

JOHTAVIEN VIESTIJÖIDEN TUTKIMUS 2017

ProCom ry | Maaliskuu 2017



EVIDENCE BASED REPUTATION ADVISORY

T | MEDIA



Johtavien viestijöiden
keskeiset tehtävät **3**



Yhteenveto ja
johtopäätökset **28**



Arvot ja eettiset
kysymykset **13**



Näin tutkimus
toteutettiin **33**



Disinformaatio
ja vihapuhe **23**



T | MEDIA

**JOHTAVIEN
VIESTIJÖIDEN
KESKEISET
TEHTÄVÄT**

Johtavien viestijöiden mielestä kolme tärkeintä tehtävää heidän johtamistyössään ovat:

1. organisaation sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien sitouttaminen ja inspirointi,

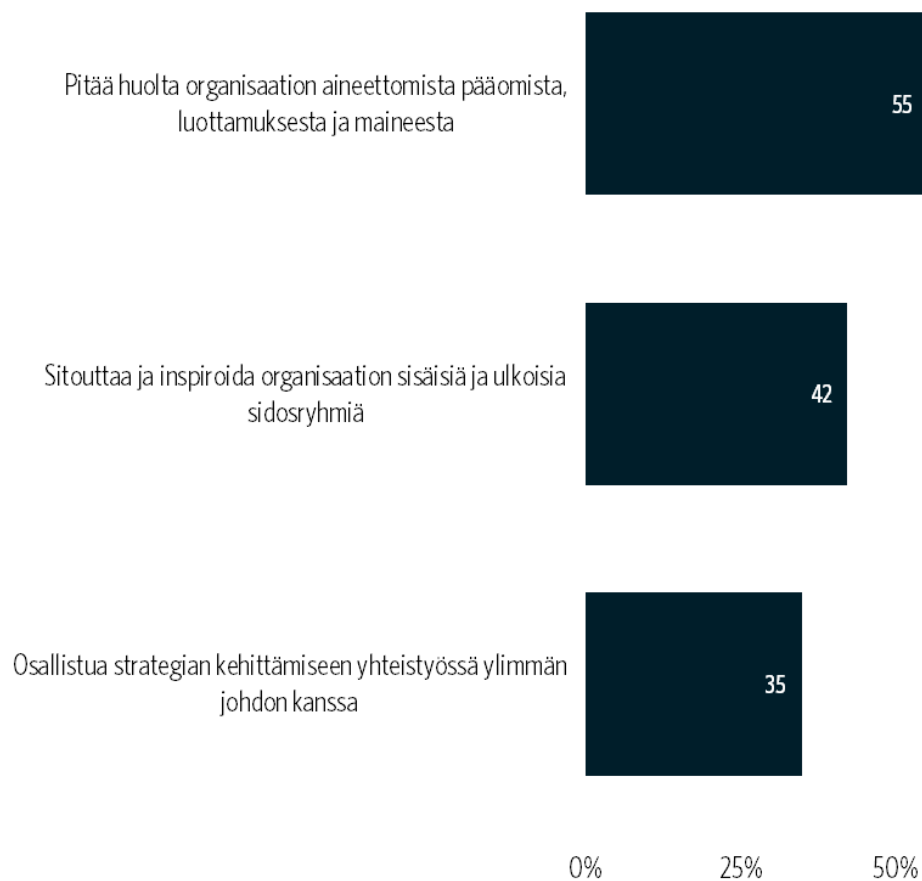
2. organisaation aineettomista pääomista kuten maineesta huolehtiminen sekä

3. liiketoiminnan ymmärtäminen ja kyky viestiä liiketoimintayksiköiden kanssa sujuvasti.

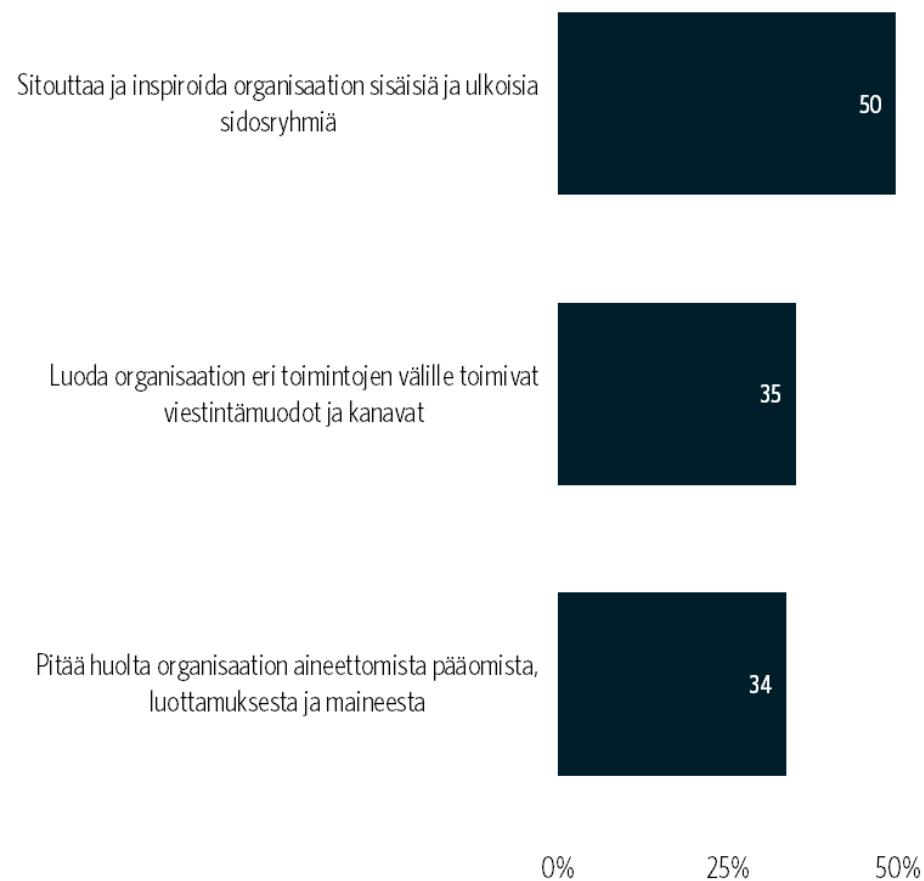
Mitkä seuraavista ovat kolme tärkeintä tehtävääsi johtamisessa omassa työssäsi?



