



Viestinnän ala 2025 - tutkimus

Sisältö

01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

- Taustatiedot
- Osaaminen
- Viestinnän yhteys strategiaan
- Työn arvostus ja odotukset
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- Palkkaus
- Työn kuormitus
- Viestinnän resurssit

04 Johtopäätökset



Tutkimuksen toteutus

Tässä raportissa esitetään tutkimuksen päätulokset.

TAVOITE	Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää viestinnän alan nykytilannetta, arvostusta, työnkuvia, palkkakehitystä ja työn kuormittavuutta.
TIEDONKERUU	Tutkimus toteutettiin sähköisenä tutkimuksena anonymillä linkillä, jota järjestöt jakoivat jäsenilleen vastattavaksi. Lisäksi tutkimusta mainostettiin eri sosiaalisen median kanavilla.
KOHDERYHMÄ & VASTAUSMÄÄRÄ	Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat ProCom ry:n, Viesti ry:n ja Julkisen alan viestijät JAT ry:n jäsenet. Tutkimukseen vastasi 1 113 henkeä.
INNOLINKIN ASiantuntijat	Etta Partanen, tutkimuksen vastuullinen asiantuntija ja asiakkuudesta vastaava Helena Kultanen, raportointi ja tulostulokset Meiju Ahomäki, projektinhallinta

Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

- Taustatiedot
 - Osaaminen
 - Viestinnän yhteys strategiaan
 - Työn arvostus ja odotukset
 - Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
 - Palkkaus
 - Työn kuormitus
 - Viestinnän resurssit
-

04 Johtopäätökset



Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

83 %

on ylpeitä omasta
ammattitaidostaan

Melko tai erittäin ylpeiden
osuus vastanneista

97 %

arvostaa itse viestinnän
alaa

Erittäin tai melko paljon
arvostavien osuus

37 %

kokee, että viestinnän
työtä arvostetaan
yhteiskunnassa

Erittäin tai melko paljon
vastanneiden osuus

71 %

kokee organisaation
viestinnän pohjautuvan
organisaation
strategiaan.

Erittäin tai melko vahvasti
vastanneiden osuus

63 %

kokee, että omassa
organisaatiossa
viestintä koetaan
tilaus- tai
tukipalveluna.

Arvosanan 4 tai 5 antaneiden
osuus asteikolla 1-5

13 %

on organisaationsa
ylimmän johtoryhmän
täysivaltainen jäsen.

Tavallisimmat työtehtävät:

1. Sisällöntuotanto
2. Sosiaalinen media
3. Digi- ja verkkoviestintä

Mistä haluaisi lisää osaamista:

1. Tekoäly
2. Strategiatyö ja kokonaisuuksien johtaminen
3. Analytiikka ja mittaaminen, tutkimukset

Tutkimustulokset

Taustatiedot

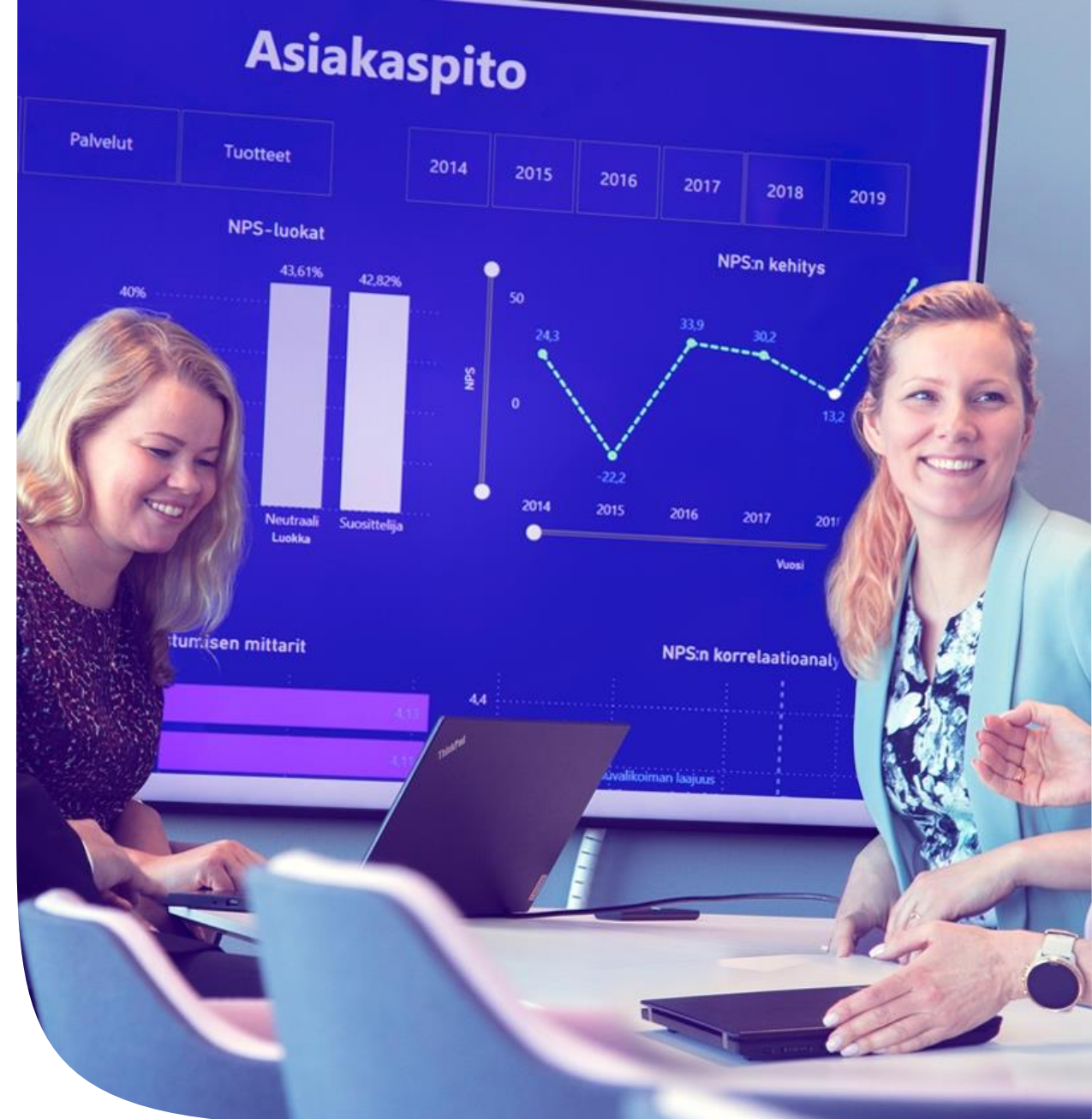
01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

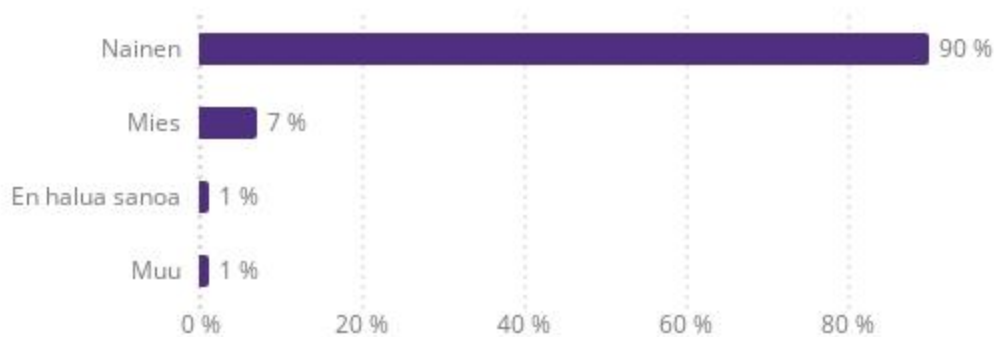
- **Taustatiedot**
- Osaaminen
- Viestinnän yhteys strategiaan
- Työn arvostus ja odotukset
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- Palkkaus
- Työn kuormitus
- Viestinnän resurssit

04 Johtopäätökset

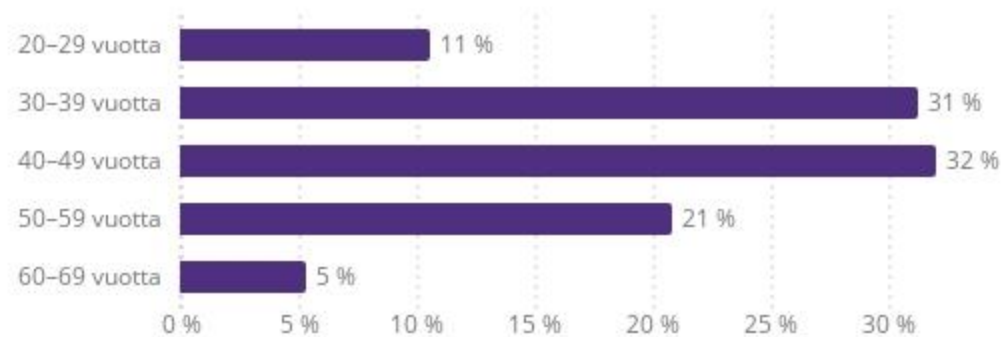


Taustatiedot 1/7

Sukupuoli 1 108

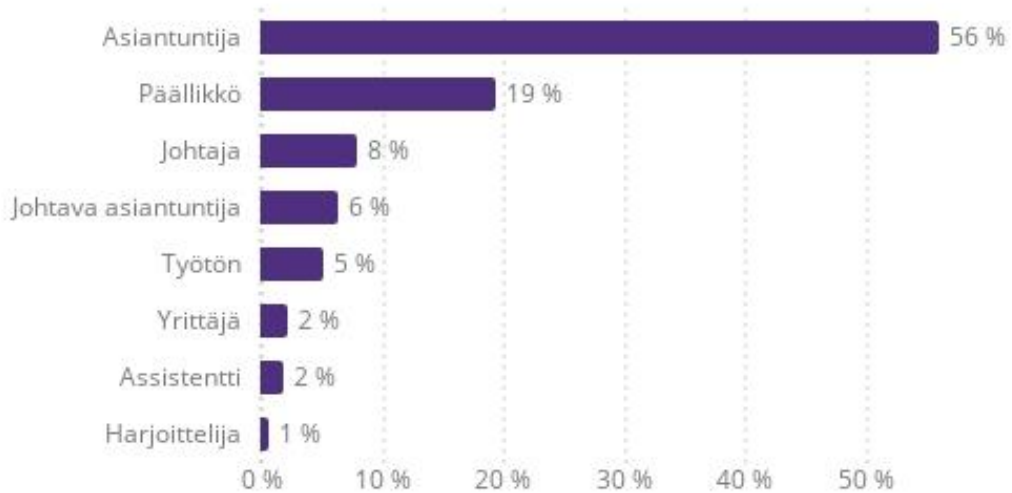


Ikä 1 109

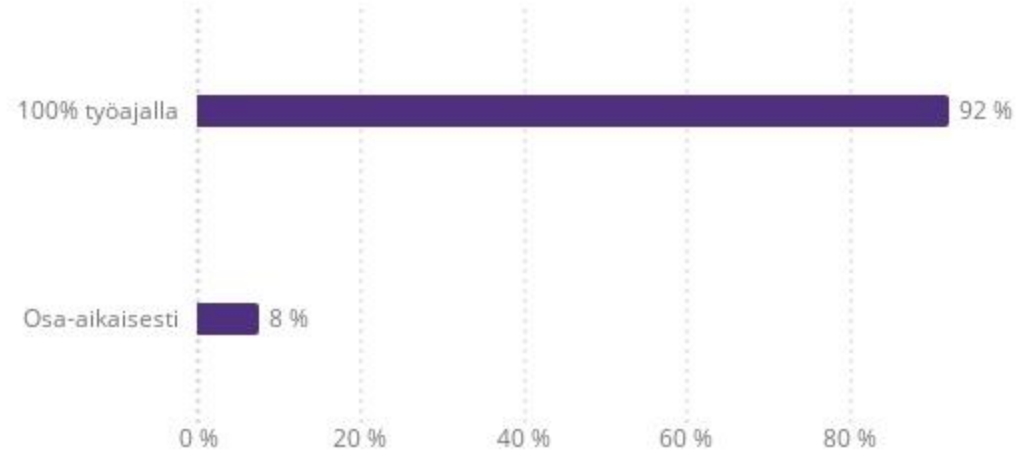


Taustatiedot 2/7

Missä roolissa toimit organisaatiossasi? 1 112



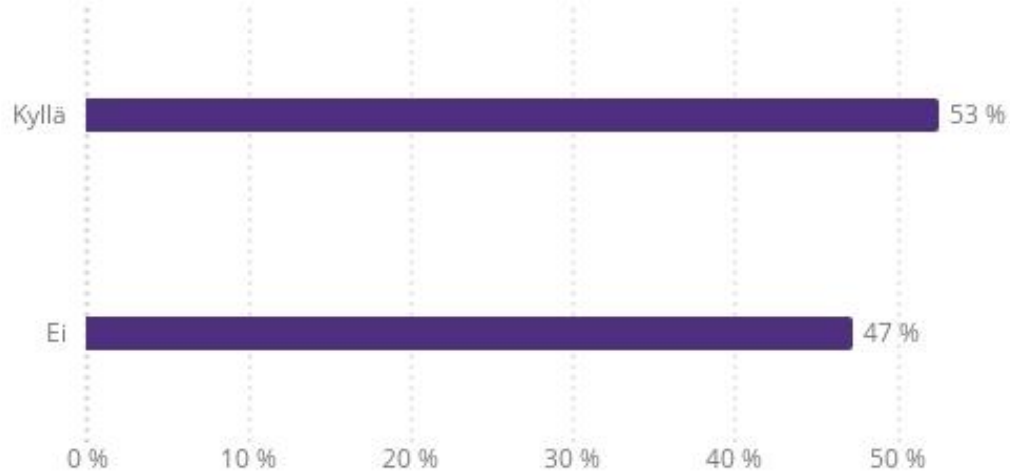
Teen töitä 1 020 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyiltä

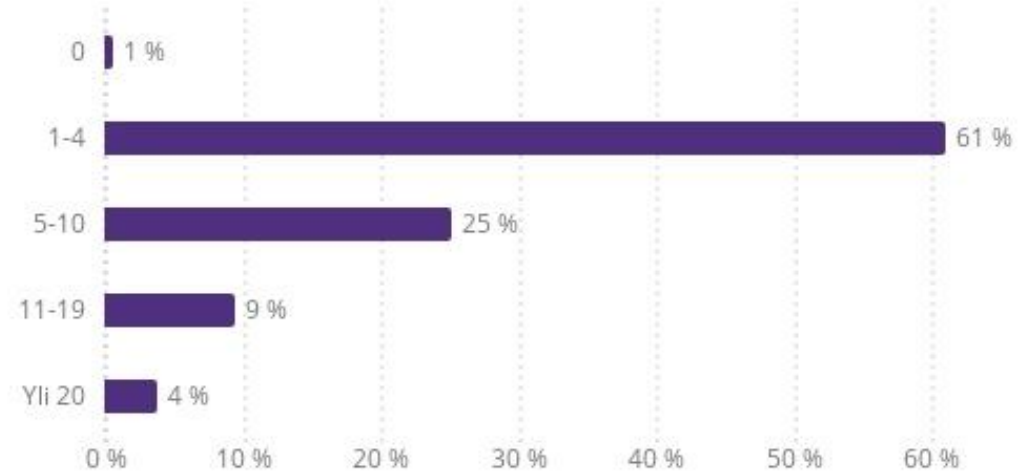
Taustatiedot 3/7

Onko sinulla alaisia? 302 ⓘ



i) Kysytty johtajilta ja päälliköiltä

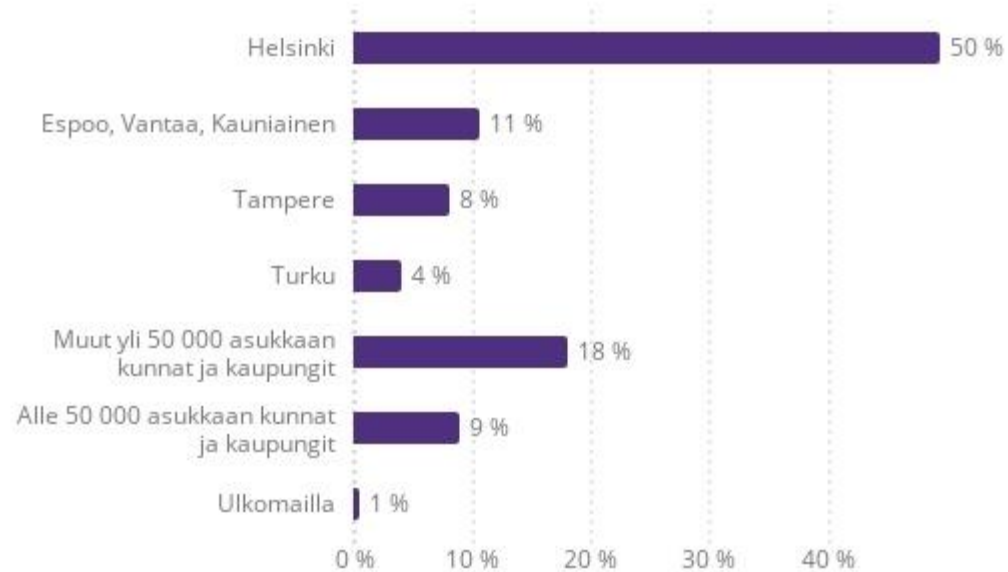
Montako alaista sinulla on? 159 ⓘ



i) Kysytty, jos on alaisia

Taustatiedot 4/7

Missä työpaikkasi sijaitsee? 1 054 ⓘ

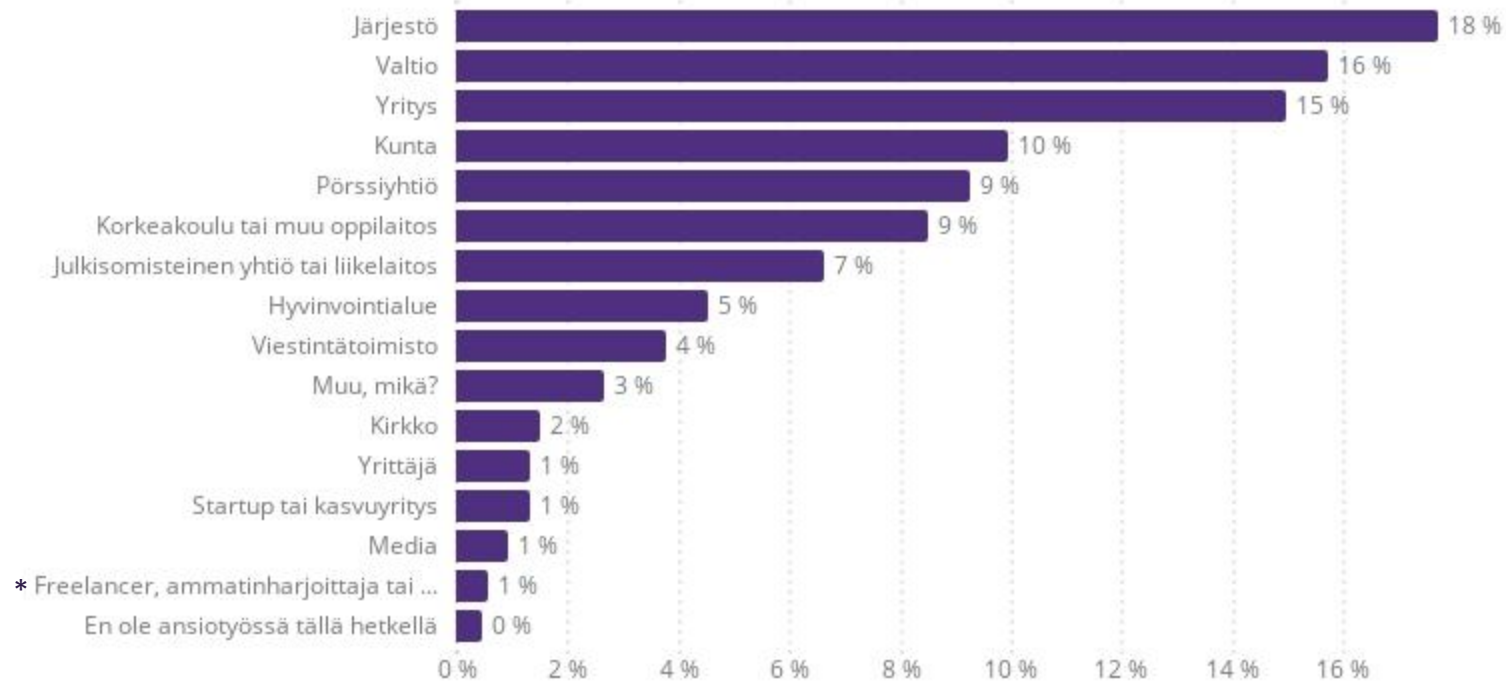


Alan työpaikat keskittyvät voimakkaasti Helsinkiin, pääkaupunkiseudulle ja suuriin kaupunkeihin. Puolet vastaajista työskentelee Helsingissä.

i) Kysytty työssäkäyviltä

Taustatiedot 5/7

Millä sektorilla työskentelet pääsääntöisesti tällä hetkellä? 1 055 ⓘ



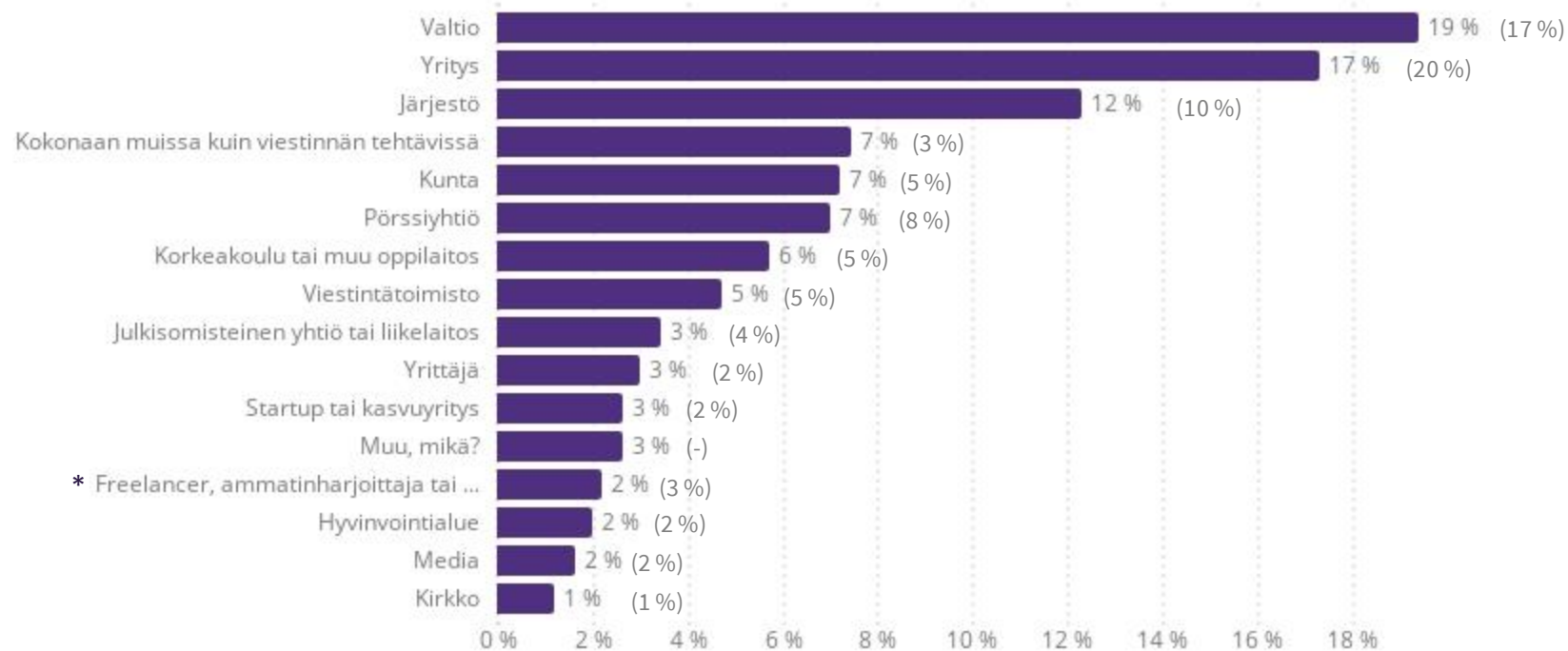
i) Kysytty työssäkäyviltä.

