

Kysely johtaville viestijöille 4/2020

- Miten COVID-19-pandemia on vaikuttanut viestintään organisaatiossasi? Tähän kysymykseen haettiin vastausta huhtikuussa 2020 tehdyssä tutkimuksessa.
- Tutkimuskutsu lähetettiin sähköpostitse 1059:lle ProCom ry:n verkoston johtavalle viestijälle (viestintäjohtajat, päälliköt, johtavat konsultit, toimistojen toimitusjohtajat) huhtikuussa 2020.
- Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 241.
- 75 % kyselyyn vastanneista vastasi työn määrän lisääntyneen huomattavasti ja 24 % lisääntyneen jonkin verran. Tämä on edellyttänyt tiiviimpää vuorovaikutusta organisaation johdon kanssa (80 %).
- Vastaaajista 5 %:n mukaan resursseja ei ole allokoitu lainkaan lisää, kun 8 %:lla puolestaan viestinnän resursseja oli lisätty. Vastaaajista 90 % oli sitä mieltä, että pandemian aiheuttamat muutokset organisaatioiden viestinnässä jäävät pysyviksi.
- Tutkimuksen laativat tutkijat FT Laura Asunta Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulusta ja FT Elina Melgin ProComista.

PROCOM

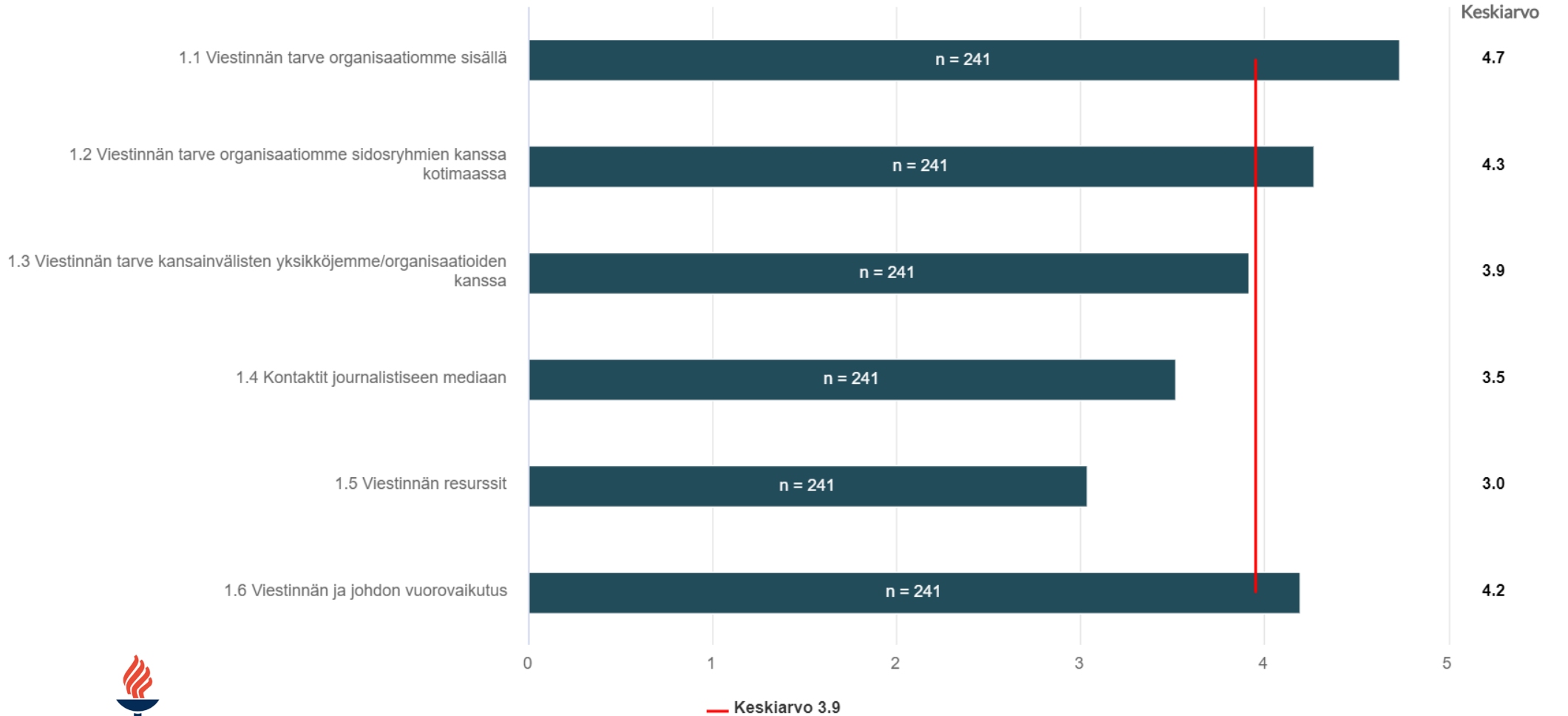


JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

1. Miten Covid-19 pandemia on vaikuttanut viestinnän määrään organisaatiossasi? 1=vähentynyt huomattavasti, 2=vähentynyt hieman, 3=pysynyt ennallaan, 4=lisääntynyt jonkin verran, 5=lisääntynyt huomattavasti, 6=en osaa sanoa

