

**JOURNALISTISEN OSAAMISEN SOVELTUMINEN
VIESTINNÄN TYÖTEHTÄVIIN**

Heidi Järvenpää
Journalistiikan maisterintutkielma
Syksy 2017
Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

| | |
|---|--|
| Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta | Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos |
| Tekijä Heidi Järvenpää | |
| Työn nimi Journalistisen osaamisen soveltuminen viestinnän työtehtäviin | |
| Oppiaine Journalistiikka | Työn laji Pro gradu -tutkielma |
| Aika Joulukuu 2017 | Sivumäärä 106 + 5 |
| Tiivistelmä <p>Tässä pro gradu -tutkielmassa selvitettiin, miten journalistinen osaaminen soveltuu viestinnän työtehtäviin. Tutkimusongelman taustalla oli journalistien siirtyminen viestinnän töihin muun muassa mediamaisen murroksen seurauksena. Alanvaihto näkyi myös ammattijärjestöjen luvuissa; Journalistiliitossa jäsenmäärä oli laskenut, ProComissa ja Viesti ry:ssä puolestaan noussut. Tutkimuksen teoreettisena pohjana toimi Bourdieun kenttäteoria, jonka avulla pyrittiin ymmärtämään, mitä tapahtuu, kun journalistinen ja viestinnällinen kenttä risteävät. Kenttäteoria auttoi myös havainnollistamaan, miten entiset journalistit kerryttivät kulttuurista pääomaa, tässä tapauksessa viestinnällistä osaamistaan, alanvaihdon jälkeen.</p> <p>Tutkimusongelmaan haettiin vastauksia haastatteleamalla kahdeksaa entistä journalistia, nykyistä viestijää. Haastateltavat etsittiin Twitterin kautta kesällä 2017. Lumipallo-otannalla tutkimukseen lisättiin kaksi henkilöä. Puolistrukturoidut teemahaastattelut toteutettiin heinä–elokuussa pääkaupunkiseudulla. Aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä etsittiin vastauksia kolmeen tutkimuskysymykseen. Tutkimuksen pääkysymys oli, miten entiset journalistit kokevat osaamisensa soveltuvan viestinnän työtehtäviin alanvaihdon jälkeen? Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin, miten entiset journalistit kerryttivät viestinnällistä osaamistaan ja miten heidän käsityksensä viestinnästä muuttui alanvaihdon myötä.</p> <p>Aineiston perusteella entiset journalistit kokivat journalistisen osaamisen soveltuvan pääosin hyvin viestintään, vaikkakin kokemukset olivat hieman vaihtelevia. Median toimintalogiikan tuntemus, tiedon tuottamisen taidot ja vuorovaikutustaidot koettiin hyödyllisiksi uusissa työtehtävissä. Toisaalta viestinnän erilainen aikajänne ja osaamisen puute rasittivat alanvaihtajia. Viestinnällisen osaamisen kerryttäminen tapahtui alkuun enimmäkseen tekemällä ja kollegoilta oppimalla. Kun työkokemusta oli enemmän, haastatellut osallistuivat myös erilaisiin viestinnän koulutuksiin. Haastatellut kokivat täydennyskoulutuksen edelleen tarpeelliseksi. Alanvaihdon jälkeen heidän käsityksensä viestinnästä monipuolistuivat.</p> <p>Tutkimuksen lähestymistapa oli fenomenologis-hermeneuttinen, koska tavoitteena oli keskittyä haastateltavien kokemuksiin alanvaihdon jälkeen. Tutkimustulokset eivät ole yleistettävissä, mutta ne antavat viitteitä siitä, miten journalisti saattaa kokea alanvaihdon viestinnän puolelle.</p> | |
| Asiasanat Journalisti, journalistinen osaaminen, alanvaihto, viestintä, Bourdieun kenttäteoria, kulttuurinen pääoma | |
| Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto | |

SISÄLLYS

| | |
|--|-----------|
| 1 JOHDANTO | 5 |
| 2 JOURNALISTIN JA VIESTIJÄN PROFESSIOT | 10 |
| 2.1 Journalistin ammatti..... | 10 |
| 2.1.1 Journalistinen ammatti-ideologia..... | 14 |
| 2.1.2 Journalistinen ammatti-identiteetti..... | 17 |
| 2.1.3 Journalistinen osaaminen..... | 19 |
| 2.2 Viestijän ammatti..... | 22 |
| 3 JOURNALISTI SIIRTYY UUELLE KENTÄLLE | 29 |
| 3.1 Bourdieun kenttäteoria..... | 29 |
| 3.2 Profioiden kentät kohtaavat..... | 34 |
| 3.2.1 Ammattien välinen suhde herättää tunteita..... | 37 |
| 3.2.2 Journalisti vaihtaa viestintään..... | 41 |
| 3.3 Viestinnällisen pääoman kerryttäminen..... | 42 |
| 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN | 45 |
| 4.1 Tutkimuskohde ja lähestymistapa..... | 45 |
| 4.2 Tutkimusongelma ja -kysymykset..... | 47 |
| 4.3 Aineistonkeruu..... | 48 |
| 4.3.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu..... | 49 |
| 4.3.2 Tutkimukseen osallistuneet haastateltavat..... | 53 |
| 4.4 Aineistolähtöinen sisällönanalyysi..... | 55 |
| 4.5 Tutkimuksen eettisyys..... | 57 |
| 5 TUTKIMUSTULOKSET | 60 |
| 5.1 Journalistinen osaaminen soveltuu pääosin hyvin viestintään..... | 60 |

| | |
|---|------------|
| 5.1.1 <i>Alussa osaamisen koettiin soveltuneen paremmin</i> | 62 |
| 5.1.2 <i>Journalistinen osaaminen soveltuu hyvin viestintään</i> | 66 |
| 5.1.3 <i>Journalistinen osaaminen soveltuu osittain viestintään</i> | 71 |
| 5.2 Viestinnällistä osaamista kerrytettiin eri keinoin..... | 75 |
| 5.2.1 <i>Alussa opittiin tekemällä ja kollegoilta</i> | 76 |
| 5.2.2 <i>Viestinnän koulutukset ja alan seuraaminen keskiössä</i> | 78 |
| 5.2.3 <i>Täydennyskoulutus koetaan edelleen tarpeelliseksi</i> | 82 |
| 5.3 Käsitys viestinnästä monipuolistui | 84 |
| 6 POHDINTA | 87 |
| 6.1 Yhteenveto | 87 |
| 6.2 Ohjeita alanvaihtajalle ja esimiehelle | 92 |
| 6.3 Tutkimuksen arviointi | 95 |
| 6.4 Jatkotutkimushaasteet | 98 |
| KIRJALLISUUS | 99 |
| LIITTEET | 107 |

1 JOHDANTO

Mediamaisen murros on myllertänyt journalismin kenttää enemmän kuin mikään muu ilmiö 2000-luvulla. Journalismin sanotaan olevan kriisissä; sisältöjen kaupallistuminen, viihteellistyminen, kaventuminen ja yhdenmukaistuminen ovat muokanneet journalistista kenttää (Koljonen 2013). Toimitukset ovat vastanneet kriisiin tehostamalla toimintaansa, minkä seurauksena lukuisissa toimituksissa ympäri Suomea on käyty yhteistoimintaneuvotteluita. Vuonna 2016 media-alalla työskenteli noin 22 000 henkilöä, joista toimittajien osuus oli noin 4 200 henkilöä (Harju, Koljonen & Heinonen 2017, 37). Alan kaventuminen näkyy työntekijöiden määrän vähentymisenä. Media-ala työllisti noin 650 henkilöä vähemmän vuonna 2016 kuin vuotta aikaisemmin (Erämaja 2017). Vähennykset ovat koskettaneet myös toimittajia.

Muutosten keskellä toimittajat ovat joutuneet uuteen tilanteeseen. Heidän journalistiselle osaamiselle ei olekaan ollut enää yhtä paljon kysyntää perinteisissä media-alan tehtävissä. Journalistista osaamista voi kuvata tuhannen palan palapelinä. Örnebringin ja Melladon (2016) mukaan osaamiseen kuuluu muun muassa kirjoittaminen, haastattelemine, editoiminen, taittaminen, monimediainen tuotanto, itsenäinen työskentely, johtaminen, verkostoituminen, tiimityöskentely ja ajanhallinnan taidot. Fahmy (2008) sekä Pierce ja Miller (2007) lisäävät taitoihin kriittisen ajattelun, oikeinkirjoituksen, valokuvauksen ja kieliopin tietämyksen. Journalismin kaventunut kenttä on ajanut toimittajia tilanteisiin, joissa heidän on ennakkoluulottomasti etsittävä itselleen uusia työmahdollisuuksia. Monet ovatkin kokeilleet taitojaan viestinnän puolella. Useissa tutkimuksissa on vahvistettu journalismin jättäneiden toimittajien siirtyneen useimmiten juuri viestinnän tehtäviin (ks. esim. Harju, Koljonen & Heinonen 2017; O'Donnell, Zion & Sherwood 2016; Mellado & Hanusch 2011; Nel 2010). Viestinnän ammattilaiset 2017 -tutkimuksen perusteella 12 prosenttia vastaajista kertoi siirtyneensä viestintään media-alalta. Luku on tosin hieman laskenut vuoden 2015 tutkimuksesta, jolloin 14 prosenttia oli siirtynyt viestintään media-alalta. (Viestinnän ammattilaiset 2017; Viestinnän ammattilaiset 2015.)

Suomessa siirtyminen toimituksista viestintään heijastuu ammattijärjestöjen jäsenmäärien kehitykseen. Journalistiliitossa jäsenmäärä on ollut laskusuhdanteista koko 2010-luvun ajan. Liitossa oli 14 477 jäsentä syyskuussa 2017, mutta jäsenmäärä on laskenut vajaalla

kahdeksalla prosentilla vuoteen 2010 verrattuna. Samaan aikaan Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö Viesti ry:ssä ja ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:ssä jäsenmäärät ovat kasvaneet lähes koko 2010-luvun ajan. Vaikka Journalistiliiton jäsenmäärä on laskenut, niin liittoon kuului syksyllä 2017 yli viisinkertainen määrä jäseniä viestijöiden suurimpaan järjestöön ProComiin verrattuna.

Journalismin ja viestinnän erottaa toisistaan työn kohdeyleisö: toimittajat ovat vastuussa lukijoilleen, viestijät puolestaan asiakkailleen (Patching & Hirst 2013, 156). Journalismi on Hemánuksen (1990, 14) mukaan ajankohtaisten, faktapohjaisten esitysten kokoamista, muokkaamista ja esittämistä joukkotiedotusvälineissä. Journalismiin liitetään vahva ammatti-ideologia, johon kuuluvat toimittajien yhteisesti jakamat arvot: julkinen palvelu, objektiivisuus, itsenäisyys, ajankohtaisuus ja eettisyys (Deuze 2005). Viestintä puolestaan on sisältöjen siirtoa, joka ilmenee esimerkiksi suostutteluna ja tapahtumien kuvaamisena (Kunelius 2009). Journalistia ja viestijää yhdistävät tiedon tuottaminen ja sanoman välittäminen yleisölle. Itse sanomien luonteet ovat kuitenkin erilaisia. Journalisti noudattaa työssään Journalistin ohjeita (Julkisen sanan neuvosto 2014) pyrkien puolueettomasti välittämään tietoa ajankohtaisista tapahtumista lukijoilleen. Viestijän työtä ohjaavat Viestinnän eettiset ohjeet (ProCom 2015). Viestijän tuottamien sanomien ytimessä on organisaation tai asiakkaan agenda. Viestintään liitetään usein termi PR (*public relations*), joka voidaan kääntää suomeksi suhdetoimintana. Suomennettuna PR tunnetaan myös yleiskäsitteellä viestintä. Asunnan (2016, 231) mukaan PR:n tehtävänä on mahdollistaa organisaation toiminta ja auttaa sitä kommunikoimaan sidosryhmiensä kanssa tavalla, joka edistää kunnioitusta, vastuullisuutta ja refleksiivisyyttä. PR:n tehtävän määritelmä ei ole ristiriitainen journalismin kanssa, päinvastoin. Kyseessä on kaksi eri alaa, joita ohjaavat erilaiset eettiset normistot ja joissa töitä tehdään erilaisista intresseistä käsin.

Siirtyminen journalismista viestintään ei ole uusi ilmiö. Trendin eräänä alkusysäyksenä voidaan pitää Yleisradiossa työskennelleen journalisti Harri Saukkomaan siirtymää viestinnän tehtäviin 2000-luvun alussa, vaikka toki yksittäisiä journalisteja on aina siirtynyt viestintään. Saukkomaa työskenteli pitkään tutkivana journalistina. Sittemmin hän perusti viestintätoimisto Tekirin. (Aaltio 2017.) Toimittajan siirtyminen viestintään rikkoo usein uutiskynnyksen. Muun muassa Kauppalehti uutisoi, että Ylen A-studion juontaja Johanna Vesikallio siirtyi Perheyriyksen liiton viestintään (Huotilainen 2017). Uutiskynnys ylittyy myös maakunnallisissa medioissa. Tästä esimerkkinä toimii kaupunkilehti Karjalan Heilin

toimittaja Arttu Laakkosen siirtymä viestintätoimistoon, mistä uutisoitiin Karjalaisessa (Leinonen 2017). Journalisti-lehdessä kirjoitettiin viestintäalan houkuttelevan edelleen toimittajia, sillä mediatalojen hiljalleen orastava kasvu ei ole parantanut journalistien työllisyystilannetta (Honkonen 2017). Toki on huomautettava, että yksittäisiä toimittajia palkataan edelleen jatkuvasti. Alan yleinen työllisyystilanne ei kuitenkaan ole kääntynyt nousuun.

Tässä pro gradu -tutkielmassa pyritään ymmärtämään, miten journalistinen osaaminen soveltuu viestintään. Tutkimuksen pääkysymys on: *Miten entiset journalistit kokevat osaamisensa soveltuvan viestinnän työtehtäviin alanvaihdon jälkeen?* Tutkimusongelmaan etsitään vastauksia haastatteleamalla kahdeksaa entistä journalistia, nykyistä viestijää. Haastateltavien etsintä jalkautettiin Twitteriin. Jaoin henkilökohtaisella tililläni @HeidiJarvenpaa twiitin, jossa kerroin etsiväni viestinnässä työskenteleviä entisiä journalisteja osallistumaan tutkimushaastatteluun. Uudelleentwiittasin oman twiittini kertoakseni tutkimuksen tavoitteen 140 merkissä (Liite 1). Uudenlainen tapa etsiä haastateltavia tuotti nopeasti tuloksia. Twitterissä 14 henkilöä ilmaisi kiinnostuksensa osallistua haastatteluun. Lumipallo-otannalla tutkimukseen lisättiin kaksi henkilöä. Haastateltavien anonymiteetin varmistamiseksi poistin twiitit syyskuussa 2017. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta voidaan kyseenalaistaa, muodostuuko näin haastateltavien joukko, jolla on enimmäkseen positiivisia kokemuksia journalistisen osaamisen soveltumisesta viestintään? Tämä haaste tiedostettiin jo ennen kuin haastateltavat päädyttiin etsimään Twitteristä.

Tutkimusongelma on tietynlainen jatkotutkimuskohde Suomessa virinneelle keskustelulle. Harju, Koljonen ja Heinonen (2017) tutkivat irtisanottujen toimittajien työuria. Tutkimustuloksena usea entinen journalisti löysi itselleen uuden työn juuri viestinnän parista. Osa puolestaan oli kouluttautunut toiselle alalle tai lähtenyt yrittäjiksi. Jotkut olivat sopeutuneet uuteen tilanteeseen downshiftaus-tyyppisillä toimilla, joihin sisältyi mietintätaukoja ja vetäytymistä perheen pariin. (Harju, Koljonen & Heinonen 2017, 140, 150.) Tämän tutkimuksen kannalta on kiinnostavaa, että uuteen työhön siirtymistä kuvattiin muutosprosessiksi, jossa uusi työ vaati paljon oppimista lyhyessä ajassa. Alkuvaiheessa entisiä toimittajia mietitytti epävarmuus omasta osaamisestaan, jolloin paineet pärjätä muiden veroisesti kasvoivat. Kun alkuhaasteet oli voitettu, niin uudelleentyöllistynyt toimittaja nautti työelämästä. (Harju ym. 2017, 108.) Myös Davidson ja Meyers (2014)

huomasivat, että journalistin tiedoista ja taidoista sekä sosiaalisista verkostoista on hyötyä viestinnässä. Heidän tutkimustuloksensa antavat viitteitä siitä, että journalistinen osaaminen on siirrettävissä uudelle alalle. Toisaalta Niskala ja Hurme (2014) havaitsivat suomalaisten journalistien ja viestijöiden keskinäisen suhteen olevan ristiriitainen, sillä ammattiryhmien odotukset toisistaan olivat erilaisia, jopa negatiivisia.

Tutkimuksen teoreettisena pohjana toimii Bourdieun kenttäteoria, jonka tärkeimmät käsitteet ovat kenttä, habitus ja pääoma. Erikokoisten kenttien sisällä voi olla pienempiä kenttiä, joilla toimijat rakentavat asemaansa voimasuhteiden keskuudessa. (Rahkonen 2006.) Tässä tutkimuksessa vallitsee kaksi kenttää, journalistinen ja viestinnällinen, mutta myös yksi yhteinen, suurempi media- ja viestintäalan kenttä, johon molemmat pienemmät kentät lukeutuvat. Kentän määritelmästä johtuen journalismi ja viestintä voidaan siis nähdä joko yhteiselle tai erillisille kentille. Kentän lisäksi toinen tärkeä määritelmä on kulttuurinen pääoma, jolla viitataan muun muassa ammattiin, koulutukseen, tietoihin ja kommunikaatiokykyihin (Rahkonen 2006, 34; Antikainen, Rinne & Koski 2013, 33). Siirryttyään viestintään toimittaja alkaa kerryttää viestinnällistä pääomaansa, kun hän omaksuu uusia työtehtäviä. Tähän näkemykseen linkittyy toinen tutkimuskysymys: *Miten entiset journalistit ovat kerryttäneet viestinnällistä osaamistaan?* Kolmas tutkimuskysymys liittyy Niskalan ja Hurmeen (2014) tutkimaan journalistien ja viestijöiden väliseen suhteeseen. Kolmas tutkimuskysymys on: *Miten entisten journalistien käsitys viestinnästä on muuttunut alanvaihdon myötä?* Kysymyksen avulla pyritään ymmärtämään, miten siirtymä viestintään on muuttanut entisten journalistien näkemyksiä viestinnän kentästä.

Tutkimuksen lähestymistapa on fenomenologis-hermeneuttinen. Tutkimusilmiö on journalistisen osaamisen soveltuminen viestintään. Tutkimusilmiötä pyritään ymmärtämään kokemuksen merkityksenä, kuten Tuomi ja Sarajärvi (2009, 35) ovat lähestymistapaa kuvanneet. Fenomenologis-hermeneuttinen lähestymistapa on linjassa tutkimusmetodin kanssa, sillä aineisto kerättiin haastatteleamalla viestintään siirtyneitä entisiä toimittajia. Tällaista toimittajien kokemuksista ponnistavaa tutkimusta on tehty vähemmän (O'Donnell, Zion & Sherwood 2016). Vastaavanlaista tutkimusta journalistisen osaamisen soveltuvuudesta viestintään ei ole aikaisemmin tehty Suomessa, eikä tietävästi kansainväliselläkään tasolla.

Aihe pro gradu -tutkielmaani kimposi maisteriopintojen aikana suorittamastani viestintäharjoittelusta julkisessa organisaatiossa. Toimittajataustaisena mietin, mitä tiedän sisäisestä viestinnästä tai uutiskirjeiden kirjoittamisesta? Tutkijana oman taustan tiedostaminen läpi tutkimusprosessin on tärkeää luotettavien tutkimustulosten kannalta. Eskola ja Suoranta (1998, 17) huomauttavat, että tutkimuksen objektiivisuus muotoutuu tutkijan oman subjektiivisuuden tunnustamisesta. Tutkimusprosessin alussa ennakkokäsitykseni oli, että journalistinen osaaminen soveltuu viestintään jossain määrin. Toinen ennakkokäsitykseni liittyi tutkimuksen kolmanteen alakysymykseen toimittajien käsityksistä viestinnästä. Ennakkokäsitykseni oli, että toimittajat näkevät viestinnän kentän todellisuutta kapeampana. Omien kokemuksieni mukaan toimittajat painottavat viestinnässä ulkoista viestintää, kuten mediasuhteita tai tiedotteiden kirjoittamista. Vaikka en tarkastellut aihetta täysin ulkopuolisena, niin pyrin pitämään omat tulkintani loitolla erityisesti aineiston analysointivaiheessa.

Tutkimuksen tavoitteena on antaa tietoa, miten alanvaihdon tehneet journalistit kokevat osaamisensa soveltuvan viestinnän työtehtäviin. Tutkimuksen tavoitteena on myös valottaa, miten entiset journalistit kerryttivät viestinnällistä osaamistaan ja miten heidän käsityksensä viestinnästä muuttuivat alanvaihdon myötä. Tutkimuksesta voi olla hyötyä journalisteille, jotka suunnittelevat alanvaihtoa tai jotka ovat jo vaihtaneet viestinnän tehtäviin. Tutkimuksesta voi hyötyä myös viestintäalan esimies, joka on hiljattain palkannut tai on palkkaamassa entistä journalistia viestintään. Journalistiikan opiskelijoille tutkimus voi olla hyödyllinen journalistisen osaamisen kerryttämisen näkökulmasta. Opiskelijoille tutkimus tarjoaa tietoa, millaisesta journalistisesta osaamisesta on hyötyä laajemmalla media- ja viestintäalan kentällä. Laadullisen tutkimuksen luonteen vuoksi tulokset eivät ole yleistettäviä. Tuloksista voi kuitenkin saada tarttumapintaa kokemuksiin, joita alanvaihtajat ovat käyneet läpi. Aihetta on tärkeää tutkia journalistisesta näkökulmasta ymmärtääksemme, miten monipuolista journalistinen osaaminen onkaan ja miten sitä voi soveltaa journalismin lähikentälle viestintään.

2 JOURNALISTIN JA VIESTIJÄN PROFESSIOT

Luvussa kaksi käsitellään tutkimuksen kahta ammattiryhmää: journalisteja ja viestijöitä. Luvussa paneudutaan journalistin ja viestijän ammatteihin työn tavoitteiden, työtehtävien, ja ammatti-identiteettien näkökulmista. Journalistin ammatin yhteydessä käsitellään myös ammattiin liitettäviä ideologisia painotuksia. Professionia pyritään ymmärtämään ammattikuntien osaamisen ja taitojen kautta. Luvussa käsitellään ensin journalistin ammattia, jonka jälkeen huomio suunnataan viestijän ammattiin. Luvussa 3 *Journalisti siirtyy uudelle kentälle* paneudutaan ammattien väliseen suhteeseen.

2.1 Journalistin ammatti

Ymmärtääksemme journalistin ammattia ja siihen kiteytyvää journalistista osaamista on lähdettävä liikkeelle perusteista. Mitä oikeastaan onkaan journalismi? Hemánus (1990, 14) määritteli journalismin ajankohtaisten, faktapohjaisten esitysten kokoamiseksi, muokkaamiseksi ja esittämiseksi joukkotiedotusvälineissä. Hän laskee journalismin määritelmään mukaan myös itse sanomat, joita journalistit tuottavat (Hemánus 1990, 14). Hallin puolestaan painottaa yhdenmukaisuutta. Hänen mukaansa journalismista voidaan tunnistaa arvoja, periaatteita ja käytäntöjä sekä löytää tunne kokonaisuudesta ja saumattomuudesta (Hallin 1992, 14). Hallinin määritelmässä korostuvat journalismin yhteisesti sovitut pelisäännöt, joista heijastuu journalistien ideologinen tausta. Tähän teemaan palataan tuonnempana kappaleessa. Ensin on syytä käsitellä Deuzen ja Witschgen (2017) huomioita journalismin tämänhetkisestä tilasta ja tulevaisuuden suunnasta.

Deuzen ja Witschgen (2017, 2) mukaan journalismi on muuttumassa enemmän tai vähemmän tiiviistä toimialasta vaihtelevaan ja monimuotoiseen toimintaan. Uutistoimitukset ja toimitustyö ovat osa professiota, jossa itsenäiset toimijat linkittyvät keskenään. Toimittajat eivät työskentele vain toistensa kanssa, vaan myös muun muassa myynnin, markkinoinnin, suunnittelun, ohjelmoinnin, julkaisun ja jakelun parissa. (Deuze & Witschge 2017, 2–3.) Kaksikko puhui samasta teemasta jo vuotta aiemmin julkaistussa artikkelissa. Silloin Deuze ja Witschge (2016, 127) hahmottivat toimitusinstituutioiden

roolit dynaamisiksi ja vaihteleviksi, minkä seurauksena voidaan havaita, minne journalismi on menossa sen sijaan että keskitytään siihen, mitä journalismi on tällä hetkellä. Journalismi kehittyy uutistoimituksissa, sosiaalisissa järjestelmissä ja instituutioissa sekä yksittäisten journalistien keskuudessa. Deuze ja Witschge kehottavat tutkijoita hahmottamaan journalismin muutoksia, eikä vain analysoimaan journalismia yksittäisellä hetkellä. (Deuze & Witschge 2016, 127.) Tämä maisterintutkielma tarkastelee muutosta, joka on läsnä journalistisella kentällä; mitä toimittajille tapahtuu heidän siirryttyään viestintään? Miten heidän osaamisensa soveltuu uusiin työtehtäviin? Mediamaiseman murros on yksi syy, joka selittää toimittajien siirtymistä viestintään. Mediamaiseman murros on muuttanut, ja muuttaa edelleen merkittävästi, yksittäisen journalistin työnkuvaa.

Deuze ja Witschge ovat monien muiden tutkijoiden joukossa hahmottaneet journalismin muuttuvaa identiteettiä. Toisen näkemyksen mukaan journalismi on menossa kohti uutisen 'jälkitekollista' aikaa. Jotta journalismi voi sopeutua uuteen mediamaisemaan, professio tarvitsee uusia toimenpiteitä, uutta ymmärrystä alasta ja uusia organisatorisia rakenteita. (Anderson, Bell & Shirky 2015.) Nikunen (2011, 25–26) hahmotteli muutosta jo 2010-luvun alussa: paperilehtien levikki laskee, mediamainonta kutistuu, eikä verkko tuota tarpeeksi kompensoidakseen lehtien levikin laskua. Haasteena nimenomaan oli, että internetin ilmaistarjonta uhkasi murtaa journalismin perinteiset rahoitusmallit (Väliverronen 2009, 21). Muun muassa journalismin rahoitusmallien muuttuessa alettiin puhua journalismin kriisistä. Ymmärtääksemme monien entisten toimittajien siirtymistä viestintään on syytä käsitellä journalismin kriisiä lyhyesti.

Koljonen (2013, 41–57) erottaa journalismista kuusi kriisiä: kaupallistuminen, viihteellistyminen, kaventuminen, yhdenmukaistuminen, kyseenalaistuminen ja teollistuminen. Journalismin kaupallistumisen seurauksena uutisista ja mielipiteistä on tullut kulutustavaroita. Viihteellisyys ja tabloidimedien logiikka ohjaavat yhä enemmän journalistisia valintoja. Julkisen keskustelun väitetään kaventuneen, eikä vaihtoehtoisilla sisällöillä ole enää samaa sijaa mediassa kuin aikaisemmin. Myös journalismin arvoa on kyseenalaistettu. Kuudennen kriisitekijän mukaan journalismi on muuttunut teolliseksi liukuhihnatyöksi ja epämääräiseksi sisällöntuotannoksi. Kaikki kuusi kriisidiskurssia ovat vahvasti linkittyneet toisiinsa. (Koljonen 2013, 43–44.) Esimerkiksi Davies (2008) onkin todennut, että journalistit tarvitsevat enemmän viestintäammattilaisten tuottamaa sisältöä. Hänen mukaansa perinteinen journalismi on menettänyt voimansa uusien paineiden alla.

Toimittajat tekevät nyt 'churnalismia' (*churnalism*), jossa heidän täytyy prosessoida suuria määriä pääasiassa ulkopuolisten, kuten viestijöiden, tuottamaa materiaalia. (Davies 2008.) Edellä esitettyjen (Deuze & Witschge 2017; Deuze & Witschge 2016; Anderson ym. 2015; Koljonen 2013; Nikunen 2011; Väliaverron 2009; Davies 2008) päätelmien perusteella journalismin voidaan todeta muuttuneen. Waisbordin (2016, 205) mukaan usein tuntuu siltä, että kaikki mitä tiedämme journalismista, on muuttunut dramaattisesti. Hän muistuttaa, että journalismi on kuitenkin sulautettu ammatilliseen etiikkaan (Waisbord 2016, 212). Vaikka ala ja professio ovat muutoksessa, niin tietyt asiat säilyvät ennallaan.

Seuraavaksi suunnataan katse journalistisiin työtehtäviin määrittelemällä ensin journalismin tehtävä. Journalismi on muuttanut muotoaan, mutta itse uutistyon ydin on säilynyt samankaltaisena. *Commission on the Freedom of Press* määritteli lehdistölle viisi tehtävää vuonna 1947 julkaistussa raportissa. Käsittelen aihetta Heinosen (1995, 36) esitystavan mukaan. Lehdistön tehtäväksi määriteltiin totuudellisen, monipuolisen ja älyllisen selostuksen tuottaminen päivittäisistä tapahtumista. Lehdistön toinen tehtävä on toimia mielipiteiden ja kritiikin vaihdon foorumina. Kolmanneksi lehdistön tulee kuvata yhteiskunnan eri ryhmiä edustavasti. Neljäs tehtävä on yhteiskunnallisten päämäärien ja arvojen selvittäminen sekä esittäminen. Viidennen vaatimuksen mukaan lehdistön tulee tarjota pääsy tiedon äärelle. (Heinonen 1995, 36.) Puolestaan Kunelius (2000) on hahmottanut journalismin nelijalkaisena otuksena. Hänen mukaansa journalismia voi tutkia ja arvioida tiedonvälityksen, tarinoiden kertomisen, julkisen keskustelun ylläpitäjän roolin sekä julkisen toiminnan resurssien kautta (Kunelius 2000). Molemmissa määritelmässä korostuu journalismin tehtävä tiedonvälityksenä ja julkisen keskustelun ylläpitäjänä.

Miten journalistit toteuttavat tehtävänsä 2010-luvun loppua lähestyttäessä? Tätä hetkeä kuvaava sana on monimediaisuus. Journalistien täytyy olla monitaitoisia, jotta he voivat tuottaa sisältöä eri menetelmin erilaisiin medioihin (Örnebring & Mellado 2016, 2). Pelkkä printtimedian vahva osaaminen ei ole riittävä taito mediamaisen murroksen jälkeisenä aikana. Väliaverron (2009, 26) huomauttaa, että sanomalehdistön kriisistä on puhuttu lennättimen käyttöönotosta lähtien. Sen jälkeen radio, televisio ja internet ovat vuoroin pyrkineet syrjäyttämään perinteisen printtijournalismin siinä kuitenkaan onnistumatta. 2010-luvulla toimittajan on täytynyt omaksua monimediaisia työtapoja – toisinaan nopeallakin tahdilla. Toimittajien täytyy olla aiempaa sopeutuvaisempia, joustavampia ja halukkaita siirtymään työtehtävästä toiseen (Storey, Salaman & Platman 2005, 1036).

Muutokset selittyvät osittain toimitusten pienentyneillä resursseilla. Esimerkiksi Nikunen (2011) havaitsi, että toimittajien odotettiin tekevän yhä enemmän sisältöjä entisestään vähenevillä resursseilla. Toimittajan täytyykin ottaa itsenäisesti vastuuta omista päätöksistään kuin myös onnistumisistaan ja epäonnistumisistaan (Storey ym. 2005, 1036). Mediamaiseman murroksessa toimituksissa tulee ymmärtää, mihin resursseja on järkevintä käyttää. Andersonin, Bellin ja Shirkyin (2015) mukaan journalisteille on elintärkeää, että toimituksissa ymmärretään uutistuotannon hajonneisuus ja että toimituksissa päätetään, minne ihmisten työpanos kannattaa keskittää. Heidän mukaansa on syytä kysyä, mitä uudet tulokkaat pystyvät tekemään paremmin kuin vanhan ajan toimittajat sekä mikä on tänä päivänä toimittajan tärkein rooli (Anderson ym. 2015). Uusilla tulokkailla viitataan esimerkiksi uutisrobotteihin, jotka ovat hiljattain haastaneet perinteisen journalismin manuaalisessa uutistuotannossa, kuten vaalitulosten kertomisessa. Yleisradio kertoi kevään 2017 kuntavaalien alla julkaisevansa ensimmäistä kertaa robotin kirjoittamia uutisia vaalien tuloksista. Aiemmin Yle oli kokeillut robottiuutisointia NHL-jääkiekon tulosuutisoinnissa. (Blencowe 2017.) Myös Helsingin Sanomat julkaisi kevään 2017 kuntavaaleista vaaliautomaatin tekemiä uutisia. Vaali-illan uutisointia kuvattiinkin robottiuutisoinnin esiinmarssiksi. (Saarinen 2017a.) Loppuvuodesta 2017 Helsingin Sanomat julkaisi ensimmäistä kertaa SM-liigasta ohjelmiston tekemiä tulosanimaatioita (Saarinen 2017b).

Journalistin rooli onkin edelleen murroksessa. Deuzen ja Witschgen (2017, 3) mukaan uutistoimitukset ja toimitustyö ilmentävät ammattia, jossa itsenäiset toimijat linkittyvät keskenään. Vaikka suurin osa työstä on itsenäistä kirjoittamista tai muuta sisällöntuotantoa, niin työtä tehdään usein tiimeissä. Tosin tämänkin ajatuksen Deuze ja Witschge ovat haastaneet. He nostavat keskusteluun journalismiin yhä vahvemmin leimautuvan yrittäjyyden. (Deuze & Witschge 2017.) Puolestaan Singer (2016, 131) huomauttaa, että journalistisena yrittäjänä tai freelancerina toimimista harkitsevat niin irtisanotut, pitkän linjan toimittajat kuin vasta alalle pyrkivät tulokkaat, joilla on vaikeuksia löytää työpaikkaa. Jotta toimittaja voi siirtyä yrittäjäksi, hänellä täytyy olla tietämystä esimerkiksi liiketoimintasuunnitelmasta, ansaintalogiikasta, taulukkolaskennasta ja kirjanpidosta. Ylipäänsä toimittajan pitää pystyä puhumaan rahasta ja ymmärtämään ansaintalogiikkaa laajemmin, eikä vain oman toimeentulonsa takaamiseksi. (Singer 2016, 142.) Vaikka itsensä työllistäneet toimittajat ovat toisinaan optimistisia, tutkimuksissa heidän on havaittu kärsineen korkeasta stressistä ja heikentyneestä terveydestä. Freelancereita leimaa myös ajatus itsenäisyydestä, ikään kuin 'nyt olet omillasi'. (Deuze & Witschge 2017, 11–12.)

Tässä vaiheessa on syytä mainita, että Suomessa työskentelee toimittajia mediataloissa myös henkilöstöpalveluiden välittämänä (Seppänen & Väliverronen 2013, 154–155). Heidän jaksamista työssään ei tiettävästi ole tutkittu.

Journalistin ammattia voi toteuttaa lukuisissa eri muodoissa. Deuze ja Witschge (2017, 2) toteavat, että journalismin ammatillisuus on vuosien saatossa kehittynyt tasaisesti kaikkialla maailmassa. Journalismin ammatillistuminen alkoi Euroopassa 1800-luvulla, kun ammattiin alettiin liittää laatuvaatimuksia, jolloin myös journalismin etiikka kehittyi. Pian journalismi muuttui taidosta varsinaiseksi ammatiksi. (Høyer & Lauk 2016, 8–9.) Suomessa journalistit ovat sitoutuneita noudattamaan Julkisen sanan neuvoston (2014) laatimia Journalistin ohjeita. Ammattikuntaa on leimannut tekemällä oppiminen (*hands-on-learning*). Liberaalissa mediajärjestelmässä journalismi on vapaa ammatti, mikä tarkoittaa, ettei journalistin tarvitse todistaa ammatitaitoaan kokeella, joka osoittaisi toimittajan pätevyyden. Tässä mielessä ammatti eroaa esimerkiksi lääkäreistä tai arkkitehteistä. Journalistit kuitenkin jakavat professionaalisen ideologian, johon kuuluu eettiset normit, itsenäisyys ja laatuvaatimukset työtä kohtaan. (Høyer & Lauk 2016, 9.) Useimmissa maissa merkittävä osa journalistisesta koulutuksesta keskittyy yliopistoihin. On kuitenkin kyseenalaistettu, onko teoriaan ja kriittiseen analyysiin keskittyvä yliopisto oikea paikka journalistiselle koulutukselle, jonka pääosassa tulisi olla käytännön taitojen opettaminen. (Örnebring & Mellado 2016, 3.) Suomessa toimittajakoulutusta tarjotaan Jyväskylän ja Tampereen yliopistojen lisäksi myös ammattikorkeakouluissa ja opistotason kouluissa, kuten Laajasalon opistossa. Helsingin yliopistossa on tarjolla ruotsinkielistä toimittajakoulutusta. Seuraavaksi suunnataan katse journalistiseen ideologiaan, joka Høyerin ja Laukin (2016) mukaan yhdistää journalisteja.

2.1.1 Journalistinen ammatti-ideologia

Journalismin ideologinen painotus on ollut ja on edelleen hyvin vahva. Deuzen (2005, 444) mukaan journalismin ideologia tarkoittaa, että journalistit antavat uutistyölleen tarkoituksen. Journalismin ammatillisuus toimii ideologian kautta; toimittajat ymmärtävät ja tekevät työtään tiettyjen arvojen ohjaamina (Pöyhtäri, Väliverronen & Ahva 2016, 4). Toimittajan ammatissa journalismin ideologia liittyy tietyn ryhmän luonteenomaisiin uskomuksiin ideoiden ja merkitysten tuottamisesta. Tämänkaltainen ajattelu toimittajista, ja ylipäätään

journalismista, rakentaa pohjaa journalistiikan tutkimukselle maailmanlaajuisesti. Ideologian nähdäänkin rakentuvan tietyn ryhmän ideoista ja näkökulmista sekä siitä, miten nämä ideat rajautuvat. (Deuze 2005, 445.) Journalistinen ideologia on vahvasti läsnä esimerkiksi juttuprosessin aikana tehtävissä valinnoissa.

Wiik (2010, 11) huomauttaa, että journalismin yleiset normit vaihtelevat maittain, mutta ammattikunnan ideologinen pohja on ilmiö. Juuri tästä syntyy ammatin professionaalinen ideologia (Wiik 2010, 11). Deuzen (2005, 446) mukaan journalismin tunnusmerkit voidaan tiivistää ideologisiin arvoihin, jotka antavat legitimitettä ja luotettavuutta journalisteille. Deuze (2005, 447) kokoaa journalistisen ammatti-ideologian viisi arvoa: julkinen palvelu, objektiivisuus, itsenäisyys, ajankohtaisuus ja eettisyys. Seuraavassa taulukossa on esitetty, miten ammatti-ideologian taustalla olevat arvot näkyvät journalistin työssä.

| Arvo | Arvon ilmenemismuoto |
|------------------|--|
| Julkinen palvelu | Journalistit tarjoavat julkista palvelua ikään kuin vahtikoiran roolissa. He keräävät ja levittävät aktiivisesti tietoa. |
| Objektiivisuus | Journalistit ovat puolueettomia, neutraaleja, objektiivisia, reiluja ja luotettavia. |
| Itsenäisyys | Journalistin täytyy olla riippumaton, vapaa ja itsenäinen. |
| Ajankohtaisuus | Journalisteilla on ajankohtaisuuden tajua. He toimivat nopeasti ja välittömästi. |
| Eettisyys | Journalisteilla on ymmärrystä journalismin etiikasta, laillisuudesta ja oikeellisuudesta. |

TAULUKKO 1. Journalistisen ammatti-ideologian arvot Deuzen (2005) mukaan.

Pöyhtäri, Väliverronen ja Ahva (2016) ovat selvittäneet, miten suomalaistoimittajat kokevat työssään Deuzen esittämät arvot. Itsenäisyyden, objektiivisuuden ja julkisen palvelun arvot koetaan tärkeiksi, vaikkakin arvoja lavennetaan käytännön työssä. Eettisyys nähtiin kyselytutkimuksen keskisimpänä ja tärkeimpänä arvona. Vastaajista 98 prosenttia oli sitä mieltä, että suomalaistoimittajan on noudatettava Journalistin ohjeita työssään aina tilanteesta ja kontekstista riippumatta. Toimittajat myös tietoisesti hakeutuivat töihin medioihin, joissa he voivat kunnioittaa omia eettisiä käsityksiään. (Pöyhtäri, Väliverronen & Ahva 2016, 12, 15–16.) Tutkimuksen perusteella suomalainen toimittaja haluaa olla itsenäinen ja riippumaton tekijä, joka tuottaa julkista palvelua kansalaisille. Lisäksi hän on omaksunut journalismin ideologiset arvot, joita hän noudattaa töissään päivittäin.

