskoulutuksessa.

”Henkilökohtainen viestintä toimii edelleen parhaiten – aiko-palaverit, kollegat.”

Esimies-alainen-verkko

Henkilökohtainen viestintä on tärkeää sisäisessä viestinnässä, varsinkin kun puhutaan omaa työtä, yksikköä tai niihin liittyvistä muutoksista. Lähiesimies on usein avainasemassa sisäisessä viestinnässä ja hänen puoleen käännytään lähes kaikissa asioissa. Esimies-alainen-verkko onkin usein sisäisen viestinnän perusverkko. (Ikävalko 2001, 60; Åberg 2002, 106, 2008, 108.)

Esimies kohtaa alaisiaan tilanteissa, jotka johtamisen ohella edustavat myös viestintää. Näitä tilanteita ovat esimerkiksi

- rekrytointi ja perehdyttäminen,
- kehityskeskustelut ja muut osaamisen kartoitukset,
- päivittäinen työviestintä ja käytäväkeskustelut sekä
- oman yksikön palaverit.

(Juholin 2001, 126.)

Tämän kanavan toimivuuden kannalta henkilöstövalinnoilla on ensisijaisen tärkeä merkitys, sillä esimiehen viestintätaidot ja johtamistaidot vaikuttavat paljolti siihen, kuinka yhteisö vastaanottaa tiedon (Siukosaari 2002, 93). Ratkaisevaa esimies-alainen viestinnässä onkin esimiehen asenne viestintään ja avoimuuteen. Esimiehen tulee ymmärtää viestinnän merkitys ja nähdä siitä saatava hyöty osana työarkea. Avoin ja rehellinen keskustelu on usein avain toimivaan suhteeseen. (Ikävalko 2001, 60.)

Esimies-alainen-verkkoon liittyvä henkilökohtainen viestintä toimii ainakin pienissä organisaatioissa, sillä silloin tietoa on helpompi välittää suullisesti ja henkilökohtaisesti kaikille yhteisön jäsenille. Isommissa yhteisöissä voi olla vaikeampaa tavoittaa kaikki jäsenet ja asioiden kertominen ja keskustelu eivät välttämättä ole ajankäytöllisesti kovin mielekästä. Tällöin on järkevintä turvautua muihin viestinnän kanaviin. (Siukosaari 2002, 92.)

Vaikka esimiesviestintä on sisäisen viestinnän peruskivi, osoittaa useat tutkimukset sen, että odotuksiin nähden työyhteisöt tuntuvat saavan suhteellisen vähän tietoja johdolta ja lähiesimiehiltään. Tämä myös näkyy vastavuoroisesti myös siinä, että johdolla ei ole käsitystä henkilöstön ajatuksista ja toiveista. (Siukosaari 2002, 95.)

Esimiesviestinnän sisällöt voidaan jakaa karkeasti kolmeen ryhmään:

1. suunnitelmat ja muutokset sekä niiden vaikutus omaan yksikköön,
2. yksilöiden työhön, uraan ja muuhun kehittymiseen liittävät asiat sekä
3. vaikeat ja jopa henkilökohtaiset yksilöitä koskevien asioiden hoitaminen tiimi- ja yksilötasolla.

(Juholin 2001, 126–127.)

Osastokokoukset, palaverit

Kun uutiset koskevat isompaa joukkoa, yksikköä tai osastoa, on tehokkainta kutsua koolle kokous, missä kerrotaan tapahtuneesta tai tulevista tapahtumista (Ikävalko 2001, 61). Kokoukset ovat työyhteisöviestinnän vuorovaikutuksen peruspilari (Juholin 1999, 142).

Osastokokoukset voivat olla myös säännöllisiä kokoontumisia, joissa puhutaan ajankohtaisista asioista. Jos osastokokouksia pidetään harvoin, käyvät asiakokonaisuudet helposti suuriksi ja kokousten luonne muuttuu informatiivisesta liian yleiseksi ja teoreettiseksi. Samalla syntyy helposti tietovajetta. Epäsäännöllisyys onkin yksi osastopalaverien sudenkuopista. (Ikävalko 2001, 61; Juholin 1999, 143.)

Liiketalouden aikuiskoulutuksella on säännöllisesti oman yksikön palaverit, joihin pääsääntöisesti osallistuvat aikuiskoulutuksen kouluttajat, mutta myös muut ovat tervetulleita mukaan. Osastokokouksissa viestintätilanteet ovat läheisempiä ja viestintä on kaksisuuntaista (Åberg 1993, 183). Säännölliset kokoukset ovat erinomaisia oman yksikön sisäisen viestinnän foorumeita. Asialistoilta löytyy yleensä aina oma kohtansa tiedotusasioille ja monesti juuri näillä tärkeillä, yhteisön työtä koskevilla asioilla aloitetaankin. (Siukosaari 2002, 99.)

”Aiko-palaverit ovat hyviä keskustelutilaisuuksia ja palvelevat koulutustoiminnan suunnittelua ja yhteistyötä.”

Kaikki eivät kuitenkaan aina miellä palavereita viestintätilanteeksi, vaan kokoukset voidaan nähdä melkoisena pakkopullana ja ajantuhlauksena. Sisäisille palavereille kannattaakin luoda hyvät tavoitteet ja pelisäännöt. Hyvin suunnitellut, tavoitteelliset kokoukset ovat hyviä viestitapahtumia. Kokoukset toimivat myös vastavuoroisesti siinä mielessä, että yhteisön jäsenillä on mahdollisuus tuoda myös mielipiteitään esille ja lähiesimies

vie kokouksen pohjalta tietoa eteenpäin organisaatiossa. (Juholin 1999, 143–144; Siukosaari 2002, 99.)

Tiedotustilaisuudet

Tiedotustilaisuudet on tarkoitettu laajemmalle yleisölle kuin osastokokoukset. Monesti mukana on koko työyksikön tai jopa useamman yksikön jäsenet. Usein tiedotustilaisuuksia pidetään, kun on kyse suurista asioista, mutta poikkeuksiakin on. (Ikävalko 2001, 61; Åberg 1993, 185.)

Hyvin hoidettuna tiedotustilaisuudet ovat parhainta sisäisen viestinnän antia. Ne ovat myös henkilöstölle usein tervetulleita taukoja päivittäiseen aherrukseen ja sosiaalisia tapahtumia. Onkin perusteltua pitää tiedotustilaisuuksia tilanteissa, joissa halutaan kaksisuuntaista vuorovaikutusta tai halutaan esimerkiksi esitellä tai näyttää uusia tuotteita, henkilöitä tai piirustuksia. (Siukosaari 2002, 103, 101.)

Turhan tiedotustilaisuuden järjestäminen on kuitenkin ajanhukkaa ja saattaa aiheuttaa kielteisiä reaktioita vastaanottajissa. Jotkut asiat on vain parasta informoida esim. tiedotteen avulla. Tiedote voi siis periaatteessa korvata täysin tiedotustilaisuuden, mutta ei päinvastoin. Hyvää tiedotustilaisuutta seuraa aina tiedote, josta jää aina konkreettinen kirjallinen tieto tapahtumasta ja siellä jaetusta tiedosta. (Siukosaari 2002, 101.)

Liiketalouden yksikössä Sammonkadulla järjestetään viikoittain tiedotustilaisuus ajankohtaisista asioista. Tiedotustilaisuudessa käydään läpi lähinnä nuorisopuolen asioita, mutta viime aikoina myös aikuiskoulutusta on yritetty tuoda siellä esille. Kyselystä tiedotustilaisuus unohtui pois, mutta käytännössä olen huomannut, että aikuiskoulutuksen henkilöstö harvemmin siihen osallistuu. Tässä on siis vielä kehittämisen varaa.

Työtoverilta toiselle; nämäkö ovat niitä puskaradioita?

Vaikka joku yrittäisikin muuta väittää, toimii puskaradio jokaisessa talossa. Mutta toisaalta onko kaikki niin sanottu epävirallinen viestintä kollegoiden kesken puskaradioviestintää? Virallisesta viestintävälineestä ei ehkä kuitenkaan voida puhua, mutta silti keskinäinen vuorovaikutus, pidettiin sitä puskaradiona tai ei, on hyväksyttävä olennaisena osana yhteisön arjen toimintaa. (Siukosaari 2002, 100.)

Puskaradioviestinnäksi mielletään työtovereiden välinen päivittäinen sosiaalinen kanssakäyminen, keskustelu, jonka uskottavuus ei välttämättä ole aina korkea (Åberg 1993, 183). Suurin ongelma puskaradioissa on se, että niissä ei ole on-off-nappia. Uutistyhjiön täyttymisessä tämä näkyy selkeimmin, sillä puskaradion avulla voidaan helposti lähteä arvuuttelemaan ja spekuloidaan asioita. (Åberg 2008, 111–112.)

”Puskaradio soi kaiken päivää, kun olen työhuoneessani.”

”Joskus huhut voivat olla tärkeitä. Useimmiten kuitenkin vain haittaavat ja vääristävät käsityksiä.”

Toisaalta työtoverit työyhteisön viestintävälineenä on tärkeä viestintäkanava tai verkosto (Juholin 1999, 145). Työyhteisöihin muodostuu aivan luonnostaan erilaisia sisäisiä piirejä ja verkostoja. Ne muodostuvat samojen asioiden äärellä toimimisesta, yhteisistä tavoitteista ja kiinnostuksen kohteista. Verkostoituminen kuuluu olennaisesti asiantuntijuutta vaativaan tietotyöhön ja on vaikea kuvitella, että nykypäivänä työtä voisi tehdä ilman verkostoja ja vuorovaikutusta. Verkostoilta löytyy aina perusinhimillinen keskustelun ja juoruilunkin ominaisuus. (Juholin 2008, 75.)

”Puskaradio luo yhteenkuuluvuuden tunnetta, sitouttaa meidät tekemään työtä yhteisen hyvän puolesta ja saa usein vaikeatkin tilanteet tuntumaan siedettäviltä.”

Usein puskaradiosta puhutaan kovin kriittiseen sävyyn ja sitä pidetään uhkana toiminnalle. Näin ei kuitenkaan välttämättä ole, sillä verkostoissa tapahtuva tiedonvaihto ja vuorovaikutus ovat oikeastaan tärkeämpää organisaation toimivuuden ja henkilöstön motivaation kannalta. (Juholin 2001, 123.)

”Opetukseen ja opintosisältöihin liittyvää tietoa ja tiedonvaihtoa tulee mukavasti. Oleellista tietoa opiskelijoista ja heidän opintoihin vaikuttavista seikoista tulee myös hyvin.”

Puskaradio on oikeasti mainettaan parempi, sillä se on nopea ja usein myös luotettava väline (Åberg 2008, 108). Puskaradio täydentää sen ”oikean” viestinnän sanomaa ja usein viesti jopa välittyy nopeammin puskaradion välityksellä (Juholin 2001, 123). Oikeastaan hyvä tiedottaja tai esimies voi jopa hyödyntää puskaradiota tiedotuksen apuna,

sillä sisäinen viestintä edellyttää avointa ja nopeaa toimintaa. Puskaradiosta on tässä apua, sillä se toimii aina, kun tietoa odotetaan ja sitä ei saada tarpeeksi nopeaan ja riittävästi. Työyhteisöstä löytyy aina joku, joka vuotaa tietoa. (Siukosaari 2002, 100.)

”Puskaradio toimii aika tehokkaasti. Välillä informaatio on huhujen tasolla.”

4.2 Painettu viestintä

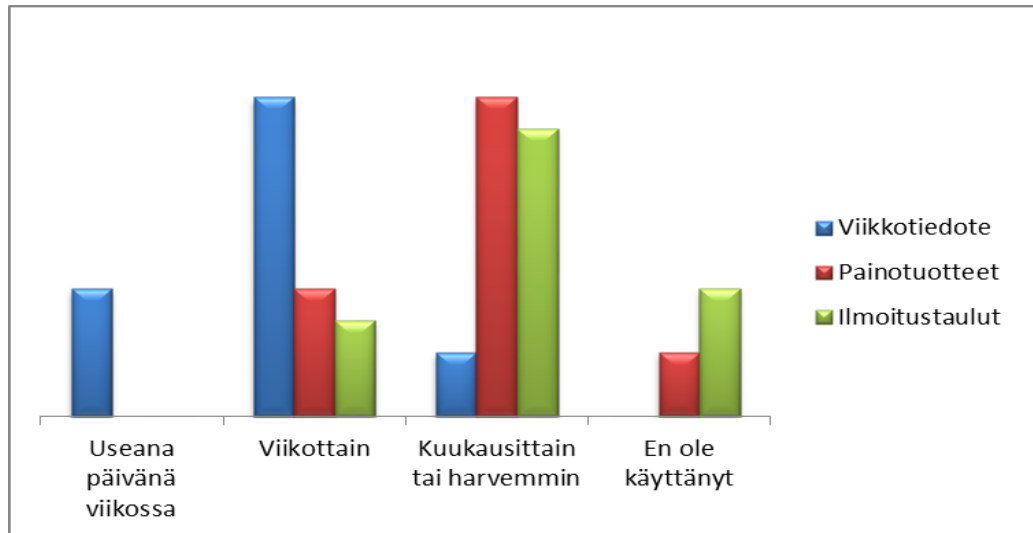
Sisäisen viestinnän välilliset, eli ei kasvokkain kommunikaatiota vaativat välineet, ovat myös varsin tärkeitä tiedon kulun kannalta. Niissä sanomat ja informaatio kulkevat välittävän materiaalin avulla ja useimmiten tämä materiaali on edelleen paperi, vaikkakin sähköiset levitystavat ovat myös osittain ottaneet valtaa tällä alueella. (Siukosaari 2002, 104.)