Muita mm. säätiö,
urheiluseura, valtioiden
välinen järjestö,
tutkimuslaitos.

*) Freelancer, ammatinharjoittaja
tai itsensätyöllistäjä

Taustatiedot 6/7

Millä sektorilla haluaisit työskennellä jatkossa? 1 097



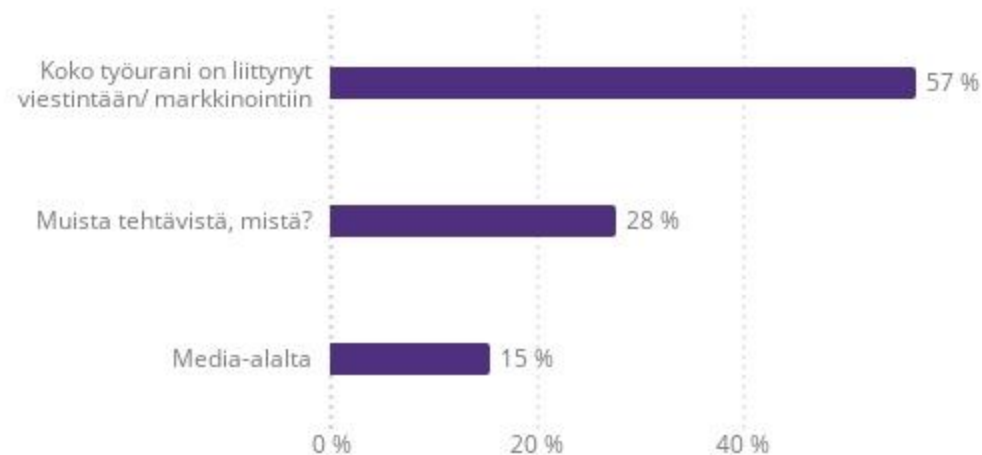
Muita mm. säätiö, EU, museo, suomalainen pk-yritys, kuntayhtymä, sektorilla ei ole merkitystä

*) Freelancer, ammatinharjoittaja tai itsensätyöllistäjä

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Taustatiedot 7/7

Mistä tehtävistä tulit viestinnän tehtäviin? 1 108



Keskimäärin vastaajat olivat työskennelleet viestinnän tehtävissä 13 vuotta.

Esimerkkejä muista tehtävistä, joista on siirrytty viestinnän tehtäviin:

- **1. Hallinto ja assistenttitehtävät**, kuten johdon assistentti, hallintosihteeri, projektiassistentti, yleishallinto, office manager, järjestöhallinto, järjestöasiantuntija.
- **2. Käännös- ja kieliala**, kuten kääntäjä, tulkkaukset, monikielinen viestintä.
- **3. Opetus ja tutkimus**, kuten, tutkija, opettajansijaisuus, pedagoginen asiantuntija, opetushallinto, opetusala, korkeakoulun hallinto, amanuenssi.
- **4. ICT ja teknologia**, kuten ICT-ala, ict-projektit, tietohallinto, digikehittäminen, tietopalvelut, ICT-kouluttaja.
- **5. HR ja henkilöstöhallinto**, kuten HR-tehtävät, henkilöstöhallinto, henkilöstön kehittäminen.
- **6. Liiketoiminta, talous ja markkinointi**, kuten liiketoimintakehittäminen, markkinointi-, koulutus- ja kehitystehtävät, myynti, asiakaspalvelu, taloushallinto,

yrittäjäviestintä.

- **7. Kulttuuri, taide ja media**, kuten kulttuurituottaja, tapahtumatuotanto, graafinen suunnittelu, mediaseuranta, toimittaja, freelance-journalisti, kustannusala.
- **8. Sosiaali- ja terveysala**, kuten sairaanhoitaja, terveydenhoitoala, suun terveydenhuolto.
- **9. Projektinhallinta ja kehittäminen**, kuten projektikoordinaattori, projektisuunnittelija, hankekoordinaattori.

→ Monilla on taustaa useilta eri aloilta ennen siirtymistä viestinnän tehtäviin.

→ Viestinnän tehtäviin siirtyminen ei rajoitu vain yhdelle alalle, vaan taustat vaihtelevat hallinnosta ja opetuksesta aina teknologiaan, kulttuuriin ja palvelualoihin.

Tutkimustulokset

Osaaminen

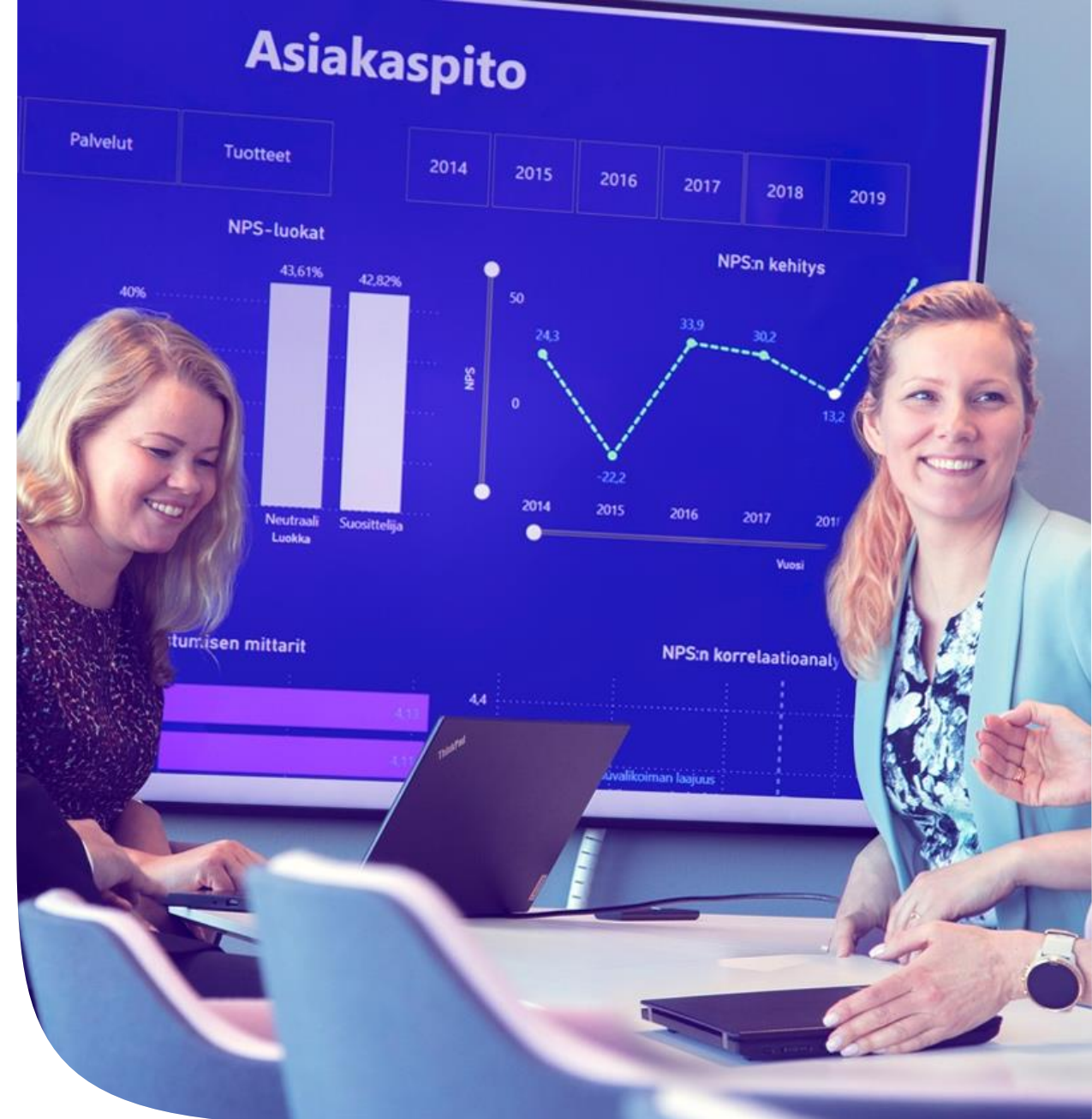
01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

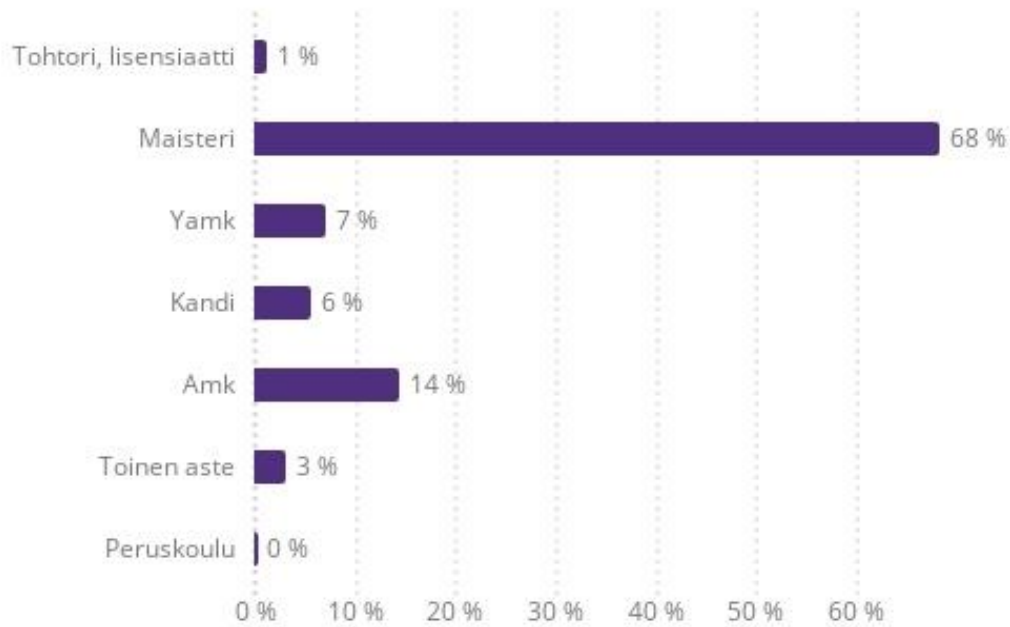
- Taustatiedot
- **Osaaminen**
- Viestinnän yhteys strategiaan
- Työn arvostus ja odotukset
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- Palkkaus
- Työn kuormitus
- Viestinnän resurssit

04 Johtopäätökset



Valtaosa vastaajista on opiskellut maisteriksi

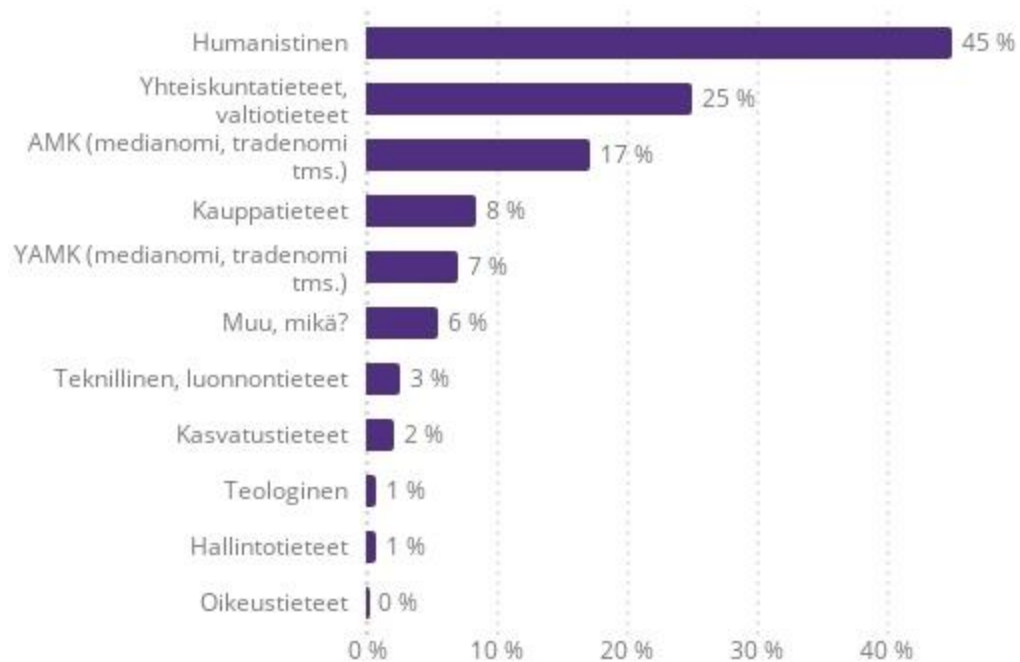
Mikä on korkein suorittamasi tutkintotaso? 1 111



ROOLIN MUKAAN	Asiantuntija	Assistentti	Harjoittelija	Johtaja	Johtava asiantuntija	Päällikkö	Työtön	Yrittäjä
Tohtori, lisensiaatti	1 %	0 %	0 %	3 %	1 %	1 %	2 %	0 %
Maisteri	63 %	43 %	38 %	83 %	79 %	75 %	71 %	77 %
Yamk	8 %	10 %	0 %	5 %	7 %	8 %	3 %	0 %
Kandi	5 %	14 %	63 %	5 %	4 %	4 %	10 %	0 %
Amk	19 %	19 %	0 %	3 %	4 %	11 %	10 %	12 %
Toinen aste	3 %	10 %	0 %	1 %	4 %	1 %	3 %	12 %
Peruskoulu	0 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Humanistiset ja yhteiskuntatieteet ovat voimakkaimmin edustettuina taustoissa

Mikä oli tiedekuntasi tai koulutussuuntauksesi? (voit valita useita vaihtoehtoja) 1 098



Muita mm. taiteet, taideyliopisto, maa- ja metsätalous, liikuntatiede, luonnonvara, kulttuurituottaja, markkinointi, muotoilija

Vajaa kolmannes on opiskellut pääaineena viestintää

Mikä oli pääaineesi tai tutkintosuuntauksesi? 1 095

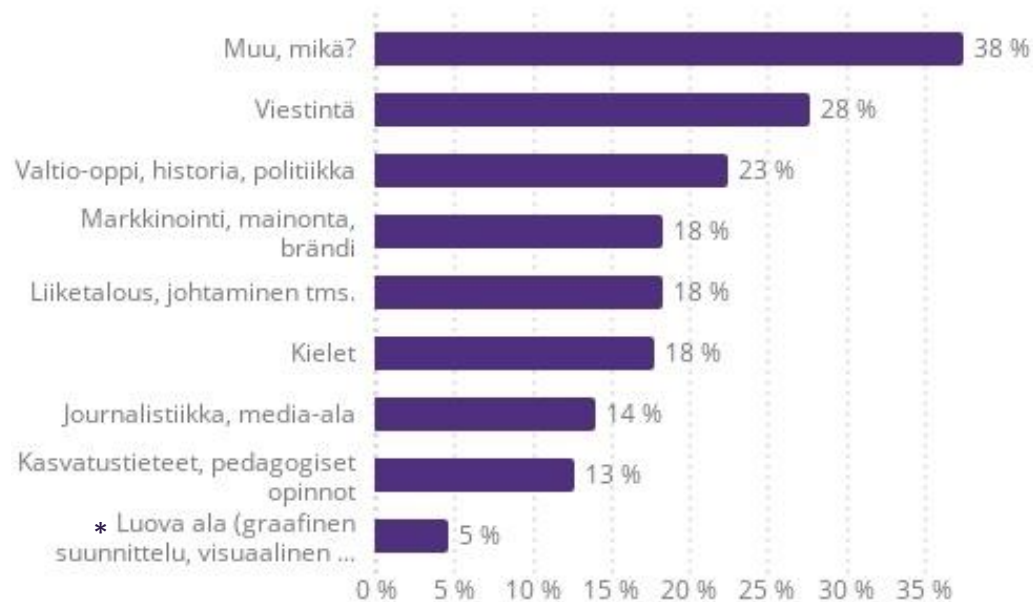


Muita mm. yhteiskuntatieteet, kirjallisuus, informaatioteknologia, mediatutkimus, sosiaalipsykologia, kotimainen kirjallisuus, yleinen kielitiede, musiikkitiedesosiaalipolitiikka, musiikkitiede jne.

*) Luova ala (graafinen suunnittelu, visuaalinen viestintä, elokuva-ala tms)

Yleisimpien sivuaineiden kirjo on laaja

Mikä tai mitkä olivat sivuaineesi? 820 ⓘ



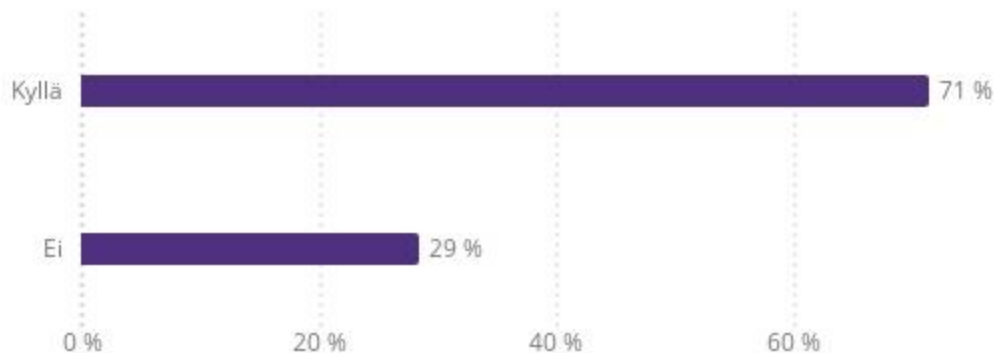
i) Kysytty jos korkein suoritettu tutkinto on tohtori/lisensiaatti, maisteri tai Yamk

Muita mm. sosiologia, oikeustiede, kulttuurien tutkimus, kansainvälinen politiikka, taidehistoria, yleinen kirjallisuustiede, sosiaalipsykologia, psykologia, historia jne.