Pöyhtäri, Väliverronen ja Ahva (2016, 19) kuitenkin huomauttavat, että ajankohtaisuuden ja eettisyyden ideaalit ovat muutoksessa. Ajankohtaisuuden ideaali on vahvistunut digitalisoituneessa toimintaympäristössä – uutisia pitäisi julkaista yhä kovemalla tahdilla. Nopeus- ja laatuvaatimukset ovat aiheuttaneet toimittajille ristiriitaisia tuntemuksia niin usein, että tämä ristiriita on hyväksytty osaksi toimittajaidentiteettiä. Kiireen sietäminen onkin olennainen osa nykyjournalismin ammatillisuutta. Toimintaympäristön muutos on tuonut mukanaan tilanteita, joissa eettisyyden arvosta on jouduttu tinkimään. Tutkimuksen perusteella etenkin lähteiden tarkistamiseen liittyy eettisiä ongelmia. (Pöyhtäri ym. 2016, 19.) Kiireen kasvaessa toimittajat käyttävät yhä enemmän PR-ammattilaisten tuottamia sisältöjä ja kierrättävät muiden medioiden tekemiä uutisia. Medialainat ovat yleistyneet 24/7-uutiskulttuurissa. Lainaamisen kierre on kiihtynyt ja sen sykli puolestaan lyhentynyt. Medialainat eroavat tiedotteiden käytössä siinä, että toimittajat etsivät itse aktiivisesti muista tiedotusvälineistä siteerattavia uutisia, eivätkä vain kirjoita uutisia sähköpostiin saapuvien tiedotteiden pohjalta. Uutisten kierrättämistä ja PR-materiaalien käyttöä yhdistää ketteryys, sillä molemmat ovat vaivattomia ja nopeita tapoja tuottaa sisältöä. (Juntunen 2011, 44.)

Edellä esitettyjen tutkimustulosten mukaan suomalaista toimittajakuntaa voidaan pitää hyvin yhtenäisenä ryhmittymänä. Journalistinen ideologia on jopa niin vahva, että Russon (1998, 99) mukaan journalistit identifioituvat enemmän itse ammattiin kuin mediataloon, jossa he työskentelevät. Näin ajateltuna journalistille on ennen kaikkea tärkeää työskennellä arvojensa pohjalta eli tehdä puolueetonta ja riippumatonta journalismia kansalaisten saataville. Seuraavaksi käsitellään journalistin ammatti-identiteettiä, joka niin ikään on horjunut viime vuosien saatossa.

2.1.2 Journalistinen ammatti-identiteetti

Ymmärtääksemme journalistin ja viestijän ammattien eroavaisuuksia on syytä puhua hetki journalistien jakamasta ammatti-identiteetistä. Professionaalista identiteettiä voidaan kuvata yksilön ymmärryksenä siitä, kuka hän on ja millaisen rajanvedon hän tekee muihin ammatillisesta näkökulmasta (Beijaard, Meijer & Verloop 2004, 113). Ammatti-identiteetti on joustava ja moninainen kokonaisuus, joka rakentuu normeista, toiminnoista ja statuksista. Ammatti-identiteetti on sidoksissa edellä kuvattuun professionaaliseen ideologiaan, organisaatioon kuulumiseen ja yksilön sosiaaliseen asemaan. Professionaalinen identiteetti on sosiaalisen identiteetin muoto, joka yhdistää samassa ammatissa työskenteleviä henkilöitä. Identiteetin kautta henkilöt jakavat yhteisen ymmärryksen, kokemuksen ja asiantuntemuksen. (Wiik 2010; Wiik 2009, 356.)

Perinteisesti journalistin ammatti-identiteetti on ollut vahva (Deuze 2005), vaikkakin esimerkiksi Koljosen (2013, 42) mukaan toimittajien ammatti-identiteetti on hukassa. Eräs syy hukkuvaan ammatti-identiteettiin on mediamaisen murros. Alan mullistuessa on inhimillistä, että ammatin perinteisiä ideologisia arvoja kyseenalaistetaan. Journalistinen ammatti-identiteetti on leimannut ja yhdistänyt toimittajia kautta maan. Itse asiassa journalismin perinteiset arvot ovat hyvin samansuuntaisia kaikkialla maailmassa, kuten Deuzekin (2005) määritelmässään korosti.

Harju, Koljonen ja Heinonen (2017, 133) toteavat, ettei toimittajuutta määritä suhde tiettyyn mediataloon, vaan ammatillinen identiteetti rakentuu aikaisempaa monipuolisempien käytäntöjen kautta – jos on ollenkaan rakentuakseen. Myös Koljonen (2013, 57) huomauttaa, että toimintaympäristön ja toimituskulttuurin muutokset ovat muokanneet journalistien ammatti-identiteettiä. Käsite siitä, kuka on journalisti tai mitä on journalismi, on murentunut (Koljonen 2013, 57). Hayes, Singer ja Ceppos (2007, 263) toteavat, että journalistia on vaikea määritellä. He kysyvätkin, miten journalisti erottuu joukosta, kun kuka tahansa voi nykyään julkaista tietoa? (Haeyns ym. 2007, 263.) Näkemys viittaa kansalaisjournalismiin, josta on tullut maailmanlaajuisesti kansalaisille keino osallistua julkiseen keskusteluun ja näin välittää ensikäden tietoa esimerkiksi onnettomuuksien yhteydessä suoraan paikan päältä. Uutistoimistot ovatkin toivottaneet yleisönsä osallistumaan uutisten tuotantoon osittain juuri uuden, kehittyvän teknologian ansiosta (Chung, Nah & Yamamoto 2017, 2). Toisen näkemyksen mukaan Burns ja Matthews (2017,

1504) huomauttavat, ettei nykyään enää pitäisi kyseenalaistaa, kuka on journalisti, vaan enemminkin että mitä journalismi on. He selittävät näkemystään nykypäivän mediakentällä: sisältöä luodaan yhä enemmän verkko edellä, julkaiseminen tapahtuu verkkoympäristössä ja mediaa kulutetaan yhä enemmän näytöltä (Burns & Matthews 2017, 1504). Edellä käydystä keskustelusta käy ilmi, että termeihin journalisti ja journalismi voidaan jatkuvasti liittää uusia merkityksiä yhä digitalisoituvassa yhteiskunnassamme.

Termien murroksessa on luonnollista, että myös journalistien ammatti-identiteetti kehittyi muutosten mukana. Wiik (2010) painottaakin, ettei ammatti-identiteetti ole pysyvä vaan alati muutosten vallassa. Toimittajuuden identiteetti rakentuu ammatillisten käytäntöjen kautta, joten työn muuttuessa myös käsitys oman ammatti-identiteetin ymmärtämisestä saa uusia sävyjä (Harju ym. 2017, 126). Australiassa tehdyn tutkimuksen mukaan toimittajien ammatti-identiteetti on heikentynyt muun muassa journalistisen työn muutosten ja toimittajiin kohdistuneiden irtisanoutumisten myötä. Identiteetin häviäminen kosketti niin toimituksissa yhä työskenteleviä kuin alaa vaihtaneita toimittajia, vaikkakin journalistisen ammatti-identiteetin häviäminen oli yleisempää niillä, jotka eivät enää työskennelleet journalismin parissa. (O'Donnell, Zion & Sherwood 2016, 47.) Australialaistutkimuksessa otettiin esille myös Nelin (2010, 21) näkökulma, jonka mukaan Britanniassa irtisanottujen journalistien ammatti-identiteetti ilmensi ylpeyttä, intohimoa ja mielihyvää. Journalistit olivat myös sitoutuneita ammattiinsa alan yleisestä pessimistisyydestä huolimatta. Tosin vain alle viidennes löysi kokopäiväistä journalistista työtä sen jälkeen, kun heidät oli irtisanottu toimituksesta. (Nel 2010, 21, 29.) Edellä esitelty journalistinen ammatti-ideologia vaikuttaa säilyttävän vahvan asemansa jopa irtisanoutumisen yhteydessä. Jännitteet journalismin perinteisten ja uusien muotojen, ammatillisten arvojen sekä journalistisen identiteetin välillä ovatkin jatkuvasti muutoksessa (O'Donnell ym. 2016, 49).

Vaikka journalistinen ammatti-identiteetti on muutoksessa, alalla työskenteleviä henkilöitä yhdistävät lukuisat taidot, jotka he ovat oppineet työnsä ja koulutuksensa kautta. Ensimmäisen kappaleen viimeisessä osassa käsitellään tämän tutkielman kannalta olennaista käsitettä, journalistista osaamista. Tässä tutkimuksessa tiedostetaan, että journalistinen osaaminen on pitkälti yhteydessä journalistin ammatilliseen rooliin. Printtimedian journalistilla on erilaisia vahvuuksia verrattuna televisiossa tai radiossa työskentelevään toimittajaan. Huomioitavaa on, että alaa vaihtaneet journalistit vievät tällaista osaamista mukanaan uusiin työtehtäviin esimerkiksi viestintään.

2.1.3 Journalistinen osaaminen

Edellä on käsitelty journalismin määritelmiä ja tehtäviä sekä kuvattu journalismin muuttuvaa kenttää. Kappaleessa on sivuttu myös journalismin ammatillisuuden kehitystä, journalistien yhteisesti jakamaa ideologista arvopohjaa ja journalistien ammatti-identiteettiä. Millaista osaamista ammattikunnan edustajille kertyy? Örnebring ja Mellado (2016) lähestyivät aihetta selvittämällä, millaisia taitoja journalistit arvostavat. He toteuttivat kyselytutkimuksensa kuudessa valtiossa: Isossa-Britanniassa, Virossa, Saksassa, Italiassa, Puolassa ja Ruotsissa. Tutkimuksessa vastaajia pyydettiin arvioimaan seuraavat kaksitoista taitoa: kirjoittaminen, editoiminen, haastattelemine, tutkimusmenetelmät, monimediaisen tuotannon taidot, taitotaito, ajanhallinnan taidot, laillinen tietämys, verkostoituminen, tiimityöskentely, johtamistaidot ja taito työskennellä itsenäisesti. Tutkimustulosten perusteella journalistien itsensä arvostamat taidot voidaan luokitella kolmeen kategoriaan: toimitustaidot (*reporting skills*), editointitaidot (*editing skills*) ja verkostoitumistaidot (*networking skills*). (Örnebring & Mellado 2016, 8, 13–14.)

Tämän tutkimuksen kannalta luokittelu on hyödyllinen. Örnebring ja Mellado keräsivät datan vuosina 2008–2009. Siihen aikaan tämän tutkimuksen haastateltavista kaikki yhtä henkilöä lukuun ottamatta työskentelivät edelleen toimituksissa. Journalististen taitojen tutkiminen on aina sidottu sen hetkiseen aikaan ja kontekstiin (emt. 2016, 3). Näin kuudessa maassa tehty kansainvälinen tutkimus antaa viitteitä siitä, millaisia taitoja tämän tutkimuksen haastateltavat voivat arvostaa toimitustyössä. Tähän tutkimukseen osallistuneisiin haastateltaviin tutustutaan tarkemmin kappaleessa 4.3 *Aineistonkeruu*.

Örnebringin ja Melladon (2016) tutkimuksen tulosten kannalta on kiinnostavaa, että toimittajat eri maista arvioivat kirjoittamisen journalistin tärkeimmäksi taidoksi. Toimitustaidot koettiin tärkeimmäksi ryhmäksi. Tämä viittaa ajatukseen, että ideaalitulanteessa journalisti on kentällä, keskustelelee ihmisten kanssa, tekee havaintoja ja työskentelee itsenäisesti. (emt. 2016, 10.) Näkemys voidaan kyseenalaistaa toimittajien tämänhetkiseen työhön verrattuna, sillä kiireen lisääntyessä toimittajilla on yhä vähemmän aikaa olla kentällä kansalaisten keskuudessa. Seuraavaan taulukkoon on havainnollistettu Örnebringin ja Melladon (2016) luokittelua journalistien arvostamista taidoista.

| Toimitustaidot | Editointitaidot | Verkostoitumistaidot |
|---------------------------------|--------------------------------|----------------------|
| kirjoittaminen | editoiminen | verkostoituminen |
| haastattelemine | johtamistaidot | tiimityöskentely |
| tutkimusmenetelmät | taittotaito | ajanhallinnan taidot |
| taito työskennellä itsenäisesti | monimediaisen tuotannon taidot | |

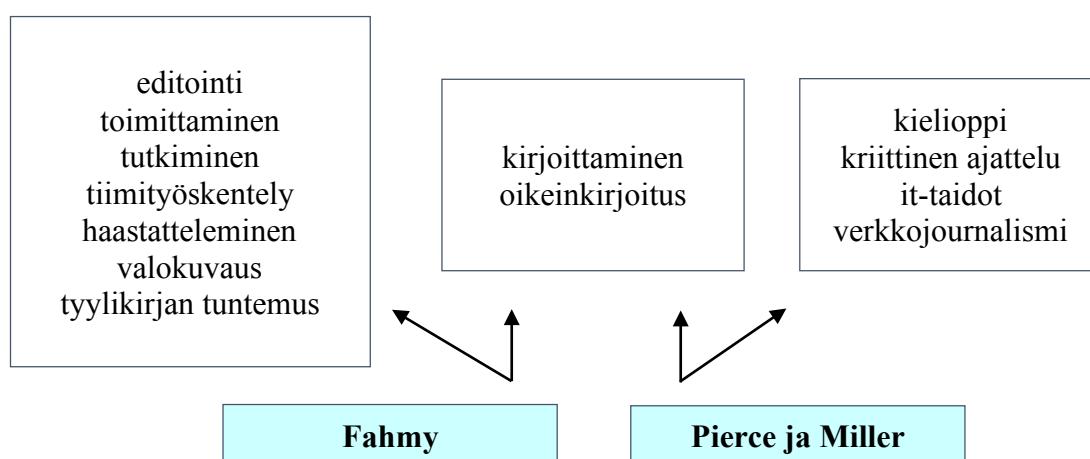
TAULUKKO 2. Journalistien arvostamat taidot Örnebringin ja Melladon (2016) mukaan.

Verkostoitumistaitojen ryhmään kuuluvat verkostoituminen, tiimityöskentely ja ajanhallinnan taidot. Kolmesta ryhmästä perinteisiksi taidoiksi arvioitiin kahden ensimmäisen ryhmän taidot: toimitustaidot ja editointitaidot. Verkostoitumistaidot omaksuneet journalistit olivat puolestaan enemmän kiinnostuneita journalismin sosiaalisesta puolesta ja tiimityöskentelystä. Historiallisesti tämä on uutta, sillä journalisti on usein mielletty enemmän itsenäiseksi ja boheemiksi työntekijäksi, joka ei sovellu hyvin perinteiseen organisatoriseen hierarkiaan. Tutkimuksessa kävi myös ilmi, että nuoremmat journalistit arvostavat enemmän verkostoitumistaitoja kuin pitkään alalla toimineet journalistit. (Örnebring & Mellado 2016, 11, 14.)

Journalistin taitoja tutkineet Pierce ja Miller (2007) sekä Fahmy (2008) painottavat journalismin perinteisiä taitoja. Pierce ja Miller vertailivat, millaisia taitoja journalistien palkkaamisessa arvostettiin vuosina 1990 ja 2006. *American Society of Newspaper Editors* arvioi kirjoittamisen, oikeinkirjoituksen, kieliopin ja journalistisen etiikan tietämyksen kaikkein tärkeimmiksi taidoiksi vuonna 1990. Luonnollisesti it-taitoja ja verkkojournalismin tuntemusta arvostettiin enemmän vuonna 2006. Mikä on yllättävää, niin perinteiset journalistiset taidot arvioitiin edelleen kaikkein tärkeimmiksi: kirjoittaminen, oikeinkirjoitus, kielioppi ja kriittinen ajattelu. (Pierce & Miller 2007, 55, 59–60.)

Samanlaiseen lopputulemaan tuli Fahmy, joka tutki yhdysvaltalaisia toimittajia. He arvioivat tärkeimmiksi taidoiksi journalismin perinteisen osaamisen, johon kuuluivat editointi, toimittaminen, oikeinkirjoitus, tutkiminen, kirjoittaminen, tiimityöskentely, haastattelemine, valokuvaus ja AP:n tyylikirjan tunteminen. AP:n tyylikirja tarkoittaa *Association Pressin* ohjeita journalisteille. Seuraavaksi tärkeimpiä taitoja olivat videoiden

kuvaaminen, kuvallinen tuotanto ja digitaaliset taidot. Journalistien pitäisikin keskittyä oppimaan perinteisiä taitoja pitäen kuitenkin mielessään teknologian tuomat mahdollisuudet. (Fahmy 2008, 32–34.) Tämän tutkimuksen kannalta tulokset ovat mielenkiintoisia, koska kaikki haastateltavat yhtä henkilöä lukuun ottamatta työskentelivät edelleen toimituksissa niin Fahmyn (2008) kuin Piercen ja Millerin (2007) tutkimusten aineistonkeruun aikana. Fahmy arvioi perinteisistä taidoista valokuvauksen ja tiimityöskentelyn merkityksen korostuvan lähitulevaisuudessa. Uusista taidoista journalistin uskottiin tarvitsevan digitaalisia taitoja: videokuvauksen, monimediaisen toimittamisen sekä editoinnin, animaatioiden ja audiovisuaalisen tuotannon taitoja. (Fahmy 2008, 35.) Alla olevaan kuvioon on hahmoteltu journalistien arvostamia perinteisiä taitoja edellä mainittujen tutkijoiden mukaan.



KUVIO 1. Journalistien arvostamat perinteiset taidot Fahmyn (2008) sekä Piercen ja Millerin (2007) mukaan.

Nykyään taitava journalisti kertoo faktoihin perustuvia tarinoita tosielämästä tekstin, äänen ja kuvan kautta. Katsojat puolestaan voivat samaistua ja jakaa tarinoita. (Van der Haak, Parks & Castells 2012, 2926.) Tässäkin mielessä journalismi on muuttunut verkostoituneemmaksi. Enää ei vain tuoteta sisältöä, vaan voidaan myös osallistua lukijoiden kanssa keskusteluun esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Journalistin taitoja ajatellen tällainen vuorovaikutus lukijoiden kanssa on uusi alue aiemmin lueteltuihin taitoihin. Van der Haakin, Parks ja Castellsin (2012, 2934) mukaan journalistista itsenäisyyttä voi vahvistaa digitaalisella aikakaudella. Verkostona toimittajat voivat optimoida voimavaroja ja luoda synergiaa. Jokaisen journalistin ei tarvitse hallita kaikkia

taitoja, sillä verkostoituneessa journalismissa toimittajilla on mahdollisuus loistaa ainutlaatuisilla taidoillaan. (Van der Haak ym. 2012, 2935.)

Jotta journalisti voi pärjätä työmarkkinoilla, hänen on huolehdittava osaamisestaan ja kilpailukyvystään. On myös tärkeää, että journalisti löytää oman erikoistumisalueen, nichen, vaikka laaja yleissivistys ja monitaitoisuus ovat myös tärkeitä. (Harju, Koljonen & Heinonen 2017, 148–149.) Kansainvälisessä 31 maan kattavassa tutkimuksessa, johon osallistui myös suomalaistoimittajia, painottuivat uusista journalistisista taidoista monimediaisuuden ja kääntämisen taidot (Willnat, Weaver & Choi 2013, 175–176). Digitalisaation ja mediakonvergenssin myötä journalistin täytyy pystyä tuottamaan yhä useammin niin tekstiä, videota kuin ääntäkin. Kääntämisen taidot puolestaan korostuivat verkkomedian merkityksen kasvaessa, sillä tietoa pitää pystyä kääntämään nopeasti yleisön omalle kielelle. Kolmantena uutena, tai pikemminkin uusvanhana, taitona korostui nopeus. Verkkomedia on tuonut nopeuden arvostuksen toimituksiin. Tutkimuksessa havaittiin myös, että perinteiset taidot ja toimintatavat ovat edelleen arvostettuja. (Willnat ym. 2013, 175–176.) Osa journalisteista onkin päättänyt kokeilla taitojaan viestinnässä. Seuraavassa kappaleessa suunnataan katse viestijän ammattiin ja pohditaan, millaista tehtävää viestijä toteuttaa.

2.2 Viestijän ammatti

Viestinnällä, aivan kuten journalismillakin, on lukuisia määritelmiä. Yhden näkemyksen mukaan viestintä on sisältöjen siirtoa, joka ilmenee esimerkiksi suostutteluna ja tapahtumien kuvaamisena. Ihmisten välisessä viestinnässä huomio kohdistuu sanomien vaihtoon. (Kunelius 2009, 10–11.) Toisen näkemyksen mukaan viestintä on prosessi, jossa yksilöt, yhteiskunnat, ryhmät ja organisaatiot luovat ja käyttävät tietoa määritelläkseen ympäristöä ja toisiaan (Ruben & Stewart 2006, 17). Molempiin määritelmiin sisältyy viestinnän ydin – sanoman välittäminen osapuolelta toiselle. Viestintään liitetään myös käsite PR (*public relations*). Alun perin PR käännettiin suomeksi suhdetoimintana, mutta käännöksestä on luovuttu (Siukosaari 2012). PR on klassisen määritelmän mukaan mielletty ”tavaksi hallita kommunikaatiota organisaation ja sen yleisön välillä” (Grunig & Hunt 1984). Asunnan (2016, 225) mukaan PR viittaa nykyään organisaatioviestintään, viestinnän johtamiseen, strategiseen viestintään ja yksinkertaisesti vain viestintään. Asunta päätyi käyttämään tutkimuksessaan kattokäsitettä PR, jolla hän viittaa kaikkeen organisaatioon liittyvään

viestintään niin sisäisten kuin ulkoistenkin sidosryhmien kanssa. Hän korostaa, että PR liittyy tavoitteelliseen sidosryhmäviestintään, jossa vaaditaan vankkaa strategista osaamista ja monitasoista refleksiivistä näkemystä. (Asunta 2016, 225, 230.) Puolestaan Black (2014, 3) huomauttaa, että viestintä (*communications*) on laajempi konsepti kuin PR. Hänen mukaansa PR on sovellettu viestinnän tiedonhaara, joten kaikenlainen PR-toiminta sisältää viestintää (Black 2014, 3).

Tässä pro gradu -tutkielmassa käytetään yleiskäsitettä viestintä, jolla kuvataan kaikkia viestinnän osa-alueita. Viestinnän kenttä on hyvin laaja, kuten jo termin eri määritelmät antavat ymmärtää. Tehtäväkuvasta riippuen viestintä voidaan jakaa erilaisiin osa-alueisiin. Organisaatiosta ulospäin suuntautuva viestintä tunnetaan ulkoisena viestintänä, johon kuuluu esimerkiksi tiedottaminen ja mediasuhteiden hoitaminen. Organisaation sisäisten asioiden tiedottaminen, kuten henkilöstöön vaikuttavat muutokset, puolestaan liittyy sisäiseen viestintään. Viestinnästä voidaan erottaa myös muun muassa kampanja-, muutos- ja projektiviestintä (Viestinnän ammattilaiset 2017). Viestinnän monipuolisten osa-alueiden vuoksi viestintään kuuluu runsaasti erilaisia työtehtäviä, joihin palataan tuonnempana.

Viestintä rantautui Suomeen 1900-luvun alussa, vaikkei termi PR silloin vielä ollutkaan yleisesti käytössä. PR:stä käytettiin ensin termiä propaganda, joka korvautui myöhemmin termillä suhdetoiminta, kunnes 1980-luvulla käyttöön vakiintui termi viestintä. (Lehtonen 2004.) Toisen näkemyksen mukaan PR on aina ollut läsnä ihmisten välisessä kanssakäymisessä, sillä ihmiset ovat aina yrittäneet vaikuttaa toisiinsa tavoitteenaan saada heidät tekemään tai uskomaan toivottuja asioita (Schudson 1978).

Aivan kuten journalismikin, myös viestintä on muuttunut mediamaiseman murroksen myötä. Viestinnän ammattilaiset ovat joutuneet opettelemaan uudenlaisia tekemisen tapoja uusien julkaisualustojen ja sosiaalisen median suosion myötä (Solis & Breakenridge 2009). Vaikka viestinnän tekemisen tavat ovat muuttuneet, ammatin pohjalla olevat arvot ovat säilyttäneet asemansa. Grunig (2000) määrittelee viestinnän arvoja yksilön, organisaation ja professionaalisen tason kautta. Hänen mukaansa yksilöllisellä tasolla viestijät arvostavat yhteistyötä ja sen tuloksena syntyvää yhteisöllistä suhdetta. Puolestaan useimmat organisaatiot ovat tehokkaampia, jos yrityskulttuuriin ja päätöksentekoprosessiin sisältyy samanlaisia arvoja. Professionaalisisella tasolla yhteistyö, kollektivismi, sosiaalinen korporatismi ja yhteisöllinen suhde ovat tärkeitä arvoja. (Grunig 2000, 45.) Tasosta

riippumatta voidaan huomata, kuinka vahvasti Grunig korostaa yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemistä viestinnässä.

Asunnan (2016, 225) mukaan viestintä on läsnä organisaatiossa monella tavalla, mutta viestinnän ammattilaisten strategista roolia ei läheskään aina tunnisteta tai tunnusteta. Viestinnän ammattilaisuuden käsitykset vaihtelevat paljon. Toisinaan viestinnän ammattilaisia pidetään yhteisen demokratian edistäjinä, toisinaan puolestaan totuuden hämärtäjinä tai propagandisteina. (Asunta 2016, 225.) Ajatus propagandistista viittaa viestinnän menneisyyteen, jolloin termi propaganda oli yleisesti käytössä. Asunta (2016, 225) nostaa esiin Melginin ja Nurmilaakson selityksen ammattiin liitetystä monenlaisista mielikuvista. Heidän mukaansa mielikuvien kirjavuutta voi selittää viestinnän ammattilaisten monipuolisilla työnkuvilla sekä monenlaisilla taustoilla ja historialla, joka Suomessakin kytkeytyy osittain sotapropagandaan (Melgin & Nurmilaakso 2012). Vaikka viestinnän ammattilaisilla on monia rooleja, niin esimerkiksi toimittajien keskuudessa viestijöiden ammattikunnan on huomattu muuttuneen entistä professionaalisemmaksi (Harju, Koljonen & Heinonen 2017).

Ennen kuin käsitellään viestintäammattilaisten työnkuvia tarkemmin on syytä määritellä viestinnän tehtävä ja tavoitteet. Asunta (2016, 231) määrittelee tehtävän näin:

PR:n tehtävä on mahdollistaa organisaation toiminta ja auttaa sitä kommunikoimaan sidosryhmiensä kanssa tavalla, joka edistää kunnioitusta, vastuullisuutta ja refleksiivisyyttä.

Asunnan (2016, 153, 219, 231–232) mukaan viestintään liittyy kuusi päämäärää: (1) organisaation perusmission saavuttaminen, (2) hyvin toimiva organisaatio, (3) identiteetti, (4) maine, (5) legitimitetti ja vastuullisuus sekä (6) kommunikatiivinen organisaatio. Päämäärien taustalla voidaan nähdä Grunigin ajatus yhteisöllisestä organisaatiosta ja yhteistyössä toteutettavasta viestinnästä. Esimerkiksi maineen tai identiteetin rakentaminen vaatii organisaation henkilökunnalta yhteisiä ponnistuksia. Asunnan esiin nostama kommunikatiivinen organisaatio puolestaan linkittyy Grunigin näkemykseen professionaalisesta tasosta, jossa tärkeitä arvoja ovat muun muassa yhteistyö ja yhteisöllinen suhde eri toimijoihin.

Kaikki organisaatiot, kuten yritykset, julkiset toimijat ja voittoa tavoittelemattomat instituutiot, tarvitsevat viestintää, jotta ne voivat saavuttaa tavoitteensa. Organisaation

menestyksen taustalla on positiivisen maineen luominen, mikä onnistuu hyvin suunnitellulla viestinnällä. Menestystä voidaan mitata kannattavuuden kasvamisella, mielipiteiden muuttumisella, onnistuneella varainhankinnalla, työntekijöiden sitoutumisella organisaatioon tai julkisen käytöksen muuttumisella. (Black 2014, 4.) Tässä vaiheessa on syytä huomauttaa, että viestinnän tavoitteet eroavat suuresti journalismin tavoitteista. Siinä missä journalisti toteuttaa julkista palvelua sekä toimii itsenäisesti ja objektiivisesti (Deuze 2005), niin viestinnässä tavoitteena on organisaation arvojen edistäminen. Blackin (2014, 5) mukaan organisaatiot viestivät, jotta ne voivat luoda tietoisuutta esimerkiksi politiikasta, palvelusta tai tuotteesta. Näin toimimalla viestinnässä edistetään organisaation arvoja ja tavoitteita, joita toiminnalle on asetettu. Seuraavaksi käsitellään viestijöiden tehtäviä.

Viestinnän eri tehtäviä voidaan lähestyä Viestinnän ammattilaiset 2017 -tutkimuksen avulla, minkä toteuttivat Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö Viesti ry, ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry ja Julkisen alan tiedottajat (JAT) ry. Tutkimus toteutettiin syksyllä 2017. Kaikkiaan tutkimukseen vastasi 1177 viestijää, joista noin 40 prosenttia työskenteli yksityisellä ja reilut 30 prosenttia julkisella sektorilla. Noin joka viidennes kertoi työskentelevänsä järjestössä tai säätiössä. Tutkimuksessa selvitettiin, millaisissa tehtävissä suomalaiset viestijät työskentelevät. Vastaajia pyydettiin valitsemaan enintään viisi tärkeintä työtehtävää seuraavasta listauksesta. Suluissa oleva prosenttiluku ilmaisee, kuinka monta prosenttia vastaajista kertoi työskentelevänsä kyseisin tehtävän parissa. (Viestinnän ammattilaiset 2017.) Viestinnän työtä kuvattiin seuraavin vaihtoehtoin:

- (1) Sisällöntuotanto ja seuranta (63 %)
- (2) Mediaviestintä ja toimintaympäristön seuranta (53 %)
- (3) Työyhteisöviestintä tai sisäinen viestintä (43 %)
- (4) Maineen ja brändin rakentaminen (40 %)
- (5) Some-asiantuntijatehtävät tai yhteisömanagerointi (39 %)
- (6) Viestinnän konsultointi, viestintävalmennus, tutkimus ja arviointi (28 %)
- (7) Projekti- tai hankeviestintä (28 %)
- (8) Viestinnän johtaminen (25 %)
- (9) Markkinointiviestintä, mainonta, sponsorointi (24 %)
- (10) Asiakas- tai jäsenviestintä (22%)
- (11) Lehtien ja julkaisujen toimittaminen (20 %)
- (12) Muutosviestintä (20 %)

- (13) Yhteiskuntasuhteet, yhteiskuntavaikuttaminen, lobbaus (11 %)
- (14) Yhteiskunta- tai yritysvastuu, kestävän kehityksen viestintä (8 %)
- (15) Sijoittajasuhteet, talousviestintä (5 %)
- (16) Jokin muu viestinnän alue (8 %)

Viestinnän yleisin tehtävä eli sisällöntuotanto ja seuranta oli kasvanut 8 prosenttiyksikköä kahden vuoden takaisesta Viestinnän ammattilaiset 2015 -tutkimuksesta. Mediaviestinnän osuus oli pysynyt suunnilleen samana. Vuoden 2017 selvityksessä sisäisen viestinnän osuus oli laskenut kolme prosenttiyksikköä edelliseen tutkimukseen verrattuna. Huomioitavaa on, että lehtien ja julkaisujen toimittaminen oli laskenut merkittävästi aikaisemmista mittauksista. Vuoden 2015 ja 2013 tutkimuksissa lehtien ja julkaisujen toimittamisen parissa työskenteli 29 prosenttia vastaajista, nyt vain 20 prosenttia. (Viestinnän ammattilaiset 2017.) Vaikka yhä harvempi työskentelee viestinnässä lehtien ja julkaisujen toimittamisen parissa, kaksi yleisintä viestinnän tehtävää linkittyvät läheisesti journalismiin. Sisällöntuotannossa painottuvat kirjoittaminen ja uuden tiedon tarjoaminen. Mediaviestinnässä puolestaan on hyötyä medialogiikan ymmärtämisestä ja henkilökohtaisista suhteista toimittajiin.

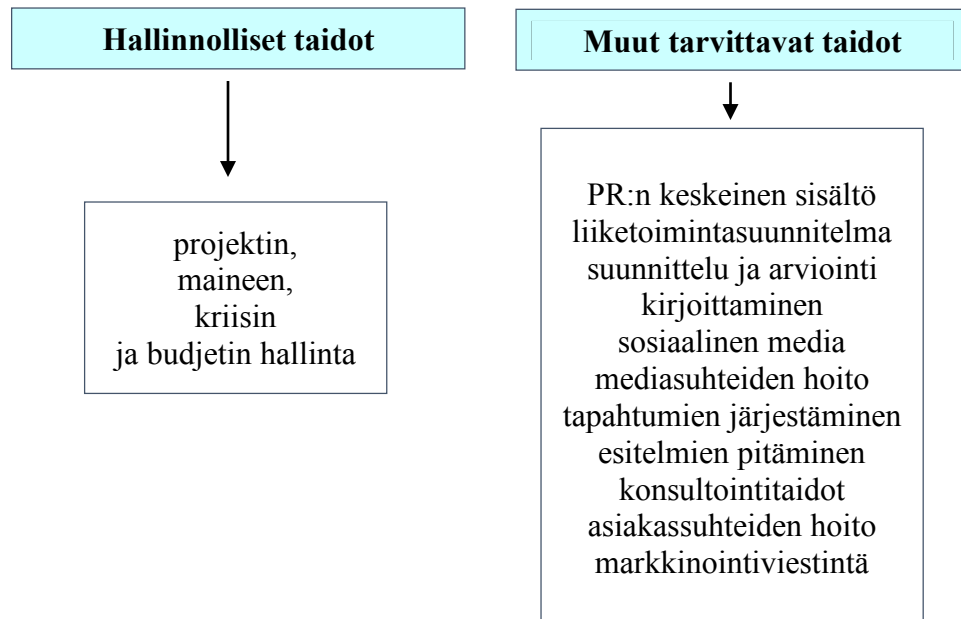
Viestinnän ammattilaiset 2017 -tutkimuksen perusteella 12 prosenttia vastaajista oli siirtynyt viestintään media-alalta. Määrä on hieman laskenut kahden vuoden takaisesta, jolloin 14 prosenttia kertoi aikoinaan siirtyneensä viestintään media-alalta. Viestinnällisen osaamisen kehittämisessä aiotaan panostaa sosiaalisen median osaamiseen, strategiaviestintään ja viestinnän johtamiseen. Myös visuaalisen viestinnän taidot, integroidun markkinoinnin ymmärtäminen, muutosvalmius, sisäisen viestinnän koulutus ja liiketoiminnan ymmärrys ovat kohteita, joissa halutaan kehittää viestinnällistä osaamista. (Viestinnän ammattilaiset 2017.)

Mediaviestinnän parissa työskentelee uusimmassa tutkimuksessa 53 prosenttia vastaajista (Viestinnän ammattilaiset 2017). Vuoden 2015 tutkimuksessa mediaviestinnän osuus oli noussut 17 prosenttiyksikköä vuoden 2013 tutkimukseen verrattuna. Ainoastaan maineen ja brändin rakentaminen oli tuolloin kasvanut enemmän, 19 prosenttiyksikköä. (Viestinnän ammattilaiset 2015.) Lloyd ja Toogood (2015, 21) ovat kuitenkin huomanneet, ettei viestintä ole enää yhtä riippuvainen perinteisestä medianäkyvyydestä. Heidän mukaansa median huomion merkitys viestintätoimistoille on vähentynyt. Kehitykseen on vaikuttanut internetin yleistymisen, sillä sen myötä lehdistön asema tiedon portinvartijana on vähentynyt. PR on

levittäytynyt yhä laajemmin myös sisältöjen kentille, jotka ovat perinteisesti kuuluneet journalisteille. (Lloyd & Toogood 2015, 21.) Näkemys on linjassa Viestinnän ammattilaiset 2017 -tutkimuksen kanssa, sillä yleisin viestinnän tehtävä onkin juuri sisällöntuotanto.

Laajasta tehtävänkuvasta huolimatta Koch (2016) huomauttaa saksalaistutkimuksessa, ettei PR-ammattilaisten käsityksiä omasta ammatillisuudestaan ole tutkittu läpikotaisin. Viestijöiden tavoitteena on palvella asiakkaidensa kiinnostuksen kohteita, mutta heillä on myös vaatimuksia yleisöjä kohtaan. Viestijöillä vaikuttaisi olevan kolme käsitystä omasta ammatistaan. Ensinnäkin viestijöiden tehtävä on tarjota yleisölle organisaatioon liittyviä uutisia. Toiseksi viestijöillä on maineenhallintaan liittyvä tehtävä, sillä organisaatio halutaan esittää positiivisessa valossa. Kolmanneksi viestijät kokevat olevansa tulkkeja ja levittäjiä, jotka selittävät monimutkaisia asioita vastaanottajille. Viestijät myös pyrkivät antamaan ymmärryksen erilaisille ideoille ja operoivat sovittelijoina organisaation ja sidosryhmien välillä. (Koch 2016, 347.) Viestijöiden ammatillisuuden käsityksistä on huomionarvoista, että ensimmäinen ja kolmas tehtävät ovat lähellä journalistista työnkuvaa, kuten uutisten kirjoittaminen ja asioiden tekeminen ymmärretyksi.

Luvun lopuksi esitellään osaamista, jota viestijän ammattiin kuuluu. Aivan kuten journalistisen osaamisen kohdalla, myös viestinnässä taidot ja osaaminen ovat kontekstisidonnaisia. Globaalin yrityksen mediasuhteita hoitavalle viestijälle kertyy erilaista osaamista kuin lasten asemaa edistävässä yhdistyksessä työskentelevälle viestijälle. Taitojen tunnistamisessa käytetään apuna Blackin (2014) luokittelua taidoista, joita hän pitää arvokkaina ammatillisesta näkökulmasta. Nämä taidot ovat: PR:n keskeinen sisältö, liiketoimintasuunnitelman tuntemus, suunnittelu ja arvioiminen, kirjoittaminen, sosiaalisen median taidot, mediasuhteiden hoito, tapahtumien järjestäminen, esitelmän pitämisen taidot, konsultointitaidot, projektin hallinta, maineen hallinta, kriisin hallinta, budjetin hallinta, asiakassuhteiden hoito ja markkinointiviestintä. (Black 2014, 44–47.) Projektin, maineen, kriisin ja budjetin hallinnolliset taidot selittyvät viestijöiden monipuolisilla työnkuvilla. Black (2014, 42) mainitsee, että viestijä työskentelee hyvin paineen alla ja on työssään järjestelmällinen. Kirjoittamisen taito on ensisijaisen tärkeä, jotta viestinnän ammattilainen saa haluamiaan viestejä läpi mediaan ja tavoittaa kohderyhmänsä omilla kanavillaan. Suunnittelun ja arvioinnin taitoihin liittyy, että viestijä osaa asettaa järkeviä tavoitteita viestinnälle (emt. 2014, 44). Tämä taito liittyy strategiseen viestintään, jonka avulla luodaan viestintäsuunnitelmia ja tavoitteita organisaatiolle.



KUVIO 2. Viestijän tarvitsemat ammatilliset taidot Blackin (2014) mukaan.

Kuten luettelosta käy ilmi, viestijän taidot linkittyvät selkeästi viestinnän eri osa-alueisiin ja tehtäviin. Esimerkiksi ulkoisessa viestinnässä korostuvat mediasuhteiden hoito, kirjoittaminen ja sosiaalisen median taidot. Vastaavasti sisäisessä viestinnässä voi korostua enemmän esitelmien pitäminen tai projektin hallintaan liittyvät taidot.

Seuraavassa luvussa suunnataan huomio journalistin ja viestijän ammattien kohtauspisteeseen. Luvun teoreettisena pohjana toimii Bourdieun kenttäteoria. Luvussa pohditaan journalistin ja viestijän suhdetta sekä kiinnitetään huomiota siihen, miten journalisti voi kerryttää viestinnällistä osaamistaan alanvaihdon jälkeen. Aiemmin esitetyn tutkimuskirjallisuuden perusteella jo tässä vaiheessa voidaan sanoa, että journalistin ja viestijän ammateissa vaaditaan osittain erilaista ja osittain samanlaista osaamista.