Painettu viestintä on ehkä jäänyt kehityksen jalkoihin. Erityisesti se on heikommillaan nopeutta vaativissa tilanteissa. Toisaalta viestin nopeuttamiseen on nykyisin käytössä useita eri kanavia ja viestiä vauhditetaan esimerkiksi sähköpostin tai internetin välityksellä. Onko siis ymmärrettävissä, että sähköinen viestintä korvaa kokonaisuudessaan painetun viestinnän? Tästä on puhuttu vuosia, mutta ainakaan itse en usko näin lähitulevaisuudessa käyvän. (Ikävalko 2011, 59.)

Tampereen ammattiopistossa on käytössä useita painetun viestinnän kanavia. Tiedotustilaisuuksien jälkeen ilmestyy sähköpostin välityksellä viikkotiedote, ilmoitustauluja on moneen eri tarkoitukseen (henkilöstölle sekä opiskelijoille). Painotuotteita on viime vuosina vähennetty, kuitenkin vuosittain laaditaan mm. opiskelijan opas, vuosikertomus ja markkinointiin liittyvää aineistoa. Tampereen ammattiopiston painetun viestinnän valikoimaa täydentää mm. Tampereen kaupungin tuottamat henkilöstölehdet.

”Painotuotteissa on eri TAO:n yksiköiden tietoja sekaisin, ei palvele opiskelijoita eikä opettajia. Tietoja lähinnä ulos- ei sisäänpäin.”

Painotuotteet ovat kyselyn mukaan myös viestinnän väline, johon tartutaan tai josta saadaan harvemmin tietoa (Kuvio 9). Syynä tähän voi olla esimerkiksi se, että painotuote usein täydentää suullista viestintää ja siihen palataan muistin virkistämiseksi.



KUVIO 9. Painetun viestinnän käyttö liiketalouden aikuiskoulutuksessa.

Ilmoitustaulut

Ilmoitustaulut ovat yksi vanhimmista sisäisen viestinnän välineistä ja kuitenkin edelleen käyttökelpoinen väline, vaikkakin sen rooli viestinnän kanavana on vähentynyt verkkoviestinnän myötä. (Siukosaari 2002, 106–107; Juholin 2001,137.)

Ilmoitustaulu on myös väline, joka joko ohitetaan nopealla vilkaisulla tai toimii pysyvän tiedon lähteenä. Jos yhteisön jäsenet tietävät, että ilmoitustaulu on ajan tasalla, voi pii-pahdus olla pitempiaikainen. (Siukosaari 2002, 106–107.)

”Vain opettajien kahvihuoneessa luen taulua.”

Ilmoitustaululle voidaan sijoittaa tiedotteita ja muita tiedoksi saatettavia materiaaleja. Ilmoitustaulu ei kuitenkaan välttämättä ole nopea viestinnän väline ja siitä tulee helposti sekalaisten lappujen koontipiste, josta on vaikea hahmottaa uusia ja myös tärkeitä viestejä. Ilmoitustaululle kannattaakin nimetä hoitaja, jotta sen päivittäminen pysyisi jollain muotoa hallinnassa. (Ikävalko 2001, 67.)

”Vain pakollinen ilmoitustaululle.”

”Toimii, jos tiedotteet laitetaan ilmoitustaululle.”

Ilmoitustaulujen käytössä on hyvä muistaa, että ne rakentavat myös yhteisökuva, koska ovat sekä talon sisäisten että ulkoisten asiakkaiden nähtävissä. Niinpä ilmoitustauluille ei kannata kiinnittää salaista tietoa ja on hyvä myös pitää kiinni siististä ulkoilmeestä. (Siukosaari 2002, 108.)

Tiedotteet

Tiedote on yksi sisäisen viestinnän perustyökaluista (Juholin 2001, 138). Tiedote tarkoittaa tietojen yhdistämistä tiedottamista varten. Tiedotteessa on sanoma tai sanomia, jotka ovat uutisia henkilöstölle. (Siukosaari 2002, 104.)

Hyvän tiedotteen perusvaatimuksena on se, että se on informatiivinen, yksiselitteinen ja ymmärrettävä. Tiedotetta ei kannata väsäätä kiireessä vaan paneutua asiaan huolella. Tiedote kannattaa myös antaa muille luettavaksi ennen suurempaa julkaisua, jos haluaa varmistuksen viestin selkeydestä. (Juholin 2001, 138.)

”Tähän voisi enemmän laittaa tietoa aikuiskoulutuksen asioista.”

Tiedotteen tehtävänä on antaa perusinformaatiota, jota täydennetään kasvokkain tapahtuvan viestinnän avulla. Tiedote voi myös toimia esimerkiksi kokouksessa annetun tiedon virallistajana. (Juholin 2001, 138.)

”Ei juurikaan aikoa asioita.”

”Yleistä tietoa koko Sammonkadun toimipisteelle.”

Sisäisen tiedotteen pituudelle ei ole olemassa valmiiksi määriteltyjä rajoituksia ja suosituksia, mutta kannattaa silti saada ne mahdollisimman tiiviiksi. Sisäisen tiedottamisen ideana on, että asiat informoidaan sitä mukaa kun ne ilmenevät, joten tiedotteessa olisi hyvä olla mahdollisimman vähän asioita. Sisäisen tiedotteen olisi hyvä olla tyyliltään tuttavallinen kuin jäykän arvokas. (Ikävalko 2001, 64–65.)

Henkilöstö- ja tiedotuslehti

Henkilöstölehti on paitsi sisäisen viestinnän väline, mutta myös käytettävissä tiedotus-, mielipide- ja kyselyvälineenä sekä ilmoitustilana. Henkilöstölehdellä on määritellyt ajankohdat, jolloin se julkaistaan ja se on luonteeltaan enemmänkin aikakauslehtimäi-

nen. Henkilöstölehden tärkeimpänä tehtävänä on luoda taustaa organisaation tapahtumille, mutta usein lehdessä on juttuja jo menneistä tapahtumista. (Ikävalko 2001, 68.)

Henkilöstölehden toimiminen sisäisessä tiedonjaossa vaatii yhteisön ja siinä toimivien henkilöiden panostusta. Huonoa lehteä ei lue kukaan ja sen rooli viestittäjänä ja yhteistoiminnan kehittäjänä vaarantuvat. (Siukosaari 2002, 108.)

Henkilöstölle jaettavan lehden rooli voi olla enemmänkin tiedottava, jolloin kannattaa puhua tiedotuslehdessä. Tiedotuslehti eroaa tiedotteesta säännöllisyytensä takia. Tiedotuslehti ilmestyy usein tiiviimmässä aikataulussa kuin henkilöstölehti. Sisällöltään molemmissa voi olla toisiaan sivuavia asioita; molemmat kertovat yhteisön ajankohtaisista tapahtumista, tilaisuuksista, uutisista ja muista ilmoitusluontoisista asioista. (Siukosaari 2002, 110–111.)

Tampereen ammattiopistolla ei tällä hetkellä ilmesty omaa henkilöstölehteä, mutta koska olemme osa Tampereen kaupunkia, saamme kaupungin työntekijöille tarkoitetun henkilöstölehden. Lehti pitää sisällään asioita Tampereen kaupungin ajankohtaisista asioista sekä eri yksiköiden esittelyjä. Kyselyyn en huomannut tätä välinettä ottaa mukaan, mutta omakohtaisen kokemuksen perusteella tämä kanava ei tuota paljoakaan meidän työssä tarvittavaa tietoa ja informaatiota.

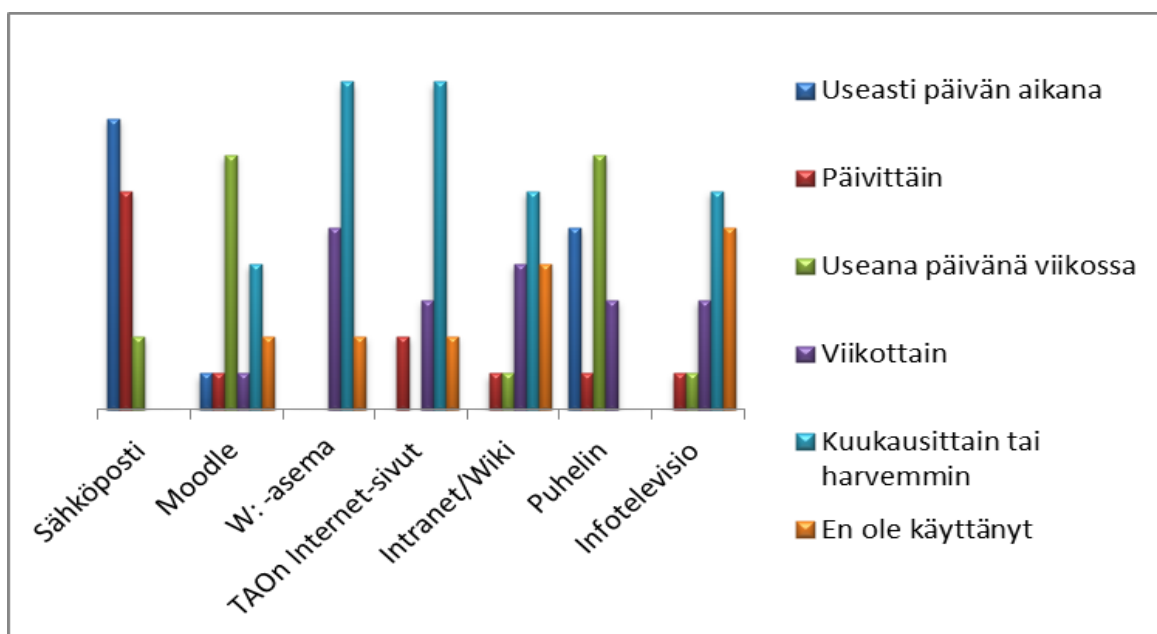
4.3 Sähköinen viestintä ja verkkoviestintä

Verkkoviestintä on kasvanut 1990-luvulta lähtien räjähdysmäisesti ja nykyään voidaan sanoa, että tietokoneesta on tullut työpöydän sähköinen jatke. Toisaalta tietokone ei ole enää vain työpöydällä oleva kapine, vaan se kulkee myös ihmisten mukana ja näin ollen viestinnän kasvua lisää liikkuvuus. Näin ollen tieto on saavutettavissa kannettavien tietokoneiden, kämmenmikrojen, tablettien, kännyköiden ja kuka tietää minkälaisen tulevaisuuden työvälineiden avulla. (Åberg 2008, 77.)

Usein sanotaan, että verkossa tapahtuva viestintä on persoonattomampaa ja värittömämpää kuin henkilökohtainen viestintä, eikä sillä voi korvata kasvokkain tapahtuvaa vuorovaikutusta. Nykyisellään verkkoviestinnän välineet ovatkin usein täydentäviä viestinnän välineitä. (Koskela 2007, 127.)

Sähköisten viestimien osalta kehitys on ollut nopeinta ja niin sanottu bittiviestintä voi olla myös suullista viestintää nopeampaa. Sähköisissä viestimissä myös raja sisäisen ja ulkoisen viestinnän osalta on selvimmin hämärtynyt. Sähköisen viestinnän uusimpia välineitä ovat esimerkiksi sähköposti, intranet, wiki-ympäristöt, internet ja videoneuvottelut. Vanhempia metodeja ovat mm. puhelimet ja faksit. (Åberg 2002, 104.)

Viime vuosien aikana on hyvinkin voitu puhua jopa sähköisestä villityksestä monessa työyhteisössä. Uusia ohjelmia ja välineitä tulee jatkuvasti markkinoille ja niitä otetaan käyttöön yhteisöissä. TAO ei ole poikkeus tässä, vaan käytössä on niin Internet, Moodle, Wiki, Intranet kuin ConnectPro:kin. Lisänsä soppaan tuo vielä mm. Tampereen kaupungin intranet Loora. Mikä niistä sitten on oikea (Kuvio 10)? Välineiden lisääntyminen näkyy usein päivittäisessä työssä, jossa sähköpostit, tekstiviestit ja puhelut usein katkaisevat työn ja ajatuksenkulun (Åberg 2008, 78).



KUVIO 10. Sähköisten viestimien käyttö sisäisessä viestinnässä liiketalouden aikuis-koulutuksessa.

Verkkoviestinnän ehdottomasti tärkein ominaisuus on se, että viesti tavoittaa näillä keinoilla samanaikaisesti suuren joukon vastaanottajia ja vastaanottajilla on mahdollisuus antaa välitöntä. Verkkoviestinnän puolesta puhuu myös se, että viestit ja tiedot ovat usein saatavissa myös työpaikan ulkopuolella. (Siukosaari 2002, 205.)

Vaikka verkkoviestintä mahdollistaa sosiaalisen vuorovaikutuksen, ei se aina ole reaaliajassa eli tässä ja nyt tapahtuvaa viestintää kuten kasvokkain tai puhelimesta tapahtuva viestintä on. Tämä seikka sallii viestinnässä paremman kontrollin ja mahdollistaa viestien tarkemman muotoilun ja näin ollen viestien lukeminen ja ymmärtäminen helpottuu. (Åberg 2008, 113–114.)