*) Luova ala (graafinen suunnittelu, visuaalinen viestintä, elokuva-ala tms)

Muita aineita pää- ja sivuaineena opiskelleilla oli useimmiten opintoja myös viestinnästä tai markkinoinnista

Onko sinulla opintoja viestinnästä tai markkinoinnista? 263



Kysytty jos **ei ole opiskellut** pää- tai sivuaineena viestintää, journalistiikkaa, media-alaa, markkinointia, mainontaa, brändiä tai luovaa alaa

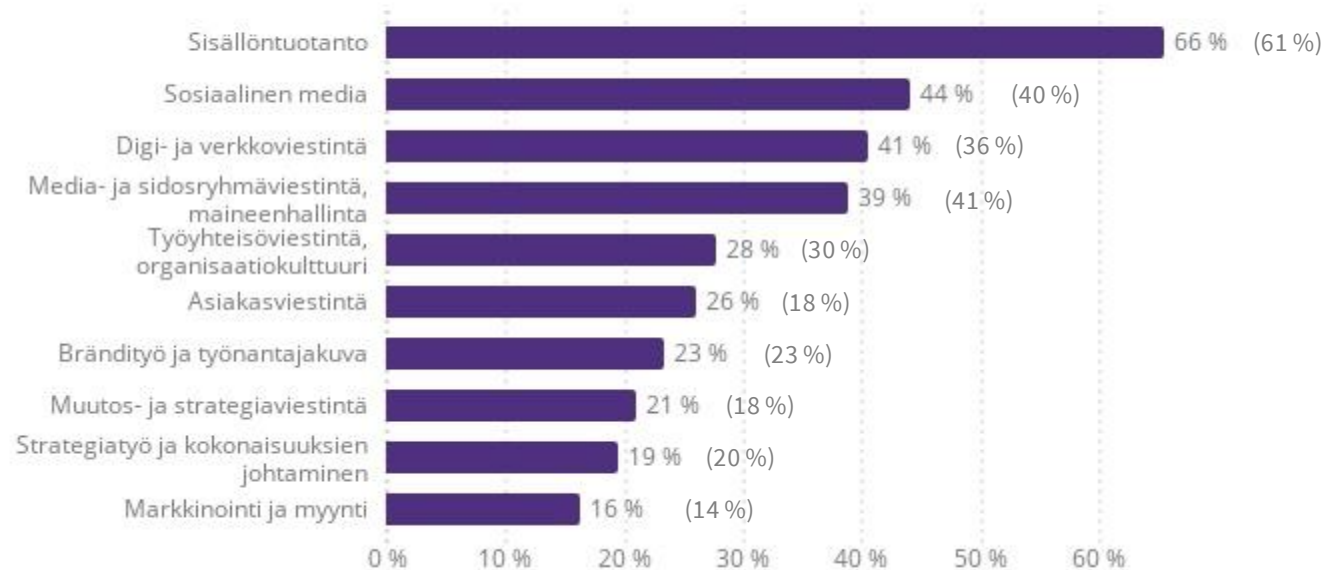
Roolin mukaan tarkasteltuna ei ollut suuria eroja viestinnän tai markkinoinnin opintojen mukaan.

Kokoaikaisesti työskentelevistä 74 prosentilla ja osa-aikaisesti työskentelevistä 52 prosentilla oli opintoja viestinnästä tai markkinoinnista.

Vastaajista, jotka ovat tehneet koko työuransa viestinnän/markkinoinnin parissa 72 prosentilla oli opintoja viestinnästä ja markkinoinnista. Muista tehtävistä siirtyneillä vastaava osuus oli 77 prosenttia. Media-alalta viestinnän tehtäviin siirtyneistä vain 48 prosentilla oli opintoja viestinnästä tai markkinoinnista.

Sisällöntuotanto on selvästi yleisin työtehtävä

Mitkä ovat tärkeimmät työtehtäväsi? Valitse max. 5 tärkeintä. 1 040 ⓘ



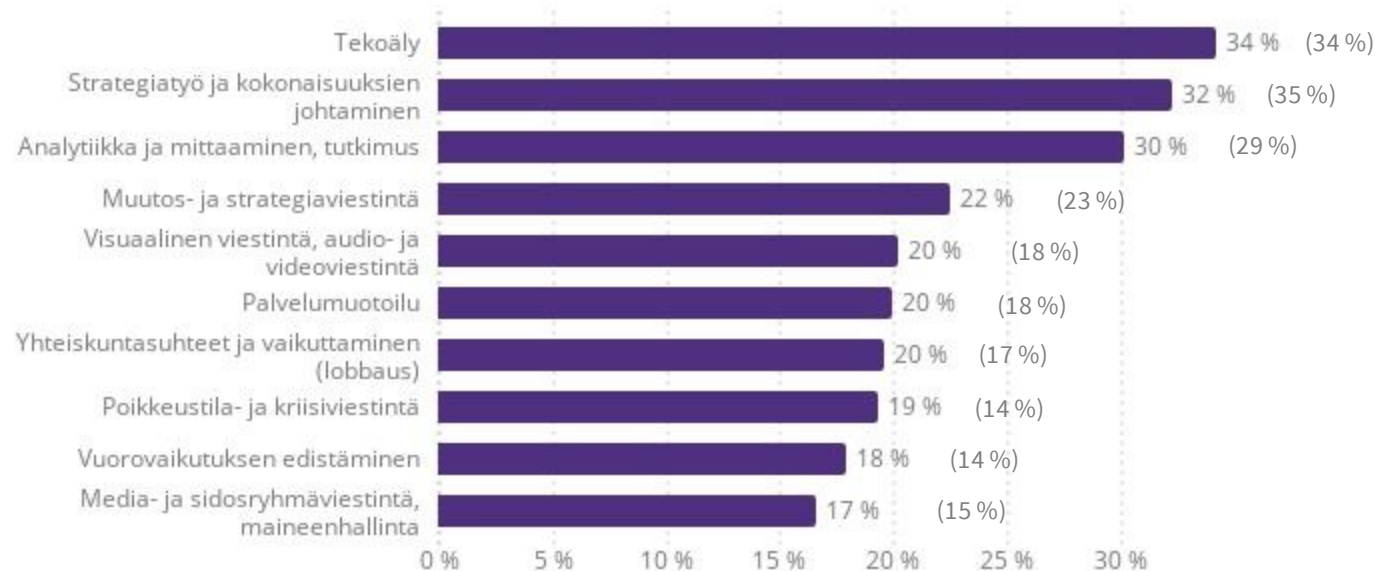
i) Kysytty työssäkäyviltä.

Kuvassa kymmenen useimmin valittua vaihtoehtoa.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Tekoäly sekä strategiatyö nousevat useimmin osaamisen kehittämistoiveina

Mitä osaamista haluaisit lisää? Valitse max. 5 tärkeintä. 1 020



Kuvassa kymmenen useimmin valittua vaihtoehtoa.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Tutkimustulokset

Viestinnän yhteys strategiaan

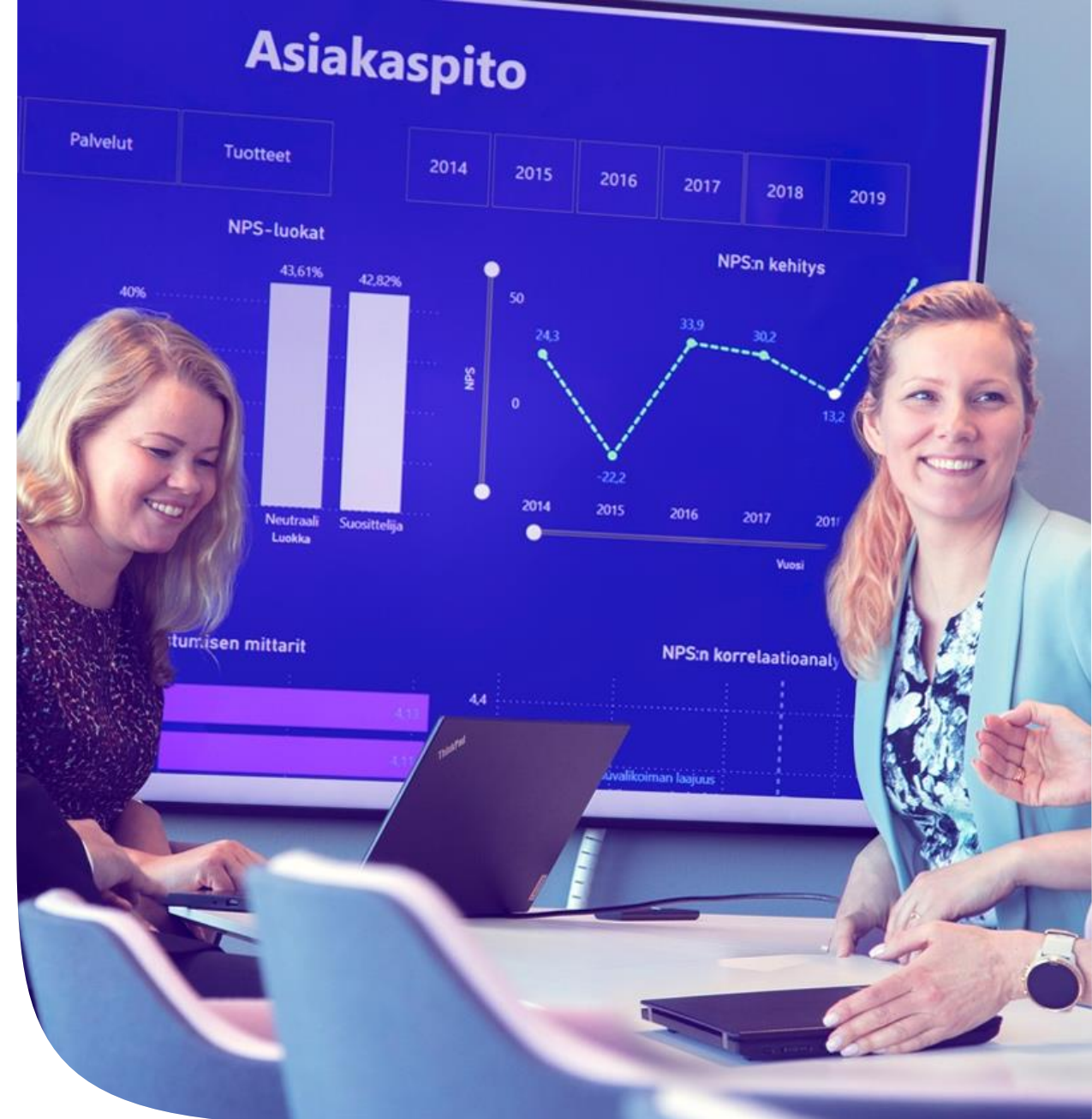
01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

- Taustatiedot
- Osaaminen
- **Viestinnän yhteys strategiaan**
- Työn arvostus ja odotukset
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- Palkkaus
- Työn kuormitus
- Viestinnän resurssit

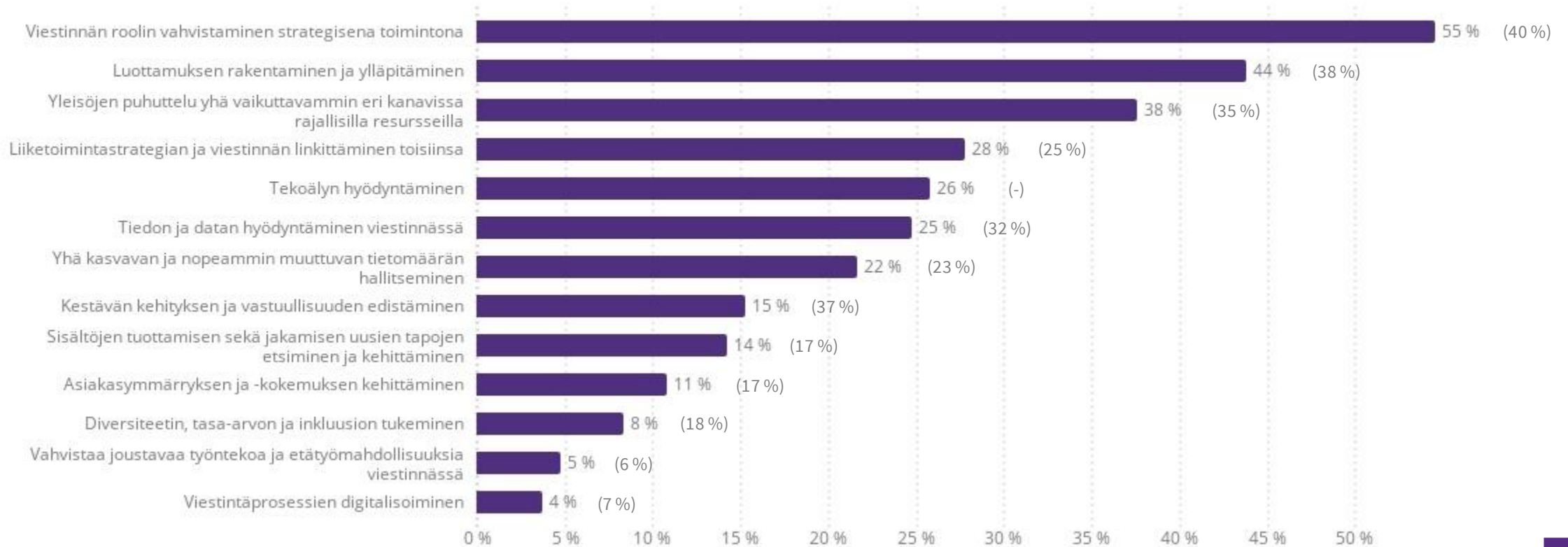
04 Johtopäätökset



Viestinnän vahvistaminen strategisena toimintona nähdään sen johtamisen tärkeimpänä kysymyksenä

Mitkä ovat mielestäsi viestinnän johtamisen tärkeimmät strategiset kysymykset seuraavan kahden vuoden aikana? Valitse kolme tärkeintä.

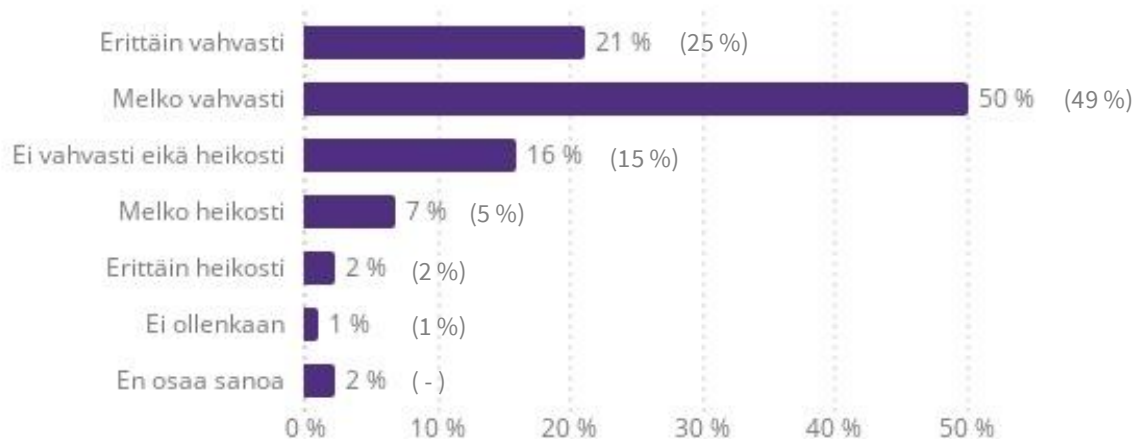
1 110



Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Viestinnän koetaan useimmiten pohjautuvan organisaation strategiaan

Miten vahvasti koet, että oman organisaatiosi viestintä pohjautuu organisaation strategiaan? 1 052 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyville

Johtajana työskentelevät kokivat selvästi muita useammin organisaation viestinnän pohjautuvan organisaation strategiaan (45 % valitsi erittäin vahvasti, kun esimerkiksi asiantuntijoista 16 % ja päälliköistä 28 % vastasi näin).

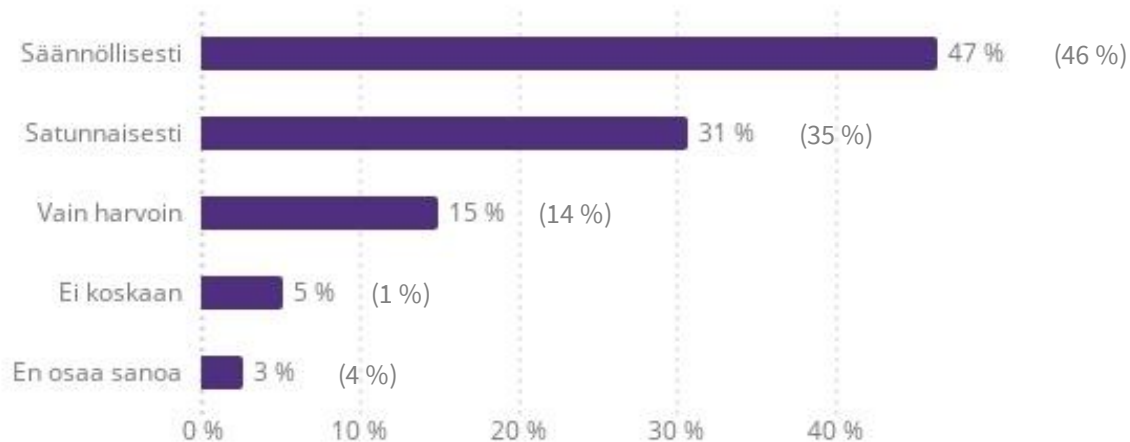
Useimmin organisaation viestintä perustui erittäin vahvasti yrityksen strategiaan viestintätoimistoissa, järjestöissä sekä pörssiyrityksissä työskentelevien mielestä. Toisaalta viestintätoimistoissa oli muita enemmän myös kriittisiä arvioita.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Viestintää ja sen vaikuttavuutta mitataan useimmissa organisaatiosta

Mitataanko viestintää ja sen vaikuttavuutta organisaatiossasi?

1 051 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä

Mitä korkeammalla tasolla vastaaja oli organisaatiossa, sitä useammin hän kuvasi viestintää ja sen vaikuttavuutta mitattavan. Säännöllisen mittauksen valitsi johtajista 67 %, päälliköistä 51 % ja asiantuntijoista 44 %.

Useimmin viestintää ja sen vaikuttavuutta kerrottiin mitattavan säännöllisesti valtiolla, järjestöissä, julkisomisteisissa yhtiöissä tai liikelaitoksissa sekä hyvinvointialueilla.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Tutkimustulokset

Työn arvostus ja odotukset

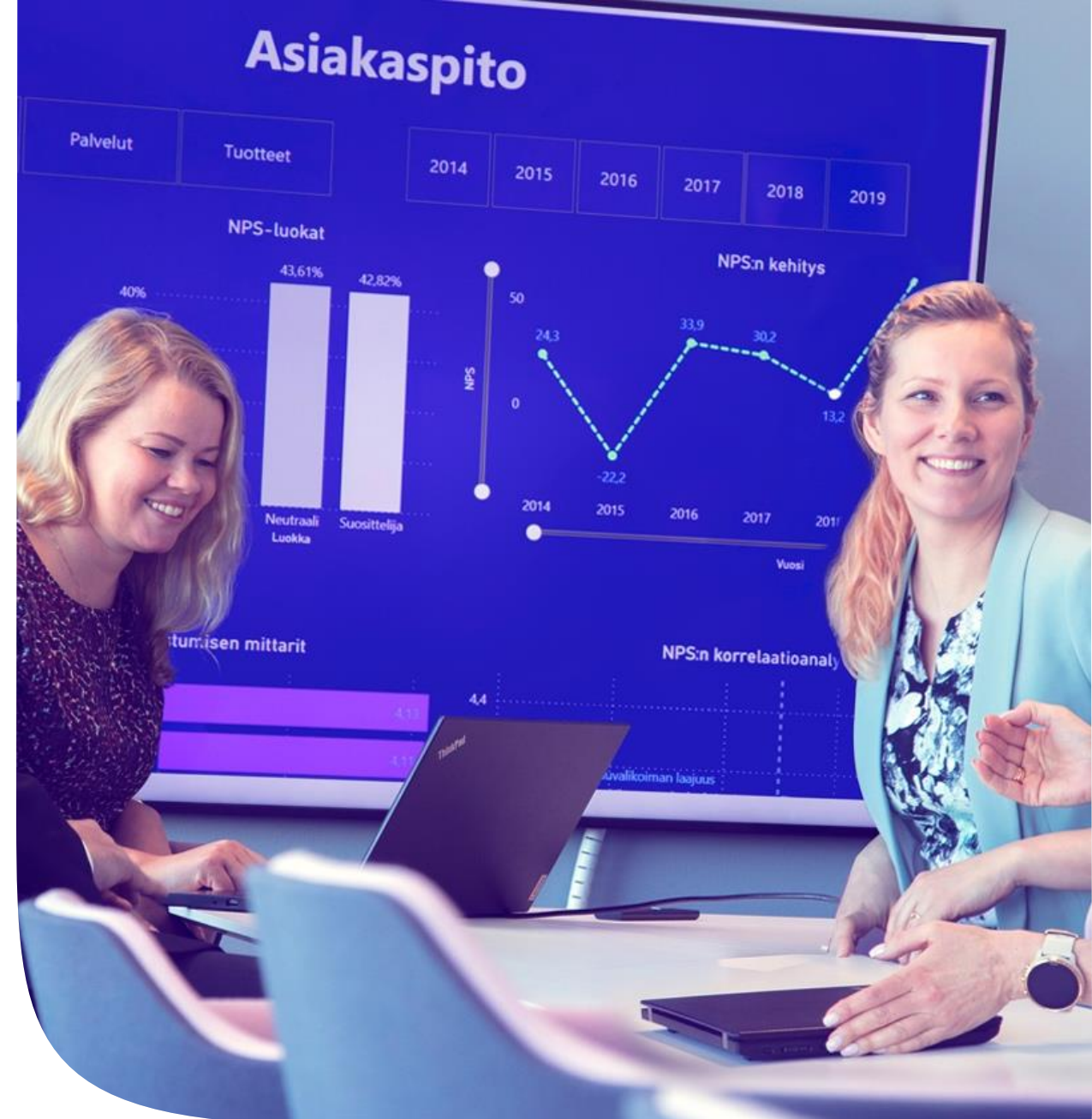
01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

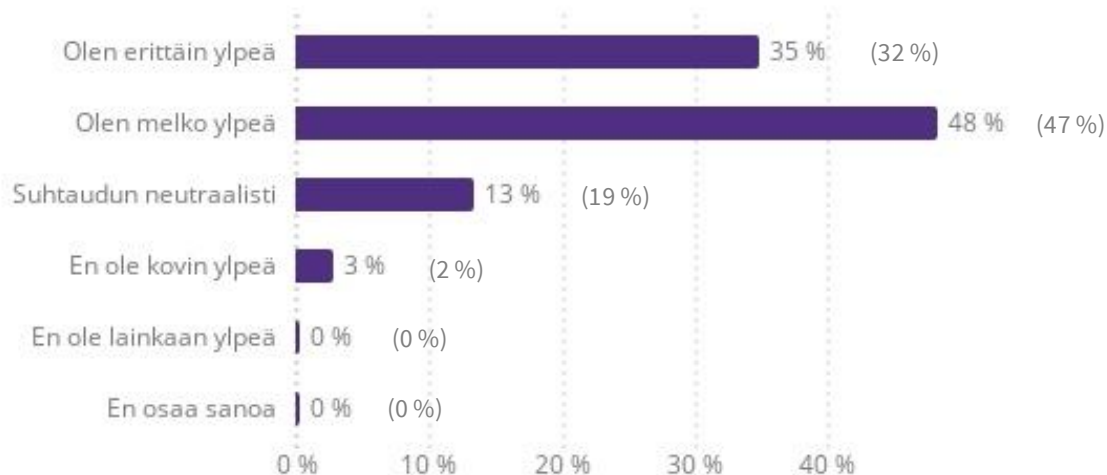
- Taustatiedot
- Osaaminen
- Viestinnän yhteys strategiaan
- **Työn arvostus ja odotukset**
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- Palkkaus
- Työn kuormitus
- Viestinnän resurssit

04 Johtopäätökset



Oma ammattitaito herättää ylpeyttä

Miten ylpeä olet omasta ammattitaidostasi? 1 113



Useimmin erittäin ylpeitä olivat yrittäjänä, johtajana tai johtavana asiantuntijana työskentelevät.

