

Journalistista viestintäammattilaiseksi -
suomalaisen alanvaihtokeskustelun diskurssit

Pinja Kallis

Yhteisöviestinnän maisterintutkielma

Toukokuu 2017

Kieli- ja viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Pinja Kallis	
Työn nimi Journalistista viestintäammattilaiseksi – suomalaisen alanvaihtokeskustelun diskurssit	
Oppiaine Yhteisöviestintä	Työn laji Maisterintutkielma
Aika Toukokuu 2017	Sivumäärä 85
<p>Mediamaiseman muuttuessa ja irtisanomisten yleistyessä yhä useampi journalisti siirtyy viestinnän tehtäviin, ja alanvaihdon onkin nähty kiihtyneen viime vuosina sekä Suomessa että kansainvälisesti. Viestinnän ja journalismin välisten rajojen hämärtyessä myös ammattilaisuuden määritelmät, alojen työnkuvat sekä ammatti-identiteetit ovat muutoskassa.</p> <p>Tämän tutkimuksen tutkimuskohteena oli keskustelu, jota journalistien alanvaihdosta viestintään käydään kotimaisessa kontekstissa. Tutkimuksessa sovellettiin tulkitsevaa diskurssianalyysia, ja tutkimuksen tieteenfilosofisena taustana on sosiaalisen konstruktionismin mukainen näkemys todellisuuden muotoutumisesta sosiaalisessa ja kielellisessä vuorovaikutuksessa. Tutkimusaineisto koostui 11 alanvaihtoa käsittelevästä artikkelista, joiden nähtiin olevan kannanottoja aiheesta käytävään keskusteluun. Aineistolähtöisen analyysin kautta pyrittiin vastaamaan tutkimuskysymyksiin ”Mitä diskursseja alanvaihtokeskustelusta voidaan tunnistaa?” ja ”Miten alanvaihto ja alanvaihtajat representoidaan eri diskursseissa?”.</p> <p>Aineistosta löydettiin neljä diskurssia, jotka edustavat eri näkökulmia alanvaihtoon sekä tapoja rakentaa alanvaihtoa ilmiönä: 1. Alanvaihto on itsekäs puolenvaihto; 2. Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä; 3. Alanvaihto on osa luonnollista urakehitystä; ja 4. Alanvaihto on ainoa vaihtoehto. Diskurssien sisällä representaatiot alanvaihtajista vaihtelivat aktiivisesta passiiviseen ja epäeettisestä pyrkyristä uhriin. Alanvaihtoa puolestaan kuvailtiin joko neutraalina, epäeettisenä, runsaana ja kiihtyvänä ilmiönä tai liikkeenä kohti parempaa.</p> <p>Ammatinvaihtoilmion ja siitä käytävän keskustelun kompleksisuus tukee käsitystä siitä, että sekä viestintä että journalismi ovat ammatteina ja aloina jatkuvasti muuntuvia. Kaikille diskursseille yleinen taustaoletus on alanvaihdon johtuminen mediamurroksesta sekä alanvaihdon näkeminen väistämättömänä ja kiihtyvänä ilmiönä. Sen sijaan diskurssien välillä on eroa muun muassa siinä, millaisina toimijoina alanvaihtajat nähdään ja miten alanvaihtoon suhtaudutaan.</p>	
Asiasanat alanvaihto, ammatinvaihto, diskurssi, diskurssianalyysi, journalismi, PR, tulkitseva diskurssianalyysi, viestintä	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	

UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

Faculty Faculty of Humanities and Social Sciences	Department Department of Language and Communication Studies
Author Pinja Kallis	
Title Journalistista viestintäammattilaiseksi - suomalaisen alanvaihtokeskustelun diskurssit	
Subject Organizational Communication and PR	Level Masters thesis
Month and year May 2017	Number of pages 85
<p>The rapid changes in the media landscape as well as accelerating layoffs are driving journalists to change career into communications and PR. The career change from journalism to communications and PR has become more and more common during the past years in Finland as well as globally. The boundaries between journalism and communications, the definitions of the professions, the job descriptions and the professional identities are blurring.</p> <p>The subject of this study was the discussion on the career change of journalists from journalism to communications and PR in Finland. This study was conducted by implementing interpretive discourse analysis, and the philosophy of science behind the study was based on social constructionism and the idea that the social reality is formed in social and linguistic interaction. The resource material included 11 articles which were seen as comments to the discussion on the phenomena of the career change. The research questions addressed through a grounded theory were "What kind of discourses can be found in the discussion on career change?" and "How the career change and journalists changing career are represented in the discourses?".</p> <p>The study found four different discourses that represent different views to the career change and different ways in constructing the social reality related to the phenomena: 1. The career change is a selfish change of a side; 2. The career change is affected by a distorted view on PR; 3. The career change is a natural part of career development; and 4. The career change is the last change. The representations of the journalist changing career varied from an active to a passive individual, and from an unethical careerist to a victim. The career change from journalism to PR was described as neutral, unethical, and accelerating phenomena as well as as a change for something better.</p> <p>The complexity of the career change phenomena and the discussion around it supports the view that both PR and journalism as professions and fields are changing continuously. The views shared by all the examined discourses are that the career change from journalism to PR is accelerated by the changes in the media landscape, and that the phenomena is inevitable. On the other hand there were differences between the discourses on how the career change and the journalists changing career are perceived.</p>	
Keywords career change, discourse, discourse analysis, interpretive discourse analysis, journalism, organizational communication, PR	
Depository University of Jyväskylä	

SISÄLLYS

JOHDANTO.....	7
1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoite	8
1.2 Tutkimuskysymykset ja metodologia	9
2 ALANVAIHTOKESKUSTELUN TAUSTAT	11
2.1 Viestintä professiona.....	11
2.2 Journalismin murros.....	14
2.3 Yleisön ja tuottajan uudet roolit.....	16
2.4 Journalistien ja viestinnän ammattilaisten suhde.....	17
2.5 Muuttuva työnkuva	20
2.6 Ammatti-identiteetti	22
2.7 Työelämän muutos	25
3 METODINA DISKURSSIANALYYSI	27
3.1 Kieli ja konteksti	31
3.2 Representaatio ja identiteetti	33
3.3 Diskurssianalyysin kritiikki ja tutkijan asema.....	34
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	36
4.1 Aineistonkeruu	37
4.2 Aineiston esittely	39
4.3 Analyysin toteuttaminen.....	45

5 TULOKSET	50
5.1 Alanvaihtajien ja alanvaihdon representaatiot	51
5.2 Alanvaihdon diskurssit	54
5.2.1 Alanvaihto on itsekäs puolenvaihto	54
5.2.2 Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä	58
5.2.3 Alanvaihto on osa luonnollista urakehitystä	61
5.2.4 Alanvaihto on ainoa vaihtoehto	65
6 POHDINTA JA KESKUSTELU	69
6.1 Yhteenveto	69
6.2 Diskurssien suhteet ja merkitys	73
6.3 Tutkimuksen arviointi	76
6.4 Jatkotutkimusehdotukset	78
KIRJALLISUUS	79
AINEISTO	84

JOHDANTO

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan journalistien siirtymistä viestinnän tehtäviin. Siirtymä journalismista viestintään ei ole uusi ilmiö, mutta alanvaihdon on nähty kiihtyneen viime vuosina niin Suomessa kuin kansainvälisestikin. Viestinnän ammattilaisista 14 prosenttia on aikanaan siirtynyt viestinnän tehtäviin media-alalta (Viestinnän ammattilaiset 2015), joten entisiä toimittajia on alalla paljon, mistä huolimatta alanvaihtoa ei nähdä neutraalina ilmiönä.

Julkisessa keskustelussa toimittajien alanvaihto viestinnän tehtäviin oli pinnalla erityisesti vuosina 2013 ja 2014, mutta aihe on ilmiön jatkuessa edelleen ajankohtainen. Alanvaihto herättää tunteita ja keskustelua sekä alaa vaihtaneiden että työssään jatkavien journalistien ja viestinnän ammattilaisten keskuudessa. Tässä tutkimuksessa tarkastellussa aineistossa muun muassa kritisoidaan eri osapuolia, otetaan kantaa alojen välisiin suhteisiin, esitetään skenaarioita alojen tulevaisuudesta ja esitetään lukuja ja faktoja ilmiön todentamiseksi. Alanvaihdosta keskustellaan alojen julkaisuissa, yksityishenkilöiden ja yritysten blogeissa sekä laajemmin mediassa, minkä lisäksi aihetta sivutaan muissa yhteyksissä.

Alanvaihtoilmistä käytävä kriittinen keskustelu liittyy tiiviisti käsitykseen viestinnästä ja journalismista professionaalisuutena eli muun muassa siihen, miten alat ja alan ammattilaisuus määritellään. Teoriaosuudessa tarkastellaan tämän lisäksi mediamaisen murrosta ja erityisesti sen vaikutuksia journalismiin, jonka nähdään olevan uusien haasteiden edessä. Lisäksi tarkastellaan rajojen hämärtymistä sekä yleisön että tuottajan välillä, aikana jolloin kuka tahansa voi toimia sisällöntuottajana, sekä viestinnän ja journalistiikan alojen välillä. Teoriaosuuden lopussa eritellään muutosta alojen työtehtävissä sekä tarkastellaan laajemmin ammatti-identiteetin käsitettä sekä työelämän muutostrendejä, jotka myös ovat läsnä alanvaihtoilmiossa.

Jotta alanvaihtoilmistä ja siihen liitettyjä merkityksiä voitaisiin ymmärtää paremmin, tässä tutkimuksessa tarkastellaan ilmiötä rakentavia diskursseja. Diskurssit nähdään puhe- ja ajattelutapoina, joiden kautta puhuja sekä merkityksellistää että samalla muokkaa puheen kohdetta, kuten jotain ilmiötä.

Diskursseja tutkimalla voidaan saada tietoa ilmiöstä sekä siihen liittyvistä eri näkökulmista. Diskursseista puolestaan saadaan tietoa tutkimalla keskustelussa tehtyjä kielellisiä valintoja, joita peilataan moninaisia konteksteja vasten. Tässä tutkimuksessa osana diskurssien tutkimista tarkastellaan myös alanvaihtajien ja alanvaihtoilmion representaatioita. Sillä, miten toimijoita tai ilmiötä kuvataan, voidaan nähdä olevan yhteys siihen, minkälaista diskurssia kyseinen ilmaisu edustaa. Tutkimuksessa sovelletaan tulkitsevaa diskurssianalyysia keskusteluanalyysin näkökulmasta.

1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoite

Alanvaihdon kiihtyessä sekä journalistit että viestinnän ammattilaiset joutuvat pohtimaan, miten journalistien alanvaihtoon ja siirtymiseen viestinnän tehtäviin tulisi suhtautua. Tämän tutkimuksen tavoitteena on tehdä näkyväksi sitä sanastoa sekä ennako-odotuksia ja asenteita, joita journalistien alanvaihtoon liittyy. Alanvaihtokeskustelun eri diskurssien lähempi tarkastelu auttaa ymmärtämään keskustelun taustoja, mikä lisää ymmärrystä eri osapuolten näkökulmista. Ilmiön yleistyessä ja journalistiikan ja viestinnän välisten rajojen hämärtyessä alanvaihto, joka tämän tutkimuksen aineistonkeruun aikaan herätti paljon kriittistä keskustelua, voi tulla luonnolliseksi asiaksi, josta ei ole tarpeen käydä vastaavaa julkista keskustelua.

Aiheen valintaan vaikuttivat erityisesti kaksi artikkelia, joiden julkaisua seurasi moniääninen ja pääosin kriittinen keskustelu muun muassa sosiaalisessa mediassa. Markkinointi- ja mainonta -lehdessä julkaistu artikkeli "Toimittajien takinkääntö kannatti - "Pimeästä Puolesta" tulikin valoisa" kertoo alanvaihtoilmioista värikkäin sanakääntein. Artikkelissa listataan 100 toimittajaa, jotka ovat vaihtaneet alaa journalismista viestinnän tehtäviin. Artikkelissa alanvaihdosta käytetään sanaa "takinkääntö", viestintäalaa kuvataan "pimeäksi puoleksi" ja alanvaihtajia nimitetään "loikkaajiksi", mikä kuvastaa ilmiöön liitettyä sanastoa. (M&M, 13.6.2014.)

Toinen artikkeli oli YLE:n 19.2.2015 internetsivuillaan julkaisema uutinen "Valtamedian merkitys yritysten vaikutuskanavana heikentynyt - viestintäammattilaisten määrä kasvaa organisaatioissa", jossa haastateltiin ProCom - Viestinnän ammattilaiset ry:n toimitusjohtaja Elina Melginiä. Jutussa sivuttiin myös toimittajien siirtymistä organisaatioviestinnän tehtäviin, mitä Melgin artikkelin mukaan kommentoi valitettavaksi. Juttuun nostetussa sitaatissaan hän painotti journalistien ja viestintäammattilaisten erilaista koulutustaustaa ja sanoi rekrytoijien olevan usein epätietoisia viestintätyön vaatimuksista.

Jutusta seurasi kriittinen Twitter-keskustelu, johon osallistui useita eri taustoilla viestinnän tehtäviin tulleita henkilöitä. Melginiä kritisoitiin journalistitaustaisten viestijöiden piikittelystä ja vastakkainasettelun syventämisestä, mihin hän vastasi painottamalla monialaisuutta positiivisena asiana ja koki, että häntä oli siteerattu jutussa virheellisesti. Sekä lehtiartikkelissa että Twitter-keskustelussa korostuvat ilmiön kompleksisuus ja siihen liitetyt vahvat kielikuvat ja tunteet.

Alaa vaihtaneiden journalistien määrästä Suomessa ei ole saatavilla tarkkaa tietoa. Alanvaihtoa ei ole juurikaan tarkasteltu ilmiötasolla tai diskurssien osalta, mikä koettiin tässä tutkimuksessa mielekkääksi tutkimuskohteeksi esimerkiksi alanvaihtajien omien kokemusten tarkastelun sijaan, jota on tarkasteltu myös kotimaisessa tutkimuksessa.

1.2 Tutkimuskysymykset ja metodologia

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan diskursseja, joita alanvaihtoilmioista käytävässä keskustelussa tuotetaan. Tutkimuksessa sovelletaan tulkitsevaa diskurssianalyysia. Diskursseja lähestytään aineistolähtöisesti tarkastelemalla alanvaihdosta ja alanvaihtajista tuotettavia representaatioita. Pohdinnassa

tehdään lisäksi tulkintoja diskurssien välisistä valtasuhteista ja diskurssien vaikutuksesta alanvaihtoilmiöön.

Tutkimuskysymykset:

1. Mitä diskursseja alanvaihtokeskustelusta voidaan tunnistaa?
2. Miten alanvaihto ja alanvaihtajat representoidaan eri diskursseissa?

Tämä tutkimus ei rajoitu vain yhteen tutkimuskenttään, vaan se yhdistelee teorioita viestinnän ja journalismin tutkimuksesta kielen ja diskurssintutkimukseen sekä toisaalta yhteiskuntatieteisiin, kuten psykologiaan. Lopputuloksena on monitieteinen kudelma, mikä kuvaa hyvin myös monitahoista tutkimuskohdetta, alanvaihtokeskustelua.

2 ALANVAIHTOKESKUSTELUN TAUSTAT

Alanvaihtokeskustelussa, kuten missä tahansa tietyssä aikana käydyssä keskustelussa, kuuluvat kyseisen ajan oletukset, ilmiöt ja trendit. Jotta keskustelua ja siinä esitettyjä argumentteja voidaan syvällisesti ymmärtää, tulee niitä ympäröiviä konteksteja tarkastella lähemmin. Tässä luvussa nostetaan esiin ilmiön taustaa, kuten alojen kehitystä sekä käsitteitä, jotka ovat alanvaihtokeskustelussa keskeisessä roolissa.

2.1 Viestintä professiona

Viestintä alana on kasvanut paljon viimeisen vuosikymmenen aikana. Samalla kun uutistoimitukset kutistuvat, viestintätoimistot ja yritysten viestintäosastot näyttävät lukujen valossa kasvavan. Viestinnän ammattilaisten järjestö ProComin jäsenmäärä on noussut 27 prosenttia viimeisen kahdeksan vuoden aikana ja seitsemän prosenttia yksin vuonna 2014 (ProCom 2017; Harma 2014).

Keskusteltaessa journalistien siirtymisestä viestinnän tehtäviin tehdään samalla kyseisiä aloja koskevia määrittelyjä. Suomalaisen yhteisöviestinnän historia kulkee käsi kädessä yhteiskunnan murrosten kanssa. Sodan kynnyksellä, 1930-luvun puolivälissä, toimittajia, kirjailijoita, radioselostajia, valokuvaajia, taitelijoita ja mainosmiehiä kutsuttiin tiedotuskomppanioihin. (Von Hertzen, Melgin & Åberg 2012, 12–13.) Sodan jälkeen ja talouden kasvaessa myös tiedottaminen lisääntyi, jolloin alalle palkattiin lisää työntekijöitä. Suomessa viestinnän alan koulutusta ei ollut juurikaan saatavilla

ennen 1970-lukua, mistä johtuen alalle tultiin aluksi hyvin moninaisilla taustoilla. Viestinnän alalla arvostettiin kielitaitoa, kirjoittamistaitoa ja akateemista koulutusta, minkä vuoksi monella viestintäammattilaisella oli toimittajatausta. (Von Hertzen ym. 2012, 35.) Tiedottajien työn mieltäminen professioksi vahvistui 1970-luvulta alkaen, jolloin myös Helsingin yliopistoon saatiin organisaatioviestinnän professuuri (Hakala 2015, 44).

Viestintään on eri aikoina ja eri kulttuureissa viitattu eri käsitteillä. Suomessa viestinnästä käytettiin sota-aikaan yleisesti nimitystä *propaganda*, johon sodan seurauksena alettiin liittää vahvasti negatiivisia merkityksiä. Englanninkielisessä tutkimuksessa puolestaan käytetään laajasti käsitettä *Public Relations* eli PR, joka myös otettiin käyttöön Suomessa 1940-luvulla, jolloin siitä käytettiin myös käännöstä *suhdetoiminta*. Suhdetoiminnan maine kuitenkin tahriintui Suomessa 1960-luvulla, jolloin vaikuttaminen ei ensisijaisesti perustunut tiedon jakamiseen, vaan asioita edistettiin kyseenalaisin keinoin, kuten lahjojen ja maksettujen lounaiden kautta. (Von Hertzen ym. 2012, 51–52, 124.) Termi *viestintä* puolestaan sai jalansijaa 1980-luvulla (Lehtonen 2008, 112) termin *yhteisöviestintä* kanssa. 1990- ja 2000-lukujen vaihteessa käsite PR nousi jälleen käyttöön suomalaisen yrityskentän kansainvälistymisen myötä (Von Hertzen ym. 2012, 131–132) ja termiä käytetään tänä päivänä yleisesti alan tutkimuksessa. Tässä tutkimuksessa termejä viestintä ja PR käytetään rinnakkain niin, että englanninkielisestä tutkimuksesta puhuttaessa käytetään termiä PR ja suomenkielisestä tutkimuksesta, alan kentästä ja aineiston analyysistä puhuttaessa termejä viestintä ja yhteisöviestintä. Samoin termejä PR- ja viestintäammattilainen käytetään synonyymeina kielikontekstista riippuen.

Käsitykset viestinnän ammattilaisten työstä ja viestinnästä professiona ovat melko epämääräisiä ja näkemyksissä on eroja alan tutkijoiden ja ammattilaisten keskuudessa (Asunta 2016, 15). Konttisen (1989, 45–54) mukaan ammatista tekee profession seuraavien piirteiden olemassaolo: akateeminen erityiskoulutus, ammatillinen järjestäytyminen, eettinen koodi, altruistinen eetos, autonominen asema ja ammattitiedon tieteellisyys. Viestintää ja journalismia ei pidetä perinteisinä professiona esimerkiksi samoin, kuin lääkärin ammattia, jonka edustaja sitoutuu ammattiinsa valan kautta. Yhteisöviestintä samoin kuin journalismi voidaan ennemminkin nähdä jatkuvasti muuntuvina ja refleksiivisinä (Hakala 2015). Alojen eettisiä ohjeita tarkastellaan alaluvussa 2.4 *Journalistien ja viestinnän ammattilaisten suhde*.

Viestinnän professiota on tutkittu laajasti mm. kompetenssien, aseman, roolin, maineen ja eettisten periaatteiden näkökulmasta (Asunta 2016, 15). Salmisen (2014, 55–56) mukaan yhteisöviestintä on alana samassa tilanteessa monen muun asiantuntija-alan, kuten johtamisen ja markkinoinnin, kanssa, sillä sillä ei ole säänneltyä asemaa, jonka kautta se määritettäisiin yksiselitteisesti professioksi. Jotta viestintä voi kasvaa täyteen mittaansa professiona, tulee viestinnän ammattilaisilla Asunnan (2016) mukaan olla tunnistettu asema, kyky ymmärtää viestinnän strategiset päämäärät sekä ammattitaitoa ja vahva ammatti-identiteetti. Profession käsite pitää sisällään ajatuksen siitä, että professio muodostuu saman koulutuksen suorittaneista ammattilaisista (Abbott 2005). Tämän tutkimuksen kohteena olevassa alanvaihtokeskustelussa viestinnän koulutuksen puute on nostettu yhdeksi argumentiksi journalistien alanvaihtoa kritisoitaessa.

Viestinnän mieltäminen professioksi on ollut keskustelun ja haastamisen kohteena, mistä huolimatta alalla on ollut jatkuvasti vahva halu ammatillisuuden korostamiseen (Merkelsen 2011). Professionaalisuuden korostamiseen luovat painetta yhteiskunnalliset ja työhön liittyvät muutokset sekä erojen kapeneminen esimerkiksi viestinnän ja journalismin sekä markkinoinnin ja mainonnan välillä. Viestinnän mieltäminen professioksi on eri tutkijoiden mukaan keskeistä mm. siksi, että professiona viestintäala voi itse määrittää itsensä ja selventää rooliaan yhteiskunnassa. Tämän lisäksi määritelmän nähdään lisäävän viestinnän luotettavuutta ja takaavan laadun sekä eettisen toiminnan (ks. Asunta 2016, 82).

Viestintäala muuttuu jatkuvasti. Johanssonin ja Ottestigin (2011) tutkimuksen mukaan kolme keskeistä viestintäalalla tapahtunutta muutosta ovat 1) viestinnän nousu yhä tärkeämpään asemaan, jolloin viestinnän arvo ymmärretään entistä paremmin ja siihen ohjataan enemmän resursseja, sekä viestinnän johtamisen merkityksen kasvu, mikä on lisännyt professionalismia ja kehittänyt viestintäjohtajien osaamista; 2) teknologisen kehityksen tuomat uudet haasteet; ja 3) brändiviestintää koskeva sisäinen kilpailu markkinointi- ja viestintäosaston välillä. Lisäksi globalisaatio ja organisaatiomuutokset lisäävät työn haastavuutta. (Johansson & Ottestig 2011, 159.)

2.2 Journalismin murros

Median käyttötavat ja asema ovat viime vuosikymmenten aikana mullistuneet. Internet on nyt jokaisen ulottuvilla, sanomalehdet ja perinteinen televisio menettävät yleisöään digi- ja on-demand -sisällöille, tietoa jaetaan globaalissa maailmassa reaaliaikaisesti ja yleisö siirtyy sosiaalisen median myötä passiivisesta seuraajasta aktiivisen tuottajan rooliin. Muutokset haastavat perinteisen journalismin, jonka on sanottu ajautuneen jopa kriisiin.

Tutkimuksessa journalismin kriisistä on keskusteltu jo 1990-luvulta alkaen. Koljonen (2013) erittelee journalismin kriisin tiivistyvän kaupallistumisen, teollistumisen, kyseenalaistumisen, yhdenmukaistumisen, kaventumisen ja viihteellistymisen kysymyksiin, joiden hän näkee olevan tiukasti yhteydessä toisiinsa: ”Kaupallistumisesta seuraa viihteellistymistä, joka puolestaan johtaa mediasisältöjen yhdenmukaistumiseen ja julkisen keskustelun kaventumiseen, joka taasen kertautuu journalismin arvon kyseenalaistumisena ja toimitustyön teollistumisena”. (Koljonen 2013, 41; 44.) Väliaverron (2009, 13–14) puolestaan määrittelee journalismin uskottavuuden olevan uhattuna neljästä syystä: 1) Journalismi on omistajilleen voittoa tuottavaa liiketoimintaa; 2) uudet mediat kiristävät kilpailua, mikä johtaa työn tehostamiseen; 3) muiden toimijoiden, kuten pr- ja vaikuttajaviestinnän ammattilaisten julkaisema ei-journalistinen uutisointi syö journalismin uskottavuutta; 4) kansalaisjournalismin kasvu ja sen nopeus haastaa perinteisen journalismin.

Vehkoon mukaan journalismin kriisi voidaan tiivistää eksistentiaaliseen ja sosioekonomiseen kriisiin (Vehkoo 2011, 12–34), joiden kautta keskeisimmät muutostekijät voidaan ymmärtää. Perinteisesti journalistit ovat olleet tiedonhankinnan ja -tuottamisen monopoli-asemassa. Tämä rooli on kuitenkin murroksessa, mihin viitataan eksistentiaalisen kriisin termillä (Vehkoo 2011, 12–34). Nyky-yhteiskunnassamme tietoa on saatavissa käytännössä rajaton määrä. Luoma-ahon, Uskalin ja Weinsteinin (2009) mukaan keskeiseen rooliin on noussut huomion hallinta. Tutkijoiden mukaan elämme huomiotaloudessa (engl. attention economy), jossa eri tahot kilpailevat yleisön huomiosta ja ajasta. Tutkijat nimittävät näitä kilpailevia toimijoita, kuten journalisteja, PR- ja markkinointiammattilaisia, lobbaajia ja mainostajia, huomiotyöntekijöiksi (engl. attention workers). (Luoma-aho ym. 2009, 4–5.)

