



# Tiedottajien ammatti-identiteetti

Kukka Eerola

Yhteisöviestinnän pro gradu -työ

Jyväskylän yliopisto, 2006

# Taustaa

- **Viestintäalan professionalistuminen**
  - "Excellence in Public Relations and Communication Management"
  - "Public Relations and Communication Management in Europe"
- **Käytännössä paljon eroja siinä, millainen on tiedottajan rooli, työnkuva ja asema**
- **Haasteita tuo myös viestinnän läheinen suhde markkinointiin, journalismiin ja HR:ään.**

# Ammatti-identiteetistä

- Dialogisen tulkinnan (Pöyhönen 2003) mukaan ammatti-identiteetti muodostuu vuorovaikutuksessa.
- Ammatti-identiteetti on dynaaminen, mutta myös kiinnittynyt historialliseen ja kulttuuriseen kontekstiin saaden siten pysyvyyttä.

# Tutkimuskysymykset

- Mitkä tekijät vaikuttavat tiedottajien ammatti-identiteettiin?
- Miten tiedottajien ammatti-identiteetti muodostuu?
- Millainen on tiedottajien kollektiivinen identiteetti?

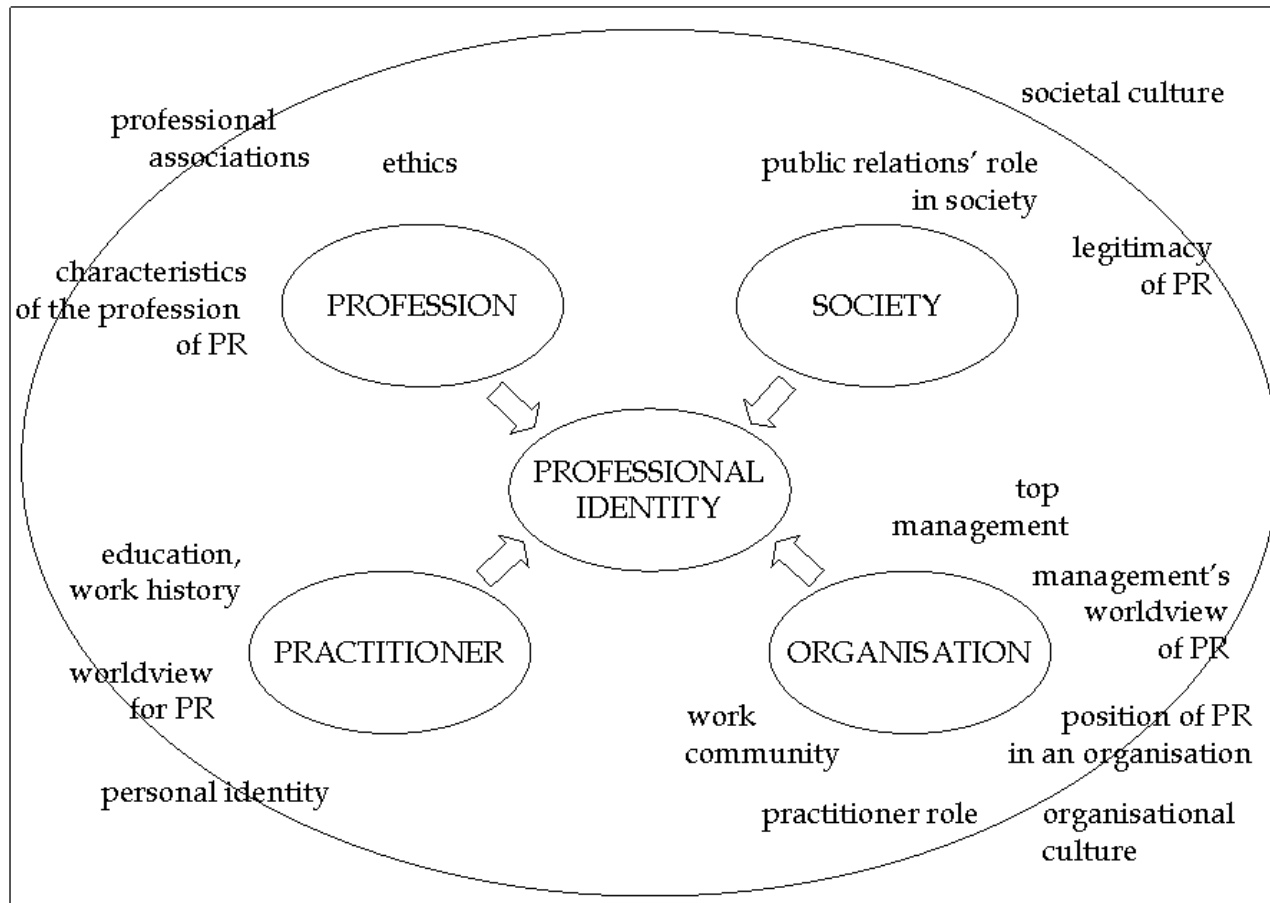
# Tutkimusmenetelmä

- Kvalitatiivinen case-tutkimus suomalaisten tiedottajien ammatti-identiteetistä
- Käsiteanalyysi ja kirjallisuuskatsaus
- Lähteenä käytettiin tieteellistä kirjallisuutta ammatti-identiteetistä sekä viestinnästä. Lisäksi hyödynnettiin ammatillisia julkaisuja ja www-sivuja.
- Tutkimuksen tavoitteena oli luoda yleiskuva tiedottajan ammatti-identiteetistä ja sen rakentumisesta.

# Keskeiset tulokset

- Tiedottajien ammatti-identiteettiin vaikuttavat neljä keskeistä tekijää:
  1. Organisaatio
  2. Ammatti
  3. Yhteiskunta
  4. Tiedottaja itse

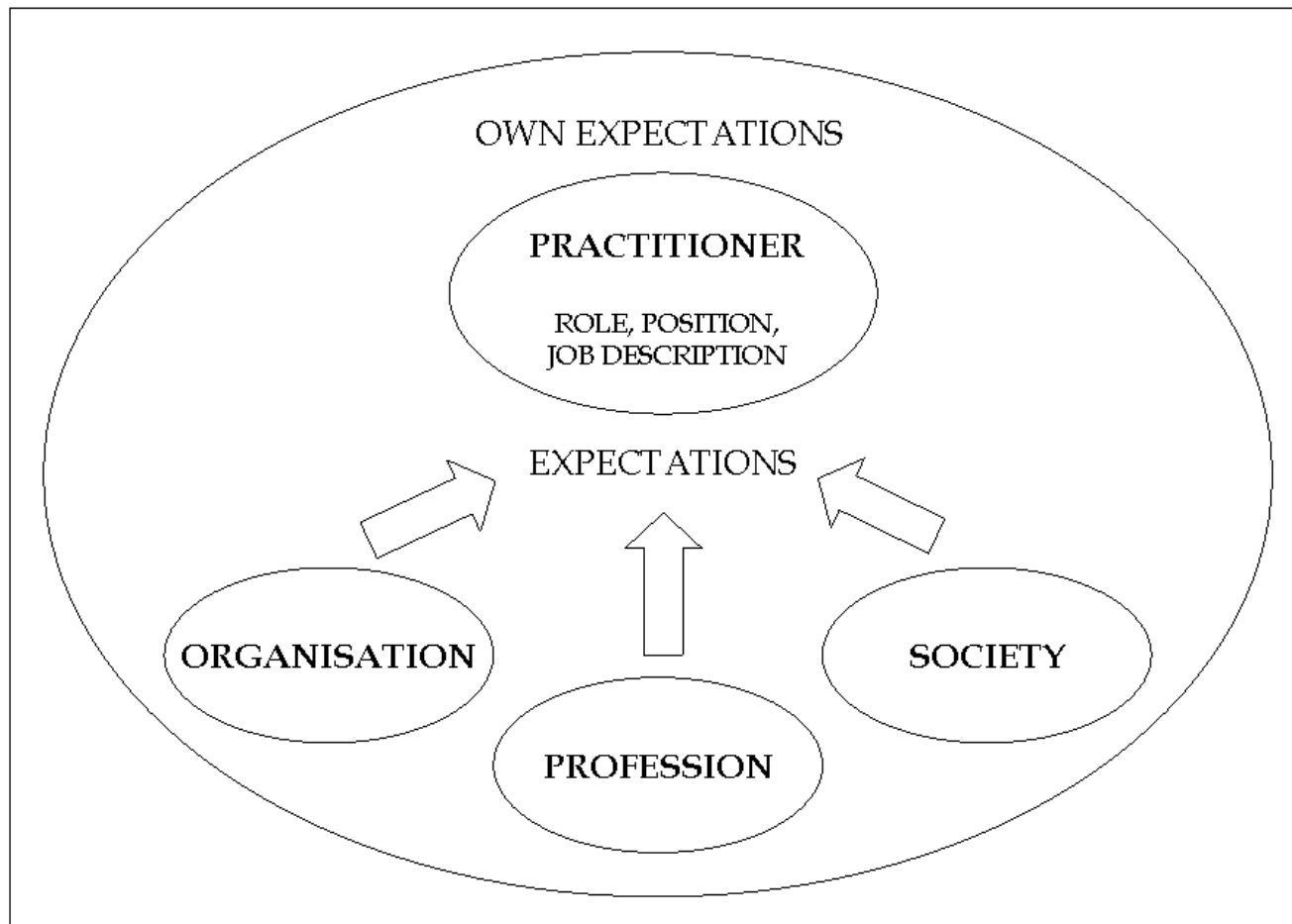
# Mitkä tekijät vaikuttavat tiedottajien ammatti-identiteettiin? (Eerola 2006)