Verkkotekstin lukemista voidaan hyvinkin verrata sanomalehden lukemiseen, sillä lukeminen muotoutuu sen mukaan, mihin lukija tarpeensa, kiinnostuksensa tai päähänpihtonsa perusteella tarttuu. Lukija helposti vaeltelee otsikosta toiseen ja lukee pätkän sieltä ja täältä. Verkkoon kirjoittamiseen tulee valmistautua huolella ja pohtia tarkasti keille kirjoittaa, mitä kirjoittaa, miksi ja miten kirjoittaa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 45.)

Verkkoviestinnän suurin ongelma on se, että tietoa tulee paljon ja se aiheuttaa tietoähyä. Toisaalta juuri samoilla välineillä pystytään torjumaan ja hallitsemaan liiallista tietotulvaa. Verkkoviestinnässä pärjää parhaiten laadulla, ei määrällä. (Siukosaari 2002, 205.)

Tietotulvaa voi hallita seuraavasti

- käytettävyydeltään hyvällä intranetillä,
- sopimalla sähköpostin käytöstä ja etiketistä,
- sopimalla, mitä välineitä käytetään missäkin tilanteessa ja
- parantamalla verkkokirjoitustaitoja

(Siukosaari 2002, 209).

Verkkoviestintää ei kuitenkaan pidä nähdä vain viestien jakelukanavana, vaan se toimii myös kommunikointivälineenä. Verkkoviestimien avulla voidaan esimerkiksi ryhmätyötä hallita yli verkon videokonferensseineen ja jaettuine työpöytine. Vaikka verkkoviestintä tällä hetkellä tuntuukin jopa ahdistavalta välinpaljoudelta, on siihen liittyvistä välineistä varmasti tulevaisuudessa enenevässä määrin hyötyäkin. (Juholin 2001, 142.)

Puhelin

Puhelin on yksi viestinnän perusvälineistä, joka mahdollistaa sekä sisäisen että ulkoisen viestinnän (Juholin 1999, 158). Puhelin mielletään ehkä kuitenkin enemmän ulkoisen kuin sisäisen viestinnän kanavaksi, mutta toisaalta se on erinomainen väline myös nopeasti tietoa välittävänä välineenä sisäisessä viestinnässä.

”Perinteinen väline, jota voisi toki alkaa hyödyntää nykyaikaisemminkin.”

Puhelimen ehdottomana etuna on juuri nopeus. Nykyisin puhelinkeskusteluita tosin korvataan helposti sähköpostiviestien avulla, mutta toisaalta puhelin on historian saatossa kyennyt muuntautumaan nykyviestinnän tarpeita vastaavaksi. Esimerkiksi kännykät tekstiviestimahdollisuuksineen ja erilaiset pöytäpuhelimien lisälaitteet, kuten vastaaja, ovat tuoneet uusia mahdollisuuksia kommunikointiin puhelimen välityksellä. (VirtuaaliAMK 2012.)

”Nykyisin paras henkilökohtaisen viestinnän kanava.”

Sisäinen radio ja televisio

Sisäinen radio ja/tai televisio voisivat olla yksi tehokkaimmista ja nopeimmista sisäisen tiedotuksen välineistä. Kuitenkin edellytyksenä on, että vastaanottimia on tarpeeksi ja niitä hyödynnetään oikealla tavalla. Suurin ongelma taitaa olla siinä, että sisältö näissä voi jäädä hyvinkin pinnalliseksi ja vaikutusta tulee usein täydentää esimerkiksi laittamalla ilmoitustaululle saman informaation. (Ikävalko 2001, 63.)

”Ehdottomasti voisi paremmin hyödyntää.”

”Hidas, vaikea päivittää.”

Tässä näkisin todellisen mahdollisuuden, jos sitä alettaisiin hyödyntää kunnolla.”

Toisaalta sisäisiä radioita ja televisioita on yhä harvemmassa organisaatiossa. Radion rooli on lähinnä enää vain muistuttaa jostain tärkeästä tapahtumasta kuulutuksen muodossa, lisäksi sitä käytetään hätätiedotuksissa. Sisäinen televisio puolestaan toimii nykyisellään lähinnä ohjaavassa työssä ja välittää kiinteää tietoa talon tapahtumista, varsinaista tiedotustyyppistä ohjelmaa niistä harvemmin nähdään. (Siukosaari 2002, 118.)

Tietokoneen kansiopolut, TAOn Sammonkadun yhteinen asema

Tietokoneella olevat kansiot ovat tietojen säilytyspaikkoja, jotka auttavat ihmisiä ja organisaatioita pitämään tiedostot ja asiakirjat järjestyksessä. Jokainen tietokoneen tiedosto on tallennettu kansioon, ja kansioissa voi myös olla alakansioita. (Microsoft.com 2012.)

Sammonkadulla on ollut tietojen jakamisen kanavana yhteinen asema (W:). Aseman käyttö on hieman haasteellista, sillä opettajat ja tukipalvelut toimivat eri verkoissa. Asema on hallinnon verkossa, joten siinä päässä käyttö onnistuu hyvin. Opetusverkossa joutuu asemalle usein kirjautumaan erikseen ja silloinkin pääsy voi olla estetty. Asemalle ei myöskään pääse työpaikan ulkopuolelta. Aseman rakennetta on vuosien saatossa pyritty selkeyttämään, mutta silti siellä on kansioita kansioiden perässä. Tiedonhaku on siis haastavaa.

”On turhan monen polun takana. Asiat vähän hajallaan – kaipaisin selkeyttä ja yhtä paikkaa, missä olisi kaikki mahdollinen.”

”Kansiorakenne on hankala ja tiedot hautautuvat. Ei voi käyttää etänä.”

”Se on hierarkisesti hyvin rakennettu, monipuolinen. Tunnen sen sisällön, löydän minua koskevat asiat ja tallennan sinne tietoa.”

Internet

Internet on avoin verkko, jonka avulla voidaan välittää tekstiä, kuvia, grafiikkaa, ääntä ja liikkuvaa kuvaa. Internet koostuu useista eri palveluista, kuten www-sivut, sähköposti, intranet, verkkokeskustelualueet, blogit ja tiedonsiirtoon liittyvät palvelut. (Siukosaari 2002, 207.)

Internet mielletään usein enemmänkin ulkoisen viestinnän kanavaksi, mutta vaikka se ei varsinaisesti ole vain kirjallisen viestinnän väline, tarjoaa se runsaasti mahdollisuuksia sisäisten viestinnän kirjallisen ja suullisen kanavien yhdistämiseen. Internet onkin vaihtoehtoinen viestinnän ja vuorovaikutuksen väline vanhojen viestintävälineiden rinnalla. (Siukosaari 2002, 207.)

Internet on nykyisellään monien ihmisten arjen työkalu. Sieltä on sujuvaa ja nopeaa kerätä informaatiota ja hyvin tehdyt sivut ovat kuin aarre, josta löytyy runsaasti informaatiota. Yhteisön internet-sivut ovat myös kuin näyteikkuna, jonka kautta niin sisäiset kuin ulkoisetkin asiakkaat saavat informaatiota ja mielikuvia yrityksestä. Asiakkaiden tarpeet ja kokonaisvaltainen palveluprosessi on otettava huomioon, kun internet-sivuja rakennetaan. (Ojanen 2003, 79; Siukosaari 2002, 208–209.)

Internet on myös paljon muuta kuin vain yrityksen omat internet-sivut. Verkossa on mahdollista osallistua mm. reaaliaikaisiin keskusteluryhmiin, ottaa kantaa, kuunnella musiikkia, lukea lehtiä, tilata tuotteita, puhua puheluita, käydä kauppaa, osallistua videoneuvotteluihin, etsiä seuralaista, asioida viranomaisten kanssa ja pelata pelejä. Mahdollisuudet ovat rajattomat ja niitä tulee jatkuvasti lisää ja vanhoja toimintoja kehitetään. (Koskela ym. 2007, 134.)

Työyhteisön kannalta yksi tärkeä viestinnän ominaisuus on verkkoneuvottelut. Verkkoneuvotteluissa osallistujat näkevät toisensa tai ainakin kuulevat toisensa ja näin ollen keskustelu tapahtuu perinteiseen tapaan. Lisäksi viestiä voi tehostaa verkkokeskustelujen avulla. Myös ennen faksilla tai paperilla välitetty viesti saadaan paremmin eteenpäin esimerkiksi sähköpostin tai WWW-sivujen välityksellä. (Lohtaja ym. 2007, 51; Siukosaari 2002, 207.)

”TAOn internet-sivut on todella byrokraattinen ja keskitetty kanava, ei palvele ketään.”

”TAOn tiedotuskanava suurelle yleisölle, ei henkilöstölle.”

Sähköposti

Sähköposti on yksi internetin suosituimpia palveluita (Alasilta 2000, 81). Se on tavallaan syrjäyttänyt ilmoitustaulut sisäisen viestinnän välineenä, sillä kaikki olennainen kirjallinen tiedotus ja myös kommunikaatio tapahtuu nykyisin sähköpostitse. Sähköposti onkin verkkoviestinnän käytetyimpiä välineitä. Jos sähköpostia ei lue ja arkistoi, jää pian täysin ulkopuoliseksi organisaation tapahtumista. (Jussila & Leino 2001, 80; Koskela ym. 2007, 127.)

”Mielestäni paras tiedottamiskanava, koska kaikki lukevat sähköpostia säännöllisesti.”

Sähköposti on nopea ja halpa tapa välittää tietoa. Sähköposti sellaisenaan on hyvä keskinäis- ja ryhmäviestinnän väline, jolla periaatteessa pitäisi saada kaikki työyhteisön jäsenet kiinni. Poikkeuksia toki aina löytyy joukosta. (Siukosaari 2002, 119, 212.)

Rutiiniviestinnässä sähköposti toimiikin hyvin ja siihen voi luottaa. Sähköposti hukkuu vain harvoin ja välitetystä tiedosta jää jälki muistiin. Sähköposti soveltuu hyvin kiireellisten viestien välittämiseen ja keskusteluun. Parhaimmillaan sähköposti on lyhyt ja

yksinkertainen ja viestin voi lukea ruudulta nopeasti sekä vaivattomasti. (Alasilta 2000, 81; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2001, 47.)

Sähköposti on myös yhteistyön väline, jonka avulla esimerkiksi yhteisten sisältöjen työstäminen käy vaivattomasti. Viestien määrä on kuitenkin päivittäin valtava ja kaikkea ei välttämättä ehdi käsittelemään ajallaan. Turhat viestit usein vain ärsyttävät vastaanottajaa. (Siukosaari 2002, 212.)

Sähköpostiviestinnän voi periaatteessa jakaa kolmeen eri luokkaan

1. ilmoitustaulutyypiset viestit,
2. postinkantajaviestit (vanhat tiedot tai liitetiedostot tiedoksi tai toimenpiteitä varten tyyliset viestit) ja
3. dialogityyliset keskustelut.

(Juholin 2008, 77; Koskela ym. 2007, 128.)

Sähköpostin räjähdysmäinen kasvu on kuitenkin vienyt pohjaa välineen käytettävyydeltä. Ihmiset lähinnä ahdistuvat jatkuvasta viestien tulvasta ja jos viestejä tulee runsaasti päivittäin, laskee viestinnän teho. (Juholin 2008, 77.)

Sähköposti on tehokas väline, kun

- a) se on kaikkien ulottuvilla ja käytettävissä ja
- b) kaikki osaavat sitä oikeasti käyttää.

(Ikävalko 2001, 66).

Mutta voiko sähköposti toimia myös tulppana sujuvan viestinnän ketjussa ja hidastaa kehityksen kulkua? Kahdenkeskiset viestienvaihdot saattavat jäädä nimensä veroisesti kahdenkeskisiksi ja organisaation viestinkulku ei saavuta kaikkia osallisia. Sähköposti voi toimia myös suoran vuorovaikutuksen tulppana ja helppona piiloutumisvälineenä. Sen taakse voi olla helppo vetäytyä suojaan. (Soininen, Wasenius & Leponiemi 2010, 59; Alasilta 2000, 89.)

Sähköpostin vahvuus eli nopeus ja näennäinen vaivattomuus voivat olla myös sen kiros. Sähköpostia on helppo lähettää ja sen vuoksi viestejä saatetaan lähettää ajattelematta, turhaan, varmuuden vuoksi, liian monelle ja vahingossa väärille vastaanottajille. Myös kirjoitustapa vaikuttaa, vapaa-ajan ja työkirjoittamisen raja on häilyvä. Sähköpos-

ti onkin nykyisin suuri syyllinen siihen, että nykyihminen on hukkumaisillaan informaation ylitarjontaan. Näin ollen sisällöt muuttuvat helposti saasteeksi, jos jakelu on suuri. (Koskela ym. 2007, 129–130; Alasilta 2000, 90.)

Sähköpostin käyttöä kannattaisikin aina pohtia huolella. Välillä on hyvä pysähtyä ja käydä läpi lähetetyt viestit ja pohtia, mitkä niistä olisi voinut kokonaan jättää lähettämättä. Jako pysyvän ja kertakäyttöisen tiedon viestintäkanavan välille tulee tehdä selväksi. Pysyvä ja avoin tieto on hyvä laittaa vaikka vain intranettiin. (Alasilta 2000, 91.)