Vastaajien määrä: 241

Vastausvaihtoehto: 6 - poisluettu keskiarvosta



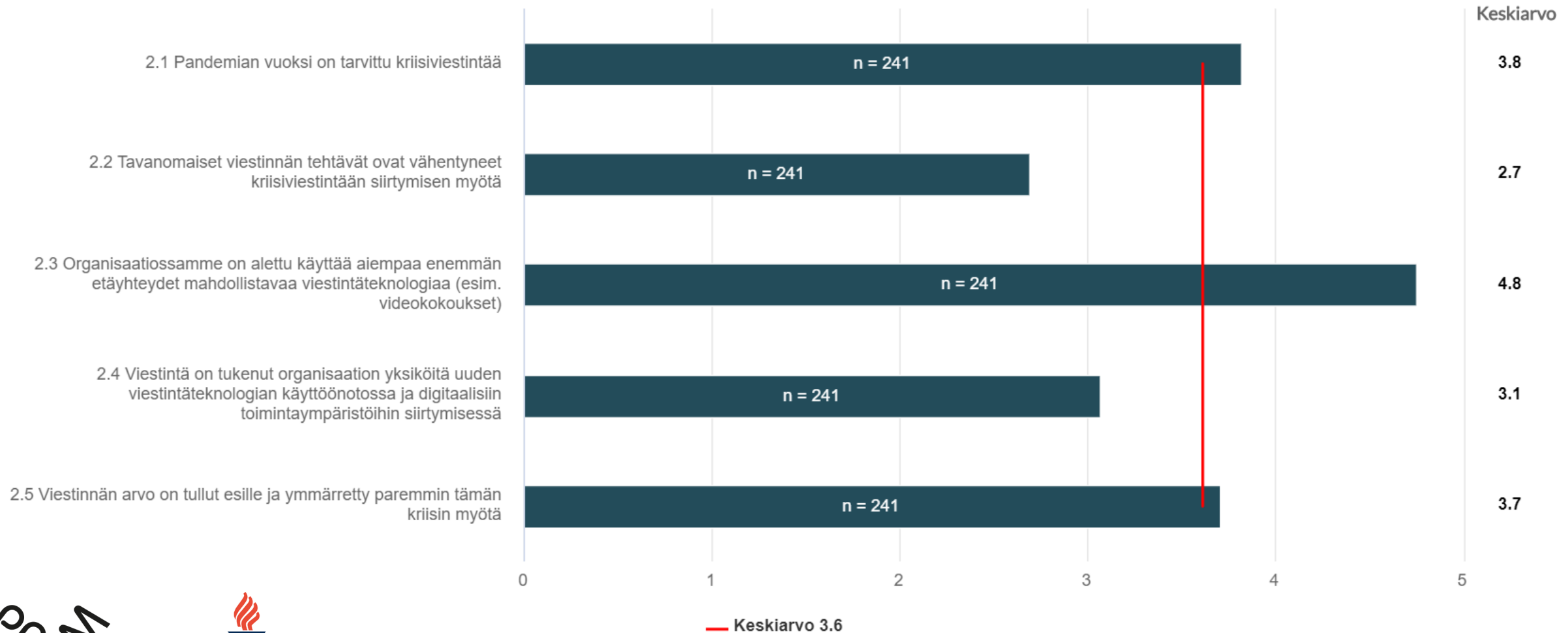
keskihajontaluvut saatavilla pyynnöstä



2. Missä määrin pandemia on vaikuttanut viestinnän käytäntöihin organisaatiossasi? 1=ei lainkaan, 2=vähäisessä määrin, 3=melko paljon, 4=paljon, 5=erittäin paljon, 6=en osaa sanoa

Vastaajien määrä: 241

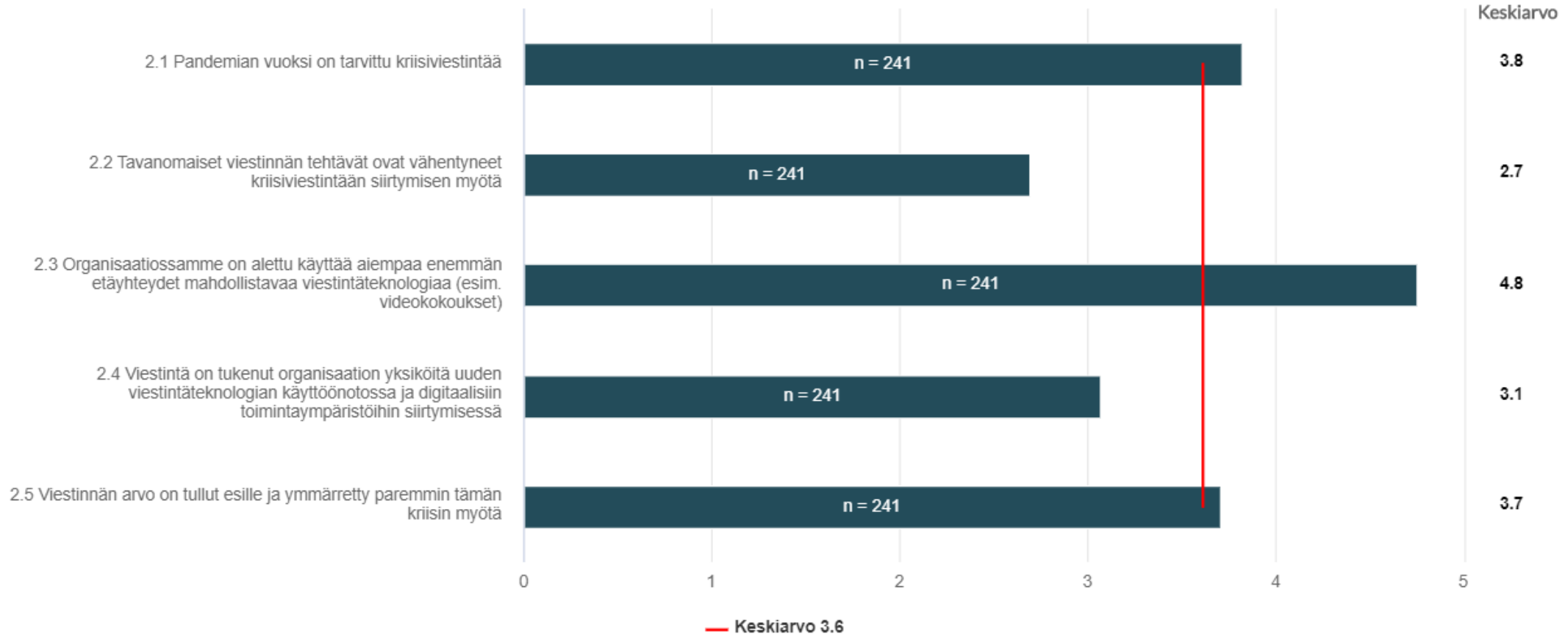
Vastausvaihtoehto: 6 - poisluettu keskiarvosta



3. Missä määrin pandemia on vaikuttanut viestinnän käytäntöihin organisaatiossasi? 1=ei lainkaan, 2=vähäisessä määrin, 3=melko paljon, 4=paljon, 5=erittäin paljon, 6=en osaa sanoa