Demokraattisissa maissa journalismi on perinteisesti nähty demokratian perustana, neljäntenä valtiovaltana ja vallan vahtikoirona, jonka tehtävänä on

tarkkailla hallintoa ja tarjota kansalle totuudellista, ajankohtaista ja ymmärrettävää tietoa sen toimista (Macnamara 2014, 27–28). Vahtikoiran rooli on ollut historiassa erittäin tärkeä, mutta osa tutkijoista pitää roolia nykypäivän demokratiassa jopa vanhentuneena. Keane (2009) käyttää nykymodernista nimitystä ”monitory democracy”, ja näkee, että journalistien ohella hallinnon toimia tarkkailevat myös muun muassa lukemattomat kansalaisjärjestöt ja painostusryhmät. Nämä ryhmät voidaan niin ikään nähdä huomiotyöntekijöinä, jotka pyrkivät saamaan oman äänensä kuuluviin.

Internetin ja mobiililaitteiden kehitys sekä sosiaalinen media ovat lisäksi tuoneet tavalliset kansalaiset pöydän toiselle puolelle, eli passiivisesta yleisöstä sisällöntuottajan rooliin. Tätä kehitystä tarkastellaan seuraavassa alaluvussa *2.3 Yleisön ja tuottajan uudet roolit*.

Sosioekonominen kriisi (Vehkoo 2011, 12–34) puolestaan liittyy ns. noidankehään: Nähtävissä on ollut kansainvälinen dominoefekti, jossa sanomalehdet ovat menettäneet mainostulojaan sähköisten medioiden kehityksen myötä. Tämän seurauksena ovat olleet säästöt, ja niitä seuraava kiireen ja työmäärän lisääntyminen toimituksissa, minkä johdosta journalismin laadun on koettu heikentyneen. Heikko laatu puolestaan näkyy yleisöjen kutistumisena ja painosmäärien pienentymisenä, minkä seurauksena lehtien mainostulot ovat vähentyneet entisestään.

Sama kehitys näkyy myös Suomessa, jossa sanomalehdillä on perinteisesti ollut vahva asema. Sanomalehdet ovat maamme suurin mediaryhmä ja 92 prosenttia suomalaisista lukee sanomalehteä joko painettuna tai digitaalisena (Sanomalehtien liitto 2014, 8). Digitaalinen kehitys ei ole täysin syrjäyttänyt perinteisiä sanomalehtiä, ja päivittäin ilmestyviä sanomalehtiä on Suomessa enemmän, kuin missään muussa pohjoismaassa. Printtimedian osuus mediankäytöstä on kuitenkin vähentynyt myös meillä ja lehteä luetaan enenevässä määrin elektronisesti. (Global Alliance for Public Relations and Communication Management 2014, 4–5.)

Kriisin kiihtyessä journalisteja ja media-ammattilaisia on irtisanottu ja kokonaisia lehtiä ja mediataloja suljettu, mikä pakottaa journalisteja uusille urille. Journalistiliiton puheenjohtaja Arto Niemisen mukaan alalta on Suomessa vähennetty vuosina 2008–2014 noin tuhat työpaikkaa (M&M, 13.6.2014). Taloudellisen paineen ja vähäisten resurssien aiheuttamat muutokset toimituksissa ja työn sisällöissä sekä epävarmuus myös

houkuttelevat harkitsemaan alanvaihtoa. Alanvaihtajien ohella myös freelancereiden, yrittäjien ja työttömien määrät ovat lisääntyneet. Journalistisen työn muutosta tarkastellaan erikseen alaluvussa 2.5 *Muuttuva työnkuva*.

2.3 Yleisön ja tuottajan uudet roolit

Viestinnän ja journalismin välisten raja-aitojen voidaan nähdä madaltuneen viime vuosina merkittävästi. Myös sosiaalinen media on noussut perinteisen median rinnalle haastamaan käsityksen journalismin erityisasemasta. Nyt kuka tahansa voi hankkia tietoa tai tuottaa ja jakaa sitä omissa kanavissaan (Witschge & Nygren 2009, 55). Myös kansalaiset voidaan nähdä huomiotyöntekijöinä, jotka ovat digitalisoitumisen myötä nousseet yhä merkittävämpään asemaan sisällön tuottajina ja aktiivisina osallistujina (Luoma-aho ym. 2009, 5).

Yhtenä merkinä alojen sekoittumisesta on myös brändien oman sisällöntuotannon, kuten sisältömarkkinoinnin ja brändijournalismin kasvu. Brändit toimivat yhä useammin itse medioina sen sijaan, että ne ostaisivat mainostilaa tai houkuttelisivat toimittajia kirjoittamaan toiminnastaan. Perinteisen ostetun tai ansaitun median sijaan puhutaan omistetusta mediasta (Macnamara 2014; Basen 2013). Sisältömarkkinointi on sukua brändijournalismin, natiivimainonnan ja sponsoroidun sisällön käsitteille. Trendikkäiden termien määrittely on haastavaa, ja käsitteiden moninaisuus kuvaakin hyvin alan jatkuvaa muotoutumista.

Sisältömarkkinoinnin tai brändijournalismin ydin on journalistisesti laadukkaassa sisällössä, joka on brändin itsensä tuottamaa. Kiinnostavaa sisältöä julkaistaan brändin omissa kanavissa, missä se saavuttaa lukijoita ja puhuttelee juuri toivottua kohderyhmää tehokkaammin, kuin ostetut mainokset tai uutisiksi naamioidut advertoriaalit (Macnamara 2014, 56–57, Snow 2012). Kun sisältö on houkuttelevaa, sitä kulutetaan samalla tavoin kuin mitä tahansa muutakin sisältöä (Snow 2012).

Alanvaihtokeskustelussa sisältömarkkinoinnin ja brändijournalismin kehitys on nähty ensisijaisesti uhkana perinteiselle journalismille. Journalistien kannalta kehitys voidaan tutkijoiden mukaan kuitenkin nähdä myös positiivisena. Siinä missä mainostulojen vähentyminen kiihdyttää mediatalojen ahdinkoa ja ajaa journalisteja uusiin tehtäviin, sisältömarkkinointi luo kysyntää hyvälle kirjoittajille bränditalojen sisällä

(Snow 2012, Cheyfitz 2011). Macnamaran mukaan brändisisältöjä tuottavat usein juuri freelance- tai organisaation palveluksessa olevat journalistit. (Macnamara 2014, 56–57.)

Sisältömarkkinoinnin kasvuun liittyy journalistien kannalta kuitenkin myös eettisiä kysymyksiä. Brändien subjektiiviset tavoitteet ja toimintatavat eroavat monilta osin journalistisen etiikan mukaisesta neutraalista uutisoinnista. Snow (2012) kuitenkin näkee, että brändätyn sisällöntuotannon tulisi pohjautua samoihin lähtökohtiin, kuin perinteisen journalismin. Näitä periaatteita ovat rehellisyys, reiluus, luotettavuus ja läpinäkyvyys. Sisältömarkkinointi ei saa johtaa lukijaa harhaan, vaan toimittajan on avoimesti tuotava esille sisällön yhteys brändiin sekä myös omat kytköksensä. Nuorella alalla olisi Snown mukaan tarvetta avoimelle arvokeskustelulle. (Snow 2012.) Myös Julkisen sanan neuvosto (JSN) linjaa journalistin ohjeiden kohdassa 16, että ilmoitusaineisto on pidettävä selvästi ja tunnistettavasti erillään toimituksellisesta aineistosta, eikä piilomainontaa tule sallia.

2.4 Journalistien ja viestinnän ammattilaisten suhde

Journalistien ja viestinnän ammattilaisten suhdetta on usein pidetty ristiriitaisena siksi, että heidän voidaan nähdä työskentelevän viestinnän kentän vastakkaisilla puolilla (Niskala & Hurme 2014). Toisaalta alojen ammattilaiset voidaan nähdä kollegoina, joiden välinen yhteistyön korostuu.

Journalismin parissa voidaan Macnamaran (2014) mukaan löytää kolme diskurssia siitä, kuinka alan suhde PR:n nähdään. Ensimmäinen on kieltämisen diskurssi, jossa journalistit eivät ole avoimia siitä, kuinka ja missä määrin PR-toiminta todellisuudessa vaikuttaa toimitustyöhön ja sisältöihin. Osa toimittajista jopa kieltää, että PR vaikuttaisi heidän työhönsä mitenkään, vaikka tutkimukset pitävät PR:ää yhdestä suurimmista epäsuorista vaikuttajista. (Macnamara 2014, 10–17.) Nick Daviesin (2009, 203) mukaan journalistit ovat alttiita houkutukselle käyttää tai välittää PR-alan tuottamaa informaatiota, kuten tiedotteita, sillä heillä ei työtahdin kiihtyessä ole aikaa etsiä omia tarinoitaan ja tarkistaa juttujen taustoja. Myös Macnamara näkee kiireen vaikuttavan juttujen laatuun: Mikäli toimittajat nojautuvat liikaa tärkeimpiin lähteisiinsä, sisällöt ovat vaarassa yksipuolistua, jolloin vaihtoehdot näkökulmat eivät pääse julkisuuteen. Mikäli lähteeseen ei suhtauduta kriittisesti, voi julkisuuteen päästä myös valheellista ja virheellistä tietoa. (Macnamara 2014, 9.)

Toinen diskurssi painottaa PR:n usein jopa mystisenä pidettyä taustaroolia promoottorina sekä näkökulmien ja agendojen luojana. PR-ammattilaisiin viittaavaa englanninkielistä nimitystä "spin doctors" käyttävät erityisesti journalistit, jotka pyrkivät näin erottautumaan PR-ammattilaisista itsenäisinä ja legitimizeettinä toimijoina. (Macnamara 2014, 10–17) Journalistien on perinteisesti katsottu olevan itsenäisiä tietolähteistä, yleisöstä ja mediasta, mikä voidaan joidenkin tutkijoiden mielestä nykyaikana kuitenkin kyseenalaistaa (ks. Jyrkiäinen 2008, 11).

Kolmannessa diskurssissa journalistit pitävät itseään PR:n toiminnan uhreina. PR-toiminta nähdään tällöin valheellisena, häikäilemättömänä, periksi antamattomana ja ylivoimaisena, ja journalimi puolestaan oikeamielisenä ja itsenäisenä totuuden etsimisenä. Tähän näkökulmaan voi vaikuttaa muun muassa journalistien huonontuva työtilanne samalla, kun PR-ammattilaisten määrä kasvaa. (Macnamara 2014, 10–17.) PR-ammattilaiset puolestaan näkevät, että heidän työnsä on arvokasta ja välttämätöntä organisaatioiden näkyvyyden kannalta. He puolestaan kritisoivat journalisteja tekopyhiksi, sillä nämä samanaikaisesti sekä kritisoivat PR-ammattilaisten toimintaa että turvautuvat näihin tiedon saamiseksi. (Macnamara 2014, 17–19.)

Edellä mainitut diskurssit nojaavat Macnamaran mukaan ensisijaisesti stereotyyppeihin ja myytteihin (Macnamara 2014, 10–17), ja kategorisointia voidaan pitää värittyneenä.

Ryan ja Martinson totesivat 1988 tekemässään tutkimuksessa, että PR-ammattilaisten ja journalistien välillä vallitsi viha-rakkaus -suhde. Toisaalta PR-ammattilaisten nähtiin helpottavan journalistien työtä tarjoamalla juttujen tekoon tarvittavia lähteitä ja materiaaleja, mutta samalla journalistit kuitenkin pitivät PR-ammattilaisia epäluotettavina lähteinä. (Ryan & Martinson 1988.)

Alojen suhde voidaan nähdä myös toisin. Luoma-aho ym. (2009) esittävät, että nykyisessä huomiotaloudessa journalismi ja PR ovat lähempänä toisiaan kuin koskaan aiemmin. Kun tiedontuottamisen ja -jakamisen tahti kiihtyy, myös yhteistyön eri alojen ammattilaisten välillä on oltava sujuvaa. Tällöin korostuvat erityisesti huomiotyöläisten välinen luottamussuhde ja pitkäaikaiset yhteistyösuhteet, joihin molemmat osapuolet panostavat. Parhaimmillaan viestintäammattilaisen ja journalistin suhde hyödyttää molempia: viestijä antaa journalistille tämän tarvitsemat tiedot totuudenmukaisesti ja nopeasti ja saa samalla näkyvyyttä edustamalleen organisaatiolle. (Luoma-aho ym. 2009.)

Luoma-ahon, Uskalin ja Weinsteinin (2009, 6) mukaan journalismin ja PR:n välisten erojen ja yhtäläisyyksien ymmärtämiseksi on tutustuttava alojen eettisiin ohjeisiin. Suomen Journalistiliitto on luonut journalisteille 35 kohdan eettiset ohjeet (Journalistin ohjeet 2014), joita alan toimijoiden edellytetään noudattavan. Viestinnän ammattilaiset ovat niin ikään laatineet alansa eettiset ohjeet, jotka Viestinnän eettinen neuvottelukunta VEN päivitti viimeksi vuonna 2015. Uudet ohjeet ovat allekirjoittaneet ProCom - Viestinnän ammattilaiset ry ja Viesti ry. Viestinnän ammattilaisia sekä journalisteja velvoittavat ohjeet perustuvat pitkälti samoihin arvoihin, kuten avoimuuteen, totuudenmukaisuuteen ja rehellisyyteen. Niiden perustavanlaatuisen ero on kuitenkin näkökulmassa: Journalistit palvelevat yleisöään ja viestinnän ammattilaiset puolestaan organisaation tai asiakkaan intressejä (Journalistin ohjeet 2014; ProCom 2005; ProCom 2015). Myös Luoma-aho ym. (2009) painottavat, etteivät huomiotaloudessa työskentelevät eri osapuolet saa unohtaa omaa näkökulmaansa, sillä huomiotalous vaatii molempien osapuolten osallistumista (Luoma-aho ym. 2009).

Viestinnän alan eettiset ohjeet perustuvat jo 1960-luvulla hyväksytyyn Centre Europeen des Relations Publiques (CERP) -järjestön laatimaan Ateenan koodiin, joka puolestaan pohjautui YK:n peruskirjaan. Koodin keskeisinä periaatteina olivat rehellisyys, totuudellisuus ja yhteisön ja yleisön etujen palveleminen. Suomen Tiedottajien liitto hyväksyi vuonna 1978 CERPin Lissabonin koodin, joka keskittyi hyvin konkreettisella tasolla suhdetoiminnan harjoittamiseen Euroopassa. Nämä säännöt koskivat myös PR-toimistoja, ja niiden sisällössä korostuivat ihmisoikeudet, rehellisyys ja lojaalius. Kansainväliset eettiset säännöt ovat olleet merkittävässä roolissa alan professionalismin kehityksessä. (Von Hertzen ym. 2012, 24–26.)

Alojen rajojen hämärtyminen näkyy myös siinä, että useat freelance-toimittajat tekevät journalististen töiden lisäksi myös perinteisiä viestinnän alan työtehtäviä. Koch ja Obermaier (2014) ovat tutkineet vastaavaa ilmiötä Saksassa, jossa lähes puolella freelance-toimittajista on toimittajantyönsä ohella toinen työ, yleisimmin PR- ja viestintäalalla. Puolet kyselytutkimukseen vastanneista kertoi tekevänsä viestinnän työtä taloudellisista syistä ja puolet koki työn muuten mielenkiintoiseksi (Koch & Obermaier 2014, 477). Journalistit, jotka tekivät sivutyönään myös viestinnän alan tehtäviä, olivat tietoisia kaksoisrooliinsa mahdollisesti liittyvistä ristiriidoista. Ristiriita voisi syntyä erimerkiksi tilanteessa, jossa henkilöä pyydetään tekemään kriittinen juttu organisaatiosta, jolle hän samanaikaisesti tarjoaa tai on aiemmin tarjonnut viestintäpalveluita. Kyselytutkimuksen mukaan nämä niin sanotut

PR-journalistit eivät kuitenkaan pitäneet omaa rooliaan ongelmallisena, ja he olivatkin joutuneet ristiriitatilanteisiin vain hyvin harvoin. (Koch & Obermaier 2014, 481.) Tutkijat tarkastelivat kyselytutkimuksessaan myös PR-journalistien identiteettiä. Vastaajat kuvailivat omaa työidentiteettiään hyvin samoin kuin journalistit, joiden identiteettiä oli tutkittu Saksassa aiemmin. (Koch & Obermaier 2014, 477.)

Viestinnän ammattilaisten ja journalistien suhde on ollut myös Suomessa julkisessa keskustelussa. Helsingin Sanomien toimittaja Tuomo Pietiläinen antoi viestintäammattilaisille vuonna 2013 liikanimen ”viestintäkyylä” ja kritisoi heidän työtään epäeettiseksi. Pekka Mykkänen, joka niin ikään työskentelee toimittajana Helsingin Sanomissa, kirjoitti helmikuussa 2014 artikkelin, jossa hän nimitti yrityksen viestintäosastoa työtään haittaavaksi ”muuriksi”. Hän myös viittasi Pietiläisen näkemyksiin ja jakoi hänen käsityksensä viestinnän ammattilaisista epäeettisinä toimijoina. (Ks. Mykkänen 2014.) Artikkelin julkaisu herätti keskustelua myös viestinnän ammattilaisten keskuudessa, ja mm. sekä ProCom että ammattijärjestö Viesti ry ottivat omissa kanavissaan kantaa keskusteluun. Kannanotoissa painotettiin viestinnän eettisyyttä ja toiminnan perustumista journalismin tavoin eettisiin ohjeisiin, sekä toimittajan ja tiedottajan välistä yhteistyötä vastakkainasettelun sijaan. (Ks. Melgin 2014; Käppi 2014.)

2.5 Muuttuva työnkuva

Median toimintaympäristön muuttuessa myös journalistien työnkuva muuttuu vääjäämättä. Witschge ja Nygren (2009) erittelivät tutkimuksessaan journalistisen työn merkittävimpiä muutoksia. Ruotsissa toteutetun kyselytutkimuksen vastaajat kuvasivat työmäärän ja työtahdin kasvaneen merkittävästi: Juttuja tuotetaan yhä useampia päivässä yhä suuremmasta informaatiotulvasta. Etenkin internet-uutisoinnissa nopeus on noussut tärkeimmäksi uutiskriteeriksi ja journalisteilla on yhä vähemmän resursseja juttujen ideointiin, materiaalin arvioimiseen sekä tutkivan journalismin tekemiseen. Tutkimuksen mukaan toimittajien oletetaan lisäksi olevan moniosaajia, jotka kirjoittamisen lisäksi ottavat valokuvia ja videomateriaalia, editoivat ja taittavat. (Witschge & Nygren 2009, 43–49.)

Myös Suomessa on tutkittu journalistisen työn muutosta. Jyrkiäisen (2008) tekemän kyselytutkimuksen tulokset myötäilevät alan kansainvälisiä trendejä. Enemmistö tutkimukseen vastanneista arvioi journalismin autonomisuuden, analyttisyyden, kriittisyyden sekä eettisten sääntöjen

noudattamisen vähenevän tulevaisuudessa. Lisääntyvä kiire ja aikataulupaineet, alhainen palkka sekä kasvavat tulostavoitteet puolestaan koetaan alan muutosta kuvaaviksi kehityssuunniksi. Tutkimuksen tekohetkellä vuonna 2007 yli neljä viidesosaa vastaajista kertoi kuitenkin olevansa työhönsä tyytyväinen, mikä on kansainvälisesti vertailtuna hyvä tulos. (Jyrkiäinen 2008, 30, 89–90.)

Viestinnän ammattilaiset 2015 -tutkimuksen (2015) mukaan viestinnän ammattilaisten keskeisimpiä tehtäviä ovat järjestyksessä 1) sisällöntuotanto ja seuranta, 2) mediaviestintä ja toimintaympäristön seuranta ja 3) työyhteisö-/sisäinen viestintä. Vertailtuna vastaavaan tutkimukseen vuonna 2013, nousussa ovat erityisesti mediaviestinnän ja toimintaympäristön seurannan osuus samoin kuin maineen ja brändin rakentaminen. Tulevaisuudessa viestinnän ammattilaiset suunnittelevat panostavansa erityisesti sosiaalisen median osaamisensa kehittämiseen. (Viestinnän ammattilaiset 2015.)

Journalistien tavoin myös viestintäammattilaiset toteavat kiireen ja työpaineiden lisääntyneen arjessaan. Viestintäammattilaisista yli 73 prosenttia tuntee päivittäisen työtaakan lisääntyneen, kun vastaavasti vain noin 57 prosenttia kokee tulevansa toimeen kasvavan informaatiotulvan kanssa (Zerfass 2014, 20). Viestinnän ammattilaiset ovat kuitenkin pääosin tyytyväisiä työhönsä. Tärkeimpiä viestintäammattilaisten työtyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä olivat kiinnostavat ja monipuoliset työtehtävät, hyvät etenemismahdollisuudet, esimieheltä ja asiakkailta saatu arvotus ja työn status eli asema (Zerfass 2014, 33).

Viestinnän ammattilaiset 2015 -tutkimuksessa (2015) 69 prosenttia vastaajista arvioi oman työllisyystilanteensa vastaushetkellä hoitamassaan tehtävässä hyväksi myös tulevaisuudessa. Vuonna 2013 luottavaisia oli hieman enemmän, 71 prosenttia. Tällöin positiivisimmin työllisyystilanteensa arvioivat viestintätoimistoissa työskentelevät, kun taas uusimman tutkimuksen mukaan luottavaisimpia ovat kirkon ja seurakuntien työntekijät. (Viestinnän ammattilaiset 2013; Viestinnän ammattilaiset 2015.) Myös viestinnässä työntekijöiden vaihtuvuus on suurta. Joka kolmas viestinnän ammattilainen oli etsinyt uutta työpaikkaa ja niin ikään joka kolmas oli siirtynyt opiskelemaan. Alanvaihtoa oli harkinnut vakavasti 31 prosenttia vastaajista. (Viestinnän ammattilaiset 2015.)

Työnkuvan muutos vaikuttaa myös ammattilaisten identiteetteihin ja mielikuviin omasta ammatistaan. Niskala ja Hurme (2014) ovat tutkineet

suomalaisten PR-ammattilaisten ja journalistien käsityksiä omasta ammatillisesta minäkuvastaan sekä vastakkaisen ryhmän ammatista. Tutkimus osoitti, että PR-ammattilaiset pitivät itseään suhteiden ja luottamuksen rakentajina, kun taas journalistit näkevät PR-ammattilaisen tehtäviksi markkinoinnin ja taloudellisten päämäärien saavuttamisen. Journalistit puolestaan määrittelevät omiksi tehtävikseen tiedonjakamisen, kritiikin esittämisen sekä yleisön palvelemisen, kun taas PR-ammattilaiset näkevät journalististen tehtävien liittyvän erityisesti mielipiteiden jakamiseen, neuvomiseen sekä skandaaleista raportointiin. (Niskala & Hurme, 2014.) Ammatillisen identiteetin käsitettä tarkastellaan syvemmin seuraavassa alaluvussa *2.6 Ammatti-identiteetti*.

2.6 Ammatti-identiteetti

Etenkin journalisteilla on perinteisesti nähty olevan vahva ammatti-identiteetti, joka pohjautuu alan ammattilaisten jakamaan käsitykseen etiikasta ja journalismin roolista yhteiskunnassa. Vahva identiteetti nähdään alanvaihtokeskustelussa seikkana, joka voi vaikeuttaa toimittajan sopeutumista uuteen rooliinsa viestinnän ammattilaisena. Kirjoittajan oma samastuminen tiettyyn ammattiryhmään voi tulla esiin myös keskustelussa esitetyissä mielipiteissä.

Ammatillinen identiteetti on yksilön oma käsitys itsestään ammatillisena toimijana: Millainen olen suhteessa työhön ja ammatillisuuteen, ja millaiseksi haluan ammatissani ja työssäni tulla? Myös käsitykset samastumisesta ja johonkin kuulumisesta, tärkeinä pidetyistä asioista ja siitä, mihin ihminen sitoutuu työssään ja ammatissaan, kuuluvat ammatilliseen identiteettiin. (Eteläpelto & Vähäsantanen 2008, 26.) Journalistin alanvaihtoa kuvataan alanvaihtokeskustelussa myös epäeettiseksi, jolloin alaa vaihtaneen kollegan nähdään toimineen väärin esimerkiksi ammattiyhteisöään kohtaan. Jaetun etiikan ja arvojen lisäksi ammatilliseen identiteettiin sisältyvät myös työtä ohjaavat tavoitteet ja uskomukset (Eteläpelto & Vähäsantanen 2008, 26).

Ammatillisen identiteetin voidaan alan tutkimuksessa katsoa rakentuvan yhtäältä sosiaalisesti ja diskursiivisesti, toisaalta persoonan ja henkilökohtaisen itsensä etsimisen tasolla. Eteläpelto ja Vähäsantanen näkevät, että ammatillinen identiteetti rakentuu kuitenkin aina näiden kahden, sosiaalisen ja persoonallisen, vuoropuheluna, jossa yksilö neuvottelee identiteettiasemansa suhteessa ympäröivään sosiaaliseen todellisuuteen (Eteläpelto & Vähäsantanen 2008, 41–44). Neuvottelua on tehtävä vahvasti

esimerkiksi alanvaihdon kohdalla useassa vaiheessa, aina siirtymisen suunnittelusta uuteen rooliin sopeutumiseen. Walshin ja Gordonin (2008) mukaan ammatillinen identiteetti, kuten myös muut identiteetit, muodostuvat sosiaalisesti muun muassa vertailemalla itseä muihin. Identiteetin rakennus on jatkuva prosessi, jossa yksilö määrittää itsensä aina uudelleen (Walsh & Gordon 2008, 4).

Tutkimuskirjallisuudessa viitataan ammatillisen identiteetin ohella myös kapeammin työidentiteettiin, jonka nähdään olevan yhdistelmä yksilön ammattiinsa ja työnantajaorganisaatioonsa liittämistä identiteeteistä sekä muista omista identiteeteistään. Työidentiteetti näkyy yksilön valitsemissa toimintarooleissa sekä siinä, miten työntekijä työtä tehdessään toimii ja käyttäytyy. Asiantuntijuutta tutkittaessa on todettu, että organisaation identiteetillä on vähemmän vaikutusta asiantuntijoiden kuin muiden ammattilaisten työidentiteettiin. (Walsh & Gordon 2008.) Journalistien identiteettiä ja erityisesti identifioitumista työnantajaorganisaatioon tarkastellut tutkimus totesi, että journalistit identifioituivat ja samastuivat vahvemmin juuri professioonsa, kuin edustamaansa organisaatioon. Kuitenkin sekä professio että organisaatio tarjosivat journalisteille vahvoja identiteettejä. (Russo 1998.)