Vaikka sähköposti ei ehkä ole kuitenkaan se kaikkein rakastetuin tai edes toimivin sisäisen viestinnän väline, tulee se silti jatkossakin säilyttämään roolinsa osana viestintäjärjestelmää. Raskaiden liitetiedostojen lähettäminen ei tulevaisuudessakaan tule olemaan kovin tehokasta viestintää, mutta sähköpostia voi hyödyntää sanoman perillemenossa ja viestittää asianomaisille, mistä hallitusta järjestelmästä tieto löytyy. (Jussila & Leino 2001, 86.)

Intranet, verkko-oppimisalustat ja wiki-ympäristöt

Intranet, erilaiset verkko-oppimisalusta ja wiki-ympäristöt ovat työyhteisön sisäisiä tietoverkkoja. Nämä kaikki toimivat internet-verkon sisällä ja ovat yleensä huomattavasti laajempia kuin saman yhteisön julkiset internet-sivut. (Siukosaari 2002, 209–210.)

Intranet, wikit ja verkko-oppimisympäristöt tarkoittavat organisaation käyttöön tarkoitettuja verkkoja, joihin yhteisön jäsenet itsenäisesti tuottavat sisältöä. Nämä tarjoavat yhteisöille välineen avoimeen tiedonvälitykseen ja jos sivut saadaan toimivaksi, pystytään niiden avulla välttämään päällekkäistä työtä. (Alasilta 2000, 251; Siukosaari 2002, 209–210.)

”TAOn tasolla intranet on toimivin, mutta ei oman toimipisteen tasolla.”

”Taas yksi kanava, jota pitäisi ehtiä seuraamaan.”

”Moodle on hyvä foorumi asioiden kannalta, mutta ohjelmisto kömpelö.”

Sisäisessä verkossa toimivat alustat ovat muodostuneet useassa yhteisössä tärkeimmäksi tai toiseksi tärkeimmäksi tiedonetsinnän kanavaksi (Juholin 2001, 124). Tämä johtuu

usein siitä, että hyvin toteutettu intranet tai vastaava ympäristö tukee organisaation työntekijöiden välistä kommunikaatiota ja tarjoaa välineen sisäisen tiedon ja ajatusten vaihtoon (Jussila & Leino 2001,84).

Intranet ja siihen rinnastettavat välineet eivät kuitenkaan vielä nykyisellään ole saaneet odotettua yhteisöllisen foorumin roolia. Suhtautuminen siihen vaihtelee. Osalle intranetissä käynti tarjoaa päivittäisen rutiinin ja ratkaisun tiedonhankintaan. Toisille taas se on melkoista pakkopullaa ja turhauttava kokemus, sillä oikean tiedon löytäminen voi olla vaikeaa ja monen mutkan takana. (Juholin 2008, 77–78.)

”Kovin on etäinen, onko siellä vielä meille mitään.”

”Jostain syystä en pidä intrasta. Se on edelleen kömpelökö, etuna tietty se, että sinne pääsee myös kotikoneelta.”

Sivuja tuottaa usein useampi ihminen ja yhteisön olisikin hyvä sopia yhteisestä linjasta, jotta navigoinnin logiikka pysyisi samanlaisena. Usein tämä on kuitenkin varsinkin isoissa organisaatioissa hankala toteuttaa. Jos käyttäjäystävällisyys unohtuu, on tuloksena helposti informaation megavarasto, josta kukaan ei löydä mitään ja jonka sisällöstä kenelläkään ei ole mitään käsitystä. Intranet voi olla siis ehtymätön tiedonlähde tai ongelmajätettä. (Siukosaari 2002, 209; Alasilta 2000; 253.)

”On liian monta moodlea ja kotipesää.”

”Pitäisi käydä tusinalla eri moodlella katsomassa, koskeeko joku asia minua.”

Yhteisön sisäiset sivut voi olla esimerkiksi tiedon etsimisen apuväline, tietovarasto, keskusteluareena tai oppimisympäristö. Sinne voi sijoittaa paljon yhteisön tarvitsemaa tietoa, kuten

- organisaation tiedotus- ja uutistuotanto,
- sähköiset ilmoitustaulut ja kalenterit,
- sisäiset hakemistot,
- työohjeita,
- tuotteita tai palveluita koskevaa tietoa,
- sisäinen puhelinluettelo,

- henkilöstöön ja työsuhteeseen liittyvää asiaa,
- yhteisön perustietoja,
- markkinointiaineistoa,
- muistot ja muut asiakirjat sekä
- osastojen ja projektien omat sivut.

(Jussila & Leino 2001, 81–83; Siukosaari 2002, 210.)

Verkko ei ole pelkästään tiedon säilytyksen ja jakamisen väline, vaan sitä voidaan hyödyntää myös oppimisen tukemisessa. Materiaalit on verkossa helppo pitää ajan tasalla ja lisätietoja voidaan tarjota linkkeinä muualle verkkoon. Nykyisin olennaista intranetille, verkko-oppimisympäristöille ja wikeille on se, että niissä on mahdollisuus suoraan vuorovaikutukseen, palautteeseen ja ohjaukseen. (Siukosaari 2002, 211.)

5 SUUNNITELMASTA SUJUVAAN VIESTINTÄÄN

Viestintä on siis yhteisön voimavara, resurssi ja sen takia sitä on suunniteltava, johdettava ja valvottava (Åberg 2000, 225). Viestinnän päätehtävänä on ennen kaikkea yrityksen liiketoiminnan tukeminen. Tämän takia viestinnän, niin ulkoisen kuin sisäisenkin, suunnitteluun kannattaa keskittyä huolella. Jos viestintää ei suunnitella, tulee siitä helposti sattumanvaraista ja puskaradio alkaa pyörimään tiuhaan tahtiin. (Lohtaja ym. 2007, 91, 93.)

Sisäisen viestinnän organisointi on riippuvainen organisaation toiminnasta ja kulttuurista. Yhä useammalla yrityksellä on käytössä talon sisäinen verkko ja intranet, joista on saatavilla yhteisöä koskevaa tietoa valtaiset määrät. Ongelmana on vain se, että tietävätkö ihmiset missä sitä tarvittavaa tietoa on? Ja mikä on sellaista tietoa, jota aktiivisesti henkilöstölle tarjotaan ja mitä heidän tulee itse etsiä? (Juholin 2001, 121.)

Tiedon jakaminen ja vuorovaikutus ovat myös haasteen edessä tulevaisuudessa, sillä elämän rytmi tuntuu muuttuvan aina vain kiivaammaksi ja informaation määrä jatkaa vain kasvuaan. Tieto muuttuu ja vanhenee huimaa vauhtia ja tämä pitäisi pystyä ennakkoimaan viestintävälineiden ja -kanavien suunnittelussa. (Koskinen 2003, 27.)

Yksi tärkeimmistä kehittämisen lähtökohdista on asiakaslähtöisyys. Asiakaslähtöinen yritys on sekä fyysisesti ja henkisesti lähellä asiakasta ja tämä on ollut lähtökohtana TAOssakin uuden intranetin käyttöönotossa. Asiakaslähtöisyyden kolme avaintekijää ovat,

1. saavutettavuus,
2. vuorovaikutteisuus ja
3. arvotuotanto.

(Alasilta 2000, 269.)

Organisaatioissa tietoa säilytetään sekä manuaalisissa että digitaalisissa tietojärjestelmissä. Tieto voi olla hankalasti saatavissa, joten sen esille tuonti vaatii organisointia. Organisoinnin tavoitteena on mahdollistaa tiedonhaku sekä sen käyttö ja jakelu. Ei kuitenkaan riitä, että organisaatio kehittää tietotuotteitaan ja -palveluitaan niin että niistä tulee sisällöltään tarkoituksenmukaisia. Tietotuotteiden ja -palveluiden tulee olla toi-

minnallisesti käyttökelpoisia ja ne on tarjottava sekä jaettava oikein. (Huotari ym. 2005, 58–59.)

”Intraan tulisi laittaa tieto loogisten polkujen taakse niin, ettei tarvitse avalla alakansioita alakansioiden perään, huomatakseen olevansa ihan väärillä urilla.”

”Ei kovin moniportaisia rakenteita.”

”En osaa sanoa muuta kuin että helppokäyttöinen sen pitäisi olla, sillä pitää olla selkeä rakenne, ei kovin montaa klikkausta ennen kuin asiat löytyvät.”

”Selkeä, jotta tieto löytyisi helposti.”

Sisäisen viestinnän keskeinen tavoite onkin alusta alkaen ollut se, että henkilöstölle on saatava tieto samaan aikaan, samankaltaisena ja helposti. Lähtökohtana viestinnän kehittämässä on terve yhteisö, sillä viestinnällä ei voi poistaa muuta kuin tietämättömyyden ja tuntemattomuuden aiheuttamia ongelmia. Kaikki muut yhteisön ongelmat on ratkaistava muilla keinoilla. (Siukosaari 2002, 30, 119.)

Toisaalta kehittämisen lähtökohtana voi olla myös informaatioasteen vähentäminen ja keskittyminen työyhteisön jäsenien ymmärtämyksen lisäämiseen. Liiallinen infoähky lisää helposti stressiä ja uupumusta, eikä lisää tarvittavaa tietoutta. Saatu viesti siirtyy helposti sähköiseen tai mielen roskakoriin. (Juholin 1999, 38.)

Yhteisöjen ongelmana ja sisäisen viestinnän kehittämisen pohjalla on siis oikeastaan kaksi ääripäätä; liiallinen ja liian vähäinen informaatio. Vaikka tietoa olisi tarjolla, ei sitä välttämättä osata poimia tai ei tiedetä, mistä sitä saa. Se voi olla myös laadultaan heikkoa tai jopa käyttökeltvotonta. Viestinnän kehittämässä tulee ottaa huomioon, että kysynnän on kohdattava tarjonta. (Juholin 1999, 38.)

Sisäisen viestinnän kehittämisen suunnittelussa tulee huomioida sen tulevaisuuden haasteet. Näitä on periaatteessa neljä; tietojen liikkuvuus, saavutettavat tietovarastot, esimiehet ja satunnaisviestinnän mahdollisuudet. (Åberg 2002, 107–108.)

Monen yrityksen ongelmana on ja tulee olemaan, että tieto liikkuu liian vähän. Jos tieto ei liiku tarpeeksi, syntyy helposti uutistyhjiöitä ja ongelmana tällöin on, että puskaradiot

virittäytyvät täyttämään näitä syntyneitä tyhjiöitä. Puskaradiota onkin vähän vaikeampi sulkea ja hallita, joten paras tapa vetää matto tyhjen juorujen alta on nopea, aktiivinen ja luotettava sisäinen tiedotus. Liiallisen huhumyllyn seurauksena on helposti se, että huhu korvaa oikean tiedon ja pilaa sekä halvaannuttaa toimivan työyhteisön. (Åberg 2002, 107; Talouselämä 2008.)

”Aika tärkeä olisi nykyisen viikkotiedotteen kaltainen ajankohtaispalsta: mitä tällä viikolla on meneillään, kuka on missäkin, uutisia esim. koulutustilaisuuksista.”

Toinen haasteista eli saavutettavat tietovarastot puolestaan tarkoittaa sitä, että tietojen tulisi olla paikallaan ja tietoa tarvitsevan tulisi päästä niihin käsiksi silloin kun hänellä on tiedon tarve. Tällaisia tietoja voivat olla yleisessä esimerkiksi mielessä menettelyt sairaustapauksissa, henkilöstöedut ja yrityksen sisäinen puhelinluettelo. Yhteistä näille tarpeille on, että niitä voi olla vaikea ennakoida. (Åberg 2002, 107–108.)

Toisaalta juuri ennakointi sisäisessä viestinnässä on tärkeää, sillä siten voidaan säästää resursseja ja kanavoida energiaa työntekoon. Sisäisen viestinnän tehtävä ei ole vain sammuttaa tulipaloja vaan antaa eväitä avoimeen ja tulokselliseen toimintaan. (Talouselämä 2008.)

”Voiko sinne luotettavasti tallentaa myös kaikki asiakirjat, opiskeluilmoituslomakkeet, henkilökohtaistamista koskevat asiakirjat, suunnitelmat jne.?”

Todellinen haaste viestinnän toimivuuden osalta on esimiestyö. Pahin virhe sisäisen viestinnän toimivuudessa on se, että organisaation johto ja esimiehet eivät ota vastuuta viestinnästä. Lähiesimiehet ovat linkki oman yksikön ja koko muun yrityksen välillä. Esimiehen tiedotusvastuu on monitahoinen, toisaalta omaan yksikköön, mutta myös vastavuoroisesti oman yksikön näkökantojen viennissä muihin yrityksen alueille. (Åberg 2002, 108; Talouselämä 2008.)

Haasteena voi olla myös satunnaisviestintä, joka tarkoittaa fyysisiä tiloja, joissa henkilöstö voi tuoda esille ajatuksiaan ja luoda ilmaan villedä ideoita. Satunnaisviestinnän avulla usein saadaan uusia näkökulmia ja ratkaisuja asioihin. (Åberg 2002, 108.)

Näiden haasteiden lisäksi keskeistä sisäisen viestinnän kehittämässä on, että ei ole olennaista pitää kiinni aiemmista toimintatavoista tai kehittää niitä vaan myös etsiä uusia tapoja viestin perille saattamiseksi. Kokonaisuus ratkaisee. (Koskela ym. 2007, 98.)