Vastaajien määrä: 241

Vastausvaihtoehto: 6 - poisluettu keskiarvosta



4. Millaisia haasteita Covid-19 pandemia on luonut organisaatiosi viestinnälle?

Vastaajien määrä: 157

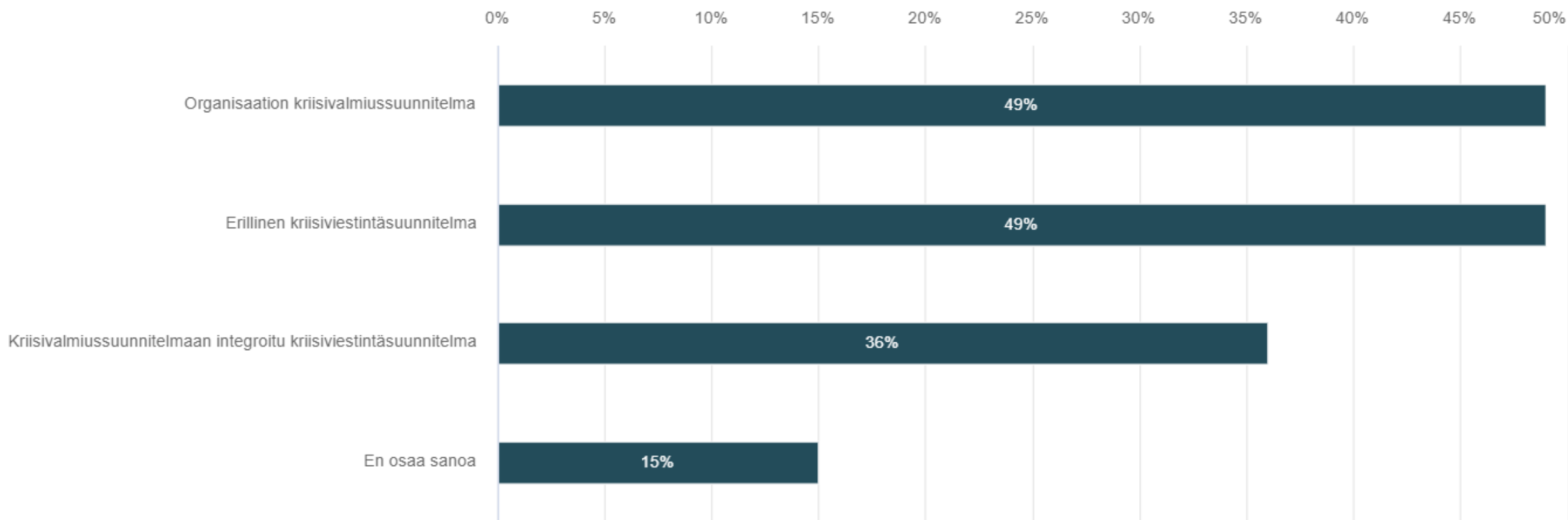
Vastauksia yhteensä 157, joista 7 näkyvillä. [Näytä kaikki](#)

Vastaukset
Työn määrä on moninkertaistunut ja ylitöitä tehdään nyt paljon
Oikea-aikainen viestintä oikeille henkilöille ja ryhmille, tiedon jatkuva päivittyminen. Viestinnän eri kanavat aktiivisemmassa käytössä
Nettisivujen ajantasaisuus ja rakenteen tarkoituksenmukaisuus
Johtamisen merkitys korostuu
Muu kehittäminen uhkaa jäädä mutta yritetään katsoa koko ajan pidemmälle eikä unohtaa viestinnän kehittämistä ja projekteja, jotka olivat keskiössä ja suunnitteilla ennen koronaa
Haasteet ovat olleet ennen muuta teknisiä.
Koronaviestintä on suorastaan syrjäyttänyt "normaalit" viestintätoimet. Osa markkinointikampanjoista piti perua ja enemmin estää asiakkaitamme asioimasta palveluissamme.
Monimutkainen konsernirakenne hankaloittaa viestintää jossain määrin, kun roolit ja vastuut ovat olleet osittain epäselviä. Oman yksikköni viestintä sijaitsee tällä hetkellä organisatorisesti melko alhaalla, joten näkyvyys johdon päätöksentekoon on heikohko. Heikossa kysyntätilanteessa viestinnän ja markkinoinnin apua kaivataan entistä enemmän, mutta resurssitilanne on ennallaan, eikä esimerkiksi suunniteltua kesäharjoittelijaa voidakaan rekrytoida.
Aiemmin jo valmistellut suunnitelmat, sisällöt ja tapahtumat oli peruttava ja luotava uudet. Se on tietysti teettänyt lisätyön, mutta ollut työlästä myös siksi, että laadukasta materiaalia uusiin viestinnällisiin sisältöihin on ollut vaikea saada. Ideointia on tarvinnut paljon. Se on hauskaa, mutta myös vie aikaa.
Ei oikeastaan muuta kuin tason ja aktiviteetin nostamisen.
Median kiinnostus on lisääntynyt, ja on ollut tarvetta saada toimittajille nopeasti tietoa. Organisaatio ei ehkä ole ollut aina riittävän valmiina tähän. Somessa on paljon kritiikkiä, vääriä käsityksiä, ja on pitänyt pohtia, miten niihin vastataan vai vastataanko. Tilanteessa kansalaisten kritiikki on välillä hyvin jyrkkää, perustuu osin vääriin käsityksiin ja on väritynyttä. Viestinnällä on ollut paljon vastuuta seurata keskustelua ja mediaa, ja pysyä tilanteen tasalla. Vähitellen myös liiketoimintaa on saatu sitoutettua mukaan, koska tämä ei ole vain viestintää koskeva tilanne.



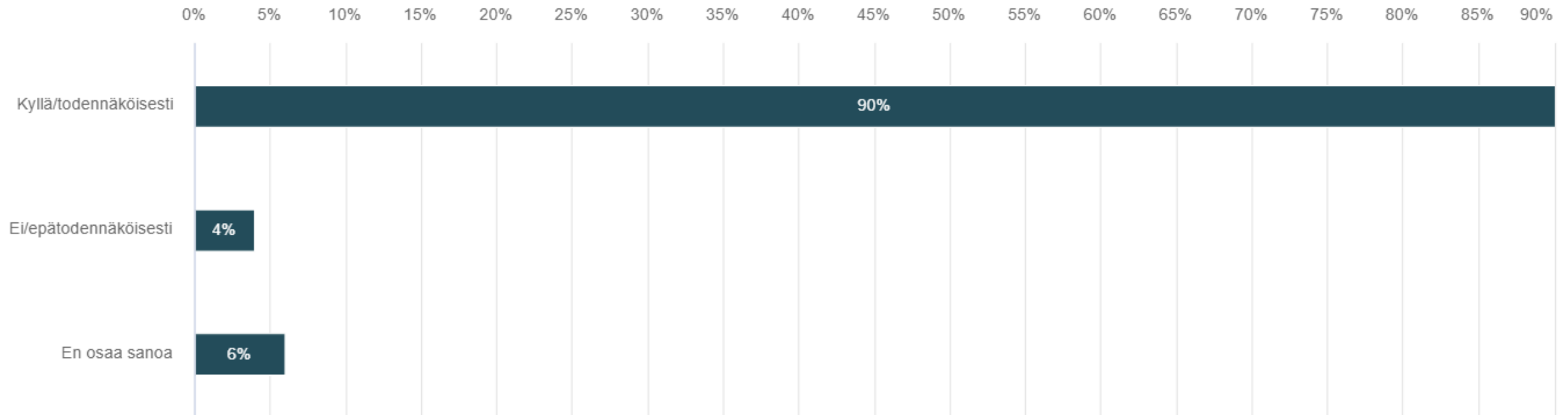
5. Oliko organisaatiollasi pandemian alkaessa käytössä varautumissuunnitelmia?(voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 241, valittujen vastausten lukumäärä: 358