3 JOURNALISTI SIIRTYY UUDELLE KENTÄLLE

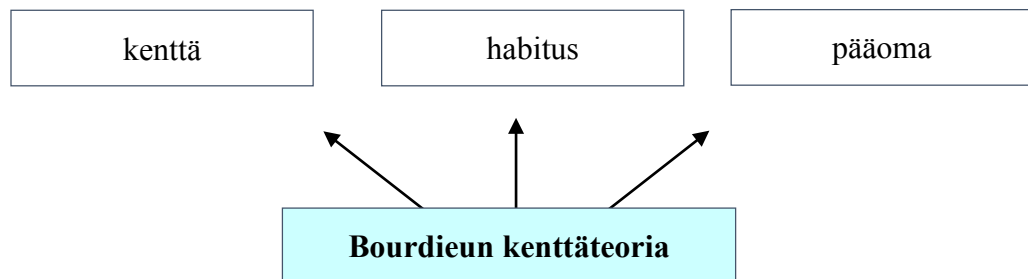
Journalistien siirtymistä viestintään voidaan pitää ilmiönä. Siirtymästä antaa osviittaa ammattijärjestöjen jäsenmäärien kehitys, jota esitellään tässä luvussa. Siinä missä viestijöiden järjestöissä ProComissa ja Viesti ry:ssä jäsenmäärät ovat kasvaneet, niin Journalistiliitossa jäsenmäärä on laskenut melko tasaisesti. Journalistien siirtyessä viestintään herää kysymys; miten heidän osaamisensa soveltuu viestinnän työtehtäviin? Edellisessä luvussa käsiteltiin molempia professioita eri näkökulmista. Journalismin ja viestinnän tehtävät, tavoitteet ja työnkuvat ovat pitkälti erilaisia. Journalistiseen ammatti-ideologiaan liittyy arvoja, kuten itsenäisyys ja objektiivisuus (Deuze 2005). Viestinnän kentällä arvoina puolestaan pidetään yhteistyötä ja viestijöiden yhteisöllistä suhdetta (Grunig 2000). Tässä luvussa paneudutaankin journalistin ja viestijän professioiden suhteeseen. Myöhemmin luvussa keskitytään journalistin osaamisen kehittämiseen alanvaihdon jälkeen. Luvun teoreettisena pohjana toimii Pierre Bourdieun kenttäteoria, joka rakentuu kolmen käsitteen varaan: kenttä, habitus ja pääoma. Luvun alussa esitellään Bourdieun kenttäteorian taustoja. Tämän tutkimuksen kannalta kenttäteorian mielenkiintoisin käsite on kulttuurinen pääoma, joka tässä tutkimuksessa viittaa viestinnällisen osaamisen kerryttämiseen alanvaihdon jälkeen.

3.1 Bourdieun kenttäteoria

Bourdieun kenttäteorian taustalla on todellisuuskäsitys, joka tunnetaan nimellä strukturalistinen konstruktionismi. Käsitteksen mukaan todellisuutta määrittävät yhteiskunnalliset ja sosiaaliset rakenteet, jotka ovat rakentuneet ajan kuluessa ja jotka muuttuvat kaiken aikaa. (Rahkonen 2006, 29.) Rahkosen (2006, 29) mukaan Bourdieulle strukturalistinen konstruktionismi, ja siihen pohjautuva kenttäteoria, tarjoaa vaihtoehdon ajattelulle, joka olettaa kaiken inhimillisen ja yhteiskunnallisen toiminnan olevan pohjimmiltaan tietoista manipuloimista (Bourdieu 1990, 113). Bourdieu (1999) käyttää termiä 'näkymätön rakenne', kun hän kuvaa journalismin kenttää ja sen suhdetta muihin kenttiin. Rahkosen (2006, 29) mukaan Bourdieu (1999, 59) tarkoittaa tällä, etteivät toimijat itse havaitse rakenteen olemassaoloa ja sen vaikutuksia. Kenttäteorian taustalla olevaa

todellisuuskäsitystä voidaan havainnollistaa Rahkosen näkemyksellä. Hän esittää oman tieteellisen ja filosofisen lähtökohtansa olevan samansuuntainen Bourdieun edustaman strukturalistisen konstruktionismin kanssa. Hänelle todellisuudessa on kaksi puolta. Sosiaalisissa käytännöissä, kuten journalismissa, luodaan ja ylläpidetään tiettyä todellisuutta (konstruktionismi). Toisaalta tiettyjä käytäntöjä määrittävät ajan kuluessa syntyneet sosiaaliset rakenteet (strukturalismi). Todellisuuden molemmat puolet ovat jatkuvasti keskenään vuorovaikutuksessa. (Rahkonen 2006, 31.)

Tässä tutkimuksessa pyritään ymmärtämään journalistin ja viestijän ammattien suhdetta kenttäteorian avulla. Rahkosen (2006) lisäksi muutkin tutkijat ovat hyödyntäneet Bourdieun kenttäteoriaa journalistiikan tutkimuksessa (ks. esim. Høyer & Lauk 2016; Davidson & Meyers 2014; Nikunen 2011; Kunelius & Ruusunoksa 2008). Bourdieun kenttäteoria rakentuu kolmen käsitteen varaan: kenttä, pääoma ja habitus (Rahkonen 2006, 15). Tässä tutkimuksessa kentällä viitataan journalistin ja viestijän ammatteihin ja niihin erilaisiin lähtökohtiin, joita ammatit edustavat. Habitus puolestaan liittyy toimijoiden läsnäoloon kentällä. Pääomaan kuuluvat muun muassa toimijan taidot ja koulutustausta. Seuraavaksi tarkastellaan tarkemmin käsitteitä kenttä, habitus ja pääoma, minkä jälkeen huomio suunnataan Bourdieun havaintoihin journalistisesta kentästä.



KUVIO 3. Bourdieun kenttäteorian osa-alueet.

Bourdieu (2005b, 148) mukaan voidaksemme ymmärtää ihmisten välistä vuorovaikutusta meidän ei tule keskittyä siihen, mitä on sanottu tai tehty. Sen sijaan meidän pitää tutkia sosiaalista tilaa, jossa vuorovaikutus ja tapahtumat ilmenevät (Bourdieu 2005b, 148). Bourdieu esittää, että ihmiset toimivat erilaisilla kentillä. Jokaisella kentällä (*field*) vallitsee erilaisia voimia, jotka vaikuttavat siihen, millaisia yhteiskunnallisia asemia toimijat voivat kulloinkin ottaa haltuunsa (Rahkonen 2006, 31). Kentällä vallitsee tietynlainen valtataistelu

eri toimijoiden välillä. Näin voidaan ajatella, että toimittajien valtaa siirtyy viestinnän kentälle toimittajien vaihtaessa viestintään. Journalistien alanvaihtoon palataan myöhemmin tässä luvussa.

Bourdieu tutki uransa aikana erilaisia kenttiä: koulutusta, kulttuuria, televisiota, kirjallisuutta, tiedettä, asumista ja byrokratiaa (Thomson 2012, 66). Thomson (2012, 66–67) esittää Bourdieun verranseen kentän käsitettä jalkapallokenttään, jossa jokaisella osallistujalla on oma roolinsa. Tämän lisäksi kentän toimijat noudattavat pelin sääntöjä. Esimerkissä myös sääolosuhteilla on vaikutusta siihen, millaiset toimintaedellytykset kentällä vallitsevat. Bourdieu ehdottaa, että aivan kuten jalkapallossa, niin myös sosiaalisella kentällä on rooleja, jotka toimijat ottavat haltuunsa. (Thomson 2012, 66–67.) Kentät toimivatkin paljolti sääntöjen ja lakien mukaisesti. Jos ei ymmärrä journalismin kentällä vallitsevia suhteita ja voimia, niin ei voi käsittää, miten journalismi toimii. (Rahkonen 2006, 32.) Tämän tutkimuksen kannalta on tärkeää ymmärtää, että viestinnän ja journalismin kentällä vallitsee erilaisia sääntöjä ja lakeja. Konkreettinen esimerkki on eettisten ohjeiden noudattaminen. Journalisti noudattaa työssään Journalistin ohjeita (Julkisen sanan neuvosto 2014). Viestijä puolestaan seuraa Viestinnän eettisen neuvottelukunnan ohjeita (ProCom 2015). Kallis (2017, 19) kuitenkin huomauttaa maisterintutkielmassaan, että molempien ammattikuntien ohjeet perustuvat pitkälti samoihin arvoihin, kuten avoimuuteen, totuudenmukaisuuteen ja rehellisyyteen.

Kulloisella kentällä olevia toimijoita luonnehtii yhteinen uskomusten ja lähtöoletusten järjestelmä, josta Bourdieu käyttää nimitystä *doxa*. Se mikä ei kuulu doxaan on harhaoppista ja voi horjuttaa kentän yhteisöllisyyttä. Kentät voivat olla pieniä tai suuria ja niiden sisällä voi olla uusia kenttiä. Kaikki kentät ovat kuitenkin yhteydessä toisiinsa joko läheisesti tai kaukaisesti. (Rahkonen 2006, 32.) Niin viestinnän kuin journalisminkin sisällä on erilaisia kenttiä, kuten organisaatioihin ja tiimeihin rajautuvia kenttiä. Viime kädessä kentät muodostavat yhdessä yhteiskuntamme media- ja viestintäalan kentän, johon molemmat ammattikunnat kuuluvat.

Kenttäteorian toinen oleellinen käsite on habitus. Rahkosen (2006, 32) mukaan Bourdieu määrittelee habituksen syntyvän, kun toimija omaksuu kentälle ominaisia käyttäytymismuotoja ja ulkoisia tunnusmerkkejä. Habitus onkin sosiaalisen maailman rakenteita määrittävä systeemi. Bourdieu näkee habituksen menneisyytenä, joka säilyttää

itsensä nykyisyydessä. (Rahkonen 2006, 32; Bourdieu 1990, 53.) Maton (2012, 50) tulkitsee Bourdieuta (1990, 53) niin, että habitus on sitä, miten yksilöt, ryhmät tai instituutiot rakentuivat ja miten ne edelleen rakentavat rakennettaan. Menneessä aikamuodossa rakentuminen (*structured*) nähdään menneinä ja nykyisinä olosuhteina, kuten kasvatuksen ja koulutuksen tuomilla kokemuksilla. Habituksen rakentuminen nykyhetkessä (*structuring*) auttaa kentän toimijaa hahmottamaan nykyistä ja tulevaa toimintaa. Puolestaan rakenteeseen (*structure*) kuuluvat toimijan käsitykset, arvostus ja toiminta. Habitus selittääkin kentällä olevien asemia ja suhteita. (Bourdieu 1990, 53; Maton 2012, 50; Rahkonen 2006, 32.) Rahkonen (2006, 33) jatkaa että jotta toimija voi menestyä jollain kentällä, niin hänellä on oltava juuri tuohon kenttään mahdollisimman sopiva habitus. Journalismin kentälle soveltuvaan habitukseen liittyy toimittajalle ominaisia piirteitä, kun taas viestijän kentälle liittyy toisenlaisia piirteitä. Kun alat nähdään laajemmalla, yhteisellä kentällä, niin ammatteihin kuuluu myös yhteisesti arvostettuja piirteitä. Esimerkiksi kirjoitustaitoa on arvostettu niin journalistien kuin viestijöidenkin keskuudessa (Fahmy 2008; Pierce & Miller 2007; Black 2014, 45).

Maton (2012, 50) korostaa, ettei habitus toimi itsenäisesti. Bourdieu (1993, 76) näkeekin toiminnan habituksen ja kentän tiedostamattomana suhteena. Hän esitti toiminnan syntyvän seuraavasta yhtälöstä (Maton 2012, 50; Bourdieu 1986, 101):

$$[(\textit{habitus}) (\textit{pääoma})] + \textit{kenttä} = \textit{toiminta}$$

Matonin (2012, 50) mukaan yhtälö tarkoittaa, että toiminnan tulokset syntyvät toimijan kyvyistä (pääoma) ja asemasta kentällä (habitus) sekä senhetkisestä asemasta sosiaalisessa tilassa (kenttä). Tästä päästäänkin kenttäteorian kolmanteen käsitteeseen, pääomaan. Bourdieun (1990) mukaan pääomalla on kolme muotoa: taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen. Rahkonen (2006, 33) huomauttaa, että pääoman käsite tulee taloustieteestä, mutta Bourdieulle pääoma tarkoittaa erityisesti symbolista pääomaa, jossa korostuu yhteiskunnan tai ympäröivän yhteisön luotto ja usko. Taloudellista pääomaa määrittävät tulot, varallisuus ja virka-asema. Sosiaalinen pääoma rakentuu sivistyksestä, yksilön sosiaalisista suhteista sekä käytöstopojen ja kanssakäymisen sääntöjen tuntemuksesta. (Antikainen, Rinne & Koski 2013, 33; Rahkonen 2006, 34.) Tämän tutkielman kannalta kiintoisinta käsitettä, kulttuurista pääomaa, määrittävät Rahkosen (2006, 34) mukaan ammatti, koulutustaso, sosiaalinen asema, maut ja mieltymykset sekä näihin liittyvät

tunnusmerkit. Kulttuuriseen pääomaan sisältyy myös oppiarvo, tiedot, kommunikaatiokyvyt ja saavutettu arvonanto (Antikainen ym. 2013, 33). Ammattiin ja koulutustasoon liittyy myös pääoman kerryttäminen, jota tarkastellaan kappaleessa 3.3 *Viestinnällisen pääoman kerryttäminen*. Moore (2012, 100) huomauttaa, että symbolisen pääoman laji riippuu siitä kentästä, jolla pääoma sijaitsee. Symboliseen pääomaan kuuluu esimerkiksi kulttuurinen, kielellinen ja tieteellinen pääoma. Symboliseen pääomaan kuuluvat seuraavat piirteet: pääoma on esineellistetty tai se kuuluu jollekin, pääoma on hankittu ajan kuluessa, pääoma on hankittu systemaattisen prosessin kautta, pääoma ilmaisee toiminnan ja sen kentän ulkoista habitusta ja pääoma erottuu muiden kenttien pääomista. (Moore 2012, 100, 111.)

Bourdieuun (2005a, 30) mukaan kentällä vallitsee voimia, jotka määräävät tilastollisesti positioita kentän toimijoille. Noiden positioiden kautta pyritään säilyttämään tai muuttamaan kentällä vallitsevien voimasuhteiden rakenteita (Bourdieu 2005a, 30). Kenttä siis määrittää toimijoiden toimintamahdollisuuksia. Kyse ei kuitenkaan ole sattumasta, vaan huomio kohdistuu pääomiin, joita kentän toimijoilla on hallussaan. Liikeratojen ja pääoman vaikuttavuudesta riippuen toimijat voivat hakeutua erilaisiin asemiin kentällä. (Bourdieu & Wacquant 1992, 108–109; Rahkonen 2006, 34–35.) Pääomaa kerryttämällä toimija voi siis vaikuttaa ja muuttaa asemaansa kentällä. Journalismin ja viestinnän kentällä vallitsee sekä samanlaisia että erilaisia pääomia. Kyse on myös siitä, kuinka läheltä kenttiä tarkastellaan. Journalismi ja viestintä voidaan nähdä yhteisellä tai erillisillä kentillä tarkasteluetäisyydestä riippuen. Selitys löytyy jo aiemmin esille tuodusta Rahkosen (2006, 32) näkemyksestä, että kentät ovat erikokoisia ja kenttien sisällä voi olla pienempiä kenttiä.

Kappaleen lopuksi suunnataan katse journalistiseen kenttään, jotta voimme ymmärtää, millaisella kentällä tutkimukseen osallistuneet haastateltavat työskentelivät ennen alanvaihtoa. Journalistisella kentällä taloudellinen pääoma koostuu esimerkiksi levikistä, mainostuloista ja yleisön hinnoittelusta. Kulttuurinen pääoma rakentuu taitavasta kommentoinnista ja perusteellisesta toimitustyöstä. (Benson & Neveu 2005, 4.) Journalistisella kentällä käydään kamppailua, jossa yksilöt ja organisaatiot kilpailevat arvottaakseen omistamansa pääoman. Journalistiselle kentälle osallistuvat ensin toimijat, joilla on paljon pääomaa. Bourdieu ajatteli, että journalistisella kentällä on keskeinen asema valtakenttien ympäröimänä, sillä kenttä on lähellä politiikan ja sosiaalitieteiden kenttiä. (Benson & Neveu 2005, 5–6.) Näkemys pääomaa hallitsevista toimijoista liittyy organisaation hierarkiaan. Useimmiten haastatteluita antavat organisaation johtoon kuuluvat

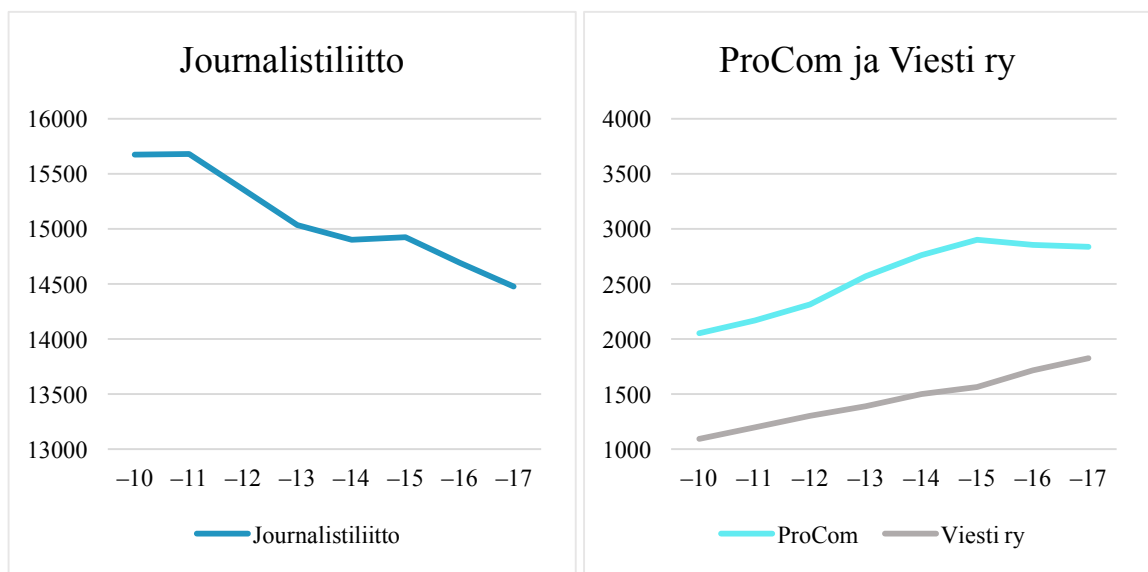
henkilöt tai työntekijät, jotka ovat onnistuneet kerryttämään itselleen pääomaa, kuten spesifiä tietämystä jostakin tietyistä aihealueesta. Bourdieun (2005a, 41) mukaan journalistinen kenttä rakentuu kahdesta navasta. Toisessa päässä on puhtain ja itsenäisin napa, joka tarkoittaa, ettei journalistinen toiminta ole valtiovallan, saati poliittisen tai taloudellisen vallan alla. Toisessa navassa ollaan riippuvaisia kaikista edellä luetelluista valloista sekä myös mainosten vallasta. Bourdieu otaksuu, että journalistisen kentän kannattaakin yhä enenevässä määrin asemoida rajojaan muiden kenttien suuntaan, erityisesti kohti sosiaalitieteiden ja politiikan kenttiä. (Bourdieu 2005a, 41.)

Mitä uutta kenttäteoria tarjoaa journalistiseen tutkimukseen? Kentän käsite tuo mukanaan uuden analyysin yksikön, jonka avulla voidaan tutkia journalistien ja mediaorganisaatioiden toimintaa ja reagointia suhteessa toisiinsa (Benson & Neveu 2005, 11). Seuraavassa kappaleessa pyritäänkin ymmärtämään journalistisen ja viestinnällisen kentän keskinäistä suhdetta. Kenttäteoria sopii mediatutkimukseen, koska kenttä tuo aina mukaan historiansa. Tuohon historiaan kuuluu muun muassa toimijan sosiaalinen ja koulutuksellinen tausta sekä niiden kehittyminen. (emt. 2005, 18.) Tässä tutkimuksessa koulutuksellinen kehitys on avain termi, sillä tavoitteena on ymmärtää, miten journalistinen osaaminen soveltuu viestintään ja toisaalta, miten journalistit kerryttivät viestinnällistä osaamistaan uudella kentällä. Kenttien suhdetta ei voida ymmärtää ottamatta huomioon historiallista kontekstia, kuten professioiden erityispiirteitä, joita esiteltiin tarkemmin edellisessä luvussa. Benson ja Neveu (2005, 18) mainitsevat myös, että kenttäteoriasta saa työkalun suhteiden väliselle tutkimukselle, jonka avulla voidaan paikantaa, sijoittaa ja selittää medioiden pääomien luonteen ja määrien eroja. Tässä tutkimuksessa laajennetaan mediakentän ajatusta koskemaan myös viestinnällistä kenttää. Seuraavassa kappaleessa luodaan katse viestinnän ja journalismin kenttien kohtaamiseen. Huomion kohteena on, mitä kenttien yhteentörmäyksessä tapahtuu ja millainen suhde kenttien välillä vallitsee.

3.2 Profioiden kentät kohtaavat

Journalistinen ja viestinnällinen kenttä ovat viime vuosina lähentyneet toisiaan. Osasyö löytyy mediamaisen murroksesta. Monissa suomalaisissa mediataloissa on käyty yt-neuvotteluita, joissain taloissa jopa useampaan kertaan. Kaikkiaan media-alalla työskenteli vuoden 2016 lopulla noin 22 000 henkeä, joista toimittajia oli noin 4 200 (Harju, Koljonen

& Heinonen 2017, 37). Media-alan yritykset työllistivät vuonna 2016 noin 650 henkeä vähemmän kuin vastaavasti edellisenä vuotena (Erämaja 2017). Toimittajiin kohdistuneet irtisanoutumiset näkyvät myös Journalistiliiton jäsenmäärässä. Tämä siitäkkin huolimatta, vaikka Journalistiliitto höllensi jäsenyyden sääntöjä vuonna 2014. Uusien sääntöjen myötä toimitustyöstä viestintäalalle vaihtanut journalisti saa jatkaa liiton jäsenenä. (Harju ym. 2017, 89.) Viestijä voi olla Viestinnän asiantuntijoiden ammattijärjestö Viesti ry:n, ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:n tai Julkisen alan tiedottajat (JAT) ry:n jäsen. Viestin ja ProComin jäsenmäärät ovat olleet noususuhdanteisia 2010-luvulla. Vuosien 2010 ja 2017 välillä Viestin jäsenmäärä on kasvanut 67 prosenttia, ProComin puolestaan 38 prosenttia. Samaan aikaan Journalistiliiton jäsenmäärä on vähentynyt lähes 8 prosentilla. Syyskuussa 2017 Journalistiliittoon kuului 14 477 jäsentä, ProComiin 2837 ja Viestiin 1823 jäsentä. Jäsenmäärien kehityksessä on huomioitava, että Journalistiliitto on edelleen huomattavasti suurempi toimija kuin ProCom tai Viesti ry. Tiedot jäsenmääristä pyydettiin sähköpostitse syyskuussa 2017. Journalistiliitosta tarkennettiin sähköpostin välityksellä, että jäsenmäärän lasku johtuu pitkälti eläköitymisistä ja kokonaan toiselle alalle siirtymisestä, sillä viestintään vaihtaneet toimittajat saavat edelleen olla Journalistiliiton jäseniä. ProComista kerrottiin, ettei luvussa ole vielä mukana syksyn 2017 uusia opiskelijajäseniä, mikä osaltaan selittänee pientä notkahdusta vuoden 2017 luvussa. Jäsenmäärien muutoksia on havainnollistettu alla olevaan kaavioon.



KAAVIO 1. Jäsenmäärien kehitys Journalistiliitossa, ProComissa ja Viesti ry:ssä vuosina 2010–2017.

Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017, 70) tutkimuksessa kasvokkain haastatellut irtisanotut toimittajat olivat kaikki työllistyneet uudelleen joko journalistiseen työhön tai muulle, usein viestintään liittyvälle alalle. Suomessa toimitusten supistaessa väkeään monet journalistit ovat joutuneet joko pakon saattelemana tai vapaaehtoisesti hakemaan töitä organisaatio- ja markkinointiviestinnän parista. Ilmiö on havaittu myös ulkomailla. Journalismista onkin usein siirrytty juuri viestinnän tehtäviin (ks. esim. Harju ym. 2017, 89; O'Donnell, Zion & Sherwood 2016; Nel 2010). Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017, 99) tutkimuksessa osa haastateltavista koki, että raja-aita journalismin ja viestinnän välillä on madaltunut, jolloin työstä on tullut samanoloisempaa: tekstien kirjoittamista ja editointia, muiden tekstien lukemista ja palautteenantoa sekä julkaisujen sisältöjen ja rakenteiden miettimistä. Viestinnässä ollaankin oltu kiinnostuneita toimittajista, joille on kertynyt journalistista työkokemusta ja jotka ovat olleet valmiita siirtämään osaamisensa toiselle kentälle (Harju ym. 2017, 129).

Heinonen ja Luostarinen (2008) huomauttavat, että toimittajuusidentiteetin omaavien henkilöiden siirtyminen viestintätoimistoihin voi muuttaa käsitystä journalismin sijainnista, sillä verkkojournalismin aikakaudella kuka tahansa voi julkaista sisältöjä yleisöille. Näkemys on linjassa ajatukseen kansalaisjournalismista, joka määriteltiin edellisessä luvussa journalistin ammatti-identiteetin muutosten yhteydessä. Kun journalistinen osaaminen siirtyy perinteisistä medioista muualle, journalistisia medioita voi syntyä myös perinteisten medioiden ulkopuolelle (Harju ym. 2017, 131). Tästä esimerkkinä toimii ProComin syksyllä 2017 julkaisema Oma Media 2017 -kilpailu. Ensimmäistä kertaa toteutetussa kilpailussa etsittiin parasta sidosryhmä- ja henkilöstömediaa. Huomio kohdistettiin juuri organisaation itsetuottamiin medioihin, kuten sähköisiin sidosryhmämedioihin, yritysblogeihin, ajankohtaisiin introihin ja muihin organisaatioiden omiin alustoihin. Oma Media 2017 korvasi aikaisempina vuosina toteutetun Lehtikatsauksen, jossa arvioitiin ja annettiin palautetta organisaatioiden asiakas- ja henkilöstölehdistä. (ProCom 2017; ProCom 2016.) Oma Media 2017 on hyvä esimerkki siitä, miten liikkuva median käsite tämän tutkimuksen toteutushetkellä on. Kuten edellä esitetyistä näkökulmista käy ilmi, raja journalismin ja viestinnän välillä on murroksessa. Seuraavaksi tässä tutkielmassa alat pidetään kuitenkin toisistaan erillään, kun huomio kohdistetaan alojen välillä vallitsevaan suhteeseen.

3.2.1 Ammattien välinen suhde herättää tunteita

Journalistin ja viestijän ammattien keskeinen ero on siinä, kenelle työtä tehdään: toimittaja on vastuussa lukijoilleen, viestijä puolestaan asiakkailleen. Tästä johtuen viestijöihin liitetään toisinaan englanninkielinen termi *spin doctors*, jolla viitataan siihen, että viestijät antavat parhaan mahdollisen 'spinninsä' julkaisemalleen tiedolle. (Patching & Hirst 2013, 156.) Termi *spin* voidaan ymmärtää suomeksi asioiden kaunisteluna tai omasta näkökulmasta esittämisenä. Lähestymistapa on hyvin erilainen kuin journalisteilla on työssään. Suomalaista media- ja viestintäalan kenttää tutkineet Niskala ja Hurme (2014, 105) esittävätkin, että journalistin ja viestijän suhdetta pidetään ristiriitaisena juuri siitä syystä, että ammattilaisten voidaan nähdä työskentelevän kentän vastakkaisilla puolilla. Toisaalta esimerkiksi Piilaakson käytänteisiin pureutuneessa tutkimuksessa raja viestinnän ja journalismin välillä nähtiin kaventuneen (Luoma-aho, Uskali & Weinstein 2009). Puolestaan Harju, Koljonen ja Heinonen (2017, 130) huomauttavat, että raja on edelleen olemassa, vaikkakin rajaa haluttaisiin madaltaa.

Journalistien ja PR-ammattilaisten suhdetta onkin kuvattu toistensa vastustajiksi, vaikka samaan aikaan ammattilaiset ovat toisistaan riippuvaisia. Myös termi viha-rakkaussuhde kuvaa viestijän ja journalistin keskinäistä suhdetta. Viestintäorganisaatiot toimivat samalla kentän median kanssa – tavoitteet vain ovat erilaisia. Viestintäorganisaatio pyrkii esimerkiksi muodostamaan positiivista kuvaa organisaatiosta. (Niskala & Hurme 2014, 105–106.) Journalistisen ammatti-ideologian taustalla ovat aiemmin esitetyt arvot julkinen palvelu, objektiivisuus, itsenäisyys, ajankohtaisuus ja eettisyys (Deuze 2005). Kenttäteorian mukaan kentät ovat erikokoisia ja kenttien sisällä voi olla pienempiä kenttiä. Tämä näkemys tulee huomioida puhuttaessa journalismin ja viestinnän kentistä. Vaikka Niskala ja Hurme (2014, 105) huomauttavat, että journalistit ja viestijät toimivat samalla kentällä, niin aloja voi tarkastella myös erillisillä kentillä. Mitä pienempiin kenttiin mennään ja mitä pienempiä yksiköitä tarkastellaan, niin viestinnän ja journalismin kentät voivat näyttää hyvinkin erilaisilta. Maakuntalehden taloustoimittajan työ on erilaista verrattuna esimerkiksi kansainvälisille markkinoille tähtäävän organisaation viestintäasiantuntijan työhön. Suuremmassa kuvassa työnkuvat kuuluvat samalle media- ja viestintäalan kentälle.

Niskalan ja Hurmeen mainitsema riippuvuus ammattien välillä selittynee osittain toimitusten alati lisääntyvällä kiireellä. Journalistit tarvitsevat yhä enemmän PR-ammattilaisten

tuottamaa sisältöä (Davies 2008), jotta he voivat julkaista juttuja verkossa jatkuvalla tahdilla. Ruotsissa PR-ammattilaisten keskuudessa suoritetun tutkimuksen perusteella journalistien ja viestijöiden suhde on keskenään riippuvainen: viestijät pyrkivät saamaan ideoitaan mediaan, ja toimitusten voimavarojen vähentyessä journalistit luottavatkin PR-materiaaliin (Larsson 2009). Mediamaiseman murroksen myötä toimittajan työpäivään kuuluu yhä enemmän deadlineja, yhä useammissa välineissä (Nikunen 2011, 49). Päivittäinen printtilehden deadline on vaihtunut jatkuvaan verkkomedian deadlineen. Toimittajat ovatkin kuvanneet työnsä muuttuneen ”liukuhihnatyöksi”, jossa sisältöä on tuotettava jatkuvasti (Harju ym. 2017, 21; Juntunen 2011, 55). Suomalaisissa valtaviestimissä julkaistuissa uutisissa yli kolmannessa (36 prosentissa) oli hyödynnetty PR-materiaalia (Juntunen 2011, 54). Tilanne on käänteinen, sillä samaan aikaan viestintä ei ole enää yhtä riippuvainen perinteisestä medianäkyvyydestä (Lloyd & Toogood 2015). Kun organisaatio voi itse tuottaa sisältöjä laajoillekin yleisöille, perinteisen medianäkyvyyden merkitys luonnollisesti vähenee. Lloyd ja Toogood (2015, 70) kuitenkin huomauttavat, että medialla säilyy edelleen tärkeä rooli tiedon vahvistamisessa ja hyväksymisessä, eli media tekee tiedosta luotettavaa.

Ammattien välinen viha-rakkaussuhde havaittiin jo 80-luvulla. Ryanin ja Martinsonin (1988) mukaan rakkaudella viitataan viestintämateriaaliin, jota toimittajat hyödyntävät työssään. Viha kuvastaa sitä, että toimittajat näkevät viestijät epäluotettavina lähteitä. Niskalan ja Hurmeen (2014) tutkimus osoittaa, että journalisteilla on negatiivisempi kuva viestinnästä kuin viestijöiden oma käsitys ammatistaan on. Journalistit yhdistävät viestinnän markkinointiin ja taloudelliseen hyötyyn. Journalistit myös epäilevät viestinnän tavoitteita ja strategiaa. Viestijät itse näkevät työnsä ytimessä luottamuksen, tiedonvälityksen ja läpinäkyvyyden. Journalistit kokevat olevansa tiedonvälittäjiä ja tekevänsä julkista palvelua. He näkevät omat tavoitteensa jalompina, ikään kuin he olisivat yhteiskunnassa aktivistin roolissa. Viestijät puolestaan identifioivat journalistit uramenestyksen ja henkilökohtaisten saavutusten tavoittelemiseen. Viestijät myös yhdistävät journalismiin skandaalinomaiseen toimittamiseen. Journalistien ja viestijöiden ristiriitainen suhde selittyy osaltaan sillä, että ammattiryhmien odotukset toisistaan ovat melko erilaisia, jopa negatiivisia. (Niskala & Hurme 2014, 114, 116–118.) Seuraavaan taulukkoon on koottu Niskalan ja Hurmeen tutkimustuloksista havaintoja ammattiryhmien näkemyksistä itsestään ja vastakkaisesta ammattiryhmästä. Ylemmällä rivillä on tiivistetty, miten journalisti hahmottaa journalismin ja viestinnän. Alemmalla rivillä on kuvattu viestijän näkemys omasta alastaan ja journalismista.

| | Journalismi | Viestintä |
|-------------|---|---|
| Journalisti | tiedonvälitys julkinen palvelu | markkinointi ja taloudellinen hyöty viestinnän tavoitteiden ja strategian epäily |
| Viestijä | uramenestys ja henkilökohtaiset saavutukset skandaalimainen toimittaminen | luottamus tiedonvälitys läpinäkyvyys |

TAULUKKO 3. Toimittajien ja viestijöiden identifioituminen omaan ammattiinsa ja heidän oletuksia vastakkaisesta ammattiryhmästä Niskalan ja Hurmeen (2014) mukaan.

Niin journalistien kuin viestijöidenkin keskuudessa ammatin edustajat mieltävät omaksi tehtäväkseen tiedonvälityksen. Samanlaisen havainnon on tehnyt Koch (2016). Hän näkee informatiivisuuden ja asioiden selittämisen koskevan molempia ammattiryhmiä. Palvelun ja viihteen tarjoaminen sekä kriittinen käyttäytyminen yhdistetään useammin journalismiin kuin viestintään. Puolestaan vaikuttaminen ja mielikuvien rakentaminen liittyvät enemmän viestintään kuin journalismiin. (Koch 2016, 347.) Näihin tehtäviin liittyy olennaisesti maineenhallinta, joka onkin nähty kasvavana sektorina viestinnän kentällä (Lloyd & Toogood 2015, 66).

Journalistien ja viestijöiden suhdetta ei kuitenkaan voida pelkistää vain vastakkainasetteluksi. Juntunen (2011) huomauttaa, että journalisteilla ja viestijöillä on usein hyvinkin läheisiä, jopa vuosia kestäneitä suhteita. Tutkimushaastattelussa kuitenkin korostui, ettei kyse ole aidoista ystävyys-suhteista. Suhteista on hyötyä, sillä taitava viestijä tuntee yksittäisten toimittajien kiinnostuksen kohteita, jolloin hän osaa tarjota räätälöityjä juttuideoita suoraan toimittajille. Juntusen haastatteleminen toimittajien mielestä viestintä on ammattimaistunut, minkä seurauksena PR-ammattilaiset ymmärtävät journalistien työn luonnetta ja pystyvät myös ennakoimaan toimittajien tarpeita. (Juntunen 2011, 32–33, 37.)

Edellä kuvattua ammattikuntien vastakkainasettelua ei voida soveltaa yksittäisten journalistien ja viestijöiden suhteisiin. Yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen perusteella journalistit ovat vähemmän kriittisiä yksittäisiä viestijöitä kuin koko viestintäalaa kohtaan.

Tämä selittyy sillä, että journalisteilla on usein hyviä suhteita yksittäisiin viestijöihin. Mikäli viestijällä on journalistista kokemusta, niin toimittaja suhtautuu häneen entistä suopeammin. (Sallot & Johnson 2006, 157.) Korealaistutkimuksen mukaan journalistien kokemus viestinnästä on muuttunut negatiivisesta positiiviseksi, kun journalisteille on kertynyt enemmän työkokemusta omalta alaltaan. Tutkimukseen osallistuneiden journalistien mukaan viestinnässä on paremmat työolosuhteet kuin journalismissa. (Yun & Yoon 2011, 311.) Toisin kuin Niskalan ja Hurmeen (2014) suomalaistutkimuksessa kävi ilmi, niin Yun ja Yoon (2011) painottavat, ettei korealaisten journalistien kuva viestinnästä ollut lainkaan negatiivinen, vaan enemmänkin neutraali. Myös Sallotin ja Johnsonin (2006, 154, 157) mukaan suhde nähdään enimmäkseen positiivisena, vaikkakin viha-rakkaussuhteesta on edelleen merkkejä.

Journalistin ja viestijän suhde, aivan kuten mediakenttäkin, on jatkuvassa liikkeessä. Edellä esitettyjen näkökulmien perusteella voidaan todeta, ettei kyse ole yksiselitteisestä ilmiöstä. Journalismin ja viestinnän kentiltä löytyy näkökulmia niin positiivisesta kuin negatiivisestakin suhteesta. Jälkimmäisestä esimerkkinä toimii Helsingin Sanomissa käytetty nimitys 'viestintäkyylä', jolla kuvataan viestijöiden halua kontrolloida esimerkiksi haastattelutilanteita (Mykkänen 2014). Termi herätti aikoinaan laajan keskustelun sosiaalisessa mediassa. Muutama tämänkin tutkimuksen haastateltu käytti termiä haastattelussa. Melgin (2014) kommentoi takaisin, ettei Mykkänen välttämättä tiedä, mitä kaikkea viestinnässä tehdään. Hän painotti, että molempien ammattien taustalla on pyrkimys tavoitella totuutta. Lisäksi hän korosti ammattien samankaltaisia työtehtäviä: tutkimusten teettämistä ja haastattelemista (Melgin 2014). Melginin vastauksessa näkyy ajatus journalistien ja viestijöiden yhteisestä kentästä. Sen sijaan Mykkänen piti kentät visusti toisistaan erillään.

Lopulta ammattikuntien suhde tiivistyy Patchingin ja Hirstin (2013) toteamukseen siitä, että viestijät ovat vastuussa organisaatioilleen ja journalistit lukijoilleen. Ammattien eroista huolimatta viestintäala houkuttelee edelleen journalisteja (Honkonen 2017). Ruotsalaistutkimuksen mukaan journalistien siirtyminen viestintään kuitenkin koettiin uhkana journalismin luotettavuudelle (Fredriksson & Johansson 2014, 592). Seuraavaksi käsitellään alanvaihtoa journalistien näkökulmasta – onko ruoho vihreämpää aidan toisella puolella?

3.2.2 Journalisti vaihtaa viestintään

Professioiden värikkästä suhteesta huolimatta moni suomalainen journalisti on vaihtanut viestintään, kuten käy ilmi esimerkiksi Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) tutkimuksesta sekä ammattijärjestöjen jäsenmäärien kehityksestä. Fredriksson ja Johansson (2014, 586) huomauttavat, että aikaisemmissa tutkimuksissa (Mellado & Hanusch 2011; Neijens & Smit 2006; DeLorme & Fedler 2003) tutkinto journalismista ja mahdollinen kokemus toimittajan työstä on toiminut lippuna PR-uralle. Harju, Koljonen ja Heinonen (2017, 130) toteavat, että Suomessa journalistit ovat siirtyneet viestintään vankan kokemuksen kera, mutta muualla siirtymistä on havaittu jo työuran alkuvaiheilla (Davidson & Meyers 2014; Willnat, Weaver & Choi 2013). Israelissa tehdyn tutkimuksen perusteella toimittajille oli luontevinta siirtyä journalismista juuri viestintään (Davidson & Meyers 2014, 599). Suomessa 12 prosenttia viestijöistä on aikoinaan siirtynyt viestinnän tehtäviin media-alalta (Viestinnän ammattilaiset 2017).

Journalistisen kokemuksen tuomat taidot ovat siirrettävissä lähialueiden ammatteihin. Toisinaan journalistinen työ on koettu välivaiheeksi, jonka kautta on päässyt paremmin palkattuihin ammatteihin. (Harju ym. 2017, 130.) Myös australialaisessa tutkimuksessa havaittiin, että journalistisia taitoja arvostetaan laajasti muuallakin. Viestinnän lisäksi myös yliopistot ovat kiinnostuneita entisistä journalisteista, jotka voivat ammentaa uudessa työssään journalistista pätevyyttä, kokemusta, tiedonvälitystä ja tutkimusta. (O'Donnell, Zion & Sherwood 2016, 48.) Chileläistutkimuksessa entisten toimittajien havaittiin siirtyneen poliitikoiksi, mediakonsulteiksi ja tiedottajiksi. He veivät mukanaan uudelle kentälle journalistista kulttuurista pääomaa. Alaa vaihtaneet journalistit olivat valmiita ja halukkaita tuottamaan journalistisia sisältöjä aiheista, joita toimitukset eivät enää voineet tuottaa itsenäisesti resurssipulan takia. Viestinnässä entiset journalistit tuottivat kuitenkin sisältöä työnantajansa, eikä yleisön näkökulmasta. (Davidson & Meyers 2014, 604.)