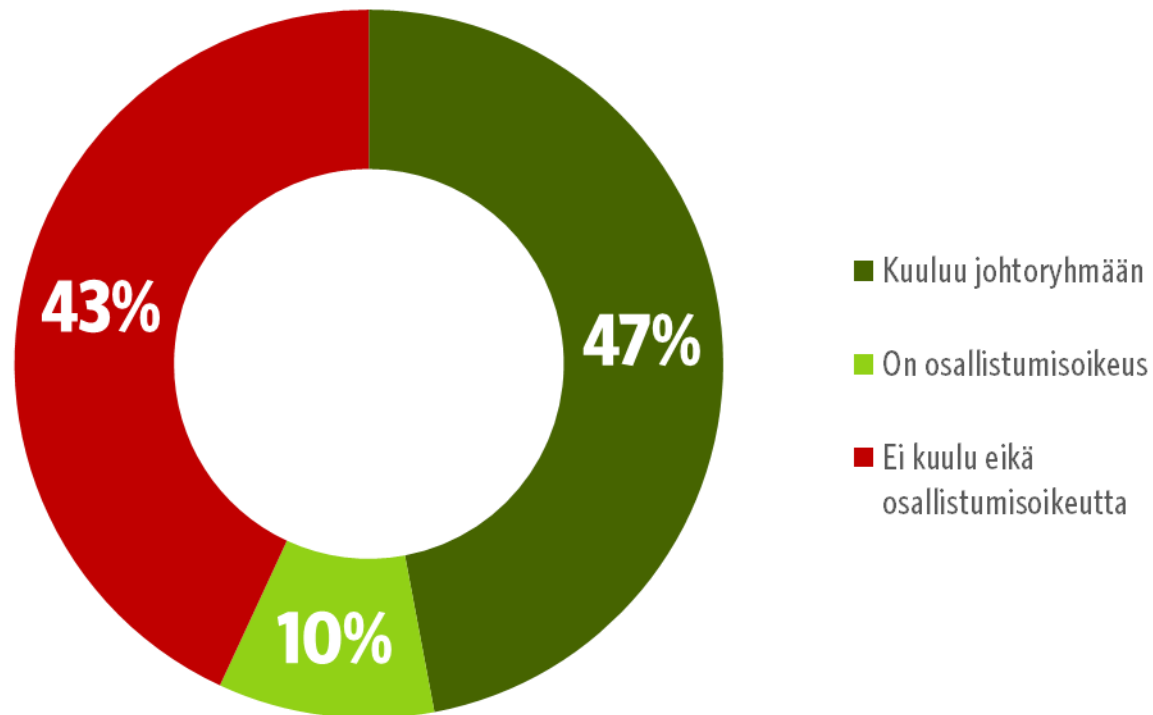
Viestintäjohtajat



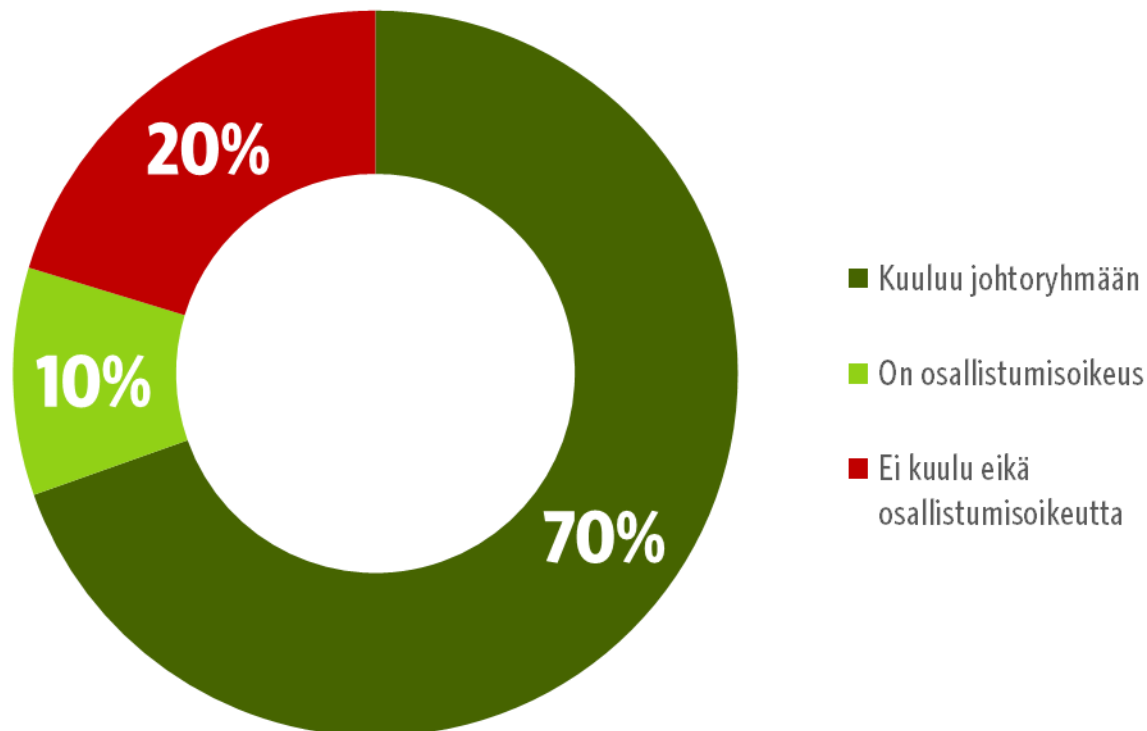
Viestintäpäälliköt



43 % kaikista tutkimukseen vastanneista viestijöistä ei kuulu johtoryhmään, eikä ole osallistumisoikeutta johtoryhmään.

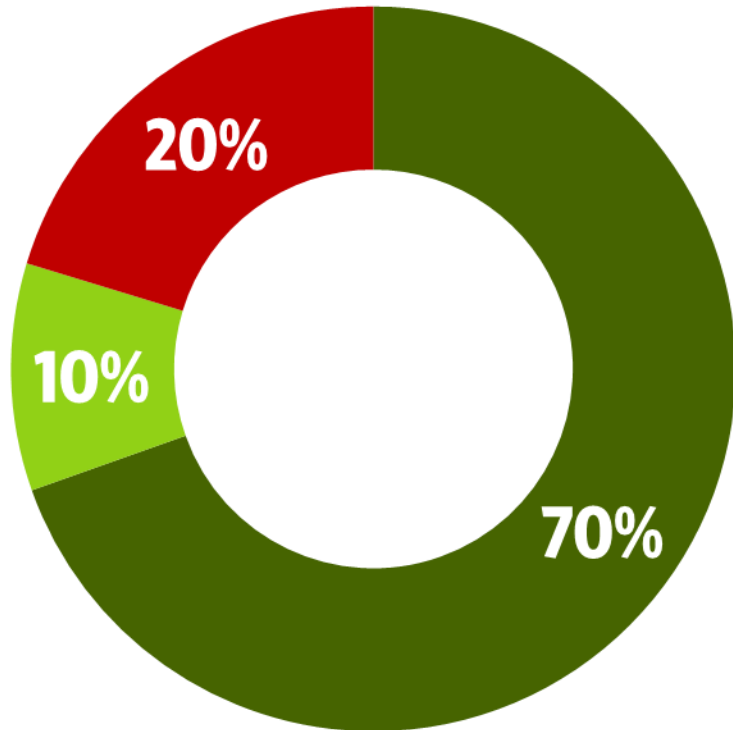


Joka viides viestintäjohtaja ei kuulu johtoryhmään, eikä ole osallistumisoikeutta.