6. Uskotko pandemian muuttaneen organisaation toimintatapoja pysyvästi?

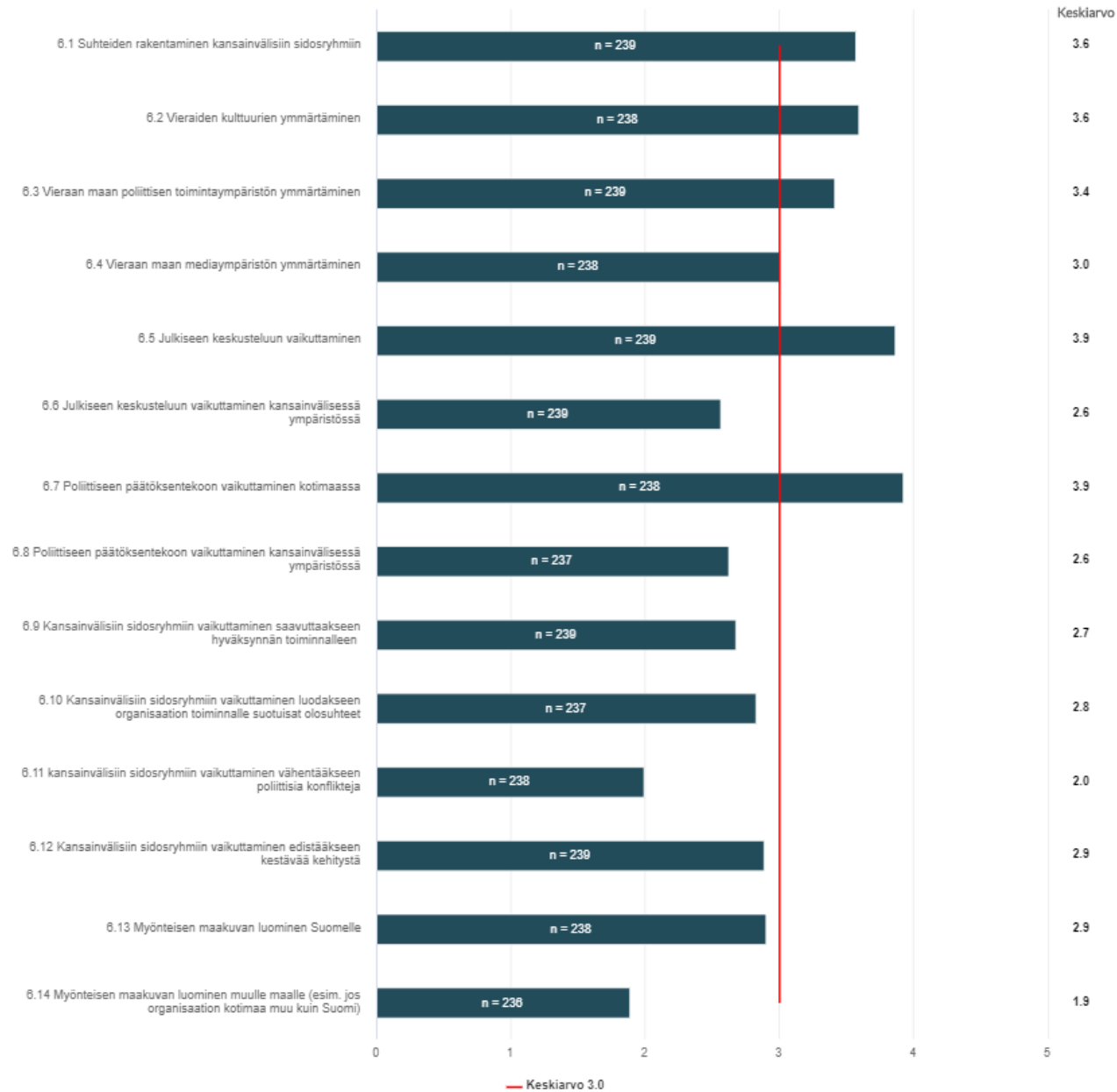
Vastaajien määrä: 241



7. Miten tärkeitä seuraavat asiat ovat organisaatiollesi? 1=ei lainkaan, 2=vähäisessä määrin, 3=jonkin verran tärkeä, 4=tärkeä, 5=hyvin tärkeä, 6=en osaa sanoa

Vastaajien määrä: 239

Vastausvaihtoehto: 6 - poisluettu keskiarvosta



PROM

8. Miten Covid-19 pandemia on vaikuttanut organisaatiosi kansainväliseen viestintään?

Vastaajien määrä: 103

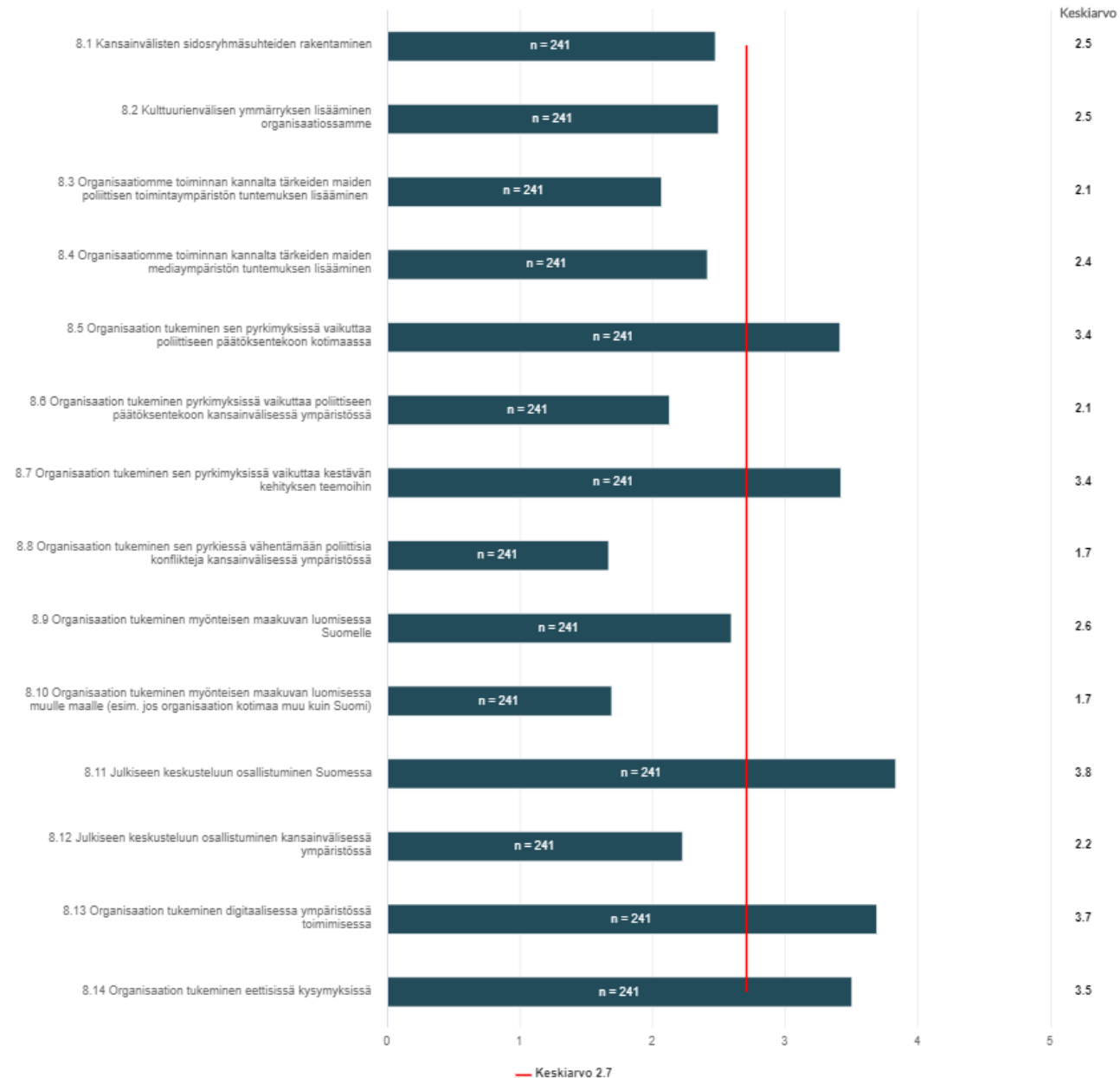
Avoimet vastaukset. Vastauksia yhteensä 103, joista näkyvillä 3