Kappaleessa 2.1 *Journalistin ammatti* käsitellyille taidoille ja osaamiselle on käyttöä myös viestinnän maailmassa. Toimittajan ammattitaidosta on ollut apua esimerkiksi silloin, kun viestintään siirtynyt entinen toimittaja on työskennellyt mediajulkisuuden parissa. Viestintään siirtyneet entiset journalistit alkoivat miettiä uudelleen journalismin ja viestinnän suhdetta. Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) tutkimuksessa eräs haastateltu mainitsikin, että hän haluaisi olla purkamassa ennakkoluuloja ammattiryhmien välillä.

Toinen puolestaan sanoi toimivansa välittäjän roolissa: hän auttaa viestijöitä ymmärtämään, miten toimittajat hahmottavat maailmaa. (Harju ym. 2017, 97–98, 130.)

Viestintätehtäviin siirtyneet entiset toimittajat kokivat uuden työnsä myönteiseksi Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) tutkimuksessa. Uutta työtä kuvailtiin muun muassa monipuoliseksi ja kiinnostavaksi. Entiset toimittajat kertoivat, että he saivat tehdä viestinnän puolella sellaisia asioita, joista he nauttivat eniten journalistisessa työssään. Entiset toimittajat kokivat uuden työnsä innostavana. Osa ei edes haaveillut paluusta journalismin pariin. (Harju ym. 2017, 105, 108.) Tässä vaiheessa herää kysymys, mitä tapahtuu journalistin perinteisesti vahvalle ammatti-identiteetille? Sherwood ja O'Donnell (2016) toteavat, että journalistien ammatti-identiteetti on yhteydessä heidän osaamiseensa. Suomalaistutkimuksessa haastatellut entiset toimittajat tunsivat edelleen olevansa journalisteja, sillä he pystyivät hyödyntämään journalistisia taitoja viestinnässä. Entiset journalistit kertoivat, että he ovat säilyttäneet sisäisen journalistinsa myös viestinnän puolella. He eivät esimerkiksi halunneet tehdä sisältömarkkinointia tai mainontaa. Myös eettisten periaatteiden noudattaminen onnistui viestinnässä, vaikka entiset journalistit edustavatkin nyt erityyppisiä tahoja. Ammatti-identiteetin kannalta onkin kiinnostavaa, että tutkimuksessa alavaihtajat identifioituvat edelleen toimittajiksi. (Harju ym. 2017, 98, 138.) Toisaalta entisiä toimittajia kuormittivat epävarmuus omasta osaamisestaan ja paineet joita syntyi, kun he vertailivat itseään organisaation muihin työntekijöihin. Uusi työ vaati myös paljon oppimista lyhyessä ajassa. Alkuvaikeuksien jälkeen entinen toimittaja kuitenkin nautti työelämästä. (Harju ym. 2017, 109.) Seuraavaksi suunnataan katse viestinnällisen osaamisen kerryttämiseen uusissa työtehtävissä. Vaikka journalistiset taidot ovat siirrettävissä muualle, niin uusi työ vaatii aina uudenlaista osaamista. Tästä herää kysymys, miten osaamista voi kehittää?

3.3 Viestinnällisen pääoman kerryttäminen

Journalistien siirryttyä viestintään alkaa uudenlaisen, viestinnällisen osaamisen kerryttäminen. Tässä kappaleessa sovelletaan Bourdieun kenttäteoriaa pääoman näkökulmasta. Kentillä vallitsevilla pääomilla, kuten taloudellisella, sosiaalisella ja kulttuurisella pääomalla, on erilaisia arvojen hierarkioita (Lingard & Christie 2003, 324). Toisin sanoen sama pääoma saa erilaisia arvoja kentästä riippuen. Esimerkiksi

haastattelutaidot voidaan arvottaa korkeammalle journalistisella kuin viestinnällisellä kentällä. Tämän tutkimuksen kannalta kulttuurinen pääoma on kenttäteorian yksi tärkeimmistä käsitteistä, sillä kyseiseen pääoman muotoon sisältyy koulutus ja ammatillinen osaaminen. Alanvaihdon jälkeen entinen journalisti alkaa vääjäämättä kerryttää kulttuurista pääomaansa, kun uusien työtehtävien myötä osaaminen ja taidot kehittyvät.

Bourdieuun mukaan kentällä käydään jatkuvaa kamppailua pääomien hallinnasta ja niiden uudelleen määrittämisestä. Uusi osallistuja pääsee kentälle, kun hän näyttää hallitsevansa säännöt, joita kentällä kulloinkin vallitsee. Sääntöjä myös muutetaan jatkuvasti niin, että omaa asemaa kentällä voi parantaa. (Antikainen, Rinne & Koski 2013, 33.) Yksi tapa muuttaa pääomia, eli arvokkaina pidettyjä ominaisuuksia, on painottaa kentälle pääsyssä koulutuksellista osaamista. Kulttuurisen pääoman hankkimisessa koulutusinstituutioilla on keskeinen rooli. Kulttuurista pääomaa voidaan mitata juuri koulutuksella saatujen tutkintojen tai todistusten kautta. (Antikainen ym. 2013, 84.) Näkemys on linjassa Melladon ja Hanuschin (2011, 386) chileläistutkimuksen havaintoon siitä, että tutkinto journalismista mahdollistaa työskentelyn myös viestinnän puolella. Näin ajateltuna journalistisen kentän kulttuurinen pääoma on siirrettävissä viestinnän kentälle.

Kulttuurisen pääoman mittaaminen sillä, millaisia todistuksia kentän toimijalla on hallussaan, voidaan nähdä viittaavan koulutuksen kautta kerrytettyyn pääomaan. Näillä todistuksilla toimija voi Bourdieun mukaan nostaa henkilökohtaista asemaansa kentällä, sillä pääomien omistaminen määrittää toimijan sijaintia sosiaalisessa avaruudessa (Antikainen ym. 2013, 84). Viestinnällisiä koulutuksia tarjoavat muun muassa ProComin ja Viesti ry:n lisäksi monet oppilaitokset ja yritykset. Koulutukset vaihtelevat muutamasta tunnista usean kuukauden mittaisiin jaksoihin. Antikaisen, Rinteen ja Kosken (2013, 98) mukaan aikuiskoulutuksen suosio on kasvanut 1960-luvulta alkaen. Aikuiskoulutus yhdessä elinikäisen oppimisen kanssa on noteerattu yhä useammin tärkeäksi kentäksi, jossa huolehditaan kansalaisten työ- ja selviytymistaidoista koko elämänkaaren ajan. (Antikainen ym. 2013, 98.) Viestinnän kentälle siirtyneille journalisteille onkin tarjolla erilaisia vaihtoehtoja kerryttää viestinnällistä osaamistaan.

Kulttuurisen pääoman kerryttämisen ohella on syytä huomata, että entiset journalistit vievät viestintään mukanaan tietojen ja taitojensa lisäksi myös sosiaalista pääomaa. Israelilaistutkimuksessa journalistit hyödynsivät sosiaalista pääomaansa eli

toimittajavuosina rakentamia ammatillisia ja sosiaalisia verkostojaan. Sosiaalinen pääoma oli hyödyksi, kun entinen journalisti työskenteli viestinnässä instituutioille tai yksilöille, joista he olivat aiemmin kirjoittaneet juttuja. Viestinnässä työskentelevät entiset journalistit olivat myös hyödyntäneet sosiaalista pääomaansa silloin, kun he halusivat saada medianäkyvyyttä edustamilleen organisaatioille. (Davidson & Meyers 2014, 599–600.)

Samanlainen havainto tehtiin suomalaistutkimuksessa; entisille toimittajille oli jäänyt siteitä toimituksiin ja toimittajakollegoihin, mistä oli hyötyä viestinnällisessä työssä. Alaa vaihtaneet journalistit kokivat hyödylliseksi sen, että he tietävät, miten toimituksissa suhtaudutaan ja reagoidaan erilaisiin asioihin. Molemmissa tutkimuksissa havaittiin, että kontaktiverkoston lisäksi kyky ajatella ja ilmaista itseään toimittajan lailla on avain menestyksekkääseen viestintään. (Harju, Koljonen & Heinonen 2017, 97; Davidson & Meyers 2014). Tämän lisäksi Davidson ja Meyers (2014) huomasivat, että kulttuurisesta pääomasta oli hyötyä viestintään siirtyneille journalisteille. Sen lisäksi että entiset toimittajat ymmärtävät juttuprosessin, niin he osaavat myös analysoida tietoa ja esittää sen selkeästi. Tutkimuksen perusteella journalistille karttunut kulttuurinen ja sosiaalinen pääoma olivat nopeasti siirrettävissä uudelle toimialalle. (Davidson & Meyers 2014, 600–601, 603.) Näiden havaintojen pohjalta voidaan todeta, että vaikka entinen journalisti kerryttää alanvaihdon jälkeen uudenlaista kulttuurista pääomaa, niin hänelle on hyötyä myös toimittajavuosina kasautuneista pääomista.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Neljännessä luvussa esitellään tutkimuskohde ja lähestymistapa, minkä jälkeen käsitellään kolmea tutkimuskysymystä. Luvussa kuvataan yksityiskohtaisesti aineistonkeruuta, johon liittyy haastateltavien etsiminen Twitterissä ja puolistrukturoitujen teemahaastatteluiden toteutus. Luvussa käsitellään myös tutkimuksen metodia ja eettisiä kysymyksiä.

4.1 Tutkimuskohde ja lähestymistapa

Tämä tutkimus toimii eräänlaisena jatkotutkimuskohteena Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) tutkimukselle, jossa selvitettiin journalistien urapolkuja mediamaiseman murroksen keskellä. He keskittyivät tutkimaan toimittajien urapolkuja yhteistoimintamenettelyiden jälkeen. Harju, Koljonen ja Heinonen tutkivat vuoden 2008 jälkeen irtisanottujen, irtisanoutuneiden tai muuten työtä vaille jääneiden toimittajien sopeutumista uuteen tilanteeseen, näkemyksiä yt-neuvotteluista, työttömyydestä, uudelleentyöllistymisestä ja heidän yleisiä näkemyksiään journalismista alana. Eräänä tutkimustuloksena he kuvasivat toimittajien sopeutumista viestinnän tehtäviin, mitä on käsitelty laajasti myös tämän tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä. (Harju ym. 2017, 11, 129–133.)

Lisäksi kahdessa maisterintutkielmassa on käsitelty tämän tutkimuksen aihepiiriä. Kallis (2017) tutki yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielmassaan alanvaihtokeskustelun diskursseja. Hän etsi keskusteluista selittäviä diskursseja siitä, miten entisten journalistien alanvaihtoa viestinnän tehtäviin on kuvattu. Vöntönen (2015) puolestaan tutki viestinnän pro gradu -tutkielmassaan syitä, miksi toimittajat vaihtavat viestinnän puolelle. Kansainvälisellä tasolla toimittajien urapolkuja mediamaiseman murroksen keskellä on tutkittu eri näkökulmista (ks. esim. O'Donnell, Zion & Sherwood 2016; Sherwood & O'Donnell 2016; Davidson & Meyers 2014; Nel 2010). Polut ovat moninaisia; osa työllistyy takaisin journalismin pariin, mutta erityisesti viestinnän ja yliopistomaailman on nähty houkuttelevan entisiä toimittajia.

Tämä tutkimus keskittyy alanvaihdon seurauksiin entisten journalistien kokemusten kautta. Tutkimuskohteena on selvittää, miten entiset journalistit kokevat osaamisensa soveltuvan

viestinnän tehtäviin. Tavoitteena on saada tietoa, miten entiset journalistit ovat hankkineet viestinnällistä substanssiosaamista, eli toisin sanoen miten he ovat kerryttäneet kulttuurista pääomaansa. Lisäksi pyrkimyksenä on ymmärtää, miten entisten journalistien käsitys viestinnästä on muuttunut alanvaihdon myötä. Tutkimuksessa on fenomenologis-hermeneuttinen lähestymistapa, koska tutkimusongelmaa lähestytään entisten journalistien kokemusten kautta. Fenomenologis-hermeneuttisen perinteen mukaan tavoitteena on käsitteellistää tutkittavaa ilmiötä, joka voidaan ymmärtää kokemuksen merkityksenä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 35).

Fenomenologis-hermeneuttisen lähestymistavan tavoitteena on tehdä tunnettu tiedetyksi. Tällaisessa tutkimuksessa pyritään tekemään tietoiseksi ja näkyväksi se, mikä on koettu, mutta mitä ei ole vielä tietoisesti ajateltu. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 35.) Tutkimuskysymysten kannalta lähestymistapa liittyy yleiseen alanvaihtodiskurssiin. Yleisellä tasolla voidaan olettaa, ettei entisten journalistien sopeutuminen viestinnän tehtäviin ole täysin mutkatonta. Tästä esimerkkinä toimii ProComin verkkosivuilla julkaistu Korhosen (2014) teksti, jossa hän käsittelee journalistien siirtymistä viestintään:

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?

Korhosen kirjoitus tuo hyvin ilmi, miksi tutkimukseen soveltuu fenomenologis-hermeneuttinen lähestymistapa. Tämän lähestymistavan avulla pyritään tekemään entisten journalistien kokemukset näkyviksi ja näin tuottamaan uutta tietoa suomalaiselle media- ja viestintäalan kentälle. Toimittajien osaamisen soveltumisesta viestintään ei ole aiemmin tehty vastaavanlaista tutkimusta Suomessa. Aiemmissa tutkimuksissa on kuitenkin havaittu, että journalistinen osaaminen on siirrettävissä muille aloille. Australialaistutkimuksessa kerrotaan, että journalistisia taitoja arvostetaan esimerkiksi viestinnässä ja yliopistoissa (O'Donnell, Zion & Sherwood 2016). Chiessä toimittajien on huomattu siirtyneen politiikkaan (Davidson & Meyers 2014), sillä journalistisista taidoista on ollut hyötyä myös yhteiskunnallisten aiheiden käsittelyssä. Vaikka tema on lähestytty eri näkökohdista, niin näin rajattua tutkimusnäkökulmaa ei ole aiemmin toteutettu.

4.2 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tutkimusongelma kiteytyy journalistisen osaamisen soveltumiseen viestinnän työtehtävissä. Tavoitteena on selvittää, miten viestinnän puolelle siirtyneet entiset journalistit kokevat oman osaamisensa soveltuvan uusiin työtehtäviin. Pyrkimyksenä on myös kartoittaa haastateltavien kokemuksia siitä, miten he ovat hyödyntäneet journalistista osaamistaan viestinnän työtehtävissä. Kysymyksessä suunnataan katse myös mahdollisiin journalistisen osaamisen tuomiin haittoihin, joihin entiset journalistit ovat törmänneet uusissa työtehtävissään. Tutkimuksessa on yksi pääkysymys ja kaksi alakysymystä. Tutkimuksen pääkysymys on:

Miten entiset journalistit kokevat osaamisensa soveltuvan viestinnän työtehtäviin alanvaihdon jälkeen?

Tätä tutkimuskysymystä täydennetään kahdella alakysymyksellä. Ensiksi suunnataan huomio uuden, viestinnällisen osaamisen kerryttämiseen. Alakysymyksen avulla pyritään selvittämään, miten entiset journalistit ovat kehittäneet osaamistaan ja millaisiin koulutuksiin entiset journalistit ovat osallistuneet. Toisen alakysymyksen kautta etsitään vastausta siihen, miten entisten journalistien käsitys viestinnästä on muuttunut alanvaihdon myötä. Tutkimuksen kaksi alakysymystä ovat:

Miten entiset journalistit ovat kerryttäneet viestinnällistä osaamistaan?

Miten entisten journalistien käsitys viestinnästä on muuttunut alanvaihdon myötä?

Pääkysymykseen vastataan kappaleessa 5.1 *Journalistinen osaaminen soveltuu pääosin hyvin viestintään*. Alakysymykseen viestinnällisen osaamisen kerryttämisestä vastataan kappaleessa 5.2 *Viestinnällistä osaamista kerrytettiin eri keinoin*. Toiseen alakysymykseen entisten journalistien käsitysten muuttumisesta viestinnästä vastataan kappaleessa 5.3 *Käsitys viestinnästä monipuolistui*. Seuraavassa kappaleessa esitellään tutkimuksen metodologisia lähtökohtia, luodaan katsaus aineistonkeruuseen ja tutustutaan tarkemmin tutkimukseen osallistuneiden haastateltavien työtehtäviin, joita heillä oli haastatteluhetkellä.

4.3 Aineistonkeruu

Aineisto koostuu kahdeksasta entisen journalistin, nykyisen viestijän haastattelusta, jotka toteutettiin heinä–elokuussa 2017 pääkaupunkiseudulla. Haastateltavien etsiminen tapahtui yhteisöpalvelu Twitterissä 3.–14.7.2017. Julkaisin henkilökohtaisella tililläni *@HeidiJarvenpaa* kuvallisen twiitin, jonka myös itse uudelleentwiittasin (Liite 1). Twiitit olivat lyhyitä, sillä tutkimushetkellä Twitterissä saattoi julkaista enintään 140 merkin pituisen twiitin. Ennen twiittien julkaisua olin pyytänyt, että ProCom, Viesti ry ja Journalisti-lehti jakavat twiitit omilla tileillään, jotta twiitit saisivat laajempaa näkyvyyttä. Ensimmäinen twiitti keräsi kaikkiaan 41 uudelleentwiittausta. Ennen twiittien julkaisua olin saanut kahdelta entiseltä journalistilta yhteydenoton Twitterissä, että he olisivat kiinnostuneita osallistumaan tutkimukseeni. Yhteydenotot perustuivat twiitteihin, joita julkaisin henkilökohtaisella tililläni tutkimusprosessin alussa touko–kesäkuussa 2017.

Twitterin kautta tuli kaikkiaan 14 henkilöltä viestiä, että he olisivat kiinnostuneita osallistumaan tutkimukseen. Lähetin kaikille kiinnostuneille sähköpostia pikaisesti heidän yhteydenottonsa jälkeen (Liite 2). Sähköpostissa kerrottiin tarkemmin tutkimuksesta ja pyydettiin vastauksia taustatietokyselyyn (Liite 3). Neljästätoista yhteydenotosta yksitoista henkilöä vastasi kyselyyn määräaikaan 14.7. mennessä. Tässä vaiheessa lisäsin potentiaalisten haastateltavien joukkoon kaksi henkilöä. Toisen mahdollisen haastateltavan tapasin töiden kautta eräässä tilaisuudessa ja toisesta minulle vinkkasi pitkään toimittajana työskennellyt henkilö. Näin tutkimukseen lisättiin kaksi henkilöä lumipallo-otannalla. Tuomen ja Sarajärven (2009, 86) mukaan lumipallo-otanta etenee, kun tutkijalla on tiedossa tutkimukseen sopiva henkilö, niin hän voi löytää tätä kautta mahdollisen seuraavan haastateltavan. Tässä tutkimuksessa ei syntynyt niin sanottua lumipalloefektiä, vaan potentiaalisten haastateltavien joukkoon lisätyt henkilöt löytyivät eri kautta. Lumipallo-otanta sopii tutkimukseen haastateltavien henkilökohtaisten ominaisuuksien takia, sillä minulla oli selkeästi tiedossa, mitkä kriteerit haastateltavien tulee täyttää. Lumipallo-otannan myötä potentiaalisia haastateltavia oli yhteensä 16 henkilöä, joista 12 oli vastannut taustatietokyselyyn. Toinen tutkimukseen lisätyistä henkilöistä ei vastannut kyselyyn. En kuitenkaan pitänyt tätä ongelmallisena, koska tiesin hänen taustansa soveltuvan hyvin tutkimukseen.

Lopulliset haastateltavat valikoituivat tutkimuksen taustatietokyselyn vastausten perusteella. Tavoitteena oli löytää haastateltavia, jotka työskentelivät erilaisissa viestinnällisissä organisaatioissa, kuten viestintätoimistossa, yritysviestinnässä tai julkishallinnon viestinnässä. Rajasin haastateltavat myös sen perusteella, milloin he olivat siirtyneet viestintään. Tavoitteena oli löytää henkilöitä, jotka olivat siirtyneet viestintään vuonna 2010 tai sen jälkeen. Tämän kriteerin myötä 16 potentiaalisesta haastateltavasta viisi henkilöä rajautui pois tutkimuksesta. Tässä vaiheessa potentiaalisia haastateltavia oli 11 henkilöä. Muutamat taustatietokyselyyn vastanneet olivat vaihtaneet viestintään yli 15 vuotta sitten, joten tutkimuskysymysten kannalta en pitänyt mielekkäänä haastatella heitä. Kun tavoitteena on tutkia journalistista osaamista, niin on relevanttia, että haastateltavat ovat vaihtaneet alaa suunnilleen samaan aikaan. Mediamaisen murroksen myötä journalistien on täytynyt omaksua uusia taitoja (Willnat, Weaver & Choi 2013). Tästä syystä ei olisi ollut mielekasta haastatella 2000-luvun alussa viestintään vaihtaneita, sillä heidän journalistinen osaamisensa on ollut alanvaihdon aikaan erilaista kuin monimediaiseen toteutukseen tottuneiden toimittajien. Tutkittaessa journalistisen osaamisen soveltumista viestintään on relevanttia että haastateltavien siirtymä viestintään rajataan tietyn aikamäärään perusteella.

Jäljelle jääneistä 11 henkilöstä kolme ei vastannut taustatietokyselyyn, joten he karsiutuivat sitä kautta pois haastateltavien joukosta. Näin kasassa oli kahdeksan haastateltavan joukko, joista kuusi löytyi Twitteristä ja kaksi lumipallo-otannalla. Lopullisista haastateltavista yksi oli siirtynyt viestintään vuonna 2009 ja toinen vuonna 2005, muut kuusi vuonna 2010 tai sen jälkeen. Tutkimustulosten yhdenmukaisuuden kannalta tämä ei ollut ongelmallista, sillä vuonna 2009 ja vuonna 2005 siirtyneillä haastateltavilla oli runsaasti journalistista työkokemusta ennen viestintään vaihtamista. Haastatteluiden sopiminen tapahtui pääosin heinäkuun kolmannella viikolla. Haastateltavien anonymiteetin takaamiseksi poistin haastateltavien etsimiseen tarkoitetut twiitit syyskuun lopulla. Seuraavaksi käsitellään tarkemmin teemahaastattelua aineistonkeruun menetelmänä.

4.3.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimpiä aineistonkeruun metodeja. Haastattelun etuna ihminen voidaan nähdä subjektina tutkimustilanteessa, jolloin haastateltava on merkityksiä luova, aktiivinen osapuoli, jolle on annettu mahdollisuus tuoda keskusteluun itseään koskevia

asioita vapaasti. Haastattelun valinnee tutkijan tehtävänä on välittää kuvaa haastateltavan ajatuksista, käsityksistä, kokemuksista ja tunteista. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 35, 41.) Tutkimuksen kannalta fenomenologis-hermeneuttiseen lähestymistapaan tällainen aineistonkeruumenetelmä sopii hyvin, sillä pyrkimyksenä on kerätä tietoa haastateltavien kokemuksista mahdollisimman totuudenmukaisesti. Hirsjärvi ja Hurme (2008, 35) jatkavat, että haastattelu sopii hyvin tutkimuskysymyksiin, joiden aihealue on vähän kartoitettu ja tuntematon, jolloin tutkijan on vaikeaa tietää etukäteen vastausten suuntia. Tältäkin osin teemahaastattelu sopii hyvin tutkimusongelmaan, sillä aiheesta ei ole aikaisemmin tehty täysin vastaavanlaista tutkimusta, eikä haastateltavien vastauksia voinut ennakoida.

Toinen näkökulma, miksi tutkimukseen valittiin haastattelu aineistonkeruun menetelmäksi, on haastattelun joustavuus. Tuomen ja Sarajärven (2009, 73) mukaan haastattelun etu on joustavuus, jolloin tutkijalla on mahdollisuus toistaa kysymys, oikaista väärinkäsityksiä, tarkentaa ilmausten sanamuotoa ja käydä keskustelua haastateltavan kanssa. Kun tutkimusongelmana ovat haastateltavien kokemukset omasta osaamisestaan, niin tällainen mahdollisuus tarkennusten tekemiseen haastatteluiden aikana sopii hyvin tutkimukseen.

Tuomi ja Sarajärvi (2009, 73) suosittelevat, että haastattelun aiheet annetaan haastateltaville jo etukäteen. Sähköpostitse ja Twitterin yksityisviesteillä käydyissä keskusteluissa kerroin haastateltaville, että haastattelussa käydään läpi taustakysymykset, lyhyesti alanvaihto toimittajasta viestijäksi, alku viestintätehtävissä ja nykyinen viestinnän työ. Haastateltavat saivat tiedon, että heidän nykyistä viestinnällistä työtään käsitellään seuraavista näkökulmista: journalistisen osaamisen soveltuminen nykyiseen työhön, viestinnällisen osaamisen kehittäminen, osallistuminen viestinnän koulutuksiin ja omat tulevaisuudet työnäkymät. Näin haastateltavilla oli mahdollisuus valmistautua haastattelun aihepiireihin. Tuomen ja Sarajärven (2009, 73) mukaan haastattelussa on mahdollista saada enemmän tietoa halutusta asiasta, kun haastateltaville annetaan haastattelukysymykset tai aiheet etukäteen. Teemahaastattelun luonteen perusteella haastateltaville päädyttiin kertomaan aihepiireistä, mutta heille ei kerrottu tarkkoja kysymyksiä. Puusan (2011, 77) mukaan etukäteistietojen antaminen saattaa rajata tutkittavien ajatuksia ennen haastattelua. Toisaalta mikäli haastateltaville olisi annettu tarkka kysymysrunko etukäteen, he olisivat saattaneet yllätyttyä mahdollisista tarkentavista kysymyksistä. Tämä ei olisi ollut teemahaastattelulle luonteenomaista, joten tutkimuksessa päädyttiin antamaan vain haastattelun aihepiirit etukäteen haastateltavien tietoon.

Tutkimuksessa päädyttiin teemahaastatteluun, koska haastattelukysymyksiä ei haluttu rajata liian tarkasti etukäteen. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 48) mukaan metodologisesti teemahaastattelussa korostetaan ihmisten tulkintoja ja asioille antamia merkityksiä. Kun tutkimuksen lähestymistapa on kokemuksia painottava fenomenologis-hermeneuttinen suuntaus, niin teemahaastattelu on soveltuva menetelmä kerätä aineistoa. Puolistrukturoitu teemahaastattelu valittiin aineistonkeruun joustavuuden vuoksi. Tutkijana minulla oli käytössä selkeä haastattelurunko, jota pystyin noudattamaan. Toisaalta saatoin myös esittää tarkentavia kysymyksiä, joiden avulla haastateltavien tärkeiksi kokemia aiheita pystyttiin käsittelemään vieläkin tarkemmin. Aloittelevana tutkijana esimerkiksi syvähaastattelu olisi tuntunut haastavalta metodilta, sillä keskustelua olisi ollut vaikeampaa ennakoida ja jäsentää. Vaikka puolistrukturoidulla teemahaastattelulla on rajoituksensa, niin tähän tutkimukseen valinta oli luonnollinen.

Teemahaastattelussa edetään keskeisten, etukäteen valittujen teemojen ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten mukaisessa järjestyksessä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75). Haastatteluissa noudatettiin tarkasti haastattelurunkoa (Liite 4). Tässä tutkimuksessa oli kolme teemaa: alanvaihto, alku viestinnän työtehtävissä ja nykyinen viestintätyö. Nykyistä työtä käsiteltiin neljästä eri näkökulmasta: työn sisältö, journalistisen osaamisen soveltuminen, viestinnällisen osaamisen kehittäminen ja haastateltavan näkemykset tulevaisuudesta. Alanvaihdon teemasta kysyttiin syitä alanvaihtoon ja kuinka tyytyväisiä entiset journalistit ovat päätöksestään vaihtaa viestinnän puolelle. Alku viestinnän työtehtävissä -teemalla tarkoitetaan kuutta ensimmäistä kuukautta viestinnässä. Tästä teemasta haastateltavilta kysyttiin esimerkiksi, miten he kokivat osaamisensa soveltuneen uusiin tehtäviin pian alanvaihdon jälkeen. Nykyinen viestintätyö -teemassa kartoitettiin muun muassa haastateltavien kokemuksia viestintätyöstään ja sitä miten he ovat kerryttäneet viestinnällistä osaamistaan. Teeman viimeiselle osiolle oli haastavaa keksiä yhteistä nimitystä, sillä teeman alle lukeutuu erilaisia aihealueita muun muassa näkemys viestinnän ja journalismin suhteesta sekä näkemys omasta ammatti-identiteetistä. Kysymyksissä painottui selkeästi näkemys tulevaisuuteen, joten aihealueesta päädyttiin käyttämään nimitystä haastateltavan näkemykset tulevaisuudesta.

Haastattelut toteutettiin haastateltaville sopivissa paikoissa, kuten heidän työpaikoillaan. Kaksi haastattelua toteutettiin toimituksessa, jossa työskentelin kesällä 2017. Yhtä haastattelua jouduttiin siirtämään muutamalla päivällä ja lopulta haastattelu toteutettiin

Skypen välityksellä, sillä haastateltava ei ollut pääkaupunkiseudulla. Yksi haastattelu toteutettiin Helsingin yliopiston kirjaston hiljaisessa tilassa. Yksi haastattelu aloitettiin kahvilassa, mutta siirryimme haastattelun alkuvaiheessa haastateltavan työpisteelle viereiseen kortteliin. Useimmiten haastattelut toteutettiin haastateltavien työpaikoilla.

Haastattelut tallennettiin nauhurilla ja tabletin Voice Recorder -applikaatiolla. Nauhuri toimi jokaisessa haastattelussa moitteettomasti, joten tablet toimi vain varmennuskeinona. Ensimmäinen tutkimushaastattelu oli koehaastattelu, jossa testattiin haastattelurunkoa ja sitä millaista tietoa puolistrukturoidulla teemahaastattelulla voidaan saada. Haastateltavalle ei kerrottu, että kyseessä on koehaastattelu, koska en halunnut asetelman vaikuttavan haastateltavan vastauksiin. Litteroidun koehaastattelun perusteella haastateltavan kertomat asiat antoivat hyvin vastauksia tutkimuskysymyksiin. Näin ollen koehaastattelun aineisto otettiin mukaan tutkimusaineistoon. Yksi haastateltava lähetti sähköpostitse lisätietoja haastattelun jälkeen, sillä hän halusi tarkentaa kahta teemaa, jotka eivät nousseet esiin haastattelun yhteydessä. Lisäys oli relevantti, joten haastateltavan lähettämä sähköposti otettiin mukaan tutkimusaineistoon.

Tutkimushaastattelut litteroitiin sanasta sanaan heinä–syyskuussa 2017. Kahdeksan haastattelun litteroinnista kertyi tekstiä yhteensä 124 liuskaa pistekoolla 12 ja rivivälillä yksi. Kaikkiaan litteraateista kertyi tekstiä reilut 417 000 merkkiä. Muutamaa pidempää haastattelua lukuun ottamatta haastatteluiden kesto oli melko vakio. Lyhyin haastattelu kesti tunnin ja kuusi minuuttia, pisin puolestaan tunnin ja 46 minuuttia. Keskimäärin yksi haastattelu kesti tunnin ja 18 minuuttia.

Tässä vaiheessa on huomautettava, että tutkimusaineisto olisi voitu kerätä myös kyselylomakkeella, jolloin kyseessä olisi ollut määrällinen tutkimus. Teemahaastatteluilla kerätyn aineiston rajallisuus tulee vastaan tutkimustulosten yleistettävyydessä. Tällä tavalla kerättyä aineistoa ei voida yleistää koskemaan kaikkia suomalaisia entisiä journalisteja, jotka ovat siirtyneet viestinnän tehtäviin. Kyselylomakkeen avulla oltaisiin voitu kerätä yleistettävämpää tietoa, mikäli mahdollisimman moni viestintään siirtynyt entinen journalisti olisi vastannut kyselyyn. Näin olisi kuitenkin jäänyt merkittävä kohta huomioimatta – journalistien henkilökohtaiset kokemukset, joista monet haastateltavat puhuivat tarinanomaisesti. Seuraavassa kappaleessa esitellään tarkemmin tutkimukseen osallistuneita haastateltavia.

4.3.2 Tutkimukseen osallistuneet haastateltavat

Tutkimuksessa ei kerrota haastateltavien henkilöllisyyttä. Tutkimuskohteena ovat entiset journalistit, jotka kertovat kokemuksistaan alanvaihdosta ja nykyisistä viestinnän töistään. Anonymiteetin varmistaminen edesauttoi sitä, että haastateltavat puhuivat avoimemmin mahdollisista haasteista, joita he kohtasivat alanvaihdoin myötä. Seuraavassa luvussa 5 *Tutkimustulokset* esitellään tuloksia niin, että haastateltaviin viitataan numeroin: *Haastateltava 1*, *Haastateltava 2* jne. Numerot eivät vastaa tutkimushaastatteluiden järjestystä. Tutkimukseen osallistui neljä miestä ja neljä naista. Haastateltavat 1–4 edustavat naisia ja haastateltavat 5–8 puolestaan miehiä. Haastateltavista neljä työskentelee julkisessa organisaatiossa, kahdella on oma viestintäyritys, yksi työskentelee viestintätoimistossa ja yksi kolmannen sektorin viestinnässä. Haastateltavien joukossa ei ole ketään, joka työskentelisi yritysviestinnässä. Muutoin haastateltavat edustavat hyvin erilaisia viestinnällisiä organisaatioita.

| | Sukupuoli | Ikä | Organisaatio | Titteli |
|-----------------|-----------|-------|--------------|-------------------------|
| Haastateltava 1 | nainen | 31–40 | julkinen | tiedottaja |
| Haastateltava 2 | nainen | 41–50 | julkinen | viestintäsuunnittelija |
| Haastateltava 3 | nainen | 51–60 | yksityinen | johtava konsultti |
| Haastateltava 4 | nainen | 41–50 | oma yritys | viestinnän asiantuntija |
| Haastateltava 5 | mies | 51–60 | oma yritys | viestinnän asiantuntija |
| Haastateltava 6 | mies | 41–50 | julkinen | viestinnän asiantuntija |
| Haastateltava 7 | mies | 31–40 | yhdistys | viestintäpäällikkö |
| Haastateltava 8 | mies | 41–50 | julkinen | viestinnän asiantuntija |

TAULUKKO 4. Tutkimukseen osallistuneiden haastateltavien sukupuoli, ikäryhmä, organisaatio ja titteli haastatteluhetkellä heinä–elokuussa 2017.

Haastateltavilla oli haastatteluhetkellä monenlaisia työtehtäviä. Tiedottajana työskentelevä *Haastateltava 1* listasi työtehtävänsä näin: tiedotteiden kirjoittaminen, mediasuhteiden hoito, sisällöntuotanto sidosryhmätuotantoon ja markkinointiin, sosiaalinen media, viestinnän strateginen suunnittelu ja viestintäkoulutusten pitäminen. *Haastateltava 2* työskentelee henkilöstöviestinnässä, jossa hänen päätehtävänsä on henkilöstö- ja asukaslehden toimittaminen. Hän tuottaa myös sisältöä intranettiin sekä toisinaan tekee muita viestinnän tehtäviä, kuten hoitaa sosiaalista mediaa ja kirjoittaa tiedotteita. Johtavana konsulttina viestintätoimistossa työskentelevä *Haastateltava 3* tekee strategista viestinnän konsultointia ja suunnittelua, media- ja some-valmennuksia, kriisiviestintää sekä sisällöntuotantoa.

Omissa yrityksissään työskentelevät *Haastateltavat 4 ja 5* kertoivat työnkuvansa sisältävän muun muassa konsultointia, viestinnän suunnittelua, mediaviestintää, kampanjaviestintää ja viestinnän koulutusten pitämistä. Viestinnän asiantuntijoina julkisessa organisaatiossa työskentelevät *Haastateltavat 6 ja 8* kertoivat molemmat tekevänsä paljon ulkoista viestintää. Toinen haastateltava vastaa koko organisaation mediasuhteista ja yhden projektin viestinnästä. Toinen puolestaan tekee tiedeviestintää ja toimii lisäksi tiiminvetäjänä. Viestintäpäällikkönä yhdistyksessä työskentelevä *Haastateltava 7* kertoi monipuolisista työtehtävistään näin: viestintäjärjestelmien kehittäminen, verkkosivujen ylläpito, sosiaalinen media, tiedotteiden kirjoittaminen, erilaisten hankkeiden viestintäsuunnitelmat, tutkimusten julkaisu- ja painokuntoon saattaminen, sidosryhmäsuhteet ja mediakontaktit, viestintäkoulutusten järjestäminen sekä työntekijöiden sparraaminen ennen mediaesiintymistä.

Kaikilla haastateltavilla oli runsaasti journalistista työkokemusta. Vähiten kokemusta löytyi haastateltavilta, jotka olivat työskennelleet journalistina kuusi tai seitsemän vuotta ennen siirtymistä viestintään. Neljä haastateltavaa kertoi, että heillä on journalistista työkokemusta yli 15 vuotta. Kaikilla haastateltavilla on työkokemusta eri medioista, usein niin valtakunnallisista, maakunnallisista kuin myös paikallisista medioista. Yksi haastateltava vaihtoi viestintään vuonna 2005, toinen vuonna 2009. Loput haastateltavat vaihtoivat viestintään vuonna 2010 tai sen jälkeen. Näiden haastateltavien joukosta viimeisin henkilö siirtyi viestintään syksyllä 2016. Seuraavaksi tutustutaan tarkemmin aineistolähtöiseen sisällönanalyysiin, jonka avulla haastatteluaineistosta etsittiin vastauksia tutkimuskysymyksiin.

4.4 Aineistolähtöinen sisällönanalyysi

Tutkimuksen metodologisena kehyksenä toimii aineistolähtöinen sisällönanalyysi, jonka avulla luokitellaan ja analysoidaan haastatteluilla kerätty aineisto. Sisällönanalyysi tarkoittaa kirjoitettujen, kuultujen tai nähtyjen sisältöjen analyysia summittaisena teoreettisena kehyksenä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91). Tässä tutkimuksessa viitataan juuri kuultuihin sisältöihin, jotka on litteroitu sanasta sanaan.

Tutkimukseen valittiin aineistolähtöinen sisällönanalyysi, sillä pyrkimyksenä oli luoda tutkimusaineistosta kokonaisuus. Analyysiyksiköt eivät ole ennalta määriteltyjä, vaan ne valitaan tutkimuksen tarkoituksen ja tehtävänasettelun pohjalta. Tärkeää on, ettei aikaisemmillä havainnoilla, teorioilla tai tiedoilla tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä ole tekemistä päätelmien kanssa. Näin analyysi on aineistolähtöistä. Tutkimuksen fenomenologis-hermeneuttiseen lähestymistapaan sovelletaan usein tällaista analyysia. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95.) Kyseinen lähestymistapa soveltuu hyvin tutkimukseen, koska vastaavanlaista tutkimusta ei ole aiemmin tehty Suomessa. Tuomi ja Sarajärvi (2009) huomauttavat, ettei laadullisessa tutkimuksessa pyritä luomaan yleistyksiä, vaan pyrkimyksenä on keskittyä haastateltavien kokemuksiin. Tällainen kokemuksista kimpoava tutkimus on linjassa tutkimuksen lähestymistavan ja tutkimuskysymysten kanssa.

Aineistolähtöisen sisällönanalyysin toteuttamiseen liittyy haasteita. Ensinnäkin käytetyt käsitteet, tutkimusasetelma ja menetelmät ovat tutkijan asettamia ja vaikuttavat suoraan tuloksiin. Tutkijan täytyy pohtia, miten toteuttaa analyysi niin, että se tapahtuu tiedonantajien ehdoilla, eikä tutkijan omien ennakkoluulojen pohjalta. Fenomenologis-hermeneuttisessa perinteessä tutkija kirjoittaa auki omat ennakkokäsityksensä ilmiöstä. Analyysin aikana hän suhtautuu kriittisesti omiin ennakkoasetelmiinsa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 96.) Tutkijana ennakkokäsitykseni pohjautuivat omiin kokemuksiini, joita kuvasin johdannossa. Analyysia tehdessäni pidin mielessä ennakkokäsitykseni että journalistinen osaaminen soveltuu jossain määrin viestintään ja toimittajien kuva viestinnän kentästä on kapeampi kuin viestintä todellisuudessa onkaan. Tiedostin oletukseni läpi analyysiprosessin, jotta en olisi tulkinnut aineistoa omien lähtökohtieni pohjalta.