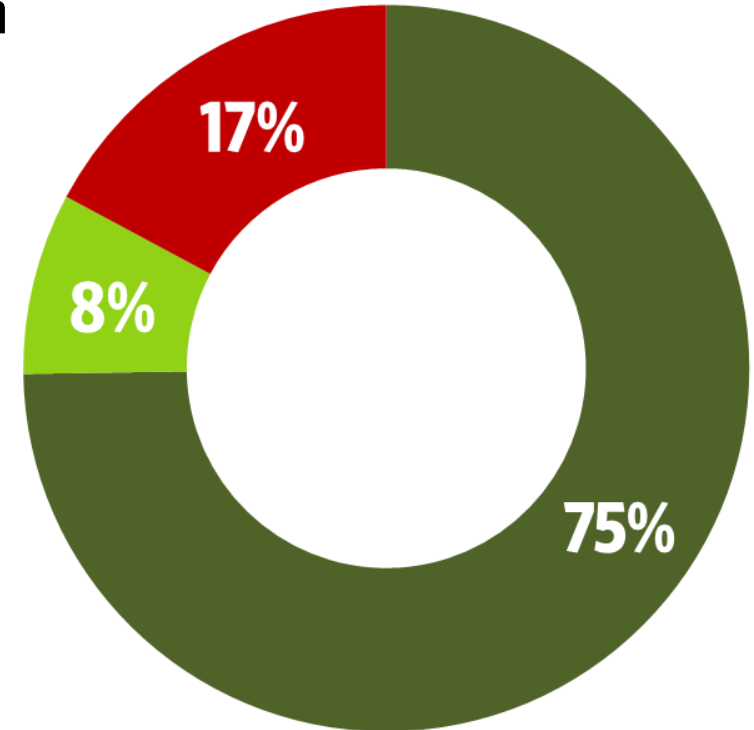


**Viestintäjohtajista
harvempi kuuluu nyt
johtoryhmään kuin
kaksi vuotta sitten**

2017



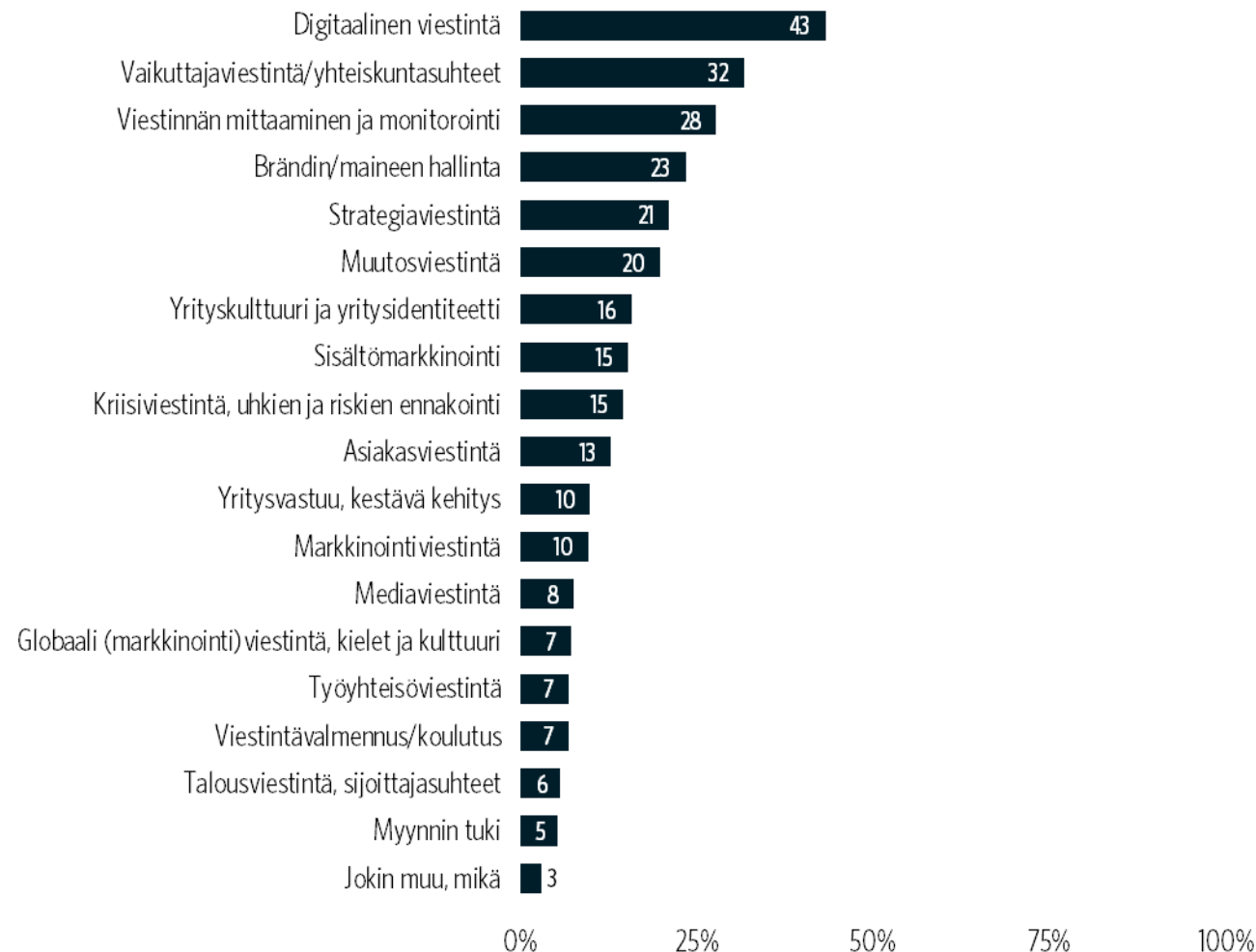
2015



- Kuuluu johtoryhmään
- On osallistumisoikeus
- Ei kuulu eikä osallistumisoikeutta

Viestinnän ammattilaiset haluavat työssään kehittyä erityisesti digitaalisessa viestinnässä, vaikuttajaviestinnässä/ yhteiskuntasuhteissa sekä viestinnän mittaamisessa ja monitoroinnissa.

Missä tehtävässä haluaisi ensisijaisesti kehittyä seuraavien 3-5 vuoden aikana
(Prosenttia vastaajista valitsi kolmen tärkeimmän joukkoon)



Missä tehtävässä haluaisi ensisijaisesti kehittyä seuraavien 3-5 vuoden aikana. (Prosenttia vastaajista valitsi kolmen tärkeimmän joukkoon)

Viestintäjohtajat



Viestintäpäälliköt

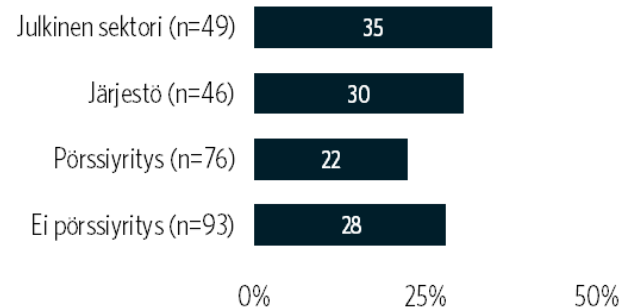


Erityisesti julkisella sektorilla työskentelevät viestijät haluaisivat kehittyä viestinnän mittaamisessa ja monitoroinnissa.

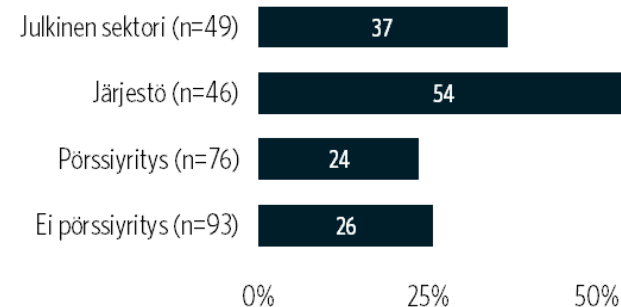
Järjestösektorilla halutaan kehittyä vaikuttajaviestinnässä ja yhteiskuntasuhteiden hallinnassa.

Digitaalisessa viestinnässä halutaan kehittyä kaikilla sektoreilla.

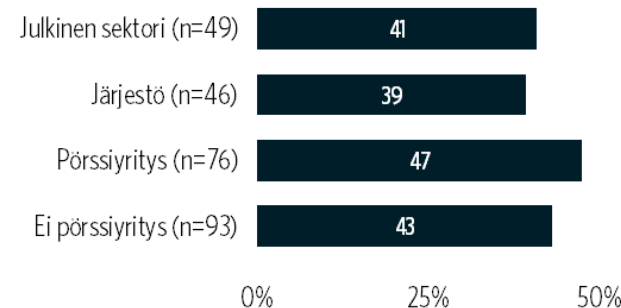
Viestinnän mittaaminen ja monitorointi



Vaikuttajaviestintä / yhteiskuntasuhteet



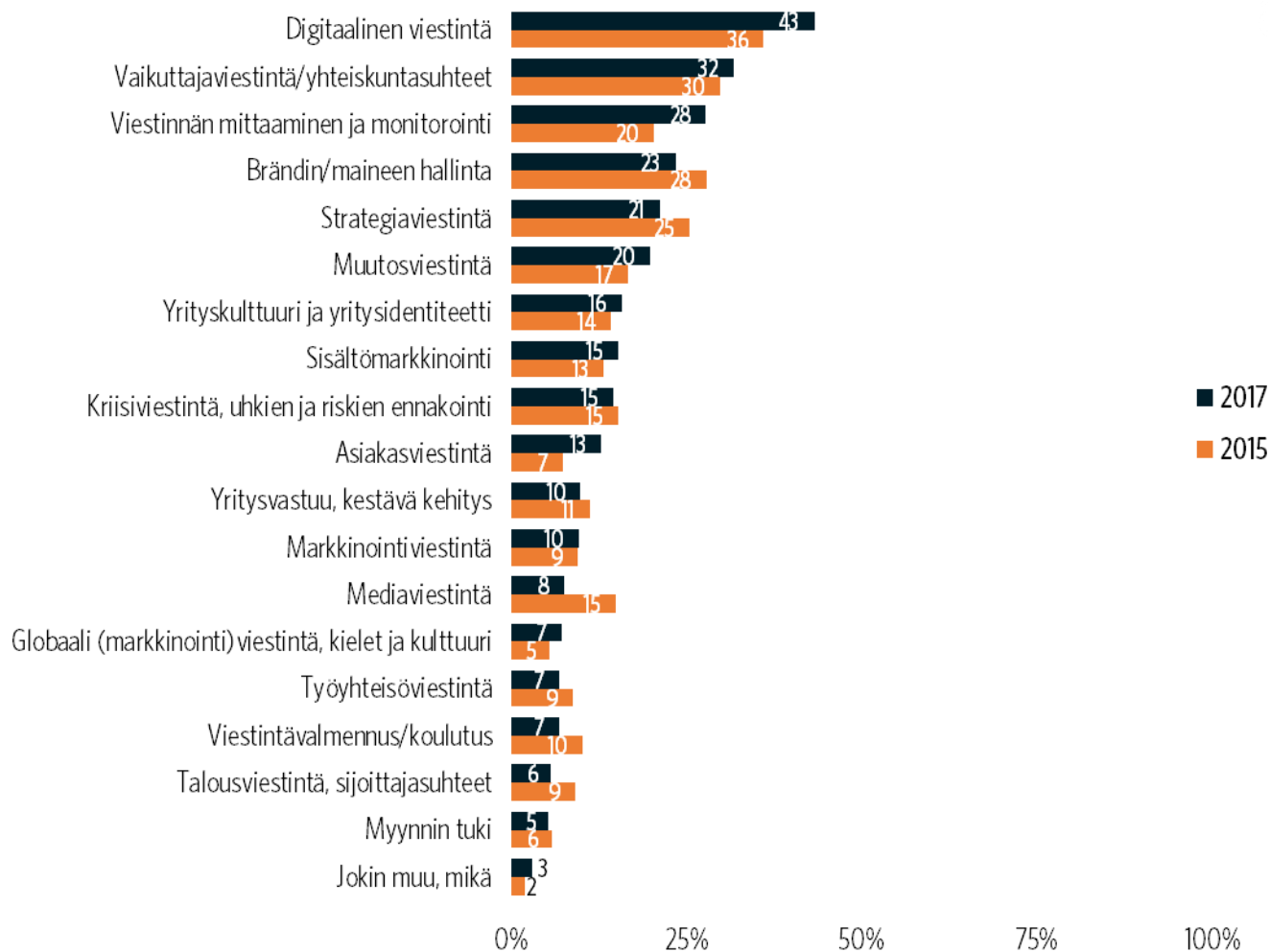
Digitaalinen viestintä



Verrattuna kahden vuoden takaisin tuloksiin digitaalinen viestintä sekä viestinnän mittaaminen ja monitorointi kiinnostavat nyt kehityskohteina aikaisempaa enemmän.