Vastaukset
Kv. viestintä on sidosryhmäkohtaista tai kahdenvälistä.
ei mitenkään
Lisääntynyt merkittävästi.

9. Missä määrin viestintäyksikkösi toteuttaa seuraavia tehtäviä? 1=ei lainkaan, 2=vähäisessä määrin, 3=jonkin verran, 4=melko paljon, 5=hyvin paljon, 6=en osaa sanoa

Vastaajien määrä: 241

Vastausvaihtoehto: 6 - poisluettu keskiarvosta



10. Millaisia osaamistarpeita toimiminen kansainvälisessä digitaalisessa toimintaympäristössä luo viestinnän ammattilaiselle?

Vastaajien määrä: 104

Vastauksia yhteensä 104, joista 6 näkyvillä. [Näytä kaikki](#)

Vastaukset
En toimi vk-ympäristössä.
Meidän organisaatiossamme ei ole ollut toistaiseksi tarvetta.
Toimialamme kansainvälisen kehityksen ja EU ympäristöpolitiikan seuraamistarpeet
Kansainvälisessä digitaalisessa ympäristössä oikea-aikaisen ja selkeän viestinnän merkitys korostuu. Johdon tukeminen ja sparraus sekä nopea reagointi on kaiken a ja o. Erilaisten keinovalikoimien käyttö ja opastaminen ovat toki olleet tärkeitä jo ennen tätä pandemiaakin, mutta erityisesti suunnitelmallisuus ja johdon viestintäroolien ja vastuiden kirkastaminen ovat olleet tarpeen.
Erilaisten digitaalisten työvälineiden, kanavien, analyysityökalujen käyttämisen sekä eri kanavissa käytävien keskustelujen hallinta ja reagointi. Viestinnän täytyy hallita paitsi sisäisen viestinnän kaikki eri työkalut ja kanavat (Suomi + kv) myös ulkoisen viestinnän eri kanavat ja työkalut. Tällä hetkellä viestejä ja reagoimista vaativia asioita ja keskusteluja on niin monessa eri paikassa ja kanavassa, että on vaikea välillä pysyä tarpeeksi nopeasti kaikessa mukana. Myös reagoimista vaativien keskustelujen ja asioiden priorisointi on aiempaa vaikeampaa. Viestien ja keskustelujen hajanaisuus ja samanaikaisuus vaatii myös viestijän aivoilta paljon: multitaskaamista, nopeaa reagointia ja monen eri asian yhtäaikaista hallintaa on vielä enemmän kuin aiemmin.
-



11. Miten ”totuudenjälkeinen aika” (disinformaatio, misinformaatio, informaatiovaikuttaminen, maalittaminen jne.) vaikuttaa työhösi?

Vastaajien määrä: 124

Vastauksia yhteensä 124, joista 6 näkyvillä. [Näytä kaikki](#)

Vastaukset
Suuri tarve faktapohjaisen, selkeän ja ymmärrettävän tiedon tuottamiselle kasvanut jokaisessa sidosryhmässä
Ei ole ollut relevanttia organisaatiollemme.
Väärin käsitysten oikominen on arkipäivää.
Eivät juurikaan vaikuta työhöni tällä hetkellä.
Lisää työtä eli vaatii henkilöresursseja. Tehtävät ovat vaikeita ulkoistaa, koska jotta ne voi hoitaa tuloksettaasti, on tunnettava organisaation työ, luonne ja sisällöt hyvin syvällisesti.
Sosiaalinen media ja keskustelupalstat ovat viestinnällisesti vaikeita. Siellä leviää joko tahaton tai tahallinen väärä tieto, usein keskustelun sävy on erittäin kärjistynyt, ei-rakentavaa. Vaikka organisaatiolle olisi tärkeää oikaista väärät käsitykset ja saada oikea tieto kaikkien saataville, tämä ei välttämättä ole järkevää viestinnän resurssien käyttöä. Kaikkiin keskusteluihin ei pystytä puuttumaan eikä haluta, jolloin nämä valinnat alkavat vaikuttaa siihen, kenelle ja mitä kanavia pitkin haluamme viestiä. Ongelmana kuitenkin on, että jos väärän tiedon annetaan ottaa valta tietyissä kanavissa, siltä tieltä ei ole paluuta.

12. Mitä muuta haluaisit sanoa kyselyn aiheisiin liittyen tai palautteena tutkijoille?

Vastaajien määrä: 42

Vastauksia yhteensä 42, joista 2 näkyvillä. [Näytä kaikki](#)