Analyysin alkuvaiheessa luin aineiston kertaalleen läpi, jotta pystyin tekemään siitä havaintoja ja poimimaan kiinnostavia kohtia. Varsinainen aineistolähtöinen sisällönanalyysi

toteutettiin Milesin ja Hubermanin mallin mukaisesti. Ensimmäiseksi aineistolta kysytään tutkimusongelman mukaisia kysymyksiä. Näin tunnistetaan asiat, joista ollaan kiinnostuneita juuri tässä tutkimuksessa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 101.) Tässä vaiheessa etsin aineistosta merkkejä tutkimuksen pääkysymyksestä ja kahdesta alakysymyksestä. Tuomen ja Sarajärven (2009, 101) mukaan aineiston virkkeet pelkistetään yksittäisiksi ilmaisuiksi. Tämän jälkeen ilmaisut luokitellaan joukoiksi, joissa on yhdistäviä tekijöitä. Löydetyille joukoille keksitään sisältöä kuvaavat nimet. Analyysi jatkuu yhdistelemällä samansisältöisiä alakategorioita toisiinsa, jotta niistä muodostuu yläkategorioita, jotka nekin nimetään. Lopuksi myös yläkategoriat yhdistetään yhdeksi kategoriaksi, joka kuvaa kaikkia osa-alueita. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 101.) Puolistrukturoitujen teemahaastatteluiden runko auttoi osaltaan jäsentämään kategorioita. Kolme eri kategoriaa muodostuivat pääkysymyksen ja kahden alakysymyksen kautta. Miles ja Huberman (1994) kuvaavat aineistolähtöisen sisällönanalyysin vaiheita näin:

- (1) Aineiston redusointi eli pelkistäminen
- (2) Aineiston klusterointi eli ryhmittely
- (3) Aineiston abstrahointi eli teoreettisten käsitteiden luominen

Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä ei pyritty luomaan uusia teoreettisia käsitteitä, joten siinä mielessä Milesin ja Hubermanin esittämä kolmas kohta ei päde tässä tutkimuksessa. Sen sijaan tavoitteena oli sanoittaa ja tehdä havaittua ilmiötä tunnetuksi. Pyrkimyksenä ei siis ollut teoreettisten käsitteiden luominen. Aineistoa kuitenkin redusointiin ja klusterointiin. Seuraavassa esimerkissä eritellään tutkimuksen pääkysymyksen, miten entiset journalistit kokevat osaamisensa soveltuvan viestinnän työtehtäviin, pelkistettyjä ilmauksia sekä ala- ja yläkategorioita. Selkeyden vuoksi tutkimuksessa puhutaan ala- ja yläluokista, joilla viitataan ala- ja yläkategorioihin. Pääluokka on kaikkia yläluokkia yhdistävä kokonaisuus. Tässä tutkimuksessa pääluokka tarkoittaa tutkimustulosten mukaista otsikkoa. Näin ollen tutkimustuloksista voidaan eritellä kolme pääluokkaa, sillä tutkimuskysymyksiä on kaikkiaan kolme. Alla kuvatussa esimerkissä aineistoa on redusoitu ja klusteroitu ensimmäisen tutkimuskysymyksen pohjalta. Tässä tapauksessa pääluokka on siis *Journalistinen osaaminen soveltuu pääosin hyvin viestintään.*

| Pelkistetty ilmaus | Alaluokka | Yläluokka |
|---|----------------------------------|--|
| <p>”Siinä journalistisessa työssä oppii niinku vaikka kirjottaminen ja ihan se et miten media toimii mistä on sit taas viestintäpuolella ihan älyttömästi iloa et median toiminta on aika selkeätä ja helpoo ymmärtää. Toi on telkkari se tekee näin. Toi on sanomalehti se tekee näin. Toi on uutinen siksi se on tommonen.”</p> <p>→ Haastateltavalla on käsitys siitä, miten media toimii.</p> | <p>Medialogiikan tuntemus</p> | |
| <p>”Kaikki tällaset kirjoitus, mitä nyt pitää laatia ja kirjottaa, ni se nyt tulee aika sillee helposti.”</p> <p>→ Haastateltava kokee kirjoittamisen itselleen luontevaksi.</p> | <p>Tiedon tuottamisen taidot</p> | <p>Journalistinen osaaminen soveltuu hyvin viestintään</p> |
| <p>”Itelläni on tietty jotain vahvuuksia just esim. tää mediapuoli mut kyl mä oon aika hyvä ihmisten kanssa. [...] Mä oon aika hyvä semmosessa vuorovaikutus-suhteessa. Ehkä semmonen myös et toimittajana kun on haastatellut niin paljon ihmisiä ni osaa sit myös varmaan lähestyä aika helposti.”</p> <p>→ Haastateltava kokee omaavansa hyvät vuorovaikutustaidot.</p> | <p>Vuorovaikutustaidot</p> | |

TAULUKKO 5. Esimerkki aineiston redusoinnista ja klusteroinnista tutkimuksen pääkysymyksen kohdalla.

4.5 Tutkimuksen eettisyys

Tutkimuksen tuloksilla on vaikutusta eettisiin ratkaisuihin, mutta myös eettiset valinnat vaikuttavat tutkijan työssään tekemiin ratkaisuihin. Tieteen etiikka perustuu juuri näihin eettisiin valintoihin, joita tutkija tekee tutkimusprosessin aikana. (Tuomi & Sarajärvi 2009,

125.) Tässä tutkimuksessa oli alusta lähtien selvillä, että tutkimukseen osallistuville haastateltaville taataan täysi anonymiteetti, mikä tarkoittaa, ettei heidän henkilöllisyyttään voida mitenkään yhdistää tai tunnistaa tutkimuksesta. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että haastatteluilla kerättävään aineistoon liittyy aina eettisiä valintoja, jotka otetaan huomioon tutkimuksen toteutuksessa. Haastateltaville luvattiin anonymiteetti jo siinä vaiheessa, kun heitä pyydettiin mukaan tutkimukseen (ks. Liite 2). Anonymiteetin säilyttämiseen tulee kiinnittää erityistä huomiota läpi tutkimusprosessin. Tutkimukseen osallistuminen pohjautuu aina vapaaehtoisuuteen. Tässä työssä vapaaehtoisuuden määritelmä täyttyi jo haastateltavien etsinnässä, sillä heitä pyydettiin Twitterissä itse ilmoittamaan kiinnostuksensa osallistua tutkimushaastatteluun. Myös molemmat twiitit poistettiin myöhemmin, jotta niiden kautta ei olisi voitu tunnistaa haastateltavia (ks. Liite 1). Tutkimukseen lisättiin kaksi henkilöä, joista toiselle esitettiin pyyntö sähköpostitse ja toiselle kasvokkain työhön liittyneen tapaamisen yhteydessä. Myös nämä haastattelut perustuivat vapaaehtoisuuteen. Tutkimuslupia ei kuitenkaan pyydetty kirjallisesti. Varsinaisessa tutkimuksessa anonymiteetin säilyttäminen taataan niin, että haastateltavista kerrotaan tietoja vain yleisellä tasolla: sukupuoli, ikäryhmä, organisaation tyyppi ja titteli. Työtehtävistä kerrotaan myös sen verran yleisesti, ettei haastateltavia voida tunnistaa tehtävien perusteella. Tutkimustulosten yhteydessä kerrotaan, kuka haastateltava sanoi mitään. Myös sitaatit on valittu niin, ettei niiden pohjalta voida jäljittää haastateltavien henkilöllisyyttä.

Eettiset valinnat liittyvät läheisesti myös tutkimuksen luotettavuuteen ja laatuun. Tutkijan on kiinnitettävä huomiota siihen, että tutkimussuunnitelma on tehty laadukkaasti ja että tutkimusasetelma on perusteltu sekä varsinainen raportointi on tehty huolellisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 127.) Tässä tutkimuksessa myös aineiston säilytykseen on kiinnitettävä huomiota. Litteroitu tutkimusaineisto tallennettiin vain tutkijan omalle henkilökohtaiselle tietokoneelle. Aineistosta lähetettiin sähköpostitse muutaman sivun ote tutkimuksen ohjaajalle luettavaksi. Muutoin aineistoa ei jaettu tai lähetetty eteenpäin. Tutkimuksen valmistuttua aineisto tuhotaan kokonaisuudessaan. Aineistossa on käsitelty alusta lähtien tutkimukseen osallistuneita henkilöitä koodeilla *Haastateltava 1*, *Haastateltava 2* jne. Näin myöskään aineistosta ei voida suoraan tunnistaa tutkittavia henkilöitä.

Suomen Akatemian tutkimuseettisissä ohjeissa korostetaan rehellisyyden, huolellisuuden ja tarkkuuden noudattamista tutkimustyössä, tulosten tallentamisessa ja esittämisessä sekä

tutkimuksen arvioinnissa. Lisäksi ohjeissa painotetaan, että tutkimuksen tulee olla suunniteltu, toteutettu ja raportoitu yksityiskohtaisesti ja tieteelliselle tiedolle asetettujen vaatimusten mukaisesti. Myös tutkimuksen rahoituslähteet on mainittava tutkimuksessa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 132–133.) Näiden kohtien arviointiin palataan tutkimuksen viimeisessä luvussa *6 Pohdinta*.

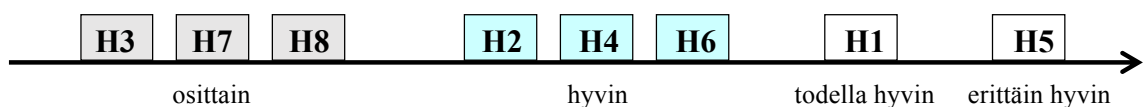
Seuraavassa luvussa esitellään tutkimustuloksia, joita aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla löydettiin. Tuloksia esitellään systemaattisesti tutkimuskysymysten mukaisessa järjestyksessä. Ensin vastataan tutkimuksen pääkysymykseen, miten journalistinen osaaminen soveltuu viestinnän työtehtäviin. Seuraavassa kappaleessa käsitellään ensimmäistä alakysymystä viestinnällisen osaamisen kerryttämisestä. Luvun viimeisessä kappaleessa käsitellään tutkimuksen toista alakysymystä, miten tutkittavien käsitykset viestinnästä ovat muuttuneet alanvaihdon myötä. Tulosten yhteydessä käytetään lainauksia haastatteluista. Tarkoituksena on ennen kaikkea havainnollistaa tutkimustuloksia lukijalle. Lainaukset on valittu tyypillisyyden ja tasapuolisuuden perusteella. Tutkimustuloksissa esiin nousseet havainnot pyritään kuvaamaan myös lainauksissa. Toisaalta lainaukset on valittu niin, että ne edustavat mahdollisimman monipuolisesti kaikkia tutkimukseen osallistuneita henkilöitä. Tältäkin osin tutkimuksessa pyritään noudattamaan hyvää eettistä tapaa.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa esitellään tutkimustuloksia tutkimuskysymys kerrallaan. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin perusteella voidaan sanoa, että entiset journalistit kokivat journalistisen osaamisensa soveltuneen viestintään pääosin hyvin, vaikkakin kokemukset olivat hieman vaihtelevia. Journalistisen osaamisen koettiin soveltuvan viestintään joko hyvin tai osittain. Useampi haastateltava koki osaamisensa soveltuneen hyvin tai todella hyvin kuin vain osittain. Viestinnällisen osaamisen kerryttäminen tapahtui alussa enimmäkseen tekemällä. Myös kollegoilta saatu oppi korostui haastateltavien vastauksissa. Myöhemmässä vaiheessa viestinnällistä osaamista on kerrytetty erilaisissa koulutuksissa ja viestintäalaa seuraamalla. Haastateltavilla on myös halua osallistua täydennyskoulutukseen. Entisten journalistien käsitykset viestinnästä monipuolistuivat alanvaihdon myötä. Kun viestintä nähtiin kokonaisvaltaisemmin osana organisaatiota, myös arvostus alaa kohtaan kasvoi.

5.1 Journalistinen osaaminen soveltuu pääosin hyvin viestintään

Haastateltavat kokivat journalistisen osaamisensa soveltuneen pääosin hyvin viestintään, mutta kokemukset olivat hieman vaihtelevia. Osaamisen soveltumisen kokemus riippui työtehtävästä. Johtavissa asemissa työskennelleet haastateltavat kokivat osaamisen soveltuneen vain osittain viestintään. Asiantuntija- ja tiedottajatehtävissä työskentelevät entiset journalistit kokivat osaamisensa soveltuneen hyvin tai todella hyvin. Viestintäyrittäjistä toinen kertoi osaamisensa soveltuneen hyvin, toinen erittäin hyvin. Yhden viestinnän asiantuntijan mukaan osaaminen soveltui vain osittain. Alla olevaan kuvioon on hahmoteltu haastateltavien kokemuksia journalistisen osaamisen soveltumisesta viestinnän työtehtäviin. Lyhenteillä viitataan haastateltaviin: H1 tarkoittaa *Haastateltavaa 1* ja niin edelleen. Samoja lyhenteitä käytetään lainauksissa läpi luvun.



KUVIO 4. Haastateltavien kokemuksia journalistisen osaamisen soveltumisesta viestinnän työtehtäviin.

Työtehtävien luonne vaikutti siihen, miten entiset journalistit kokivat osaamisensa soveltuneen viestinnän työtehtäviin. Esimerkiksi omassa viestintäyrityksessään työskentelevä *Haastateltava 5* tekee pitkälti töitä mediavalmennusten ja ulkoisen viestinnän parissa. Näin on luontevaa, että hän kokee osaamisensa soveltuvan erittäin hyvin viestintätehtäviin. Vastaavasti viestintäpäällikkönä työskentelevä *Haastateltava 7* kertoi työnkuvansa olevan erittäin monipuolinen. Hän vastaa muun muassa organisaation ulkoisesta ja sisäisestä viestinnästä, viestintäjärjestelmien kehittämisestä ja sidosryhmäviestinnästä. Haastateltavien kokemukset suhteutettuna heidän työtehtäviinsä voidaan tehdä johtopäätös, että journalistisen osaamisen koetaan soveltuvan heikommin mitä monipuolisempia tai strategisempia työtehtäviä entinen journalisti viestinnässä tekee.

Jos mun tehtävä olis hyvin paljon niiku vain ulkoinen viestintä, vain mediasuhteet. Jos olis vaikka joku iso ulkoinen tiimi ja sit siellä olis yhtenä palikkana muitten palikoiden joukossa tekemässä sitä yhtä tarkalleen määriteltyä sektoria ni varmaan se olis semmonen [...] mikä lähtis aika helposti. Mut nyt huomaa et kauheesti on tarvetta kaikenlaiselle [koulutukselle]. (H7)

Haastateltavat päätyivät vaihtamaan viestintään pitkälti mediamaiseman murroksen tuomista syistä. Journalismin tila nähtiin epätoivoisena ja surullisena, sillä toimittajilla ei ollut enää aikaa perehtyä juttuaiheisiin. Useat yt-kierrokset tuntuivat rasittavilta, eikä alan tulevaisuus näyttänyt positiiviselta. Kahdeksasta haastateltavasta kaksi irtisanottiin yt-neuvotteluiden seurauksena. Yhteistä alanvaihtajille oli halu vaihtaa juuri viestintään. Vain yksi haastateltava kertoi, että hän siirtyi viestintään vastuullisista syistä, jotta saisi säännöllisen päivätyön ja pystyisi näin vapauttamaan enemmän aikaa perheelleen. Kyseinen haastateltava oli ainoa, joka ei ollut täysin tyytyväinen päätökseensä vaihtaa viestintään. Kaikki muut kertoivat olevansa *todella, erittäin* tai *hirmu* tyytyväisiä alanvaihtoon.

Tyytyväisyys näkyi myös siinä, miten entiset journalistit kuvailivat nykyistä työtään: antoisaa, innostavaa, kiinnostavaa, miellyttävää, motivoivaa, monipuolista ja mukavaa. Ainoastaan vastuullisuussyistä viestintään siirtynyt haastateltava kuvaili työtään suunnittelupainotteiseksi. Hän oli ainoa, joka ei hihkunut tyytyväisyydestä. Toisin oli muiden haastateltavien kohdalla.

Tosi motivoivaa, innostavaa! Mä oon nytten toista vai kolmatta päivää loman jälkeen töissä. Ei ahistanu ollenkaa et arki alkoi [naurahtaa]. (H4)

5.1.1 Alussa osaamisen koettiin soveltuneen paremmin

Kun haastateltavilta kysyttiin, miten he kokivat journalistisen osaamisensa soveltuneen uusiin työtehtäviin ensimmäisen kuuden kuukauden aikana, oli kaikilla haastateltavilla osaamisensa soveltumisesta positiivinen kuva. Osaamisen kuvattiin soveltuneen uusiin tehtäviin joko *hyvin*, *todella hyvin*, *erittäin hyvin* tai *täydellisesti*. Haastateltaville painotettiin, että alulla tarkoitetaan juuri kuutta ensimmäistä kuukautta uusissa työtehtävissä.

Mun mielestä se [journalistinen osaaminen] soveltu todella hyvin, varsinkin ku mä pystyin painottaa sitä puolta mitä mä osasin. [...] Mulla painottu se lehti ja sit semmonen kirjottaminen et mä huomasin ihan selvästi, että se oli se vahvuus. (H2)

Se [journalistinen osaaminen] osui täydellisesti, koska se oli valtti, että juuri toimituksesta lähtenyt ihminen saattoi käytännön kokemuksen kautta antaa ihan ajantasaista tietoa siitä että millä tavalla toimituksissa ajatellaan ja millä tavalla toimittajat ylipäätään ajattelevat. (H5)

Erittäin hyvin itse asiassa [soveltui journalistinen osaaminen]. Tiedottajan työssä se on, se on puoliks journalismihommaa just tiedotteiden ja uutisten tekeminen. (H1)

Siis hyvin koska huomaan, että niitä kysymyksiä joita on esittänyt toimittajana, niin niitä esittää sit tavallaan täällä sisäisesti meidän asiantuntijoille, yhteistyökumppaneille. Itse asiassa tavallaan niiku yrittää tuoda niitä samoja asioita esille mut pikkasen eri keinoin mitä toimittajana. Tai ehkä keino on väärä sana, käyttää samoja keinoja, mutta se lopputulema on niiku eri. Et sä et teekään lehtijuttua, vaan sä mahdollisesti teet vaikka juuri sen viestintäsuunnitelman ja siitä sitten kehkeytyy erilaisia viestinnällisiä tuotteita. (H6)

Haastateltavat kokivat journalistisen osaamisen soveltuneen viestintään paremmin alussa kuin nykyisessä työssään haastatteluhetkellä. Viiden haastateltavan mukaan osaaminen soveltui alussa paremmin. Kolmen haastateltavan mielestä osaaminen soveltui alussa yhtä hyvin kuin nykyäänkin. *Haastateltava 2* kertoi osaamisensa soveltuneen alussa todella hyvin, mutta nykyiseen työhön osaaminen soveltuu vain hyvin. Puolestaan *Haastateltava 4* kertoi osaamisensa soveltuneen hyvin niin alussa kuin nykyisessä työssäänkin. Hän ei nähnyt muutosta journalistisen osaamisen soveltumisessa viestintään. Muutamassa vastauksessa korostui, että jo alussa journalistisen osaamisen koettiin soveltuvan enimmäkseen mediaviestintään, eikä niinkään muille viestinnän osa-alueille.

Ehkä siin kaikessa muussa viestinnällisissä tehtävissä ni ehkä tota siitä [journalistisesta osaamisesta] ei välttämättä ookaan ollu hyötyä ku markkinointikieli ja sit taas journalistinen kieli ne on hyvin erilaisia. Ni mie oon ite huomannu et aina välillä jos mie tuotan sisältöä johonki meidän mainokseen tai muuhun tällaseen, videotekstejä tai tämmöstä ni se ei välttämättä sit toimi samalla tavalla. Ni sit on joutunut vähän niiku tavallaan kääntää aivoja eri asentoon ku tekee eri asioita tässä tehtävässä. (H1)

Journalistisella kokemuksella pystyy hoitaa sitä mediaviestinnän siivua ihan todella hyvin. (H3)

Uusien työtehtävien joukossa oli helpompia ja haastavampia alueita ensimmäisen puolen vuoden aikana. Haastateltavat kertoivat mediaviestinnän, tiedotteiden kirjoittamisen ja tiedonhankinnan olleen helppoja työtehtäviä. Myös ymmärrys median toiminnasta ja perinteisen kysymysrunon tekeminen koettiin hyödyllisiksi taidoiksi.

Mä muistan et kaikki toi tollanen mediaviestintä ja tiedotteiden kirjottaminen ja sellanen oli niiku tosi iisiä ja hyvinki tunki olevansa siitä varmoilla vesillä. (H4)

Sisällöntuotantohan on luonnollista, niiku sen on oppinut journalistisessa työssä ja on oppinut ilmasemaan asioita selkeesti ja tiiviisti. [...] Myös niin että miten löytää siihen [tiedotteeseen] sellasen uutisellisen kärjen. Et jos sulla on iso tutkimus, jossa on monta tulokulmaa niin tota ymmärtäähän sen et siitä ei voi kaikkea sylkeä siihen tiedotteeseen, vaan pitää tehdä valintaa ja tämmöstä jotka osottautu sellaisiksi asioiksi, joita siinä organisaatiossa ei kauheesti niiku ymmärretty ja osattu, koska siellä ei ollu sitä journalistista kokemusta kauheesti. Niin ja sit myös semmonen taju siitä et erilaisia toimituksia kiinnostaa vähän erilaiset asiat, niin sekin oli tavallaan siellä semmosta mitä ei osattu ajatella, kun ei ollu sitä journalistista kokemusta. Mä toin niiku uutena semmosta ajattelua myös. (H3)

Ihan perusteellisen kysymysrunon tekeminen [oli helppoa]. Mietin, että mitä tuolta firmalta kannattaisi kysyä tai minkälaisia asioita toimittajana minä haluaisin tietää. No sehän oli just sitä mitä mä olin tehny kaikki ne vuodet eli ennakkotietojen kaivaminen esille. [...] Se oli ku ruisleipää tavallaan, osu suoraan siihen vanhaan ammattiin. (H5)

Ehkä helppoa oli niiku semmonen aika hyvä luottamus siihen et ymmärtää, miten media toimii ja tavallaan juuri se et pysty tuomaan sitä omaa asiantuntemustaan ja tota ymmärrystä sille joukolle ja erittelemään, mitkä asiat on sellaisia, mihin toimituksissa saatetaan kiinnittää huomiota ja mihinkä ei. (H6)

Haastateltaville oli alusta alkaen luonnollista pitää yhteyttä toimittajiin. Muutamat kertoivat, että he neuvoivat uusille kollegoilleen, miten toimittajiin kannattaa olla yhteydessä. Myös viestintäalan kollegat hyödynsivät entisten journalistien tietotaitoa. Esimerkiksi eräs haastateltava kertoi, että uudet kollegat pysyivät häntä oikolukemaan heidän tekstejään. Toinen haastateltava sanoi valokuvauksen ja sosiaalisen median taitojen olleen hyödyksi alussa. Erään haastateltavan mukaan uutispäällikön kokemuksesta oli hyötyä uusissa työtehtävissä, koska hän oli tottunut keksimään nopeasti ratkaisuja erilaisiin haasteisiin. Useampi haastateltava kertoi, että kyky muodostaa kokonaiskuvia on ollut hyödyksi viestinnässä. Myös sosiaaliset taidot painottuivat vastauksissa, kuten kyky tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa tai kyky lukea ihmisiä.

Mä osasin kuvata sen verran et se oli helppoa. Sit oli tämmöset somekanavat ja ihmisten ikään kuin, mulle oli varmaan aika helppo jutella ihmisten kanssa ja perustella sitä viestinnän merkitystä. (H8)

No ainakin toimittajiin yhteydenpito [oli helppoa] joka sit taas voi tuntua tai on itselle niiku itsestäänselvää mut sit taas huomaa et kollegoille se ei ollu ollenkaa itsestäänselvää. [...] Kollegat luetutti mulla paljon juttujaan ja tiedotteitaan. Just nimenomaan mielellään toivat mulle et hei voitko kattoo et onks tää sun mielestä hyvää tekstiä ja näin et sen tyyppisessä varsinki mua käytettiin paljon. Ja sit myös kysyäkseen et hei kuka toimittaja vois olla, kenelle tämmösestä kannattais vinkata. (H3)

Siinä auttoi aika paljon se et kun oli ne vuodet uutispäällikkönä, joka on kans vähän sellainen niinku äiti, et nyt tämä asia meni rikki tai mitä nyt tehdään. Sit sen uutispäällikön pitää vaan aika äkkii keksii jotain. (H7)

Siinä ehkä niiku ne toimittajan taidot et kykyä lukea ihmisiä, kykyä muodostaa kokonaiskuvia ni on kyllä ollu ihan avainasemassa. Hyvän pohjan se on antanut tälle työlle. (H6)

Vaikka moni entinen journalisti kertoi taustansa soveltuneen hyvin uusiin työtehtäviin, niin vaikeuksilta ei kuitenkaan vältytty. Useat haastateltavat kertoivat, ettei heillä ollut osaamista kaikkiin työtehtäviin. Esimerkiksi strateginen viestintä, viestinnän suunnittelu ja johtaminen sekä viestintäjärjestelmien käyttö osoittautuivat haasteellisiksi. Yrittäjäksi siirtynyt haastateltava kertoi, että asiakkaiden hankkiminen oli vaikeaa.

Mä olin ollu siinä kaks kuukautta tai jotain ku mulle sanottiin et mun tehtävänä on tehdä viestintästrategia. Ja mä muistan sen ku mä olin ihan sillee et häh, että mitä se, miten mä niiku voin jotenki. Se epävarmuus siitä et A en mä tiedä et miten semmonen tehdään ja B niiku miten mä voin tietää uutena ihmisenä et mitä sinne pitää laittaa. (H4)

Sit ajatellaan et ruvetaan tekee tällasta viestintäjärjestelmien kehittämistä, sisäistä viestintää tai muuta semmosta mistä ei oo mitään käsitystä et miten sitä tehdään tai se on niinku vieras maa ni se oli huomattavasti hankalampaa päästä siihen kiinni. (H7)

Olin uutissuunnittelussa tietysti lukenut esimerkiks tiedotteita 1000 kappaletta päivässä niiku otsikot mut tota ei mul ollu mitään sellasta osaamista et mitä on esimerkiks viestinnän suunnittelu, viestinnän johtaminen. (H8)

Myyminen, asiakkaiden löytäminen. Ensin tuota asiakkaiden kaivaminen esille ja sen jälkeen myyminen että osta multa aikaa, ammattitaitoa. Se oli ylivoimaisesti vaikeinta, se on edelleen vaikeinta. (H5)

Useampi haastateltava mainitsi, ettei heillä ollut tietämystä, mitä kaikkea esimerkiksi viestintäsuunnitelmaan tulisi kirjata ylös. Myös operatiivinen suunnittelu ja organisaation virkamiesmäinen viestintäkulttuuri koettiin haastaviksi. Eräs haastateltava kertoi, että tiedeviestintä oli hänelle kokonaan uusi toimiala. Hänen mukaansa oli haastavaa ilmaista tieteen asioista kansantajuisesti. Toinen haastateltava kertoi, ettei hänellä voinutkaan olla aluksi tietämystä, mitä esimerkiksi kampanjaviestintä tarkoittaa.

Ihan selkeesti huomasi ku ei oo kokemusta et minkäläistä, mitä asioita ois hyvä laittaa paperille sen [viestintäsuunnitelman] kokonaisuuden rakentamiseksi. [...] Kaikki sellanen niiku operatiivinen suunnittelu on niiku ehkä se, jota on joutunut opettelemaan ihan todella. (H6)

Siellä on totuttu hyvin sellaiseen virkamiesmaiseen et vaikka se ei oo viranomaisen ni siellä on totuttu sellaseen virkamiesmaiseen viestintään. [...] Mul oli se avoimuuden semmonen niiku se pitkä journalismin perintö, joka puoltaa sitä avoimuutta ja sellasta. Sit taas siellä oli totuttu enemmän sellaseen varovaiseen kulttuuriin, jossa niiku mieluummi kerrotaan vähän vähemmän. Et ei siksi et ois mitään salattavaa mut varmuuden vuoksi, se vaan on se kulttuuri. (H3)

Tieteellinen kieli ylipäättään ja sen purkaminen kansantajuiseks oli ehkä kaikkein haastavinta. Mut sit toisaalta se että et mun esimiehellä oli vähän sellainen asenne et viedään toi laiturinnokkaan, työnnetään sisään ja katotaan uiko se. Sit miut heitettiin aika moneen sellaseen tilanteeseen, jossa olin täysin mukavuusalueen ulkopuolella. [...] Vähän sellai et puntti tutis aina välillä. (H1)

Ehkä sit enemmän jos nyt jälkikäteen ajattelee ni ei tietenkään voinu ollakaan osaamista siitä, mitä kaikkea kampanjaviestintä tarkoittaa ni se on sitten karttunut siinä matkan varrella. Saatika sitten just toi tommonen strateginen viestinnän osaaminen tai viestinnän suunnittelu kohderyhmille. Se on ollu mulla aluksi hyvin tiedotuspainotteista se näkökulma. (H4)

Osa haastateltavista kertoi työmäärän tuntuneen alussa raskaalta. Kaksi haastateltavaa kertoi, että he olivat organisaatioidensa ainoat työntekijät viestinnässä. Toisen kohdalla viestinnän pesti perustettiin, kun haastateltava siirtyi organisaatioon. Varsinkin hänen vastauksessaan korostui työn kuormittavuus alussa.

Mun huoneen ovella oli välillä niinku kolme henkilöä jonossa et niil oli mulle asiaa. Toisaalta se oli kauheen hauskaa mut olihan se välillä sit aika kuormittavaa. [...] Tuntu et se työmäärä oli vaan välillä sellaista ihan lappamista, että siks just joku viestintästrategian valmistuminen kesti tosi pitkään. (H2)

Oli patoutunu semmosii juttuja et näit pitäis tehdä mut tietysti ku ei oo ollu tämmöstä työtehtävää ja sit se edeltäjä on ollu vähän aikaa pois ni tietysti tullu vähän sellasta et okei, kohta sitten. Se lause minkä jossain vaihees kuulin aika monta kertaa oli just se et ”no kato ku puhuttiin et sit ku se viestintäpäällikkö tulee ni sit tää asia tehdään.” (H7)

Vaikka alkuun kuului haasteita, niin lähes jokainen haastateltava mainitsi mediaviestinnän tuntemuksen omaksi vahvuudekseen. Entiset journalistit tunsivat median toimintalogiikan. He tiesivät, mikä menee mediassa läpi, miten tiedote rakennetaan ja miten toimituksissa työskennellään. Monet kertoivatkin alussa keskittyneensä nimenomaan mediaviestintään. Useampi haastateltava sanoi, että heillä oli alussa hyvin tiedotuspainotteinen näkökulma viestintään. Eräs haastateltava kertoi, että hänen toimittajataustansa arvostettiin myös rekrytoinnissa.

Mulla oli [...] aika paljon mediaviestintää ihan siinä alussa. Tietysti mikä oli ihan luonnollista tän mun mediataustan takia ni keskityin paljolti mediaviestintään. (H3)

Varsinki siinä ensivaiheessa ni mulla oli vahva tää mediaviestinnän näkökulma, koska tietenkin olin tullut sieltä toimituksesta ja se oli sitä ominta aluetta. (H6)

Mun esimies ja silloinen mun toinen kollega, meitä oli silloin kaks tiedottajaa, niin molemmat on entisiä toimittajia ja tota niille oli hirveen tärkeitä et tiedottajalla on toimittajatausta. (H1)

Entiset journalistit omaksuivat itselleen alussa tuottajan roolin. Koska he tunsivat mediaviestinnän hyvin ja olivat tottuneet kirjoittamaan paljon, niin tiedotteiden kirjoittaminen koettiin luonnolliseksi. Uusissa työtehtävissä oli myös haasteita, joten entiset journalistit keskittyivät tuttuun sisällöntuotantoon. Silti haastateltavat kokivat työtahdin huomattavasti hitaammaksi viestinnässä kuin toimituksissa. Useampi haastateltava huomasi jo heti alussa, että he tuottivat sisältöjä paljon vähemmän viestinnän puolella. Yksi haastateltava kertoi huomanneensa, että hänelle oli kertynyt osaamista, jota hän ei ollut tunnistanut osaamiseksi ennen alanvaihtoa.

Se työ oli tiedotteiden kirjottamista ja tämmöstä mikä on aika luontevaa tai helppoa, se ei oo kovin monimutkaista. Niin tota se on sitä mitä mä osaan tehdä valmiiks. (H7)

Se [journalistinen osaaminen] soveltu varmaan just tällasena niinkun tuottavana, tuottavaa työtä tekevänä hyvin. Mähän kirjoitin hyviä tiedotteita. [...] Heti alkuun oli hirveen helppo saada sellasia uutisia mitkä meni isosti läpi. [...] Aloin oikeestaan tuottajaks, laittamaan tavaraa ulos sieltä. (H8)

Mä tulin hektisestä uutistoimistotyöstä missä mä olin kirjottanut ehkä 15 sähköttä, sanotaan 10 juttua päivässä, eri mittasia tota noin laittanu oven kiinni ja aloittanu seuraavassa vuorossa puhtaalta pöydältä. Ni täällä se ku piti nopeesti reagoida johonki ni tutkijat sano et jos viiden päivän päästä me voitais kattoo tätä läpi ni sehän oli ihan uus maailma. (H8)

Vanhan kollegan kanssa, joka on myös siirtynyt toimituksesta viestintäpuuhaan, ni puhuttiin siitä, että yllättävän paljon tuli semmosia tuntemuksia et on sellasta osaamista, jota ei aikaisemmin ajatellut et se on osaamista. Se varmaan liittyy just siihen ku sä oot vuosikausia toimittajana ni kertyy semmosia, sä havainnoit hirveen paljon ja tiedät niitä lainalaisuuksia ja ei tuu enää ajatelleekskaan et nämä havainnot ja tää ymmärrys, miten asiat liittyy toisiinsa ni se on ihan arvokasta tietoa ja osaamista. (H6)

5.1.2 Journalistinen osaaminen soveltuu hyvin viestintään

Enemmistö tutkimukseen osallistuneista haastateltavista koki journalistisen osaamisensa soveltuneen hyvin viestinnän työtehtäviin. Kahdeksasta haastateltavasta viisi oli tätä mieltä. Heidän joukostaan kolme sanoi osaamisen soveltuneen hyvin, yksi todella hyvin ja yksi

erittäin hyvin. Heistä yksi työskentelee tiedottajan, yksi viestintäsuunnittelijan ja muut kolme viestinnän asiantuntijan nimikkeillä. Kolmen haastateltavan mukaan journalistinen osaaminen soveltuu osittain viestintään, mutta heidänkin vastauksissaan korostui piirteitä, miksi journalistinen osaaminen soveltuu hyvin.

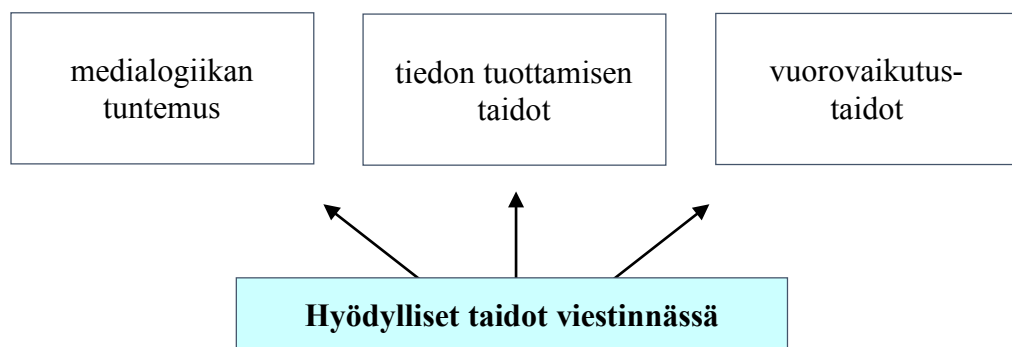
Tosi hyvin, siitä [journalistisesta osaamisesta] on ollu tosi paljon hyötyä [...] et pystyy voimakkaasti ja ammattitaitoisesti argumentoimaan sen et miks asioita kannattaa tehdä tietyllä tavalla ja pystyy selittämään vähän sitä journalistista ajattelutapaa. (H1)

Mun mielestä journalisteista voi tulla tosi hyviä viestijöitä. [...] Tavallaan ku sulla on se tietynlainen käsitys siitä et miten puheenaiheet syntyä tai miten ilmiöt syntyä tai sul on se luontainen tapa et sä osaat jotenki viestii luontevasti tai näin niinni se on hyvä pohja, sanotaan näin. Journalistinen osaaminen on hyvä pohja viestintään. Et ku viestintä niiku mä sanoin ei oo mitään rakettitiedettä et sä voit oppii hyvin nopeesti niitä tiettyjä perusasioita ja sit oppia tekemällä. (H4)

Näihin työtehtäviin mitä mä teen ni se [journalistinen osaaminen] sopii edelleenkin erittäin hyvin. [...] Olihan se ihan olennainen. Se on se kivijalka, minkä päälle mä oon rakentanu kaiken. Nyt tarkoitan journalismilla myös sitä, että näkee asioiden kokonaisuuksia ja pystyy arvottaa niitä keskenään, syy-seuraussuhteet ja niin sit sen ytimen löytäminen. Ihan perus journalistisia avuja, sille mä oon rakentanu koko tän oman liikeidean. (H5)

Hirveen hyvä tausta, koska tää [nykyinen viestintätyö] on yhteiskunnallista vaikuttamista. Ja nimenomaan journalisteilla on kuitenkin käsitys niistä kokonaisuuksista ja myöskin niistä mekanismeista, miten yhteiskunta toimii. Ja on myöskin opittu esittämään niitä tiukkojakin kysymyksiä. [...] Ihan päivittäisessä työssä huomaa sen et kun on toistakymmentä vuotta kysellyt työkseen tyhmiä niin sanotusti eli siis kyselet niitä peruskysymyksiä, joita jokaisen toimittajan, uteliaan toimittajan tulee kysyä. [...] Ni kyllähän ne on niitä mitä tänäkin päivänä tässä työssä tekee, että kysyy ihan peruskysymyksiä. (H6)

Haastateltavien vastauksissa korostui kolme taitoa, joista on erityisesti ollut hyötyä viestinnässä: medialogiikan tuntemus, tiedon tuottamisen taidot ja vuorovaikutustaidot. Seuraavaksi tuloksia käsitellään kukin taitoryhmä kerrallaan.



KUVIO 5. Journalistiseen osaamiseen kuuluvat taidot, jotka haastateltavat ovat kokeneet hyödyllisiksi viestinnässä.

Medialogiikan tuntemus painottui lähes jokaisessa haastattelussa. Entiset toimittajat tietävät, miten media toimii, mikä kiinnostaa toimituksissa ja miten toimituksissa ajatellaan. Heillä on myös tietotaitoa siitä, miten toimittajia kannattaa lähestyä. Muutaman haastateltavan mukaan tästä tietämyksistä on oltu hyvillään myös viestijöiden keskuudessa. Medialogiikan tuntemuksesta on ollut hyötyä, kun haastateltavat ovat prepanneet organisaation henkilökuntaa esimerkiksi ennen mediaesiintymistä televisiossa.

Tavallaan ymmärtää sen median toimintalogiikan ja viestijät niiku lähes poikkeuksetta joutuu tekee, on tekemisissä median kanssa. [...] Et se on niiku selkäytimessä et miten kannattaa lähestyy, minkälaisilla teemoilla, ketä kannattaa lähestyy, kannattaako soittaa perää, kannattaako kutsuu aamukahville, miten sä luot sitä verkostoo toimittajiin. (H4)

Se logiikka siellä taustalla on aika selvä ja sit pystyy myös ohjaamaan tutkijaa et just niinku vaikka tää telkkari et no se on telkkarijuttu, se on pari minuuttia, siinä on ehkä aikaa yhdelle, kahdelle sataselle. (H7)

On oltu hirveen hyvillään siitä et on joku, joka ymmärtää ja osaa ajatella sitä toimitusta ja median toimintalogiikkaa. (H6)

Tieto siitä et mikä esim. mediassa menee läpi. Siihen on aika vankka osaaminen. (H8)

Aivan kuten alussa niin myös nykyisessä työssään haastateltavat kokevat ulkoisen viestinnän ja erityisesti mediaviestinnän vahvuudekseen. Median kanssa on luonnollista ja helppoa toimia. Haastateltavat tunnistavat uutisia ja kirjoittavat tiedotteita sujuvasti. Eräs haastateltava vertasikin, että ulkoiseen viestintään hän keksii helposti juttuaiheita, mutta sisäiseen viestintään ei ole samanlaista ymmärrystä siitä, mistä pitäisi viestiä.