Identiteetti on yksi diskurssitutkimuksen keskeisistä tutkimuskohteista. Tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti sitä, mitä identiteettejä aineistossa muodostuu tekijöille tai osapuolille, eli miten heidät ulkoa päin määritellään. Alanvaihtokeskustelun osalta on kiinnostavaa tarkastella, kuka keskustelussa nähdään journalistina ja kuka viestinnän ammattilaisena ja miten ja mistä nämä rajaukset syntyvät. Diskursiivista identiteettiä tarkastellaan alaluvussa *3.3 Representaatio ja identiteetti*.

Alanvaihtokeskustelusta on eriteltävissä eri näkemyksiä sille, mistä piirteistä ja aineksista viestintäammattilaisuus koostuu eli kenet voidaan nähdä viestinnän ammattilaisena. Alanvaihdon yhteydessä viitataan usein muiden muassa osaamiseen, kompetensseihin ja koulutukseen. Näistä keskustellaan sekä tekijöinä, joiden ansioista journalistit soveltuvat tai ovat yliverkaisia rekrytointeja viestinnän tehtäviin tai päinvastoin tekijöinä, joiden vuoksi journalisteilla ei ole vastaavia edellytyksiä viestinnän alan töihin, kuin alan koulutuksen saaneilla. Salmisen (2014) mukaan edellä mainittujen käsitteiden käyttö on tutkimuksessa hyvin sekavaa. Osaamisen hän näkee koostuvan yksilön tiedoista ja taidoista, kokemuksista, toiminnasta, verkostoista, asenteesta ja henkilökohtaisista ominaisuuksista, jotka auttavat työn teossa.

Kompetenssi puolestaan voi hänen mukaansa viitata sekä yksilön kykyyn suoriutua työtehtävästä että yksilön ominaisuuksiin, kuten tietoihin, taitoihin ja asenteisiin, tai se voi olla näiden kahden summa. Lisäksi kompetenssi voidaan nähdä ennakkoehtona osaamiselle, jolloin se liittyy perehdytykseen ja koulutukseen, tai itse suoritukseksi. (Salminen 2014a, 46–47.)

Suomessa koulutusta on perinteisesti arvostettu paljon ja koulutuksen katsotaankin olevan edellytyksenä ja vaikuttavan myös etenemiseen työelämässä. Zerfassin (2014) tutkimuksen mukaan suomalaiset viestintäammattilaiset pitivät akateemista koulutusta kaikkein tärkeimpänä urakehitykseen vaikuttavana tekijänä. Lisäksi he näkivät akateemisen koulutuksen kaiken kaikkiaan tärkeämmäksi, kuin kansainväliset kollegansa. Eurooppalaiset viestintäammattilaiset puolestaan mainitsivat tärkeimmiksi urakehitykseen vaikuttaviksi tekijöiksi verkostoitumisen kollegoiden kanssa, jatkokoulutuksen työssä tai sen ulkopuolella ja siirtymisen uuden työnantajan palvelukseen. (Zerfass 2014, 52–53.)

Suomessa viestinnän koulutusta on ollut saatavilla vasta 1970-luvulta lähtien, minkä vuoksi toimittajataustaisia ammattilaisia on paljon (Von Hertzen ym. 2012, 35). Alan koulutus näkyy kuitenkin vahvasti nykyisten viestintäammattilaisten taustalla. Vuonna 2015 toteutetussa kyselyssä viestintää oli opiskellut sivu- tai pääaineenaan korkeakoulutasolla 70 prosenttia vastaajista. Melkein puolet vastaajista (44 %) kertoi aloittaneensa viestintätehtävissä heti opintojen jälkeen ja pysyneensä alalla koko uransa ajan. Kyselyssä ei kysytty erikseen, oliko vastaajilla toimittajakoulutusta, mutta media-alalta kertoi siirtyneensä 14 prosenttia vastaajista. (Viestinnän ammattilaiset 2015.)

Suomalaisten viestintäjohtajien koulutustausta poikkeaa hieman kansainvälisessä vertailussa. Viestinnän ammattilaiset 2015 -tutkimuksen (2015) mukaan suurin osa yksikön päälliköistä, joilla oli alaisia, oli opiskellut viestintää pää- tai sivuaineenaan yliopistossa tai korkeakoulussa. Vastaavasti aiempi ruotsalainen tutkimus viestintäjohtajien koulutustaustasta osoitti, että viestintäjohtajilla ei ole yhtä yhteistä koulutustaustaa. Alankomaissa, Britanniassa ja USA:ssa tehdyt tutkimukset puolestaan esittävät, että viestintäjohtajalla on usein jokin muu kuin viestintätausta. (Johansson & Ottestig 2011, 157–158.)

Eteläpellon ja Vähäsantasen (2008) mukaan työntekijän ammatti-identiteetillä on jopa entistä vahvempi rooli nykyaikana, vaikka työelämässä arvostetaan

muiden muassa yliammattillista osaamista, moniammatillisuutta, jaettua asiantuntijuutta, ammatillista liikkuvuutta, joustavuutta ja jatkuvaa oppimista. Työelämä edellyttää aktiivista toimijuutta, oman osaamisen esittämistä, arviointia ja markkinointia, minkä vuoksi työntekijän on tärkeää olla tietoinen ja tunnistaa oma ammatillinen identiteettinsä sekä pystyä rakentamaan sitä ja määrittelemään se jatkuvasti uudelleen. (Eteläpelto & Vähäsantanen 2008, 27.)

2.7 Työelämän muutos

Suomalainen työelämä arvioidaan yhä kiireisemmäksi ja stressaavammaksi. Elinkeinoelämän valtuuskunta EVA:n arvo- ja asennetutkimuksessa 82 prosenttia suomalaisista piti työntekoa liian kovatahtisena ja stressaavana, mikä näkyy muun muassa alentuneena työhyvinvointina (Haavisto 2010, 63). Kiireen lisääntyminen ja yksilöiden työhyvinvoinnin kokemuksen heikkeneminen voivat vaikuttaa myös laajemmin työyhteisön iltapiiriin. Työpaikan hyvää henkeä ja viihtyisää työympäristöä piti vuonna 2010 tärkeänä jopa yhdeksän kymmenestä suomalaisesta (Haavisto 2010, 45). Myös työelämän epävarmuus on lisääntynyt, mikä näkyy lyhytaikaisten työsuhteiden kasvavassa määrässä useilla aloilla, myös journalismin parissa. Suomalaisista 83 prosenttia pitää työsuhteen vakinaisuutta tärkeänä ja lähes yhtä moni arvostaa varmaa ja turvattua työpaikkaa (Haavisto 2010, 45).

Aikamme työelämälle, jota osa tutkijoista nimittää postmoderniksi työelämäksi, ovat keskeistä verkostot, muutos ja tilapäisyys sekä yksilön lisääntynyt valinnanvapaus ja vastuu (Hanhinen 2010, 26). Työ- ja elinkeinoministeriö on tehnyt arvioita siitä, millainen suomalainen työelämä on vuonna 2030 (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012). Arvion mukaan työtä organisoidaan tulevaisuudessa joustavasti muuntuvissa työ- ja muissa yhteisöissä, jotka eivät ole sidottuja organisaatioon tai perinteiseen työaikaan. Myös verkostojen merkityksen arvioidaan kasvavan edelleen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 16–17). Yhä moninaisempien verkostojen voidaan nähdä kannustavan myös journalisteja ja viestinnän ammattilaisia yhä aktiivisempaan yhteistyöhön, mikä myös madaltaa ammattien välisiä raja-aitoja. Tämä voi osaltaan vaikuttaa myös alanvaihdosta käytävään keskusteluun tekemällä alanvaihdosta nykyistä luonnollisempaa.

Työn mielekkyys ja merkityksellisyys nousevat vuoteen 2030 mennessä yhä keskeisempään rooliin (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012), vaikka niiden on voitu nähdä kasvattavan rooliaan jo ennen tätä. Alasoinin (2010, 56) mukaan

työn sisältö ja mielekkyys motivoivat työntekijää työstä saatavaa korvausta enemmän. Mikäli journalistit tutkimusten osoittamaan tapaan kokevat työnsä muuttuneen ja epävarmuuden alalla lisääntyneen, saattaa yhä useampi toimittaja päätyä hakemaan merkityksellisempää uraa alan ulkopuolelta.

Työurat ovat niin ikään muutoksessa. Yksilöiden urat ovat yhä moninaisempia ja yhä harvempi työntekijä jää eläkkeelle ensimmäisestä työpaikastaan. Viestinnän tutkijat jakavat kuitenkin useimmiten perinteisen käsityksen urasta lineaarisena jatkumona, jossa yksilön uramenestys tarkoittaa etenemistä organisaation hierarkiassa (Salminen 2014a, 52). Alanvaihto ei ole luonnollinen osa urakehitystä.

Ammatillinen uusiutuminen ja omakohtainen kasvu nähdään niin ikään postmodernin työelämän ominaispiirteinä (Hanhinen 2010, 26), ja vastuu urakehityksestä on vahvasti yksilöllä itsellään. Työ- ja elinkeinoministeriön (2012, 24) mukaan tulevaisuuden työelämässä selviävät parhaiten luovat ja pelisilmää omaavat ihmiset, jotka kykenevät aktiivisesti ottamaan vastuun oman elämäntarinansa rakentamisesta ja päästämään irti menneestä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 24). Tällaiseen vastuunottoon voi osaltaan kuulua myös alan vaihtaminen, mikäli se nähdään seuraavana askeleena omalla urapolulla.

Postmodernia aikakautta seuraa transmoderni aika, josta on näkynyt viitteitä jo edellisen vuosikymmenen vaihteessa. Transmodernille työelämälle on tyypillistä edelleen kiihtyvä dynaamisuus (Hanhinen 2010, 27). Työelämässä suoraviivaisista urapoluista siirrytään monialaisten ammattilaisten, hybridiammattien ja erityisasiantuntijoiden aikakaudelle (Salminen 2014a, 28). Myös viestinnän ja journalismin parissa urapolkujen voidaan tämän pohjalta arvioida monipuolistuvan.

3 METODINA DISKURSSIANALYYSI

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan alanvaihtokeskustelussa esiintyviä ja siinä tuotettavia diskursseja, joita analysoidaan tulkitsevan diskurssianalyysin kautta. Diskurssin käsitteellä ei ole yhtenäistä määritelmää, vaan sitä voidaan pitää monimerkityksisenä (van Dijk 1997). Pietikäisen ja Mäntysen (2009, 22–23) mukaan diskurssi voi viitata eri yhteyksissä esimerkiksi puhetapaan, ymmärrykseen todellisuudesta, merkityssuhteiden järjestelmään, lausetta suurempaan kielenkäytön yksikköön, tekstiaineistoon, kielenkäyttöön kontekstissaan tai vakiintuneeseen merkityksellistämisen tapaan. Myös käsitteiden diskurssintutkimus ja diskurssianalyysi alle mahtuu monenlaista tutkimusta. Diskurssianalyysia voidaan sen monipuolisuuden vuoksi kuvata ”väljäksi teoreettiseksi viitekehykseksi” (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993, 17). Tässä tutkimuksessa diskurssintutkimus nähdään metodin lisäksi myös edellä mainittuna teoreettisena viitekehyksenä (ks. esim. Puusa & Juuti 2011), minkä vuoksi sen terminologian avaaminen nähdään tärkeänä tutkimuksen ymmärtämiseksi.

Diskurssien nähdään sekä muokkautuvan sosiaalisesti että muokkaavan itse sosiaalista todellisuutta. Jokisen, Juhilan ja Suonisen (1999, 21) mukaan diskurssi on ”verrattain eheä merkityssuhteiden kokonaisuus tai merkitysulottuvuus, joka rakentaa todellisuutta tietyllä tavalla”. Michel Foucault näkee niin ikään diskurssien olevan ”kiteytyneitä ja kulttuurisesti jaettuja merkityksellistämisen puhe- ja ajattelutapoja, jotka muokkaavat puhunnan kohdetta” (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 25–26). Puusa ja Juuti

painottavat diskurssien juurtuneisuutta sosiaalisiin ja yhteiskunnallisiin konteksteihin (Puusa & Juuti, 2011, 209).

Lehtonen (2000, 31–32) määrittää diskurssin tavaksi representoida inhimillistä todellisuutta. Kukin diskurssi tuottaa oman representaationsa todellisuudesta, minkä johdosta niillä on omat säännöstönsä. Diskurssit esimerkiksi määrittävät sitä, kuinka ajatuksia sen sisällä on mahdollista yhdistellä, eli esimerkiksi sitä, mikä voidaan nähdä jonkin ilmiön syynä ja mikä jonkin toisen seurauksena. (Lehtonen 2000, 70.) Samalla kun diskurssi ohjaa ja mahdollistaa puheenaiheena olevan asian näkemistä tietyllä tavalla, se samalla rajoittaa vaihtoehtoisia tapoja (Hall 1992b, 291; Pietikäinen & Mäntynen 2009, 54). Puheessa tai tässä tapauksessa tekstissä tehdyt kielelliset valinnat määrittävät myös sitä, miten diskurssi voi olla tai on olemassa. Keskustelutapahtuma määrittää diskurssia, samalla kun se on osa sitä ja toimii diskurssin määrittelemien raamien sisällä. Keskusteluun osallistuvat ihmiset, jotka voidaan nähdä tietyn yhdistävän kulttuurin toimijoina, viestivät toisilleen ”yleisesti hyväksytyjen” normien puitteissa tullakseen ymmärretyiksi. (Remes 2006, 303.)

Tässä tutkimuksessa diskurssi ymmärretään sekä sosiaalisesti rakentuvana että sosiaalista todellisuutta rakentavana puhe- ja ajattelutapana, jota voidaan tutkia kielenkäytön kautta tietynä aikana. Tutkimuksessa nojaututaan brittiläiseen diskurssianalyysin perinteeseen, jossa painottuu keskustelun analyysi. Brittiläisessä (anglo-amerikkalaisessa) perinteessä tarkastelun kohteena on keskustelu, joka voi olla myös ilmaistu tekstin muodossa. Perinteisesti diskurssianalyysia on sovellettu puheiden tai muiden muodollisten keskusteluiden tutkimiseen. Vaikka tässä tutkimuksessa ei ole kyse yhtäältä suullisesta keskustelusta tai toisaalta formaalista puheesta, nähdään journalistien alanvaihdosta kirjoitetut tekstit tässä tutkimuksessa puheenvuoroina ja kannanottoina laajempaan aiheesta käytävään keskusteluun.

Tutkimuksen keskiössä on ajatus vuorovaikutuksesta, jonka luomiseen yksilöt osallistuvat ja osallistumisellaan samalla ylläpitävät sosiaalista todellisuutta (Remes 2006, 298–299). Remeksen (2006, 298–299) mukaan brittiläistä diskurssintutkimusta tehdään yhtenä aikana historiallisen jatkumon tarkastelun sijaan, minkä kuvaa myös tämän tutkimuksen fokusta.

Tässä tutkimuksessa alanvaihtokeskustelussa käytettyjen puheenvuorojen nähdään heijastavan jotain edustamaansa diskurssia samalla, kun ne

määrittävät diskursseja. Tutkimuksessa nähdään, että vaikka yksilöt esittävät väitteitä ensisijaisesti diskursiivisesti toimivina yksilöinä, henkilön osallisuus johonkin alakulttuuriin tai ryhmään voi antaa lisätietoa diskurssista. Yksilön voidaan nähdä kuuluvan johonkin alakulttuuriin esimerkiksi taustansa tai asemansa vuoksi, minkä kautta hän omaksuu kulttuurin tavat, arvot ja käytännöt. Diskurssien avulla voidaan kuvata, miten jokin alakulttuuri merkityksellistää sosiaalista todellisuutta itselleen (Remes 2006, 306). Remeksen (2006, 331) mukaan diskurssianalyysissä tutkitaan väitteitä, joita ihmisten nähdään esittävän todellisuudesta ja sen luonteesta. Teksteissä tehdyt sanavalinnat kertovat esimerkiksi asenteista ja näkökulmista, ja niiden avulla tehdään eroa meihin ja muihin: "Kun ajatellaan, että puhuja esittää väitteet todellisuuden luonteesta, voidaan tutkia diskurssia hänen osallisuutensa valossa: Mistä tutkittava on osallinen, kun hän esittää väitteet, joiden taustalla ovat normit ja oletukset "oikeanlaisesta toimivuudesta" kyseisessä asemassa ja diskurssissa" (Remes 2006, 330). Kirjoittaja siis tekee kieltä käyttäessään kielellisiä valintoja sen mukaan, minkä diskurssin hän on omaksunut (Lehtonen 2000, 70). Tästä syystä kirjoittajan toimijuus, asema ja tekstin ulkopuolinen konteksti tuodaan tässä tutkimuksessa esiin myös aineiston esittelyssä ja analyysissä.

Diskurssintutkimuksessa kiinnostavaa ei ole sen selvittäminen, mikä tunnistetuista merkityksistä on lähimpänä totuutta, vaan sen tarkastelu, millaiset merkitykset ovat vallalla, marginaalissa tai kokonaan puuttuvia, ja miksi (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 13). Diskurssit liittyvät toisiinsa verkostomaisesti ja järjestyvät hierarkkisesti sosiaalisin ja yhteiskunnallisin perustein (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 58). Tällöin jotkin diskurssit voivat saada joinain aikoina enemmän valtaa ja siten tukevamman aseman yhteiskunnassa, kuin toiset diskurssit. Tätä sosiaalista järjestymistä voidaan kuvata käsitteellä "diskurssijärjestys" (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 58). Kulloinkin vallalla olevista diskursseista voi muodostua itsestäänselvyyksiä eli yhteisesti jaettuja "totuuksia", jolloin ne voivat vaimentaa heikompia diskursseja, eli vaihtoehtoisia totuuksia (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993, 29; Pietikäinen & Mäntynen 2009, 58).

Diskurssianalyysissä yksi keskeisistä käsitteistä on sosiaalinen todellisuus. Sosiaalinen todellisuus määritellään eri painotuksissa eri tavoin, mutta se voidaan lyhyesti tiivistää erilaisessa toiminnassa ilmeneväksi kokemustodellisuudeksi, johon kulttuuri ja kommunikaatio liittyvät (Remes 2003, 24). Tässä tutkimuksessa sosiaalisena todellisuutena nähdään

alanvaihto, josta osin samasta kulttuurista ja samalla eri alakulttuureista tulevat toimijat keskustelevalta, ja jota he merkityksellistävät eri tavoin.

Diskurssintutkimus on laadullista tutkimusta. Laadullisessa lähestymistavassa todellisuutta ja siitä saatavaa tietoa käsitellään subjektiivisena (Puusa & Juuti 2011, 47). Laadullinen tutkimus ei näin ollen pyri tilastollisiin yleistyksiin, vaan syvään analyysiin valitusta tutkimusaineistosta. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään muun muassa kuvaamaan tai tulkitsemaan jotain ilmiötä tai ymmärtämään tiettyä toimintaa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85). Lisäksi tavoitteena voi olla muun muassa uuden tiedon saaminen, aiemman ymmärryksen syventäminen tai jonkin tulkinnan kyseenalaistaminen (Puusa & Juuti 2011, 47). Tämän tutkimuksen tarkoituksena on syventää tietoa alanvaihdosta sekä eri näkökulmista ja puhetavoista ilmiön ympärillä.

Remksen (2006) mukaan diskurssianalyysia voidaan lähestyä kolmen eri tieteenfilosofian näkökulmasta: lähestymistapa voi olla empiristinen, rationalistinen ja pragmaattinen tai kriittinen (Remes 2006, 293–295). Tässä tutkimuksessa eri tutkimuskysymyksiin pyritään vastaamaan kunkin kysymyksen kannalta mielekkäimpien tieteenfilosofisten raamien sisällä. Tutkimuskysymykset esitellään luvussa 4 *Tutkimuksen toteuttaminen*.

Tässä tutkimuksessa sovelletaan erityisesti tulkitsevaa diskurssianalyysia. Koska diskurssintutkimukseen liittyy aina tutkijan tulkintaa, voidaankin ajatella, että kaikki diskurssianalyysi on osaltaan tulkitsevaa (Puusa & Juuti 2011, 206). Tulkitsevassa diskurssianalyysissa tutkija pyrkii toteuttamaan tutkimustaan aineistolähtöisesti eli olemaan mahdollisimman avoin aineistoon ja tulkintojaan kohtaan. On hyvin tavallista, että tutkija tarkentaa tai jopa muuttaa tutkimuskysymyksiään tutkimuksen edetessä, mikäli aineistosta tehdyt tulkinnat johdattelevat tutkimuksen uusille urille. (Puusa & Juuti 2011, 216–217.) Keskeistä on, ettei tutkijalla ole tulkitsevassa diskurssianalyysissa valmista ja tulkintaa mahdollisesti ohjaavaa näkökulmaa esimerkiksi diskurssien valta-asetelmasta, mikä puolestaan on yleistä kriittisessä diskurssianalyysissa.

Tulkitsevassa diskurssianalyysissa painottuu tiukan aineistolähtöisyyden lisäksi sosiaalisen konstruktionismin mukainen käsitys kielestä todellisuuden rakentajana. Kieli ei siis vain kuvasta, merkityksellistä tai rakenna todellisuutta, vaan se on samalla osa sitä. (Puusa & Juuti 2011, 206.) Kielenkäyttöä tarkastellaan seuraavassa alaluvussa 3.1 *Kieli ja konteksti*.

3.1 Kieli ja konteksti

Kielenkäyttö nähdään diskurssianalyysissa keskeisenä tutkimuskohteena. Diskurssintutkimuksen perustava ajatus on kielen näkeminen osana sosiaalista toimintaa. Pietikäisen ja Mäntysen (2009, 20) mukaan diskurssintutkimus on tutkimusta ja teoretisointia kielen ja kielenkäytön sekä todellisuuden välisestä suhteesta. Tässä tutkimuksessa diskursseja tutkitaan keskustelusta, joka koostuu erilaisista teksteistä. Kieltä tutkitaan sen osalta, miten ja mitä asioita sillä tehdään diskurssissa. Kielenkäytön lisäksi tarkastellaan myös kielenkäyttötilannetta, sillä kielenkäyttö tapahtuu aina tiettyssä tilanteessa ja tiettyinä aikoina (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 18).

Diskurssintutkimus nojaa funktionaaliseen kielikäsitteeseen, jossa kielellisten merkitysten nähdään olevan tilannesidonnaisia ja syntyvän sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, kuten siinä tilanteessa, jossa kieltä käytetään. Kielenkäyttäjät tekevät valintoja sekä kielenkäytön mikrotasolla, jolle kuuluvat sanasto, kielioppi ja rakenteet, että myös diskursiivisten ja sosiaalisten merkkijärjestelmien, kuten identiteettien ja valtakäsitteiden tasoilla. Kielenkäytön nähdään olevan funktionaalista kolmella tavalla: Kieli on ensinnäkin viestinnän väline, toiseksi se kuvaa ja representoi maailmaa ja kolmanneksi sitä pidetään sosiaalisten suhteiden ja identiteettien luojana. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 16–14.) Myös Gee (2011, 2) määrittelee kielen käytön kolmen funktion kautta sanomiseksi, tekemiseksi ja olemiseksi. Yhden lauseen tai tekstin nähdään operoivan yhtä aikaa kaikilla edellä mainituilla tasoilla, mikä kuvaa hyvin kielen ja sosiaalisen toiminnan erottamatonta yhteyttä (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 16–14). Keskeisiä kielen funktioita avaavia kysymyksiä ovat muiden muassa miten maailmaa ja sen tapahtumia ja toimijoita kuvataan eli representoidaan, millaisia suhteita ja identiteettejä toimijoille rakentuu ja miten toiminta järjestyy kielellisesti. Myös diskurssilla voidaan nähdä olevan vastaavia tehtäviä: Diskurssit representoivat asioita, rakentavat identiteettejä ja sekä järjestävät ja organisoivat mm. kielellisiä resursseja. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 52.)

Diskurssintutkimuksessa kielen tutkiminen ei ole itseisarvo vaan väline yhteiskunnan ja kulttuurin ymmärtämiseen. Diskurssin tutkimuksessa kielen käyttöä analysoidaan sosiaalisen konstruktionismin näkökulmasta, jolloin kieli näyttäytyy todellisuuden rakentamisena, ei faktatiedon saamisen välineenä. Kielen käytön kautta ei pyritä tutkimaan todellisuutta, kuten realistisessa näkökulmassa, vaan kielen käyttö nähdään todellisuuden osana. Kielen käyttöä ei toisin sanoen voida erottaa niin sanotusta ”oikeasta”

todellisuudesta, sillä kieli ja todellisuus ovat erottamattomasti yhteen kietoutuneita. (Potter & Wetherell 1998; Jokinen ym. 1993, 9, 20–21.) Kielen käytön avulla siis ei ainoastaan kuvata maailmaa, vaan sen avulla myös merkityksellistetään sekä järjestetään ja rakennetaan, uusinnetaan ja muutetaan ympäröivää sosiaalista todellisuutta. Kieltä käyttäessään ihminen konstruoi ne ”kohteet”, joista hän puhuu tai kirjottaa. Kun kielen käyttäjä kuvaa jotain kohdetta, hän liittyy kuvaukseensa automaattisesti myös piileviä merkityksiä, kuten oletuksia siitä, mikä on luonnollista. (Jokinen ym. 1993, 18–19.) Diskurssianalyysin näkökulmasta kiinnostavaa on juuri näiden merkitysten tarkastelu ja näkyväksi tekeminen.

Kielen käyttö on myös vallan käyttöä. Voidaan ajatella, että tietyt kielelliset valinnat ja niillä rakennettava diskurssi suuntaavat valokeilan vain tiettyyn näkökulmaan jättäen muut huomiotta. Jotkin diskurssit ovat lisäksi toisia vahvempia, jolloin ne valaisevat valitsemaansa näkökulmaa muita selvemmin. (Pynnönen 2013, 18.) Vaikka kuulija ja tekstin lukija on aktiivisessa asemassa merkitysten määrittelyssä, tekstien tuottajilla on kulttuurissamme enemmän valtaa kuin lukijoilla (Lehtonen 2000, 151). Gee (2011, 2) näkeekin, että jonkin sanoman täyteen ymmärtämiseen vaaditaan informaation lisäksi tieto siitä, kuka puhuu ja siitä, mitä puhuja yrittää kielen käytön kautta tehdä. Kielenkäytössä tehtävät valinnat voivat kuitenkin olla myös tiedostamattomia. Tutkimuksen kannalta ei ole merkitystä, onko kielen käyttäjän toiminta tietoista. Kiinnostavaa on se, mitkä funktiot tilanteessa potentiaalisesti ovat läsnä ja mitkä niistä aktualisoituvat. Näiden tilanteiden funktioiden ohella kielen käytöllä voi olla laajempia ideologisia seurauksia, jotka liittyvät diskurssien ja vallan yhteen kietoutumiseen. (Jokinen ym. 1993, 42–43.)