Sisäisen viestinnän suunnittelu lähtee liikkeelle viidellä kysymyksellä:

1. Mitä? – Onko asiaa, eli viestittävää
2. Miksi? – Mitkä ovat meidän tavoitteet
3. Kenelle? – Keille me viestimme, ketkä ovat meidän asiakkaita
4. Milloin? – Koska viestitään, aikataulu
5. Miten? – Tapa, millä kohderyhmä yritetään tavoittaa

(Jussila & Leino 2001, 114).

Viestinnän suunnittelussa ja organisoinnissa on syytä pitää jalat tiukasti maassa ja unohtaa liian monimutkaiset järjestelmät. Mitä vähemmän on liikkuvia osia, sitä tehokkaampaa viestintä on. (Ikävalko 2001, 52.)

Toinen olennainen asia viestinnän suunnittelussa on tavoitteiden ja resurssien määrittelystä. Viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa on kyse valinnoissa ja niiden painotuksissa. Valitettava totuus on, että kaikkea ei voi, ei ehdi tai edes kannata viestiä. Keskitäminen on tärkeämpää. (Ikävalko 2001, 30–31.)

Tavoitteellisessa yhteisöviestinnässä on neljä eri työvaihetta, jotka ovat samanaikaisia ja nivoutuvat yhteen muodostaen jatkuvan ketjun:

1. **Selvitysten tekeminen**, eli selvitetään yhteisön toiveet, tavoitteet ja odotukset sekä yhteisön sisäinen ja ulkoinen yrityskuva.
2. **Suunnittelun ja päätöksen teon** vaiheessa kartoitetaan ja tarkistetaan yhteistyö sekä kohderyhmät ja laaditaan suunnitelmat.
3. **Toiminta, eli itse viestintä** on jatkuvaa, suunnitelmallista ja tavoitteellista. Jokainen yhteisön jäsen osallistuu viestintään ja kaikkien tehtävänä on välittää tarvittavaa tietoa.
4. **Tulosten arvioinnin** yhteydessä voidaan arvioida joko yksittäistä viestintätahtumaa tai suurempaa kokonaisuutta. Tämä vaihe on tärkeä jatkuvuuden, suunnittelun ja kehittämisen kannalta.

(Siukosaari 2002, 19–20.)

Viestinnän suunnittelussa ja kehittämisessä tulee huomioida, että välineet luodaan sanomia varten, eli huomioon on otettava välineen tavoitavuus ja perillemenon nopeus. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että lyhyen tähtäimen viestintään tarvitaan nopea media, kun taas pitkän tähtäimen suunnitelmista voi viestiä harvemmin ilmestyvässä mediassa. (Ikävalko 2001, 26.)

Nykyisin organisaatioissa on runsaasti viestinnän kanavia, mutta monipuolinen kanavatarjonta ei kuitenkaan takaa, että viestintä olisi tehokasta ja lisäisi tyytyväisyyttä. Keskenään kilpailevat kanavat, kuten verkko-oppimisympäristö, Intranet, wiki ja sähköposti, lisäävät tietoähkyä ja ylikuormitusta, minkä seurauksena olennaisen tiedon etsintä vaikeutuu ja muuttuu aikaa vieväksi. (Juholin 1999, 159.)

Sisäisen viestinnän suunnittelussa ja kehittämisessä tuleekin huomioida se tosiasia, että tiedon määrän kasvu on jatkuvaa ja tämä saattaa aiheuttaa yhteisön jäsenissä myös negatiivisia tunteita, sietokyky on ääri rajoillaan. Liiallinen tieto uuvuttaa ja hämmentää ja loppujen lopuksi kääntyy tehottomaksi viestinnäksi. On siis tarkkaan harkittava, mitä tietoa tarvitaan ja miten sitä jaetaan. Käytettäviä kanavia voi olla useita, mutta niistä tulisi saattaa yleiseen tietoon ne tärkeimmät. (Juholin 2001, 114; 1999, 159.)

Tehottomaksi viestinnän tekee myös liiallinen byrokraattisuus. Esimerkiksi osastokokoukset ovat usein rutiiniasioiden kertauspaikka, mutta usein ihmiset odottavat muutakin eli he haluavat kanavan, jonka avulla vaihtaa näkemyksiä, kokemuksia ja tietoa. Sisäisen viestinnän tuli olla siis mieluummin luovempaa ja joustavampaa. (Juholin 2001, 120.)

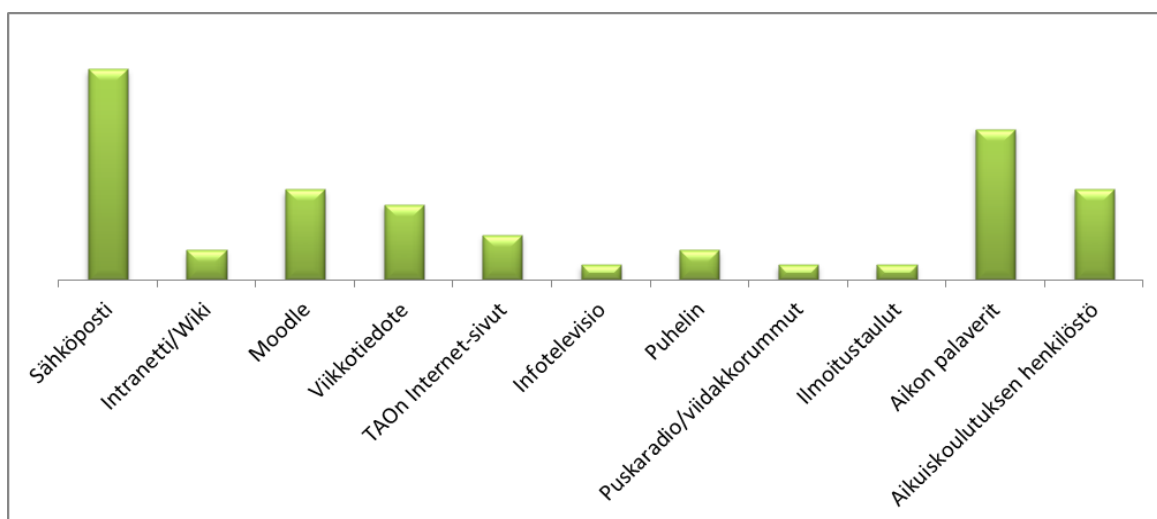
Sisäisestä viestinnästä onkin vaikea antaa yleisiä ohjeita, sillä liika byrokraattisuus ja saneltu toimintamalli ei välttämättä kohtaa yhteisön tarpeita. Viestintä onkin aina sidoksissa omaan yhteisöön, sen kulttuureihin ja päämääriin. Oma yhteisö on tunnettava, jotta viestintä saadaan palvelemaan sen tavoitteita. (Juholin 1999, 43.)

Hyvin hoidetulla viestinnän suunnittelulla ja koulutuksella henkilöstö saa

- valmiudet vastata erilaisiin kysymyksiin ja
- tarvittavaa tietoa ja me-henkeä, jotta he voivat itse alkaa kertomaan työyhteisöstään jopa ulkopuolisille elinpiireille.

(Siukosaari 2002, 128.)

Uudet toimintaympäristöt usein aiheuttavat vastustusta ja vanhoja välineitä saatetaan pitää viestinnässä parempina. Tampereen ammattiopiston moninaiset välineet saavat kannattajia, mutta yhteisössä ollaan myös avoimia uudelle. Kyselyn perusteella tietoja halutaan eniten sähköpostin välityksellä, mutta myös omissa palavereissa sekä suoraan henkilöstöltä (Kuvio 11). Huomattavaa on, että välineistä yhteinen asema ei saanut lainkaan kannatusta. Onko se siis turha?



KUVIO 11. Kanavat, joiden kautta pääsääntöisesti halutaan tietoa aikuiskoulutuksen asioista.

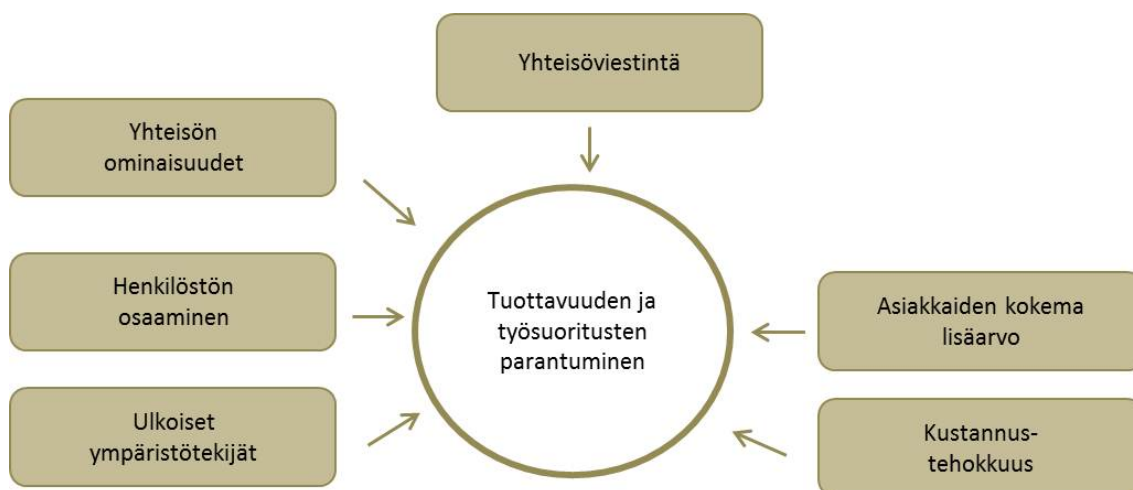
Mikään väline ei minun mielestäni ole kuitenkaan turha, ei edes yhteinen asema. Jos väline ei ole käytettävyydeltään paras ja toimiva, on hyvä pohtia uudelleen sen merkitystä ja toimintaa. Viestinnän voidaan sanoneen vaikuttaneen, kun nähtävillä on muutos vastaanottajissa ja muutos on saatu aikaiseksi. Suunnitelmat ja toiminta on saatava sellaiseen muotoon, että ne on ymmärrettävät ja osapuolet sitoutuvat käyttämään sovitteja viestinnän välineitä. (Åberg 2002, 160–162.)

Viestinnän vaikuttavuutta voidaan pohtia esimerkiksi seuraavien kysymysten avulla:

- Lisääntyivätkö tiedot?
- Muuttuivatko asenteet tai mielikuvat?
- Paraniko yhteistyö?
- Muuttuiko laatu?
- Saatiinko omia tavoitteita lävitse?

(Juholin 2001, 37.)

Tahto ja tavoitela sisäisen viestinnän kehittämässä voi olla suuri. Vaikka omassa työssäni ajankohtaista on viestinnän kanavien kehittäminen ja tarvittavan informaation määrittely, ei kannata unohtaa sitä perimmäistä tavoitetta. Viestintä tuleekin nähdä strategisena toimintona, jonka kriittisenä tekijänä on asiakastyytyväisyys sekä henkilöstön sitoutuminen, näin voidaan parantaa tuottavuutta ja työsuorituksia (Kuva 4). (Juholin 1999, 92.)



KUVA 4. Tuottavuuden ja viestinnän malli (Juholin 1999, 92).

Sisäistä viestintää kehitettäessä tulee myös huomioida se tosiasia, että nykyään alaiseltakin odotetaan omaa aktiivisuutta, itseohjautuvuutta ja oma-aloitteisuutta. Enää ei voi vain passiivisesti ottaa vastaan viestejä ja odottaa palvelua, vaan itse on osattava etsiä, löytää ja hyödyntää olemassa olevaa tietoa. (Åberg 2008, 110.)

5.1 Wiki-ympäristön eli intranetin sisällön suunnittelu ja toteutus

Tampereen ammattiopistossa johtoryhmä päätti 31.8.2011, että wiki-ympäristössä oleva intranet on oppilaitoksen virallinen ja ensisijainen sisäisen viestinnän ja tiedottamisen kanava. Wiki-ympäristö oli tätä ennen jo olemassa, mutta sitä käytettiin lähinnä TAOn internet-sivujen päivittämiseen. Kevään ja kesän 2011 aikana viestintä ja markkinointi aloitti intranetin työstämisen ja laati pohjan intranetille. Intranetin käyttökoulutukset järjestettiin lukuvuoden alussa ja tämän jälkeen aikuiskoulutuksen työryhmä lähti pohtimaan omien sivujensa sisältöjä.

Mikä wiki oikeasti on? Sana wiki tulee hawaijinkielisestä sanasta wiki wiki ja se tarkoittaa nopeaa. Wikit ovat yhteisöllisiä ensyklopedioita, joissa ihmiset jakavat toisilleen tietoa. Käytännössä wiki on siis verkkosivusto, jonka sisältöä käyttäjät voivat muokata. Sivustoilla on erinomaiset mahdollisuudet vuorovaikutteisuuteen, joten tämä ominaisuus yhdessä muutostentoon yksinkertaisuuden kanssa tekee wikeistä tehokkaan yhteisöllisen kirjoittamisen työkalun. (Haasio 2009, 35; Wiki 2012.)

Wikeistä tunnetuin lienee Wikipedia, joka on internetissä julkaistava vapaan sisällön sanakirja ja johon kuka tahansa voi lisätä ja muokata sisältöä. Wiki-tyyppisiä ratkaisuja käytetään myös intranet-sovelluksina. Wikejä voi hyvin yksinkertaisella ja tehokkaalla tavalla hyödyntää jäsentämään ja jakamaan yritykseen liittyvää tietoa sisäisesti, mutta joissain tapauksissa mutta myös ulkoisesti. (Soininen ym. 2010, 58–59.)