Toimialoittain tarkasteltuna erittäin ylpeitä oli eniten hyvinvointialueilla ja viestintätoimistoissa työskentelevissä ja vähiten puolestaan yrityksissä ja kunnissa työskentelevissä.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Ylpeys omasta ammattitaidosta on vahvistunut neljä prosenttiyksikköä, kun huomioidaan osaamisesta melko ja erittäin ylpeiden vastaajien osuus.

Viestinnän ammattilaisten arvostus alaa kohtaan on korkealla



Erittäin paljon viestinnän alaa arvostavia oli erityisesti pörssiyhtiöissä ja vähiten puolestaan valtiolla työskentelevissä.

Tausta muista tehtävistä tai viestinnän alan opiskeleminen eivät vaikuttaneet alan arvostuksen arvioihin.

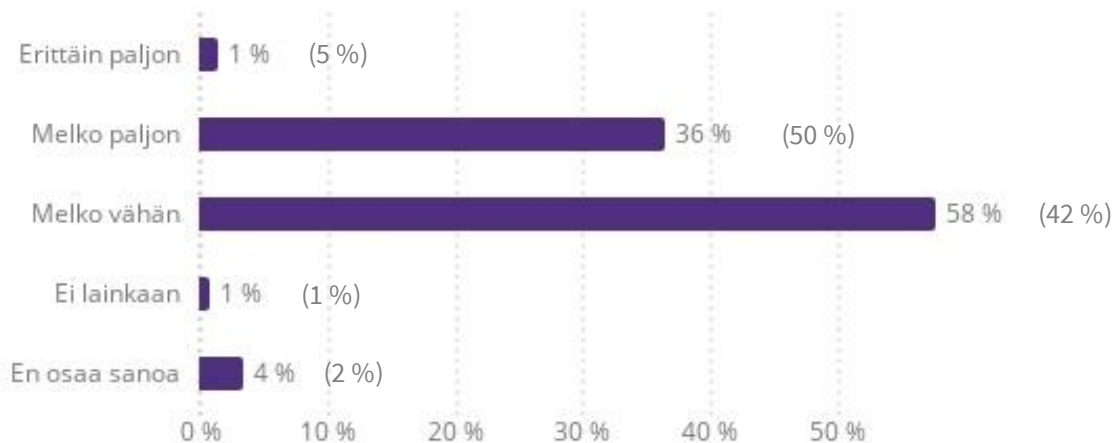
Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Alan itse koettu arvostus on jokseenkin samalla tasolla kuin edellisellä toteutuskerralla.

Työn arvostus yhteiskunnassa koetaan selvästi sisäistä arvostusta matalampana

Miten koet viestinnän työtä arvostettavan yhteiskunnassa?

1 113



Heikoimmin viestinnän työtä yhteiskunnassa koki arvostettavan assistentin ja harjoittelijan roolissa työskentelevät sekä työttömät. Eniten arvostusta kokivat johtajat, yrittäjät ja päälliköt.

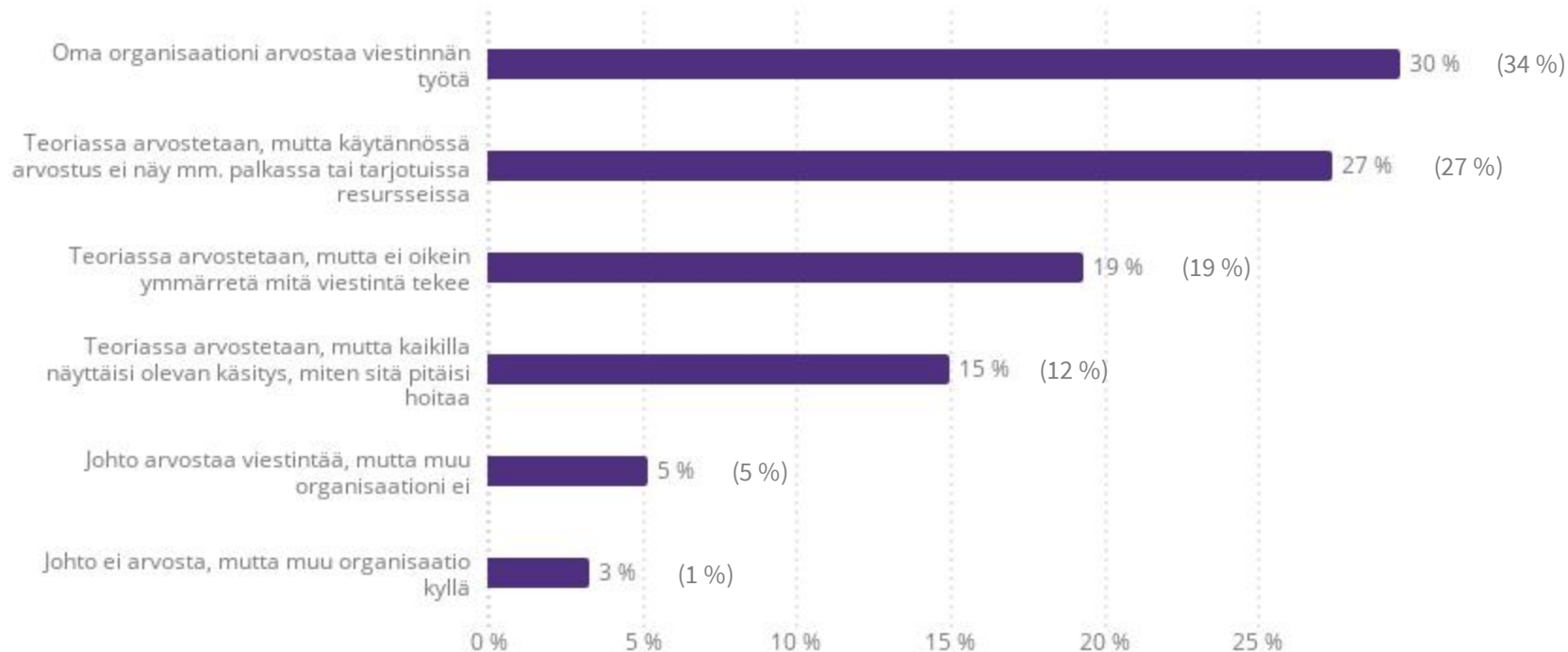
Pörssiyhtiöissä, kunnalla sekä julkisomisteisessa yhtiössä tai liikelaitoksessa työskentelevät kokivat useimmin viestinnän työtä arvostettavan yhteiskunnassa. Harvimmin tätä mieltä olivat puolestaan korkeakoulussa tai muussa oppilaitoksessa sekä yrityksissä työskentelevät.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Viestinnän työn yhteiskunnallisen arvostamisen kokemus on heikentynyt tuntuvasti, peräti 18 prosenttiyksikköä.

Viestinnän arvostuksen laatu vaihtelee

Miten oma organisaatiosi arvostaa mielestäsi viestintää? Valitse sopivin väittämä. 1 053 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä.

Viestintätoimistoissa työskentelevistä 70 prosenttia kertoi oman organisaation arvostavan viestinnän työtä, kun muissa organisaatioissa taso oli selvästi matalammalla. Seuraavaksi eniten työtä arvostettiin järjestöissä ja vähiten puolestaan kunnissa. Valtiolla työskentelevistä 11 prosenttia koki, että johto arvostaa viestintää, mutta muu organisaatio ei.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Viestintä toivotaan nähtävän muutoksen ajurina ja strategisena toimintona

Asteikko:

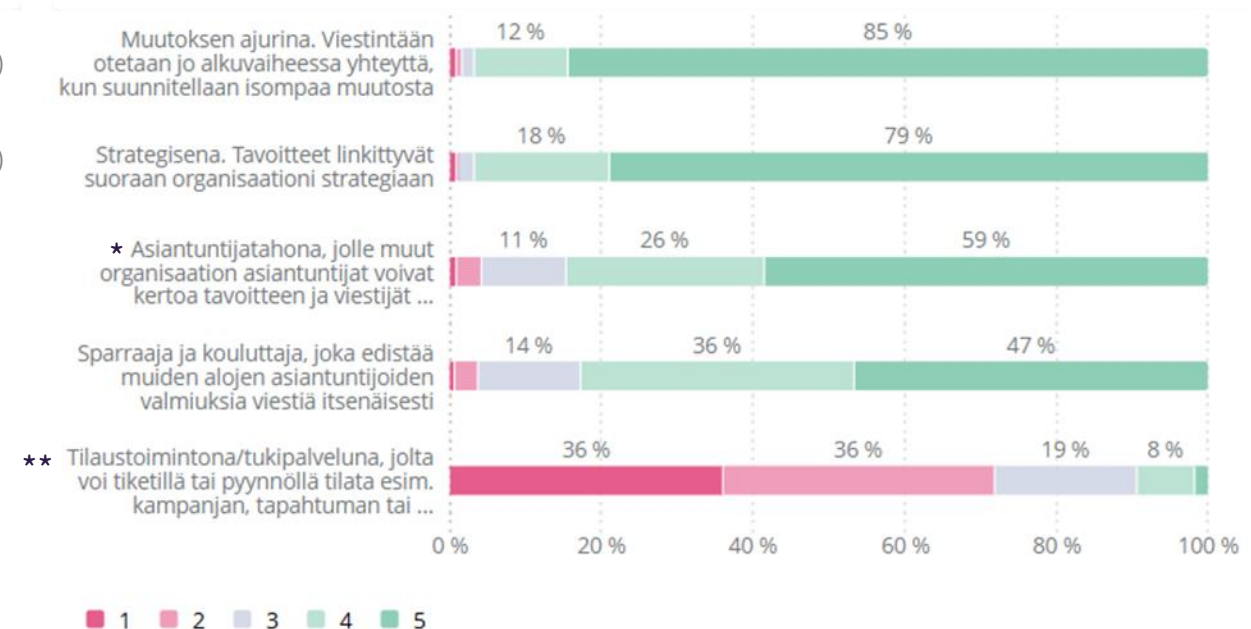
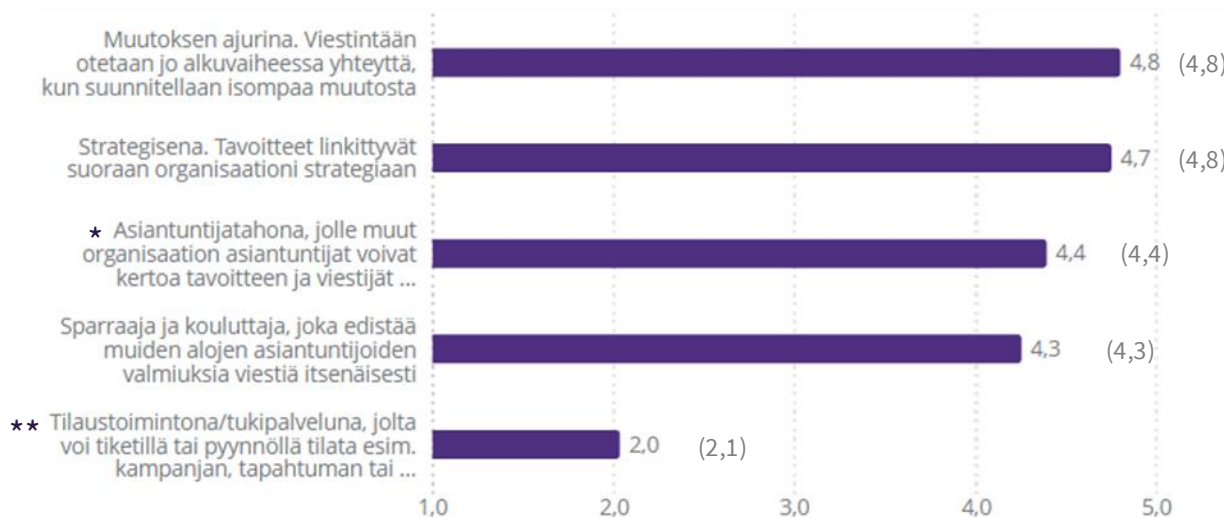
1 = täysin eri mieltä ...

5 = täysin samaa mieltä

Kysytty työssäkäviltä.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Millaisena toivoisit, että viestinnän rooli nähtäisiin omassa organisaatiossasi? Arvioi kutakin väittämää asteikolla 1–5 (n=1 047)



*) Asiantuntijatahona, jolle muut organisaation asiantuntijat voivat kertoa tavoitteen ja viestijät miettivät, miten asiasta kannattaa viestiä

**) Tilaustoimintona/tukipalveluna, jolta voi tiketillä tai pyynnöllä tilata esim. kampanjan, tapahtuman tai asiantuntijan/johdajan kirjoittaman blogin tai uutisen julkaisun

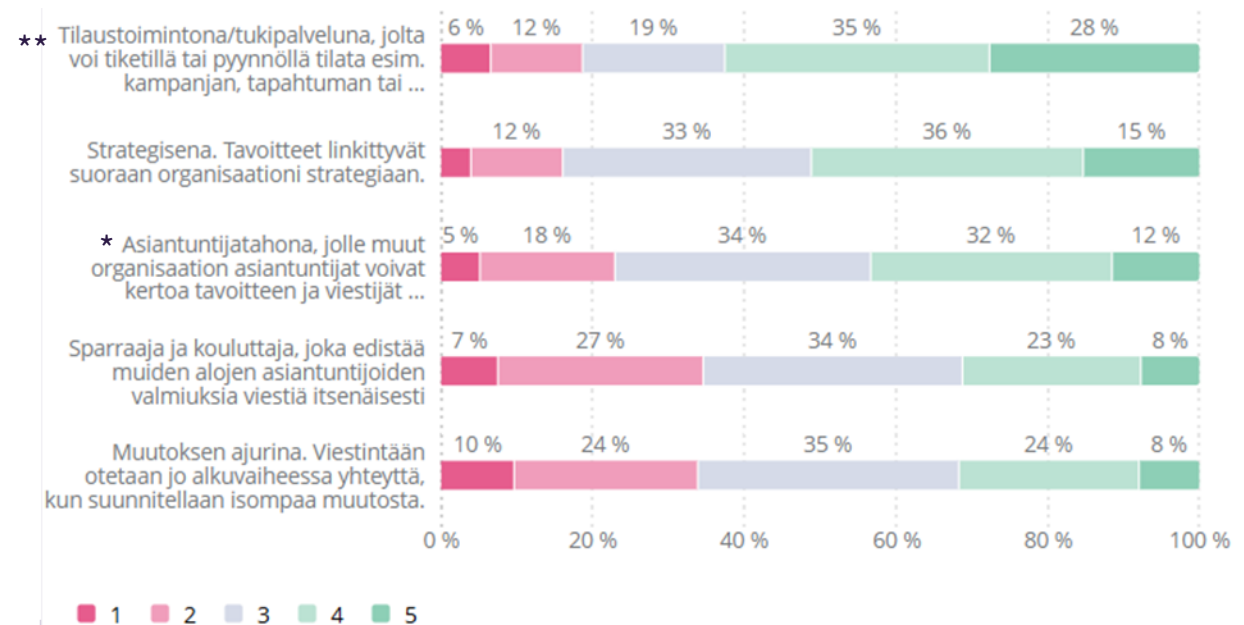
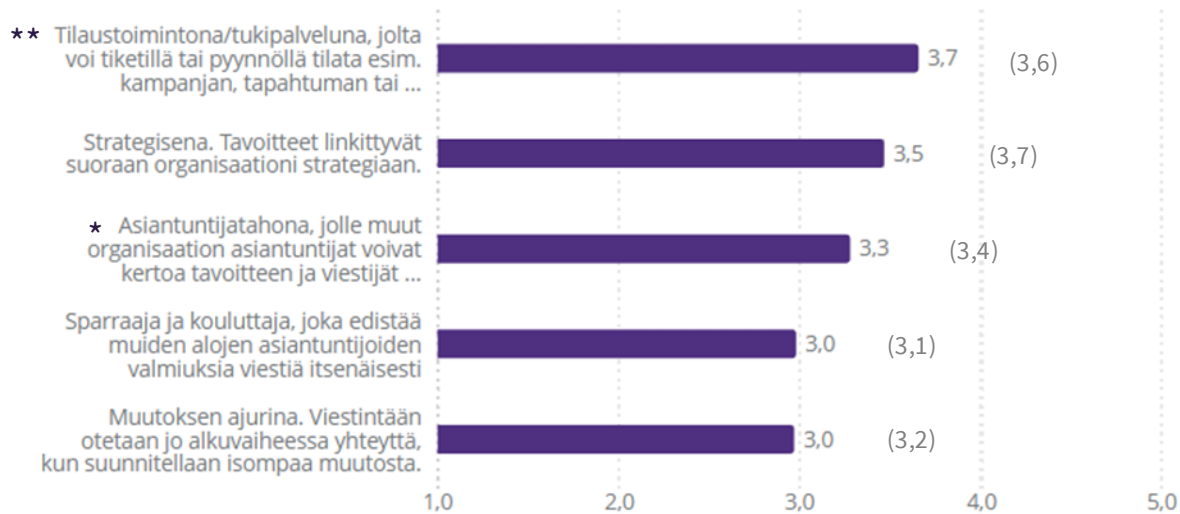
Käytännössä viestintä koetaan nähtävän useimmin tilaus-/tukipalveluna

Asteikko:
1 = täysin eri mieltä ...
5 = täysin samaa mieltä

Kysytty työssäkäyviltä.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Miten viestintätoiminto nähdään käytännössä omassa organisaatiossasi? Arvioi kutakin väittämää asteikolla 1–5 (n=1 027)

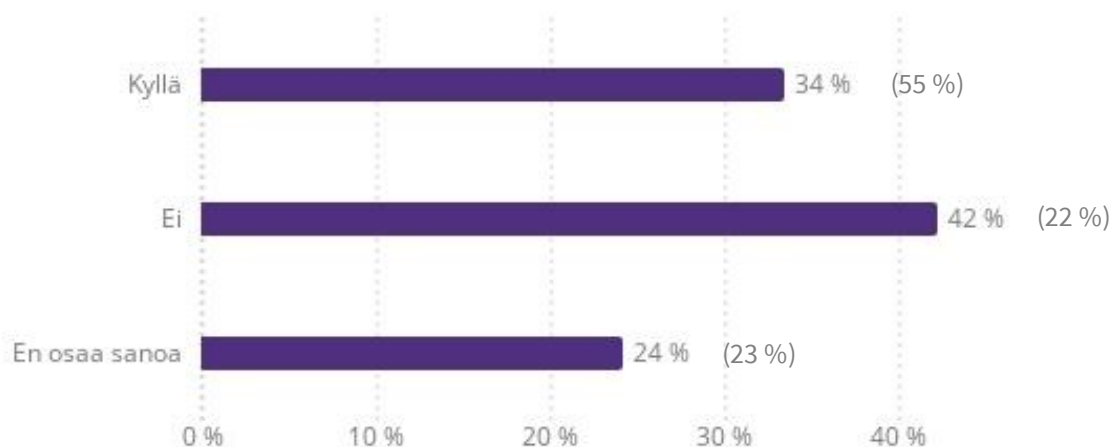


*) Asiantuntijatahona, jolle muut organisaation asiantuntijat voivat kertoa tavoitteen ja viestijät miettivät, miten asiasta kannattaa viestiä

**) Tilaustoimintona/tukipalveluna, jolta voi tiketillä tai pyynnöllä tilata esim. kampanjan, tapahtuman tai asiantuntijan/johtajan kirjoittaman blogin tai uutisen julkaisun

Kolmannes vastaajista kokee yleisen viestinnän arvostuksen kasvaneen viime vuosina

Onko viestinnän yleinen arvostus mielestäsi kasvanut viime vuosina? 1 110



Johtajat (45 %) ja päälliköt (42 %) kokevat useimmin viestinnän yleisen arvostuksen kasvaneen. Vastaavasti Useimmin tähän suhtautuivat negatiivisesti työttömät (ei: 55 %) ja harjoittelijat (ei: 38 %).

Positiivisesti viestinnän yleiseen arvostukseen suhtaudutaan useimmiten pörssiyhtiöissä työskentelevien keskuudessa (43 %).

Mitä vähemmän vastaaja itse arvosti viestinnän alaa, sitä todennäköisemmin hän myös koki, että viestinnän yleinen arvostus ei ole kasvanut viime vuosina.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Kielteinen näkemys viestinnän yleisestä arvostuksesta on merkittävästi vahvistunut. Nyt 42 prosenttia kokee, että viestintää ei yleisesti arvosteta, kun vuonna 2023 vastaava osuus oli 22 prosenttia.