Median kanssa toimiminen on helppoo. Se on yksinkertaista. [...] Mä osaan kontaktoida helposti, musta on iisii ilmottaa tai linkata juttuja tai juttuvinkejä. (H8)

Kyllä mä löydän edelleenkin sen asian mikä kiinnostaa toimittajia ja luulen, että se kiinnostaa myös sitten suuria yleisöjä. Ihan niiku toimittajat tekevät työtään omille yleisöilleen ni kyllä mä uskon et mä edelleen olen samalla aaltopituudella, jolloin pyritään palvelemaan ja antamaan yleisölle mielenkiintoisia sisältöjä, juttuja, kuvia, laskelmia, mitä nyt onkaan. (H5)

Ulkoisen viestintä ni just se on helppoo huomata ku jotain tulee vastaa. Me käydään täällä jotain keskustelua ni heti hoksaa et hei tää on muuten sellainen asia mist vois kertoa ulospäin, täähän on kiinnostavaa. [...] Mut sit taas joku sisäinen viestintä [...] ni sieltä ei synnykään sellasta, ei oo selkeetä herätyskello sisällä et hei tää asia mist me just puhuttiin, täähän pitää viestiä sisäisesti. (H7)

Usealle haastateltavalle oli tullut yllätyksenä, ettei median toimintalogiikan tuntemus ole itsestäänselvyys viestijöiden eikä organisaation muidenkaan työntekijöiden keskuudessa. Eräs haastateltava kertoi käyttävänsä paljon työaika selittääkseen median toimintatapoja

esimerkiksi tiedoteprosessin yhteydessä. Haastateltavat kokivat hyödylliseksi tietämyksensä median toimintatavoista. Tämän tietämyksen he ovat tuoneet mukanaan viestintätyönsä.

Se on ollu mullekin vähän yllätys, ehkä johtuu siitä et ite on ollu niin kauan sillä alalla et jotenki on aatellu et kylhän ihmiset tajuaa et miten media toimii mut ei ihmiset oikeesti tajua. Mie käytän tosi paljon aikaa siihen et mie selitän et mikä on median toimintalogiikka, miten toimittajat toimii, mitkä on median oikeudet, mitkä on haastateltavan oikeudet, miten kannattaa niiku asioita esittää ja tällasta. (H1)

Vähän sellai itsestäänselvyys et kaikkihan tän ymmärtää et miten tää asia et joku median toiminta ja se logiikka ni miten toimitukset toimii. Ni oon huomannu et ei sitä kauheen moni tiedä yhtään et miten ne toimii [...] miten journalismi toimii, mitkä ne peruspykälät niiku on. (H7)

Seuraavasta ryhmästä, tiedon tuottamisen taidoista, korostui erityisesti kirjoitustaito. Entiset toimittajat kokevat hyödylliseksi sen, että he osaavat karsia ja fokusoida kirjoittamistaan. Erilaisten tekstien ja sisältöjen tuottaminen koettiin pääsääntöisesti helpoksi. Erityisesti tiedotteiden kirjoittamisen helppous korostui vastauksissa. Asukaslehteä toimittava *Haastateltava 2* kertoi perinteisen lehtityön olevan edelleen helppoa.

Miun työ on pääsääntöisesti kirjottamista ni tota siitä on tosi paljon hyötyä sit siihen. Ni se et tässä työssä siitä journalistisesta taustasta on tosi paljon hyötyä et se auttaa karsimaan ja se auttaa fokusoimaan sitä omaa kirjottamista. (H1)

Tekstin tuottaminen on helppoa ja luontevaa enimmäkseen. (H3)

Ehkä sen perinteisen lehtityön [koen helpoksi] että mulla on siihen jo sen verran sitä rutiinia niinku siihen et aina se lehti tulee. [...] Mä oon tosi nopee tekemään tarvittaessa, tosi nopee kirjottaa, tosi nopee hankkiin tietoo just tällaset mitkä on niinku toimittajille melkein itsestäänselvyksiä ja muille ihmisille ne ei todellakaan oo. Sit just siinä tiedon selkeyttämisessä ni osaan ajatella lukijaa, sitä vastaanottajaa. Jotenki arvostan sitä oikeen tiedon välittämistä ja nopeeta tiedon välittämistä. (H2)

Muutama haastateltava mainitsi, että he kirjoittavat tiedotteita kuin uutisia – tämä oli osoittautunut toimivaksi keinoksi. Toinen haastateltava kertoi, että journalistisen kokemuksen myötä hän osaa lähteä liikkeelle itse asiasta, eikä organisaation tavoitteista.

Nyt ku mie kirjotan tiedotteita tai uutisia ni mie kirjotan ne hyvin pitkälti ku jos mie oisin uutistoimituksessa ja mie saisin sen juttuaiheen. Ja se toimii todella hyvin. Että mie ku oon tosi paljon median kaa tekemisissä ni mie saan paljon toimittajilta kiitosta siitä, että niissä miun teksteistä et niille ei tarvii hirveesti tehdä mitään et ne tulee aika silleen valmiina tekstinä. Ni siin mielessä journalistin taustasta on ollu hirveesti hyötyä. (H1)

Se että mä sit toimittajana opin kirjottaa sähkösen ni se on ollu mulle paras. Jos jotain niiku mä suosittelisin jokaiselle tiedottajalle ni STT:n tyylikirja. Se on ollu parasta se et osaa rakentaa kärjen ja osaa lähteä liikkeelle asia edellä, eikä organisaatio edellä. Ymmärtää et pitää olla kiinnostava. (H8)

Muista tiedon tuottamisen taidoista monet korostivat taitoa erottaa olennainen epäolennaisesta. Eräs haastateltava hyödyntää tätä taitoa tilanteen hallinnassa, sillä hänen on helppoa nähdä tilanteen kokonaiskuva ja neuvoa asiakasta tekemään oikeita ratkaisuja. Journalistinen osaaminen on auttanut myös tiedonhankinnassa, asioiden pitämisessä yksinkertaisina ja tiedon selkeyttämisessä. Eräs haastateltava mainitsikin, että hän uskaltaa aina esittää kysymyksiä, kun ei ymmärrä jotain asiaa.

Mun on helppo hahmottaa kokonaisuuksia ja tavallaan olennaisuuksia epäolennaisuuksista. Varsinkin jos asiakkaalla on jotenki kriisi päällä tai se on jotenki hämmennyksen vallassa ni mulle on yllättävän helppoa se et mä katon sitä tilannetta ja sanon et hei täs on nyt niiku tää ja tää ja nyt sun kannattaa tehdä näin ja tota älä tee. Tavallaan semmoinen tilanteen hallinta ni mä koen sen yllättävän helpoksi. Ja mun mielestä siinä on just nimenomaan sillä journalistisella kokemuksella tosi suuri arvo, koska toimittajan työssä on oppinu nopeesti erottamaan olennaisen epäolennaisesta. (H3)

Mua kiitellään paljon siitä et mä oon sellanen et mä pystyn selkeesti tuomaan ratkaisuja. Mä pystyn siinä tilanteessa kuuntelee, keskittyy ja miettii et mikä tuossa tilanteessa olis hyvä toimintamalli. (H4)

Osaan ehkä pitää asiat tarpeeksi yksinkertaisina. Ehkä siinä kans toimittajan kautta se et haluu jotenki ymmärtää et mistä tässä on kyse ku jotkut muut pystyy puhuu johtoryhmässä diipadaapa ni uskaltaa kysyä sen et eikö keisarilla ole vaatteita -kysymyksen et mistä tässä on kyse ja haluaisin ymmärtää sen. (H8)

Kolmantena ryhmänä nousivat esiin vuorovaikutustaidot. Toimittajina työskennellessään haastateltavat olivat tottuneita tapaamaan paljon erilaisia ihmisiä. Näiden kokemusten kautta osa haastateltavista kokee, että heidän on helppoa lähestyä ihmisiä. Monet mainitsivat, että heillä on hyvät vuorovaikutustaidot ja he tulevat hyvin toimeen erilaisten ihmisten kanssa. Muutama kertoi olevansa luonteeltaan sosiaalinen. Yksi haastateltava kertoi hyödyntäneensä radiossa kertynyttä esiintymistaitoa, kun hän pitää viestintäkoulutuksia organisaation muille työntekijöille.

Mä oon aika hyvä semmosessa vuorovaikutussuhteessa. Ehkä semmonen myös et toimittajana kun on haastatellut niin paljon ihmisiä ni osaa sit myös varmaan lähestyä aika helposti. Täällä on joskus jotkut kakinu sitä et pitäisi rehtorin kanssa jotain, mikä on ollu musta täysin absurdia. (H8)

Mä oon aika hyvä ihmisten kanssa niiku mä oon tosi sosiaalinen. (H4)

Nyt niiku puhutaan suoraan ihmisille radiossa ni tässä työssä sitten ku joutuu esiintymään näissä viestintäkoulutuksissa esimerkiksi. [...] Tavallaan semmoseen itsensä tai asiansa selkeesti ja ytimekkäästi esittämiseen [on ollut hyötyä journalistisesta osaamisesta]. (H1)

5.1.3 Journalistinen osaaminen soveltuu osittain viestintään

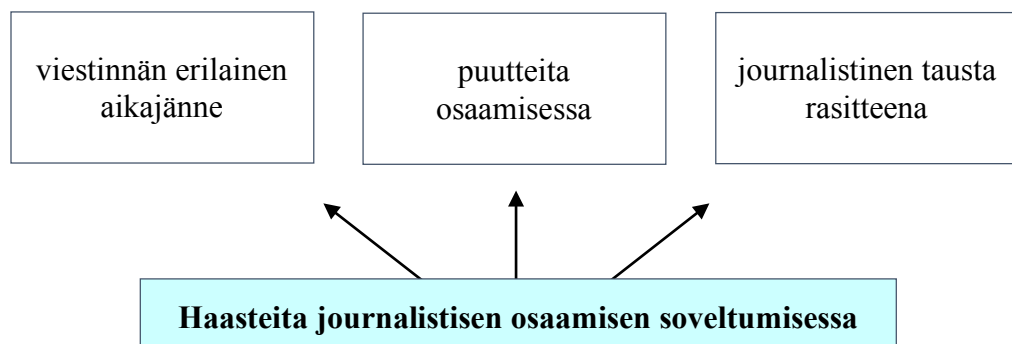
Kolmen haastateltavan mukaan journalistinen osaaminen soveltuu vain osittain viestintään. Heidän mukaansa osaamisesta on ollut erityisesti hyötyä ulkoisessa viestinnässä. Vaikka kolmen haastateltavan näkemys erosi selkeästi muista, niin muiltakin haastateltavilta tuli merkkejä viestinnän osa-alueista, joita ei ole voinut hoitaa pelkällä journalistisella osaamisella.

No kyl se niiku hyvin, niiku osittain, tiettyihin tehtäviin. Varsinki just ulkoiseen viestintään. (H7)

Mun mielestä journalistinen kokemus täydennettynä viestinnän koulutuksella ni se on hyvä yhdistelmä. [...] Mut ihan rehellisesti sanottuna mä ihmettelen et miten pärjää viestintäjohtajina journalistit, joilla ei oo viestinnän koulutusta? Koska mä ainakin ite koin et multa meni, mul meni noin neljä vuotta viestinnän töissä ennen ku mä tajusin et mun työkalupakki on vajaa. Et mä en pysty tekemään näitä töitä, niiku vaativampia viestinnän töitä pelkällä journalistisella kokemuksella. (H3)

Sit iso puute on ollu [...] se että mitä viestintä ylipäättään on? Et se on jotain muuta ku tota noin mediasuhteiden hoitamista. (H8)

Haastatteluissa tuli esiin kolme selitystä, miksi journalistinen osaaminen soveltuu vain osittain viestintään. Ensinnäkin viestinnän ja journalismin erilainen aikajänne on aiheuttanut haasteita alanvaihtajille. Viestinnässä prosessit ovat usein hitaampia. Haastateltavat olivat tottuneet journalismissa siihen, että päivän päätteeksi jutut useimmiten valmistuivat ja seuraavana päivänä työskenneltiin uusien aiheiden parissa. Viestinnässä harvoin on tilannetta, että kaikki projektit olisivat samaan aikaan valmiita. Entiset journalistit ovat havainneet myös puutteita osaamisessaan viestinnän työtehtävissä. Erityisesti strateginen viestintä on koettu haastavaksi. Kolmas syy on journalistinen tausta, joka on joillekin haastateltaville tuonut mukanaan rasisitteita.



KUVIO 6. Haastateltavien kokemuksia journalistisen osaamisen soveltumisen haasteista viestinnässä.

Monet haastateltavat korostivat, että viestinnässä aikajänne on aivan erilainen. Asioita suunnitellaan usein tiimeissä, jolloin projektit vievät aikaa. Asiat eivät myöskään valmistu yhtä nopeasti kuin journalismissa. Siinä missä toimittaja on tottunut tekemään jutun päivässä tai kirjoittamaan useita sähkeitä päivän mittaan, niin viestinnässä projektit voivat viedä aikaa kuukausia. Projektipainotteisessa työssä myös työtehtäviä on useimmiten aina kesken.

Ne on niin paljon pidempiä ne prosessit et jos suunnitellaan jotain tyyliin [organisaation teemapäivän nimi]. Alotetaan maaliskuussa ja [teemapäivä] on marraskuussa. Ni tota tavallaan jos marraskuussa on sellai et noni, sainpas jotain aikaiseksi ni se on aika pitkä se vuosi, vaikka siinä koko ajan on niiku muitakin töitä. (H3)

Sen on huomannu että kun on näitä pidempiaikasia juttuja ni siinä ehkä vähän rasittaa se oma tausta päivittäisuutisoinnin tekijänä, koska siinä on tottunu sellaseen niinku hyvin lyhytjäteiseen et aamulla alotetaan jotain, illalla se on valmis. Kiitos ja näkemiin. Ja kun nää voi kestää kuukausi tolkulla ni siinä sitä opettelee et tämä ei valmistu tänään. Mä en saa tätä tänään valmiiks, vaikka mä kuinka niinku vääntäisin. (H7)

Viestijänä sun pitää tottuu siihen et sulle vyöryy koko ajan niitä töitä joka suunnasta ja sun pitää osata itse priorisoida, missä järjestyksessä sä niitä teet. Sun pitää tottuu siihen et sä saat päivän aikana kaheksaa projektia millin verran työnnettyä eteenpäin. Ei niiku välttämättä oo sellasta isoo edistystä päivän aikana. Eikä sulla koskaan oo se pöytä tyhjänä et se on ollu sellanen iso ajattelutavan muutos. (H4)

Alussa haastateltavat omaksuivat itselleen tuottajan roolin. Entisillä toimittajilla on ollut vaikeuksia irrottautua tuottajan roolista ja ottaa aikaa suunnitteluun. Entinen journalisti oli aikaisemmissa töissään ennen kaikkea tekijä. Hän sai aamulla juttuaiheen, jonka oli oltava tiettyyn hetkeen mennessä valmiina. Journalismissa suunnitteluun varattiin huomattavasti vähemmän aikaa kuin viestinnässä. Osa haastateltavista kuvaili olevansa toisinaan lyhytjäteisiä ja kärsimättömiä.

Pointti ei oo siinä et organisaatio haluais sitä nopeemmin tai kukaan vaan se tulee ittelle semmonen niiku tuska siitä et miks tää ei nyt oo, miks näitä kertyy tähän ja sit ku on monta yhtä aikaa. (H7)

Käytännön toteutus eli se tiedotteen kirjottaminen tai se sosiaalisen median postauksen tekeminen ni se käytännön toteutus on yleensä huomattavasti helpompaa ku esimerkiksi suunnittelu. (H1)

Journalisti on niin hirveen asiakeskeinen tavallaan. Et on aina syöksymässä suoraan siihen substanssiin heti kiinni ja jää siihen. Et on ehkä vaikee irtaantua siitä toteuttajan roolista ja ottaa vähän etäisyyttä ja vähän mieltä ensin et mitä kaikkia asioita ja ulottuvuuksia tässä asiassa onkaan ennen ku niiku rupee tekemään. Tarve saada valmista. (H3)

Semmonen tietty kärsimättömyys välillä. Että kun toimituksessa kuitenkin on totuttu et sulla on lähetykseen tietty aika tai jutun deadlineen on tietty aika ni sit se että kun joskus asiat lähtee venymään ja kestää ja kestää ni sit tavallaan ehkä se mihin ei ole totunut ni se aiheuttaa kyllä kärsimättömyyttä. (H6)

Viestinnässä entiset journalistit ovat joutuneet opettelemaan, ettei aina tarvitse kiirehtiä suorittamaan tai konkreettisesti tekemään. Muutama haastateltava kertoi, että suunnittelun merkitys tuli opittu vasta erehdyksen kautta. Jos he olisivat heti alussa ottaneet aikaa suunnitteluun, niin lopputulos olisi valmistunut mutkattomammin. Osa haastateltavista koki, että haasteet strategisessa viestinnässä ja suunnittelussa saivat heidät kiirehtimään itse toteutuksen pariin. Tärkeintä oli saada jotain aikaiseksi, jolloin tekemisen tavoite saattoi jäädä toissijaiseksi. Moni koki myös omien töiden priorisoinnin haastavana. Koska työtehtäviä oli useimmiten monia päällekkäin, haastateltavien täytyi opetella, missä järjestyksessä niitä olisi järkevintä tehdä.

Joitain asioita kannattaa ensin vähän miettiä pidempään enne ku alkaa tehdä jotain asiaa, koska sit huomaa et niin jos mä oisin silloin alkuun miettiny vähän pidempään ni nyt mun ei tarteis kolmatta viikkoo paikkailla [naurahtaa] sitä hommaa jälkikäteen et mitäs sitä olikaan tässä tekemässä ku olis alkuun uskaltanu ottaa aikaa vähän enemmän. Tää on varmaan just sellainen mikä on opetettava asia. Journalismissa ei enää ollu aikaa. (H7)

Sit se on sellasta ryntäilyä suoraan siihen tekemiseen ja keinoihin ja kanaviin. Tehäks video? Joo tehään! Mut kukaan ei miettiny et kenelle se video on tai mikähän se viesti siinä on tai miten se niinku tukee mitään organisaation viestinnällisiä tavoitteita. (H3)

Työn priorisointi on haastavaa mulle. [...] Toimittajana on ikään ku tekijätyyppi ja on just niin hyvä ku se edellinen juttu. Et nyt pitäisi niin paljon suunnitella ja tehdä ikään ku vähemmän. (H8)

Entiset journalistit havaitsivat myös puutteita ja haasteita osaamisessaan. Strategisen viestinnän tuntemus oli yleisin puute, johon puolet haastateltavista oli törmännyt. Entiset journalistit kokivat strategisen suunnittelun haastavaksi, koska he eivät esimerkiksi tienneet, mitä kaikkea viestintäsuunnitelmaan pitäisi kirjata ylös. Toinen haastateltava oli kohdannut tilanteita, joissa hän ei tiennyt, mitä hänen tulisi konkreettisesti tehdä. Vaikka joillekin strateginen viestintä oli haasteellista, niin muutama haastateltava koki sen vahvuudekseen.

Strategisen suunnittelun puolella siellä on paljon sellasii asioita, joita mie en vieläkään osaa ajatella siinä vaiheessa ku mie teen sitä viestintäsuunnitelmaa vaikka jollekin hankkeelle. Vaikka mie tiedän et mitkä asiat pitää ottaa huomioon ni sit jos mun esimies kattoo sen läpi vielä jossain vaiheessa ni sit se toteaa et tässä ei oo muuten huomioitu asiaa X. Ja sit oon sillee et aaaa, okei, en ees tienny et se pitäis huomioida. (H1)

Pelkällä toimittajakokemuksella ja -koulutuksella ei voi tehdä kauheen niiku strategisia viestinnän töitä. Se on se pääoppi, jonka mä oon tässä vuosien aikana oppinu. [...] Viestinnän strateginen suunnittelu ni se on mulle vieläkin haastavaa. (H3)

Mulla on paljon annettavaa just niiku strategisessa viestinnän suunnittelussa. Tavallaan ku on toiminut hyvin erilaisten toimijoiden kanssa silloin lehtimiehenä. [...] Mä huomaan et mulla on paljon itselläni annettavaa, ymmärrystä sinne omaan porukkaan miten niiku ne eri toimijat joillakin julkisilla kentillä tietyn aihepiirin parissa toimii. (H6)

Strategisen viestinnän lisäksi haastateltavat mainitsivat monia yksittäisiä asioita, jotka he olivat kokeneet haasteellisiksi: sosiaalisen median kanavista muun muassa Twitterin käyttäminen, sähköisten kanavien tehokas käyttö, akateemisen ja viestinnällisen maailman yhteensovittaminen, sidosryhmäviestintä, sen ymmärtäminen mikä kiinnostaa ulkopuolisia ja journalistisen osaamisen päivittäminen, kun työskentelee viestinnässä.

Ehkä jotku somekanavat on [haasteellisia]. Jotenki se että pystyisin tarpeeksi tehokkaasti käyttää niinku kaikkia sähköisiä kanavia, sähköisiä työvälineitä. (H2)

Kaikkein haastavinta koko ajan on ollu se akateemisen maailman ja viestinnällisen maailman yhteentörmäys. (H1)

Haastavaa on pysytellä tällä tiellä koko ajan. Onhan se ilmiselvää että kun tekee yhden tai kahden tai kolmen firman kanssa läheisesti työtä, niin hämärtyy se perspektiivi et mikä onkaan tärkeää, suurta, merkittävää ulkopuolisten silmissä. (H5)

Semmonen et mikä on tullu vasta pikkuhiljaa et osaa mieltä et älä mieli pelkästään mitä se toimittaja haluaa, vaan täällä on sidosryhmäpuoli ja nämäkin. Hekin haluaisivat varmasti jotakin viestintää ja se on semmonen mikä ei tuu luonnostaan. (H7)

Se [on haastavaa] että osaa ikään kuin päivittää sitä omaa journalistista osaamista niiku tältä [viestinnän] puolelta pöytää. (H8)

Journalistinen tausta toi rasitteita muutamalle haastateltavalle. Eräs haastateltava oli kipuillut avoimuuden kanssa. Hän haluaisi viestiä mahdollisimman avoimesti, mutta organisaation puolelta ei aina haluta kertoa kaikkea. Toinen haastateltava kertoi havainneensa kipupisteitä ammattien välillä. Esimerkiksi hänen suorutensa oli toisinaan aiheuttanut hämmästyä organisaation sisällä. Yksi haastateltava mainitsi, että alussa hänen työssään painottui medianäkyvyyden merkitys. Jälkeenpäin ajateltuna haastateltava koki, että hän keskittyi alussa liikaa tiedottamiseen ja omien viestien saamiseen läpi mediassa.

Se semmonen niinku vimattu halu siihen kaiken tiedon kertomiseen. [...] Kun kaikkee ei haluta kertoa. Joskus mä tiedän et mitä ei sais kertoa, mut useimmiten sitä ei kerrota myöskään meille viestijöille et meillä on vaan se taju siitä et nyt ei kerrota ihan kaikkee. (H2)

Mie en tiedä, onko tää nyt ehkä haitta mut mie oon huomannu sen että tota semmonen tietty journalistinen suoruus aiheuttaa vähän kulmien kohottelua. [...] No ei se ehkä oo haitta siinä mielessä et se ei oo varsinaisesti estänyt miun työtä mut siellä on sellasii voisko sanoo kipupisteitä siinä et miten mie oon tottunut toimittajana työskentelemään versus et miten mie työskentelen nyt niiku tämmösessä työssä. [...] Tutkijat aina haluis kertoo enemmän ja analyttisemmin ku mikä toimii medialle. (H1)

[Haittana] varmaan et on korostunut ikään kuin se et varsinkin aiemmin pitänyt jotenkin tärkeempänä saada näitä juttuja mediaan. Se on niiku ollu semmosta vanhakantaista tiedottamista. (H8)

Eräs haastateltava toi esiin havainnon, että journalisteihin liitetään vahvoja negatiivisia stereotypioita, mikä puolestaan on vaikeuttanut toimeksiantojen solmimista viestinnässä. Vaikka osa haastateltavista koki journalistisen taustan tuovan rasitteita, niin muutamat korostivat, ettei journalistisesta osaamisesta ole ollut mitään haittaa viestinnässä.

Haittaa ei ole ollut, mutta ehkä tämmösten stereotyyppien, ennakoasenteiden kaatamiseksi on joskus pitänyt nähdä vähän vaivaa. (H5)

Ei siit [journalistisesta osaamisesta] kyl mitään haittaa oo. Kyl se on enemmän niin että noitten toimijoiden piirissä missä mä toimin ni ne arvostaa ihan hirveesti sitä et on se ymmärrys mediasta. [...] Se on viestijälle sellanen suuri, suuri plussa et sulla on se journalistinen osaaminen ja se ymmärrys siitä mediatyöstä. (H4)

5.2 Viestinnällistä osaamista kerrytettiin eri keinoin

Haastateltavat kertoivat monista eri keinoista, joilla he ovat kerryttäneet viestinnällistä osaamistaan. Vastausten joukosta erottui kaksi suuntaa: alussa opittiin tekemällä ja kollegoilta, myöhemmin osallistuttiin erilaisiin koulutuksiin. Kaikki haastateltavat erittelivät keinoja, joilla he olivat kerryttäneet osaamistaan. Huomionarvoista on, että erilaisista viestintäkoulutuksista haastateltavilla oli lähes pelkästään positiivisia kokemuksia. Kukaan ei kuitenkaan osallistunut koulutuksiin ensimmäisen puolen vuoden aikana viestinnän työtehtävissä, vaikka useampi olisi kokenut koulutuksen tarpeelliseksi myös silloin. Varsinkin alussa entisten journalistien keskuudessa painottui itsenäinen oppiminen yrityksen ja toisinaan erehdyksen kautta. Haastatteluhetkellä kukaan ei myöskään kokenut olevansa valmis viestijä. Yhtä lukuun ottamatta kaikki muut kokivat täydennyskoulutuksen tarpeelliseksi. Muutamat haastateltavat mainitsivat viestinnän muuttuvan jatkuvasti, joten myös omaa osaamistaan on päivitettävä aika ajoin.

5.2.1 Alussa opittiin tekemällä ja kollegoilta

Kyl tää on vähän samantyyppinen ku tota aikoinaan toimitukseen tuleminen et hypätään kylmään veteen ja ryhdytään tekemään. (H6)

Viestinnän asiantuntijana työskentelevä *Haastateltava 6* tiivistää, miten hän monien muiden tavoin koki viestinnällisen osaamisen kerryttämisen uusissa työtehtävissä ensimmäisen puolen vuoden aikana. Kahdeksasta haastateltavasta kuusi sanoi tekemällä oppimisen olleen tärkein keino opetella viestinnän työtehtäviä. Yksi haastateltava kertoi, ettei hänellä ollut aluksi muita vaihtoehtoja, koska hän siirtyi journalismista pieneen organisaatioon tekemään viestintää vain muutaman kollegan kanssa. Toinen haastateltava korosti, että hän omaksui uusia työtehtäviä koko ajan tekemällä ja toimeen tarttumalla.

Tekemällä. Se oli sikäli myöskin haastavaa ku se oli niin pieni organisaatio ni siinä ei ollu ketään, joka olis ohjannu tai keltä ois saanu kauheesti kysyä. Okei yks niistä tai toinen kahesta muusta ihmisestä oli ollu siinä aiemmin tiedottajana et se oli vähän sellanen taustatuki mut oli pakko paljon itse tehdä ja oppia siinä samalla. (H4)

Se oli hyvin sellaista itsenäisesti tekemistä ja sit virheistä oppimista. (H1)

Kyllä se [viestinnällinen osaaminen] kehitty jo siinä ku koko aja joutu omaksumaa paljon uudenlaisia taitoja ja sellasta et nyt tää pitääkin kattoo tätä kautta. (H7)

Alussa työmäärän kuormittavaksi kokeneet haastateltavat kertoivat, ettei heillä ollut muuta mahdollisuutta opetella viestinnän työtehtäviä kuin tekemällä. Heillä ei ollut aikaa käydä koulutuksissa tai miettiä, miten osaamista voisi lähteä kehittämään. Muutkin entiset journalistit kohtasivat uudessa työssään monia tehtäviä, joita he opettelivat tekemällä. Näihin tehtäviin voidaan laskea muun muassa sosiaalisen median käyttäminen ammattimaisesti, markkinointikielen haltuunotto ja erilaisten infotilaisuuksien järjestäminen sekä niiden streamaaminen.

Sillon en varmaan ehtinyt oikeen muuta ku tota tekemällä [kehittämään omaa viestinnällistä osaamista]. (H2)

Someosaamiseen ei riittäny enää se et osaan käyttää Facebookia yksityiselämässä, vaan pitää opetella se analytiikka ja se mikä on se liiketoimintamalli siinä takana. [...] Myös sen markkinointikielen oppiminen ni seki tuli vaan sitä kautta et sitä tekee. (H1)

Alussa korostui myös oppiminen omalta viestintätiimiltä. Kollegat neuvoivat entisiä journalisteja esimerkiksi viestintäjärjestelmien käytössä. Ulkomailta toimittajana työskennellyt haastateltava kertoi, että hän sai kollegoiltaan apua kielioppivirheisiin, joita

teki suomen kielessä palattuaan Suomeen työskentelemään viestinnässä. Viestintäyrittäjäksi siirtynyt haastateltava kertoi mentorin olleen erittäin tärkeässä roolissa. Häneltä haastateltava sai oppia siitä, miten asiakkaisiin kannattaa olla yhteydessä. Yksi haastateltava huomautti, että kollegoilta oppi jatkuvasti työskennellessään heidän kanssaan.

Meidän kollegat viestintätiimissä näytti et tälleen tää järjestelmä toimii. Sit rupes vaan tekemään ja sen oppi. (H1)

Mun mentorini oli mukana hyvin tiiviisti. Me tehtiin todella paljon yhteistyötä keskenämme monta vuotta. Ni seurasin, miten hän tekee. Meillä oli yhteisiä projekteja, niin olin mukana, kun hän otti kontaktia asiakkaisiin, kuuntelin häntä ja puhuttiin keskenämme ja tsempattiin toisiamme. Mietittiin et millä tavalla pitäis omat asiat esittää, niin että ne herättää kiinnostusta. (H5)

Sen verran laajaa osaamista tässä omassa tiimissä et tavallaan sellasta jatkuvaa koulutusta tuli vierihoidon. (H6)

Muutama haastateltava mainitsi, että he lukivat jo alussa erilaista viestintäalan kirjallisuutta. Ennen kaikkea alkuvaiheessa oppiminen oli kuitenkin hyvin pitkälti itsenäistä tekemistä ja oppimista omista virheistään siinä samalla. Kukaan haastateltava ei osallistunut viestinnän koulutuksiin ensimmäisen puolen vuoden aikana. Ajan puute oli muutaman haastateltavan syynä, sillä työtehtäviä oli niin paljon, ettei heillä ollut aikaa edes etsiä tietoa koulutuksista.

Mä muistan et mä oon lukenut jotain Juholinin kirjaa viestinnän strategiasta ja jotain tällasta strategisesta viestinnästä. Mut aika lailla itse oppien ja varsinki tekemällä. (H4)

No ilman muuta olis ollu tarvetta [koulutukselle] jos vaan olis ollu aikaa tota niin ni lähtee sellasella kurssille. Mutta mulla ei vaan ollu aikaa sellaselle kurssille siinä vaiheessa ees kauheesti etsii sitä tietoo. [...] Se oli vähän ehkä hunningolla tai oli tosi hunningolla. (H2)

Kukaan haastateltava ei osallistunut koulutuksiin ensimmäisen puolen vuoden aikana. Heidän kokemuksensa koulutuksen tarpeellisuudesta vaihtelivat. Monien työtehtävät keskittyivät alussa pitkälti mediaviestintään, joten siihen he eivät kokeneet tarvitsevansa koulutusta. Yksi haastateltava arveli, ettei koulutus olisi ollut hänelle ammatillisesti hyödyllistä. Toisen mukaan aika meni organisaation substanssin haltuunotossa. Hänen mukaansa tiedottajan töitä pystyi hyvin tekemään pelkällä toimittajataustalla.

Niin kauan ku toimii tiedottajana ku sun työtä aika pitkältä ohjaa esimies ni ei välttämättä [ole tarvetta viestinnän koulutukselle] et tota mun mielestä toimittajapohjalla pystyy aika pitkälti tekee sitä. Mut sit heti ku mennään vähän strategisempaan toimintaan et täytyis tehdä enemmän strategista suunnittelua, viestinnän suunnittelua ni sit kyllä [on tarvetta koulutukselle]. (H3)

Haluaisin sanoo et ei [ollut tarvetta koulutukselle]. [...] Ehkä se ois helpottanu vähän sitä jännitystä tässä työssä et vähän niiku auttanu siihen, mut emmie usko et se ois varsinaisesti ammattitaidollisesti ollu välttämättä hyvä, toki riippuu koulutuksesta. (H1)

Ensimmäinen puoli vuotta meni sen substanssin haltuunottoon et siin vaiheessa en vielä varmaan ruvennu mitenkää kehittää sitä viestinnällistä puolta. (H3)

Joo [olisi ollut tarvetta koulutukselle]. Toisaalta mä oisin ehkä silloin ajatellu et mä osaan jo kirjottaa näitä tiedotteita et tää on se mun homma niiku syöttää medialle näitä juttuaiheita ja se on siinä. (H8)

Moni haastateltava koki, että heillä olisi ollut tarvetta koulutukselle myös ensimmäisen puolen vuoden aikana. Koulutus olisi nopeuttanut viestinnällisten asioiden omaksumista ja näin helpottanut uusia työtehtäviä. Yrittäjäksi siirtyneellä haastateltavalla oli kuitenkin kiire saada oma liiketoiminta pyörimään. Hänestä tuntui mahdottomalta ajatukselta irrottaa aikaa itsensä kouluttamiseen. Toinen haastateltava sanoi, ettei alussa osannut lähteä kehittämään viestinnällistä osaamistaan. Muiden haastateltavien lailla hän oli maksanut itselleen tuottajan roolin uudessa työtehtävässään. Hän koki tuottavuuden ja suorittamisen tärkeämmäksi kuin oman viestinnällisen osaamisen kehittämisen.

Joku ihan perussetti muistutuksena et mitä joku tapahtumaviestintä voi pitää sisällään just niiku operatiivisen viestintäsuunnitelman osalta olis voinu auttaa jäsentämään asioita. (H6)

Jälkikäteen ajatellen olis ollut tarvetta [koulutukselle] mut sit oli sellainen hätä ja hyvä mieli siitä et nyt pitää saada oma liiketoiminta pyörimään niin et pankkitilille tulee rahaa, niin se tuntui kovin vieraalta, kovin kaukaiselta, jopa mahdottomalta [osallistua koulutukseen]. (H5)

En mä osannu oikeestaan lähteekään [kehittämään viestinnällistä osaamista] et mä suoritin ja ikään kuin kirjoitin. Kirjoitin niitä tiedotteita, kuvasin, rakensin jotain intrasivuja eli tein tämmöstä ikään kuin hyvin tuottavaa duunia. (H8)

Varsinki silloin alkuun et sit oppii ku tekee. [...] Nyt on ollu vähän enemmän et ton asian koulutus et oikeesti pitää käydä jossain tunneilla et ei tää pelkästään sillä mee et istuu ja yrittää ite. Se on paljon tehokkaampaa ottaa se lyhyt koulutus ja sit osata. (H7)

5.2.2 Viestinnän koulutukset ja alan seuraaminen keskiössä

Haastateltujen entisten journalistien viestinnällisen osaamisen kehittäminen on muuttunut työvuosien mittaan. Nyt osaamisen kehittäminen nähdään tärkeänä kohteena, johon halutaan laittaa aikaa. Haastateltavat ovat kerryttäneet osaamistaan pääsääntöisesti käymällä erilaisissa koulutuksissa ja seuraamalla viestintäalaa. Koulutuksista on saatu uudenlaista intoa kehittää omaa viestintäosaamistaan. Kaksi haastateltavaa kehitti osaamistaan

opiskelemalla yliopistossa viestintää: toinen suoritti viestinnän maisteriohjelman, toinen viestinnän ja johtamisen 30 opintopisteen kokonaisuuden. Maisteriohjelman suorittanut haastateltava on käynyt myös vajaan vuoden kestävän viestintäpäällikkökoulutuksen.

Haastateltavat ovat osallistuneet monipuolisesti lyhyempiin viestinnän koulutuksiin. Eniten osaamista on haettu sosiaalisen median ja strategisen viestinnän koulutuksista. Sosiaalisen median osalta haastateltavat ovat opetelleet muun muassa sen käyttöä ja siihen liittyvää strategista ajattelua sekä analysointia ja mittaamista. Haastateltavat ovat osallistuneet monipuolisesti myös kirjoituskoulutuksiin. Esimerkiksi suomen kielen, oikeakielisyyden ja selkokielen kurssit nousivat esille. Yksi haastateltava kertoi olleensa kiinnostunut viron kielestä, minkä hän on kokenut hyödylliseksi myös nykyisessä työssään. Haastateltava ei käytä viroa työkielenään, mutta kielen opiskelu on antanut intoa kirjalliseen tuotantoon.

Yksittäisistä kursseista esiin nousi valokuvaukseen, taittoon, kriisiviestintään ja markkinointiin liittyviä viestintäkoulutuksia. Yksi haastateltava kertoi opiskelleensa fasilitointitekniikoita eli työkaluja siihen, miten ryhmistä saadaan uusia ideoita irti. Muutama haastateltava mainitsi käyneensä organisaationsa omissa, sisäisissä koulutuksissa.

Yleisesti ottaen viestinnän koulutuksiin oltiin varsin tyytyväisiä. Koulutusten myötä haastateltavien työskentelystä on tullut suunnitelmallisempaa. Myös ajattelu esimerkiksi sosiaalisesta mediasta on laajentunut ja ammattimaistunut. Monet kertoivat saaneensa koulutuksista intoa, ideoita ja merkityksellisyyttä työhönsä. Haastateltavien mukaan he oppivat koulutuksissa käyttämään uusia työkaluja ja tekniikoita. Moni koki, että heidän kielellinen ilmaisunsa on rikastunut erilaisten koulutusten myötä.

Se [somekoulutus] autto ajattelemaan sosiaalista mediaa paljon laajemmin ja myös ehkä vähän ammattimaisemmin. (H1)

Se [koulutus] tuo siihen tekemiseen parhaimmillaan uusia ideoita, järkevyyttä ja sellaisia esimerkiksi työkalut, tekniikat et sä pystyt niiku niin. En mä osaa sanoa tarkemmin. Mut ne tuo sulle tavallaan osaamista lisää. (H4)

Mä jotenkin koen et se [koulutus] rikastuttaa mun kieltä ja niinku osaamista. (H2)

On se [markkinointikoulutus] auttanut sille et taas muistutus siitä et näitä asioita olis hyvä pitää mielessä. (H7)

Haastateltavat saivat koulutuksista tukea omille näkemyksilleen, mikä osaltaan vahvisti heidän kokemuksia omasta osaamisestaan. Myös verkosto-oppiminen nousi haastatteluissa esille. Yksi haastateltava tosin kertoi, että koulutusten laatu on vaihdellut.

Siinä oli semmosta verkosto-oppimista plus teki kyl itsetunnolle ihan hyvää sillä tavalla et tajusin et mä oon ihan hyvä tässä työssä mitä mä teen. (H8)

Vaihtelevasti. Siellä on ollu hyviä ja huonoja koulutuksia. Osa on ollu tosi brillianttia, osa on osottautunu kovin kevyeksi. (H5)

Haastateltavat ovat suorittaneet koulutuksia pääosin työajallaan. Vain yksi haastateltava mainitsi, että hän on käynyt koulutuksista yhden työajalla, muut joko vapaa-ajalla tai lomalla. Haastateltavien viestinnällisen osaamisen kehittäminen on muuttunut alusta. Vain yksi haastateltava mainitsi, että hän kehittää edelleen osaamistaan tekemällä, kuten työskentelemällä kansainvälisten projektien parissa. Vastaavasti vain yksi haastateltava mainitsi, että hän oppii edelleen kollegoiltaan. Alussa muutama haastateltava kerrytti viestinnällistä osaamistaan lukemalla. Nyt huomattavasti useampi mainitsi kehittävänsä osaamistaan lukemalla alan kirjallisuutta ja blogeja.