Diskurssintutkija liikkuu tutkimusta tehdessään kielenkäytön mikro- ja makrotasoilla. Mikrotasolla viitataan kielenkäyttöön ja kielellisiin valintoihin ja makrotasolla puolestaan tilanteeseen ja laajempaan kontekstiin. Analyysin kohteena on siis monia eri tason konteksteja, eikä minkään sanan, ilmauksen, tekstin tai diskurssin merkitys ole pysyvä. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 18, 28.) Jokaiseen kielenkäytön muotoon ja kielenkäyttötilanteeseen vaikuttaa samanaikaisesti useita konteksteja, joista merkitys kerrostuu. Kielen, toiminnan ja tilanteen välinen vuorovaikutus on diskurssin tutkimuksen ydintä (Pynnönen 2013, 5).

Pietikäisen ja Mäntynen (2009) mukaan kontekstilla tarkoitetaan kaikkia niitä tekijöitä, joilla on osansa merkityksen muodostumisessa ja jotka

mahdollistavat tai rajaavat merkityksen käyttöä ja tulkitsemista. Konteksti tarkoittaa sananmukaisesti ”tekstin kanssa” (lat. con text), mikä kuvaa hyvin käsitteen luonnetta. Konteksti on monikerroksinen käsite, jolla voidaan viitata muun muassa asiayhteyteen, vuorovaikutustilanteeseen tai yhteiskunnalliseen tilaan tietynä aikakautena. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 18, 30.) Kieltä ei todellisuuden tavoin voida koskaan kohdata ”puhtaana”, sillä jokaisella kielenkäytön tavalla on historiansa ja kontekstinsa sekä kytköksensä sosiaaliseen toimintaan. Näihin yhteyksiin eri tekstien ja diskurssien välillä voidaan viitata intertekstuaalisuuden (ks. Fairclough 1992, Lehtonen 2000, 180–182) ja interdiskursiivisuuden käsitteillä.

Pietikäisen ja Mäntynen (2009) mukaan kielen ja kontekstin suhde on kaksisuuntainen: ”Kielenkäyttö rakentaa maailmaamme ja toisaalta maailma (konteksti) vaikuttaa siihen, miten kieltä käytetään” (Pietikäinen & Mäntynen 2009 17). Diskurssianalyysissä kontekstia ei nähdä tutkimusta haittaavana elementtinä, joka tulisi eristää itse tutkimuksen kohteesta, vaan sitä pidetään diskursiiviseen maailmaan kuuluvana ja aineiston analyysia rikastuttavana ominaisuutena. Tutkimusta ei siis pyritä tekemään ”laboratorio-olosuhteissa”, vaan esimerkiksi haastattelutilanteen vuorovaikutteisuus nähdään arvokkaana. (Jokinen ym. 1993, 29–30.)

3.2 Representaatio ja identiteetti

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan myös aineistossa esiintyviä representaatioita, joiden nähdään antavan arvokasta tietoa eri diskursseista. Representaatio on sananmukaisesti jonkin asian tai ilmiön ”uudelleen esittämistä” tai ”uudelleen kuvaamista”. Diskurssintutkimuksessa diskursiivista valtaa tarkasteltaessa on keskeistä analysoida, millä tavoin ja millaisesta näkökulmasta todellisuutta kuvataan eli representoidaan. Representaatio voi olla esimerkiksi kuva puheena olevasta aiheesta, siihen liittyvistä toimijoista ja heidän välisistä suhteistaan sekä identiteeteistään. Representaatio liittyy läheisesti myös valtaan ja ihmisten asemaan: Mitä missäkin tilanteessa ja kontekstissa tehdään näkyväksi ja mitä ei, ja kuka saa kuvata ketäkin. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 54–56.)

Representaatio on diskurssin tavoin kontekstisidonnainen, eli se saa merkityksensä suhteessa aiempiin representaatioihin. Samalla jokainen representaatio on ainutlaatuinen ja uusi omassa kontekstissaan. Kontekstia tarkasteltaessa liikutaan kielen ja representaation makrotasolla. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 56.) Representaatioihin ja representoimiseen liittyy kielen ja

diskurssien tapaan vallankäyttöä, sillä yksilölle annettu representaatio asettaa hänet tiettyyn asemaan. Oleellista on myös se, mitä representaatioissa on nähtävissä ja mitä ei sekä mitä elementtejä representaatioon on valittu ja mitä ei. (Pynnönen 2013, 18.)

Identiteetit ovat representaatioiden tavoin yksi keskeisistä diskurssintutkimuksen kohteista. Identiteeteillä viitataan käsityksiin itsestämme, toisistamme ja ihmisten välisistä suhteista. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 63.) Diskurssintutkimuksen kannalta mielenkiintoista on erityisesti se, miten minää rakennetaan ja miten se rakentuu (Jokinen ym. 1993, 37). Tässä tutkimuksessa tarkastellaan myös sitä, mitä identiteettejä keskustelun eri osapuolet rakentavat itselleen ja mihin joukkoon he identifioivat itsensä.

Diskurssianalyysissa identiteetti ymmärretään eri tavoin kuin psykologiassa tai arkikielessä. Diskursiivisesti ajateltuna identiteettejä ei nähdä itsestäänselvyyksinä tai muuttumattomina. Gee (2011) näkee, että diskurssianalyysissa identiteetti ei tarkoita ihmisen käsitystä siitä, kuka hän pohjimmiltaan on, vaan kyse on maailmassa olemisen tavoista eli niin sanotuista rooleista, jotka vaihtuvat ajan, paikan ja tarkoituksen mukaan (Gee 2011, 3). Identiteetti nähdään prosessina, joka muodostuu vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa (Eteläpelto & Vähäsantanen 2008, 33; Pietikäinen & Mäntynen 2009, 63). Yksilöllä ei myöskään useinkaan ole vain yhtä minää, vaan monta eri konteksteissa ja positioissa realisoituvaa minää (Jokinen ym. 1993, 38). Myös tässä tutkimuksessa identiteetti diskurssianalyysin osana nähdään joustavampana ja tilannesidonnaisempana, kuin identiteetti, jota käsiteltiin edellä alaluvussa 2.6 *Ammatti-identiteetti*.

3.3 Diskurssianalyysin kritiikki ja tutkijan asema

Diskurssianalyysia on kritisoitu ensinnäkin sen metodologisesta väljyydestä. Diskurssianalyysiin kuuluu hyvin monenlaista tutkimusta ja erilaisia lähestymistapoja, joista jokainen tutkija tekee omat tulkintansa oman tutkimuksensa lähtökohdista käsin. Tutkimusprosessien kuvauksia voidaan pitää epätarkkoina ja suuntaa-antavina, mikä hankaloittaa etenkin kokemattomien tutkijoiden työtä. (Puusa & Juuti 2011, 227-229). Jokisen ym. (1993b, 27) mukaan diskurssin käsitettä on kritisoitu sen epämääräisyydestä ja "muodikkuudesta", mikä on tuonut paljon käytetylle käsitteelle kuluneen leiman.

Myös diskurssianalyysin ja teorian suhde herättää kritiikkiä. Vaikka analyysia tehdään etenkin tulkitsevassa diskurssianalyysissa hyvin aineistolähtöisesti, on tutkimuksen perustana kuitenkin teoriatausta, jossa näkyvät muun muassa aiemmat tutkimukset ja käytetyt käsitteet. Usein lukijan voi kuitenkin olla vaikea arvioida, missä määrin teoria näkyy tutkimuksen eri vaiheissa. Lisäksi diskurssianalyysia itseään voidaan pitää metodin ohella myös teoreettisena viitekehystenä, mikä usein jää tutkimuksessa huomiotta. (Puusa & Juuti 2011, 227–229.)

Diskurssianalyysia on kritisoitu myös tutkijan kaksoisroolin vuoksi. Tutkija sekä tutkii, miten sosiaalista todellisuutta rakennetaan ja ylläpidetään teksteissä, että samalla osallistuu itse rakennusprosessiin ja uusintaa diskursseja kirjoittamalla niistä (Puusa & Juuti 2011, 227–229). Tutkijalla on merkittävä asema erityisesti tulkitsijana. Tutkija ei ole neutraali tai objektiivinen tehdessään tulkintojaan, sillä hän toimii itsekin tutkimansa sosiaalisen todellisuuden sisällä. On luonnollista, että hän tulee uusintaneeksi olemassa olevaa käsitteistöä, sekä vanhoja, luonnollisiksi muodostuneita kategorioita ja luokitteluja. (Jokinen ym. 1993, 23–24.) Diskurssianalyysissa tarkoituksena ei ole tekstien ominaisuuksien mekaaninen kirjaaminen vaan yksityiskohtainen ja perusteltu tulkinta, jonka perustana on tutkijan ja aineiston välillä tapahtuva vuoropuhelu (Jokinen ym. 1993, 28). Tutkimusprosessia voidaan avata tekemällä systemaattista analyysia sekä kuvaamalla sitä tarkasti ja läpinäkyvästi (Puusa & Juuti 2011, 227–229). Tutkijan on lisäksi osana tutkimustaan reflektoitava omaa vaikutustaan ja sen mahdollisia seurauksia. Tässä tutkimuksessa tutkimusta ja tutkijan asemaa arvioidaan alaluvussa 6.3 *Tutkimuksen arviointi*.

Tässä tutkimuksessa sovellettua empirististä analyysitapaa on kritisoitu diskurssintutkimuksen sisällä sen lyhyen aikajänteen vuoksi. Tutkijat näkevät, että diskurssianalyysin päämääränä on selittää syitä ja oletuksia menneestä ja tulevasta ja näin kytkeä nykyhetken tapahtuma laajempaan kontekstiin ja luoda ilmiön muotoutumisesta historiallinen kuvaus (Remes 2006, 295, 345.) Tässä tutkimuksessa tähän kritiikkiin pyritään vastaamaan viimeisellä tutkimuskysymyksellä, joka suuntaa katseen mahdollisiin vaikutuksiin ja sitä kautta tulevaisuuteen. Tämän lisäksi tutkimuksen teoriaosuudessa tarkastellaan alojen ja niiden välisen suhteen historiaa, minkä avulla pyritään saamaan tietoa analyysin tueksi.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan diskursseja, joita alanvaihtoilmioistä käytävässä keskustelussa tuotetaan. Tutkimuksen tarkoituksena on avata journalistien alanvaihtoon liitettyjä merkityksiä ja alanvaihdon ja alanvaihtajien representaatioita, jotta ilmiötä ja siihen liittyviä diskursiivisia puhetapoja sekä niiden mahdollisia vaikutuksia voitaisiin ymmärtää paremmin.

Tutkimuskysymykset:

1. Mitä diskursseja alanvaihtokeskustelusta voidaan tunnistaa?
2. Miten alanvaihto ja alanvaihtajat representoidaan eri diskursseissa?

Tutkimus ei pyri vaikuttamaan olemassa oleviin diskursseihin, vaan niitä lähestytään empiristisestä näkökulmasta. Tällöin valitusta aineistosta etsitään kielellisiä merkkejä, kuten sanoja, ilmaisuja ja merkityksiä, joiden kautta diskurssit voidaan löytää (Remes 2006, 350). Ensimmäinen tutkimuskysymys pyrkii tunnistamaan alanvaihtokeskustelussa läsnä olevia diskursseja ja tuomaan esiin, mitä diskurssi on ja miten se aineistossa näkyy. Ensimmäinen tutkimuskysymys on *Mitä diskursseja alanvaihtokeskustelusta voidaan tunnistaa?*

Toisen tutkimuskysymyksen, *Miten alanvaihto ja alanvaihtajat representoidaan eri diskursseissa*, kautta pyritään erittelemään tarkemmin niitä kuvauksia ja sitä sanastoa, jonka avulla alanvaihtajista ja alanvaihdosta ilmiönä puhutaan.

Tällöin tarkastelun keskiössä ovat aineistosta esiin nousevat representaatiot. Analysoimalla, millaisina alanvaihtajat ja alanvaihto nähdään ja miten näistä puhutaan, voidaan saada lisätietoa diskurssien olemuksesta, jota tarkastellaan ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä.

Tutkimuskysymyksiin vastaamisen lisäksi tutkimuksessa esitetään pohdintaa diskurssien mahdollisista vaikutuksista alanvaihtoilmiöön. Tällöin sovelletaan rationalistista diskurssintutkimuksen tapaa, jonka kautta diskurssien ilmenemistä ja mahdollisia vaikutuksia pyritään selittämään. Tässä tutkimuksessa otetaan tällöin askel etäämmälle itse alanvaihtokeskustelusta ja tarkastellaan keskustelun mahdollisia vaikutuksia laajempaan alakulttuuriin ja sosiaaliseen todellisuuteen. Toisin sanoen ilmiötä tarkastellaan tällöin sen metatasolta (Remes 2006, 322).

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen toteuttaminen vaiheittain. Alaluvussa 4.1 *Aineistonkeruu* esitellään tutkimusaineisto ja sen kokoamisen prosessi. Alaluvussa 4.2 *Aineiston esittely* kuvataan käytettyä aineistoa ja alaluvussa 4.3 *Analyysin toteuttaminen* vastaavasti tarkastellaan itse tutkimuksen tekoa ja analyysin eri vaiheissa tehtyjä valintoja.

4.1 Aineistonkeruu

Tämän tutkimuksen aineistona ovat erilaiset verkkotekstit, kuten artikkelit ja blogikirjoitukset. Tutkimusaineisto koottiin järjestelmällisellä hakukonehaulla internetistä. Tämä aineistonkeruutapa valittiin, sillä internet on nykyään ensisijainen lähde tietoa etsittäessä. Oxfordin yliopistossa vuonna 2011 tehdyn tutkimuksen mukaan internetin puoleen käännyttiin ensimmäisenä erityisesti etsittäessä ammatti-, koulu- ja henkilökohtaisiin projekteihin liittyvää tietoa. Lisäksi enemmistö eli 61 prosenttia kyselyyn vastanneista aloitti tiedonhaun hakukoneiden avulla. (Dutton & Blank 2011, 22.)

Ensimmäiset aineistohaut suoritettiin 10.6.2015 Google-hakukoneella kolmella eri hakusanayhdistelmällä. Hakusanat "toimittajasta viestintä" tuottivat noin 163 000, "toimittaja vaihto viestintä" noin 502 000, hakusanat "journalismi siirtyminen viestintä" noin 246 000 hakutulosta. Tuloksista rajattiin kustakin tarkasteluun ensimmäiset 10 sivua, sillä sitä seuraavien hakutulosten ei enää katsottu olevan keskeisiä tutkimuksen kannalta. Tässä vaiheessa aineisto koostui muun muassa alanvaihtoa ja alojen tilaa käsittelevistä blogikirjoituksista ja lehtiartikkeleista, organisaatioiden omista viestintäohjeista, nimitysuutisista, viestintätoimistojen ja freelance-yrittäjien

omista verkkosivuista, jotka esittelevät organisaation tai henkilön tarjoamia palveluita ja osaamista, keskustelufoorumeista sekä koulutustietoa jakavista sivuista.

Seuraavaksi aineistosta valittiin ne artikkelit, joissa otettiin jollain tapaa kantaa journalistin tai journalistien siirtymiseen viestinnän tehtäviin. Tässä vaiheessa viestintätoimistojen ja freelancereiden omat sivut, organisaatioiden ohjesivut sekä koulutussivut rajautuivat pois. Samalla karsiutuivat lisäksi ne nimitysuutiset, joissa mainittiin yksittäisen toimittajan siirtyneen viestinnän tehtäviin. Lisäksi aineisto rajattiin koskemaan vuosia 2010–2015 ajankohtaisen tiedon saamiseksi. Samalla aineistosta karsittiin pois päällekkäiset artikkelit niin, että jokainen juttu esiintyi aineistossa vain yhden kerran. Tässä vaiheessa aineistossa oli yhteensä kahdeksan artikkelia sekä verkkolehdistä että blogeista.

Diskurssianalyysissa aineisto on harvoin täydellinen tai tiukasti lukkoon lyöty analyysia aloitettaessa, vaan siihen voidaan myöhemmin lisätä relevantiksi osoittautuvaa dataa (Fairclough 1992, 228). Tässä tutkimuksessa aineistoon lisättiin haun ulkopuolelta alun perin aiheen valintaan vaikuttaneet artikkelit ”Toimittajien takinkääntö kannatti - ”Pimeästä Puolesta” tulikin valoisa” (M&M 13.6.2014) sekä ”Valtamedian merkitys yritysten vaikutuskanavana heikentynyt - viestintäammattilaisten määrä kasvaa organisaatioissa” (YLE 19.2.2015), joiden koettiin olevan relevantteja aiheen tutkimisen kannalta, vaikka artikkelit eivät tulleetkaan esiin edellä kuvatussa aineistohaussa.

Aineiston rikastamiseksi suoritettiin 18.11.2015 täydentävä haku samoilla kriteereillä. Tällöin aineisto lisääntyi vain yhdellä blogikirjoituksella, joka täytti edellä määritellyt kriteerit. Tämän jälkeen rikastamista jatkettiin tekemällä haut neljällä uudella hakusanayhdistelmällä, joita olivat ”alanvaihto viestintä”, ”journalisti alanvaihto”, ”toimittaja alanvaihto”, ”journalisti ammatinvaihto”. Näillä hakusanoilla ei noussut esiin enää uusia kriteerit täyttäviä lähteitä, minkä johdosta aineiston voitiin nähdä kylläntyneen. Tämä varmisti sen, että aineisto kattoi relevantin materiaalin, eikä ensimmäisen haun ulkopuolelle ollut jäänyt merkittävää aineistoa. Tällöin lopullinen aineisto piti sisällään yhteensä 11 artikkelia, jotka esitellään tarkemmin alaluvussa 4.2 *Aineiston esittely*.

4.2 Aineiston esittely

Aineiston 11 artikkelia lähestyvät alanvaihtoa eri näkökulmista.

1. Mikael Pentikäinen viestintätoimistoon – PR-ammattilaisille erävoitto journalisteista (Eronen 2013)

Kirjoitus on julkaistu MTV:n Kolme varttia -blogissa lokakuussa 2013. Kirjoittaja Jussi Eronen on taustaltaan pitkän linjan toimittaja, joka työskenteli tekstin kirjoitushetkellä MTV:llä toimituspäällikkönä ja on sittemmin siirtynyt Ylen palvelukseen.

Tekstissä kirjoittaja nostaa esimerkinomaisesti esiin tunnetun journalistin ja Helsingin Sanomien entisen vastaavan päätoimittajan Mikael Pentikäisen siirtymisen viestintätoimistoon. Eronen ei pidä työpaikan vaihtoa yksittäistapauksena, vaan näkee, että Pentikäisen nimittämisellä viestintätoimiston Senior Advisoriksi on ”suuri symboliarvo”, joka kuvaa ”tätä aikaa”.

Artikkeli maalaa kuvaa journalismin kutistumisesta ja alan vääjäämättömästä alamäestä. Tekstin tavoitteena voidaan nähdä suuren ilmiön esiintuominen ja lukijoiden herättely journalismin tukalaan tilanteeseen. Tekstissä annetaan selityksiä journalismin nykytilalle sekä kuvataan viestintätoimistojen työtehtäviä kritisoivaan sävyyn. Motiivina on huoli alan tulevaisuudesta ja PR:n kasvusta.

2. Kuka suojelisi toimittajat? (Pekkarinen 2015)

Viestintätoimisto Cocommsin blogissa julkaistu kirjoitus ottaa kantaa median toimintaedellytysten säilymisen puolesta. Kirjoittaja Aino Pekkarinen on itse alaa vaihtanut journalisti. Hän tuo tekstissään esiin journalistien kiihtyvät irtisanomiset ja muistuttaa elinvoimaisen journalismin tärkeydestä sekä yhteiskunnalle että viestinnälle.

Hän viittaa journalismin ja viestinnän suhteeseen ja siitä käytävään keskusteluun sarkastisesti: ”Nyt kuulen jonkun mutisevan, että viestintäväenhan pitäisi olla toimitusten kurjistumisesta ilmaisia, sillä kiireen kasvaessa kaiken maailman tiedotteet julkaistaan sellaisenaan.” Pekkarinen kuvaa kommentillaan journalistien näkökulmaa viestinnästä, jossa korostuu tiedotustoiminta.

Pekkarinen näkee journalismin ja viestinnän suhteen symbioosina: Monipuolisin viestintä varmistetaan, kun molemmat osapuolet ovat toimintakykyisiä ja toimivat yhdessä. Kirjoituksesta on aistittavissa myös haikeus: ”Seuraavia yt-uutisia odotellessa: monikohan kurssikavereistani

vetää vielä samat johtopäätökset kuin minä ja jättää journalismin?” Pekkarinen näkee alanvaihdon vapaaehtoisen valinnan sijaan välttämättömänä tekona. Vaikka hän itse kertoo olevansa tyytyväinen alanvaihdokseensa, hän ei artikkelissaan kannusta kollegoitaan vaihtamaan alaa, vaan toivoo, että toimittajia jää vielä toimituksiinkin yhteisen edun vuoksi.

3. Yhdistän viestintäosastolle (Mykkänen 2014)

Helsingin Sanomien Sunnuntailiitteessä julkaistun kolumnin on kirjoittanut palkittu toimittaja Pekka Mykkänen, joka on työskennellyt Helsingin Sanomille vuodesta 1995. Kolumnissaan Mykkänen kritisoi viestintäosastojen toimintaa, viestintäalan kasvua sekä toimittajien siirtymistä viestinnän tehtäviin.

Mykkänen kuvaa organisaation viestintäosastoa muuriksi, joka toiminnallaan hankaloittaa journalistien työtä. Kolumnissa nostetaan esiin ns. ”viestintäkyyläkeskustelu”. Termi ”viestintäkyylä” on Helsingin Sanomien toimittaja Tuomo Pietiläisen kesällä 2013 lanseeraama nimitys viestintäalan ammattilaisista. Nimityksestä ja sen välittämästä ammattikuvasta keskusteltiin 2013–2014 aktiivisesti mm. Twitterissä ja blogeissa, joissa erityisesti viestintäväki pyrki korjaamaan kuvaa ammatistaan.

Viestinnän ammattilaiset aktivoituivat jälleen Mykkäsen kolumnin jälkeen. Mykkäsen kritiikkiin ottivat blogikirjoituksissaan kantaa mm. Viesti ry:n ja ProComin edustajat (ks. Käppi 2014; Melgin 2014), opiskelijajärjestöt (ks. Mäki 2015) sekä muut viestintäammattilaiset (ks. Vainionkulma 2014). Artikkelista käytiin lisäksi keskustelua Twitterissä, jossa viestijät pitivät Pietiläisen ja Mykkäsen kuvaa ammatistaan mustavalkoisena sekä jopa harhaanjohtavana, ja journalistit puolestaan tukivat toimittajien näkemystä.

Mykkänen myöntää kolumnissaan, että viestinnän ammattilaisista voi olla myös hyötyä, esimerkiksi taustatietojen etsimisessä ja haastateltavien hankkimisessa sekä sidosryhmäviestinnän hoitamisessa. Artikkelin loppuun Mykkänen tuo esiin toimittaja Harri Saukkomaan siirtymisen viestintäkonsultiksi, mitä hän niin ikään käsittelee kriittiseen sävyyn.

4. Kaikki viestintä ei ole tiedotusta (Isokangas 2014)

Isokankaan kirjoitus Markkinointi ja Mainonta -lehden vierasblogissa on vastine Mykkäsen (2014) edellä esiteltyyn kirjoitukseen. Isokangas on

Viestintätoimisto Ali Consultingin perustaja, joten hänen voidaan nähdä edustavan viestinnän ammattilaisten näkökulmaa.

Isokankaan mukaan Mykkäsen näkökulma viestinnästä on liian kapea. Hänen mukaansa Mykkäsen kolumnissa käytetään sanaa viestintä, vaikka käytännössä kyse on ulkoisesta tiedotuksesta. Isokankaan mukaan viestintä on käsitteenä paljon tätä laajempi: ”Kaikki tiedotus on viestintää, mutta kaikki viestintä ei ole tiedotusta.” Isokankaan määritelmän mukaan viestintä on kaikkea sitä toimintaa, jossa organisaatio kertoo asioistaan eri sidosryhmille, joista media on vain yksi muiden joukossa.

Artikkelin tavoitteena on korjata virheellisenä pidettyä kuvaa viestinnästä, jotta Mykkäsen tavoin ajattelevat voisivat ymmärtää viestintää paremmin: ”Jos yritysviestintä nähdään suppeasti vain tiedotteiden kirjoittamisena ja toimittajien kylläämisenä, järkevä keskustelu viestinnän roolista sekä yritysten ja median välisistä suhteista on vaikeaa.” Alanvaihto mainitaan artikkelissa samaan tapaan kuin Mykkäsen artikkelissa, ja lause voidaan tulkita ironiseksi: ”Kun medialla menee huonosti ja viestintä kasvaa, jopa Harri Saukkomaankaltaiset tähtitoimittajat siirtyvät aidan toiselle puolelle viestintähommiin.” Isokangas painottaa, että journalismin vaikeudet eivät selity viestinnän toimialan kasvulla.

5. Miksi toimittaja ei pidä viestintäkonsultista? (Haverinen 2013)

Artikkeli on julkaistu kirjoittajan ylläpitämässä yksityisessä MerjaHoo-blogissa, jossa hän ruotii viestintään, työhön ja työyhteisöön liittyviä kysymyksiä. Kirjoittaja on työskennellyt tiedottajana ja sosiaalisen median yhteisömanagerina eri organisaatioissa.