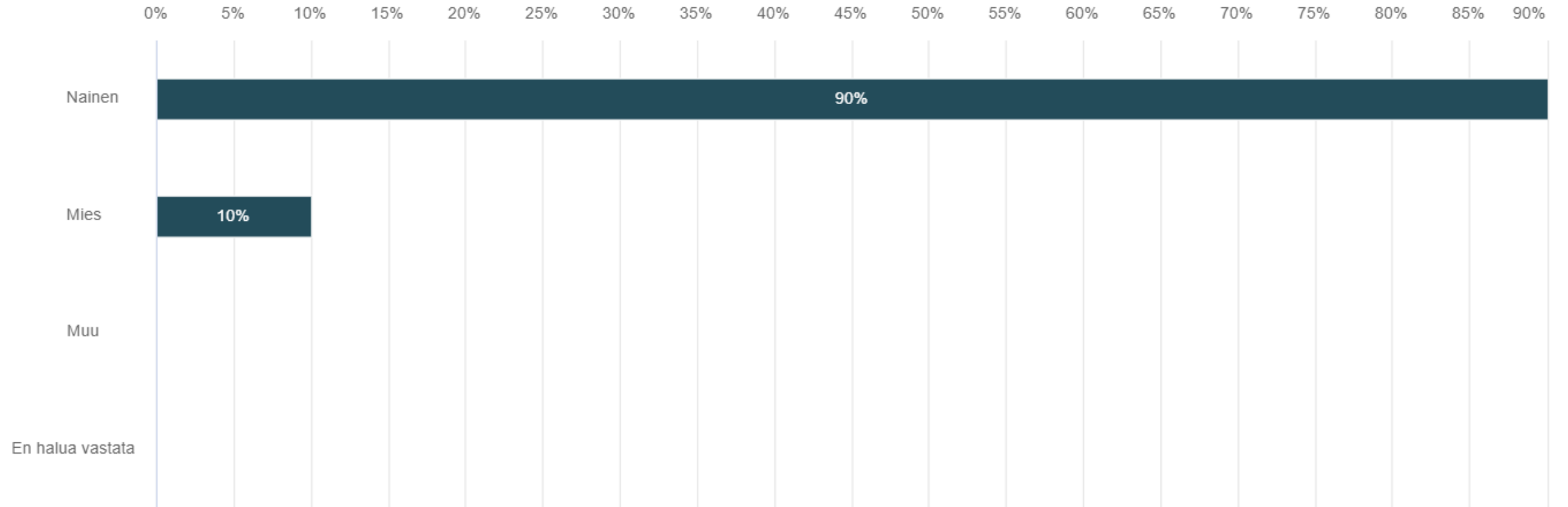
Vastaukset

Koronaviestinnän myötä kaikki viestintä tuntui muuttuneet kriisiviestinnäksi - täytyy oikein muistella, että mitä sitä olisikaan viestinyt "normaalina" aikana.

On todella mielenkiintoista nähdä, millaisena suomalainen viestintä- ja keskustelukulttuuri jatkuu koronakriisin jälkeen. Tilanteen alussa näytti, että ristiriidat ovat hetkeksi takana ja tilanne yhdisti kansaa sekä esim. poliittisia päättäjiä yli puoluerajojen. Tästä siirryttiin kuitenkin valitettavan nopeasti takaisin repivään keskustelukulttuuriin, jota media omalla toiminnallaan ruokkii. Kun on pakko joka päivä keksiä uutisoitavaa, jutut tehdään pienistäkin asioista, perustuen yksittäisten ihmisten kokemuksiin ja otsikoidaan raflaavasti. Hyvän ja oikea-aikaisen viestinnän merkitys on korostunut. Median vastuu on myös suuri.