Maineen hallinta, strategiaviestintä sekä mediaviestintä valitaan kolmen tärkeimmän joukkoon nyt aiempaa harvemmin.

Missä tehtävässä haluaisi ensisijaisesti kehittyä seuraavien 3-5 vuoden aikana
(Prosenttia vastaajista valitsi kolmen tärkeimmän joukkoon)



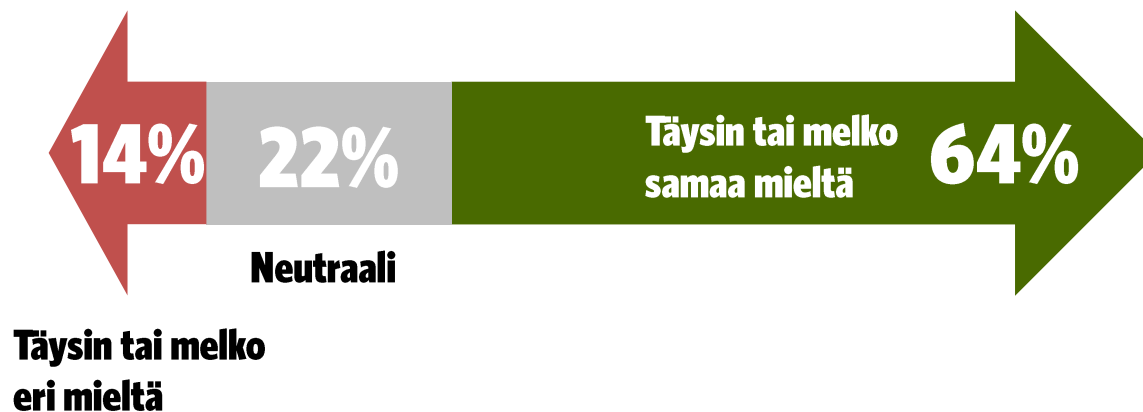


T|MEDIA

**ARVOT JA
EETTISET
KYSYMYKSET**

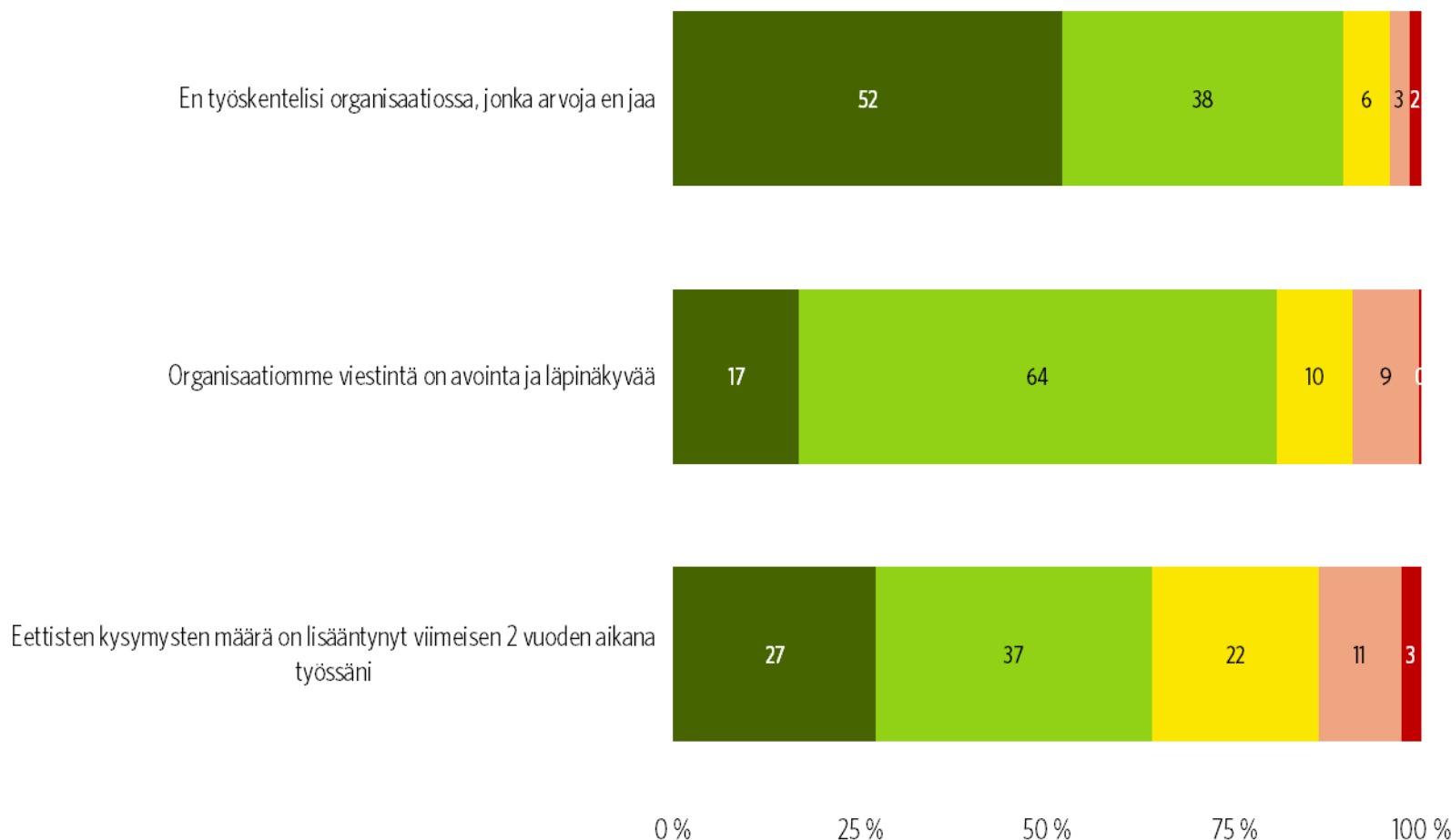
Johtavat viestijät kohtaavat työssään yhä enemmän eettisiä kysymyksiä.

Väittämä: Eettisten kysymysten määrä on lisääntynyt työssäni viimeisen kahden vuoden aikana



Arvioi seuraavaksi muutamia viestintään, organisaation arvoihin ja avoimuuteen liittyviä asioita

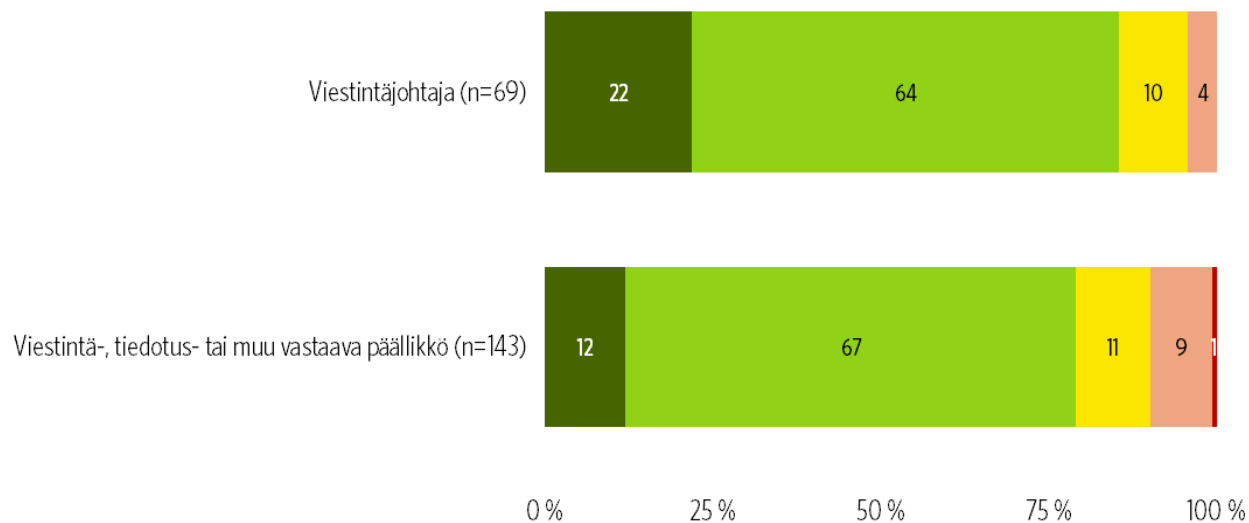
■ Olen täysin samaa mieltä: 5 ■ Olen melko samaa mieltä: 4 ■ En ole samaa enkä eri mieltä: 3 ■ Olen melko eri mieltä: 2 ■ Olen täysin eri mieltä: 1



Viestintäjohtajat kokevat edustamansa organisaation viestinnän olevan avoimempaa ja läpinäkyvämpää kuin viestinnän päälliköt.