Wiki-ympäristöt ovat siis yhdessä tuotettavia verkkosivustoja, joiden ideana on, että tieto rakentuu ja jalostuu yhteisöllisesti (Juholin 2008, 77). Niiden vahvuutena on ajantasaisuus. Toisaalta sama vahvuus voi olla myös heikkous, sillä kuka tahansa voi periaatteessa kirjoittaa sinne mitä tahansa. On siis luotava yhteiset pelisäännöt! (Haasio 2009, 35.)

Intranetin päätehtävä on tukea ja myös kartuttaa organisaation osaamista. Kehittämistyötä tehdessäni olen pohtinut, onko meidän Wiki-ympäristömme sittenkään intranet vai onko se sittenkin ekstranet, joka on tavallaan kumppanuusverkosto. Ekstranet voidaan toteuttaa siten, että osia intranetistä avataan myös asiakkaille. Tunnusmerkkejä ekstranetissä ovat

- kiinteä osa yrityksen muuta internet-viestintää ja palvelua
- ei avoin kaikille (tunnusten takana)
- vähintään osa käyttäjistä organisaation ulkopuolelta.

(Alasilta 2000, 265.)

Toisaalta intranetiksi ja ekstranetiksi voi sanoa melkein mitä vain, joten onko sillä loppujen lopuksi merkitystä. Pidetään sitä kuitenkin intranettina, sillä se on vahvasti meidän organisaation näkemys wikissä olevasta työskentely-ympäristöstä.

Oli niin tai näin tärkeää on miettiä, miten Intranet sitten voi palvella organisaatiota ja edistää siellä tapahtuvaa oppimista? Intranetin perusominaisuudet ovat juuri niitä, joita

tässä kehittämistyössä tarvitaankin, mutta miten niitä voidaan hyödyntää itse kehitystyössä. Kehittämisessä tulee huomioida, että

- sisältö on ajantasaista
- sisältöä voidaan tuottaa ja käyttää joustavasti
- sisältö on avoimesti koko organisaation saatavilla
- mahdollisuus vuorovaikutukseen
- tukea ajattelulle ja ilmaisulle.

(Alasilta 2000, 259, 264.)

Sisällön suunnittelun yhteydessä pohditaan, mitä palvelussa halutaan tuoda esille ja mitä siellä ylipäättään voidaan tehdä. Uudet välineet helposti houkuttelevat erilaisiin kokemuksiin, joten tässä vaiheessa on hyvä saada myös loppukäyttäjiltä mielipiteitä siitä, mitä he haluaisivat sivuilta. (Siukosaari 2002, 217.)

”Wiki ideana on ok, jos sinne on helppo mennä ja se on loogisesti järjestetty. Jos tämän tehään, niin kaikki viestintä voidaan sinne viedä.”

”Esim. kuvavarastoa voisi olla. Pysyviä ohjeita kootusti yhteen paikkaan.”

”Jokin selkeä rakenne, kohderyhmät, tasot, asiat, laajuus ja tarpeellisuus.”

Mitä viestimme ja millä välineellä olikin yksi tärkeimmistä aivoriihiyöskentelyn lähtökohdista. Mitä tietoa ja informaatiota haluamme välittää eteenpäin? Tärkeimmiksi lähtökohdiksi muodostuivat ryhmämme keskustelujen pohjalta tavoitettavuus ja saavutettavuus.

Ryhmämme mielestä tässä aloitusvaiheessa tärkeintä oli, että sivulle pääsevät sekä kouluttajat, tukipalvelut ja opiskelijat. Sivuilta olisi tarkoitus löytyä toimipisteittäin ainakin tutkinnoittain koulukohtaiset opetussuunnitelmat, järjestämissuunnitelmat, lomakkeet ja markkinointiaineisto. Mikään näistä asiakirjoista ei ole sellainen, että se tulisi salata eri tahoilta. Toimipistekohtaisten sivujen lisäksi hallinnon asiakirjoille ja opintojen ohjaajille laadittiin omat sivunsa. Alkuvaiheessa opinto-ohjaajien sivuja lukuun ottamatta aikuiskoulutuksen intranet-sivuista oli siis tarkoitus muodostua lähinnä tietopankki, josta löytyisi jokaisen tutkinnon tärkeät perustiedot.

Visuaalisessa suunnittelussa pyrittiin siihen, että viestitään yhtenäistä yrityskuvaa. Niinpä jokaisen yksikön etusivu tehtiin samanlaisiksi. Etusivulta löytyy kuva toimipisteestä sekä avainhenkilöiden yhteystiedot.

Toisaalta suunnittelussa tulee ottaa huomioon, että sivut on saatava houkuttelevaksi, jotta yhteisön jäsenet kiinnostuisivat palvelusta. Lisäksi sivuja tulee ylläpitää jatkuvasti, sillä tieto ei kulkeudu sivuilla itsenäinään. Siksi yritysten on hyvä määritellä, kuka tai ketkä tietoja päivittävät ja syöttävät. Työryhmän ajatuksena oli, että toistaiseksi tietoja sivuille syötetään keskitetysti työryhmän jäsenien ominaisuudessa, jotta ilme saataisiin pysymään yhtenäisenä. Täysin tämä idea ei kuitenkaan ole toteutunut ilmeen eikä päivitystenkään osalta ja ei oikeastaan ole järkevää tai kustannustehokasta keskittää toimintaa vain muutaman ihmisen harteille. (Siukosaari 2002, 217.)

Digitaalisen verkkoympäristön ja oikeastaan ihan minkä vain viestinnän kanavan suunnittelussa ja toteutuksessa tulisi tarjota ratkaisu vastaanottajan konkreettiseen ongelmaan. Sisällön suunnittelun tulisi olla hallittua ja ottaa huomioon ainakin seuraavat asiat:

- sisällön yleisö,
- tavoiteltu reaktio ja
- sisällön muoto.

(Isokangas & Vassinen 2010, 67, 80.)

Kyselyyn vastanneiden vastauksista kuului, että uusi intranet on heille vielä vieras. Kysely jättikin isot aukot sisältötoiveiden osalta ja niinpä ensisijainen määrittelytehtävä jäi työryhmälle. Kuitenkin osallistava opastus ja yhteinen kehittäminen usein edesauttavat tiedon siirtymistä ja myönteistä mielialaa uutta kanavaa kohtaan. Kun yhteisön saa mukaan osallistumaan suunnitteluun, muuttuvat he motivoituneimmiksi ja sitoutuneiksi kanavan käyttäjiksi. Uusia sivuja ja palveluita on hyvä testauttaa käyttäjillä ennen julkistusta ja samalla kerätä heiltä mielipiteitä kehitystoimenpiteistä, rakenteesta ja tarjonnasta. Ylläpitäjien tulisi saada oletetut käyttäjät käyttämään palvelua ensin kerran ja sen jälkeen yhä uudestaan. Siksi lanseerauksella on tärkeä merkitys. (Siukosaari 2002, 218.)

Uuden ympäristön lanseeraus pitääkin toteuttaa huolella, jotta välttyttäisiin penseydeltä ja kyynisyydeltä uutta välinettä kohtaan. Asiasta tulee aidosti innostua, jotta päästään

parhaisiin tuloksiin. Tulevaisuuden näköpiirissä siintää motivaatiota, huippuosaamista, kilpailuetua jne. Vai onko tämä vain harhaa? (Alasilta 2000, 254.)

Suurin osa kouluttajista ei tainnut osallistua yleisiin intranet-koulutuksiin ja niinpä tärkeää oli alustavien sivujen laatimisen jälkeen näyttää kuinka intranet toimii ja keskustella sisällöistä ja toiveista myös kohderyhmän kanssa eli kouluttajien ja tukipalveluhenkilöstön kanssa. Opiskelijoiden tarpeiden määrittely jäi lähinnä harteille tässä vaiheessa. Keskustelu järjestettiin aikuiskoulutuksen palaverin yhteydessä ja intranetin vastaanotto oli tehdyn kyselyn jälkeen positiivinen yllätys. Ideoita sivujen kehittämistä tuli runsaasti ja niiden pohjalta lähdettiin edelleen työstämään sivujen antia.

Palavereiden jälkeen jokainen toimipiste on kehittänyt sivuja omien tarpeidensa mukaan. Sammonkadun eli oman toimipisteeni sivut on ehkä otettu tehokkaammin kuin muissa yksiköissä. Nykyisellään sivut sisältävät edelleen alun perin määritellyn tutkin-tojen perustiedot, mutta niiden lisäksi sinne on luotu aikuisopiskelijan työpaikkapankki, opiskelijoiden omat tietosivut sekä vain aikuiskoulutuksen henkilöstölle osoitetut suojatut sivut (Liite 2). Suojatuilla sivuilta löytyy mm. palavereiden muistioita, ohjeita ja aikatauluja.

Sivujen sisältöjen suunnittelussa otin huomioon TAO:n nuorisopuolelta löytyvän tiedon sekä vertailin sisältöjä Tampereen ammattikorkeakoulun intranettiin. Suoraan tarpeet ja tavoitteet eivät olleet rinnastettavissa, sillä meidän tarpeet jossain määrin poikkeavat näiden tahojen tarpeista.

Elämme edelleen yhteisöllisten kontaktien heräämisen vaihetta ja tulevaisuuden kehitys on edelleen pois päin vain verkkopalvelun passiivisesta ilmoitustaulu tai printtimedian verkosta luettava jatke. Yhteisöllisesti toiminnallinen palvelu tarjoaa ominaisuuksia, joiden avulla voidaan tehdä esimerkiksi yhteisöllisiä kuvahakuja, työryhmäkalerin muokkausta tai se voi tarjota vaikka vain keskustelun alueen työyhteisön jäsenille. (Soininen ym. 2010, 79.)

Ainoat elementit, jotka tällä hetkellä ovat vielä puutteellisia, ovatkin ajankohtaisista tapahtumista tiedottaminen sekä sosiaalinen vuoropuhelu. Sivujen ylläpito on suhteellisen haasteellista johtuen päivittäisten aikataulujen tiukkuudesta. Myös wiki-osaaminen on edelleen vain pienen porukan harteilla. Myös markkinointiaineiston ylläpitäminen

wiki-ympäristössä on jäänyt, sillä mm. esitteiden muokkaaminen on haasteellisempaa ja aikaavievempää wiki-ympäristössä kuin niiden säilyttäminen tavallisessa kansiossa.

Halukkuutta ja intoa sivujen kehittämiseen, hyödyntämiseen ja tiedon jakamiseen löytyy edelleen, mutta antaako tulevaisuus siihen mahdollisuutta. TAO on mm. sähköisten viestimien osalta jälleen muutoksen kourissa.

5.2 Muun sisäisen viestinnän kehittäminen

Kyselyn ja keskusteluiden pohjalta kävi selväksi, että myös muutkin aikuiskoulutuksen sisäisen viestinnän välineet kaipaavat uudistusta tai tehokasta käyttöönottoa. Niinpä lähdän varsinaisen kehitystyön rinnalla viemään eteenpäin myös näitä välineitä.

Ensimmäisenä uudistuksen kohteena oli aikuiskoulutuksen ilmoitustaulun sisällön järjestyminen. Aikaisemmin sinne laitettiin vain alkavien koulutusten esitteet, mutta en usko, että ne hyödyttivät oikeastaan ketään. Ilmoitustaululle on nyt laadittu kooste alkavista koulutuksista ja esitteet on siirretty ilmoitustaulun alta löytyvälle pöydälle.

Ilmoitustaululle on myös nyt viety ilmoituksia ajankohtaisista tilaisuuksista, joihin aikuiskoulutus osallistuu. Taululta löytyy myös opiskelijoille tärkeää tietoa mm. koulutusten tukimuodoista, tutkintostipendistä ja opiskelijapalveluista. ilmoitustaulun muovitaskuissa on myös mukaan otettavaksi laitettu organisaation toimintakertomuksia sekä koulutuskalentereita.

Toinen tärkeä muutostavoite oli yhteisen aseman käytön kehittäminen ja tarpeen määrittely. Koska wikin kaikki ominaisuudet eivät vielä täysin ole meidän hallinnassa ja useasti päivittyvien tiedostojen hallinta sen kautta on haasteellista, päätettiin yhteinen asema vielä säilyttää. Sinne pääsemisen ongelmia emme ole kahdesta verkosta johtuen onnistuneet korjaamaan, mutta sisällöllinen uudistustyö on ollut tätä työtä tärkeämpää.

Yhteisen aseman kansiorakennetta muutettiin yksinkertaisemmaksi ja nyt sieltä löytyy tutkinnoittain tutkinnon suorittamiseen liittyviä asioita, kuten opiskelijakohtaiset kansiot, tutkintotoimikuntien kokouskansiot ja yleiset ohjeet. Lisäksi asemalta löytyy koulutusten resurssisuunnitelmat, eli lukusuunnitelmat sekä samaiset opetussuunnitelmat kuin

wikistäkin. Kehitystyö tämän välineen osalta on vielä kesken ja sen takia sieltä löytyy vielä valitettavan paljon vanhentunutta tietoa. Pikku hiljaa tämäkin kuitenkin vielä korjaantuu.