Mun koulu on ollut aika paljon sekä siitä lähipiiristä oppimista mutta myöskin näiltä kumppaneilta oppimista. Ei tää rakettitiedettä oo et kyl se niiku toimittajan peruskysymykset vie aika pitkälle. Mitä täs tavotellaan? Miksi tätä tavotellaan? Miten? Siis ihan peruskysymyspatteristo vie kyllä yllättävän pitkälle. Työkalut löytyy sitten. (H6)

Mä oon yrittäny todella hyvin hyödyntää mun kollegoiden osaamisen ja et meillä on aina joskus tietyissä tilanteissa sellain et joku verkkoviestijöistä opastaa johonki uuteen somekanavaan. (H2)

Koulutusten lisäksi vastauksissa korostui kaksi piirrettä: alan seuraaminen ja aktiivinen osallistuminen erilaisiin tapahtumiin. Useat haastateltavat mainitsivat seuraavansa viestintäalan webinaareja. Haastateltavat kertoivat myös seuraavansa sosiaalisessa mediassa viestintätoimistoja ja yksittäisiä viestijöitä pysyäkseen mukana viestinnän valtavrassa.

Seuraan paljon webinaareja, aina kun mahdollista viestintään, sosiaaliseen mediaan liittyvää. [...] Sit tosi paljon seuraan esimerkiks viestintätoimistoja sosiaalisessa mediassa siitä, miten he tekee asioita. (H1)

Luen alan kirjallisuutta, pyrin pysymään mukana siinä valtavrassa mitä viestintä tällä hetkellä tarkoittaa ja minkälaisia uusia avauksia sillä puolella tapahtuu. (H5)

Osallistutaan webinaareihin sekä kotimaisiin et kansainvälisiin jonkun verran. (H3)

Haastateltavat kertoivat osallistuvansa melko aktiivisesti erilaisiin viestinnän tapahtumiin, kuten seminaareihin ja yhdistysten vuosittaisille päiville. Tiedeviestinnän ja markkinoinnin tapahtumat kuin myös kuuluminen ammattijärjestö ProComiin nousivat myös esille.

Mä yritän joka vuosi osallistua yhteen viiva kahteen johonki koulutukseen. Sitten seuraan alaa, luen blogeja tai osallistun alan tapahtumiin, kuulun viestinnän ammattilaisten ProComiin, jossa on erilaisii tota myöskin tämmösiä ilmasii tapahtumia, joihin voi osallistua. Sit niiku seuraamalla tavallaan ulkomaisia keissejä ja blogeja, lukemalla kirjoja. Tavallaan jotenki elämällä siinä viestinnän aallossa mukana. (H4)

Keskustelen viestijöiden kanssa sosiaalisessa mediassa, kyselen ihmisiltä paljon, käyn eri tapahtumissa, viestinnän ja markkinoinnin tapahtumissa mutta sitten myös niiku tiedeviestinnän tapahtumissa. (H1)

Nykyisin mulle on ollu kaikkein parhaimmat noi Julkisen alan tiedottajien yhdistyksen vuosittaiset päivät. Siellä on ehkä niinku julkisen alan viestinnän uusimman tuulet ja siihen liittyvä osaaminen. (H2)

Kirjallisuuden ja blogien lukeminen kuin myös alan yleinen seuraaminen on tapahtunut enimmäkseen haastateltavien omalla ajalla. Tosin webinaarien seuraaminen jakoi haastateltavia: osa tekee sitä työajalla, osa vapaa-ajalla. Vuoden verran viestinnässä työskennellyt *Haastateltava 7* kertoi, että hän on vasta nyt alkanut hahmottaa, millaisissa koulutuksissa hänen pitäisi käydä. Ajatus on linjassa näkemykseen, mikseivät viestijät käyneet koulutuksissa uudessa työssään ensimmäisen puolen vuoden aikana. *Haastateltava 7* kertoi, ettei hänellä ollut aiemmin tietoa, minkälaisia koulutuksia hänen olisi hyvä käydä. Journalistinen kokemus on vieraannuttanut haastateltavan ajatuksesta, että työn ohella voisi käydä koulutuksissa, sillä hänen mukaansa journalismissa ei ollut enää aikaa kouluttautua.

Journalismissa on käyny sillee vähän kans et resurssit on heikentyny [...] niin et ei oo kauheesti enää tarjolla mahdollisuuksia kouluttautua muuta ku ehkä niiku omalla ajalla. [...] Ei tuu ajatelleeksi sitä, että hei kyllähän maailma voi sillee toimia et työnantaja järjestää sulle koulutusta joihinki asioihin. [...] Siin on ehkä alkanu ajatella vähän sellai hassusti monista asioista et ei ehkä niiku enää näe et niin periaatteessa työelämässä vois toimia näinki. Ahaa, et voi mennä kouluttautuu? Mut sehän maksaa! Niin? [nauraa] (H7)

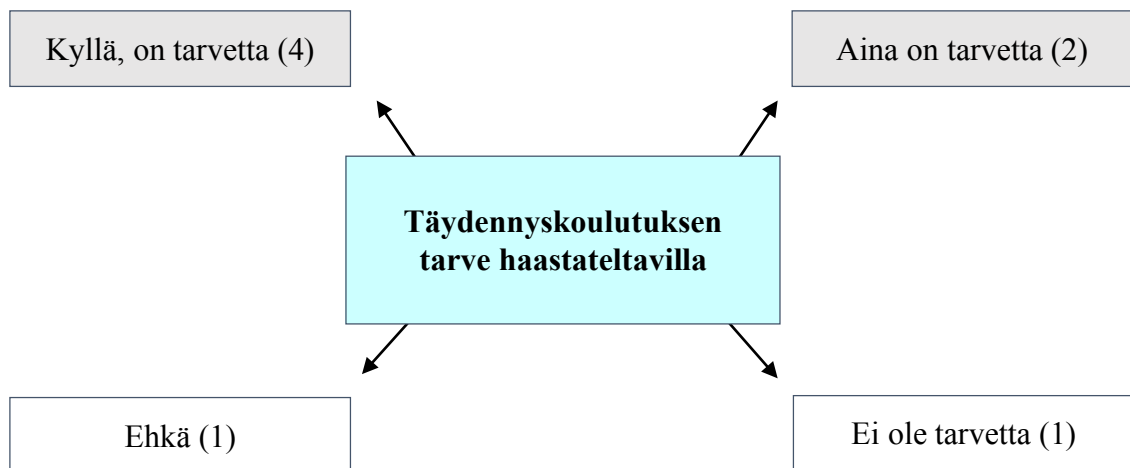
Nyt enemmän tässä kevään ja kesän aikana vähän ruvennu rakentaa sellasta ideaa et millasia koulutuksia mun pitäis saada. (H7)

Koulutukset ja viestintäalan yleinen seuraaminen ovat lisänneet entisten journalistien viestinnällistä ammattitaitoa. *Haastateltava 8* kiteytti koulutuksista saadun hyödyn näin:

Mä olen tyytyväisempi viestijä nykyisin ehkä tän ammattitaidon kehittymisen myötä ku aikasemmin. Enkä pidä sitä [viestintää] ikään kuin jotenki alisteisempänä [journalismiin verrattuna]. (H8)

5.2.3 Täydennyskoulutus koetaan edelleen tarpeelliseksi

Haastateltavilla oli pitkälti sama kokemus täydennyskoulutuksen tarpeellisuudesta. Kuusi haastateltavaa sanoi tarvitsevänsä täydennyskoulutusta. Heistä kaksi korosti, että koulutukselle on aina tarvetta. Yksi haastateltava puntaroi, tarvitseeko hän koulutusta vai ei. Juuri viestinnän ja johtamisen opintokokonaisuuden suorittanut haastateltava kertoi, ettei hänellä ole tällä hetkellä tarvetta täydennyskoulutukselle.



KUVIO 7. Haastateltavien kokemukset täydennyskoulutuksen tarpeellisuudesta.

Yksi haastateltava toi esiin relevantin näkökulman termistä täydennyskoulutus. Hänen mukaansa raja ammatillisen koulutuksen ja alan trendien seuraamisen välillä ei ole selkeä. Tässä tutkimuksessa täydennyskoulutuksella viitataan kaikkeen koulutustoimintaan, kuten esimerkiksi yliopisto-opintoihin, muutaman kuukauden kestäviin kursseihin ja muutaman tunnin kestävään viestintäkoulutukseen.

Varmasti on [tarvetta täydennyskoulutukselle]. Mun mielestä viestintä kehittyy koko ajan niin kauheesti et ilman muuta pitää pitää sitä ammattitaitoa yllä tavalla tai toisella. Ja siinäkin on vähän se et mikä on ammatillista koulutusta ja mikä on alan trendien seuraamista ni sekin on vähän semmonen veteen piirretty viiva et me ilman muuta seurataan et mitä maailmalla tapahtuu ja käydään kansainvälisissä seminaareissa ja näin ni sehän on koko ajan myös niiku oman ammattitaidon kehittämistä. Mutta ei ehkä sellaista virallista täydennyskoulutusta kuitenkaan. (H3)

Kaksi haastateltavaa toi esille, että heidän mukaansa työelämässä on aina tarvetta koulutukselle. Asioita on aina hyödyllistä kerrata, vaikkei koulutuksessa oppisikaan välttämättä uusia sisältöjä. Toinen vastaaja kertoi, ettei hän koe olevansa valmis viestijänä, sillä aina on tarvetta kehittää omaa ammattitaitoaan.

Aina varmasti on joitain tiettyjä asioita mitä nyt vähintään kannattaa käydä kertaamassa. Ja sit mä näen myös koulutuksissa sen arvon, että niiku jos sä oot vaikka puolipäivää jossain koulutuksessa ni vaikket sä saa sieltä hirveesti mitään uutta ni se että sä niiku näät jotenki et sä oot niiku oikeilla jäljillä tai saat vahvistusta siihen et näinhän mä oon itsekin tehny. Jos sä saat kaks, kolme uutta ideaa tai ajatusta ni se on jo tosi hyvä ja riittävä. (H4)

Aina sitä on [tarvetta täydennyskoulutukselle]. [...] En uskalla sanoa olevani valmis, enkä uskalla sanoa, että jostakin osa-alueesta en kaipaisi lisätietoja. Pikemminkin päinvastoin. (H5)

Täydennyskoulutuksen tarpeelliseksi kokevilla haastateltavilla oli erilaisia tarpeita koulutuksen suhteen. Yksi haastateltava toivoi saavansa koulutusta nykyaikaisesta intrasta ja viestinnän käytännön tilanteista. Toinen sanoi tarvitsevansa esimieskoulutusta. Eräs haastateltava toi esille kiinnostuksensa viestinnän teoreettisista opinnoista ja viestinnän tulevaisuuden pohtimisesta. Monipuolisen työnkuvansa vuoksi yksi haastateltava sanoi, että hänellä olisi tarvetta monenlaiselle koulutukselle.

Kyllä varmaan [on tarvetta täydennyskoulutukselle] tota niinku intranetin tekemistä ja nykyaikaisen intran tekemistä ni varmasti mun täytyy opetella. [...] Nyt toivoisin, että olisi tarjolla sellaista koulutusta, jossa voisi pohtia erilaisia viestinnän työn käytännön tilanteita, eikä vain peruskoulutusta tai viestintäpäällikkökoulutusta. (H2)

No on varmasti [tarvetta täydennyskoulutukselle]. Et ku nää tehtävät on niin monipuolisia niin et se varmaan riippuis just siitä et minkälainen se tehtävä olis. [...] Voisin kuvitella et jossain vaiheessa esimieskoulutustakin tai sen tyyppistä et miten ollaan esimies, koska siis uutispäällikön ei tarvinnu olla esimies, vaan se oli vaan työnjohtaja. (H7)

No joo siis, kyl [on tarvetta täydennyskoulutukselle]. Varmaan niiku jossakin vaiheessa kiinnostais ehkä pikkasen hakee sellasta niiku vahvempaa teoreettisempaa selkänöjää ja toisaalta sitten taas niiku ehkä kaipaa sellasta aikaa et ehtis katsoo et mitä on tulossa ja tekeillä ja mitä kaikkee on olemassa. (H6)

Yhden haastateltavan mukaan hänellä voi olla tarvetta täydennyskoulutukselle riippuen siitä, millaista koulutusta on tarjolla. Haastateltavaa kiinnostaisi opiskella viestinnän suunnittelua ja viestinnän vaikuttavuuden mittaamista. Yhdellä haastateltavalla ei ole tarvetta täydennyskoulutukselle, sillä hän suoritti juuri viestinnän opintokokonaisuuden yliopistossa. Erään haastateltavan mukaan viestijän ei tarvitse olla perusteellinen asiantuntija kaikessa.

Ehkä, en tiedä [onko tarvetta täydennyskoulutukselle]. Vähän riippuu täydennyskoulutuksesta. [...] No varmaan toi viestinnän suunnittelu ja sit myös toi viestinnän vaikuttavuuden mittaaminen. (H1)

Kyl mä tietysti siihen uskon myös, että aika paljon tässä työssä pitää pystyy pärjää sillä et lukee vähän blogeja, kattoo vähän Youtubesta-videoita et ei tarvitse olla kauheen syvä asiantuntija kaikessa, mutta tota aika herkillä saa pitää ittensä koko ajan. (H8)

5.3 Käsitys viestinnästä monipuolistui

Kysyttäessä käsityksistä viestinnästä alanvaihdon jälkeen olivat haastateltavat pitkälti yksimielisiä; käsitys viestinnästä on monipuolistunut. Viestintää ei nähty enää mediaviestinnän kautta, vaan käsitys koko alasta oli laajentunut. Yhteistä haastateltaville oli positiivinen sävy, jolla he puhuivat viestinnästä.

Mä varmaan toimittajana näin ja koin sen viestinnän olevan enemmän sellainen et kun mä tarviin sitä ni mä saatoin ottaa yhteyttä ja viestijät olivat käytettävissäni. Mut nyt mä niinku nään tältä puolelta sen et kuinka paljon aktiivisempaa se on et kuinka paljon viestijät tekee työtä et kuinka se ei oo pelkästään sitä mediaviestintää, vaan se on niin paljon sitä muutakin. [...] Se on esimerkiksi monitorointia eli sitä tutkimista, tarkkailua, analysointia, suunnittelemista. Sit se on sparraamista, kyseenalaistamista. Se on niiku, se on rinnalla kulkemista, ideoimista. (H3)

Kyl mä niinku jotenki sillee [naurahtaa] miten pirun paljon kaikennäkösii hommiä tääl tehdäänkään. [...] Siis monipuolistunu älyttömästi se et mitä kaikkea siel sisällä onkaan. [...] Mitä tekee vaikka tutkimuslaitoksen viestijä versus mitä se tekis businesspuolella, mitä se olis etujärjestöpuolella, eri tyyppisissä organisaatioissa ni se voi olla niin erilainen niiku se tapa ja ajattelu et mitä siin tehdään. (H7)

Mä näin tän viestinnän sellasena fuulaamisena et mä koitan tässä silotella viestejä ja saada asiat näyttää hyvältä. [...] Nykyisin näen et mä pystyn auttaa tässä organisaatiossa, tukee ihmisiä. [...] Mä pystyn olee myös ihan ylpee siitä mitä mä teen. (H8)

Alanvaihdon jälkeen viestintä ymmärrettiin kokonaisvaltaisemmin tärkeäksi osaksi organisaatiota. Myös viestinnän rooli nähtiin aktiivisempana. Samalla käsitys viestinnän prosesseista monipuolistui. Haastateltavat ymmärsivät, kuinka paljon viestinnässä tehdään taustatyötä ja miten monisyinen tiedoteprosessi voi olla. Muutamassa vastauksessa korostui, että viestintä nähdään nykyään positiivisemmassa valossa kuin aikaisemmin. Eräs vastaaja naurahti ja kertoi, ettei näe viestintää enää yhtä pahana kuin toimittajana työskennellessään.

Sen jälkeen ku musta on tullu viestijä ni ehkä sitten kuitenkin ymmärtänyt sen, että miten kokonaisvaltaista se on. Jos sä ajattelet jotain organisaatiota et miten se viestintä on keskeisessä roolissa siinä organisaatiossa. (H4)

Se mikä mulle on ollut yllätys ku toimittajana on iloisesti copypastannu hyviä tiedotteita, soittanut yhen kommentin ja laittanut sen vähän niiku omana juttunaan ni kuinka valtavasti se tarvitsee töitä niiku esimerkiksi se tieteen popularisointi jostain. (H8)

Työskentely viestinnässä on sekä laajentanut käsitystä koko alasta että kumonnut ennakkoluuloja. Viestintä olikin erilaisempaa ja suoraviivaisempaa kuin ennen alanvaihtoa kuviteltiin. Yksi haastateltava oli ihmeissään siitä, miten toimittajataustainen henkilö voi

siirtyä journalismista suoraan viestinnän johtaviin tehtäviin. Muutamat ovat edelleen kohdanneet työssään viestijöitä, joille median toiminta ei ole selvää.

Mä en uskaltais lähteä viestintäjohtajaksi pelkällä toimittajakokemuksella. Olisin uskaltanut sillon, kun en tiennyt, kuinka erilaista se viestinnän työ sit kuitenkin on. Mut muutaman vuoden sitä tehtyäni niin en enää ois uskaltanut. (H3)

Se [viestintä] ei ole mitään niiku no mä oon käyttänyt tätä raketitiedettä-sanaa monta kertaa, mutta tavallaan se et ei se oo mitään kauheen niiku monimutkaista. [...] Mä aattelin et se ois jotenki vaikeempaa. (H4)

Yks mikä ehkä on yllättänytkin on se et kuinka monenlaatuista viestintää suomalaisissa yhteisöissä ja yrityksissä tehdään. [...] Mä oon tehny sen havainnon et on viestijöitä, joilla ei oo tuon taivaallista käsitystä siitä, miten suomalainen media toimii. Joka on mun mielestä todella hämmästyttävää et olis edes alkeelliset perustiedot mutta näköjään ei. (H6)

Vastauksissa korostui myös viestinnän arvostuksen kasvaminen. Eräs haastateltava koki, että hän oli alkanut arvostaa viestintää enemmän jo toimittajavuosien aikana. Osa puolestaan kertoi arvostuksen kasvaneen viestintäkentän laajemman ymmärryksen seurauksena. Kun käsitys alasta oli monipuolistunut, viestintää arvostettiin enemmän. Konkreettisena esimerkkinä yksi haastateltava nosti keskusteluun mediasuhteiden arvostuksen.

Se [näkemys viestinnästä] varmaan muuttui aika raskaasti ja rankasti jo sen [journalistisen] työuran aikana. [...] Mä rupesin arvostaa viestintäihmisiä, heidän ammattitaitoa ja näkemystään ja aloin luottaa myös. (H5)

Arvostus viestijöitä kohtaan on noussut juuri siitä syystä et ymmärtää paremmin et mitä prosesseja siellä on taustalla. (H6)

Mä arvostan ihan eri tavalla semmosia hyvin pidettyjä mediasuhteita, mitkä ei ole sellaista et juotetaan toimittajia ja ollaan kavereita, vaan sitä et ikään ku toimitusten kautta autetaan levittää tietoo. (H8)

Useat haastateltavat nostivat esiin alojen vastakkainasettelun puhuttaessa heidän käsityksistään viestinnästä alanvaihdon jälkeen. Toimittajuutta pidettiin jopa niin ylivertaisena, ettei viestijän työtä tullut ajateltua silloin, kun toimituksessa riitti töitä. Toinen vastaaja kertoi, että hänestä tuntui kuin hän olisi myynyt itsensä journalistisesti toiselle kentälle vaihtaessaan alaa. Myöhemmin hän huomasi, että ennakkoluulot osoittautuivat vääriksi. Vastakkainasettelu viestinnän ja journalismin välillä aiheuttaa harmistusta. Erään haastateltavan mukaan ajatus siitä, ettei toimittaja voisi työskennellä viestinnässä arvojensa takia, on lähinnä myytti. Haastatteluhetkellä kukaan haastateltava ei kokenut aloja vastakkaisina, vaikka osa olikin ajatellut näin toimittajana työskennellessään.

Jotenki hämmästelen sitä et ei kerta kaikkiaan tullu mieleen ku piti sitä toimittajan työtä niin ylivertaisena sillon nuorempana et mulle ei oo koskaan tullu mieleen, että mä oisin viestintää lähteny opiskelee ja sitten se et oisin hakeutunu tähän ammattiin. (H2)

Ku mie tulin tähän tehtävään ni miulla oli vähän sellanen olo et nyt mie oon tavallaan myyny itseni niin sanotusti journalistisesti toiselle puolelle. Mut se ei oo ollenkaa ollu sellasta ku mie olin ajatellu et miulla on niin paljon parempi kuva siitä mitä tää voi olla tää viestintätyö. Se ei oo sellasta tavallaan niiku viherpesua tai siloteltua pr:ää. (H1)

Mua harmittaa se, että on edelleen niiku ajatuksia siitä, että viestintä on joku tämmöinen valehteluun perustuva toimiala, joka niiku työkseen sumuttaa ja pyrkii jotenki riistämään journalistista valtaa medialta. (H3)

Mulla ei ollu mitään ongelmaa just tää klassinen, ehkä vähän myyttinen ajattelu siitä että journalisti ajattelee niin uutismaisesti ja sit sille on nää journalistiset periaatteet niin tärkeitä ja että se ei voi sen takia mennä viestinnän puolelle. Musta se on vähän sellanen niiku myytti. (H7)

6 POHDINTA

Tutkimuksen viimeisessä pääluvussa summataan ajatuksia matkan varrelta. Luvussa luodaan ensin katse siihen, mitä tässä tutkimuksessa esitetyt tutkimustulokset tarkoittavat aiemman tutkimuksen kannalta ja miten tutkimustulokset suhteutuvat aiempaan keskusteluun. Luvussa annetaan tutkimustuloksista johdettuja konkreettisia ohjeita alanvaihtajalle ja esimiehelle, joka palkkaa entisen journalistin viestintään. Tämän jälkeen pohditaan tutkimuksen luotettavuutta sekä sitä, miten todellisia edellä esitetyt tutkimustulokset ovat. Luvun viimeisessä kappaleessa esitellään jatkotutkimuskohteita, joita heräsi tutkimusprosessin aikana.

6.1 Yhteenveto

Tässä tutkimuksessa journalistisen osaamisen koettiin soveltuvan pääosin hyvin viestinnän työtehtäviin. Tutkimus vahvistaa Davidsonin ja Meyersin (2014) näkemyksen siitä, että journalistin tiedoista ja taidoista sekä sosiaalisista verkostoista on hyötyä viestinnän työtehtävissä. Haastateltujen alanvaihtajien mukaan hyödyllisimmät taidot viestinnässä ovat olleet medialogiikan tuntemus, tiedon tuottamisen taidot ja vuorovaikutustaidot. Näkemys on linjassa aiempaan tutkimukseen journalistisista taidoista. Haastateltujen mukaan tiedon tuottamisen taidoista eniten on ollut hyötyä kirjoittamisen taidosta. Samaa journalistista taitoa ovat painottaneet Örnebring ja Mellado (2016), Fahmy (2008) sekä Pierce ja Miller (2007). Tässä tutkimuksessa muista tiedon tuottamisen taidoista esiin nousivat oikeinkirjoituksen taito, haastattelutaidot ja kieliopin tuntemus. Tämän tutkimuksen haastatellut mainitsivat myös tyylikirjan tuntemuksen ja kriittisen ajattelun taidot. Kaikki luetellut osaamisalueet tulivat esiin myös Fahmy (2008) sekä Piercen ja Millerin (2007) tutkimuksissa. Näin ollen tässä tutkimuksessa nousseet taidot ovat pitkälti linjassa aikaisemmin toteutettujen tutkimusten kanssa.

Örnebring ja Mellado (2016) korostivat journalistien arvostavan verkostoitumisen taitoja. Tässä tutkimuksessa verkostoituminen nousi osittain esiin. Haastatellut mainitsivat hyödyntäneensä kontakteja, joita heillä on toimituksiin. Koska medialogiikan tuntemus on

heille tuttua, osa kertoi neuvoneensa myös uusille kollegoilleen, miten toimituksiin kannattaa olla yhteydessä tai mikä toimitus voisi olla kiinnostunut kyseisestä juttuaiheesta. Näiltä kohdin verkostoitumisen taidot korostuivat tässä tutkimuksessa. Myös Harju, Koljonen ja Heinonen (2017) havaitsivat, että entiset toimittajat ovat hyötäneet siteistään toimituksiin myös sen jälkeen, kun he ovat työllistyneet uusiin tehtäviin. Örnebringin ja Melladon (2016) mukaan toimittajat arvostavat tiimityöskentelyn taitoa. Tässä tutkimuksessa kukaan haastateltu ei maininnut tiimityöskentelyä, saati kokenut sitä vahvuudekseen. Sen sijaan haastatellut kertoivat olevansa hyviä vuorovaikutustaidoissa. Toimittajavuosina he tottuivat tapaamaan eri aloilla työskenteleviä ihmisiä, joten heidän on helppoa lähestyä uusia ihmisiä ja he kokevat myös tulevansa hyvin toimeen erilaisten ihmisten kanssa. Aivan kuten Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) tutkimuksessa, myös tämä tutkimus vahvistaa sen, että kyky ajatella ja ilmaista itseään toimittajan lailla on hyödyllinen myös viestinnässä. Kun tiedon osaa esittää selkeästi ja ymmärrettävästi, on helpompaa tavoittaa oikeat kohderyhmät.

Puhuttaessa journalistien taidoista on huomionarvoista, ettei medialogiikan tuntemus noussut ollenkaan esille aiemmissa tutkimuksissa (Örnebring & Mellado 2016; Fahmy 2008; Pierce & Miller 2007). Taito saatettiin nähdä journalisteille niin itsestäänselvytenä, ettei sitä ajateltu erillisenä taitona. Tässä tutkimuksessa useampi haastateltu nosti esiin, että viestinnässä ollaan oltu erittäin tyytyväisiä medialogiikan tuntemuksen taidosta. Yksi haastateltava kertoi, että toimittajataustaa oli painotettu myös rekrytoinnissa. Hänen tapauksessaan julkiseen organisaatioon etsittiin tiedottajaa, jolla olisi journalistista kokemusta. Tässä tutkimuksessa painottuivat journalistin perinteiset taidot, kuten kirjoittaminen ja oikeinkirjoitus. Tämä tutkimus vahvistaa aiemmat tutkimukset siitä, että journalistin perinteisiä taitoja taitoja arvostetaan edelleen (ks. esim. Örnebring & Mellado 2016; Willnat, Weaver & Choi 2013; Fahmy 2008; Pierce & Miller 2007).

Viestinnän ammattilaiset 2017 -tutkimuksessa kaksi yleisintä viestinnän tehtävää ovat sisällöntuotanto ja mediaviestintä sekä sen toimintaympäristön seuraaminen. Valtaosa haastatelluista kertoi, että he työskentelevät eniten juuri ulkoisen viestinnän parissa. Tässäkin mielessä on luonnollista, että entiset journalistit kokevat osaamisensa soveltuneen pääosin hyvin viestintään. Kun uuden työn tehtäväkenttä on lähellä vanhan työn aihepiirejä, kokemus oman osaamisen soveltumisesta on vahvempi. Positiivinen kokemus osaamisen soveltumisesta selittyy osittain myös Kochin (2016) saksalaistutkimuksen havainnolla.

Tutkimuksen mukaan viestijät käsittävät, että heidän roolinsa on tarjota yleisölle organisaatioon liittyviä uutisia. Tämän lisäksi rooleja ovat maineenhallinta ja tiedon selkeyttäminen. (Koch 2016.) Uutisten tarjoaminen ja tiedon selkeyttäminen ovat hyvin lähellä journalistista työtä. Tässäkin mielessä on luontevaa ymmärtää, miksi journalistisen osaamisen koettiin soveltuvan hyvin viestintään. Toisaalta tutkimuksessa tuli ilmi, että haastateltavat kokevat osaamisensa soveltuvan heikommin mitä monipuolisempia tai strategisempia työtehtäviä heillä on. Johtava konsultti ja viestintäpääällikkö kokivat journalistisen osaamisen soveltuneen heikommin kuin viestinnän asiantuntijan tai tiedottajan nimikkeillä työskennelleet haastatellut.

Vaikka journalistisesta osaamisesta on ollut hyötyä viestinnässä, niin pelkällä toimittajakokemuksella ei voi hoitaa kaikkia viestinnän tehtäviä. Useampi haastateltu kertoi journalistisen osaamisen soveltuvan hyvin mediaviestintään, mutta huonommin viestinnän muille osa-alueille. Viestintään siirtyneet entiset journalistit kokivat erityisen haasteelliseksi strategisen viestinnän. Useat haastatellut keskittyivät alussa mediaviestintään ja omaksuivat itselleen tuottajan roolin. Haastatellut kokivat alussa tärkeäksi tuotteliaisuuden eli tiedotteiden kirjoittamisen tai sisällöntuotannon esimerkiksi organisaation omille verkkosivuille. Kokemus on luonnollinen suhteutettuna toimitusmaailmaan, josta haastatellut siirtyivät viestintään. Verkkojournalismin myötä eletään jatkuvan deadlinen aikaa (Nikunen 2011). Entiset journalistit olivat tottuneet kirjoittamaan paljon päivän aikana. Viestinnässä työtahti on erilainen, sillä työ on projektiluonteisempaa. Haastatellut kokivat haasteita viestinnän erilaisessa aikajänteessä, sillä viestintä tuntui huomattavasti hitaammalta kiireisempään toimituskulttuuriin verrattuna. Haastateltavien oli vaikeaa irrottaa aikaa suunnitteluun, sillä he halusivat päästä heti kiinni varsinaiseen tekemiseen. Juuri tästä syystä myös strateginen viestintä on voinut olla haasteellista alussa. Sen sijaan että keskityttäisiin suorittamaan, niin viestinnässä pitäisikin tehdä suunnitelma, kuinka työ toteutettaisiin. Tällainen ajatusmaailma oli uutta entisille journalisteille.

Harju, Koljonen ja Heinonen (2017) kertoivat, että uudelleentyöllistynyt journalisti oli alkuun epävarma omasta osaamisestaan. Tällainen epävarmuus ei näkynyt tässä tutkimuksessa, päinvastoin. Entiset journalistit arvioivat oman osaamisensa soveltuneen uusiin työtehtäviin paremmin alussa kuin haastatteluhetkellä. Monet kertoivat olleensa hyvin varmoja mediaviestinnän osaamisestaan. Monen haastatellun työtehtävät keskittyivätkin alussa juuri mediaviestintään. Myös tässä tutkimuksessa näkyi

haastateltavien epäilykset omasta osaamisestaan. Strategisen viestinnän lisäksi myös esimerkiksi sisäinen viestintä, sosiaalisen median käyttäminen ammattimaisesti ja sidosryhmäviestintä koettiin haasteellisiksi. Vaikka osaamisen soveltumisessa oli haasteita, niin haastatellut olivat tyytyväisiä alanvaihtoon. Uusia työtehtäviä kuvattiin antoisiksi, innostaviksi ja motivoiviksi. Myös Harju, Koljonen ja Heinonen (2017) kertoivat uudelleentyöllistyneen journalistin nauttivan työelämästä, kunhan he olivat voittaneet alkuvaikeudet. Tosin heidän tutkimuksessaan irtisanotut journalistit työllistyivät eri aloille, vaikka useimmiten uutta työtä löytyi juuri viestinnästä (Harju ym. 2017).

Bourdieuin kenttäteoriaa soveltamalla voidaan havaita muutoksia, joita entiset journalistit ovat kohdanneet uudella kentällä. Bourdieuin mukaan kentällä käydään jatkuvaa kamppailua pääomien hallinnasta. Kun osaamista kertyy lisää, niin myös oma asema kentällä kehittyi suhteessa kentän muihin toimijoihin. Juuri näin on käynyt viestintään siirtyneille haastateltaville, sillä osaamisen kehittymisen myötä heidän asemansa uudella viestinnän kentällä on muuttunut. Vaikkei kukaan haastateltu osallistunut koulutuksiin ensimmäisen puolen vuoden aikana uusissa työtehtävissä, niin myöhemmin koulutukset on nähty hyödyllisenä keinona kehittää omaa osaamistaan. Haastatellut ovat kerryttäneet kulttuurista pääomaansa osallistumalla erilaisiin viestinnän koulutuksiin, kuten esimerkiksi strategisen viestinnän ja sosiaalisen median koulutuksiin. Kaksi haastateltua kerrytti kulttuurista pääomaansa opiskelemalla yliopistossa viestintää: toinen suoritti viestinnän maisteriohjelman, toinen viestinnän opintokokonaisuuden. Kenttäteoriaa mukaillen juuri koulutuksilla ja tutkinnoilla voidaan nostaa henkilökohtaista asemaa kentällä (Antikainen, Rinne & Koski 2013). Näin kaikki entiset journalistit ovatkin toimineet viestinnän kentällä.

Davidson ja Meyers (2014) huomasivat, että entiset journalistit hyödynsivät sosiaalista pääomaansa viestinnässä silloin, kun he halusivat kontaktoida toimittajia ja saada medianäkyvyyttä ajamilleen asioilleen. Heidän mukaansa sosiaalisesta pääomasta oli hyötyä viestintään siirtyneille entisille journalisteille. Tämä tutkimus vahvistaa Davidsonin ja Meyersin (2014) näkemyksen sosiaalisen pääoman hyödyntämisestä erityisesti toimittajien kontaktoinnin näkökulmasta. Tämän lisäksi haastatellut ovat aktiivisesti kerryttäneet kulttuurista pääomaansa esimerkiksi osallistumalla koulutuksiin ja seuraamalla viestijöitä sosiaalisessa mediassa. Heille on kuitenkin ollut hyötyä myös sosiaalisesta pääomasta, jota heille kertyi toimittajavuosien aikana.

Entisten journalistien arvostus kulttuurista pääomaa kohtaan kasvoi viestintäkokemuksen myötä, sillä työkokemuksen karttuessa he osallistuivat enemmän koulutuksiin. Strategisen viestinnän osalta koulutuksen tarpeen ja osallistumisen välillä on selkeä syy-seuraussuhde. Alussa strateginen viestintä koettiin haastavimpana yksittäisenä viestinnän osa-alueena. Entiset journalistit olivat käyneet eniten juuri strategisen viestinnän ja sosiaalisen median koulutuksissa. Haastateltujen tarve kehittää omaa strategista osaamistaan on koulutusten myötä ainakin osittain täyttynyt. Koulutuksista on ollut hyötyä, sillä muutama haastateltu kertoi strategisen viestinnän vahvuudekseen. Viestinnällisen työkokemuksen kertyessä toimittajilta hävisi suorittamisen tarve. Useampi haastateltu kertoi, että he osaavat nykyään varata enemmän aikaa suunnitteluun. Myös suunnittelun merkitys ymmärretään nyt laajemmin. Haastateltujen ei tarvitse korjata kiireessä tehtyjä virheitä, kun he osaavat varata riittävästi aikaa suunnitteluun.

Tämän tutkimuksen perusteella entisten journalistien käsitys viestinnästä monipuolistui alanvaihdon jälkeen. Vastauksissa korostui myös ajatus kumppanuudesta, joka viestijöiden ja toimittajien välillä vallitsee. Haastateltujen kokemusten perusteella he näkevät viestinnällä ja journalismilla olevan samanlaisia tavoitteita, vaikka varsinainen toteutus onkin erilaista. Näkemys linkittyy Niskalan ja Hurmeen (2014) tutkimukseen, jossa sekä viestijät että journalistit nimesivät omaksi tehtäväkseen tiedonvälityksen. Tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan korostettu voimakasta vastakkainasettelua eri kenttien välillä. Sen sijaan eräs haastateltu kertoi olevansa harmistunut siitä, että toisinaan alojen välille luodaan hyvin vahva vastakkainasettelu.

Bensonin ja Neveun (2005) mukaan kenttäteorian avulla pyritään ymmärtämään suhteita. Koska kenttien sisällä on erikokoisia kenttiä, niin viestintä ja journalismi voidaan nähdä laajemmalle media- ja viestintäalan kentälle. Kukaan entinen journalisti ei maininnut, että hän näkisi journalismin ja viestinnän vastakkaisina aloina. Samanlaisen havainnon tekivät Harju, Koljonen ja Heinonen (2017), sillä heidän mukaansa raja-aita journalismin ja viestinnän välillä on madaltunut. Yksi syy alojen lähentymiseen voi löytyä siitä, että viestintään siirtyneet journalistit ovat vieneet mukanaan journalistista osaamista uusiin työtehtäviin. Muutama haastateltu kertoi, että he ovat viestinnässä kumonneet toimittajiin liitettyjä negatiivisia mielikuvia. Tämän tutkimuksen tulokset antavat merkkejä siitä, että vastakkainasettelun aika journalismin ja viestinnän välillä on ohi – ainakin viestintään siirtyneiden alanvaihtajien kokemusten perusteella.

6.2 Ohjeita alanvaihtajalle ja esimiehelle

Tutkimuksen pohjalta entisten journalistien, nykyisten viestijöiden kokemuksista voidaan tiivistää ohjeita ja neuvoja niin journalismista viestintään siirtyville alanvaihtajille kuin viestintäorganisaatioiden esimiehille, jotka palkkaavat entisen journalistin, jolla ei vielä ole aiempaa työkokemusta viestinnästä. Ohjeet ovat tutkimustulosten pohjalta johdettuja ideoita, joista voi olla hyötyä niin alanvaihtajalle kuin hänen esimiehelleen. Tällaisten ohjeiden tai suositusten antaminen on verrattain uutta tieteellisessä tutkimuksessa. Näin ovat aikaisemmin toimineet esimerkiksi journalismin push-ilmoituksia tutkinut Brown (2017), journalismin prosesseja tutkinut Chaplin (2016) ja tiedon visualisointia tutkinut Gatto (2015). Tämän tutkimuksen tulosten pohjalta voidaan johtaa seuraavat neuvot alanvaihtajalle ja hänen esimiehelleen.

Viisi ohjetta alanvaihtajalle

1) *Tutustu perusteellisesti uuteen työnkuvaasi*

Mitkä ovat tärkeimmät työtehtäväsi? Millaisia konkreettisia työtehtäviä uuteen viestinnän työhösi kuuluu? Onko sinulla valmiuksia toteuttaa asioita, joita sinulta odotetaan? Varaa riittävästi aikaa viestintäkentän opetteluun. Pohdi myös, mitä kaikkea muuta viestintään kuuluu mediaviestinnän lisäksi.

2) *Uskalla varata aikaa suunnitteluun*

Pidä aina toimintasi tavoite mielessäsi. Miksi tekisit videon asiakkaasi onnistuneesta projektista? Miten aiot tavoittaa oikean kohderyhmän viestinnän kampanjallasi? Varaa riittävästi aikaa suunnitteluun. Sinun ei tarvitse kiirehtiä suorittamaan. Varmista ensin, että se mitä aiot tehdä, on tavoitteidesi mukaista myös pitkällä tähtäimellä.

3) *Tunnista osaamisesi ja kehityskohteesi*

Millaista osaamista sinulle on kertynyt toimittajavuosina? Tunnet median toimintalogiikan, osaat tuottaa tietoa ja saatat omata hyvät vuorovaikutustaidot. Millaista erityistä osaamista sinulla on? Suhteuta osaamisesi uusiin työtehtäviisi. Miten hyödynnät esimerkiksi

vuorovaikutustaitojasi sisäisessä viestinnässä? Ole realistinen omasta osaamisestasi. Kukaan ei odota sinun hallitsevan kaikkea. Tunnista kehittämiskohteesi ja pohdi, miten lähdet kehittämään osaamistasi.

4) Vaadi koulutusta

Journalismista viestintään siirtyneet haastatellut kokivat erilaiset viestintäkoulutukset hyödyllisiksi. He ovat saaneet työhönsä uutta intoa ja merkityksellisyyttä. Koulutuksen jälkeen alanvaihtajat ovat löytäneet uusia työkaluja ja tekniikoita viestintätyöhönsä. Koulutus voi auttaa myös sinua omaksumaan uusia työtehtäviäsi. Vaikkei kukaan tämän tutkimuksen haastatelluista osallistunut viestintäkoulutukseen ensimmäisen puolen vuoden aikana, niin moni olisi kokenut koulutuksen tarpeelliseksi heti siirryttyään viestintään. Uskalla ehdottaa esimiehellesi koulutuksia, joiden kautta uskot pystyväsi kehittämään viestinnällistä osaamistasi.

5) Jaa rohkeasti tietotaitosi uudelle tiimillesi

Entisenä journalistina sinulle on kertynyt tietämystä median toimintalogiikasta, tiedon tuottamisesta ja vuorovaikutuksesta. Lisäksi ymmärrät yhteiskunnan rakenteita ja olet tottunut haastattelemaan ihmisiä. Toimittajana olet kenties paneutunut johonkin tiettyyn aihepiiriin. Tiedät myös, miten toimittajia kannattaa kontaktoida. Mitä annettavaa sinulla olisi uudelle tiimillesi? Älä pidä tietämystäsi vain itselläsi.