Artikkelissa pohditaan journalismin ja viestinnän suhdetta ja erityisesti sitä, miksi suhde nähdään ongelmallisena sen sijaan, että korostettaisiin mahdollisuuksia yhteistyöhön. Artikkelin ottaa kantaa Journalisti-lehdessä aiemmin julkaistuun kirjoitukseen ”Takinkääntäjä”, jossa haastatellaan viestintäkonsultiksi siirtynyttä Harri Saukkomaata kriittiseen sävyyn. Kirjoituksessa toimittaja kritisoi Saukkomaan alanvaihtoa ja olettaa tämän katuvan päätöstään: ” - - oli nerokasta kerätä ensin asiantuntemus toimittajien työtavoista ja kertoa sitten kikat yrityksille”. Haverinen pitää journalistien ja viestintäammattilaisten stereotyyppioita liioiteltuina ja eroa ammattikuntien välillä vanhentuneena käsityksenä. Hänen mukaansa alojen toimintatapojen

tunteminen johtaa yhä laadukkaampaan yhteistyöhön, jossa molempien osapuolten lähtökohdat ja näkemys tulevat ymmärretyiksi.

Tekstin tavoitteena voidaan pitää vallalla olevien näkemysten ja alanvaihtokeskustelun kritisoimista sekä yhteistyön korostamista. Artikkelissa pyritään vaikuttamaan alojen mielikuviin vetoamalla sekä tunteisiin että faktatietoon, kuten tutkimuksiin.

6. Takinkäyntö kannatti (Harma 2014)

Markkinointi ja Mainonta -lehdessä julkaistu artikkeli ”Takinkäyntö kannatti” tuo esiin useita eri näkökulmia journalistien siirtymiseen viestinnän tehtäviin. Jo otsikko heijastaa journalistista näkökulmaa siitä, että alanvaihtajat nähdään pettureina tai muuten epäeettisinä toimijoina, jotka vaihtavat puolta. Artikkelin kirjoittaja toimittaja Olli Harma on haastatellut artikkelissaan paria kymmentä alaa vaihtanutta journalistia, kuten Jan Erolaa, Jaakko Tapanista, Jouni Mölsää ja Atte Palomäkeä, sekä viestinnän ammattilaisista ProComin toimitusjohtaja Elina Melginiä sekä viestintätoimisto Miltonin toimitusjohtaja Mathias Järnströmiä. Jutussa tuodaan esiin myös ilmiötä tukevia faktoja, kuten Journalistiliiton ja vastaavasti ProComin jäsenmäärä, joissa on tapahtunut vastakkainen muutos journalistien määrän vähentyessä ja viestijöiden lisääntyessä.

Artikkelissa käytetään hyvin värikästä kieltä, mikä kertoo muun muassa ilmiöön liitettävästä tunnelatauksesta. Alaa vaihtaneisiin journalisteihin viitataan mm. nimityksellä ”loikkaajat”, alanvaihtoon sanoilla ”joukkopako”, ”takinkäyntö” ja ”virtaus”, ja viestinnän ammattilaisiin sanalla ”viestintäkyylä”. Alanvaihto nähdään ajankohtaisena ilmiönä, johon on monia näkökulmia. Artikkelin tavoitteena onkin tuoda esiin näitä näkökulmia ja avata ilmiötä ja sen näkymistä eri toimialoilla.

7. Journalismi pätevöittää moneen ammattiin (Porttinen 2010)

Journalisti-lehdessä 5/2010 julkaistu artikkeli kertoo journalistien alanvaihdosta kiihottomasti. Tekstissä esitellään alanvaihdon mahdollisia syitä, tuodaan esiin alaa vaihtaneita esimerkkihenkilöitä, pohditaan minkälaisiin tehtäviin journalistin koulutuksella voi hakeutua sekä kuullaan psykologia siinä, miten alanvaihtoa suunnittelevan tulisi menetellä.

Artikkelissa journalisteja kehoitetaan harkitsemaan alanvaihtoa tarkoin: mikä todella motivoi, mitkä omat vahvuudet ovat sekä mitkä muutokset johtuvat ympäristöstä ja mitkä omasta työstä. Alanvaihdosta puhutaan ikään kuin se ei olisi ollut vapaaehtoista tai toivottua, vaan pakko: "Pankkimaaailma on imaissut - - kokeneita toimittajia viestinnän johtotehtäviin." Tekstissä tuodaan myös esiin se, että uuden ammatin valinneet kaipaavat usein takaisin journalismin pariin - kerran journalisti, aina journalisti.

Tekstin tavoitteena on alanvaihdon näkökulmien esiin tuominen, alanvaihdon toppuuttelu sekä toivon ja lohdutuksen tuominen niille, jotka ovat työhönsä tyytymättömiä.

8. Valtamedian merkitys yritysten vaikutuskanavana heikentynyt - viestintäammattilaisten määrä kasvaa organisaatioissa (Ahjopalo 2015)

Ylen uutisten artikkelissa käsitellään median yhteiskunnallisen asemassa, sekä journalismin ja viestinnän aloissa tapahtuneita muutoksia. Jutussa haastatellaan ProComin toimitusjohtaja Elina Melginiä, jonka mukaan kaiken taustalla on mediamurros.

Artikkelissa käydään päällisin puolin läpi suhdetoiminnan historiaa ja tilannetta nykypäivänä. Jutun lopussa sivutaan myös journalistien alanvaihtoa. Toimittajan mukaan journalistien alanvaihto on hyvin tavallista, mitä Melgin kommentoi valitettavaksi. Melgin näkee, että alan ammattilaisilla on erilainen koulutus, minkä lisäksi hän näkee rekrytoijilla olevan usein väärä käsitys viestinnän tehtävien vaatimuksista ja journalistisen taustan sopimisesta niihin.

Artikkelin julkaisu aiheutti kiivasta keskustelua Twitterissä, jossa Melginiä syytettiin journalismin ja viestinnän alojen vastakkainasettelun syventämisestä. Kriittisimmät kommentoijat näkivät, että Melginin kommentti vähätteli heidän uraansa ja osaamistaan. Artikkelin tarkoituksena on tuoda esiin median yhteiskunnallisen aseman muutosta sekä sen suhdetta viestinnän toimialaan ja sen kasvuun.

9. Tanskan journalistit avasivat ovensa myös pr-ammattilaisille (Lundén 2015)

Lundénin haastattelema Euroopan Journalistiliiton puheenjohtaja Mogens Blicher Bjerregård myöntää journalismin alana muuttuneen: "- - vanhat hyvät ajat eivät enää koskaan palaa media-alalle." Markkinointi ja Mainonta-lehdessä julkaistu artikkeli valaa kuitenkin uskoa alan myllerryksestä

kärsiviin journalisteihin. Bjerregård uskoo journalistien työllistyvän myös tulevaisuudessa, joskin enenevissä määrin viestinnän puolelle. Alanvaihtoa hän pitää luonnollisena siirtymänä.

Jutun keskiössä on Tanskassa tehty päätös, jonka mukaan myös viestinnän ammattilaiset voivat liittyä paikallisen Journalistiliiton jäseniksi. Vaikka journalisteja ja viestinnän ammattilaisia ohjaa eri eettinen ohjeisto, muutoksesta ei jutun mukaan ole koettu olevan haittaa journalismille. Rivien välistä on siis luettavissa, että päätöstä on edeltänyt keskustelu tai vastarinta, joka pohjautuu mahdollisesti alojen suhteeseen ja ammattilaisten mielikuviin toisistaan.

Artikkelissa alanvaihto viestintään nähdään väistämättömänä, normaalina ja osin jopa kannatettavana. Tanskassa Journalistiliitto jopa tarjoaa jäsenilleen uranvaihtoa tukevaa ohjausta ja koulutusta, mikä on liiton edun mukaista: näin jäsenet on saatu pidettyä myös alanvaihdon jälkeen.

10. Toimittajasta viestintäjohtajaksi (Korhonen 2014)

Korhonen nostaa Viestijät.fi-sivustolla julkaistussa kirjoituksessaan esiin nimitysuutisen, jossa Ylen politiikan toimittaja Jyri Rantala on palkattu Suojelupoliisin viestintäjohtajaksi. Hän tarttuu siihen, että Rantala on nimitetty viestintäjohtajaksi ilman, että hänellä on varsinaista viestinnän kokemusta. Kokeneen journalistin palkkaaminen viestintäjohtoon on Korhosen mielestä huolestuttavaa.

Korhonen perustelee näkemystään sillä, että pelkkä median toiminnan tuntemus ei takaa valmiuksia viestintäjohtajan tehtäviin, johon lisäksi kuuluvat muiden muassa sisäinen viestintä, työyhteisön hyvinvoinnin edistäminen, organisaatioviestinnän kehittäminen, strateginen viestintä ja maineenhallinta. Lisäksi hän esittää vertailun vuoksi näkemyksensä siitä, mitä toimittajan työnkuvaan kuuluu. Hän mainitsee harmilliseksi, ”jos organisaatio ei saa riittävän kovaa johtamisen ja organisaatioviestinnän ammattilaista viestintäjohtajaksi”. Vaarana on hänen mukaansa organisaation vähäinen arvostus viestintäjohtoa ja viestinnän ammattikuntaa kohtaan. Viestijät.fi-sivuston lukijoista suuren osan voidaan olettaa olevan itse viestinnän ammattilaisia, minkä vuoksi ammattikunnan tulevaisuuteen vetoaminen tuo problematiikkaa lähemmäs lukijakuntaa.

Kirjoituksen tarkoituksena on tuoda esiin alanvaihdon ongelmallisuutta ja selittää, mitä osa-alueita viestintäammattilaisen työhön kuuluu. Taustalla vaikuttaa olevan ajatus siitä, että journalisteja palkataan viestinnän tehtäviin virheellisin perustein, sillä viestinnän osa-alueista ei tiedetä tarpeeksi. Korhonen ei mainitse mahdollisia syitä alanvaihdolle tai ota muuten kantaa journalismin tilaan.

11. Toimittajat ja tiedottajat yhteisten haasteiden edessä (Salminen 2014b)

Hanna Salminen osallistuu Viestijät.fi-sivustolla julkaistulla kirjoituksellaan journalistien ja viestintäammattilaisten suhteesta, työnkuvista ja alanvaihdosta käytävään keskusteluun. Viestinnän asiantuntija toistaa tekstissään keskustelussa usein käytettyä retoriikkaa puhuen ”aidan toiselle puolelle siirtymisestä” ja ”viestintäkyylistä”.

Artikkelin tarkoituksena on lisätä tietoa viestinnän ammattilaisen toimenkuvasta ja tehtävistä. Salminen jakaa Melginin (Ahjopalo 2015) ja Korhosen (2014) näkemyksen siitä, että journalistien kokemus vastaa vain osin viestinnän tehtävien vaatimuksia. Hän yhtyy niin ikään näkemykseen siitä, että rekrytoijat näkevät viestinnän liian kapea-alaisesti mediatyönä, mikä voi johtaa journalistin palkkaamiseen viestinnän tehtävään viestintäammattilaisen sijaan: ”Rekrytointiprosessissa organisaatio saa sitä, mitä osaa tilata.” Hän painottaa jo kirjoituksensa otsikossa alojen välistä yhteistyötä ja näkee kummankin alan osaajille olevan tarvetta myös jatkossa.

4.3 Analyysin toteuttaminen

Tässä tutkimuksessa sovellettiin pääosin tulkitsevaa diskurssianalyysia. Tutkimuksessa seurattiin suurelta osin Pynnösen (2013) diskurssianalyysin mallia, jonka nähtiin toimivan hyvänä runkona analyysin toteutukselle. Analyysia tehtiin vaiheittain etenemällä yksittäisistä huomioista kohti syvempää tulkintaa. Toisin kuin Pynnösen (2013) mallissa, tässä tutkimuksessa pohdintaa ei laajennettu tulkitsevasta kriittiseen diskurssianalyysiin, mistä huolimatta pohdinnassa esitettiin tulkintoja esimerkiksi diskurssien keskinäisistä valtasuhteista.

Aineistoon tutustuminen aloitettiin lukemalla koko tekstiaineisto läpi muistiinpanoja tehden. Jo analyysin alussa alkoi hahmottua, että aineistosta oli löydettävissä hyvin monipuolisia näkökulmia tutkittavaan aiheeseen.

Ilmaisu oli osassa teksteistä hyvin kriittistä ja värikästä, minkä voidaan nähdä kertovan vahvoista tunnelatauksista.

Analyysin ensimmäisessä vaiheessa sovellettiin Pynnösen (2013, 25–26) tekstitason analyysia, jossa tutkija pyrkii analyttisesti ja empiristisellä tutkimusotteella tekemään havaintoja muiden muassa sanoista, ilmauksista, lauseista, virkkeistä, metaforista ja selonteosta. Aineiston analysoinnissa hyödynnettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysiä ja teemoittelua, jonka tavoitteena oli jäsentää valittu aineisto mielekkääksi kokonaisuudeksi, josta voidaan tehdä tutkimuskysymysten suuntaamia johtopäätöksiä (Puusa 2011, 117–121). Käytännössä tekstiaineisto tulostettiin ja leikeltiin ajatuskokonaisuuksiksi, jotka järjesteltiin teemoittain. Ajatuskokonaisuudet jäsenyivät näin teemoihin ja edelleen tarkemmin alateemoihin.

Teemoittelussa kukin ajatuskokonaisuus laskettiin kuuluvaksi vain yhteen teemaan, vaikka sen olisi mahdollisesti voitu nähdä kuuluvan myös useampaan kategoriaan. Tuomi ja Sarajärvi (2009, 109) pitävät relevanttina aineiston pelkistämistä, jolloin tekstiaineistosta otetaan tarkasteluun vain sen olennaiset osat. Tutkittavaan aineistoon laskettiin kuuluvaksi ne tekstin osat, joissa käsitellään journalistien alanvaihtoa, kuten alanvaihtajia, alanvaihtajien määriä ja kokemuksia, alanvaihdon mahdollisia syitä tai seurauksia sekä lisäksi journalismin ja viestinnän aloja, kuten niiden suhdetta, alan työntekijöiden tehtäviä tai kompetensseja. Teemoittelussa luotiin kategoria ”Muuta”, johon puolestaan järjesteltiin ajatuskokonaisuudet, joita ei nähty tutkimuksenasettelun kannalta merkityksellisiksi. Tähän pieneen kategoriaan kuuluivat muun muassa yksittäisen ihmisen alanvaihdon ajankohtaan liittyvä toteamus sekä väliotsikko ”Ohjausta uranvaihtoon”, jonka ei nähty kuuluvan mihinkään muodostuneista kategorioista. Muuta-kategoriaa ei huomioitu itse analyysissa. Näin analyysin kannalta tärkeät tekstin osat eli ne, joissa tutkittava diskurssi mahdollisesti näkyy, erottuivat aineistosta.

Teemoittelun tuloksena tekstiaineistosta tunnistettiin neljä pääteemaa, joita olivat 1) Alanvaihto; 2) Alojen muutokset; 3) Alojen suhde; ja 4) Alojen sisällöt. Pääteemat sekä niiden alle jakautuneet alateemat näkyvät seuraavassa listauksessa:

1) Alanvaihto

- Alanvaihto yleisesti
- Alanvaihtajan oma kokemus
- Alanvaihdon syyt
- Toimittajataustan merkitys
 - o Toimittajataustan edut
 - o Toimittajataustan haitat
- Esimerkkihenkilön alanvaihto
- Alanvaihdon kuvaus

2) Alojen muutokset

- Alojen historia
- Viestinnän nykytila
 - o Viestinnän kasvu
 - o Viestinnän sisältöjen ja toimintatapojen muutos
 - o Muutos viestinnän asemassa
- Journalismin nykytila
 - o Vaikea työtilanne
 - o Työn muuttunut sisältö
 - o Journalismin asema
 - o Uudet työpaikat
 - o Ammattiliiton rooli
- Alojen yhteiset haasteet
 - o Irtisanomiset molemmissa ammateissa
 - o Yleisön kasvaneet vaatimukset

3) Alojen suhde

- Alat vastapoleina
- Alojen ammattilaisten yhteistyö

4) Alojen sisällöt

- Viestinnän työn kuvaus
 - o Työtehtävät ja sisällöt
 - o Etiikka
 - o Palkka
 - o Viestintä haittana tai epäeettisenä
- Journalistisen työn kuvaus
 - o Työtehtävät ja sisällöt
 - o Etiikka

Teemoittelu auttoi muodostamaan kokonaiskuvaa siitä, mistä aiheista eli teemoista keskustellaan, kun puhutaan journalistien siirtymisestä viestinnän tehtäviin. Tekstikatkelmista suurin osuus kuvasi journalismin ja viestinnän alojen suhdetta, alanvaihtoa tai viestinnän työtehtäviä ja sisältöjä. Pienimmät kategoriat puolestaan muodostuivat viestinnän palkkaa ja alojen ammattilaisten etiikkaa käsittelevistä teksteistä.

Yllättävää oli, että eettisyys ei noussut teemoittelussa suurempaan rooliin, vaikka arki ajattelun perusteella teemaa olisi voinut pitää alanvaihtokeskustelulle keskeisenä. Huomionarvoista oli myös, että alanvaihdolle nimettiin vain muutamia selviä syitä, jolloin kategoria Alanvaihdon syyt jäi hyvin suppeaksi. Tämä selittyy kuitenkin osin sillä, että alanvaihtoon mahdollisesti johtavia tekijöitä tuotiin esiin myös muun muassa alojen kehitystä käsittelevissä tekstikatkelmissa, jotka oli teemoiteltu alateemojen Viestinnän nykytila ja Journalismin nykytila alle.

Seuraavassa vaiheessa aineistoa siirryttiin tarkastelemaan tulkitsevalla otteella, jolloin tavoitteena oli vastata asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Pynnösen (2013, 33) mukaan tulkitsevan analyysin tavoitteena on tarkastella aineistoa ja siitä syntyviä merkityksiä laajemmissa konteksteissaan.

Tulkitsevan diskurssianalyysin kautta pyrittiin ensinnäkin vastaamaan tutkimuskysymykseen *Mitä diskursseja alanvaihtokeskustelusta voidaan tunnistaa?* Diskurssien hahmottelu aloitettiin tarkastelemalla edellisessä vaiheessa syntyneitä kategorioita ja tunnistamaan yhtenäisyyksiä ja eroavaisuuksia eri aineistojen välillä. Tässä vaiheessa aineiston tekstejä palattiin tarkastelemaan myös laajempien ajatuskokonaisuuksien tasolla sekä kokonaisina teksteinä, jolloin niiden sävystä, konteksteista, intertekstuaalisuudesta, tavoitteista ja kirjoittajasta voitiin tehdä pidemmälle vietyjä tulkintoja. Yhden artikkelin ei kuitenkaan nähty kuvaavan absoluuttisesti vain yhtä diskurssia, vaan tekstin eri osissa saattoi olla läsnä useita eri diskursseja taustaoletuksineen. Erityisesti teksteissä, joiden osana oli eri henkilöiden haastatteluja, voidaan ajatella näkyvän eri näkökulmia ja siten myös eri diskursseja. Tunnistetut diskurssit on esitelty luvussa 5 *Tulokset*.

Tekstien tavoitteiksi voitiin nimetä muun muassa aiemman keskustelun kritisointi ja ilmiön selittäminen ja perustelu omasta näkökulmasta. Muita tavoitteita olivat muun muassa journalismin aseman korostaminen, alanvaihto-ilmion selittäminen psykologisesta näkökulmasta, viestinnän

sisältöjen ja työtehtävien avaaminen, journalistin alanvaihdon kritisoiminen tai oman alanvaihtopäätöksen puolustelu sekä ilmiön eri näkökulmien esittäminen. Teksteissä esitettiin lisäksi syytöksiä alanvaihtajia, osaamattomia rekrytoijia ja viestintäalaa kohtaan.

Analyysin tässä vaiheessa pyrittiin lisäksi tekemään tulkintoja alanvaihtajien ja alanvaihdon representaatioista ja vastaamaan näin toiseen tutkimuskysymykseen *Miten alanvaihto ja alanvaihtajat representoidaan teksteissä?* Samalla tarkasteltiin myös eri toimijoiden identiteettejä: millaisia identiteettejä aineisto rakentaa alanvaihtajille, journalisteille ja viestinnän ammattilaisille ja miten erottelua "meihin" ja "muihin" luodaan keskustelussa. Representaatiot on esitelty niin ikään luvussa 5 *Tulokset*.

Tämän tutkimuksen pohdintaosiossa puolestaan rakennettiin keskustelua teoriaosuuden ja saatujen tutkimustulosten välille. Tällöin tutkimuksessa siirryttiin yhä kauemmas yksittäisistä huomioista, jolloin alanvaihtoilmiötä tarkasteltiin laajempaan kokonaisuuteen. Diskurssien mahdollisia merkityksiä alanvaihtoilmiöön esitellään luvussa 6 *Pohdinta ja keskustelu*.

5 TULOKSET

Tässä tutkimuksessa tarkasteltavaan alanvaihtokeskusteluun ovat osallistuneet itse alanvaihtajat, journalismin parissa edelleen työskentelevät journalistit, viestinnän ammattilaiset sekä viestinnän ammattilaisten ja journalistien edustajat.

Tässä luvussa esitetään tutkimuksen tulokset ja vastataan tutkimuskysymyksiin "Miten alanvaihto ja alanvaihtajat representoidaan teksteissä?" ja "Mitä diskursseja alanvaihtokeskustelusta voidaan tunnistaa?" Ensimmäisessä alaluvussa *5.1 Alanvaihtajien ja alanvaihdon representaatiot* käsitellään yleisesti keskustelussa esiintyneitä representaatioita, jotta niiden kautta saataisiin lisätietoa diskurssien muodostamiseen. Se, millaisina ilmiö ja toimijat kuvataan, kertoo jotain olennaista niistä diskursseista, joiden osana representaatioita käytetään. Tulkinnat aineistoista kehittyivät prosessin aikana ja lopulta aineistosta tunnistettiin neljä toisistaan eroavaa diskurssia, jotka esitellään alaluvussa *5.2 Alanvaihdon diskurssit*. Diskursseja avataan kuvaamalla niitä mahdollisimman tarkasti ja liittämällä analyysin osaksi suoria sitaatteja, joissa tarkastellut piirteet näkyvät. Diskurssien esittelyn rinnalla tuodaan uudelleen esiin diskurssikohtaisesti myös juuri kyseiselle diskurssille tyypillisiä alanvaihtajien ja alanvaihdon representaatioita, jolloin representaatiot havainnollistavat esitettyjä diskursseja.

5.1 Alanvaihtajien ja alanvaihdon representaatiot

Teemoittelun rinnalla kirjattiin ylös alanvaihtajien ja alanvaihdon kuvauksia, kuten sitä sanastoa, jota alaa vaihtavista henkilöistä ja ilmiöstä käytetään. Seuraavassa tuodaan esiin keskustelussa kuuluvia representaatioita. Representaatioihin palataan alaluvussa 5.2 *Alanvaihdon diskurssit*, jolloin ne esitellään osana eri diskursseja. Representaatioita avataan aineistosta nostettujen lainausten avulla. Aineisto on avattu lyhyesti alaluvussa 4.2 *Aineiston esittely*.

Alanvaihtajista käytettiin keskustelussa termejä ”takinkääntäjä”, ”loikkaaja” ja ”lähtijä”. Yhteistä kaikille löytyneille nimityksille oli se, että niitä käytettiin nimenomaan kriittisissä puheenvuoroissa. Kirjoittaja oli tällöin joko itse journalisti, jolloin hän luki itsensä ”meihin” ja alanvaihtajan ”muihin”, tai viestinnän ammattilainen, joka käytti ironiaa kuvatessaan journalistista ajattelua. Viestinnän ammattilaisten teksteissä alanvaihtajia ei mainittu tai kuvattu muutoin millään tapaa, vaan puheenaiheena oli ilmiö laajemmassa mittakaavassa.

Myös alanvaihtoa kuvattiin hyvin vastaavan sanaston avulla, mutta tällöin mukana oli myös muita, kuin kriittisissä puheenvuoroissa käytettyjä termejä. Ilmiötä kuvattiin värikkäillä käsitteillä, joita voidaan teemoitella neljään eri kategoriaan, jotka esitellään taulukossa 1.

Taulukko 1: Alanvaihdon representaatiot

alanvaihto, ammatinvaihdos	Alanvaihto on <i>neutraali ilmiö</i> .
loikka, takinkääntö	Alanvaihto on <i>epäeettistä</i> .
joukkopako, virtaus	Alanvaihto on <i>runsasta ja kiihtyvää</i> .
siirtyminen aidan toiselle puolelle, pimeästä valoon, tarjous, josta ei voinut kieltäytyä, ruoho on vihreämpää	Alanvaihto on <i>liike kohti parempaa</i> .

Alanvaihto nähtiin neutraalina ilmiönä silloin, kun siitä keskusteltiin faktojen tasolla. Tällöin kuvaukset "alanvaihto" ja "ammattinvaihdos" ymmärretään sanakirjamerkityksissään. Alanvaihto näyttäytyi neutraalina myös silloin, kun se kuitattiin "varsin tavallisena" tai siihen viitattiin esimerkiksi sanaparilla "vuoroin vieraissa", joka viittaa kumpaankin suuntaan tehtävään alanvaihtoon. Tällöin alanvaihtoon ei liity suurta tunnelatausta, vaan sitä pidetään luonnollisena, yleistyneenä toimintamallina tai jo vanhentuneena puheenaiheena. Vastakkainen näkökulma puolestaan on kriittinen näkemys, jossa alanvaihtoa pidetään epäeettisenä tekona. Tällöin alanvaihtoon viitattiin sanoilla "loikka" tai "takinkäntö", joissa korostuu vastakkainasettelu "meihin" ja "muihin". Termiä käyttivät erityisesti journalistit, jotka kritisoivat kollegansa alanvaihtoa ja työskentelivät itse edelleen journalismin parissa. Termejä käytettiin myös ilmiötä esiteltäessä eli silloin, kun haluttiin tuoda esiin ilmiöön liitettyä erityissanastoa.

Alanvaihdon yleisyyttä ja alanvaihtajien suuria määriä korostettaessa käytettiin muiden muassa termejä "joukkopako" ja "virtaus". Käsitteeseen "joukkopako" sisältyy myös kuvaa siitä, että alanvaihto on pelastautuminen jostain ikävästä kohti parempaa. Alanvaihdon kuvaaminen liikkeenä kohti parempaa näkyy myös kuvauksissa "siirtyminen aidan toiselle puolelle", "pimeästä valoon", "tarjous, josta ei voinut kieltäytyä" ja "ruoho on vihreämpää". Tätä sanastoa käyttivät sekä journalismin pariin jääneet toimittajat kritisoidessaan kollegoidensa alanvaihtoa että itse alanvaihtajat perustellessaan valintaansa.