Väittämä: Organisaatiomme viestintä on avointa ja läpinäkyvää

■ Olen täysin samaa mieltä: 5 ■ Olen melko samaa mieltä: 4 ■ En ole samaa enkä eri mieltä: 3 ■ Olen melko eri mieltä: 2 ■ Olen täysin eri mieltä: 1



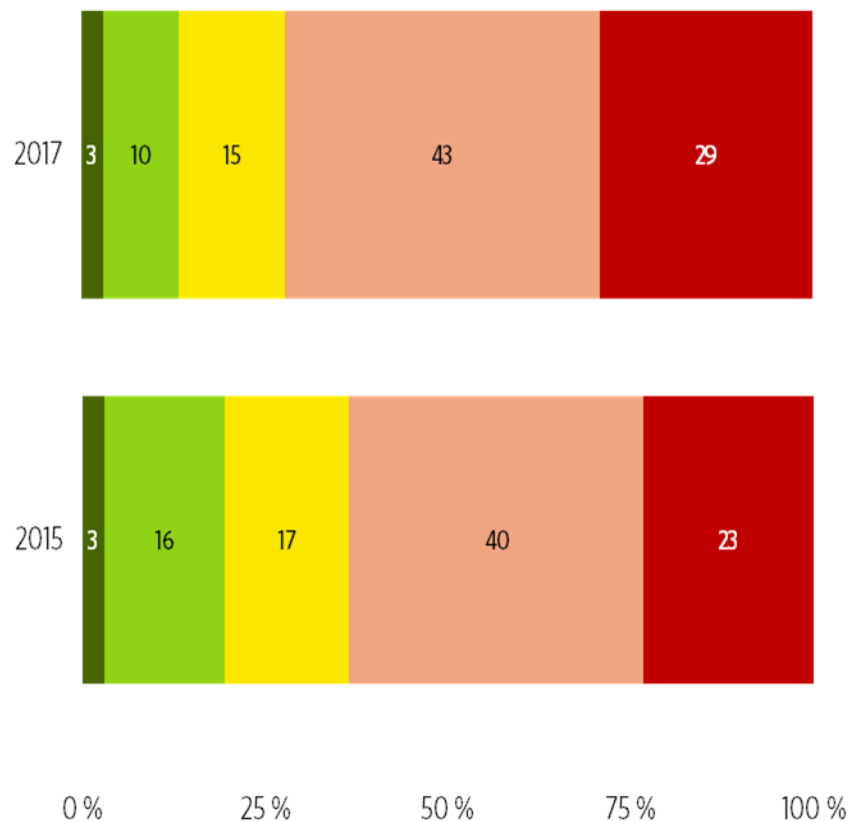
Arvioi seuraavaksi muutamia viestintään, organisaation arvoihin ja avoimuuteen liittyviä asioita

Asteikko 5=täysin samaa mieltä, 1=täysin eri mieltä

Väittämä: En voi vaikuttaa asiaan, jos edustamani organisaatio toimii epäeettisesti

■ Olen täysin samaa mieltä: 5 ■ Olen melko samaa mieltä: 4 ■ En ole samaa enkä eri mieltä: 3 ■ Olen melko eri mieltä: 2 ■ Olen täysin eri mieltä: 1

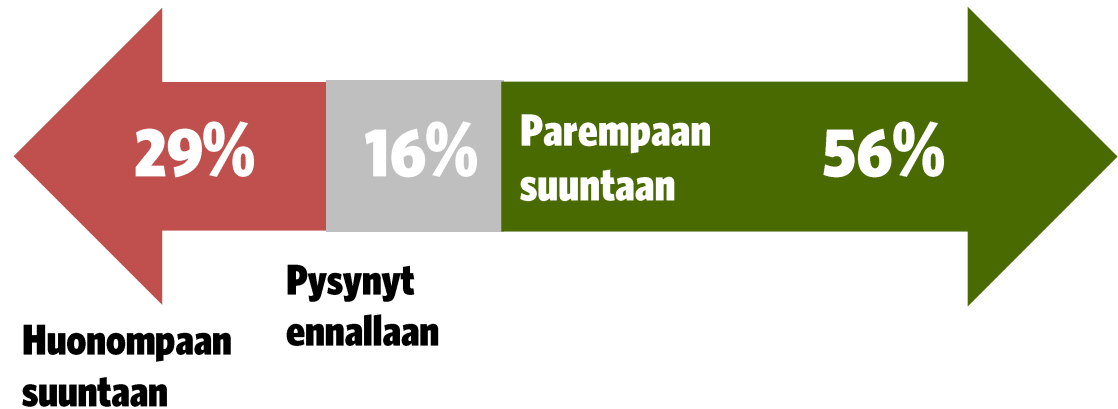
Johtavat viestijät kokevat
nyt voivansa vaikuttaa
edustamansa
organisaation
epäeettiseen toimintaan
aikaisempaa enemmän.



Enemmistö johtavista viestijöistä näkee viestintäkulttuurin kehittyneen Suomessa parempaan suuntaan viime vuosina.

Johtavat viestijät näkevät, että viestinnän strateginen merkitys ymmärretään nyt paremmin, mikä on lisännyt viestinnän avoimuutta.

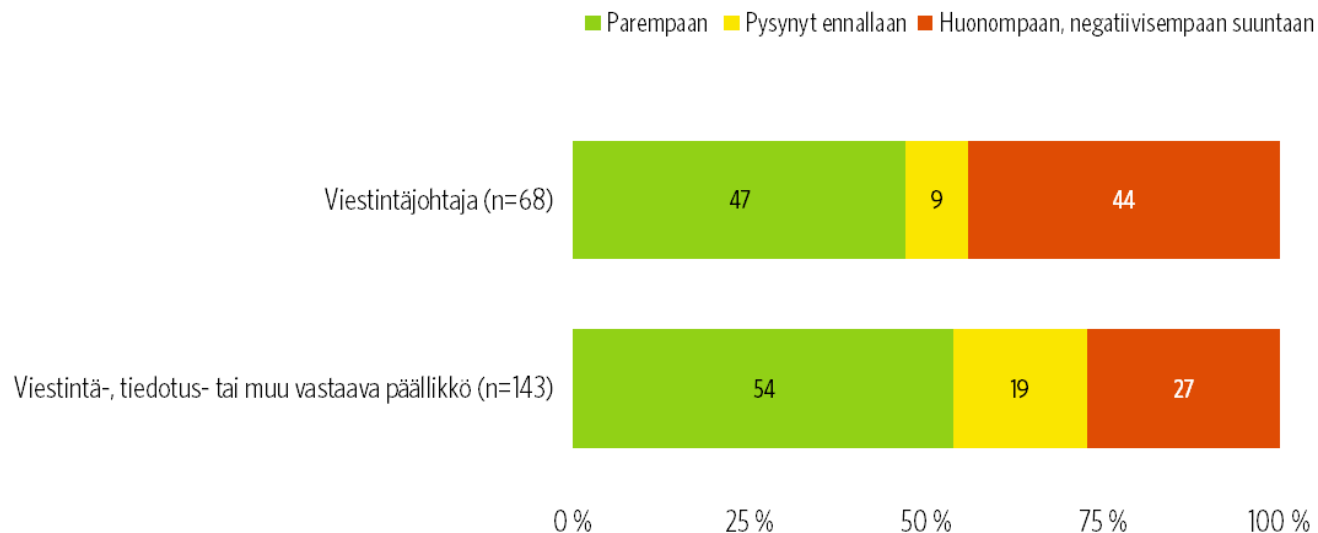
Väittämä: Viestintäkulttuuri Suomessa on muuttunut viime vuosina...



"Yritykset ja yhteisöt, johto mukaan lukien, ymmärtävät paremmin viestintää, merkitystä ja laajuutta ja sen strategisen merkityksen. Avoimuus kasvanut, vaikka vielä on tekemistä."

Viestintäjohtajat kokevat viestintäkulttuurin muutoksen negatiivisempana kuin viestinnän päälliköt.

Väittämä: Viestintäkulttuuri on muuttunut Suomessa viime vuosina...



Verrattuna kahden vuoden takaiseen selvästi useampi johtava viestijä näkee nyt, että viestintäkulttuuri on muuttunut Suomessa viime vuosina negatiiviseen suuntaan.

Väittämä: Viestintäkulttuuri on muuttunut Suomessa viime vuosina...



Uusien viestintäkanavien - erityisesti sosiaalisen median - nähdään vieneen viestintäkulttuuria Suomessa huonompaan suuntaan.

Perustelisitko, miksi viestintäkulttuuri Suomessa on mielestäsi muuttunut huonompaan suuntaan.