Tutkimustulokset

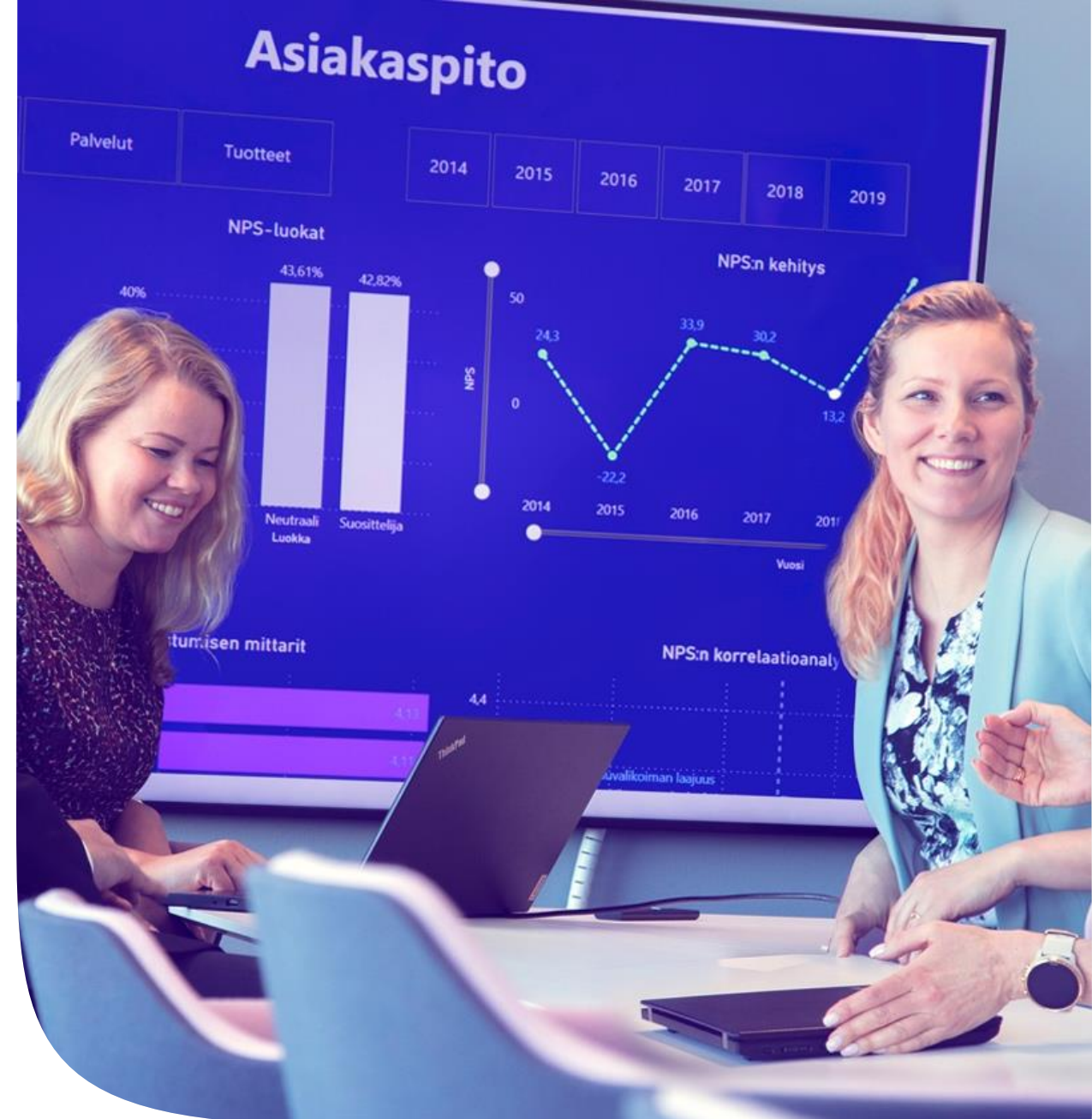
Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta

01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

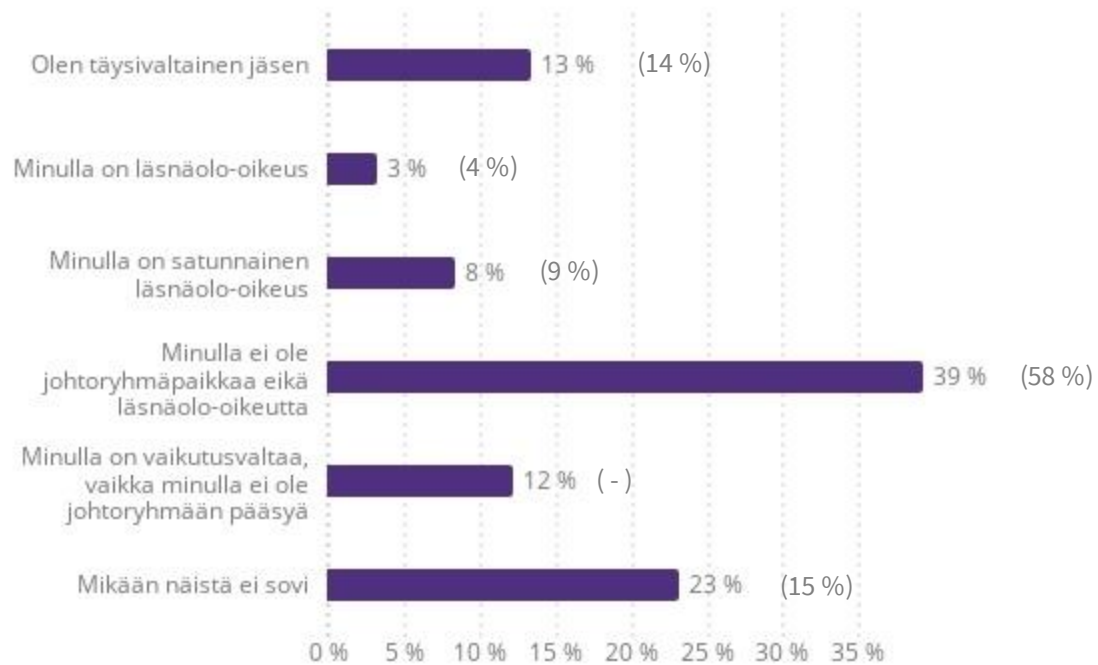
- ### 03 Tutkimustulokset
- Taustatiedot
 - Osaaminen
 - Viestinnän yhteys strategiaan
 - Työn arvostus ja odotukset
 - **Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta**
 - Palkkaus
 - Työn kuormitus
 - Viestinnän resurssit

04 Johtopäätökset



Johtoryhmään kuuluminen

Kuulutko organisaatiosi ylimpään johtoryhmään? Valitse itsellesi sopivin vaihtoehto. 1 043 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä.

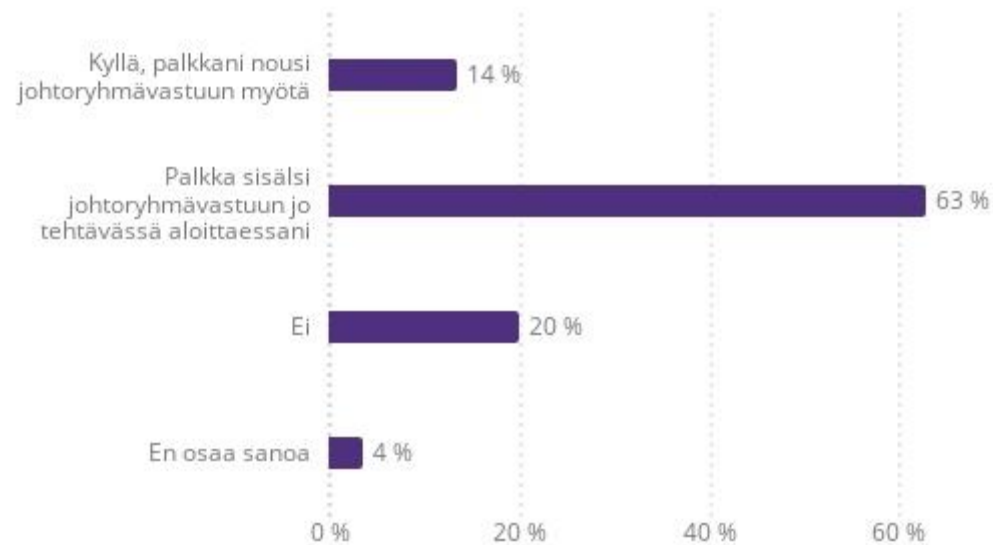
Johtajaroolissa työskentelevistä 75 prosenttia oli täysivaltaisia johtoryhmän jäseniä, yrittäjistä 32 prosenttia ja päälliköistä 18 prosenttia.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Johtoryhmäpaikan vaikutus palkkaan

Onko johtoryhmätyöskentely vaikuttanut kokonaispalkkaasi?

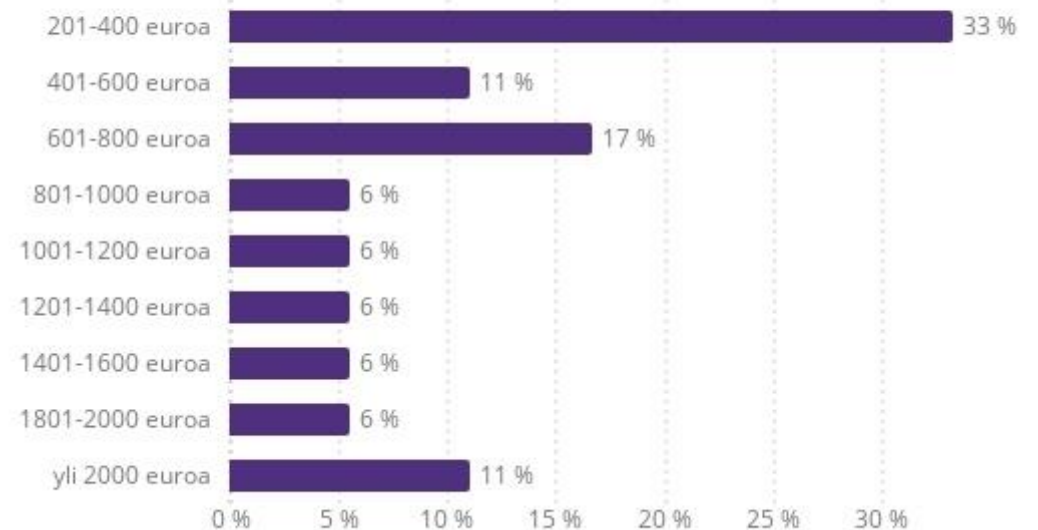
140 ⓘ



i) Kysytty johtoryhmän jäseniltä

Kuinka paljon johtoryhmätyöskentely on vaikuttanut kuukausittaiseen kokonaispalkkaasi? ⓘ

18 ⓘ



i) Kysytty johtoryhmän jäseniltä, joiden palkka on noussut johtoryhmävastuun myötä

Tutkimustulokset

Palkkaus

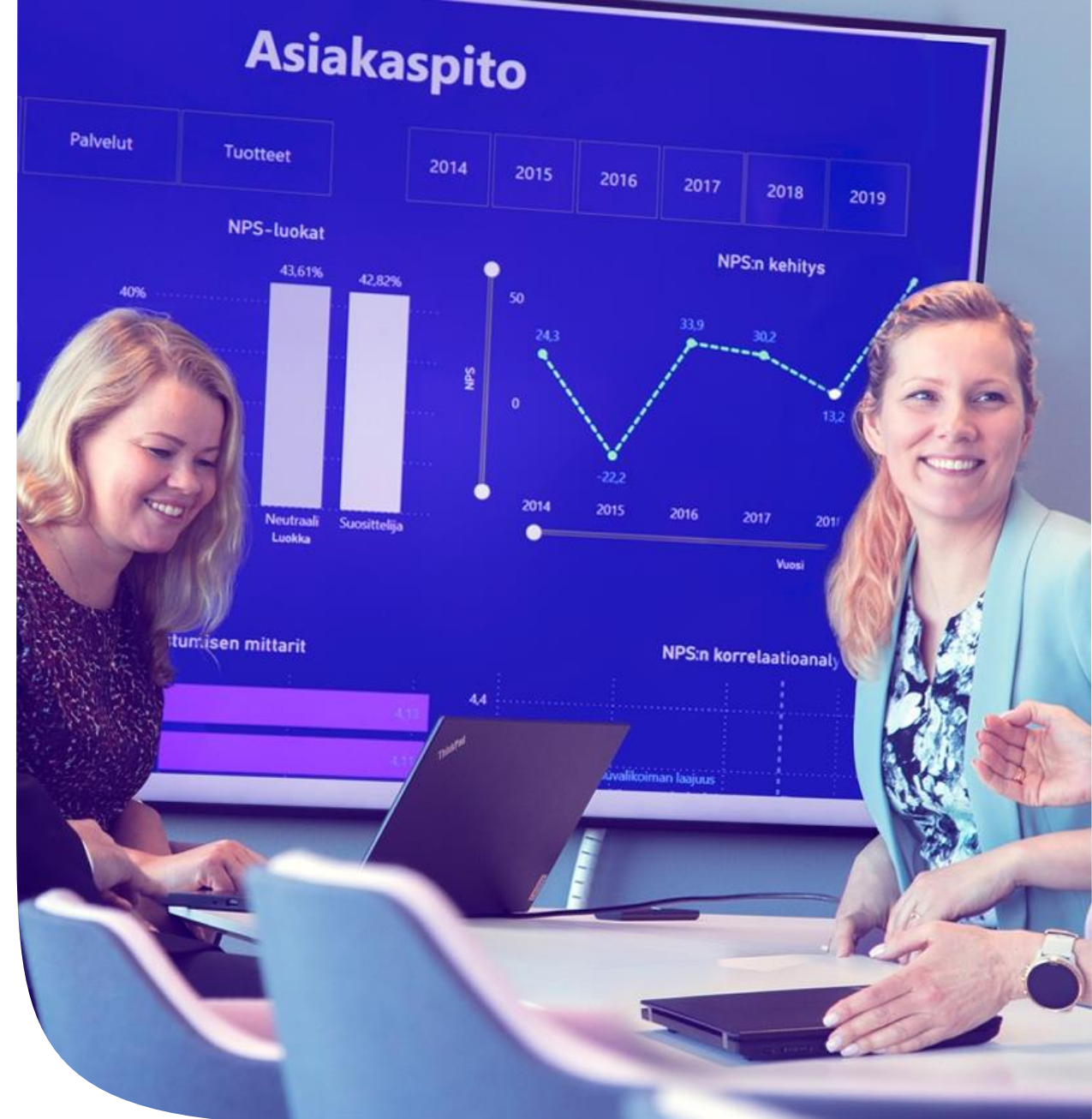
01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

- Taustatiedot
- Osaaminen
- Viestinnän yhteys strategiaan
- Työn arvostus ja odotukset
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- **Palkkaus**
- Työn kuormitus
- Viestinnän resurssit

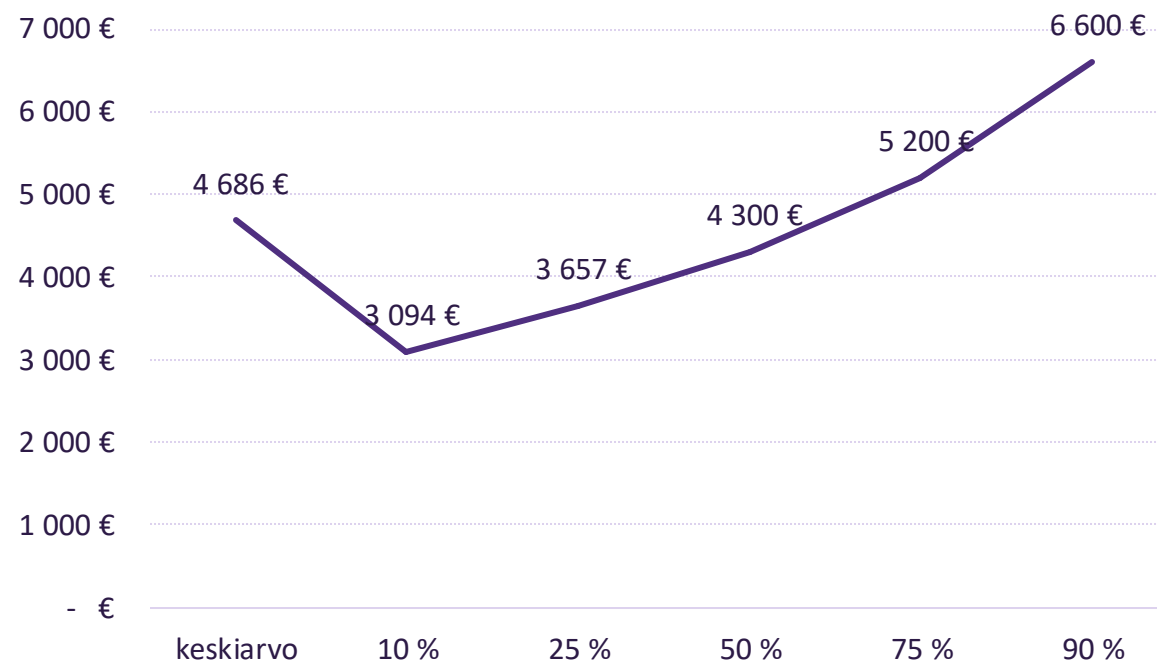
04 Johtopäätökset



Keskimääräinen kuukausiansio (brutto)

Kuukausiansiot ennen veroja elokuussa 2025
Mikä oli bruttopalkkasi henkilökohtaisine
lisineen, työkokemuslisineen luontoisetuineen
elokuussa 2025? (euroa) 997 ⓘ

4 686 €



Tämä kaavio kuvaa jakauman rakennetta seuraavasti:

- **10 %:** 10 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **25 % (1. kvartiili):** Alin neljännes – 25 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **50 % (mediaani):** Keskikohta – puolet havainnoista ovat tämän arvon alapuolella ja puolet yläpuolella.
- **75 % (3. kvartiili):** Ylin neljännes – 75 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **90 %:** Yläraja – 90 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.

i) Kysytty työssäkäyville

Mediaanipalkan kehitys vuosina 2009-2025



75 % on saanut palkankorotuksen viimeisen kahden vuoden aikana



i) Kysytty työssäkäyviltä.

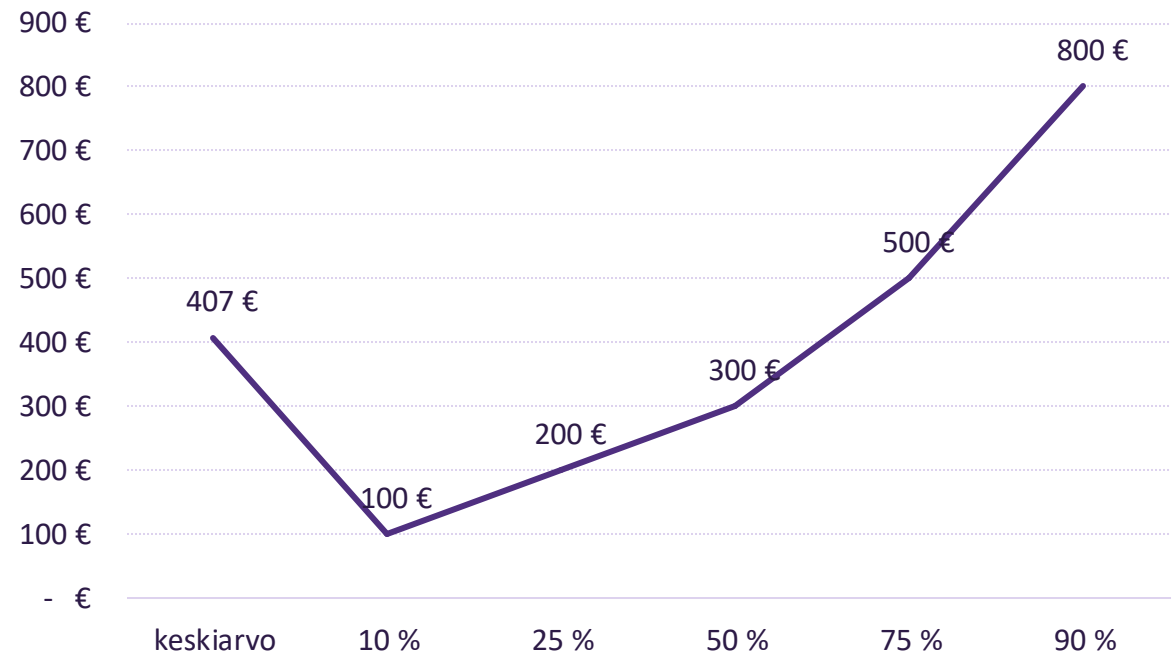
Mahdollista valita useita vaihtoehtoja.

Osin sama vastaaja on valinnut myös vastakkaisia luokkia, todennäköisesti viitaten eri tilanteisiin. Huomioiden kaikki vaihtoehdot 75 prosenttia vastaajista on kertonut saaneensa palkankorotuksen ja 25 prosenttia, että heidän palkkansa ei ole noussut.

Keskimääräinen palkankorotus

Miten iso korotus on ollut euroissa? 305 ⓘ

407 €



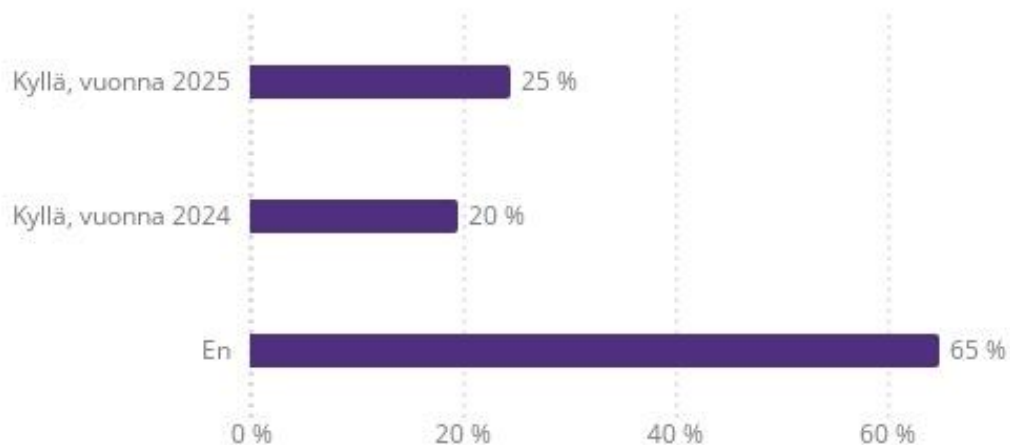
Tämä kaavio kuvaa jakauman rakennetta seuraavasti:

- **10 %:** 10 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **25 % (1. kvartiili):** Alin neljännes – 25 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **50 % (mediaani):** Keskikohta – puolet havainnoista ovat tämän arvon alapuolella ja puolet yläpuolella.
- **75 % (3. kvartiili):** Ylin neljännes – 75 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **90 %:** Yläraja – 90 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.

i) Kysytty korotuksen saaneilta

45 % on saanut kertaluontoisen tulospalkkauserän vuosina 2024-2025

Oletko saanut kertaluontoisen tulospalkkauserän (bonus, tulospalkkio, ylimääräinen kuukausipalkkaerä tms.) 1 042 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä.