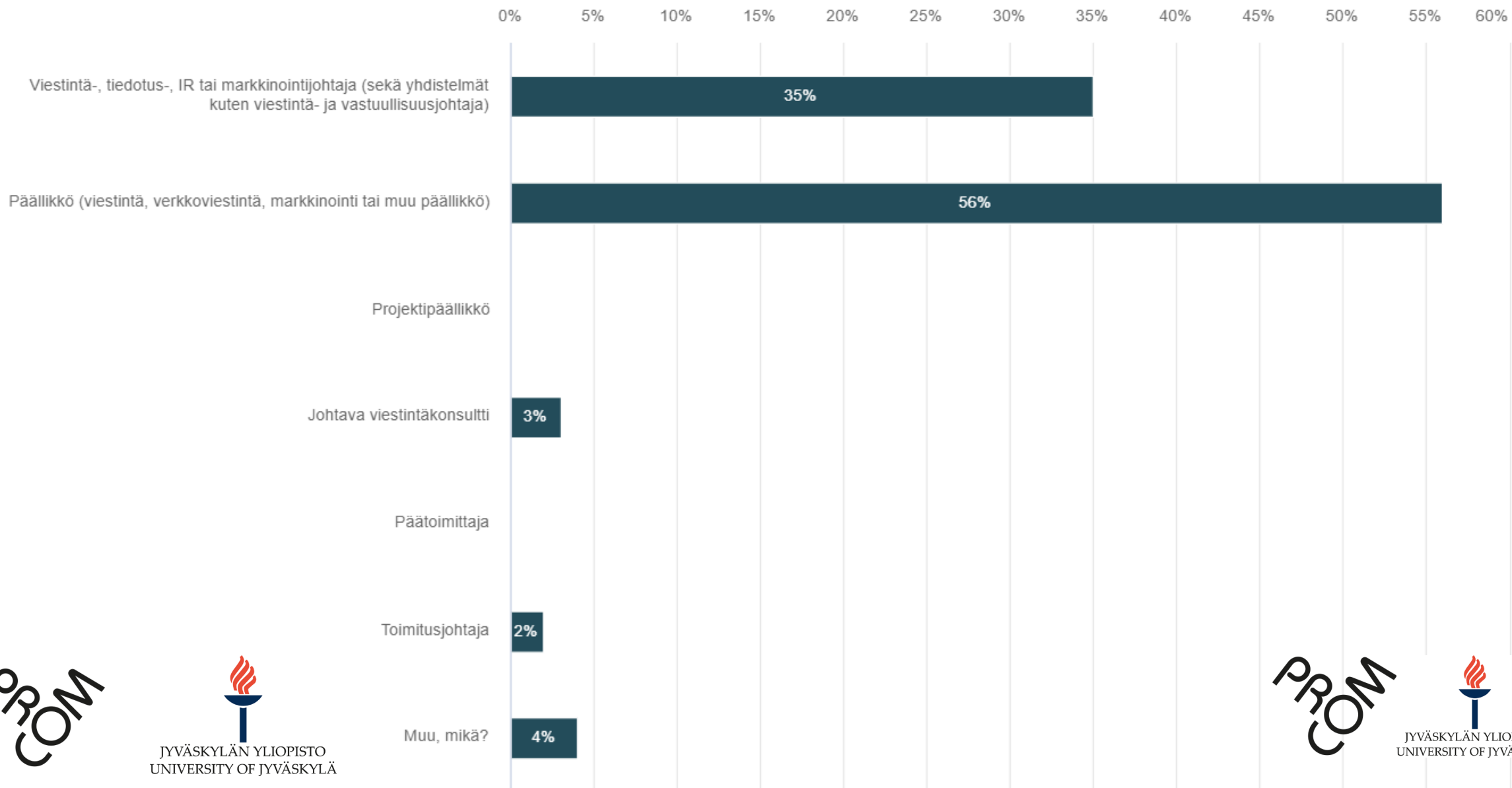
13. Sukupuoli

Vastaajien määrä: 241



14. Mikä on nimikkeesi?

Vastaajien määrä: 241

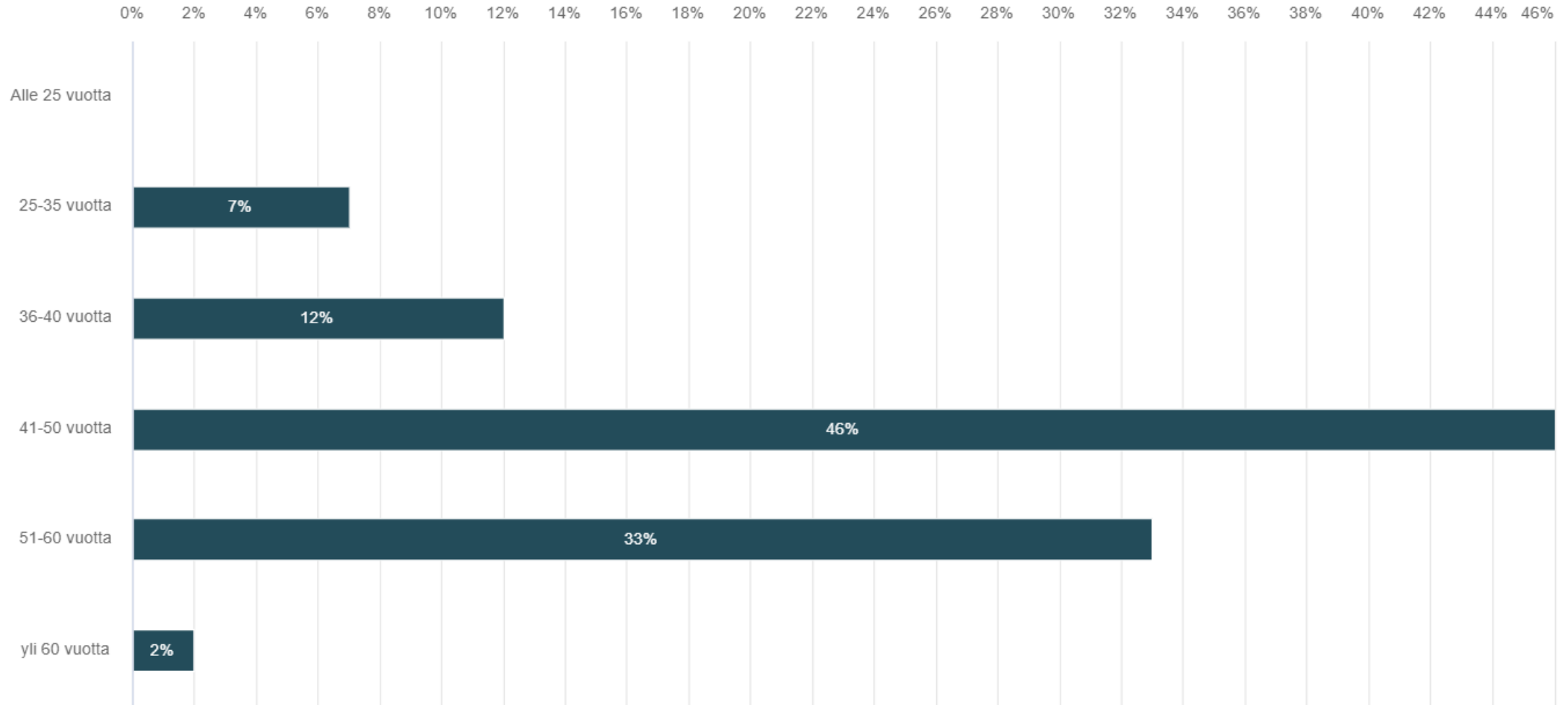


PR
COM

PR
COM

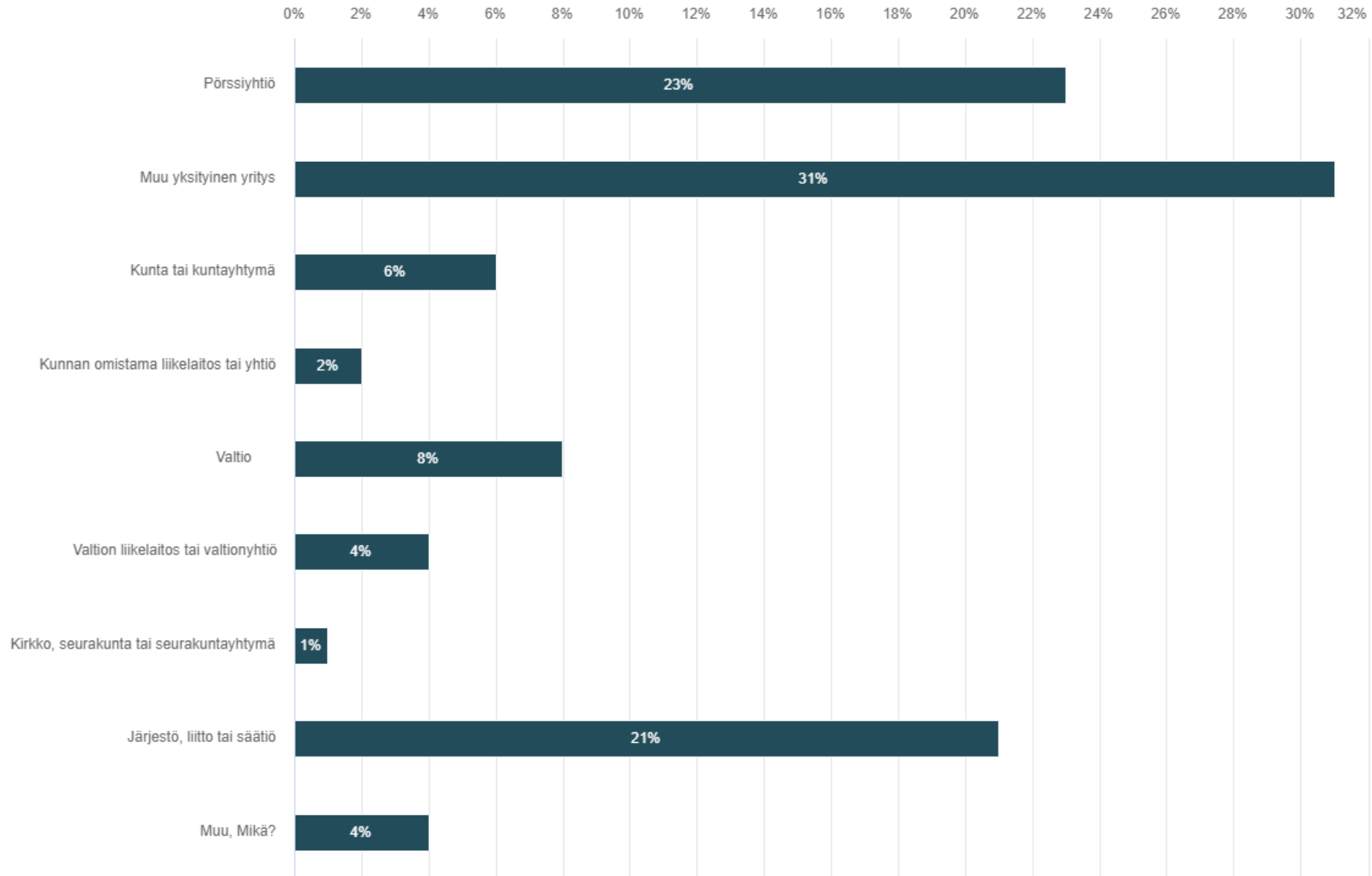
15. Ikäsi?