" Muuttunut nopeutta, pinnallisuutta ja tunteellisuutta korostavaan suuntaan. Myös viestijät itse ovat vieneet alaa siihen suuntaan. "

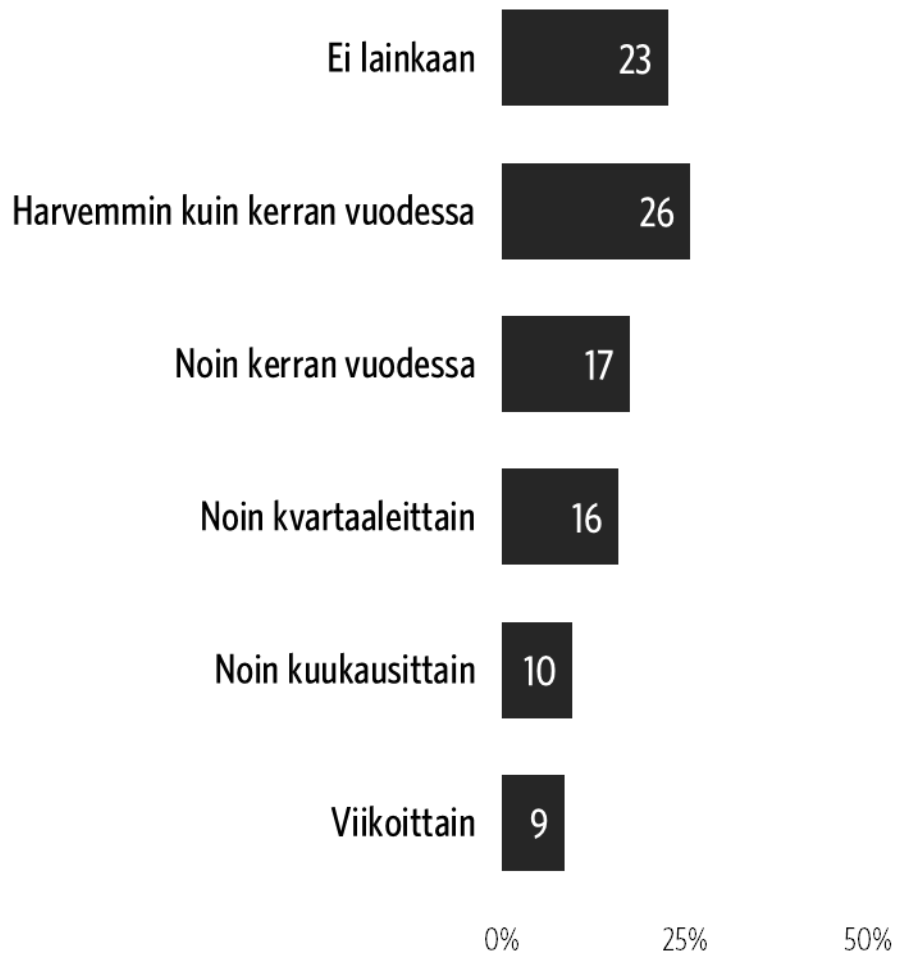
" Minä itse -ajattelu jyllää ja varsinkin negatiivisen palautteen antaminen some-kanavissa on tuonut ikävän mausteen viestintäkulttuurin. Jos trendi jatkuu, menemme vielä rappeuttavampaan viestintäkulttuuriin. "

" Digitaalisuus on tuonut mukanaan mahdollisuuden "huudella puskesta" nimettömänä. Tämä ei tietenkään näy kaikessa viestinnässä mutta haastaa ns. perinteisen viestinnän toimimaan niin, että luotettavaa ja tutkittua tietoa on saatavissa jatkossakin. Tässä tilanteessa viestinnän ammattilaisten rooli on entistä tärkeämpi. "

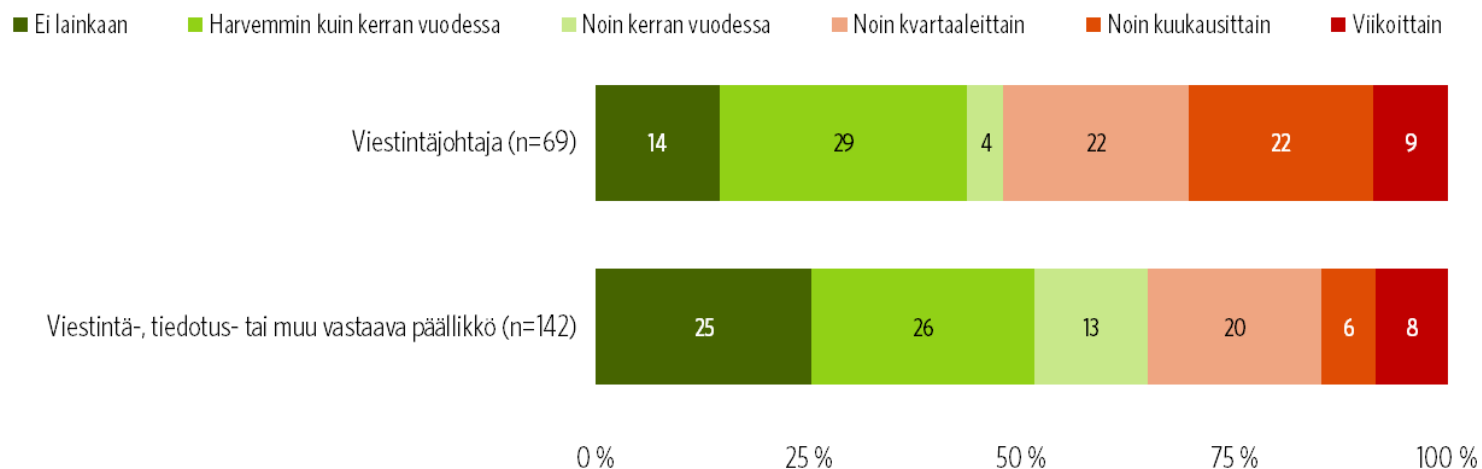


T | MEDIA

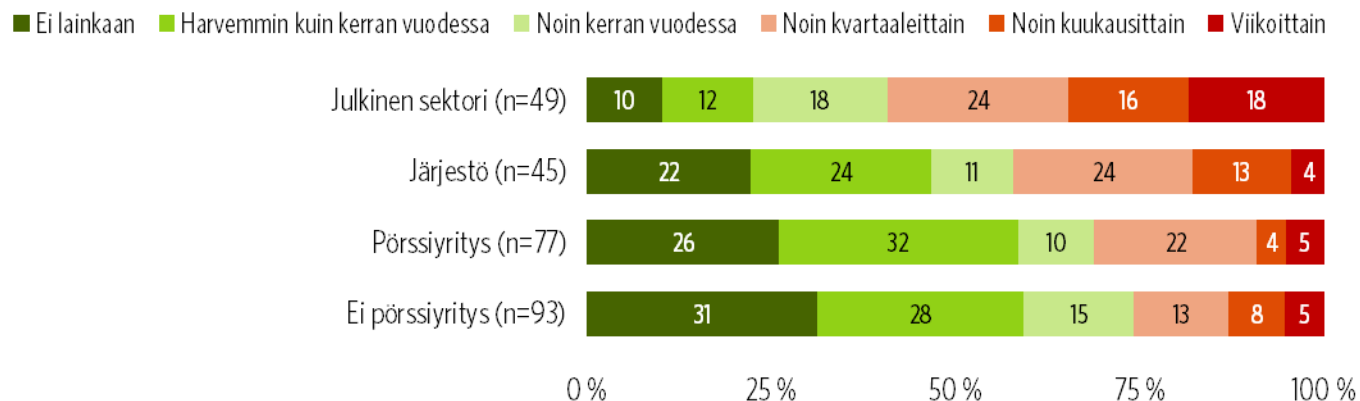
**DISINFORMAATIO JA
VIHAPUHE**

**Organisaatiomme on joutunut tekemisiin
disinformaation ja valeutisten kanssa****Organisaatiomme on joutunut
tekemisiin vihapuheen kanssa**