Roolin mukaan tulospalkkauksen saaneita on

- Yrittäjistä 27 %
- Johtajista 54 %
- Päälliköistä 48 %
- Johtavista asiantuntijoista 37 %
- Asiantuntijoista 29 %

Useimmin tulospalkkaa ovat saaneet pörssiyhtiöissä (66 %), yrityksessä (60 %) tai julkisomisteisessa yhtiössä tai liikelaitoksessa (59 %) työskentelevät. Harvimminkin tulospalkkaa ovat saaneet valtiolla (10 %), viestintätoimistossa (20 %) tai hyvinvointialueella (21 %) työskentelevät.

Tulospalkkausten suuruus

Paljonko sait vuonna 2025 tulospalkkausta euroina? 221 ⓘ

4 194 €

Paljonko sait vuonna 2024 tulospalkkausta euroina? 170 ⓘ

3 027 €

i) Kysytty ko. vuonna tulospalkkauserän saaneilta

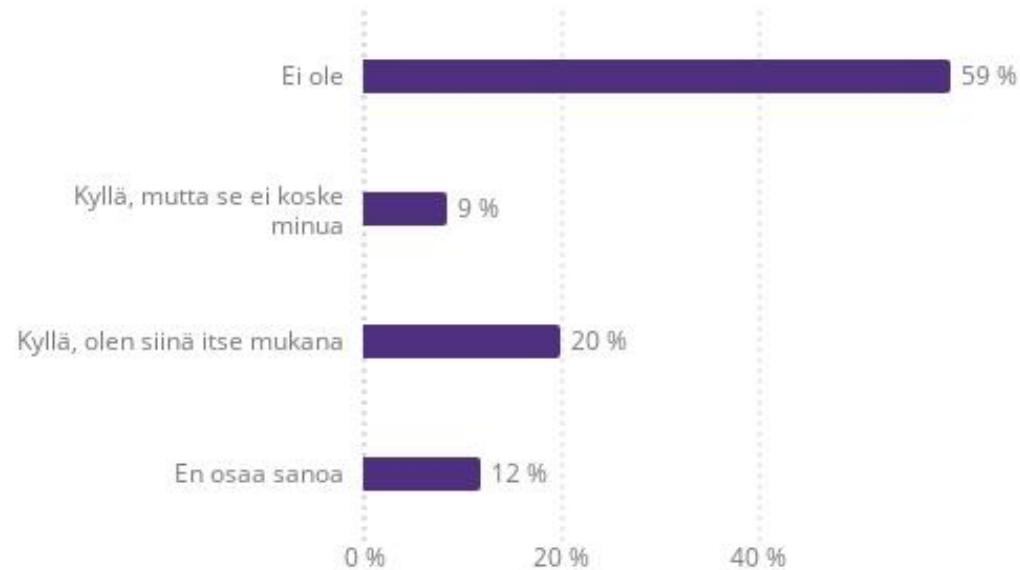


Tämä kaavio kuvaa jakauman rakennetta seuraavasti:

- **10 %:** 10 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **25 % (1. kvartiili):** Alin neljännes – 25 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **50 % (mediaani):** Keskikohta – puolet havainnoista ovat tämän arvon alapuolella ja puolet yläpuolella.
- **75 % (3. kvartiili):** Ylin neljännes – 75 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.
- **90 %:** Yläraja – 90 % havainnoista ovat tämän arvon alapuolella.

Joka viides on mukana optio-ohjelmassa tai kannustusjärjestelmässä

Onko organisaatiossasi optio-ohjelmaa tai kannustusjärjestelmää? 1 044 ⓘ



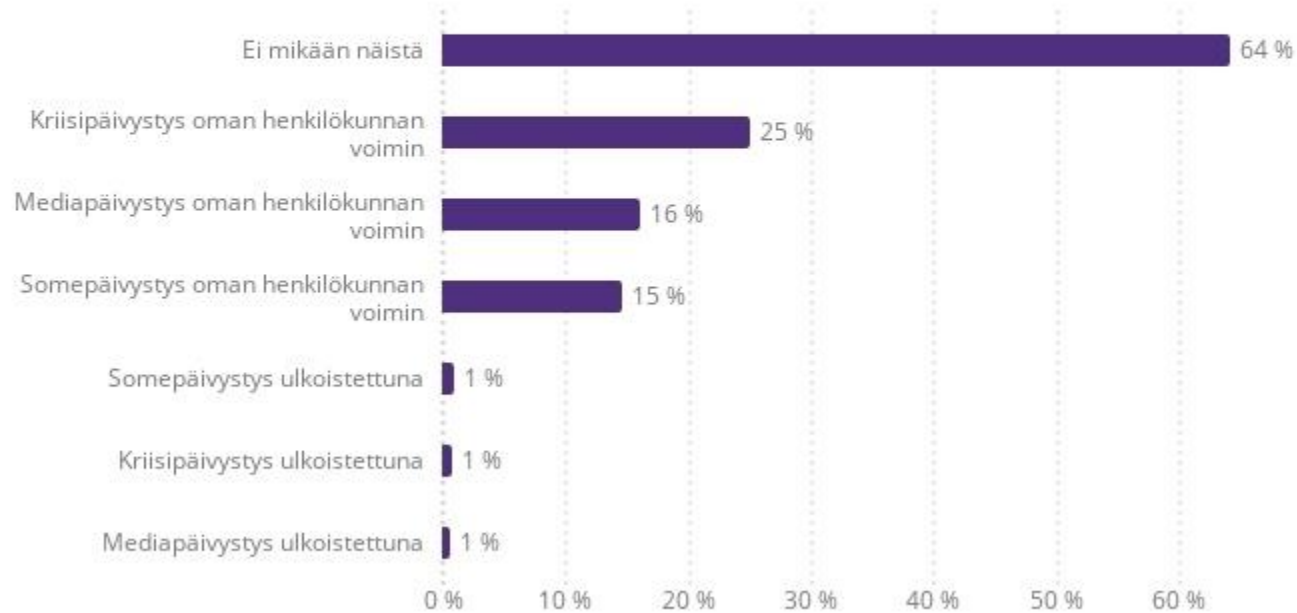
i) Kysytty työssäkäyviltä.

Optio-ohjelmat ja kannustinjärjestelmät olivat selvästi yleisimpiä pörssiyrityksissä.

Ulkoistettu viestinnän päivystys on harvinaista

Onko organisaatiossasi/viestinnässänne järjestetty jokin seuraavista päivystyksistä (varallaolo) työajan ulkopuolella siten, että päivystys on nimetyn henkilön vastuulla?

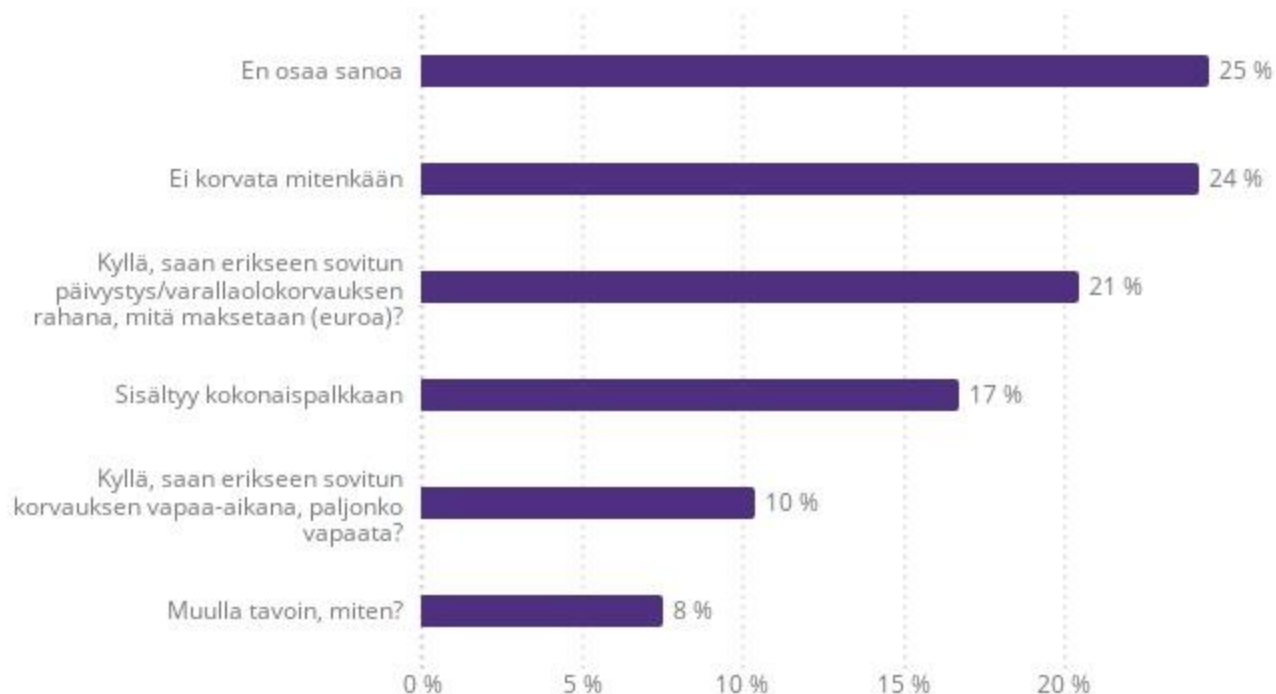
1 034 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä.

Päivystyksen korvausten periaatteet

Korvataanko päivystykseen käytetty aika jotenkin? 346 ⓘ



i) Kysytty jos some-, kriisi- tai mediapäivystystä tehdään oman henkilökunnan voimin.

Yhteenvedoa päivystystehtävien korvauskäytännöistä

Rahana

- **Kiinteät korvaukset:** Päivystystehtävistä maksetaan usein tietty kiinteä summa, kuten 500–1000 euroa viikossa (esim. 500 e/viikko, 540 e/viikko).
- **Tuntiperusteinen korvaus:** Yleisimmät mallit ovat tuntikohtaiset lisät, kuten 5 €/h, 6,95 €/h tai prosenttiosuus peruspalkasta (esim. 25 % tai 30 % päivystysajalta).
- **Työajan ja ajankohdan mukaan:** Joissain tapauksissa maksu vaihtelee sen mukaan, kuinka pitkään päivystät tai mihin vuorokaudenaikaan päivystys sijoittuu (korotukset ilta-/viikonlopputunneilla).
- **Ylityökorvaukset:** Aktiivisesta työstä varallaoloajan aikana maksetaan usein tuplapalkka tai ylityökorvaus.

Vapaa-aikana

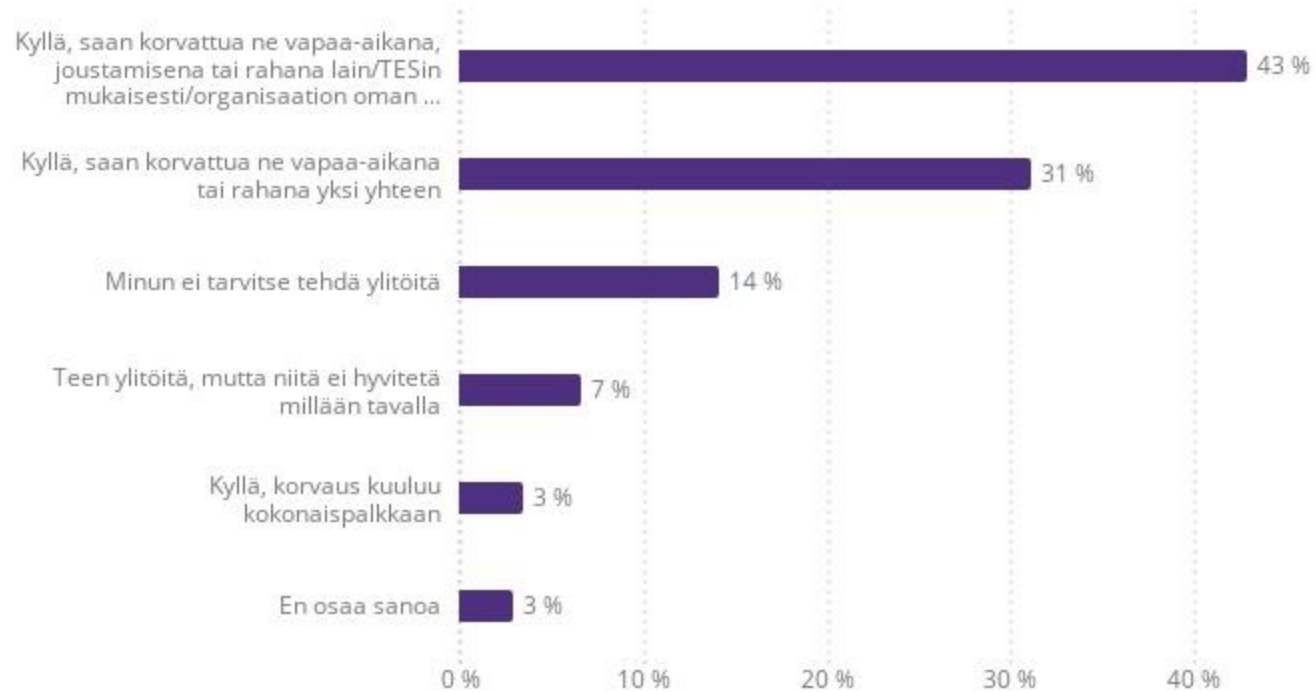
- **Tunti tunnista:** Usein käytetty käytäntö, jossa vapaa-aika myönnetään päivystystehtävissä käytetyn ajan mukaisesti.
- **Korotettu vapaa-aika:** Joissain tapauksissa vapaa-aikaa korvataan 1,5- tai jopa 2-kertaisesti suhteessa tehtyyn päivystys- tai työaikaan. Esimerkiksi viikonlopusta saatetaan kompensoida 1+1 tai 2+2 lisätuntia.
- **Sovitut vapaapäivät:** Esimerkkinä yksi kokonainen vapaapäivä päivystysviikosta.

Muulla tavoin

- **Kokonaispalkkamalli:** Joillekin työntekijöille päivystys sisältyy kokonaispalkkaan, jolloin erillisiä korvauksia ei makseta. Joissain tapauksissa tämä koskee vain tiettyjä työntekijäryhmiä, kuten johtajatasoa.
- **Saldokertymät:** Päivystysajoista ja tehtävistä kertyy saldo- tai lomapäiviä, joita voi käyttää myöhemmin.
- **TES-määräykset:** Joissakin vastauksissa korostetaan korvauksen menevän työehtosopimuksen (TES) ehtojen mukaan.
- **Erityiset sopimukset/yksilölliset järjestelyt:** Esimerkkejä ovat esimerkiksi vapaa-ajan hyödyntäminen sivutoimissa tai erityissopimukset vapaapäivälaskelmien suhteen.

Ylitöiden korvaaminen

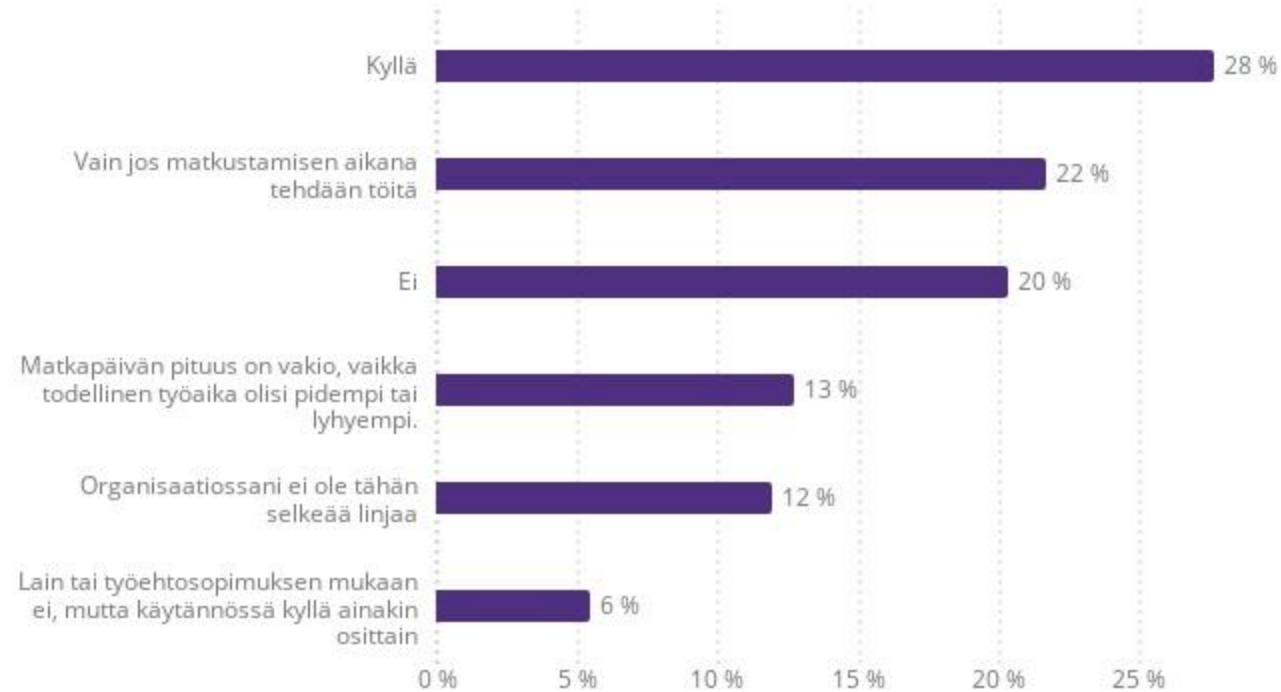
Korvataanko ylitöet organisaatiossasi? 1 041 ⓘ



i) Kysytty työssäkäviltä.

Matkustusajan korvaaminen

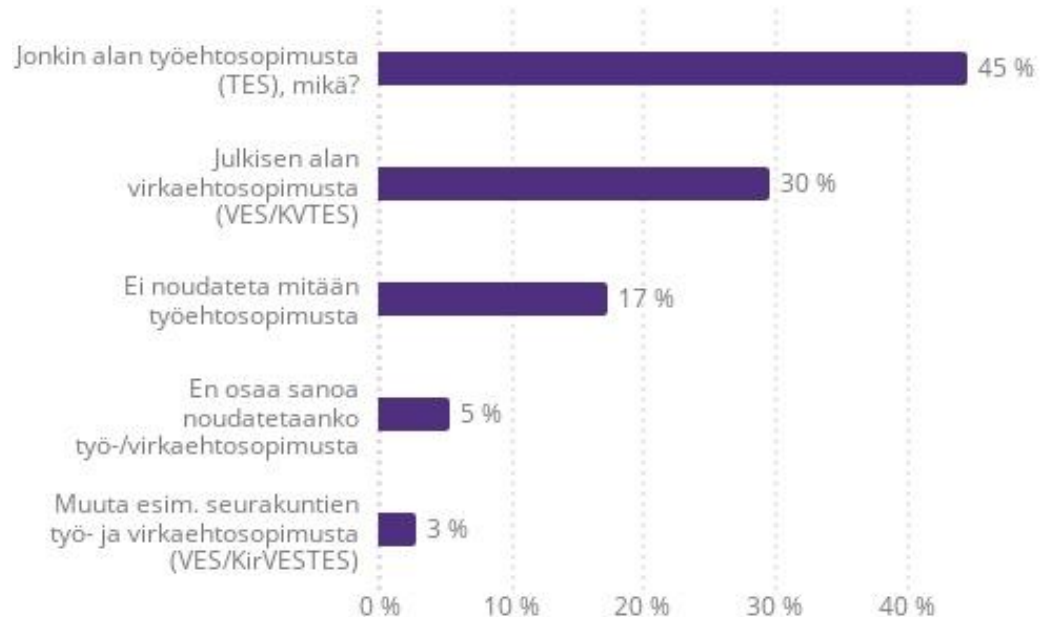
Katsotaanko työhösi kuuluva matkustaminen työajaksi? 1 036 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä.