Vastaajien määrä: 241



16. Työnantajasi?

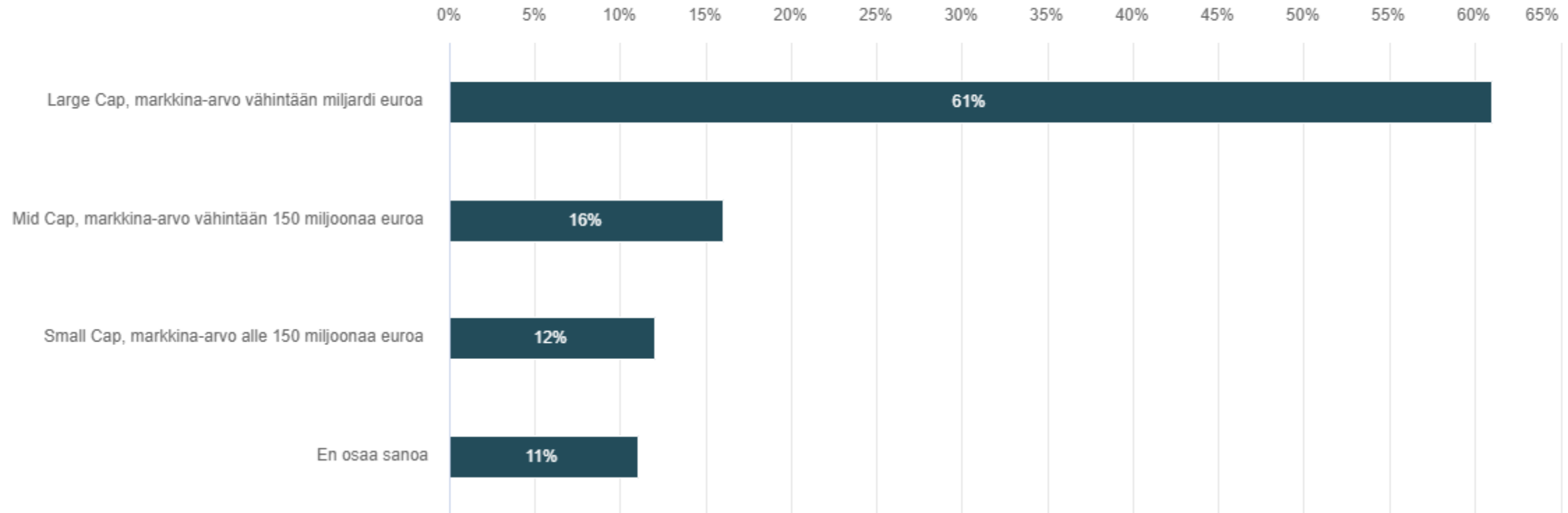
Vastaajien määrä: 241



PROM

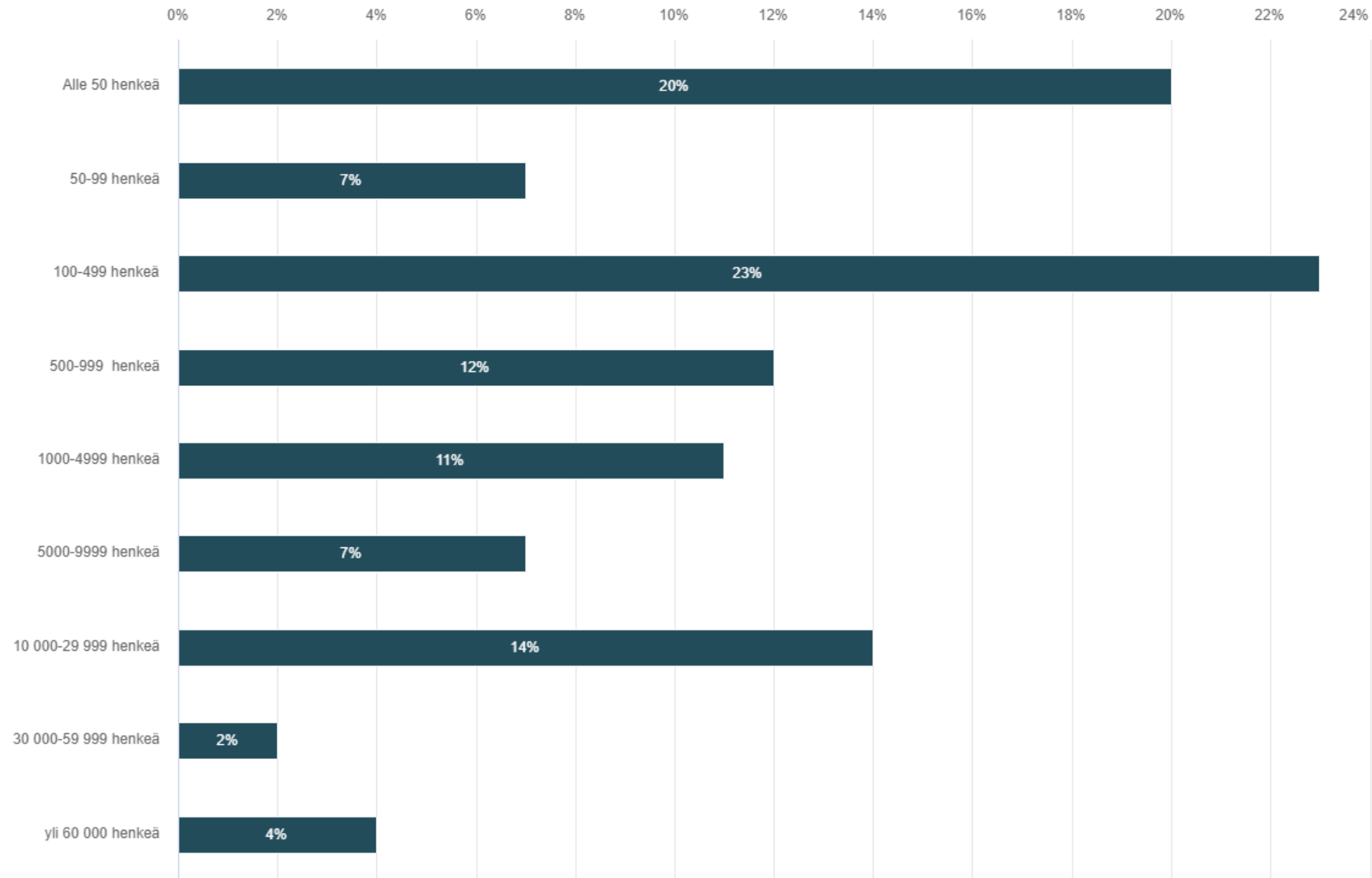
17. Jos työskentelet pörssiyhtiössä, mikä on edustamasi yhtiön tämänhetkinen markkina-arvon mukainen suuruusluokka?

Vastaajien määrä: 67



18. Mikä on organisaatiosi palveluksessa työskentelevän henkilökunnan määrä sisältäen kansainväliset yksiköt

Vastaajien määrä: 241



PROM