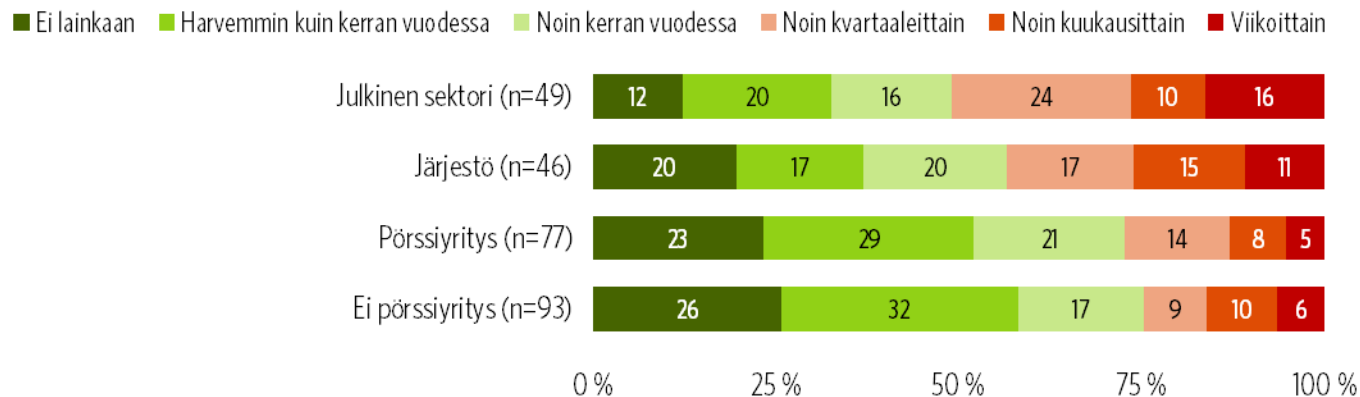
Organisaatiomme on joutunut tekemisiin vihapuheen kanssa



Organisaatiomme on joutunut tekemisiin vihapuheen kanssa

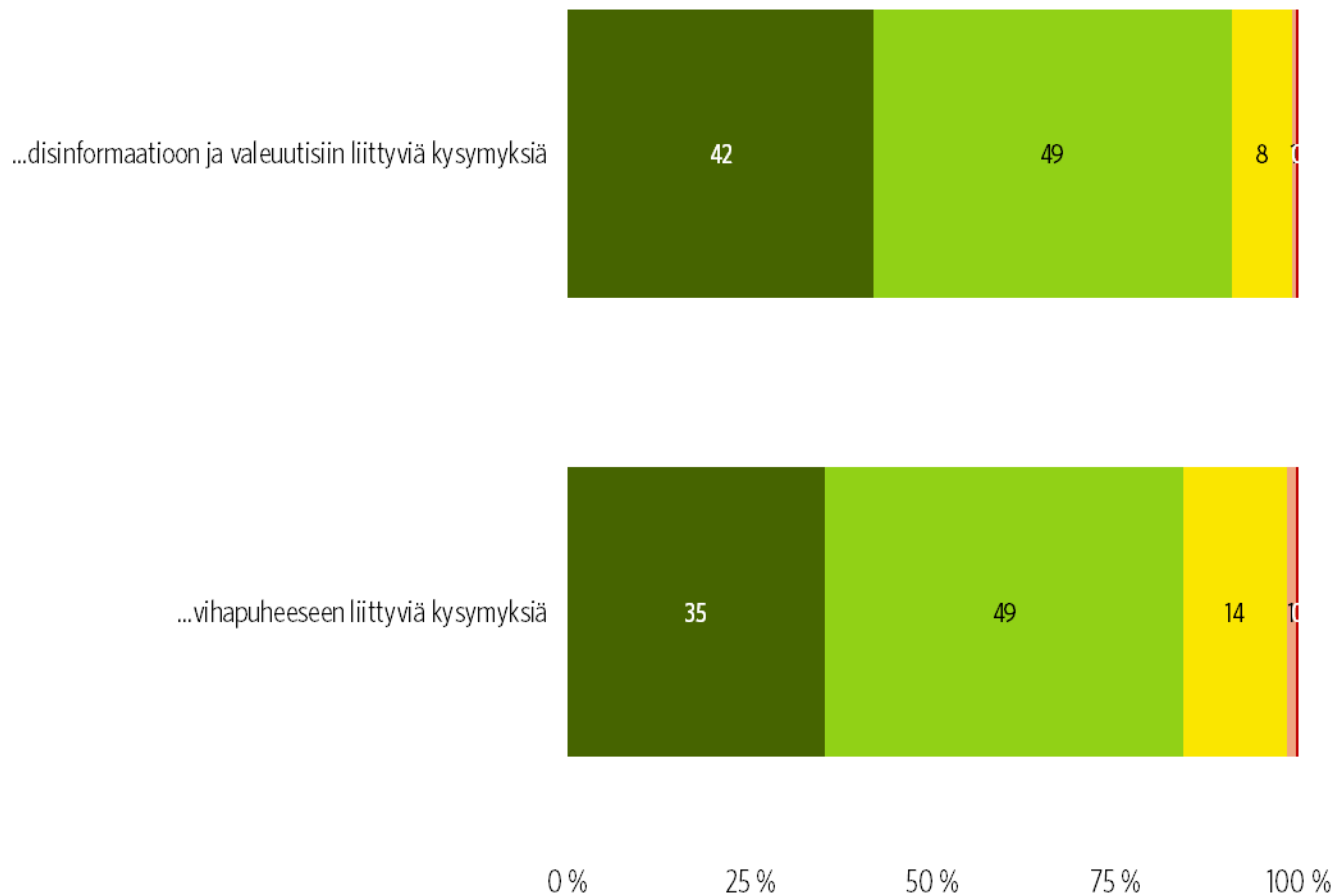


Organisaatiomme on joutunut tekemisiin disinformaation ja valeutisten kanssa



Tulevaisuudessa viestijät joutuvat nykyistä enemmän ratkaisemaan...

■ Olen täysin samaa mieltä: 5 ■ Olen melko samaa mieltä: 4 ■ En ole samaa enkä eri mieltä: 3 ■ Olen melko eri mieltä: 2 ■ Olen täysin eri mieltä: 1





T | M E D I A



**YHTEENVETO JA
JOHTOPÄÄTÖKSET**

- Johtavat viestijät nostavat **kolmeksi tärkeimmäksi tehtäväksi omassa johtamistyössään seuraavat tehtävät:**
 1. Organisaation sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien sitouttaminen ja inspiointi
 2. Organisaation aineettomista pääomista huolehtiminen
 3. Liiketoiminnan ymmärtäminen ja kyky viestiä liiketoimintayksiköiden kanssa sujuvasti
- *Viestintäjohtajien keskuudessa kolmen tärkeimmän tehtävän joukkoon nousee liiketoiminnan ymmärtämisen sijaan strateginen kehittäminen ylimmän johdon kanssa.*
- *Viestinnän päälliköt nostavat sen sijaan kolmen tärkeimmän tehtävään joukkoon useimmiten organisaation eri toimintojen välisten toimivien viestintämuotojen ja -kanavien luomisen.*

- Viestinnän ammattilaiset haluaisivat työssään kehittyä erityisesti
 1. digitaalisessa viestinnässä
 2. vaikuttajaviestinnässä/ yhteiskuntasuhteissa
 3. viestinnän mittaamisessa ja monitoroinnissa
- *Viestinnän mittaaminen ja monitorointi* kehityskohteena kiinnostaa erityisesti *julkisella sektorilla* työskenteleviä johtavia viestijöitä, kun taas *järjestösektorilla* halutaan kehittyä *vaikuttajaviestinnässä ja yhteiskuntasuhteiden hallinnassa*. Digitaalinen viestintä kiinnostaa nyt kehityskohteena läpi kaikkien sektoreitten.
- Verrattuna kahden vuoden takaisin tuloksiin digitaalinen viestintä sekä viestinnän mittaaminen ja monitorointi kiinnostavat nyt kehityskohteina aikaisempaa enemmän. Maineen hallinta ja strategiaviestintä puolestaan nostetaan aiempaa harvemmin kiinnostavimpiin kehityskohteisiin.

- Johtavat viestijät kohtaavat työssään yhä enemmän eettisiä kysymyksiä.
- Vain 17 % johtavista viestijöistä on täysin sitä mieltä, että heidän edustamansa organisaation viestintä on avointa ja läpinäkyvää.
 - Viestintäjohtajat näkevät viestinnän avoimempänä ja läpinäkyvämpänä kuin viestinnän päälliköt: johtajista 22 % on täysin samaa mieltä väitteen kanssa, kun päälliköiden keskuudessa luku on vain 12 %.
- Johtavat viestijät kokevat nyt voivansa vaikuttaa edustamansa organisaation epäeettiseen toimintaan aikaisempaa enemmän.
- 56% johtavista viestijöistä kokee, että viestintäkulttuuri on muuttunut parempaan suuntaan kahden viimevuoden aikana. Kulttuurin paranemisen nähdään kumpuavan siitä, että viestinnän strateginen merkitys ymmärretään nyt paremmin, mikä on lisännyt viestinnän avoimuutta.
- Verrattuna kahden vuoden takaiseen selvästi useampi johtava viestijä näkee kuitenkin nyt, että viestintäkulttuuri on muuttunut Suomessa viime vuosina negatiiviseen suuntaan.
 - Erytisesti viestintäjohtajat ovat tätä mieltä. Heistä jopa 44 % näkee viestintäkulttuurin muuttuneen huonompaan suuntaan, kun viestinnän päälliköistä tätä mieltä on vain 27 % vastaajista.
 - Suuri vaikutus negatiiviseen kehitykseen nähdään olleen uusilla viestintäkanavilla, eritoten sosiaalisella medially.