Viisi ohjetta esimiehelle

1) Perehdytä uusi työntekijä huolellisesti

Entinen journalisti siirtyy viestintään hyvin erilaisesta työympäristöstä. Verkkjournalismin aikakaudella hän on tottunut jatkuvaan deadlineen. Uutisia on ollut saatava ulos – mielellään nopealla tahdilla. Käy hänen kanssaan perusteellinen keskustelu uudesta työnkuvasta ja myös tavoista, joilla toivoisit hänen työskentelevän. Ota huomioon, ettei hän välttämättä tunne viestinnän eri osa-alueiden sisältöjä vielä tässä vaiheessa kovin syvästi. Varaudu neuvomaan ja käymään työtehtäviä konkreettisesti läpi hänen kanssaan.

2) *Käy avoin keskustelu hänen taidoistaan*

Hän tuntee perinpohjaisesti median toimintalogiikan ja on hyvä tuottamaan uutta tietoa. Todennäköisesti hänellä on myös hyvät vuorovaikutustaidot. Mitä muuta hän osaa? Millaisissa työtehtävissä hän loisti toimittajana? Miten voisitte hyödyntää noita taitoja viestinnässä?

3) *Kartoittakaa yhdessä mahdollisia koulutustarpeita*

Käymänne keskustelun perusteella teille muodostuu näkemys siitä, millaisia kehityskohteita entisellä journalistilla on osaamisessaan. Hän saattaa kaivata koulutusta esimerkiksi strategisesta viestinnästä tai sosiaalisen median ammattimaisesta käytöstä. Millaisia koulutusmahdollisuuksia organisaationne voi tarjota alanvaihtajalle?

4) *Kannusta entistä journalistia varaamaan riittävästi aikaa suunnitteluun*

Journalistina hän on tottunut työskentelemään ripeässä tahdissa. Jutuilla on useimmiten deadline, joka voi vaihdella minuuteista muutamaan päivään. Entinen journalisti ei välttämättä ole ikinä työskennellyt viikkoa pidempään yhden jutun parissa. Hän on tottunut tuottamaan sisältöä jatkuvasti. Miten voisit kannustaa häntä varaamaan riittävästi aikaa suunnitteluun? Voitte käydä yhdessä läpi tavoitteita, millä aikataululla toivoisit projektien valmistuvan. Huolehdi, ettei entinen journalisti kiirehdi toteutuksen pariin. Opeta hänelle suunnittelun tärkeys, jotta voitte saavuttaa tavoitteenne yhdessä.

5) *Miettikää, miten voisitte hyödyntää hänen journalistista osaamistaan*

Selvitä, millaisissa asioissa hän on ollut vahvimmillaan journalistina. Voisiko hän opastaa viestintätiimillenne, miten toimittajia kannattaa kontaktoida? Onko organisaatiossanne tarvetta mediaviestinnän koulutukselle? Tietävätkö kaikki viestijänne, millainen on median toimintalogiikka? Kannusta entistä journalistia hyödyntämään toimittajavuosina kertynyttä osaamista uusissa työtehtävissä. Hän oppii teiltä viestinnän työtapoja. Anna hänelle mahdollisuus opettaa viestinnän uusia kollegoitaan.

6.3 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen luotettavuus tarkoittaa tutkimustulosten riippumattomuutta satunnaisista ja epäoleellisista tekijöistä. Tutkimuksessa pitää esittää myös perustelut, joiden pohjalta tutkimus voidaan todeta luotettavaksi. (Aaltio & Puusa 2011, 153.) Näistä syistä tässä kappaleessa pohditaan tutkimuksen luotettavuutta sekä sitä, miten todellisia edellä esitetyt tutkimustulokset ovat. Asunnan (2016, 237) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen arvo mitataan muodostettujen tulkintojen uskottavuudella ja käytettävyydellä. Tässä tutkimuksessa annetaan konkreettisia ohjeita, joita journalismista viestintään siirtyvät alanvaihtajat ja heidän esimiehensä voivat hyödyntää. Näin tämä tutkimus täyttää Asunnan mainitseman kriteerin tulkintojen käytettävyydestä.

Uudenlainen tapa etsiä haastateltavia Twitterin kautta tuotti hyvin tuloksia, sillä kaikkiaan neljätoista henkilöä ilmaisi kiinnostuksensa osallistua tutkimushaastatteluun. Tässä vaiheessa voidaan kuitenkin kyseenalaistaa, valikoituuko näin tutkimukseen henkilöitä, joilla on enimmäkseen positiivisia kokemuksia alanvaihdosta ja osaamisensa soveltumisesta uusiin työtehtäviin? Tämä haaste tiedostettiin jo alussa. Twitteristä oli kuitenkin mahdollista kerätä vaivattomasti haastateltavia, jotka työskentelevät erilaisissa organisaatioissa. Lopullisista haastatelluista kuusi löytyi Twitteristä ja kaksi lumipallo-otannalla. Tämän tutkimuksen haastateltavilla oli pääasiassa positiivisia ajatuksia viestintään siirtymisestä. Samanlaisen havainnon tekivät Harju, Koljonen ja Heinonen (2017) uudelleentyöllistyneistä journalisteista. Näin ollen voidaan olettaa, ettei tutkimuksen luotettavuus kärsinyt, vaikka haastateltavia etsittiin Twitteristä. Päinvastoin näin täyttyi tärkeä tutkimuseettinen kriteeri – kaikki haastatellut osallistuivat tutkimukseen vapaaehtoisesti.

Haastateltavien etsimisessä tapahtui kuitenkin pieni kömmähdys. Journalistiliiton tilin sijaan merkitsin twiittiin Journalisti-lehden tilin (ks. Liite 1). Vaikka kyseessä on Journalistiliiton jäsenlehti, niin tasapuolisuuden vuoksi twiittiin olisi pitänyt merkata ammattijärjestön oikea Twitter-tili, sillä twiittiin merkittiin myös ProComin ja Viesti ry:n tilit. Kaikilla twiittiin merkityillä tileillä kuitenkin jaettiin twiitti, jossa etsittiin haastateltavia, joten siinä mielessä väärän tilin merkitseminen ei ollut ongelmallista. Koska yhteydenottoja tuli hyvin, niin en usko tämän olevan suuri kynnys tutkimuksen luotettavuuden kannalta. Aineistonkeruu eri vaiheineen on kuvattu kattavasti tutkimuksen neljännessä luvussa. Tutkimusprosessin tarkka kuvaus lisääkin tutkimuksen luotettavuutta (Tuomi & Sarajärvi 2009).

Puolistrukturoiduilla teemahaastatteluilla kerätyllä aineistolla on omat haasteensa. Kuten laadullisen tutkimuksen luonteeseen kuuluu, näin kerätystä aineistosta ei voida tehdä yleistyksiä siitä, miten journalistinen osaaminen soveltuu viestinnän työtehtäviin. Fenomenologis-hermeneuttinen lähestymistapa antoi kuitenkin mahdollisuuden käsitellä aihetta siitä näkökulmasta, miten haastatellut itse kokivat osaamisensa soveltuneen viestintään. Lähestymistavalla pyritään tekemään tunnettu tiedetyksi. Journalistien siirtymistä viestintään on toisinaan käsitelty kriittisestikin mediassa (ks. esim. Korhonen 2014). Tässä mielessä tutkimusta voidaan pitää onnistuneena, koska tutkimuksessa tuotiin tunnettua ilmiötä tiedetyksi hyvän tieteellisen tavan mukaisesti.

Tuomi ja Sarajärvi (2009, 13) esittävät, että metodi perustelee tutkimuksessa syntyneen tiedon, kun taas metodologia etsii vastausta kysymykseen, oliko käytetty metodi järkevä. Tässä laadullisessa tutkimuksessa metodina käytettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Metodologisesta näkökulmasta valinta osoittautui toimivaksi, sillä analyysin avulla aineistosta löydettiin vastauksia kaikkiin tutkimuskysymyksiin. Aaltio ja Puusa (2011, 157) huomauttavat, että käytetyn metodin kuvaus ja jäljitettävyyys ovat oleellisia laadullisessa tutkimuksessa. Metodin käyttöä kuvattiin laajasti tutkimuksen toteutusluvussa. Aineistoa analysoitiin tarkasti ja perusteellisesti valitun metodin mukaisesti. Tutkimuksen luotettavuutta lisää se, että aineiston redusoinnista ja klusteroinnista on annettu esimerkit. Tutkimustulosten esittelyssä käytettiin paljon lainauksia haastatteluista, jotta lukijalle voidaan perustella löydettyjä tutkimustuloksia. Haastateltujen sitaattien myötä tutkittu ilmiö konkretisoituu, joten lukijan on helpompaa ymmärtää esitettyjä tutkimustuloksia.

Palataksemme Asunnan (2016) esittämään kysymykseen tutkimuksen luotettavuudesta niin, miten uskottavina tässä tutkimuksessa esitettyjä tutkimustuloksia voidaan pitää? Kokonaisuudessaan tutkimustulokset ovat melko luotettavia. On ymmärrettävää, että journalistisen osaamisen koettiin soveltuvan hyvin viestintään, sillä tutkimuksessa tuli esiin kolme taitoa, joista on ollut erityisesti hyötyä uusissa työtehtävissä. Medialogiikan tuntemus, tiedon tuottamisen taidot ja vuorovaikutustaidot selittävät, miksi journalistinen osaaminen soveltuu hyvin viestintään. Tulokset ovat melko luotettavia myös sen takia, että haastateltujen vastauksissa korostui piirteitä, joiden perusteella journalistinen osaaminen soveltuu vain osittain viestintään. Onkin ymmärrettävää, että viestinnän erilainen aikajänne ja osaamisen puute vaikuttavat siihen, ettei journalistisen osaamisen koettu soveltuneen viestinnän kaikille osa-alueille. Entisten journalistien kohtaamat haasteet strategisessa

viestinnässä selittyvät osittain viestinnän ja journalismin erilaisilla aikajänteillä. On hyvin luonnollista, ettei entinen journalisti ollut aluksi tottunut irrottamaan aikaa suunnitteluun. Koulutuksista saatu hyöty ja käsityksen laajeneminen viestintäkentästä alanvaihdon myötä ovat myös loogisia tutkimustuloksia. Aiemmin tässä luvussa esitelty tutkimuskirjallisuus on pitkälti linjassa tämän tutkimuksen tulosten kanssa. Näin ollen tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina.

Tutkimustuloksia arvioitaessa on kuitenkin otettava huomioon, kuinka positiivisesti haastatellut suhtautuivat alanvaihtoon ja uusiin työtehtäviinsä. Kahdeksasta haastatellusta vain yksi henkilö ei ollut tyytyväinen päätökseensä vaihtaa viestintään. Tästä herääkin kysymys, vaikuttavatko positiiviset asenteet viestintätyöstä kokemukseen osaamisen soveltumisesta? Mikäli vaikuttavat, saattaa vaikutus näkyä niin, että osaamisen koetaan soveltuvan todellisuutta paremmin. Tutkimuksen fenomenologis-hermeneuttisen lähestymistavan mukaisesti tässä tutkimuksissa keskityttiin kuitenkin haastateltavien kokemuksiin. Tutkimuksessa ei ollut mielekäästä arvioida, oliko kokemuksilla osaamisen soveltumisesta ja suhtautumisella uuteen työhön yhteyttä. Loppupäätelmänä voidaan todeta, että näiden seikkojen valossa tutkimustulokset ovat silti melko luotettavia.

Tutkimuksen eettisten valintojen osalta tutkimus onnistui hyvin. Tutkimusasetelma on perusteltu, sillä esimerkiksi journalistien siirtymistä viestintään on käsitelty mediassa ja tutkimuskirjallisuudessa ennen tämän tutkimuksen toteutusta. Vastaavaa tutkimusta ei oltu aiemmin tehty Suomessa, eikä tietävästi kansainvälisestikään. Tutkimuseettisestä näkökulmasta huolellinen raportointi lisää tutkimuksen luotettavuutta. Myös haastateltavien anonymiteetin takaamiseen kiinnitettiin alusta alkaen huomiota. Aineistossa haastateltaviin viitattiin koodeille *Haastateltava 1*, *Haastateltava 2* jne. Kuten jo aiemmin mainittiin, oli tutkimukseen osallistuminen täysin vapaaehtoista haastatelluille. Heille ei kuitenkaan jätetty kirjallisesti tutkijan yhteystietoja, sillä yhteystiedot oli jo aiemmin välitetty sähköpostin yhteydessä (ks. Liite 2). Aineisto säilytettiin vain tutkijan omalla tietokoneella. Tutkimuksen valmistuttua aineisto aiotaan tuhota huolellisesti. Tutkimuksen sidonnaisuudet, eli kaksi tutkimusta rahoittanutta tahoa, on mainittu tämän luvun lopussa. Tutkijana kerroin johdannossa omista kokemuksistani tutkimusaiheeseen liittyen. Analyysivaiheessa pidin mielessä molemmat ennakkokäsitykseni, jotta en antanut niiden vaikuttaa tutkimustuloksiin. Eettisten valintojen osalta tämä tutkimus ei jättänyt ilmaan avoimia kysymyksiä.

6.4 Jatkotutkimushaasteet

Tutkimuksen aikana heräsi jatkotutkimushaasteita, joihin voitaisiin tarttua tulevaisuudessa. Ensinnäkin journalistisen osaamisen soveltumista viestinnän työtehtäviin olisi mielenkiintoista tutkia suoraan viestinnän johtotehtäviin siirtyneiden henkilöiden kokemusten kautta. Tässä tutkimuksessa tuli esille, ettei alanvaihtajalla välttämättä ole valmiuksia suoriutua pelkällä journalistisella osaamisella kaikista viestinnän tehtävistä. Olisi mielenkiintoista tutkia, miten suoraan esimiesasemaan siirtyneet entiset journalistit ovat kokeneet alanvaihdon. Toisena jatkotutkimusideana ilmiötä voisi kartoittaa esimiesten ja kollegoiden kautta. Millaisia kokemuksia entisten journalistien viestintäorganisaatioiden esimiehillä tai kollegoilla on heidän osaamisensa soveltumisesta viestinnän työtehtäviin? Aiheen kautta voitaisiin saada laajemmin vastauksia siihen, miten journalistista osaamista on hyödynnetty viestinnässä.

Kolmas jatkotutkimushaaste liittyy journalismin ja viestinnän kenttien tutkimiseen. Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) tutkimusideaa mukaillen, olisi mielenkiintoista pyytää journalisteja ja viestijöitä kirjoittamaan ylös havaintoja arkisesta työstään. Tällaisen tutkimusmenetelmän avulla voitaisiin saada laajempaa ymmärrystä journalismin ja viestinnän sisällöistä. Tutkimuksen avulla voitaisiin ymmärtää myös, millaisia asioita journalisti ja viestijä painottavat työssään. Bourdieun kenttäteorian avulla tutkimuksessa voitaisiin pyrkiä ymmärtämään, millaisia eroja ja yhtäläisyyksiä kenttien välillä vallitsee. Jatkotutkimushaasteesta herää kysymys, kuinka lähellä kentät lopulta ovatkaan toisiaan?

Tätä pro gradu -tutkielmaa rahoittivat Journalistisen kulttuurin edistämissäätiö
ja Uuden Suomettaren Säätiö.

KIRJALLISUUS

- Aaltio, I. & Puusa, A. 2011. Laadullisen tutkimuksen luotettavuus. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Helsinki: JTO, 153–180.
- Aaltio, M. 2017. Harri Saukkomaa sai nuorena journalistina tuta julkisuuden kipeän puolen, kun Kouri-kaupoista kirjoitettu juttu vei hänet raastupaan. 7.9.2017. Saatavana: <https://www.aamulehti.fi/hyvaelama/harri-saukkomaa-sai-nuorena-journalistina-tuta-julkisuuden-kipean-puolen-kun-kouri-kaupoista-kirjoitettu-juttu-vei-hanet-raastupaan-200376363/> [Viitattu 1.11.2017]
- Anderson, C. W., Bell, E. & Shirky, C. 2015. Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present. *Geopolitics, History and International Relations*, 7 (2), 32.
- Antikainen, A., Rinne, R. & Koski, L. 2013. Kasvatussosiologia. 5. painos. Jyväskylä: PS kustannus.
- 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.
- Beijaard, D., Meijer, P. C. & Verloop, N. 2004. Reconsidering Research on Teachers' Professional Identity. *Teaching and Teacher Education*, 20 (2), 107–128.
- Benson, R. & Neveu, E. 2005. Introduction: Field Theory as a Work in Progress. Teoksessa R. Benson & E. Neveu (toim.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 1–25.
- Black, C. 2014. *The PR professional's handbook: Powerful, practical communications*. Lontoo: Kogan Page Limited.
- Blencowe, A. 2017. Kuntien vaalitulokset verkkoon sekunnin murto-osassa – Yle julkaisee ensimmäistä kertaa vaaleissa robotin kirjoittamia uutisia. 8.4.2017. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-9545453> [Viitattu 5.10.2017]
- Bourdieu, P. 1986. The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods. Teoksessa R. Collins, J. Curran, N. Garnham & P. Scannell (toim.) *In Media, Culture and Society*. Lontoo: Sage.
- Bourdieu, P. 1990. *The Logic of Practise*. Stanford: Stanford Univeristy Press.
- Bourdieu, P. 1993 [1980]. *Sociology in Question*. Kääntänyt R. Nice. Lontoo: Sage. Alkuperäinen teos *Questions de sociologie*. Pariisi: Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. 1999. *Televisiosta*. Helsinki: Otava.

- Bourdieu, P. 2005a. The Political Field, the Social Science Field and the Journalistic Field. Teoksessa R. Benson & E. Neveu (toim.) Bourdieu and the Journalistic Field. Cambridge: Polity Press, 29–47.
- Bourdieu, P. 2005b [2000]. The Social Structures of the Economy. Cambridge: Polity. Alkuperäinen julkaisu: Les structures sociales de l'économie. Pariisi: Seuil.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J. D. 1992. An Invitation to Reflexive Sociology. Lontoo: The University of Chicago Press.
- Brown, P. 2017. Pushed beyond breaking: US newsrooms use mobile alerts to define their brand. The Tow Center for Digital Journalism at Columbia's Graduate School of Journalism. Saatavana: https://www.cjr.org/tow_center_reports/push-mobile-alerts-brand-breaking-news.php [Viitattu 1.12.2017]
- Burns, L. S. & Matthews, B. J. 2017. "Post-Industrial" Journalism as a Creative Industry. World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, 11 (6), 1504–1512.
- Chaplin, H. 2016. Guide to Journalism and design. The Tow Center for Digital Journalism at Columbia's Graduate School of Journalism. Saatavana: https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_journalism_and_design.php [Viitattu 24.11.2017]
- Chung, D. S., Nah, S. & Yamamoto, M. 2017. Conceptualizing citizen journalism: US news editors' views. Journalism. Sage. [Viitattu 5.10.2017]
- Davidson, R. & Meyers, O. 2014. "Should I stay or should I go?" Exit, voice and loyalty among journalists. Journalism Studies, 17 (5), 590–607.
- Davies, N. 2008. Flat Earth News. Lontoo: Random House.
- DeLorme, D. E. & Fedler, F. 2003. Journalists' Hostility toward PR: An Historical Analysis. PR Review, 29 (2), 99–124.
- Deuze, M. 2005. What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. Journalism, 6 (4), 442–464.
- Deuze, M. & Witschge, T. 2016. What journalism becomes. Teoksessa C. Peters & M. J. Broersma (toim.) Rethinking Journalism Again. Lontoo: Routledge, 115–130.
- Deuze, M. & Witschge, T. 2017. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. Journalism, 1–17. Sage. Julkaistu verkossa 7.2.2017. [Viitattu 29.9.2017]
- Erämaja, E. 2017. Mediatalouskatsaus 1/2017. Medialiitto. Saatavana: http://www.medialiitto.fi/files/4078/Mediatalouskatsaus_1_2017.pdf [Viitattu 21.10.2017]

- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus.
- Fahmy, S. 2008. How online journalists rank importance of news skills. *Newspaper Research Journal*, 29 (2), 23–39.
- Fredriksson, M. & Johansson, B. 2014. The Dynamics of Professional Identity. *Journalism Practice*, 8 (5), 585–595.
- Gatto, M. A. C. 2015. Making Research Useful: Current Challenges and Good Practices in Data Visualisation. Reuters Institute for the Study of Journalism. Saatavana: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/making-research-useful> [Viitattu 24.11.2017]
- Grunig, J. E. 2000. Collectivism, collaboration, and societal corporatism as core professional values in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 12 (1), 23–48.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. 1984. *Managing Public Relations*. Orlando: Thompson Learning.
- Hallin, D. C. 1992. The passing of the ‘high modernism’ of American journalism. *Journal of Communication*, 42 (3), 14–25.
- Harju, A., Koljonen, K. & Heinonen, A. 2017. Yhteistä uuteen alkuun – toimittajien kertomuksia mediatyön murroksesta. *Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Hayes, A. S., Singer, J. B. & Ceppos, J. 2007. Shifting roles, enduring values: The credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22 (4), 262–279.
- Heinonen, A. 1995. Vahtikoiran omatunto. *Journalismin itsesääntely ja toimittajat. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja A 84*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Heinonen, A. & Luostarinen, H. 2008. Reconsidering “journalism” for journalism research. Teoksessa M. Löffelholz & D. Weaver (toim.) *Global journalism research. Theories, methods, findings, future*. Malden (Mass.): Blackwell, 227–240.
- Hemánus, P. 1990. *Journalistiikan perusteet. Johdatusta tiedotusoppiin 2*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Honkonen, M. 2017. Viestintäala houkuttelee yhä toimittajia. 16.6.2017. Saatavana: <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2017/8/viestintala-houkuttelee-yh-toimittajia/> [Viitattu 21.10.2017]

- Høyer, S. & Lauk, E. 2016. Frames and Contradictions of the Journalistic Profession. Teoksessa K. Nordenstreng, U. J. Björk, F. Beyersdorf, S. Høyer & E. Lauk. A History of the International Movement of Journalists. Professionalism Versus Politics. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 8–41.
- Huotilainen, H. 2017. Ylen A-studiota juontanut Johanna Vesikallio siirtyy Perheyriyten liittoon. 18.7.2017. Saatavana: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/ylen-a-studiota-juontanut-johanna-vesikallio-siirtyy-perheyriyten-liittoon/r43gQgeb> [Viitattu 25.9.2017]
- Julkisen sanan neuvosto. 2014. Journalistin ohjeet. Suomen Journalistiliitto. Saatavana: <http://journalistiliitto.fi/fi/pelisaannot/journalistin-ohjeet/> [Viitattu 4.10.2017]
- Juntunen, L. 2011. Leikkaa–liimaa-journalismia? Tutkimus uutismedian lähdekäytännöistä. Viestinnän tutkimusraportteja 4/2011. Helsinki: Viestinnän tutkimuskeskus CRC, sosiaalitieteiden laitos, Helsingin yliopisto.
- Kallis, P. 2017. Journalistista viestintäammattilaiseksi – suomalaisen alanvaihtokeskustelun diskurssit. Yhteisöviestinnän pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Maisterintutkielma.
- Koch, T. 2016. Journalism or public relations? A quantitative survey of custom publishing editors in Germany. *Public Relations Review*, 42 (2), 345–352.
- Koljonen, K. 2013. Kriisi journalismissa. Kansakunnan katastrofit ja muuttuva professio. Tampereen yliopisto. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Tampere: Tampere University Press.
- Korhonen, H. 2014. Toimittajasta viestintäjohtajaksi. 28.2.2014. Saatavana: <http://viestijat.fi/toimittajasta-viestintajohtajaksi/> [Viitattu 22.6.2017]
- Kunelius, R. 2000. Journalismi nelijalkaisena otuksena: Tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. *Tiedotustutkimus*, 23 (3), 4–27.
- Kunelius, R. 2009. Viestinnän vallassa – johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. 5.–7. painos. Helsinki: WSOY.
- Kunelius, R. & Ruusunoksa, L. 2008. Mapping professional imagination. On the potential of professional culture in the newspapers of the future. *Journalism Studies*, 9 (5), 662–678.
- Larsson, L. 2009. PR and the Media. *Nordicom Review*, 30 (1), 131–147.
- Lehtonen, J. 2004. Finland. Teoksessa B. van Ruler & D. Ver (toim.) Public relations and communication management in Europe. A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice. Berliini: Mouton de Gruyter, 107–120.

- Leinonen, J. 2017. Arttu Laakkonen jättää Heilin ja siirtyy viestintätoimiston leipiin. 4.8.2017. Saatavana: <https://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/talous/item/151027-arttu-laakkonen-jaettaeae-heilin-ja-siirryy-viestintaetoimiston-leipiin> [Viitattu 25.9.2017]
- Lingard, B. & Christie, P. 2003. Leading theory: Bourdieu and the field of educational leadership. An introduction and overview to this special issue. *International Journal of Leadership in Education*, 6 (4), 317–333.
- Lloyd, J. & Toogood, L. 2015. *Journalism and PR. News Media and Public Relations in the Digital Age*. Lontoo: I.B. Tauris & Co.
- Luoma-aho, V., Uskali, T. & Weinstein, A. 2009. Pitfalls of Attention Work in the Innovation Ecosystem. *Innovation Journalism*, 6 (4).
- Maton, K. 2012. Habitus. Teoksessa M. Grenfell (toim.) *Pierre Bourdieu – Key Concepts*. 2. painos. Durham, USA: Acumen, 48–64.
- Melgin, E. 2014. Kun viestijästä tehtiin kyylä. 3.2.2014 Saatavana: <http://viestijat.fi/kun-viestijasta-tehtiin-kyyla/> [Viitattu 21.10.2017]
- Melgin, E. & Nurmilaakso, M-L. 2012. Alan järjestäytyminen. Teoksessa P. von Hertzen, E. Melgin & L. Åberg (toim.) *Vuosisata suhdetoimintaa – yhteisöviestinnän historia Suomessa*. Helsinki: Otava, 40–69.
- Mellado, C. & Hanusch, F. 2011. Comparing Professional Identities, Attitudes, and Views in Public Communication: A Study of Chilean Journalists and PR Practitioners. *PR Review*, 37 (4), 384–391.
- Miles M. B. & Huberman A. M. 1994. *Qualitative data analysis*. 2. painos. Kalifornia: Sage.
- Moore, R. 2012. Capital. Teoksessa M. Grenfell (toim.) *Pierre Bourdieu – Key Concepts*. 2. painos. Durham, USA: Acumen, 98–113.
- Mykkänen, P. 2014. Yhdistän viestintäosastolle! 2.2.2014. Saatavana: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002706695.html> [Viitattu 21.10.2017]
- Neijens, P. & Smit, E. 2006. Dutch PR Practitioners and Journalists: Antagonists No More. *PR Review*, 32 (3), 232–240.
- Nel, F. 2010. *Laid off. What do UK journalists do next?* Preston: The School of Journalism, Media & Communication at the University of Central Lancashire.
- Nikunen, K. 2011. Enemmän vähemmällä. Laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009–2010. Tampere: Tampereen yliopisto, Journalismin tutkimusyksikkö (tutkimusraportti).

- 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.
- O'Donnell, P., Zion, L. & Sherwood, M. 2016. Where do journalists go after newsroom job cuts? *Journalism Practice*, 10 (1), 35–51.
- Patching, R. & Hirst, M. 2013. *Journalism ethics: Arguments and Cases for the Twenty first Century*. New York: Routledge.
- Pierce, T. & Miller, T. 2007. Basic journalism skills remain important in hiring. *Newspaper Research Journal*, 28 (4), 51–61.
- ProCom. 2015. Viestinnän eettiset ohjeet. Saatavana: <http://procom.fi/viestintaala/ohjeet-ja-periaatteet/procomin-eettiset-ohjeet/> [Viitattu 17.10.2017]
- ProCom. 2016. Vuoden asiakas- tai sidosryhmälehti & Vuoden henkilöstölehti. Saatavana: <http://procom.fi/procom/kilpailut-ja-palkinnot/kilpailut-ja-palkinnot/> [Viitattu 17.10.2017]
- ProCom. 2017. Hanki ammattilaisarvio mediasii kehitystyötä varten ja osallistu samalla kilpailuun! Saatavana: <http://procom.fi/tapahtumat/omamedia/omamedia/> [Viitattu 17.10.2017]
- Puusa, A. 2011. Haastattelu laadullisen tutkimuksen menetelmänä. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) *Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan*. Helsinki: JTO, 73–87.
- Pöyhtäri, R., Väliverronen, J. & Ahva, L. 2016. Suomalaisen journalistin itseymmärrys muutosten keskellä. *Media & viestintä*, 39 (1), 1–19.
- Rahkonen, J. 2006. *Journalismi taistelukenttänä. Suomen Nato-jäsenyydestä käyty julkinen keskustelu 2003–2004*. Tampere: Tampere University Press.
- Rubens, D. R. & Stewart, P. L. 2006. *Communication and human behavior*. 5. painos. USA: Pearson.
- Russo, T. C. 1998. Organizational and Professional Identification: A Case of Newspaper Journalists. *Management Communication Quarterly*, 12 (1), 72–111.
- Ryan, M. & Martinson, D. L. 1988. Journalists and Public Relations Practitioners: Why the Antagonism? *Journalism Quarterly*, 65 (1), 131–140.
- Saarinen, J. 2017a. HS:n automaatti kirjoitti vaali-iltana tuhansia uutisia – mitä siitä pitäisi ajatella? 11.4.2017. Saatavana: <https://www.hs.fi/blogi/datablogi/art-2000005166354.html> [Viitattu 11.12.2017]
- Saarinen, J. 2017b. Journalismin automaatio etenee – HS julkaisi ensimmäistä kertaa ohjelman itsenäisesti tuottaman animaation. 24.11.2017. Saatavana: <https://www.hs.fi/blogi/datablogi/art-2000005462641.html> [Viitattu 11.12.2017]

- Sallot, L. M. & Johnson, E. A. 2006. Investigating Relationships between Journalists and PR Practitioners: Working Together to Set, Frame and Build the Public Agenda, 1991–2004. *PR Review*, 32 (2), 151–159.
- Schudson, M. 1978. *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books Inc.
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2013. *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Sherwood, M. & O'Donnell, P. 2016. Once a journalist, always a journalist? Industry restructure, job loss and professional identity. *Journalism Studies*. Julkaistu verkossa 11.11.2016. Saatavana: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1249007> [Viitattu 22.10.2017]
- Singer, J. B. 2016. The journalist as entrepreneur. Teoksessa C. Peters & M. J. Broersma (toim.) *Rethinking Journalism Again*. Lontoo: Routledge, 131–145.
- Siukosaari, A. 2012. Suhdetoiminta ja mediasuhteet. Suhdetoiminnan lieveilmiöistä yhteydenpitoon. Teoksessa P. von Herten, E. Melgin & L. Åberg (toim.) *Vuosisata suhdetoimintaa – yhteisöviestinnän historia Suomessa*. Helsinki: Otava, 122–155.
- Solis, B. & Breakenridge, D. 2009. *Putting the Public Back in Public Relations. How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Storey J., Salaman, G. & Platman, K. 2005. Living with enterprise in an enterprise economy: Freelance and contract workers in the media. *Human Relations*, 58 (8), 1033–1054.
- Thomson, P. 2012. Field. Teoksessa M. Grenfell (toim.) *Pierre Bourdieu – Key Concepts*. 2. painos. Durham, USA: Acumen, 65–82.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 6. painos. Helsinki: Tammi.
- Van der Haak, B., Parks, M. & Castells, M. 2012. The future of journalism: Networked journalism. *International Journal of Communication*, 6 (16), 2923–2938.
- Viestinnän ammattilaiset 2015. ProCom ry, Viesti ry, Julkisen alan tiedottajat ry (JAT) & Kirkon tiedotuskeskus. Saatavana: <http://www.viesti.fi/wp-content/uploads/2015/11/Viestinnaen-ammattilaiset-20151.pdf> [Viitattu 25.7.2017]
- Viestinnän ammattilaiset 2017. ProCom ry, Viesti ry, Julkisen alan tiedottajat ry (JAT). Saatavana: <http://procom.fi/viestintaala/tutkimus/viestinnan-ammattilaiset-2017/> [Viitattu 3.11.2017]
- Väliverronen, E. 2009. Journalismin muutoksia jäljittämässä. Teoksessa E. Väliverronen (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus, 7–10.

- Väntönen, E. 2015. Helppo hyppy pimeälle puolelle? Notkistuva ammatti-identiteetti toimittajien alanvaihdoksen helpottajana. Viestinnän pro gradu -tutkielma. Helsinki: Helsingin yliopisto. Maisterintutkielma.
- Waisbord, S. 2016. Crisis? What crisis? Teoksessa C. Peters & M. J. Broersma (toim.) *Rethinking Journalism Again*. Lontoo: Routledge, 205–215.
- Wiik, J. 2009. Identities under Construction: Professional Journalism in a Phase of Destabilization. *International Review of Sociology*, 19 (2), 351–365.
- Wiik, J. 2010. Journalism in transition. The professional identity of Swedish journalists. Doctoral Thesis. Department of Journalism, Media and Communication. Göteborg: University of Gothenburg.
- Willnat, L., Weaver, D. H. & Choi, J. 2013. The global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies. *Journalism Practice*, 7 (2), 163–183.
- Yun, S-H. & Yoon, H. 2011. Are ‘Journalists’ Own Problems’ Aggravating Their Hostility Toward PR? – A Study of Korean Journalists. *PR Review*, 37 (3), 305–313.
- Örnebring, H. & Mellado, C. 2016. Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations. *Journalism*. Sage.

LIITTEET

Liite 1. Haastateltavien etsiminen Twitterissä.

Kuvallinen twiitti



Retwiitti kuvallisesta twiitistä



Liite 2. Sähköposti potentiaalisille haastateltaville.

Hei,

ilmoitit Twitterissä, että olet kiinnostunut osallistumaan pro gradu -tutkielmani haastatteluun. Hienoa!

Tutkin entisten journalistien osaamisen soveltumista viestinnällisiin työtehtäviin. Olen erityisen kiinnostunut siitä, miten entiset journalistit kokevat itse oman osaamisensa soveltuvan viestinnällisiin työtehtäviin. Tutkimukseni tavoitteena on myös selvittää, millaista täydennyskoulutusta entisille journalisteille tarjottiin ja miten he lähtivät kerryttämään viestinnällistä osaamistaan.

Etsin tutkimukseeni haastateltavia viestintätoimistoista, yritysviestinnästä, kolmannen sektorin viestinnästä ja julkishallinnon viestinnästä. Haastattelen tutkimukseeni entisiä journalisteja, jotka ovat siirtyneet viestinnällisiin työtehtäviin. Toteutan haastattelut Helsingissä elokuun aikana. Haastattelu sijoittuu joko arki-iltaan tai viikonloppuun. Haastatteluun on hyvä varata aikaa noin tunti.

Journalistiikan pro gradu -tutkielmassani haastateltavien henkilöllisyyttä ei voida tunnistaa. Tutkimuksessa ei kerrota haastateltavien nimeä tai nykyistä työnantajaa. Valikoin haastateltavat taustakysymysten avulla. Vastaisitko ystävällisesti kyselyyn perjantaihin 14.7. mennessä? Olen sinuun yhteydessä viimeistään heinäkuun kolmannella viikolla, jotta voimme sopia haastattelun jo heinäkuun aikana.

Jos hyperlinkki ei toimi, niin löydät kyselyn täältä:
<https://goo.gl/forms/fbkrPntYaZLzpatL2>

Mikäli sinulle tulee mieleen kysymyksiä tutkimukseeni liittyen, niin vastaan niihin mielelläni. Minut tavoittaa sähköpostin, puhelimen ja Twitterin kautta.

Hyvää kesän jatkoa!

Terveisin,

Heidi Järvenpää
journalistiikan opiskelija
Jyväskylän yliopisto
puh. 040 *** ****
heidi.k.jarvenpaa@student.jyu.fi
@HeidiJarvenpaa

Liite 3. Taustatietokysely potentiaalisille haastateltaville.

Jyväskylän yliopiston journalistiikan pro gradu -tutkielmassa selvitetään entisten journalistien kokemuksia siitä, miten he kokevat osaamisensa soveltuvan viestinnällisiin työtehtäviin. Tutkimusaineisto kerätään haastatteluilla, ja haastateltavat valitaan näiden taustakysymysten avulla. Vastaukset ovat luottamuksellisia. Haastateltavien valinnan jälkeen tämä Google Forms -tiedosto poistetaan. Taustatiedot tarkistetaan haastattelun yhteydessä.

Nimesi?

Ikäsi?

- 21–30 vuotta
- 31–40 vuotta
- 41–50 vuotta
- 51–60 vuotta
- 61 tai vanhempi

Sukupuolesi?

- Nainen
- Mies
- Muu

Missä työskentelet nyt?

Millainen organisaatio nykyinen työpaikkasi on?

- Julkinen
- Yksityinen
- Kolmannen sektorin
- Muu

Mikä on nykyinen tittelisi?

Millainen on työnkuvasi?

Kuinka kauan olet työskennellyt nykyisessä organisaatiossa?

- Alle kolme kuukautta
- 3–12 kuukautta
- 1–2 vuotta
- 2–5 vuotta
- 6–10 vuotta
- Yli 10 vuotta

Kuinka kauan yhteensä olet työskennellyt viestinnässä?

Alle kolme kuukautta
3–12 kuukautta
1–2 vuotta
2–5 vuotta
6–10 vuotta
Yli 10 vuotta

Milloin siirryit viestinnän puolelle?

Kuinka kauan olet työskennellyt journalistina ennen viestinnällisiin tehtäviin siirtymistä?

Alle kolme kuukautta
3–12 kuukautta
1–2 vuotta
2–5 vuotta
6–10 vuotta
Yli 10 vuotta

Missä mediataloissa olet työskennellyt?

Sopiiko sinulle haastattelu Helsingissä elokuun aikana joko arki-iltana tai viikonloppuna?

Kyllä
Ehkä
Ei

Puhelinnumerosi?

Vapaa sana.

Liite 4. Puolistrukturoidun teemahaastattelun haastattelurunko.

Taustakysymykset

Nimi, ikä, sukupuoli

Ammatti, koulutus, työkokemus ja urapolku

Nykyinen työnantaja ja titteli

Alanvaihto journalistista viestijäksi

Milloin vaihdoit journalismista viestinnän puolelle? Miksi vaihdoit alaa?

Kuinka tyytyväinen olet ollut alanvaihtoon?

Alku viestinnän työtehtävissä (ensimmäiset kuusi kuukautta)

Millaisia työtehtäviä teit ensimmäisinä kuukausina viestinnän puolella?

Miten koit journalistisen osaamisen soveltuneen uusiin työtehtäviin?

Minkä koit helpoksi? Minkä puolestaan haastavaksi?

Miten kehitit viestinnällistä osaamistasi?

Osallistuitko viestinnälliseen koulutukseen?

Jos kyllä, niin millaista koulutusta sait? Jos et, niin olisitko tarvinnut koulutusta?

Nykyinen viestintätyö

Työn sisältö

Millainen on organisaatiosi viestintätiimi?

Millaisia työtehtäviä sinulla on? Millaisten aiheiden parissa työskentelet?

Millaisena koet viestinnällisen työsi tällä hetkellä?

Verrattuna journalismiin niin mikä on muuttunut työtehtävissäsi?

Journalistisen osaamisen soveltuminen

Minkä koet nykyisessä työssäsi helpoksi? Minkä puolestaan haastavaksi?

Miten koet journalistisen osaamisesi soveltuvan viestinnällisiin työtehtäviin?

Miten journalistinen osaaminen on auttanut sinua viestinnällisissä työtehtävissä?

Millaista haittaa journalistisesta osaamisesta on ollut?

Miten työkokemuksesi ja koulutustaustasi soveltuvat viestinnällisiin työtehtäviin?

Mikäli olet opiskellut journalistiikkaa tai vastaavia toimittajaopintoja, niin miten koulutus valmensi sinua viestinnällisiin työtehtäviin?

Viestinnällisen osaamisen kehittäminen

Miten olet kehittänyt viestinnällistä osaamistasi?

Mitkä viestinnän osa-alueet koet helppoina? Mitkä puolestaan haastavina?

Koetko nykyisessä työssäsi, että sinulla on tarvetta täydennyskoulutukselle? Miksi?

Oletko osallistunut viestinnälliseen koulutukseen? Jos kyllä, niin millaiseen?

Jos olet osallistunut viestinnälliseen koulutukseen, niin miten koet sen auttaneen sinua nykyisissä työtehtävissäsi? Suorititko koulutuksen työajalla vai sen ulkopuolella?

Haastateltavan näkemykset tulevaisuudesta

Millaisena näet journalismin ja viestinnän suhteen?

Miten näkemyksesi viestinnästä on muuttunut alanvaihdon myötä?

Koetko olevasi enemmän journalisti vai viestijä?

Millaisia muutoksia olet kokenut työidentiteetissäsi?

Millaisena näet tulevaisuutesi työelämässä?

Mitä muuta haluaisit vielä kertoa?