# Keskeiset tulokset

- Ammatti-identiteettiä muodostaessaan tiedottaja kohtaa usein ristiriitaisia vaatimuksia
- Tämä johtuu erilaisista odotuksista, joita asettavat niin organisaatio, ammatti, yhteiskunta kuin tiedottaja itse
- Erilaisia odotuksia vallitsee mm.
  - tiedottajan roolista (role conflicts)
  - ammatillisesta etiikasta
  - lojaalisuudesta (conflicting loyalties)
- Identiteettiin vaikuttaa myös viestintäprofession imago (= miten muut näkevät meidät?)

# Miten ammatti-identiteetti muodostuu? (Eerola 2006)



# Keskeiset tulokset

- Kollektiivisen identiteetin muodostumiselle haasteita asettaa tiedottajien työn erikoistuminen (mm. IR, markkinointiviestintä).
- Työskenteleekö tiedottaja voittoa tavoittelevassa/julkisessa organisaatiossa vai viestintätoimistossa?
- Tiedottajat muodostavat ”abstraktin yhteisön” (Kaunismaa 1997) vrt. esim. lääkärit.

# Johtopäätöksiä

- Tiedottajien ammatti-identiteetin tutkimus auttaa ymmärtämään viestintäprofession erityispiirteitä ja samalla määrittelemään sitä suhteessa muihin professioihin
- Ammatillisen ja kollektiivisen identiteetin vahvistamisella voi olla monia myönteisiä vaikutuksia: mm. alan arvostuksen ja painoarvon lisääntyminen, kiinnostus jatkuvaan ammatilliseen kehittymiseen, työmotivaation kasvaminen jne.
- Ammatillisten järjestöjen ja yhteisöjen sekä koulutuslaitosten rooli on tärkeä

# Lähteitä

- Eerola, K. 2006. Public relations practitioners' professional identity. A Finnish perspective. Pro gradu -työ. Jyväskylän yliopisto.
- Grunig, J.E. (toim.) 1992. Excellence in public relations and communication management. Hillsdale (NJ): Erlbaum.
- Kaunismaa, P. 1997. Mitä on kollektiivinen identiteetti? Teoksessa Virtapohja, K. (toim.) Puheenvuoroja identiteetistä. Jyväskylä: Atena-Kustannus, 39–54.
- Pöyhönen, S. 2003. Uraopettajia, juurilleen palaajia ja kielenharrastajia. Suomen kielen opettajien ammatti-identiteetti Venäjän koulutuksen ja opetuksen murroksessa. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto.
- Van Ruler, B. & Verčič, D. (toim.) 2004. Public relations and communication management in Europe. A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice. Berlin: Mouton de Gruyter. Hillsdale (NJ): Erlbaum.