Substantiivisten termien lisäksi myös verbit ja niiden kantamat merkitykset antavat viitteitä siitä, millaisia näkökulmia alanvaihtoon on olemassa. Aktiivisuuden ja passiivisuuden kuvausta voidaan pitää merkityksellisenä tutkimuskohteena, sillä eri näkemykset alanvaihdon syistä ja alanvaihtajien omasta roolista voivat viitata eri representaatioihin ja sitä kautta eri diskursseihin.

Journalistin aktiivisuutta painotettiin muun muassa kertomalla journalistin "lähteneen", "loikkanee", "kääntäneen takkinsa", "siirtyneen", "liittyneen" tai "vaihtaneen" viestinnän tehtäviin, tai "jättäneen" journalismin. Tällöin journalistin nähdään tehneen ratkaisunsa itse.

"HUS:n viestintäjohtajaksi Ylestä viime vuonna *lähtenyt* Johanna Saukkomaa sanoo, että viittäkymppiä lähestyessään hän miettii, tekeekö samaa työtä eläkkeelle asti." (Porttinen 2010.)

”Kymmenet kokeneet valtakunnallisen median toimittajat ovat *loikanneet* yritys- ja organisaatioviestinnän johto- ja asiantuntijatehtäviin tai viestintätoimistoihin.” (Harma 2014.)

”Ihmiset *siirtyvät* välillä pr-puolelle, välillä takaisin journalismin pariin.” (Lundén 2015.)

”Journalistit *vaihtavat* kuihtuvan media-alan kukoistavaan viestintäbisnekseen.” (Harma 2014.)

Passiivinen alanvaihtaja puolestaan esimerkiksi ”palkattiin” tai ”nimitettiin” viestinnän tehtävään tai jokin ”ajoi” hänet pois edellisestä ammatistaan. Tällöin alanvaihto nähdään olosuhteiden pakosta tehtynä valintana tai valintana, johon joku muu toimija on vaikuttanut.

”Kokeneita journalisteja on aiemminkin *palkattu* viestintäjohtajiksi.” (Korhonen 2014.)

”Toimittajan *ajaa* pois ammatistaan työntö tai veto.” (Porttinen 2010.)

Alanvaihtajan passiivisuutta tuotiin esiin myös muilla kielen keinoilla, joilla muiden osapuolten toimijuus korostui.

”Pankkimaailma on *imaissut* monia muitakin kokeneita toimittajia viestinnän johtotehtäviin.” (Porttinen 2010.)

Verbin ”tulla” puolestaan nähtiin viittaavan sekä aktiiviseen että passiiviseen alanvaihtajaan kontekstista riippuen.

”Kun mahtilehden vetäjästäkin *tulee* viestintätoimiston neuvonantaja, PR-ammattilaiset vaikuttavat viimeistään nyt ottavan selkävoiton journalisteista.” (Eronen 2013.)

Seuraavassa alaluvussa 5.2 *Alanvaihdon diskurssit* representaatioita tarkastellaan osana tutkimuksessa tunnistettuja diskursseja.

5.2 Alanvaihdon diskurssit

Tässä alaluvussa tarkastellaan analyysin pohjalta löytynyttä neljää diskurssia: 1. Alanvaihto on itsekäs puolenvaihto, 2. Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä, 3. Alanvaihto on osa luonnollista urakehitystä ja 4. Alanvaihto on ainoa vaihtoehto. Analyysiin on nostettu sitaatteja aineistosta, jota on avattu tarkemmin alaluvussa 4.2 *Aineiston esittely*.

5.2.1 Alanvaihto on itsekäs puolenvaihto

Tämän diskurssin sisällä journalistit ja viestintäammattilaiset nähdään ensisijaisesti toistensa vastapoolina. Diskurssia rakentavat erityisesti journalistit, joilla itsellään on vahva journalistinen identiteetti. He kritisoivat kollegoidensa tekemää alanvaihtopäätöstä tai alanvaintoilmiötä ja viestintää yleisellä tasolla. Diskurssia edustavissa teksteissä alanvaihtoa vastaan argumentoidaan painottamalla alojen välistä vastakkainasettelua ja kuvaamalla viestintäala epäilyttävänä tai epäeettisenä. Diskurssia edustavissa teksteissä käytetään värikästä kieltä, minkä voidaan nähdä viittaavan vahvoihin tunnelatauksiin.

Keskustelussa tehdään intertekstuaalisia viittauksia aiempaan viestijöiden ja journalistien välisiä suhteita käsitelleeseen keskusteluun, jossa Tuomas Pietiläinen nimitti viestintäammattilaisia ”viestintäkyyliksi”. Termi on jäänyt elämään alan keskusteluissa ja se viittaa vahvaan vastakkainasetteluun viestinnän ja journalismin välillä. Keskustelua käsitellään tarkemmin alaluvussa 2.4 *Journalistien ja viestinnän ammattilaisten suhde*.

Tämän diskurssin sisällä nostetaan esiin alojen vastakkainen kehitys, millä korostetaan alojen vastakkaisuutta: toisen vaakakupin painuminen johtaa toisen nousuun. Journalismin kriisin ei kuitenkaan nähdä johtuvan ainoastaan viestinnän alan kasvusta, vaan kehitys nähdään osana laajempaa mediamurrosta.

”Samalla kun viestintäala paisuu, media kuihtuu.” (Mykkänen 2014.)

Diskurssia pitää yllä myös pelko siitä, miten alanvaihtoilmiö vaikuttaa journalismiin tai jäljelle jääneiden journalistien työhön. Pelkoon liittyy ajatus siitä, että mitä paremmin viestijät tuntevat toimittajien toimintatavat, sitä helpompi heidän on vaikuttaa toimittajiin oman asiansa ajamiseksi.

Alanvaihtajien pelätään jakavan toiselle puolelle salaista tietoa, mikä kääntyy entisiä kollegoita vastaan.

”Myös huipputoimittajat siirtyvät viestintähommiin, mikä tarkoittaa, että "aidan toisella puolella" on yhä sofistikoituneempi näkemys siitä, mikä mediaan uppoaa. Tilannetta voi kärjistetysti verrata siihen, kun entinen poliitikko siirtyy teollisuuden palvelukseen: tiedetään, mitä naruja vedellä, kun jotain lainsäädäntöä pitää edistää.” (Mykkänen 2014.)

”Kautta linjan toimittaja ihmettelee, miten on mahdollista, että entinen tutkiva journalisti on ”kääntänyt takkinsa” ja ryhtynyt neuvomaan yrityksiä viestinnän alalla. Vaikka Saukkomaa on itse haastateltavana ja saa toki äänensä kuuluviin, Mattila kuitenkin huomauttaa, että ”oli nerokasta kerätä ensin asiantuntemus toimittajien työtavoista ja kertoa sitten kikat yrityksille”.” (Haverinen 2013.)

Alanvaihtajia ja alanvaihtoilmiötä representoidaan keskustelussa värikkäin sanakääntein. Alaa vaihtaneista journalisteista käytetään diskurssia edustavissa teksteissä nimityksiä ”loikkaajat” ja ”takinkääntäjät”. Alanvaihtoilmiötä puolestaan kuvattiin ”loikan” ja ”takinkäännön” lisäksi ”siirtymisenä aidan toiselle puolelle” sekä ”virtauksena”. Nimityksiä ”takinkääntäjä” ja ”loikkaaja” voidaan pitää poliittisina tai ne voidaan liittää jopa sotakontekstiin. Tällöin viitataan puolen vaihtamiseen, jolloin painotetaan käsitystä kahdesta tai useammasta vastakkaisesta joukosta. Nimityksillä on negatiivinen konnotaatio. Nimitykseen liittyy ajatus odotusten tai luottamuksen pettämisestä, jonka puolen vaihto aiheuttaa.

”Takinkääntö kannatti - Journalistit vaihtavat kuihtuvan media-alan kukoistavaan viestintäbisnekseen. ”Pimeästä Puolesta” on tullut valoisa, sanovat loikkaajat.” (Harma 2014.)

”Loikka” viittaa lisäksi pitkään askeleeseen. Alanvaihdon näkökulmasta tällöin painottuvat alojen väliset erot ja niiden etäisyys toisistaan. Verbin ”loikata” voidaan myös ajatella kuvaavan siirtymän helppoutta tai joidenkin välivaiheiden ohittamista.

”Alan vaihto on melkoinen loikka mieheltä, joka oli aiemmin pitänyt viestintäkonsultteja ”alhaisimpana ihmislajina, alkulimasta seuraavina oliona.” (Mykkänen 2014.)

”Kymmenet kokeneet valtakunnallisen median toimittajat ovat loikanneet yritys- ja organisaatioviestinnän johto- ja asiantuntijatehtäviin tai viestintätoimistoihin.” (Harma 2014.)

Kuvaus ”siirtyä aidan toiselle puolelle” puolestaan pitää sisällään ajatuksen siitä, että toinen puoli on ensimmäistä parempi. Klassiseen sanontaan ”ruoho on aina vihreämpää aidan toisella puolella” liittyy kuitenkin myös opetus, että todellisuus toisella puolella ei välttämättä vastaa puolenvaihtajan mielikuvia, vaan vaihtoa voi seurata pettymys: Helposti kuvitellaan, että toisaalla on kaikki paremmin. Tässä diskurssissa toisen puolen paremmuuteen viitataan lähinnä alojen kehitystä ja palkkatasoa vertailemalla, minkä valossa ruoho viestintäalalla näyttyy vihreämpänä.

Tässä itsekkään puolenvaihdon diskurssissa alojen valtasuhteet tulevat vahvasti esiin. Journalismi näyttyy teksteissä ainoana oikeana ammattina, jonka jättämistä kritisoidaan. Journalistien nähdään myös edustavan totuudenmukaista ja puolueetonta tiedonvälitystä samalla, kun viestintään ja pr:n viitataan epäeettisenä ja jopa valehteluna. Viestintää pidetään pinnallisena, ja esimerkiksi viestintäkonsultointiin viitataan ”trendinä” ja ”muoti-ilmiönä”. Valtasuhde kääntyy kuitenkin toisin päin, kun keskiössä on alojen tulevaisuus. Viestinnän nähdään tällöin olevan vahvoilla, kun taas journalismin nähdään alana kutistuvan.

Alanvaihtoa kuvataan aineistossa myös ”virtaukseksi”, millä voidaan viitata alanvaihtoon yleisyyteen, runsauteen ja yksisuuntaisuuteen. Journalistit vaihtavat alaa viestinnän tehtäviin, mutta harva viestintäammattilainen siirtyy journalismin pariin. Virtauksen vertauskuva voi sisältää myös ajatuksen siitä, että journalistit, jotka eivät suunnittele alanvaihtoa, pyristelevät massoja vastaan uimalla vastavirtaan. Jäljelle jääneiden journalistien ja alan tilanne vaikeutuu entisestään sitä mukaan, mitä useampi kollega vaihtaa alaa.

”Virtaus journalismista viestintään on ollut silmiinpistävä.”
(Harma 2014.)

Teksteissä ilmenee myös katkeruus alanvaihtajia kohtaan, mikä näkyy esimerkkihenkilöiden nostamisessa esiin. Erityisesti viitataan Harri Saukkomaan siirtymiseen journalistista viestintäkonsultiksi. Keskustelussa korostetaan Saukkomaan journalistisia ansioita ja kokemusta, ja häntä kuvataan sanoilla ”tutkivan journalismin pioneeri” ja ”tähtitoimittaja”. Salomaasta on tullut yksi alanvaihtajan symboleista, jonka päätöstä kritisoidaan avoimesti.

”Tunnetuin tapaus mediasta viestintään siirtyneistä toimittajista on Harri Saukkomaa, tutkivan journalismin pioneeri. Hän paljasti 1980-luvun loppupuolen kasinoajan metkuja, kuten kuuluisat Kouri-kaupat. Nykyään Saukkomaa on hyväpalkkainen viestintäkonsultti, jonka puoleen kriiseihin ajautuneet yhtiöt Talvivaarasta VR:ään ottavat yhteyttä.” (Mykkänen 2014.)

Analyysin kannalta nousi hyvin tärkeäksi myös se, kuvattiinko alanvaihtajia aktiivisiksi vai passiivisiksi toimijoiksi. Ero näkyy selvimmin siinä, millä verbillä alanvaihtamista kuvataan. Tässä diskurssissa alanvaihtamisen yhteydessä käytetään muun muassa aktiiviseen alanvaihtajaan viittaavia verbejä ”siirtyä” ja ”vaihtaa”, mutta myös passiivista verbiä ”nimittää”, jolloin viestintäala näyttäytyy aktiivisena toimijana ja toimittajan houkuttelijana.

Diskurssissa alanvaihtajille rakennetaan identiteettiä, johon he tuskin itse samaistuisivat. Diskurssissa alanvaihtaja on aktiivinen oman edun tavoittelija tai epäeettinen toimija, joka siirtyessään uudelle uralle kääntää selkensä entisille kollegoilleen. Tässä diskurssissa ”normaalina” urapolkuna pidetään urakehitystä journalismin sisällä. Journalismi on ammatin ohella vahvasti myös elämäntapa ja jopa aate, jota on pidetty perinteisesti hyvin arvostettuna ja ehdottomana. Alanvaihto viestintään näyttäytyy puolestaan poikkeuksena eli epänormaalina, mikä näkyy sen herättämässä kritiikissä.

Tässä diskurssissa viestintä nähdään ensisijaisesti yksisuuntaisena tiedotustoimintana, jonka keskeisenä kohderyhmänä on media. Yhdessä teksteistä mainitaan myös muita viestinnän sidosryhmiä, kuten henkilöstö, asiakkaat ja omistajat, mutta näkökulma viestintään on hyvin kapea eikä vastaa esimerkiksi sitä, miten viestinnän ammattilaiset itse määrittelevät roolinsa ja työnsä sisällöt seuraavassa diskurssissa alaluvussa 5.2.2 *Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä.*

5.2.2 Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä

Tässä diskurssissa journalistien nähdään siirtyvän viestinnän tehtäviin väärin perustein. Diskurssissa ei suoraan kritisoida journalistien alanvaihtoa tai alanvaihtajia, vaan otetaan kantaa ensisijaisesti journalistien kompetenssien sopivuuteen viestintäalan tehtäviin. Alanvaihdon syynä nähdään edellisen diskurssin tapaan mediamaiseman murros, johon kuitenkin viitataan vain ohimennen.

Journalisteja kuvataan diskurssissa pääosin passiivisina alanvaihtajina: Alanvaihtajien kerrotaan "saavan paikan" tai heidät "nimitetään" tai "palkataan" viestinnän tehtäviin. Kriitikki kohdistuukin journalistien itsensä sijaan ensisijaisesti osaamattomiin rekrytoijiin tai organisaatioon, jossa viestinnän merkitystä tai vaatimuksia ei ymmärretä. Tausta-ajatuksena on, että paikan ansaitsisi ensisijaisesti viestinnän ammattilainen, mutta paikkaan saatetaan tietämättömyyden vuoksi tai väärin perustein valita journalisti.

"Viestinnän ammattilaisilla on eri koulutus kuin journalisteilla. Rekrytoijat usein luulevat, että viestintätyö on pelkästään mediasuhteiden hoitoa ja siksi toimittaja saa paikan. He eivät tiedä, että viestijän työhön kuuluvat esimerkiksi sidosryhmäsuhteet, sisäinen viestintä, vastuullisuuskysymykset ja yrityksen maineen varjelu, tiivistää Elina Melgin." (Ahjopalo 2015.)

"Toisaalta viestintäosastojen tiukkeneva tilanne kärjistää kysymystä siitä, keiden tulisi saada vapautuvat viestintäjohtaja- ja -pääällikköpestit: organisaatioviestintään kouluttautuneiden ammattilaisten - jotka ovat tyypillisesti naisia - vai alan ulkopuolelta tulevien toimittajien, jotka ovat tässä tapauksessa usein miehiä. "Toimittajat saavat edelleen yllättävän helposti paikan", vastaa Melgin, mutta korostaa, että Suomessa sukupuolijakauma on johtotasolla verrattain tasainen." (Harma 2014.)

Epäonnistuneiden ja väärin tietojen perusteella tehtyjen rekrytointien nähdään olevan uhka viestinnän laadulle ja koko ammattikunnan arvostukselle. Seuraavassa esimerkissä lukijaan pyritään vetoamaan sillä, että kirjoittaja asemoi itsensä koko ammattikunnan edustajaksi ja

puolestapuhujaksi. Teksti on julkaistu viestinnän ammattilaisten kanavalla, jonka lukijakunnan voidaan olettaa samastuvan tähän ryhmään, eli ”meihin”.

”Todellinen harmi on, jos organisaatio ei saa riittävän kovaa johtamisen ja organisaatioviestinnän ammattilaista viestintäjohtajaksi. Jos viestintäjohto ei ole osaavaa, se ei ainakaan lisää organisaation antamaa arvostusta omia tai muita viestintäammattilaisia kohtaan. Ja se on harmillista koko ammattikunnan puolesta.” (Korhonen 2014.)

Tässä diskurssissa viestinnän ammattilaisuuden ”normaalina” perustana pidetään viestinnän alan koulutusta ja kokemusta, mikä näkyy siinä, että journalistista taustaa ei pidetä yksinään riittävänä. Normaalina urakehityksenä puolestaan pidetään viestinnän alan sisällä tapahtuvaa urasiirtymää, jolloin alanvaihto osana urakehitystä näyttäytyy epänormaalina.

Merkittävä yhteinen tekijä diskurssia edustavissa teksteissä on niiden valistava luonne: teksteissä pyritään korjaamaan käsityksiä viestinnästä ja alalla vaadittavista kompetensseista. Diskurssi pohjaa oletukseen, että journalisteja palkataan erityisesti siksi, että heillä on vahva kokemus median kanssa toimimisesta. Kompetenssien listaamisen avulla pyritään laajentamaan virheelliseksi koettua käsitystä viestinnästä ja osoittamaan, että journalistien hyvin hallitsema mediaviestintä on vain yksi viestinnän osa-alueista.

”Mediaviestintä on monille yrityksille suunnattoman tärkeää, mutta se on silti vain yksi eikä välttämättä edes suurin viestinnän toimiala. Viestinnässä on kyse kaikesta siitä, mitä yritys kertoo asioistaan kaikille sidosryhmilleen: henkilöstölle, omistajille, yhteistyökumppaneille, viranomaisille, asiakkaille, suurelle yleisölle. Eri sidosryhmien tarpeet ovat erilaisia ja usein ristiriitaisia eikä niiden yhteensovittaminen ole aina helppoa.” (Isokangas 2014.)

”Minua huolestaa, osaako organisaatio palkata viestintäjohtajaksi kokonaisnäkemyksellistä henkilöä, jos se painottaa valinnassa liikaa mediaviestinnän osaamista. Kertooko se organisaatiosta rivien välistä sen, ettei organisaatio ymmärrä viestinnän merkitystä strategisena työkaluna tai vaikkapa sisäisen toiminnan sujuvuuden edistäjänä? Jos viestintäjohtajan tehtävänkuvaan ei

kuulu sisäisen viestinnän kehittäminen, kertoo se jotain viestinnän arvostuksesta organisaatiossa aikalailla.” (Korhonen 2014.)

Diskurssia pitää edellisen diskurssin tavoin yllä pelko, joka tässä diskurssissa kohdistuu journalistien palkkaamiseen viestintäammattilaisten ohi mediasuhteiden painottuessa ja viestinnän muuttumiseen yksipuolisemmaksi journalistitaustaisten ammattilaisten määrän kasvaessa.

”Viestintäjohtaja vastaa paljon muustakin kuin mediaviestinnästä. Mediaviestintään toimittajataustaisella on kyllä rautainen kompetenssi, ei siinä mitään. Mutta entä muut organisaatioviestinnän osa-alueet? Miten käy esimerkiksi sisäisen viestinnän? Entä minkälaista kompetenssia ja näkemystä toimittajalla on johtamisesta, työyhteisön hyvinvoinnin edistämisestä, organisaation (erityisesti sisäisten) viestintäkanavien ja -käytäntöjen kehittämisestä, johdon tukemisesta strategian viestinnässä, organisaation viestinnän ja maineenhallinnan kokonaisvaltaisesta johtamisesta?” (Korhonen 2014.)

Alojen valtasuhteisiin ei tässä diskurssissa oteta suoraan kantaa, mutta voidaan tulkita, että viestintä nähdään aloista vahvempana. Viestintään on tulijoita, jopa niin paljon, että se herättää huolta alan muutoksesta. Diskurssin rakentamiseen osallistuvat viestinnän ammattilaiset pyrkivät osaltaan määrittelemään, kuka on oikea viestinnän ammattilainen, ja mikä on viestinnän tehtäviin oikea koulutus.

Tätä diskurssia edustavissa teksteissä ei esitetä suoraa kuvausta alanvaihtajista. Heihin ei viitata erityisillä käsitteillä eikä teksteissä kritisoida edellisen diskurssin tapaan yksittäisten henkilöiden alanvaihtoa. Diskurssissa alanvaihtajalle annetaan kuitenkin monella tapaa ulkopuolisen identiteetti. ”Meihin” lukeutuvat viestinnän ammattilaiset, joilla on viestinnän koulutus, ja ”muihin” alanvaihtajat, joiden alalle tulo nähdään ongelmallisena. Alanvaihto näyttyy laajempaan ilmiönä, jonka taustat ja syyt tiedostetaan, mutta jonka vaikutuksiin otetaan kantaa vain viestinnän tulevaisuuden kannalta. Diskurssissa ei myöskään esitetä vaihtoehtoja tai ratkaisuja siihen, kuinka journalistitaustan omaava henkilö voisi tulla viestinnän ammattilaiseksi, vaan asia näyttyy tältä osin melko mustavalkoisena.

Diskurssia edustavista teksteistä vain yhdessä viitataan alanvaihtokeskustelun muihin teksteihin. Intertekstuaalisuus näkyy esimerkiksi viittauksissa edellistä diskurssia edustaviin teksteihin, joita siteerataan sarkastisesti ja epäsuorasti käyttäen journalisteille ja erityisesti edelliselle itsekään puolenvaihdon diskurssille tyypillistä sanastoa:

”Kun medialla menee huonosti ja viestintä kasvaa, jopa Harri Saukkomaan kaltaiset tähtitoimittajat siirtyvät aidan toiselle puolelle viestintähommiin.” (Isokangas 2014.)

”Enää ei voikaan pirauttaa toimitusjohtajalle ja kysyä tältä asioita suoraan. Sen sijaan täytyy asioida kaiken maailman viestintäkyölien kanssa.” (Isokangas 2014.)

5.2.3 Alanvaihto on osa luonnollista urakehitystä

Luonnollisuuden diskurssissa alanvaihto nähdään normaalina ja hyvin tavallisena ilmiönä, johon vaikuttavat monet seikat. Diskurssia on löydettävistä eri taustaisten henkilöiden tuottamista teksteistä, joten näkökulma ei sellaisenaan vastaa yhden ryhmän, kuten journalistien tai viestinnän ammattilaisten, näkemystä. Diskurssissa ei esitetä syytöksiä mitään osapuolta kohtaan, vaan aiheita lähestytään neutraalisti.

”Ihmiset siirtyvät välillä pr-puolelle, välillä takaisin journalismin pariin.” (Lundén 2015.)

”Toimittajan ajaa pois ammatistaan työntö tai veto. Töitä ei ole riittävästi, työn sisältö ei tunnu enää omalta tai elämäkokemuksen myötä muut asiat tai ammatit alkavat tuntua tärkeämmiltä.” (Porttinen 2010.)

Diskurssissa mediamaiseman murros otetaan tosiasiana, joka tulee hyväksyä. Diskurssia edustavissa teksteissä näkyy katsominen tulevaisuuteen.

”Euroopan Journalistiliiton puheenjohtaja Mogens Blicher Bjerregård on varma siitä, että vanhat hyvät ajat eivät enää koskaan palaa media-alalle. ”Silti edessä on upea tulevaisuus, ja tarvitaan paljon tarinankertoja. Uusia työpaikkoja syntyy varmasti!”, vakuutti Mogens Bjerregård Suomen

Journalistiliiton valtuuston kevätkokouksessa viime viikon torstaina 21. toukokuuta.” (Lundén 2015.)

Journalistien alanvaihtoa verrataan tässä näkökulmassa muuhun normaaliin urankehitykseen, millä se poikkeaa muista löydetyistä diskursseista.

”HUS:n viestintäjohtajaksi *Ylestä* viime vuonna lähtenyt Johanna Saukkomaa sanoo, että viittäkymppiä lähestyessään hän mietti, tekeekö samaa työtä eläkkeelle asti. ”Aina tulee uudet vaalit, uudet hallitusneuvottelut, uusi hallitus... Heräsi halu oppia jotain uutta. Mietin välineen vaihtoa ja alanvaihtoa journalismin sisällä, mutta se ei tuntunut tarpeeksi suurelta loikalta.” (Porttinen 2010.)

Journalistin koulutuksen ja kokemuksen nähdään sopivan viestinnän tehtäviin ja olevan niissä eduksi, toisin kuin edellisessä vääristyneen viestinnän käsityksen diskurssissa, jossa tätä kritisoitiin. Erään alaa vaihtaneen journalistin sitaatti vahvistaa tätä tulkintaa:

”Tarve pestata toimittajia kasvaa, koska viestintätehtävät muuttuvat entistä vaativimmiksi – ja palkitsevimmiksi.” (Harma 2014.)

Journalistien kokemuksen nähdään ylipäättään luovan mahdollisuuksia monenlaisilla aloilla, ei vain viestintään. Alanvaihdossa ei nähdä muiden diskurssien kaltaista dramatiikkaa.

”Jos toimittaja saa hyviä juttuja siksi, että on hyvä ihmisten kanssa, hän voisi menestyä ja viihtyä esimerkiksi palvelubisneksessä, jopa myyntitehtävissä. Joku taas saattaa tietää paljon oman alan tietojärjestelmistä, ja uusi ura voisi liittyä siihen.” (Porttinen 2010.)