Työehtosopimuksen noudattaminen

Noudatetaanko työsuhteessasi... 1 037 ⓘ



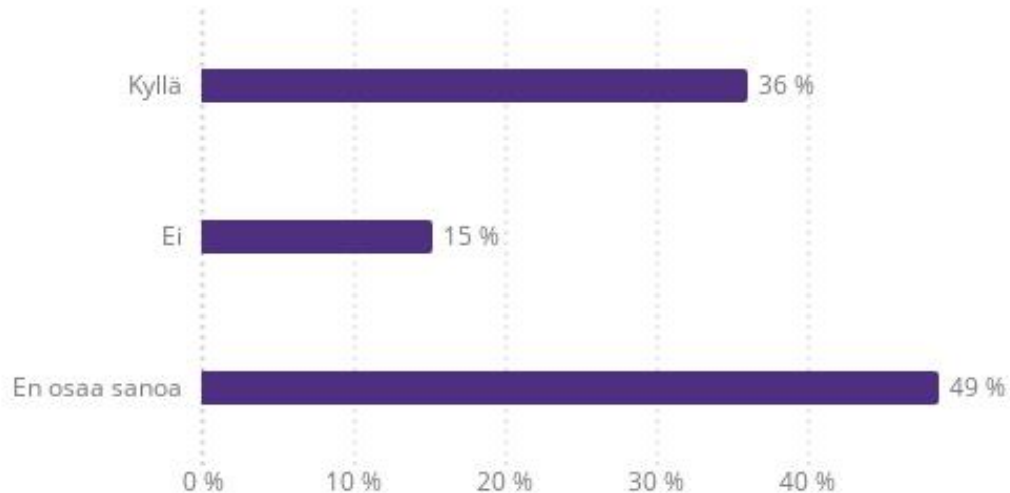
Jonkin alan työehtosopimusta (TES), mikä?



i) Kysytty työssäkäyiltä

Reilu kolmannes toivoo viestinnän alalle omaa työehtosopimusta

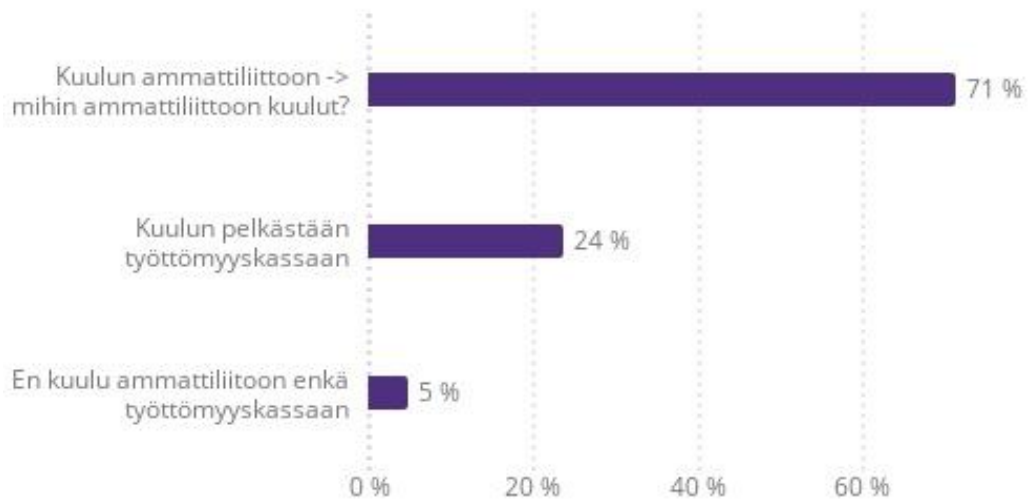
Pitäisikö viestinnän alalle saada oma työehtosopimus? 1 104



Viesti ry:n jäsenistä omaa alan työehtosopimusta toivoo 41 prosenttia, ProComin jäsenistä 27 prosenttia ja JAT ry:n jäsenistä 25 prosenttia.

Ammattiliittoon kuuluminen

Oletko jonkin ammattiliiton/työttömyyskassan jäsen? 1 104



Mihin ammattiliittoon kuulut?



Ammattiliittoon kuulumattomuuden syyt

Miksi et kuulu ammattiliittoon?



1. Taloudelliset syyt:

- Jäsenmaksut koetaan liian korkeiksi, eikä niille nähdä riittävästi vastinetta.
- Työttömyyskassan jäsenyys riittää monille, koska se on edullisempi vaihtoehto.
- Epävarma taloustilanne, määräaikaisten työsuhteiden ja yrittäjyys vaikuttavat päätökseen olla liittymättä.

2. Hyötyjen ja palveluiden puute

- Liiton tarjoamia palveluita ei koeta tarpeellisiksi tai hyödyllisiksi omassa työssä tai elämäntilanteessa.
- Osa kokee, ettei liitto aja heidän etujaan tai että liiton toiminta ei ulotu heidän alalleen tai paikkakunnalleen.
- Huonoja kokemuksia liiton palveluista, kuten lakipalveluista, mainitaan.

3. Ideologiset ja henkilökohtaiset syyt

- Jotkut kokevat, että ammattiliittojen toiminta sotii omaa ideologiaa vastaan.
- Ay-liikkeen politisointi ja lakkoherkkyys koetaan negatiivisina.
- Halutaan neuvotella suoraan työnantajan kanssa ilman liiton väliintuloa.

4. Tietämättömyys ja saamattomuus

- Moni ei tiedä, mihin liittoon kannattaisi kuulua, eikä ole selvittänyt asiaa.
- Liittyminen on jäänyt tekemättä laiskuuden, kiireen tai muun syyn vuoksi.

5. Elämäntilanne ja uravaihe

- Osa vastaajista kokee, ettei liiton jäsenyys ole tarpeellinen uran alkuvaiheessa, työttömänä tai yrittäjänä.
- Liiton jäsenyys koetaan hyödyttömäksi, jos työpaikka ei ole järjestäytynyt tai työtehtävät eivät ole tyypillisiä liiton alalle.

Ammattiliittoon ja työttömyyskassaan kuulumattomuuden syyt

Miksi et kuulu ammattiliittoon tai työttömyyskassaan?



- **Yrittäjäys:** Monet vastaajat kertovat olevansa yrittäjiä, eivätkä koe jäsenyyttä tarpeelliseksi tai hyödylliseksi omassa tilanteessaan.
- **Taloudelliset syyt:** Useat mainitsevat, ettei heillä ole varaa maksaa jäsenmaksuja tai kokevat, etteivät saa rahoilleen vastinetta.
- **Työtilanne:** Osa vastaajista ei ole työssä, on opiskelija, eläkeiässä tai työttömänä, eikä siksi koe jäsenyyttä ajankohtaiseksi.
- **Unohtaminen ja saamattomuus:** Jotkut kertovat, etteivät ole tulleet liittyneeksi, eivät ole perehtyneet asiaan tai liittyminen on vain jäänyt tekemättä.
- **Huonot kokemukset:** Muutamat mainitsevat pettymyksen liittojen toimintaan, kuten huonot kokemukset palveluista tai siitä, ettei liitto ole auttanut ongelmatilanteissa.
- **Rooliristiriidat:** Johtotehtävissä toimivat mainitsevat ristiriidan työnantajan edustajan roolin ja liittojäsenyyden välillä.
- **Muut syyt:** Esimerkiksi ulkomailla asuminen, liikaa valinnanvaraa, epäselvyys siitä, mihin liittoon kannattaisi liittyä, tai kokemus siitä, ettei jäsenyydestä ole hyötyä.

Tutkimustulokset

Työn kuormitus

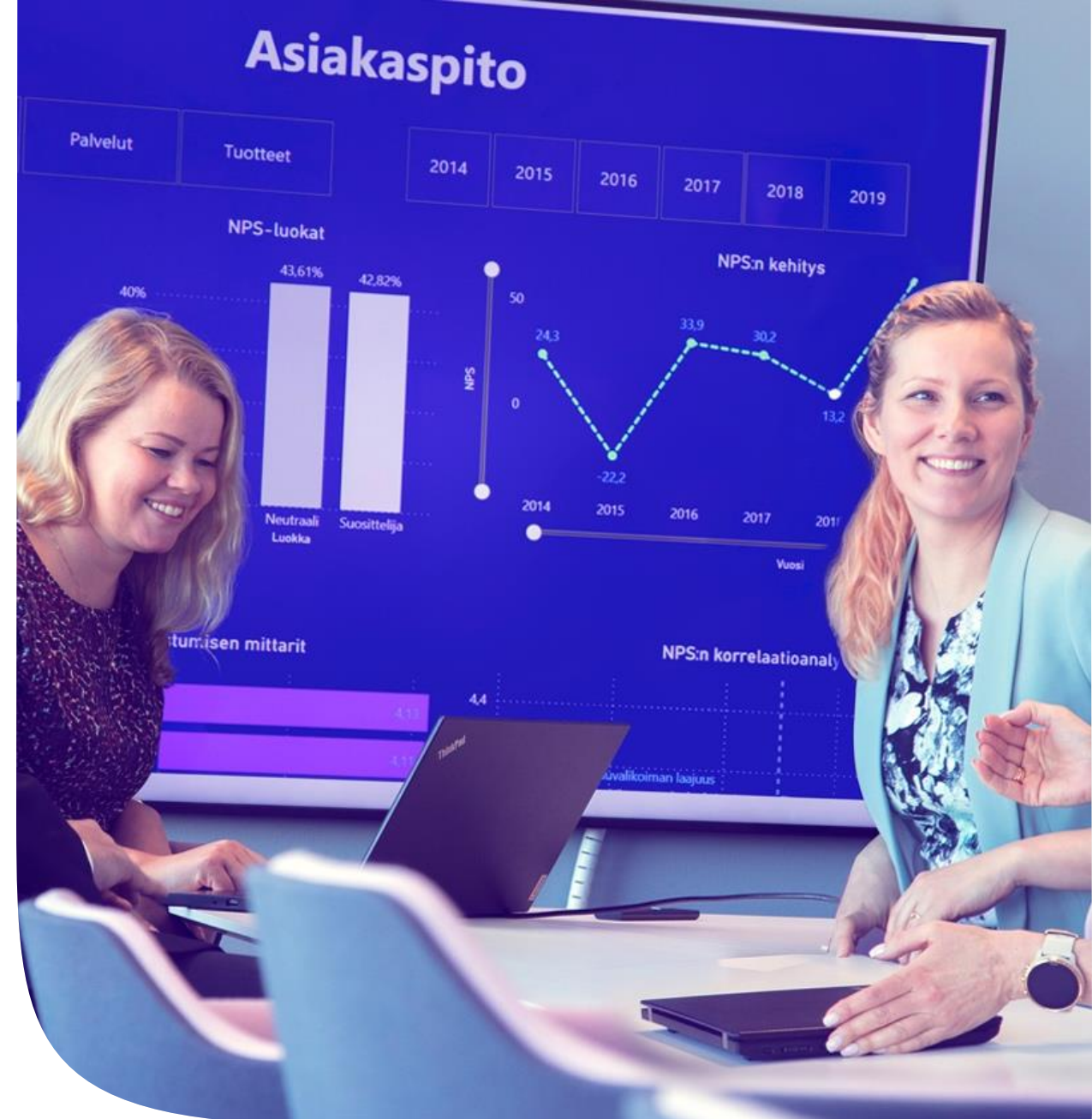
01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

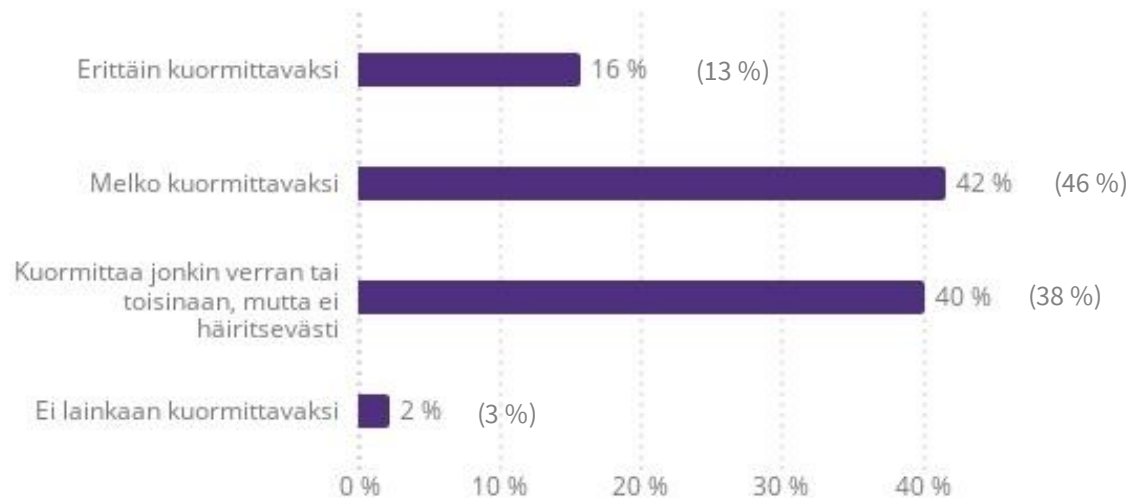
- Taustatiedot
- Osaaminen
- Viestinnän yhteys strategiaan
- Työn arvostus ja odotukset
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- Palkkaus
- **Työn kuormitus**
- Viestinnän resurssit

04 Johtopäätökset



Viestinnän työ koetaan useimmiten kuormittavaksi

Koetko viestinnän työn kuormittavaksi? 1 108



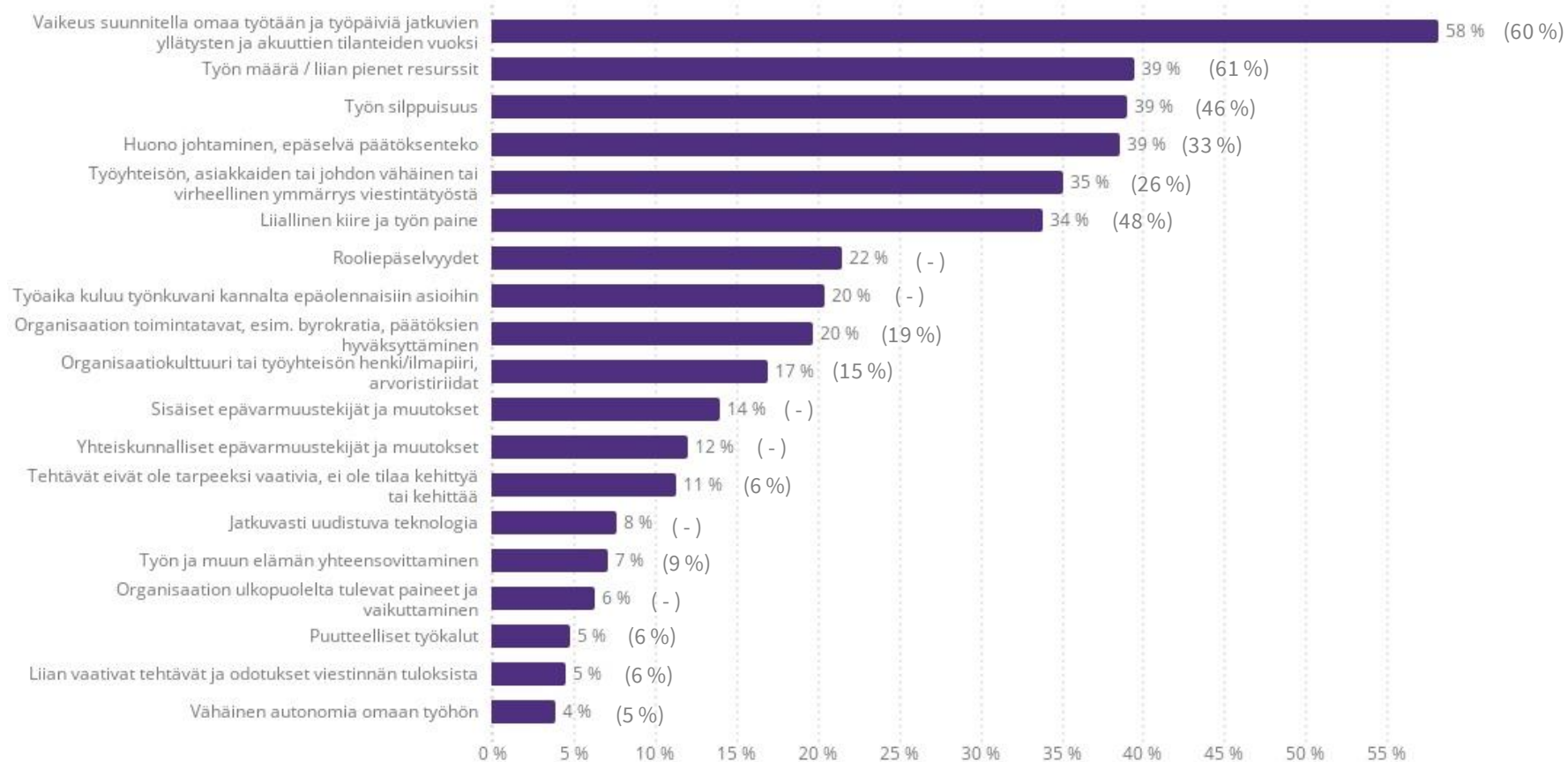
Viestinnän työn koki erittäin kuormittavana useimmiten työttömät (21 %), päälliköt (18 %) sekä johtavat asiantuntijat (17 %). Yrittäjät arvioivat muita selvästi useammin, ettei työ ole lainkaan kuormittavaa (12 %).

Työnantajasektoreittain työtä piti erittäin kuormittavana useimmiten järjestöissä (21 %), pörssiyhtiössä (19 %) tai valtiolla (18 %) työskentelevät.

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Jatkuvat yllätykset ja akuutit tilanteet kuormittavat eniten

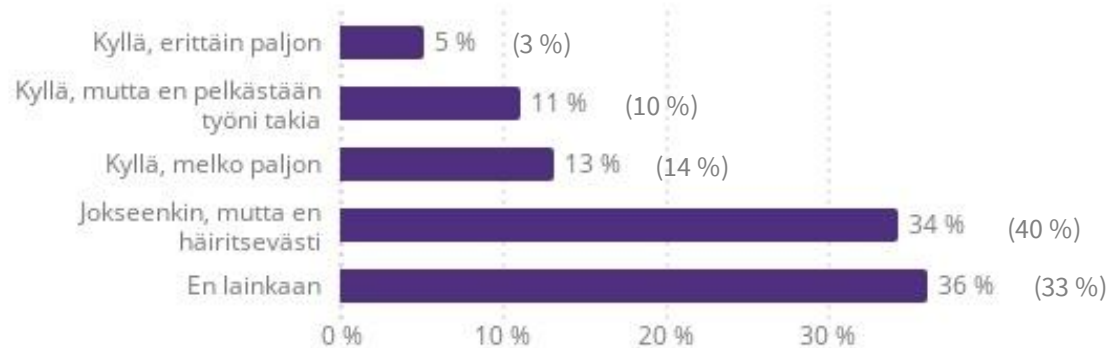
Mikä viestinnän työssä kuormittaa? Valitse korkeintaan viisi vaihtoehtoa. 1 074 ①



Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Työuupumuksen kokeminen

Koetko tällä hetkellä työuupumusta? 1 104



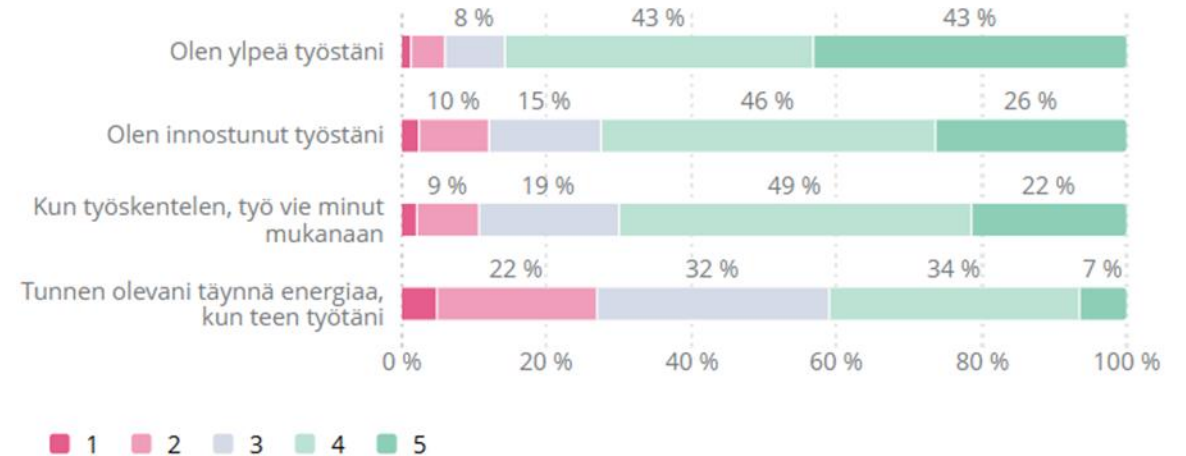
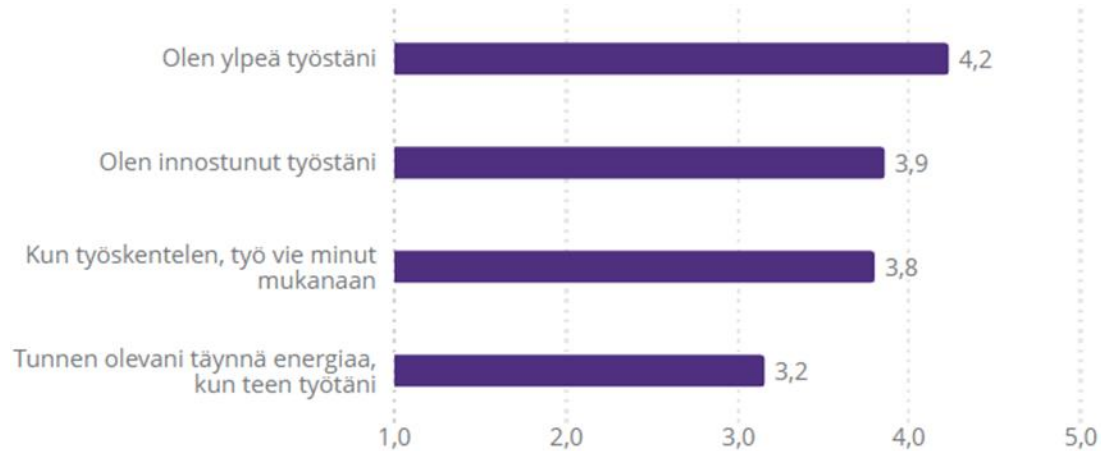
VIESTINNÄN TYÖN KUORMITTAVUUDEN MUKAAN	Erittäin kuormittavaksi	Melko kuormittavaksi	Kuormittaa jonkin verran tai toisinaan, mutta ei häiritsevästi	Ei lainkaan kuormittavaksi
Kyllä, erittäin paljon	25 %	2 %	0 %	0 %
Kyllä, mutta en pelkästään työni takia	16 %	16 %	5 %	0 %
Kyllä, melko paljon	33 %	16 %	3 %	4 %
Jokseenkin, mutta en häiritsevästi	20 %	44 %	31 %	4 %
En lainkaan	6 %	22 %	60 %	92 %