- 77 % prosenttia johtavista viestijöistä kertoo, että heidän edustamansa organisaatio on joutunut tekemisiin disinformaation ja valeutisten kanssa. 75 % prosenttia vastaajien edustamista organisaatioista on puolestaan joutunut tekemisiin vihapuheen kanssa. Kuitenkin vain n. 35 % vastaajista kertoo organisaationsa kohdanneen disinformaatiota tai vihapuhetta useammin kuin kerran vuodessa.
 - Disinformaatio ja vihapuhe koskettavat eniten julkista sektoria ja harvimminkin yrityksiä, jotka eivät ole pörssissä.
 - Viestintäjohtajien mukaan organisaatiot kohtaavat vihapuhetta selvästi useammin kuin viestinnän päälliköiden mukaan.
- Johtavien viestijöiden mukaan organisaatiot joutuvat tulevaisuudessa nykyistä enemmän ratkaisemaan disinformaatioon ja vihapuheeseen liittyviä kysymyksiä.



T | MEDIA

**NÄIN TUTKIMUS
TOTEUTETTIIN**

Tiedonkeruun
toteutus ja
vastaajien
taustatiedot

- **Johtavien viestijöiden tutkimuksessa** selvitettiin viestinnän ammattilaisten näkemyksiä mm. omasta työstään, viestinnän roolista organisaatiossa, viestintäkulttuurin muutoksista ja viestinnän ammattilaisten tehtävistä tulevaisuudessa.
- Tutkimuksen kohderyhmänä olivat viestinnän johtavissa tehtävissä toimivat ProCom ry:n jäsenet sekä muut kuin ProComin jäsenet.
- Kyselylomake suunniteltiin ProCom - Viestinnän ammattilaiset ry:n työryhmän ja T-Media Oy:n yhteistyönä.
- Tutkimuksesta T-Mediassa vastasivat tutkimusjohtaja Sari Maunula ja toimitusjohtaja Harri Leinikka ja ProComissa toimitusjohtaja Elina Melgin ja viestintäpäällikkö Minna-Liisa Nurmilaakso.
- Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin sähköisellä lomakkeella maaliskuussa 2017.
- Tutkimuksen lähtöotos muodostettiin ProCom ry:n toimesta. Tutkimuskutsut kohderyhmään kuuluville noin 1200:lle viestinnän ammattilaiselle lähetettiin ProComin toimesta. Kyselyssä lähetettiin yksi muistutus.
- Kyselyyn vastasi yhteensä 306 viestinnän ammattilaista, joista joka kolmas oli viestintäjohtaja ja puolet oli viestintä-, tiedotus- tai muita vastaavia päälliköitä.
- Tutkimuksen käytännön toteutuksesta ja tulosten raportoinnista on vastannut T-Media Oy.



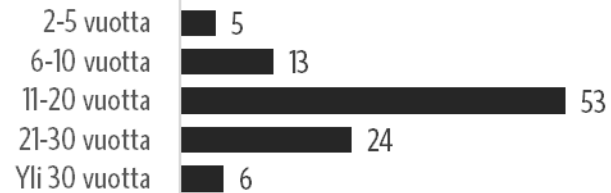
SUKUPUOLI



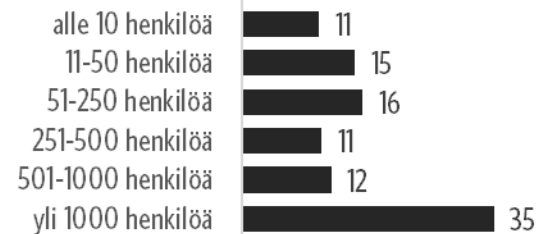
IKÄLUOKKA



TYÖSKENNELLYT VIESTINNÄSSÄ



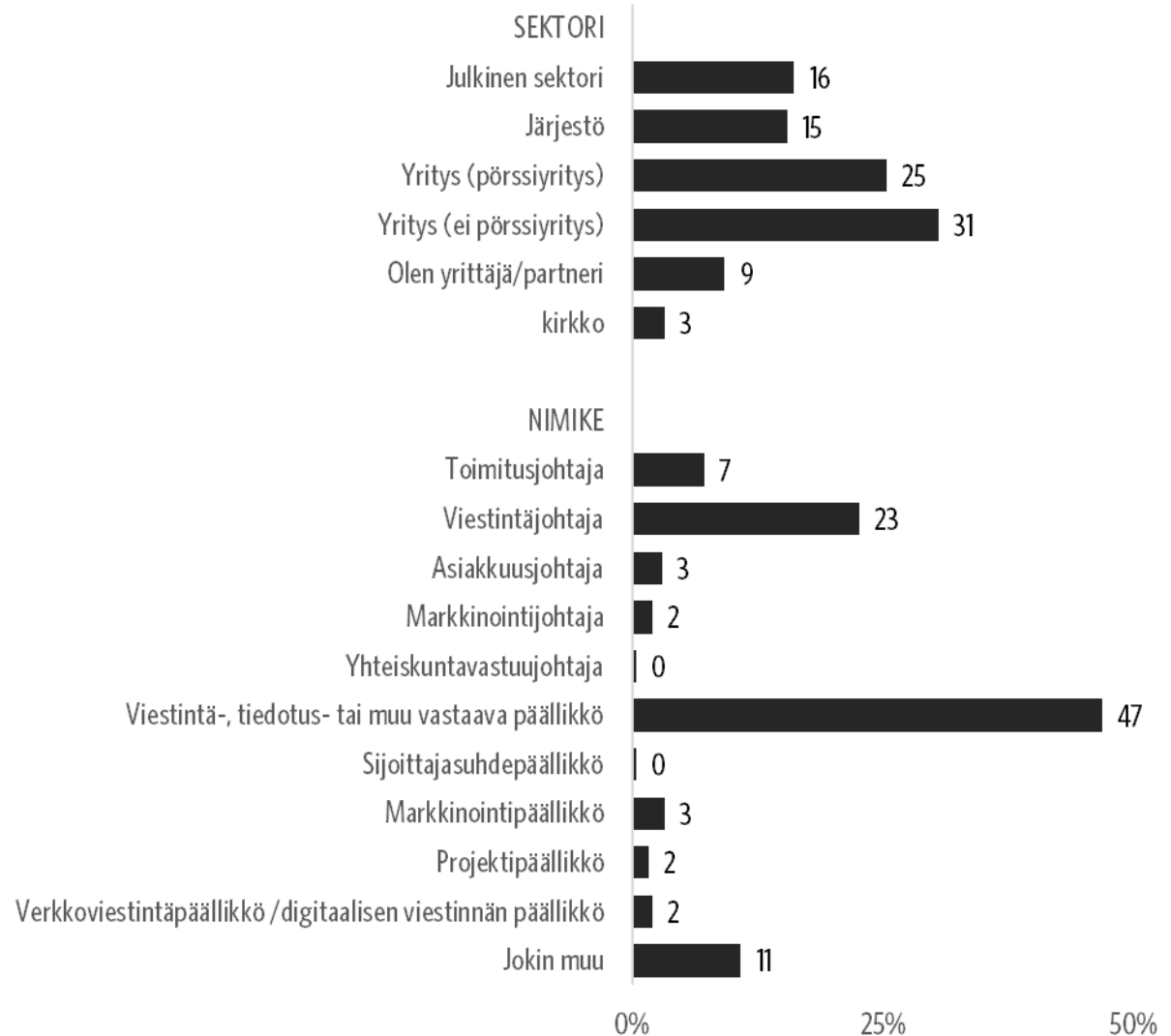
HENKILÖSTÖMÄÄRÄ



0% 25% 50% 75% 100%



N=306



EVIDENCE BASED REPUTATION ADVISORY

T | MEDIA



SARI MAUNULA

Tutkimusjohtaja
+358 50 409 1543
sari@t-media.fi



HARRI LEINIKKA

Toimitusjohtaja
+358 40 505 5001
harri@t-media.fi



- Australia
- Austria
- Belgium
- Brazil
- Bulgaria
- Canada
- Chile
- China
- Colombia
- Croatia
- Czech Republic
- Denmark
- Egypt
- Estonia
- Finland
- France
- Germany
- Hungary
- India
- Indonesia
- Italy
- Japan
- Lithuania
- Malaysia
- Mexico
- Netherlands
- New Zealand
- Norway
- Pakistan
- Philippines
- Poland
- Portugal
- Republic of Korea
- Romania
- Russian Federation
- San Marino
- Saudi Arabia
- Slovakia
- Slovenia
- South Africa
- Spain
- Sweden
- Switzerland
- Taiwan
- Thailand
- Turkey
- United Kingdom
- United States
- Vietnam

EVIDENCE BASED REPUTATION ADVISORY

T | MEDIA