”Liian moni toimittaja keskittyy kuitenkin substanssiosaamiseen, näkevät vain sen ammattitaidon, joka heille on karttunut. ”Harva pohtii, mitä muita asioita niillä taidoilla voisi tehdä. Toimittajaidentiteetti istuu tiukassa ja maailmankatsomus pyörii vain sen ympärillä”, Timo Salmela sanoo.” (Porttinen 2010.)

Journalistien vahva ammatti-identiteetti tuodaan tässä diskurssissa esiin vain mainintana, kun taas ensimmäisessä diskurssissa se oli vahva oletus. Tätä diskurssia edustavissa teksteissä ei ole vahvaa vastakkainasettelua ”meihin”

ja ”muihin”, mutta kiinnostavaa on esimerkiksi se, miten alaa vaihtaneet toimittajat näkevät oman identiteettinsä. Sitaateissa he puhuvat ”toimittajista” ulkopuolisina, mikä kertoo siitä, etteivät he enää määrittele itseään kuuluvaksi kyseiseen joukkoon. Vaikka diskurssia edustavissa teksteissä alanvaihtoa pidetään normaalina ja arkisena asiana, tämä huomio näyttäisi korostavan sitä, että toimittaja erkaantuu alaa vaihtaessaan myös journalistisesta identiteetistään, mikä saa alanvaihdon vaikuttamaan lopulliselta.

Alaa vaihtaneet journalistit vaikuttavat sopeutuneen uuteen rooliinsa hyvin. Osa alaa vaihtaneista journalisteista tuo diskurssia edustavissa teksteissä kuitenkin esiin, että heidän kuvansa viestinnän ammatista ja työtehtävistä on muuttunut työnteon myötä. Alanvaihtajat tuovat esiin myös omien ja entisten toimittajakollegoidensa tiedoissa olevia puutteita. Tämä näkökulma tukee toisessa diskurssissa ilmennyttä viestijöiden edustamaa näkemystä siitä, että journalisteja palkataan puutteellisin tiedoin.

”Toimittajat ovat usein liian mediakeskeisiä. Media on vain yksi sidosryhmä. Toimittajilla ei ole aavistustakaan sisäisestä viestinnästä, omistajaviestinnästä tai vaikuttajaviestinnästä. Ymmärrys yritysten strategiasta on myös heikolla tasolla, ja toimittajilla on paljon ennakkoluuloja ja ajatuslukkoja.” (Harma 2014.)

”Toimittajan töistä on luontevaa vaihtaa varsinkin ulkoisen viestinnän tehtäviin. Suoraan viestintäjohtajaksi siirtyminen edellyttää lisäksi esimiestaitoja, paineensietokykyä, valmiutta olla aina tavoitettavissa ja uskallusta haastaa liiketoimintajohtoa. Se on aika lailla raskaampi polku.” (Harma 2014.)

Vaikka alanvaihtajat ovat sopeutuneet uuteen ammattiinsa, tulee teksteistä ilmi myös haikeus ja kaipuu vanhaan.

”Ikävöin välillä todella paljon sähköisen uutistyylin hektisyyttä, yhteisen tekemisen meininkiä ja hurttia huumoria. Aika varmaan kultaa muistot, koska toimittajan työn huonoja puolia ei enää oikein muista. Monilta entisiltä kollegoilta kuulen kyllä välillä aika hurjia juttuja siitä, miten moni asia on muuttunut viidessä vuodessa”, Niina Hyrsky sanoo.” (Porttinen 2010.)

Journalisti on tässä diskurssissa alanvaihtajana aktiivinen toimija. Diskurssia edustavissa teksteissä mediamaiseman murros ja journalistien hankaloitunut työtilanne otetaan yleisesti tunnettuina faktoina, joita ei kommentoida tai arvoteta. Vaikka journalistit eivät ole täysin vapaita päättämään tulevaisuudestaan, tekevät he itse siirron alan vaihtoon. Alanvaihdon aktiivisuus näkyy muun muassa verbeissä "hakeutua [pois alalta]", "hakea [paikkaa]", "siirtyä", "vaihtaa" ja "lähteä".

Tässä diskurssissa pyritään muista diskursseista poiketen häivyttämään eroa "normaalin" ja "epänormaalin" urakehityksen välillä. Sen sijaan, että urakehitykseen liittyisi oletus yhden alan sisällä tapahtuvasta etenemisestä, urakehitys nähdään laajemmin niin, että myös alanvaihto voi kuulua luonnolliseen urakehitykseen. Luonnollisuuden diskurssia edustavat näin myös useiden alaa vaihtaneiden journalistien tekstit, joissa alanvaihto näyttäytyy normaalina.

Alojen välillä ei myöskään nähdä eroa valtasuhteissa, jolloin toinen ala olisi toista vahvemmassa asemassa, vaan ne nähdään tasavertaisina. Yhdessä diskurssia edustavassa tekstissä otetaan vahvasti kantaa viestinnän ja journalismin alojen väliseen vastakkainasetteluun, jota kritisoidaan vanhentuneena käsityksenä.

"Syvä kuilu toimittajien ja tiedottajien välillä on aikansa elänyt käsitys - jos sitä on edes ollut. Tiedottajien ja toimittajien tavoitteet saattavat olla hyvinkin yhteneväiset: yrityksen toiminnasta kertominen, toisinaan jopa yrityksen toimintatapojen parantaminen. Huomattava osa viestinnän ammattilaisista on jossain vaiheessa työskennellyt myös toimittajina, joten näitä "takinkääntäjiä" riittää enemmänkin. On vaikea uskoa, että kaikki viestintäalalle siirtyneet toimittajat ovat heittäneet journalistisen etiikan joutavana romukoppaan ja käyttävät nyt toimittajien työtapojen tuntemustaan journalisteja vastaan." (Haverinen 2013.)

Edellisessä sitaatissa otetaan suoraan kantaa alanvaihdosta käytävään keskusteluun, jota kritisoidaan mustavalkoiseksi. Intertekstuaalisuus näkyy käsitteen "takinkääntäjä" käytössä sekä siinä, että kirjoittaja ottaa kantaa ajatukseen alanvaihtajien epäeettisyydestä. Hän kritisoi journalistien

ensimmäisessä diskurssissa ilmennyttä pelkoa siitä, että alaa vaihtaneet kollegat puukottaisivat journalisteja selkään.

Puolenvallinnan sijaan tässä diskurssissa painotetaan mahdollisuuksia alojen väliseen yhteistyöhön. Diskurssia edustavissa teksteissä tuodaan esiin, että journalisteilla ja viestintäammattilaisilla on omat eettiset ohjeistonsa, jonka mukaan he toimivat. Tämän ei silti nähdä olevan yhteistyön esteenä, vaan nimenomaan luovan raamin sille, miten yhteistyötä tehdään rakentavasti.

”Päinvastoin, median toimintatapojen tuntemus auttaa tiedottajia tekemään sujuvaa yhteistyötä toimittajien kanssa. Journalistinen riippumattomuus ei yhteistyössä saa vaarantua, mutta negatiivinen ennakoasennekin on kaukana objektiivisuudesta. Onneksi vastakkainasettelusta ollaan pääsemässä eroon. Yhteistyö on yhä moninaisempaa ja enemmän kaikkia osapuolia kunnioittavaa.” (Haverinen 2013.)

Myös alanvaihtajien sitaateissa näkyy usko yhteistyön lujittumisesta.

”Viestintäpuolella on aiempaa enemmän tekijöitä, jotka ymmärtävät median lainalaisuuksia. Havaintojeni mukaan olemme matkalla kohti molemminpuolista ammattikunnioittamista.” (Harma 2014.)

5.2.4 Alanvaihto on ainoa vaihtoehto

Tämän diskurssin erottaa muista se, että tässä näkökulmassa journalistit nähdään ennen muuta peruuttamattoman mediamurroksen uhreina. Mediamurroksen johdosta viestintäala näyttäytyy voittajana ja journalismi häviäjänä. Diskurssia rakentavilla keskustelijoilla on itsellään vahva journalistinen identiteetti, ja suurin osa heistä on itse vaihtanut alaa viestintään. Diskurssiin laskettiin kuitenkin kuuluvaksi myös teksti, jossa alanvaihtoa kuvattiin vastaavalla tavalla omakohtaisuudesta huolimatta.

Diskurssissa ei esitetä syytöksiä alanvaihtajia kohtaan, vaan sen piirissä nähdään, että alan vaihtaminen on ollut olosuhteiden sanelema pakko tai yksilön ratkaisu, joka on seurausta alan lohduttomasta tilanteesta. Alanvaihtoa ei kahdesta ensimmäisestä diskurssista poiketen kuvailla juuri lainkaan, sillä siihen ei suoraan oteta kantaa kritisoidulla tai puoltamalla sitä.

Muuten diskurssi pohjautuu osittain samoihin taustaoletuksiin, kuin ensimmäinen itsekkään puolenvaihdon diskurssi (1). Osassa diskurssin teksteistä viitataan journalismin totuudenmukaisuuteen ja vastaavasti viestinnän kyseenalaiseen eettisyyteen.

”Viestintätoimistojen asiakkaat ovat esimerkiksi valtionyhtiöitä, joiden palvelu kangertelee. Firmoja, joiden maine on tärveltynyt johdon rikosepäilyistä tai veroparatiisiyhteyksistä. Lääkeyhtiöitä, jotka toivovat kiilaavansa kilpailijafirman edelle näkyvyydessä.” (Eronen 2013.)

Diskurssissa pyritään vaikuttamaan eri osapuolten sijasta suureen yleisöön ja yhteiskuntaan, kuten päättäjiin. Teksteissä tuodaan ilmi, mitä vaikutuksia journalismin nykyisellä kehityksellä voi olla yhteiskunnalle, ja mikä ylipäätään on journalismin rooli. Näkökulma tuodaan lähelle lukijaa inhimillistämällä ilmiötä kuvailevan sanaston avulla.

”Nyt kun maahan sorvataan toimintakykyistä hallitusta, on hyvä aika muistuttaa, että tarvitsemme myös toimintakykyisen median.” (Pekkarinen 2015.)

”Silti nimitys on osa isoa kuvaa, joka on median käyttäjän kannalta surullinen. Mediamölyn keskellä pinnistelee vielä kapea saareke, journalismiksi kutsuttu maksajasta riippumaton viestintä. Se kutistuu kutistumistaan.” (Eronen 2013.)

Diskurssia edustavia tekstejä leimaa lohduttomuus ja luovuttamisen ilmapiiri. Uhrin identiteetti rakentuu teksteissä monilla tavoin, vaikka toimittajia tai alanvaihtajia ei nimitetäkään suoraan ”uhreiksi”. Journalismin kriisi koetaan peruuttamattomana ja lopullisena tilana, jonka edessä yksilö on voimaton.

”Minun työhistoriallani maailma tarjoaa palkkatyötä pääasiassa vanhan median parissa eli purkuhommissa.” (Harma 2014.)

”Seuraavia yt-uutisia odotellessa: monikohan kurssikavereistani vetää vielä samat johtopäätökset kuin minä ja jättää journalismin? Toivon sekä median kuluttajana että nykyisen ammattini edustajana, että heitä jää vielä toimituksiinkin.” (Pekkarinen 2015.)

”Samaan aikaan Elinkeinoelämän valtuuskunnan johtaja Matti Apunen on Hesarin kolumnissaan huolissaan tutkivien journalistien puutteellisesta itsekritiikistä. Voiko turhempaa huolta nykymaailmassa olla? Tutkiva, kansalaisille riippumattomasti tietoa kaivava journalisti on Suomessa uhanalainen eläin.” (Eronen 2013.)

Tunnettujen esikuvien alanvaihtoa pidetään merkinä journalismin vääjäämättömästä tuhosta. Kun kapteeni jättää uppoavan laivan, ei mitään ole enää tehtävissä. Yhdeksi esimerkkihenkilöksi nostetaan korkeassa asemassa Helsingin Sanomien vastaavana päätoimittajana työskennellyt Mikael Pentikäinen.

”Kun mahtilehden vetäjästäkin tulee viestintätoimiston neuvonantaja, PR-ammattilaiset vaikuttavat viimeistään nyt ottavan selkävoiton journalisteista. Perinteinen uutismedia voi säästöbudjetiteineen vain rimpuilla vastaan.” (Eronen 2013.)

Tätä diskurssia edustavia tekstejä leimaa luovuttamisen ilmapiirin lisäksi haikeus menneeseen. Viittaukset ”tähän aikaan” ja ”nyky aikaan” tekevät eroa nykytilaan ja siihen, mitä toimittajan ammatti ja työn sisältö ovat ennen olleet. Teksteistä on luettavissa pettymys siihen, ettei nykyajan journalismi vastaa toimittajien käsitystä ammatistaan.

”Ihmisillä on ehkä romanttinen kuva toimittajan työstä. Se on nykyään valtaosalle liukuhihnatyöskentelyä. Kun median kehityssuunnan ja syyt tajuaa, moni aloittaa Plan B:n laatimisen.” (Harma 2014.)

”Onko fiksuille ihmisille tarjolla fiksuja hommia vai jatkuvaa epätyytyväisyyden tunnetta? Jos on onlinessa pakko julkaista jotain aivan humppaa siksi, että joku muukin sen julkaisee, missä on journalismi? Kuinka tämä työ eroaa sanelusihteerin hommasta?” (Harma 2014.)

Diskurssissa ei oteta suoraan kantaa siihen, minkälaista urapolkua pidetään ”normaalina”. Journalistit eivät lähtökohtaisesti halua tai ole halunneet jättää ammattiaan, vaan mahdollinen alanvaihto on ollut ns. viimeinen toivo. Alojen valtasuhde nähdään vahvasti niin, että journalismi jää mediamurroksen keskellä kasvavan viestinnän jalkoihin. Journalismin

yhteiskunnallista asemaa kuitenkin painotetaan, ja juuri sen nähdään vaarantuvan kehityksen myötä.

6 POHDINTA JA KESKUSTELU

Tämän luvun alaluvussa 6.1 *Yhteenveto* vedetään yhteen edellä esiteltyjä diskursseja ja niiden suhdetta teoriaan. Alaluvussa 6.2 *Diskurssien suhteet ja merkitys* puolestaan tarkastellaan diskurssien välisiä eroja ja yhtäläisyyksiä. Alaluvussa 6.3 *Tutkimuksen arviointi* otetaan kantaa tutkimuksen eettisyyteen ja luotettavuuteen sekä tutkijan asemaan. Alaluku 6.4 *Jatkotutkimusehdotukset* puolestaan esittelee ehdotuksia jatkotutkimukselle.

6.1 Yhteenveto

Analyysin perusteella alanvaihtokeskustelusta tunnistettiin neljä diskurssia, jotka nimettiin seuraavasti: 1. Alanvaihto on itsekäs puolenvaihto, 2. Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä, 3. Alanvaihto on osa luonnollista urakehitystä, 4. Alanvaihto on ainoa vaihtoehto. Diskurssit on esitelty tarkemmin luvussa 5 *Tulokset*. Neljän diskurssin olemassaolo kuvaa sitä, että alanvaihtokeskusteluun on olemassa hyvin toisistaan poikkeavia näkökulmia. Ei voida ajatella, että vastakkain olisivat mustavalkoisesti vain journalistit ja viestinnän ammattilaiset, sillä näidenkin kategorioiden sisällä esiintyy erilaisia näkemyksiä.

Tunnistetuille diskursseille yhteinen taustaoletus on alanvaihdon johtuminen mediamurroksesta. Tämä otetaan keskustelussa faktana, jota ei tarvitse perustella tai kiistää. Näkemykset eivät siis eroa siinä, miksi journalistit kokevat painetta vaihtaa alaa. Yhteistä on myös käsitys siitä, että alanvaihto

on ilmiönä väistämätön. Ilmiölle ei esitetä ratkaisuja tai sen ei nähdä hidastuvan lähitulevaisuudessa, vaan se koetaan peruuttamattomana. Eri diskursseissa esitetään eri tapoja suhtautua mediamaiseman murrokseen sekä sitä seuraavaan alanvaihtoon, mutta itse ilmiöitä ei kiistetä. Sen sijaan diskurssien välillä on eroa muun muassa siinä, millaisina toimijoina alanvaihtajat nähdään ja miten alanvaihtoon suhtaudutaan.

1. Alanvaihto on itsekäs puolenvaihto

Ensimmäistä diskurssia edustavat erityisesti nykyiset journalistit, joilla on itsellään vahva journalistinen ammatti-identiteetti. Diskurssia edustavissa teksteissä korostetaan journalismin ja viestinnän vastakkaisuutta, minkä voidaan nähdä edustavan perinteistä ajattelutapaa (Niskala & Hurme 2014). Tässä diskurssissa kuuluu myös perinteinen ajatus journalismin ainutlaatuisesta roolista, jota mediamaiseman murros uhkaa.

Diskurssin sisällä viestintää pidetään alana epäilyttävänä ja jopa epäeettisenä. Diskurssi vastaa osin myös Macnamaran (2014) esittämää stereotyyppeihin pohjautuvaa ajattelua, jossa journalistit näkivät olevansa PR:n vaikutuksen uhreja. Diskurssissa alanvaihtoa kuvataan epäeettiseksi ja jopa pelkurimaiseksi teoksi, jolla pyritään oman edun tavoitteluun entisten kollegoiden kustannuksella.

2. Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä

Toisen diskurssin sisällä keskustelevat lähinnä viestinnän ammattilaiset, jotka kritisoivat ensisijaisesti osaamattomia rekrytoijia, jotka palkkaavat viestinnän tehtäviin journalisteja viestinnän ammattilaisten sijaan. Myös tässä diskurssissa alat nähdään ensisijaisesti toistensa vastapoleina (ks. Niskala & Hurme 2014).

Diskurssia edustavissa teksteissä pyritään kuvaamaan viestinnän tehtäviä ja lisäämään ymmärrystä alalla tarvittavista kompetensseista korostamalla esimerkiksi viestintäkoulutuksen ja -taustan merkitystä. Alanvaihtajia itseään ei juuri kritisoida, mutta alanvaihdolle ei myöskään esitetä selviä vaihtoehtoja.

3. Alanvaihto on osa luonnollista urakehitystä

Kolmannessa diskurssissa puolestaan nähdään, että journalistinen tausta antaa hyvät lähtökohdat myös muille aloille. Suhtautuminen alanvaihtoon ja esimerkiksi brändijournalismin lisääntymiseen on ensisijaisesti positiivinen,

sillä hyvälle kirjoittajille nähdään löytyvän työtä myös jatkossa (ks. Snow 2012, Cheyfitz 2011).

Diskurssissa tuodaan esiin, että lisääntyvä ymmärrys aloista voi hyödyttää kummankin alan edustajia. Diskurssi vastaa tältä osin Luoma-ahon ym. (2009) näkemystä molempia osapuolia hyödyttävästä yhteistyöstä. Alanvaihtaja nähdään aktiivisena omien vahvuuksiensa hyödyntäjänä, jolle alanvaihto on uran luonteva seuraava askel.

4. Alanvaihto on ainoa vaihtoehto

Neljännessä diskurssissa kuuluvat ensisijaisesti nykyisten journalistien ääni. Diskurssissa kritisoidaan journalismin nykytilaa, jonka nähdään olevan muuttunut peruuttamattomalla tavalla. Alanvaihtajat nähdään ensisijaisesti uhreina, joille alanvaihto on viimeinen vaihtoehto. Diskurssia edustavista teksteistä kuuluu lohduttomuus ja kaipaus vanhoihin aikoihin.

Taulukkoon 2 on koottu yhteenvetona diskurssien ominaispiirteitä, mikä antaa tiivistetyn käsityksen alanvaihtokeskustelun näkökulmista.

Taulukko 2: Tiivistelmä diskurssien ominaispiirteistä

Diskurssi	1. Alanvaihto on itsekäs puolenvaihto	2. Alanvaihtoa leimaa vääristynyt käsitys viestinnästä	3. Alanvaihto on osa luonnollista urakehitystä	4. Alanvaihto on ainoa vaihtoehto
Edustajat	nykyiset journalistit	viestinnän ammattilaiset	useat tahot: alaa vaihtaneet journalistit ja alan järjestöjen edustajat, viestinnän ammattilaiset	alaa vaihtaneet ja nykyiset journalistit
Mikä johtaa alanvaihtoon?	mediamaiseman murros, journalistin oman edun tavoittelu	mediamaiseman murros, mediaosaajien kysyntä	mediamaiseman murros, journalistin tyytymättömyys työhön, halu oppia uutta	mediamaiseman murros
Mitä kritisoidaan ja miksi?	alaa vaihtaneita journalisteja: hyödyntävät alan tuntemustaan vastapuolella, ovat hylänneet periaatteensa	alanvaihtajia ja osaamattomia rekrytoijia: palkkaavat journalistin viestinnän ammattilaisen ohi, sillä eivät ymmärrä alaa ja sillä vaadittuja kompetensseja	alojen vastakkainasettelua: vanhentunut käsitys, jonka sijaan pitäisi nähdä yhteistyömahdollisuudet	journalismin nykytilaa: alan nähdään olevan peruuttamattomasti muuttunut
Alanvaihtajien representaatiot	alanvaihtaja on epäeettinen ja itsekäs, tavoittelee omaa etuaan (muiden kustannuksella)	alanvaihtaja on mediamurroksen uhri tai pyrkyri, joka palkataan viestinnän tehtäviin väärin perustein	alanvaihtaja on uusia haasteita etsivä ja omia vahvuuksiaan hyödyntävä ammattilainen	alanvaihtaja on mediamurroksen uhri, jolle alanvaihto on ainoa vaihtoehto

6.2 Diskurssien suhteet ja merkitys

Diskurssit eivät ole keskustelussa tasavahvoja, vaan niiden välillä voidaan nähdä hierarkkisuutta. Alanvaihtokeskustelussa korostuvat aineiston perusteella erityisesti itsekkään puolenvaihdon (1.) ja ainoan vaihtoehdon (4.) diskurssit, joita voidaan pitää keskustelussa dominoivina. Aineistossa kuuluu tällöin korostetusti journalistien oma ääni, jolloin viestinnän ammattilaisten viestinnän sisältöjä korostava (2.) sekä alanvaihdon luonnollisuutta ja yhteistyömahdollisuuksia korostava (3.) diskurssi jäävät vähemmälle huomiolle. Aineisto sisälsi enemmän journalistien kuin viestinnän ammattilaisten kirjoittamia tekstejä. Hakukonehaussa saattavat painottua erityisesti paljon lukijoita keränneet lehtiartikkelit, joiden kirjoittajia ovat nimenomaan journalistit. Vastaavasti alanvaihdon luonnollisuutta ja alojen yhteistyötä korostavat tekstit ovat pääasiassa blogitekstejä, jotka eivät tavoita yleisöään yhtä laajasti. Suurin osa viestinnän sisältöjä ja viestintäkoulutuksen merkitystä korostavista teksteistä on julkaistu viestinnän ammattilaisten omalla blogialustalla, mikä myös rajaa lukijakuntaa ensisijaisesti toisiin viestinnän ammattilaisiin.

Aineistosta käy myös ilmi, että näkemykset viestinnän ammattilaisen työstä sekä viestinnästä professiona ovat hyvin moninaisia, mikä vastaa Asunnan (2016) tutkimuksen tuloksia määrittelyn epämääräisyydestä. Alanvaihtokeskustelussa tulee erityisesti esiin se, että viestintä nähdään usein hyvin kapea-alaisesti ja mediapainotteisesti. Tämä näkemys ei rajaudu vain yhteen löydetyistä diskursseista, vaan se on läsnä useammassa diskurssissa. Kapea näkemys tulee esiin erityisesti itsekkään puolenvaihdon (1.) diskurssissa, jota edustavissa teksteissä korostuu viestinnän näkeminen ensisijaisesti tiedotustoimintana. Teksteissä ovat äänessä erityisesti vahvan ammatillisen identiteetin omaavat journalistit, jotka kritisoivat alanvaihtoa. Toisessa diskurssissa (2.) viestinnän ammattilaiset pyrkivät valistamaan lukijoita ja erityisesti alaa kritisoivia journalisteja siitä, mitä ammatti pitää sisällään ja mikä on viestinnän yhteiskunnallinen rooli. Samalla he pyrkivät korostamaan viestinnän koulutusta ja kokemusta, joita he pitivät työn kannalta toimittajakokemusta relevantimpana valttina. Kolmannessa, luonnollisuuden ja yhteistyön diskurssissa (3.), nostetaan suoraan esiin, että journalistit näkevät viestinnän usein hyvin mediakeskeisesti. Voidaan siis ajatella, että journalistien käsitys viestinnästä ei vastaa sitä, mitä viestinnän ammattilaisen työ todellisuudessa pitää sisällään. Epätietoisuus toisesta ammatista on todennäköisesti myös osasy siihen, että aloja pidetään edelleen

toistensa vastapoleina ja ammattilaisten välit ovat tutkimusten mukaan kompleksiset.

Myös toimittajan työtä ja sen sisältöä kuvataan teksteissä, erityisesti ainoan vaihtoehdon (4.) diskurssissa. Diskurssia edustavissa teksteissä kuvataan journalistien näkökulmasta sitä, mitä työn todellisuus tänä päivänä pitkälti on, ja kuva vastaa esimerkiksi Jyrkiäisen (2008) tutkimustuloksia. Journalistien työstä tai sen muutoksesta ei esitetä muissa diskursseissa poikkeavia näkemyksiä, eikä sitä käsitellä aineistossa yhtä paljon, kuin viestinnän ammattilaisten työtä. Tämä tukee huomiota kaikille diskursseille yhteisestä ennako-oletuksesta, jossa mediamaiseman murros otetaan totena.

Siinä, kuinka sopivana journalistista taustaa pidetään viestinnän töihin, on eroa ja yhtäläisyyksiä eri diskurssien välillä. Erityisen epäilevästi ja kriittisesti journalistisen taustan omaavan henkilön viestintäkompetensseihin suhtauduttiin diskurssin 2. sisällä. Viestinnän ammattilaisten teksteissä journalistien nähtiin sopivan kapeasti vain mediasuhteisiin liittyviin tehtäviin. Luonteeltaan valistavissa teksteissä korostettiin niitä viestinnän osa-alueita, joissa journalistista osaamista ei pidetty riittävänä. Luonnollisuuden ja yhteistyön diskurssissa (3.) journalistin koulutuksen ja kokemuksen nähtiin puolestaan ensisijaisesti tukevan siirtymistä viestinnän tehtäviin. Yhdessä diskurssia edustavassa tekstissä jopa nähtiin, että toimittajia tulee jatkossa palkata viestinnän puolelle enenevässä määrin viestintätehtävien vaatavuustason noustessa. Diskurssia edustavissa teksteissä jaettiin kuitenkin myös 2. diskurssin näkemys siitä, että journalistisesta taustasta on eniten etua ulkoisen viestinnän tehtävissä, kun taas vastaavasti sisäisen ja vaikuttajaviestinnän sekä strategisessa osaamisessa nähtiin puutteita. Kahdessa muussa diskurssissa (1. ja 4.) journalistien kompetensseihin ei otettu kantaa.