Työn alla on myös viikoittaisiin tiedotustilaisuuksiin osallistuminen, mutta parannusta tämän osalta on jo huomattavasti tapahtunut. Viikkotiedotteissa puolestaan on vieläkin lähinnä nuorisopuolen asioita, mutta ajoittain muistamme myös sinne ilmoitella tapahtumistamme.

Hyödynnettäviä kanavia on vielä runsaasti, mutta kehitystä tapahtuu hitaasti. Vieläkin aikuiskoulutus ja nuorisopuoli kulkevat erillään, mutta voi olla hankalaa koittaa jokaista toimintaa yhdistämään, sillä onhan toimintatapammekin niin erilaiset.

6 POHDINTA

Miettiikö kukaan kokonaisuutta? Onko meillä käsissämme jälleen uusi työkalu tai väline, joka vain synnyttää ylimääräistä työtä jo valmiiksi turhautuneilla työntekijöillä? Vanhat tavat ja toimintamallit istuvat tiukasti monessa työyhteisössä ja vastustus uutta kohtaan voi hyvinkin olla voimakasta. Toisaalta kun oppimisen ja erehdyksen kautta syntyy vähitellen uutta rutiinia, ei asiaa tarvitse enää pahemmin vatvoa. Uudet tekniikat ja toimintamallit tulevat kuitenkin loppujen lopuksi osaksi sitä perusarkea ja alun vastustuksen jälkeen ne vähentävät päällekkäisiä toimintoja. Toiveajatteluako? (Soininen ym. 2010, 204–205.)

Viestinnän tavoitteiden määrittely lähtee jokaisen yhteisön omasta tarpeesta, tehtävistä ja tavoitteista. Oman kehittämishankkeen tavoitteena oli parantaa Sammonkadun yksikön sisäistä viestintää ja varsinkin tiedonkulkua sidosryhmien välillä. Tiedonkulun parantamisessa viestinnän tavoite on saavuttaa tilanne, jossa tiedon kysyntä ja tarjonta ovat tasapainossa keskenään. (Juholin 2001, 37.)

Kehittämishankkeen lopputuotteena syntyi wiki-ympäristöön aikuiskoulutuksen intranet eli tietopankki, jonne yksikkö- ja hallintokohtaisesti määriteltiin sisällöt ja toimintamallit. Tietopankki toimii hallinnon, kouluttajien ja opiskelijoiden yhteisenä viestintävälineenä ja tietolaarina.

Vaikka tällä hetkellä uusi intranet toimiikin ainoastaan tietopankkina, voi jatkossa olla mahdollista hyödyntää Wikin mahdollisuuksia sosiaalisena ja vuorovaikutuksellisenä yhteisöllisen median keskuksena. Toinen asia onkin se, antaako tulevaisuus meille mahdollisuuden hyödyntää tätä tehtyä työtä ja wiki-ympäristöä. Todennäköisesti vastaus on, että ei anna.

Miksi näin? Pirkanmaan koulutuskonserni-kuntayhtymä ja Tampereen ammattiopisto yhdistyvät Tampereen seudun ammattiopisto Treduksi 1.1.2013. Samalla yhdistyvät Pirkanmaan aikuisopisto ja Tampereen ammattiopiston aikuiskoulutus yhdeksi aikuiskoulutuksen järjestäjäksi. Tavoitteena on, että Tredu jatkaa monipuolista ja laadukasta ammatillisen aikuiskoulutuksen toteuttamista vankalla kokemuksella eri puolilla Pirkanmaata. Tulevaisuudessa Tredulla on toimipisteitä Tampereen lisäksi Ylöjärvellä, Nokialla, Kangasalla, Lempäälässä, Orivedellä, Ikaalisissa sekä Virroilla.

Yhdistyminen tuo lisähaasteita sisäiselle viestinnälle, sillä toimipisteajattelu katoaa yhdistymisen myötä ja mm. liiketalouden yksikkö tulee tulevaisuudessa toimimaan useammassa osoitteessa. Tulevaisuuden toimintamallit ja tekijät ovat kuitenkin tässä vaiheessa vielä sen verran kesken, että tulevaisuutta viestinnän saralla on hankala määritellä. Totuus on kuitenkin se, että toimintaa kehitetään ja käytöstä poistuvat vuoden 2013 jälkeen mm. intranet, wiki ja Moodlen vanhempi versio. Näiden tilalle tulee jälleen uusi järjestelmä, jonne tietoa aletaan siirtää vuoden 2013 aikana.

Teinkö siis turhaa työtä? Vastaus tähän on, että en lainkaan. Kaikkein järkevintä tässä prosessissa on ollut pohtia sisäisen viestinnän merkitystä yhteisössämme ja millä tavalla meidän tulisi jatkossa viestiä. Teorian ja tutkimuksen avulla saimme välineitä kehittää yhteisömme viestintää ja toimintaympäristöä.

Se, onko henkilöstömme ja opiskelijat ottaneet uuden ympäristön käyttöön onkin toinen asia. Teoriassa viestinnän ja sen kehittämisen voidaan sanoa vaikuttaneen silloin, kun sillä on saatu aikaan muutoksia (Åberg 2000, 269). Näin lyhyellä aikavälillä on lähes mahdotonta sanoa, onko kehittämistyö tuonut mukanaan muutosta vai jatkammeko edelleen matkaa samalla epätietoisuuden ja jatkuvan kyselyn mallilla.

Sähköposti lienee edelleen se yleisin ja eniten käytetty sisäisen viestinnän kanava ja valtaisa viestitulvaa vastaan tulee vain jaksaa taistella. Monelta taholta olen kyllä kuulut kiitosta intranetin sisällöstä ja siellä olevista ajantasaisista dokumenteista. Osa joutuu kyllä jatkuvasti ohjaamaan hakemaan sieltä tietoa, mutta se ei minua haittaa. Tiedän myös, että osa kouluttajista on linkittänyt omaan Moodle-kotipesäänsä meidän intranet-sivut ja sitä kautta myös opiskelijat ovat siellä käyneet.

Intranetin laatiminen on ollut hauskaa ja myös hyödyllistä ainakin omasta näkökulmastani. Vaikka vielä on käytössä useita eri järjestelmiä ja wiki-ympäristön kaikkia mahdollisuuksia ei ole vielä hyödynnetty, on sisäisessä viestinnässä tapahtunut paljon parannusta. Tehty työ ei siis missään tapauksessa ole ollut hyödytöntä ja ehkä voimme ottaa siitä mallia uutta rakennettaessa.

LÄHTEET

Aaltola, Juhani & Valli, Raine. 2007. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineiston keruu: vinkkejä aloittelevalle tutkijalle. Juva: WS Bookwell Oy.

Aaltola, Juhani & Valli, Raine. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Alajärvi, Kyllikki, Herno, Leena, Koskinen, Heli & Yrttiaho, Liisa. 2004. Työelämän viestintä. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Alasilta, Anja. 2000. Verkkoajan viestintä. Tulkinta. Ilmaisuu. Vuorovaikutus. Pieksämäki: Rt-Print Oy.

Alasuutari, Pertti. 1994. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Aula, Pekka & Hakala, Salli. 2000. Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-Kirjat.

Haasio, Ari. 2009. Johdon assistentin tiedonhankinnan opas. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Helsingin yliopisto. Luovan ongelmanratkaisun työtavat. Aivoriihi. Tulostettu 1.8.2012. <http://www.edu.helsinki.fi/malu/kirjasto/lor/main.htm>.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula. 2000. Tutki ja kirjoita. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula. 2004. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Huotari, Maija-Leena, Hurme Pertti & Valkonen Tarja 2005. Viestinnästä tietoon. Tiedon luominen työyhteisössä. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Ikävalko, Elisa. 2001. Käytännön tiedottaminen, yhteisöviestinnän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Isaksen, Scott G. 1998. A Review of Brainstorming Research. Six Critical Issues for Inquiry. Tulostettu 1.8.2012.

Isokangas, Antti & Vassinen, Riku. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Juholin, Elisa. 1999. Sisäinen viestintä. Juva: WSOY –kirjapainoyksikkö.

Juholin, Elisa. 2001. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Juholin, Elisa. 2008. Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. Juva: WS Bookwell Oy.

Jussila, Markku & Leino, Antti. 2001. Verkkoviestinnän käsikirja. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Kokkonen, Olavi 2006. Asiakastyytyväisyys kaiken perusta. Luettu 12.5.2011. <http://www.qk-karjalainen.fi/?sivu=Artikkelit&id=64>.

Kookas 2011. Sisäisen asiakkuuden merkitys. Luettu 12.5.2011. <http://www.kookas.fi/articles/read/254>.

Kortetjärvi, Sirkka & Rosenström, Anja. 2001. Yritysviestinnän ABC. Helsinki: Oy Edita Ab.

Koskela, Lasse, Koskinen, Jari & Lankinen, Pasi. 2007. Viestintä verkostoissa ja innovaatioissa. Juva: WS Bookwell Oy.

Koskinen, Jari. 2003. Kokonaisviestintä muutoksessa. Pieksämäki: RT-Print Oy.

Kuula, Arja. 1999. Toimintatutkimus, Kenttätyötä ja muutospyrkimyksiä. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Kuula, Arja. 5.4 Toimintatutkimus. Luettu 22.5.2011. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_4.html

Lohtaja, Sirke & Kaihovirta-Rapo, Minna. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Juva: WS Bookwell Oy.

Microsoft.com. Kansiot. Luettu 4.11.2012. <http://windows.microsoft.com/fi-FI/windows-vista/Folders-frequently-asked-questions>.

MindTools.com. Brainstorming. Generating Many Radical, Creative Ideas. Tulostettu 1.8.2012. <http://www.mindtools.com/brainstm.html>.

Ojanen, Soila. 2003. Tiedota tehokkaasti, opas mediasuhteisiin. Helsinki: Edita Prima Oy.

Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo. 2009. Kehittämistyön menetelmät, Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Plusbox Yritysvalmennus 2011. Sisäinen asiakkuus, Sisäinen palvelu. Luettu 12.5.2011. <http://www.plusbox.fi/web/default.php?id=111>.

Salin, Virpi. 2002. Pk-yrittäjän opas kokonaisviestintään. Juva: WS Bookwell Oy.

Salmela Pentti 2008. Hiljainen ja rakenteellistettu tieto asiantuntijaorganisaation toiminnan kehittämisessä. Artikkelit, Informaatiotutkimus 27(02) 2008.

Siukosaari, Anssi. 2002. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Hakapaino.

Soininen, Jesse, Wasenius, Reidar & Leponiemi, Tero. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Soininen Marjaana. 1995. Tieteellisen tutkimuksen perusteet. Turku: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja.

Toisen asteen wiki. Johdanto Wikiin. Tulostettu 31.1.2012.
<http://wiki.2aste.tampere.fi/display/ohjeet/Johdanto+wikiin>.

Toisen asteen wiki. Toisen asteen intran pikaohje. Tulostettu 31.1.2012.
<http://wiki.2aste.tampere.fi/display/ohjeet/Toisen+asteen+intran+pikaohje>.

Tervola, Marjut. 2008. Vältä sisäisen viestinnän sudenkuopat. Talouselämä 3.12.2008. Tulostettu 24.7.2012.
<http://talouselama.fi/tyoelama/valta+sisaisen+viestinnan+sudenkuopat/a2057773>.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Viestintätoimisto Deski Oy. 2008. Opas: Sisäisen viestinnän abc. Tulostettu 24.7.2012.
<http://tiedottaja.fi>.

Vuokko, Pirjo 1997. Avaimena asiakaslähtöisyys. Helsinki: Oy Edita Ab.

Web-opas. Wiki. Tulostettu 14.6.2012. <http://webopas.net/wiki.html>.

VirtuaaliAMK. Viestintäkanavat. Luettu 4.11.2012.
<http://www.amk.fi/opintojaksot/030905/1106915276399/1162983269374/1162983351142/1162983982732.html>.

Yle.fi. Toimiva tiimi. Tulostettu 1.8.2012. http://oppiminen.yle.fi/toimiva_tiimi.

Åberg, Leif. 2008. Johtamisviestintää, Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Åberg, Leif. 2000. Viestinnän johtaminen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Åberg, Leif. 2002. Viestinnän Strategiat. Juva: WS Bookwell Oy.

Åberg, Leif. 1993. Viestintä –tuloksen tekijä. Helsinki: Tammer-Paino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Sisäinen viestintä TAO:n liiketalouden aikuiskoulutuksessa

1 (6)

Hei,

opiskelen Tampereen ammattikorkeakoulussa ylempää AMK-tutkintoa (Tradenomi). Opinnousoissa suurta osaa näyttelee toiminnan kehittäminen ja omaan työhön liittyvä kehittämishanke onkin osa opinnäytetyötä.

Opinnäytetyöni aiheena on Sisäisen viestintä ja kehittämishankkeen tuotoksena olisi tarkoitus syntyä Liiketalouden aikuiskoulutuksen sivut Wikiin. Työn tarkoituksena on pohtia liiketalouden aikuiskoulutuksen olemassa olevaa sisäistä viestintää, viestinnän toimivuutta ja sen vaikutusta meidän asiakkaisiin eli opiskelijoihin. Lisäksi tarkoituksena on laatia meille uusi yhteinen työalusta tiedon jakamiseen ja yhteistyön kehittämiseen (Wiki).

Alustavien suunnitelmien mukaan Wiki tulee korvaamaan hallinnon ja opetuksen yhteisen kansion W-aseamalla. Wiki ei kuitenkaan tule olemaan vain kouluttajien ja hallinnon työkalu vaan joiltain osin myös opiskelijoiden työväline. Joten ideoita sisällöstä ja tarpeista tarvitaan.