Viestinnän ammattilaiset näkevät urakehityksen ensisijaisesti organisaation sisällä tapahtuvana nousuna (Salminen 2014a, 52), mikä näkyy myös vääristyneen viestinnän käsityksen diskurssissa (2.). Journalistien ahdinkoa ei vähätellä tai kyseenalaisteta, mutta alanvaihtajia ei myöskään toivoteta avosylin tervetulleiksi uudelle alalle. Viestinnän tehtäviä ei pidetä journalistin urakehitykselle luonnollisena seuraavana vaiheena, vaan viestintätaustan ja viestinnän koulutuksen merkitys korostuu. Viestinnän alan ammattilaisten edustamassa toisessa diskurssissa jaetaan pitkälti Abbottin (2005) näkemys, jonka mukaan profession muodostavat ensisijaisesti saman koulutuksen suorittaneet ammattilaiset.

Huoli eettisyydestä on diskursseissa yllättävän pienessä roolissa. Itsekkään puolenvaihdon diskurssi (1.) kyseenalaistaa vahvimmin alanvaihdon ja viestinnän etiikkaa. Viestinnän nähdään haittaavan puolueetonta journalismia, ja alanvaihtajia kuvataan epäeettisiksi puolen vaihtajiksi. Diskurssissa ei viitata alojen eettisiin ohjeisiin, vaan näkemystä perustellaan omilla kokemuksilla ja tekemällä intertekstuaalisia viittauksia aiempiin teksteihin. Taustalla on tunnistettavissa journalistien vahva ammatillinen identiteetti ja sen ehdottomuus. Muissa diskursseissa ei juurikaan esitetä eettistä pohdintaa. Vaikka vääristyneen viestinnän käsityksen diskurssi (2.) esittää kritiikkiä journalistien palkkaamista kohtaan, itse alanvaihdon tai alojen eettisyyteen ei oteta kantaa. Diskurssia leimaa vahvimmin huoli journalistisen taustan sopivuudesta viestinnän tehtäviin, mutta perusteluissa ei viitata alanvaihdon eettiseen ongelmallisuuteen. Myöskään ainoan vaihtoehdon diskurssissa (4.) ei tule suoraan esiin eettistä pohdintaa. Diskurssissa korostetaan toimintakykyisen ja puolueettoman journalismin tärkeyttä, jolloin kritisoidaan PR:n vaikutuksen lisääntymistä ja journalismin alan kutistumista. Alanvaihtajia tai alanvaihtoa ei kuitenkaan kritisoida. Luonnollisuuden ja yhteistyön diskurssissa (3.) alanvaihdosta puhuttaessa viitataan neutraalisti siihen, että kummallakin aloista on omat eettiset ohjeensa, joiden mukaan ammattilaiset toimivat.

Suurin osa tämän tutkimuksen aineistoon valikoituneista artikkeleista on julkaistu vuosina 2013–2014, jolloin Tuomas Pietiläisen kommentteista alkanut ”viestintäkyyläkeskustelu” kävi kuumimmillaan. Keskustelua vauhditti Pekka Mykkäsen Helsingin Sanomissa julkaistu kolumni, johon otettiin kantaa yksityisissä blogeissa ja viestinnän järjestöjen kanavissa. Teksteissä korostuikin juuri kyseisten tekstien toistuminen intertekstuaalisten viittausten kautta. Kansallisessa mediassa julkaistut artikkelit saavat enemmän huomiota kuin blogikirjoitukset, minkä johdosta niihin myös viitataan enemmän.

Tämän tutkimuksen tulosten perusteella voidaan tehdä vain arvioita siitä, mikä vaikutus eri diskursseilla voi olla itse alanvaihtoon ilmiönä. Sillä, miten alanvaihtoilmio ja alanvaihtajat kuvataan, nähdään kuitenkin olevan vaikutusta siihen, millä tavoin ilmiöstä ajatellaan. Samoin se, millaista keskustelua alanvaihdosta käydään julkisuudessa ja miten alanvaihtoa ja alojen suhteita rakennetaan diskursiivisesti voi vaikuttaa myös kuvaan viestinnän alasta ja journalismista sekä niiden suhteesta. Sillä voi lisäksi olla vaikutusta alojen toimijoiden ammatti-identiteettiin sekä esimerkiksi alanvaihtoa suunnittelevien omiin päätöksiin.

Ammatinvaihtoilmion ja siitä käytävän keskustelun kompleksisuus vahvistaa käsitystä siitä, että sekä viestintä että journalismi ovat ammatteina ja aloina jatkuvasti muuntuvia (Hakala 2015). Mediamaiseman murros tuo muutoksia kummankin alan työnkuviin. Käynnissä voidaan nähdä olevan epävarmuudesta ja muutosvastarinnasta kumpuava kipuilu, jossa viestintä pyrkii saavuttamaan vahvemman aseman professiona (ks. Asunta 2016) samalla, kun journalismi pyrkii löytämään uuden paikkansa muuttuvassa toimintaympäristössä (Vehkoo 2011). Alojen välisten raja-aitojen horjuminen on omiaan aiheuttamaan hämmennystä alojen ammattilaisissa sekä heidän tuntemassaan ammatti-identiteetissä, mikä näkyy keskustelun sävyissä ja sanavalinnoissa.

Toimittajien alanvaihto viestintään herätti paljon julkista keskustelua erityisesti vuosina 2013–2015, minkä vuoksi myös valtaosa tämän tutkimuksen aineistosta ajoittuu tälle ajalle. Tämän tutkimuksen julkaisuhetkellä vastaavaa kriittistä keskustelua ei juuri käydy, mutta aihe on silti edelleen ajankohtainen. Journalistien työllistymistä on tuoreeltaan tutkittu muun muassa Tampereen yliopiston Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMETin tutkimuksessa Irtisanottujen toimittajien uudet työt (ITUT), jonka tulokset julkaistiin loppuvuodesta 2016. Tutkimuksen pohjalta kirjoitettujen artikkeleiden perusteella suuri osa irtisanotuista journalisteista on työllistynyt juuri viestinnän tehtäviin.

6.3 Tutkimuksen arviointi

Tämän tutkimuksen ansiona voidaan pitää sen ainutlaatuista tutkimusnäkökulmaa. Ennen tätä tutkimusta tätä ajankohtaista aihetta, journalistien alanvaihtoa viestintään, on käsitelty Suomessa erityisesti alanvaihtajien omien kokemusten kautta (ks. Härkönen 2015; Väntönen 2015). Tässä tutkimuksessa näkökulmaa haluttiin laajentaa alanvaihtajien kokemuksesta ilmiötasolle ja kohdistaa siihen keskusteluun, jota alanvaihdosta käydään.

Tämä tutkimus edustaa laadullista tutkimusta, jolloin sen luotettavuutta ei voida arvioida aivan samoin, kuin määrällisessä tutkimuksessa. Tutkimuksessa taustalla on sosiaalisen konstruktionismin mukainen näkemys jatkuvasti rakentuvasta sosiaalisesta todellisuudesta, jolloin yhden totuuden löytämisen sijaan pyritään tarkastelemaan vaihtoehtoisia näkökulmia.

Tutkimuksen heikkoutena voidaan nähdä siihen valitun metodin, tulkitsevan diskurssianalyysin metodinen väljyys. Diskurssianalyysin keskeinen termistö ja teoreettinen tausta on pyritty avaamaan laajasti metodiosiossa, minkä lisäksi työssä on pyritty tarkentamaan, mitkä lähtökohdat juuri tähän tutkimukseen on valittu.

Diskurssintutkimuksessa tutkija on osa tutkimaansa sosiaalista todellisuutta, minkä vuoksi täysin neutraalia tutkimusotetta ei voida saavuttaa. Tässä tutkimuksessa tutkijan oma tausta on yhteisöviestinnän oppiaineessa. Tutkija työskentelee itse viestinnän suunnittelijana viestintätoimistossa ja edustaa ammatinvaihtokeskustelun tulkitsijana ensisijaisesti viestinnän ammattilaisten viiteryhmää. Vaikka tutkija ei pyri tuomaan esiin omaa osallisuuttaan kyseiseen ammattiryhmään, voi tausta toimia silmälaseina, joiden kautta tutkija tarkastelee maailmaa ja tekee siitä tulkintoja.

Empiristisessä ja rationalistisessa diskurssianalyysissä tutkija nähdään melko objektiivisena sekä näkymättömänä toimijana. Tutkija osallistuu diskurssiin ja on osa sitä, mutta tarkastelee aineistoaan silti ilman ennakkokäsityksiä. (Remes 2006, 326). Myös tässä tutkimuksessa tutkija on pyrkinyt lähestymään aineistoaan ilman ennakko-oletuksia. Tutkijalla ei ole ollut valmista käsitystä esimerkiksi diskurssien valta-asetelmasta, vaan kiinnostus tutkimusaihetta kohtaan on syntynyt useiden ristiriitaistenkin huomioiden kautta.

Tässä tutkimuksessa aineistonkeruu suoritettiin järjestelmällisen hakukonehaun kautta internetissä, millä pyrittiin saamaan kokoon kaikki aihetta koskeva relevantti ja kaikille avoin julkinen materiaali. Aineistonkeruu on myös avattu tutkimuksessa läpinäkyvästi. Tutkimuskohteen ollessa alanvaihdosta eri foorumeilla käytävä keskustelu, haluttiin hakukonehaun avulla varmistaa, että aineistoa ei rajattu esimerkiksi tekstityypin tai lähteen mukaan. Kirjallisessa muodossa oleva aineisto koettiin tutkimuksessa autenttiseksi tutkimuskohteeksi esimerkiksi haastattelun sijaan, jossa tutkijan rooli voi vaikuttaa aineiston muodostumiseen jo kysymyksenasettelun tasolla. Aineiston kattavuuden varmistamiseksi suoritettiin noin puoli vuotta varsinaisen aineistonkeruun jälkeen vastaava haku samoilla kriteereillä. Tällöin aineistoon lisättiin yksi uusi, kriteerit täyttänyt teksti. Uudella haulla haluttiin varmistaa, että aineiston ulkopuolelle ei jäänyt merkittävää aineistomateriaalia.

Tämän tutkimuksen tulokset eivät ole tällaisenaan siirrettävissä muihin konteksteihin. Tutkimusaineisto on kerätty yhtenä aikana ja

tutkimuskohteena on dynaaminen ja jatkuvasti muuttuva keskustelu, jota jonain toisena aikana voitaisiin tulkita eri tavoin. Myös jokainen keskustelun puheenvuoroista, aineiston teksteistä, on kirjoitettu tietyssä kontekstissa. Näitä konteksteja on pyritty tuomaan esille tarkastelemaan muun muassa tekstien välistä intertekstuaalisuutta ja tuomalla esiin tiedot tekstin julkaisuajasta ja kirjoittajasta.

6.4 Jatkotutkimusehdotukset

Tämä tutkimus voi toimia pohjana uusille tutkimuksille. Tutkimuksen puitteissa alanvaihtoilmiotä pyrittiin kuvaamaan tiukasti valitusta näkökulmasta, jolloin sen ulkopuolelle rajautui monia vaihtoehtoisia näkökulmia. Tutkimusta ei siis voida pitää kattavana ilmiön kuvauksena vaan sen yhtenä osana, jonka kautta voidaan saada lisätietoa ilmiön ymmärtämiseen laajemmalla tasolla.

Muita vaihtoehtoisia näkökulmia tutkimukselle voisivat olla esimerkiksi jonain toisena hetkenä tapahtuva tai vertaileva historiallinen tarkastelu sekä tämän tutkimuksen ulkopuolelle rajatun ryhmän kokemusten tarkastelu. Olisi arvokasta tutkia alanvaihtokeskustelua pidemmällä aikavälillä, jolloin voitaisiin tehdä tulkintoja muun muassa näkemysten ajallisesta muutoksesta. Myös diskurssien valtasuhteissa voitaisiin mahdollisesti huomata muutoksia, mikä lisäisi tietoa alojen laajemmasta kehityksestä.

Analyysia olisi lisäksi kiinnostavaa laajentaa koskemaan journalistien ja viestinnän ammattilaisten ohella myös ns. kaksoisroolissa työskenteleviä ammattilaisia. Kiinnostavia tutkimusaiheita olisivat muiden muassa näiden samaan aikaan sekä journalistista että viestintäalan työtä tekevien toimittajien ja tiedottajien identiteetit, työn ristiriitatilanteet ja työnantajien sekä asiakkaiden käsitykset kaksoisroolista.

KIRJALLISUUS

- Abbott, A. 2005. Linked Ecologies. States and Universities as Environment for Professions. *Sociological Theory* 23:3, 254–274.
- Alasoini, T. 2010. Mainettaan parempi työ. Kymmenen väitettä työelämästä. Helsinki: Taloustieto Oy.
- Asunta, L. 2016. The Role, the Goal and the Soul of Professional Public Relations. Developing a Holistic Model of PR Professionalism. Jyväskylän yliopisto. *Jyväskylä Studies in Humanities* 276.
- Basen, I. 2013. DIY News: Content Marketing and the Future of PR. Esitetty CPRS National Conference -tilaisuudessa 9.6.2013.
- Cheyfitz, K. 2011. The Next Big Media Battle: Publishers vs. Ad Agencies. Huff Post Media Blog. Saatavilla: <http://www.huffingtonpost.com/kirk-cheyfitz/the-next-big-mediabattle_b_807853.html> 15.9.2016.
- Van Dijk, T. 1997. The study of discourse. Teoksessa T. A. Van Dijk (toim.) *Discourse as structure and process*, 1. London: Sage, 1–34.
- Dutton, W.H. & Blank, G. 2011. Next Generation Users: The Internet in Britain. Oxford Internet Survey 2011. Oxford Internet Institute, University of Oxford.
- Fairclough, N. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Davies, Nick. 2009. *Flat Earth News: An Award-winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media*. London: Vintage Books.
- Gee, J. P. 2011. *Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*. New York/London: Routledge.

- Global Alliance for Public Relations and Communication Management. 2014. PR Country Landscape Finland 2014. Saatavilla: <<http://procom.fi/wp-content/uploads/2014/01/PR-Landscape-Finland-2014.pdf>> 16.6.2015.
- Haavisto, I. 2010. Työelämän kulttuurivallankumous. EVA:n arvo- ja asennetutkimus 2010. Taloustieto Oy.
- Hakala, S. 2015. Vallan merkilliset tiedottajat: Professionalisaatio ministeriöiden viestinnässä. Helsingin yliopisto. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2015:1.
- Hanhinen, A. 2010. Työelämäosaaminen. Kvalifikaatioiden luokitusjärjestelmän konstruointi. Tampereen yliopisto.
- Von Herten, P., Melgin, E. & Åberg, L. 2012. Vuosisata suhdetoimintaa. Yhteisöviestinnän historia Suomessa. Helsinki: Otava.
- Härkönen, M. 2015. Toimittajasta tiedottajaksi. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy.
- Johansson, C. & Ottestig, A. 2011. Communication Executives in a Changing World, Legitimacy Between Organizational Borders. *Journal of Communication Management* 15:2, 144–164.
- Jokinen, A., Juhila K., & Suoninen, E. 1993. Diskursiivinen maailma. Teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa Jokinen, A., Juhila K., & Suoninen, E. (toim.) *Diskurssianalyysin aakkoset*. 17–47. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, A., Juhila K., & Suoninen, E. 1999. Diskurssianalyysi liikkeessä. Vuorovaikutus, toimijuus ja kulttuuri empiirisen tutkimuksen haasteina. Tampere: Vastapaino.
- Journalistin ohjeet. 2014. Suomen Journalistiliitto. Saatavilla: <<http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistin-ohjeet/>> 24.3.2015.
- Jyrkiäinen, J. 2008. Journalistit muuttuvassa mediassa. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Julkaisuja B 50/2008. Saatavilla: <<https://tampub.uta.fi/handle/10024/65349>> 3.7.2015.
- Keane, J. 2009. *The Life and Death of Democracy*. London, UK: Simon & Schuster.
- Koch, T. & Obermaier, M. 2014. Blurred lines: German freelance journalists with secondary employment in public relations. *Public Relations Review* 40, 473–482.
- Koljonen, K. 2013. Kriisi journalismissa. Kansakunnan katastrofit ja muuttuva professio. Tampereen yliopisto. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö.

- Konttinen, E. 1989. Harmonian takuumiehiä vai etuoikeuksien monopolisteja? Professioiden sosiologian funktionalistisen ja uusweberiläisen valtasuuntauksen tarkastelua. Jyväskylän yliopisto. Sosiologian laitoksen julkaisuja 45.
- Käppi, R. 2014. Rakentavin yhteistyöterveisin, viestintäkyylä. Viesti bloggaa. Saatavilla: <<http://www.viesti.fi/rakentavin-yhteistyoterveisin-viestintakyyla/>> 27.4.2016.
- Lehtonen, J. 2008. Finland. Teoksessa van Ruler, B. & Vercic, D. (toim.) Mouton Reader: Public Relations and Communication Management in Europe: A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Lehtonen, M. 2000. Merkitysten maailma: kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Tampere: Vastapaino.
- Luoma-aho, V., Uskali, T. & Weinstein, A. 2009. Pitfalls of Attention Work in the Innovation Ecosystem. *Innovation Journalism* 6:4.
- Niskala, N. & Hurme, P. 2014. The Other Stance. Conflicting Professional Self-Images and Perceptions of the Other Profession among Finnish PR Professionals and Journalists. *Nordicom Review* 35:2, 105–121.
- Macnamara, J. 2014. *Journalism & PR. Unpacking "Spin", Stereotypes & Media Myths*. New York: Peter Lang.
- Melgin, E. 2014. Kun viestijästä tehtiin kyylä. Viestijät.fi. Saatavilla: <<http://viestijat.fi/kun-viestijasta-tehtiin-kyyla/>> 27.4.2016.
- Merkelsen, H. 2011. The double-edged sword of legitimacy in public relations. *Journal of Communication Management* 15:2, 125–143.
- Mäki, M. 2015. Minustako viestintäkyylä? Utain. Saatavilla: <<http://utain.uta.fi/sis%C3%A4lt%C3%B6/minustako-viestint%C3%A4kyyl%C3%A4>> 27.4.2016.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. 2009. Kurssi kohti diskurssia. Tampere: Vastapaino.
- Potter, J. & Wetherell, M. 1998. *Discourse and Social Psychology*. Lontoo: Sage.
- ProCom. 2005. ProComin eettiset ohjeet. Saatavilla: <<http://procom.fi/viestintaala/ohjeet-ja-periaatteet/procomin-eettiset-ohjeet/>> 24.3.2015.
- ProCom. 2015. Viestinnän eettiset ohjeet. Saatavilla: <<http://procom.fi/kommentoi-nyt-viestinnan-eettiset-ohjeet-2015/>> 25.9.2015.
- ProCom. 2017. Järjestön verkkosivut. Saatavilla: <<http://procom.fi/palvelut/kumppanuudet/>> Viitattu 2.4.2017.

- Puusa, A. 2011. Laadullisen aineiston analysointi. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. 114–125. Helsinki: JTO.
- Puusa, A. & Juuti, P. 2011. Mitä laadullinen tutkimus on? Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. 47–57. Helsinki: JTO.
- Pynnönen, A. 2013. Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen. Working Paper N:o 379. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu.
- Remes, L. 2003. Yrittäjyyskasvatuksen kolme diskurssia. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä studies in education, psychology and social research 213.
- Remes, L. 2006. Diskurssianalyysin perusteet. Teoksessa Metsämuuronen, J. (toim.) Laadullisen tutkimuksen käsikirja. 228–373. International Methelp Oy.
- Russo, T. C. 1998. Organizational and professional identification: A case of newspaper journalists. *Management Communication Quarterly* 1, 72–111.
- Ryan, M., & Martinson, D.L. 1988. Journalists and public relations practitioners: Why the antagonism. *Journalism Quarterly* 65:1, 131–140.
- Salminen, H. 2014a. Viestinnän osajasta strategiseksi vuorovaikuttajaksi – Viestinnän johtajuus 2010-luvulta eteenpäin. Helsingin yliopisto. Sosiaalitieteiden laitos. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2014:19.
- Sanomalehtien liitto. 2014. Vuosikertomus 2014. Saatavilla: <http://www.sanomalehdet.fi/files/4670/Sanomalehtien_Liiton_vuosikertomus_2014.pdf> 16.6.2015.
- Snow, S. 2012. What journalists need to know about ‘content marketing’. Saatavilla: <<http://www.poynter.org/2012/what-journalists-need-to-know-about-content-marketing/187229/>> 14.9.2016.
- Tuomi, J. ja Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Alasoini, T., Järvensivu, A. ja Mäkitalo, J. Suomen työelämä vuonna 2030. Miten ja miksi se on toisennäköinen kuin tällä hetkellä. Työllisyys- ja yrittäjyysosasto. TEM raportteja 14/2012.
- Vainionkulma, O. 2014. Hyvä toimittaja – paha viestintäkyylä. Merkintöjä mediasta. Saatavilla: <<https://merkintoja.wordpress.com/2014/02/03/hyva-toimittaja-paha-viestintakyyla/>> 27.4.2016.
- Vehkoo, J. 2011. Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki: Teos.

- Viestinnän ammattilaiset 2013. ProCom, Viesti ry, Julkisen alan tiedottajat ry (JAT) & Kirkon tiedotuskeskus. Saatavilla: <http://procomfi.virtualserver27.hosting.fi/wp-content/uploads/2014/01/Viestinnan_ammattilaiset_2013_tutkimusraportti.pdf> 16.6.2014.
- Viestinnän ammattilaiset 2015. ProCom, Viesti ry, Julkisen alan tiedottajat ry (JAT) & Kirkon tiedotuskeskus. Saatavilla: <<http://procom.fi/wp-content/uploads/2015/11/Viestinn%C3%A4n-ammattilaiset-2015.pdf>> Viitattu 29.11.2016.
- Väliverronen, E. 2009. Journalismin muutoksia jäljittämässä. Teoksessa: Väliverronen, E. (toim.). Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus, 7-10.
- Väntönen, E. 2015. Helppo hyppy pimeälle puolelle? Notkistuva ammatti-identiteetti toimittajien alanvaihdoksen helpottajana. Pro Gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.
- Walsh, K. & Gordon, J. R. 2008. Creating an Individual Work Identity. *Human Resource Management Review* 18, 46-61.
- Witschge, T. & Nygren, G. 2009. Journalism: a profession under pressure? *Journal of Media Business Studies* 6:1, 37-59.
- Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., Verhoeven, P. & Moreno, A. 2014. European Communication Monitor 2014: Excellence in Strategic Communication - Key Issues, Leadership, Gender and Mobile Media. Results Of a Survey In 42 Countries. Saatavilla: <<http://www.zerfass.de/ecm/ECM-2014-Results-ChartVersion.pdf>>16.6.2015.

AINEISTO

- Ahjopalo, J. 2015. Valtamedian merkitys yritysten vaikutuskanavana heikentynyt – viestintäammattilaisten määrä kasvaa organisaatioissa. YLE, Kotimaa 19.2.2015. Saatavilla: <http://yle.fi/uutiset/valtamedian_merkitys_yritysten_vaikutuskanavana_heikentynyt_viestintaammattilaisten_maara_kasvaa_organisaatioissa/7812656>10.6.2015.
- Eronen, J. 2013. Mikael Pentikäinen viestintätoimistoon – PR-ammattilaisille erävoitto journalisteista. MTV. Saatavilla: <<http://blogit.mtv.fi/kolmevarttia/2013/10/01/mikael-pentikainen-viestintatoimistoon-pr-ammattilaisille-eravoitto-journalisteista/>> 1.4.2015.
- Haverinen, M. 2013. Miksi toimittaja ei pidä viestintäkonsultista? MerjaHoo. Saatavilla: <<http://www.merjahoo.com/2013/02/miksi-toimittaja-ei-pida-viestintakonsultista/>> 1.4.2014.
- Harma, O. 2014. Takinkäntö kannatti. Markkinointi & Mainonta 12/2014, 13.6.2014.
- Isokangas, A. 2014. Kaikki viestintä ei ole tiedotusta. Vierasblogi. Markkinointi & Mainonta. Saatavilla: <<http://www.marmai.fi/blogit/vierasblogi/kaikki-viestinta-ei-ole-tiedotusta-6289981>> 10.6.2015.
- Korhonen, H. P. 2014. Toimittajasta viestintäjohtajaksi. Viestijät.fi. Saatavilla: <<http://viestijat.fi/toimittajasta-viestintajohtajaksi/>> 10.6.2015.

- Lundén, K. 2015. Tanskan journalistit avasivat ovensa myös pr-ammattilaisille. Markkinointi ja Mainonta. Saatavilla: <<http://www.marmai.fi/uutiset/tanskan-journalistit-avasivat-ovens-myo-pr-ammattilaisille-6294467>> 10.6.2015.
- Mykkänen, P. 2014. Yhdistän viestintäosastolle. Helsingin Sanomat, Sunnuntai. Saatavilla: <<http://www.hs.fi/sunnuntai/a1391232305690>> 18.5.2015.
- Pekkarinen, A. 2015. Kuka suojelisi toimittajat? Cocomms. Saatavilla: <<http://cocomms.com/2015/04/28/kuka-suojelisi-toimittajat/>>10.6.2015.
- Porttinen, K. 2010. Journalismi pätevöittää moneen ammattiin. Saatavilla: <http://m.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2010/05/artikkelit/me_ista_on_moneksi/journalismi_patevoittaa_moneen_a/> 10.6.2015.
- Salminen, H. 2014b. Toimittajat ja tiedottajat yhteisten haasteiden edessä. Viestijät.fi. Saatavilla: <<http://viestijat.fi/toimittajat-ja-tiedottajat-yhteisten-haasteiden-edessa/>> 6.5.2016.