Nyt toivon sinun osallistuvan opinnäytetyöhöni täyttämällä tämän kyselylomakkeen. Kyselyn vastauksia tulen käyttämään nykytilanteen kartoittamisessa ja uuden viestintämallin/-pohjan ideoinnin välineenä. Vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti.

t. Heljä

1. Seuraavassa on erilaisia väittämiä koskien sisäistä viestintää yleisesti sekä osittain TAO:n liiketalouden aikuiskoulutuksessa. Ota väittämiin kantaa henkilökohtaisen näkemyksesi perusteella, voit myös perustella vastauksesi.

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin erimielistä	Perustelut?
Mielestäni sisäinen viestintä on tärkeää.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Mielestäni liiketalouden aikuiskoulutuksen sisäinen viestintä on hyvin hoidettu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Saan tarpeeksi tietoa myös muiden yksiköiden ja Sammonkadun nuorisopuolen toiminnasta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saan riittävästi tietoa työni kanalta olennaisista asioista.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Työssä tarvitsemani tieto on helposti saatavilla.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saan enemmän tietoa kuin tarvitsekseni.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saan saman tiedon kuin työkaverini.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saan tiedon riittävän ajoissa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saamani tieto on ymmärrettävässä muodossa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sisäinen viestintä on organisoitua.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meillä on toimivat viestintävästut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meillä tiedotetaan niistä asioista, mistä pitääkin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiedot tulevat huhuina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tietoihin voi luottaa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tieto kulkee hyvin kouluttajien ja hallinnon välillä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Arvioi kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat Liiketalouden aikuis-koulutuksen sisäistä viestintää.

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin erimiel-tä
Nykyaikaista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhteistyöhön pyrkivää	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luotettavaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avointa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktiivista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 (6)

Vastuullista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informatiivista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hyödyllistä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Mitkä sisäisen viestinnän kanavista on mielestäsi tehokkain aikuiskoulutuksen asioista tiedotettaessa?

- Sähköposti
- Intranet/wiki
- Moodle
- Viikkotiedote
- TAO:n internet-sivut
- Infotelevisio
- Puhelin
- Hallinnon ja opetuksen yhteinen asema
- Puskaradio/viidakkorummut
- Ilmoitustaulut
- Aikuiskoulutuksen palaverit
- Aikuiskoulutuksen henkilöstö

4. Arvioi, miten seuraavat aikuiskoulutuksen käytössä olevat viestinnän kanavat toimivat tällä hetkellä oman työsi kannalta. Halutessasi voit perustella vastauksesi

	Erittäin hyvin	Hyvin	Kohtalaisesti	Huonosti	Perustelut?
Opettajakollegat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Koulutuspäällikkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Koulutussuunnittelija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Toimistosihteerit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Aikoinen palaverit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Sähköposti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Moodle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Intranet/Wiki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Hallinnon ja opetuksen yhteinen asema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TAO:n Internet-sivut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Puhelin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viikkotiedote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puskaradio/viidakkorummut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Painotuotteet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ilmoitustaulut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infotelevisio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jokin muu, mikä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Valitse listalta vähintään kolme kanavaa, joiden kautta saat tällä hetkellä eniten tietoa liiketalouden aikuiskoulutuksen asioista.

- Sähköposti
- Intranet/wiki
- Moodle
- Viikkotiedote
- TAO:n internet-sivut
- Infotelevisio
- Puhelin
- Hallinnon ja opetuksen yhteinen asema
- Puskaradio/viidakkorummut
- Ilmoitustaulut
- Aikuiskoulutuksen palaverit
- Aikuiskoulutuksen henkilöstö

6. Valitse listalta vähintään kolme kanavaa, joiden kautta haluaisit pääsääntöisesti saada tietoa liiketalouden aikuiskoulutuksen asioista.

- Sähköposti
- Intranet/wiki
- Moodle
- Viikkotiedote
- TAO:n internet-sivut
- Infotelevisio
- Puhelin

- Hallinnon ja opetuksen yhteinen asema
- Puskaradio/viidakkorummut
- Ilmoitustaulut
- Aikuiskoulutuksen palaverit
- Aikuiskoulutuksen henkilöstö

7. Kuinka usein käytät seuraavia sisäisen viestinnän kanavia?

	Useasti päivän aikana	Päivit- tän	Useana päivänä viikossa	Viikoit- tain	Kuu- kausit- tain tai har- vemmin	En ole käyttä- nyt
Opettajakollegat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koulutuspäällikkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koulutussuunnittelija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toimistosihtööri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aikon palaverit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sähköposti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Moodle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intranet/Wiki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hallinnon ja opetuksen yh- teinen asema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TAOn Internet-sivut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puhelin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viikkotiedote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puskara- dio/viidakkorummut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Painotuotteet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ilmoitustaulut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Infotelevisio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Avoimet kysymykset

- a. Mitkä ovat informoinnin vahvuudet ja/tai puutteet liiketalouden aikuiskoulutuksessa?
- b. Kuinka hallinnon ja opetuksen yhteinen asema on palvelut sinua sisäisen viestinnän kanavana?

6 (6)

- c. Saatko työsi ja työyhteisön toimivuuden kannalta tärkeää informaatiota ns. puskaradiosta? Millaista tietoa?
- d. Millaista sisältöä haluat Wikiin siirrettävän (esim. opetussuunnitelmat, luku-suunnitelmat, tutkinnon suorittamiseen liittyvät asiat, jotain muuta, mitä ...)
- e. Millä tavalla lähtisi kehittämään liiketalouden aikuiskoulutuksen Wikin sisällöllistä rakennetta (esim. otsikkotasolla)?
- f. Miten muuten voisimme mielestäsi hyödyntää Wikiä sisäisen viestinnän välineenä?
- g. Miten muuten kehittäisit liiketalouden aikuiskoulutuksen sisäistä tiedonkulkua?

Kiitos vastauksistasi!

Liite 2. Intranet-sivujen kehitystyön tulos


Esimerkkejä wiki-sivujen ulkonäöstä.

INTRAN ETUSIVU
WIKI/ASIAKIRJAT

> Aikuiskoulutus (TAO) > Kotisivu - Aikuiskoulutus > TAO, Sammonkatu

- Aikon johtotiimi
- Aikuisopiskelijan ohjaus ja tuki
- TAO, Hepolamminkatu 9
- TAO, Hepolamminkatu 10
- TAO, Metsätie
- TAO, Sairaalankatu
- TAO, Sammonkatu**
 - Aikuiskoulutuksen työpaikkapankki
 - Liiketalouden aikuiskoulutuksen henkilöstö
 - Liiketalouden aikuiskoulutuksen opiskelijat
 - Liiketalouden perustutkinto, merkonomi
 - Markkinointiviestinnän ammattitutkinto
 - Myynnin ammattitutkinto
 - Sihteerin ammattitutkinto
 - Taloushallinnon ammattitutkinto
 - Tieto- ja viestintätekniikan perustutkinto, datanomi
- TAO, Santalahdentie
- Yhteiset asiat

Liiketalouden aikuiskoulutus



www.tao.tampere.fi

Tampereen ammattiopisto, Aikuiskoulutus
Liiketalous, Sammonkadun toimipiste

Koulutuspäällikkö Hilka Pöyliö p. 040 800 4626
Koulutussuunnittelija Heljä Tokas p. 040 800 4805
Toimistosihteerit Maritta Kemppinen p. 040 098 4819
Opinto-ohjaaja Tuovi Korteniitty p. 040 099 6317

Tutkintovastaavat

Liiketalouden perustutkinto, merkonomi
Marja Lehtisaari puh. 040 806 3151

Markkinointiviestinnän ja Myynnin ammattitutkinnot
Kati Vaateri puh. 040 806 2094

Sihteerin ammattitutkinto
Paula Pihlus puh. 040 806 2656

Taloushallinnon ammattitutkinto
Anna-Majja Vilko puh. 050 320 9051

etunimi.sukunimi@tampere.fi

Labels: None

9 alisivua [Näytä hierarkiana](#) | [Lisää alisivu](#)

- [Aikuiskoulutuksen työpaikkapankki](#)
- [Liiketalouden aikuiskoulutuksen henkilöstö](#)
- [Liiketalouden aikuiskoulutuksen opiskelijat](#)
- [Liiketalouden perustutkinto, merkonomi](#)
- [Markkinointiviestinnän ammattitutkinto](#)
- [Myynnin ammattitutkinto](#)
- [Sihteerin ammattitutkinto](#)
- [Taloushallinnon ammattitutkinto](#)
- [Tieto- ja viestintätekniikan perustutkinto, datanomi](#)

INTRAN ETUSIVU
WIKI/ASIAKIRJAT

> Aikuiskoulutus (TAO) > ... > TAO, Sammonkatu > Myynnin ammattitutkinto

- Aikon johtotiimi
- Aikuisopiskelijan ohjaus ja tuki
- TAO, Hepolamminkatu 9
- TAO, Hepolamminkatu 10
- TAO, Metsätie
- TAO, Sairaalankatu
- TAO, Sammonkatu**
 - Aikuiskoulutuksen työpaikkapankki
 - Liiketalouden aikuiskoulutuksen henkilöstö
 - Liiketalouden aikuiskoulutuksen opiskelijat
 - Liiketalouden perustutkinto, merkonomi
 - Markkinointiviestinnän ammattitutkinto
 - Myynnin ammattitutkinto**
 - Sihteerin ammattitutkinto
 - Taloushallinnon ammattitutkinto
 - Tieto- ja viestintätekniikan perustutkinto, datanomi
- TAO, Santalahdentie
- Yhteiset asiat

MYNNIN AMMATTITUTKINTO

31 Lisännyt [Heljä Tokas](#), viimeksi muokannut [Heljä Tokas](#) 07.09.2012 ([näytä muutokset](#))

Opiskelijoille ja kouluttajille

Tutkinnon perusteet

- Myynnin ammattitutkinto, 2006 tutkinnon perusteet
- Myynnin ammattitutkinto, 2012 tutkinnon perusteet

Näyttötutkinnon järjestämissuunnitelma

- Myynnin ammattitutkinto
- **Myynnin ammattitutkinto**

Näyttötutkinnon arviointi

2006 Tutkinnon perusteet

- Myyntiin valmistautuminen
- Myynti yksityksille
- Myynti yritykseltä
- Kodintekniikan ja -laitteiden myynti
- Telemarkkinointi
- Yrittäjyys

2012 Tutkinnon perusteet

- Myyntiin valmistautuminen
- Myynnin toteuttaminen
- Tuoteryhmän hoitaminen
- Markkinointitoimenpiteet
- Työssä oppimisen seuranta
- Kauppiasryhtäjätoiminta

Henkilökohtaiset tutkinnot

- **Henkilökohtaiset tutkinnot**

2006 Tutkinnon perusteet

- Myyntiin valmistautuminen
- Myynti yksityksille
- Myynti yritykseltä
- Kodintekniikan ja -laitteiden myynti
- Telemarkkinointi

INTRAN ETUSIVU
WIKI/ASIAKIRJAT


> Aikuiskoulutus (TAO) > ... > TAO, Sammonkatu > Liiketalouden aikuiskoulutuksen opiskelijat

- Aikon johtotiimi
- Aikuisopiskelijan ohjaus ja tuki
- TAO, Hepolamminkatu 9
- TAO, Hepolamminkatu 10
- TAO, Metsätie
- TAO, Sairaalankatu
- TAO, Sammonkatu**
 - Aikuiskoulutuksen työpaikkapankki
 - Liiketalouden aikuiskoulutuksen henkilöstö
 - Liiketalouden aikuiskoulutuksen opiskelijat**
 - Liiketalouden perustutkinto, merkonomi
 - Markkinointiviestinnän ammattitutkinto
 - Myynnin ammattitutkinto
 - Sihteerin ammattitutkinto
 - Taloushallinnon ammattitutkinto
 - Tieto- ja viestintätekniikan perustutkinto, datanomi
- TAO, Santalahdentie
- Yhteiset asiat

LIIKETALOUDEN AIKUISKOULUTUKSEN OPISKELIJAT

2 Lisännyt [Heljä Tokas](#), viimeksi muokannut [Heljä Tokas](#) 05.09.2012 ([näytä muutokset](#))

Hyvät aikuisopiskelijat, tätä sivustolta löydät tietoa opintojasi tukevista ja opintoihisi liittyvistä asioista. Ideoita ja toiveita sivujen sisällöstä voi lähettää sähköpostitse osoitteella: helja.tokas@tampere.fi.



Aikuisopiskelijan opas
Aikuisopiskelijan opas sisältää runsaasti tietoa opiskeluun liittyvistä asioista ja palveluista.

Opintojen rahoitusmahdollisuudet
[Opintojen rahoitusmahdollisuudet](#) (linkki Opintolautsien sivulle)

Näyttötutkinnot
[Opetushallituksen nettisivulta](#) löydät paljon lisätietoja näyttötutkinnoista. Sivulta löydät myös ajankohtaiset tutkinnon perusteet.

Ammattitutkintostipendi
Koulutusrahasto myöntää ammattitutkintostipendin kertakorvauksena henkilölle, joka on suorittanut näyttötutkintona ammatillisesta aikuiskoulutuksesta lisätietoja [Koulutusrahaston sivulta](#).