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Työn merkityksellisyyden väittämät

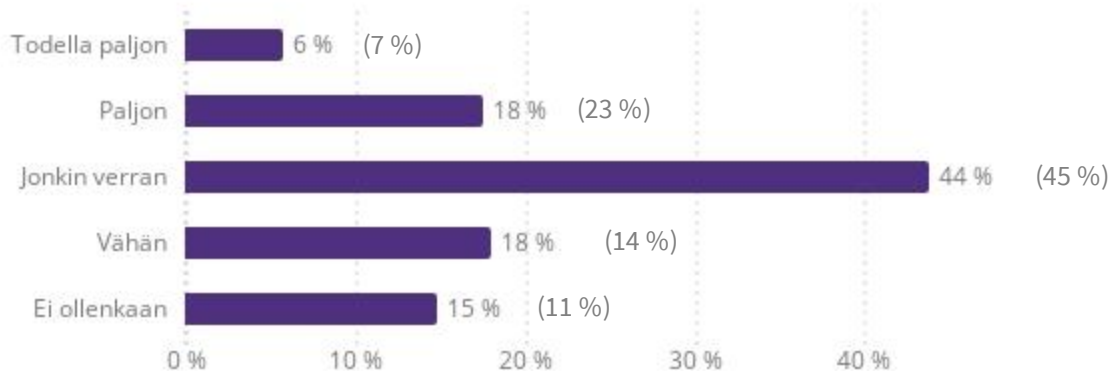
Asteikko:
1 = täysin eri mieltä ...
5 = täysin samaa mieltä

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä koskien työn merkityksellisyyttä? (n=1 048)



Globaalien kriisien vaikutus viestinnän työmäärään

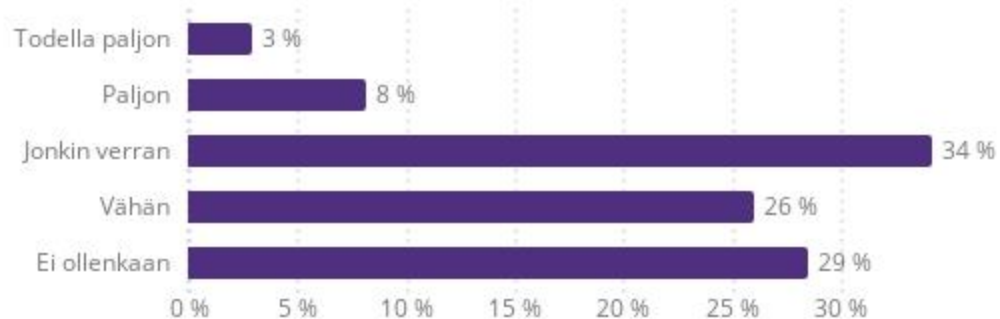
Ovatko globaalit kriisit (esim. poliittiset kriisit, sodat, talouden ja turvallisuustilanteen epävarmuus) lisänneet viestinnän työmäärää? 1 102



Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Havaittu informaatiovaikuttaminen ja kyberhyökkäykset

Oletko havainnut, että informaatiovaikuttaminen, palvelunestohyökkäykset tai kyberhyökkäykset olisivat lisääntyneet organisaatiosi kohtaan viimeisen kahden vuoden aikana? 1 040 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä

Vihaisen puheen lisääntyminen

Onko vihainen puhe (kiivas, kovasanainen kritiikki tai suuttumuksen purku, mutta ei suoranainen vihapuhe) lisääntynyt mielestäsi viimeisen kahden vuoden aikana? 1 101

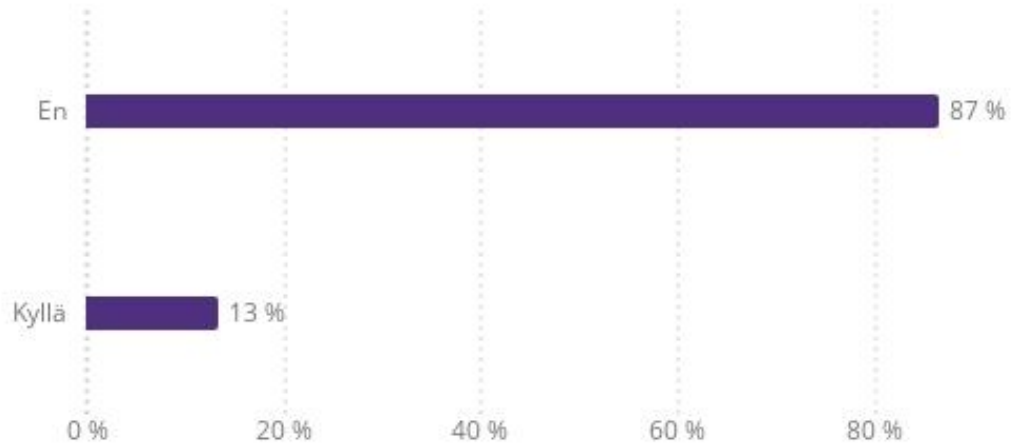


Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos, jolloin vaihtoehdot

- *kyllä, paljon*
- *kyllä, jonkin verran*
- *ei lainkaan*
- *en osaa sanoa*

Syrjinnän kokeminen

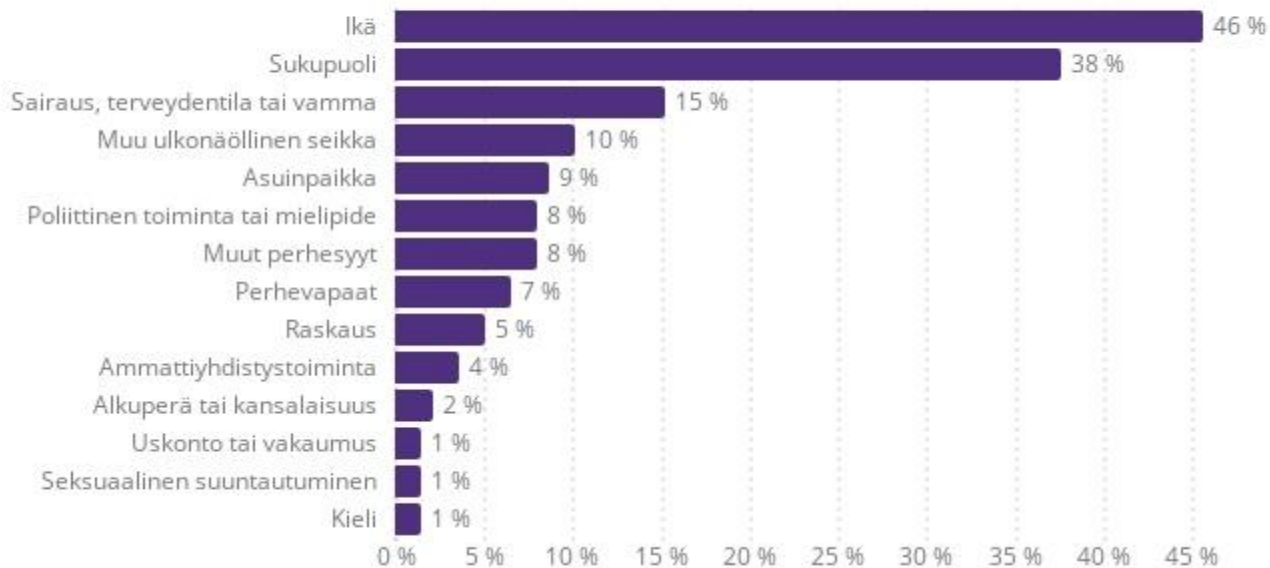
Oletko kokenut syrjintää työelämässä viimeisen kahden vuoden aikana 1 108



Syrjintä on useimmin liittynyt ikään tai sukupuoleen

i) Kysytty syrjintää kokeneilta.

Mihin liittyen olet kokenut syrjintää? Voit valita useita vaihtoehtoja. 138 ⓘ



Tutkimustulokset

Viestinnän resurssit

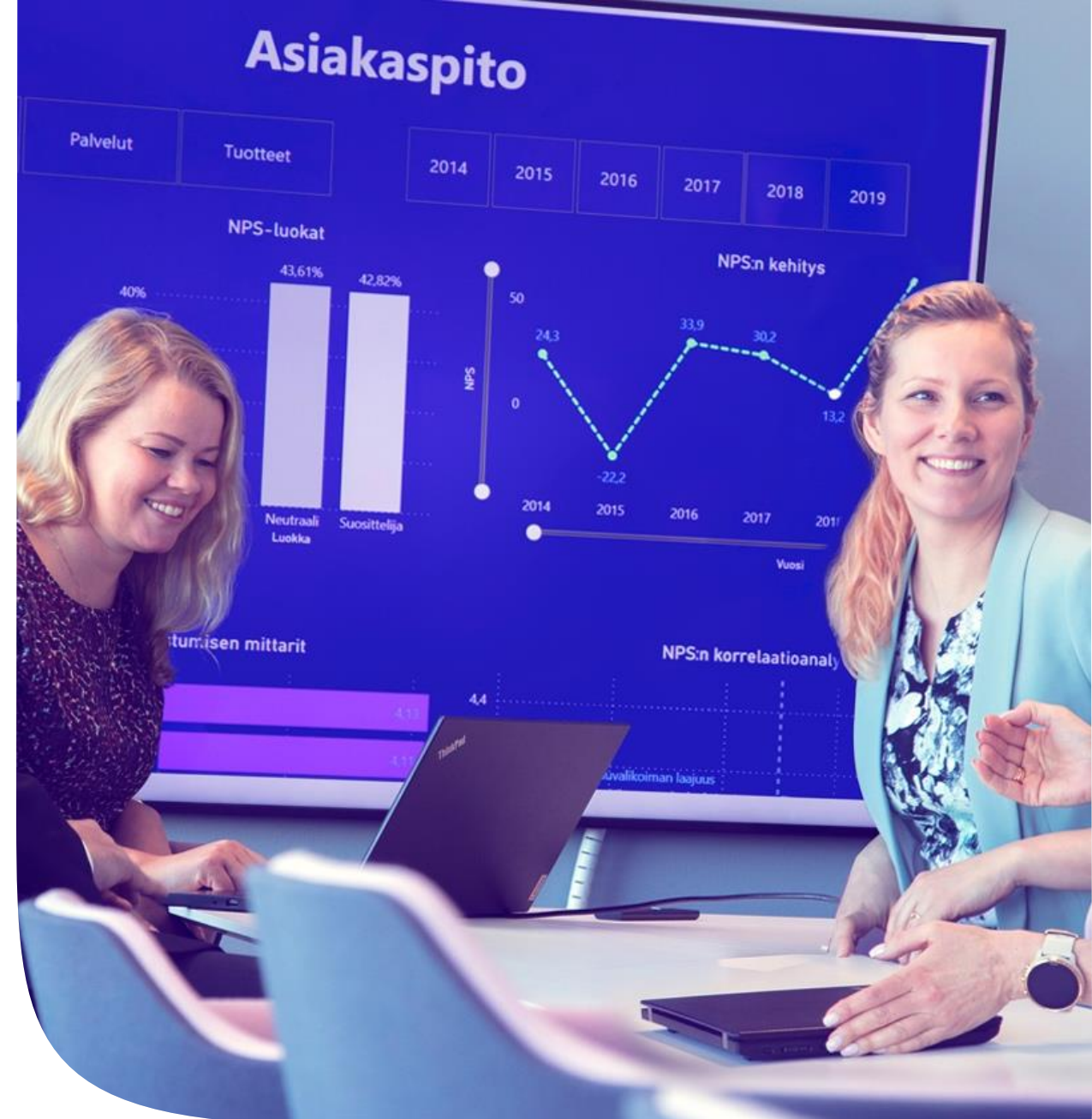
01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

03 Tutkimustulokset

- Taustatiedot
- Osaaminen
- Viestinnän yhteys strategiaan
- Työn arvostus ja odotukset
- Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
- Palkkaus
- Työn kuormitus
- **Viestinnän resurssit**

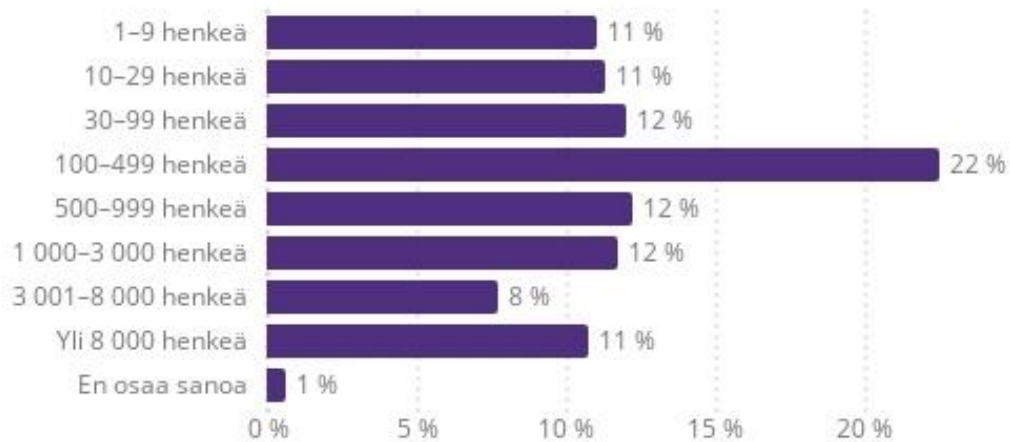
04 Johtopäätökset



Organisaation henkilökuntaluokka

i) Kysytty työssäkäyville

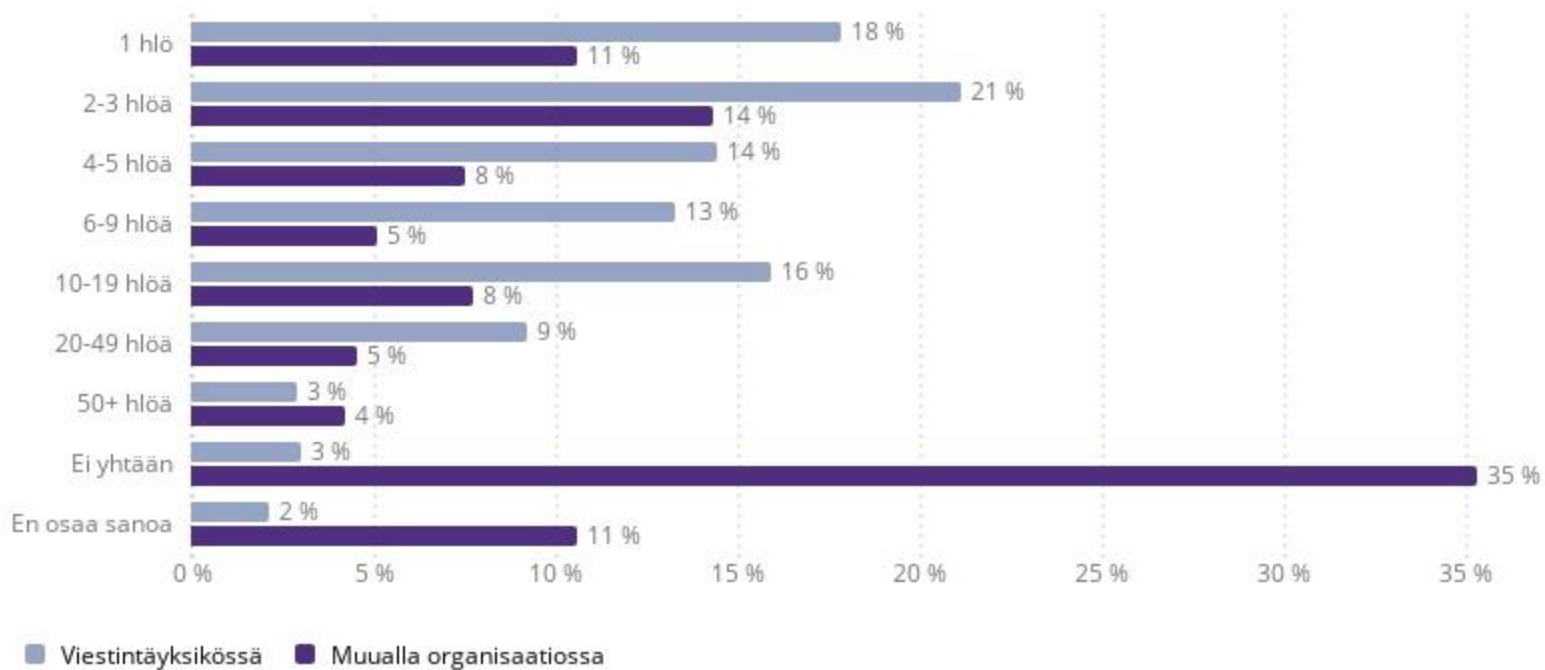
Mikä on organisaatiosi palveluksessa työskentelevän henkilökunnan määrä? 1 049 ⓘ



Viestinnässä työskentelevien määrä

Montako henkilöä työskentelee viestintäyksikössä tai muualla organisaatiossasi viestintätehtävissä?

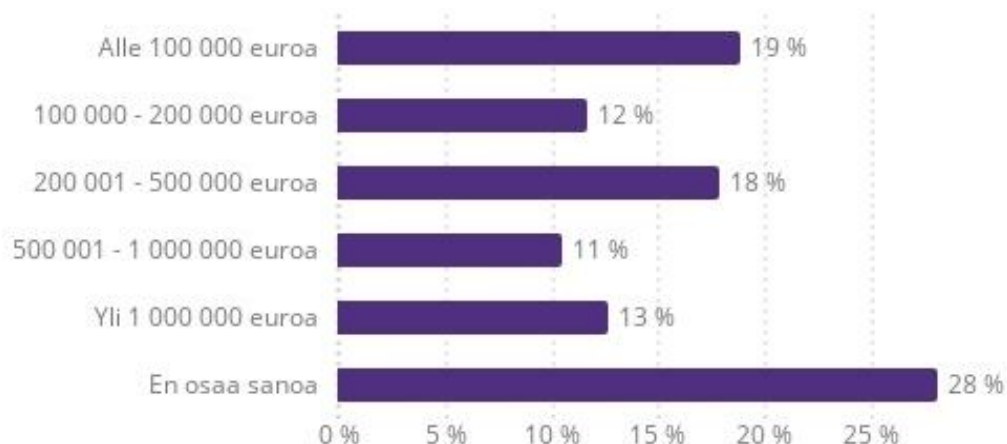
1 045 ⓘ



i) Kysytty työssäkäytiltä

Viestintäbudjetti

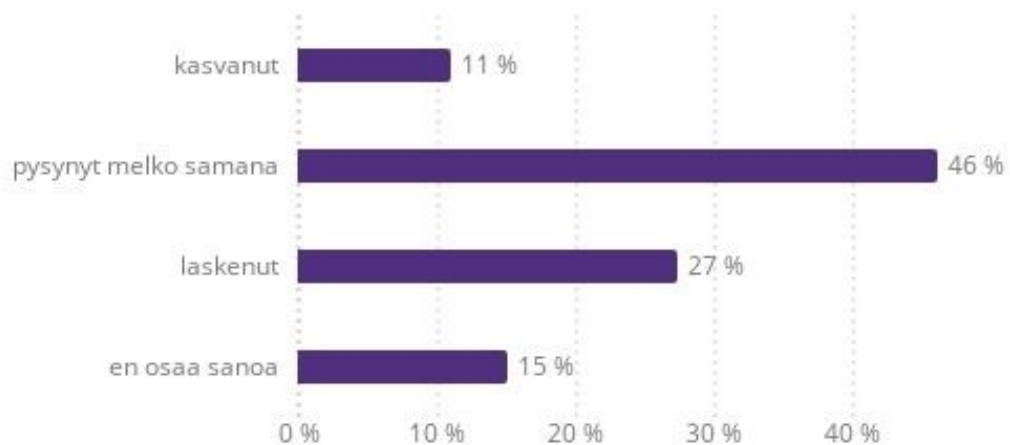
Organisaation viestintäbudjetin koko henkilöstökulut
huomioituna 323 ⓘ



i) Kysytty johtajilta, päälliköiltä
ja yrittäjiltä, jos ei työskentele
viestintätoimistossa tai
mediassa

Viestintäbudjetin muuttuminen

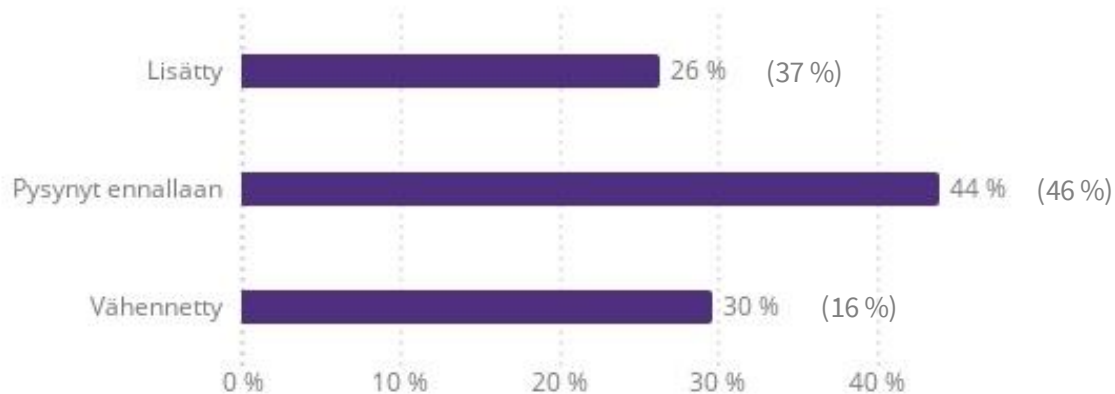
Onko organisaationne viestintäbudjetti viimeisen kahden vuoden aikana 324 ⓘ



i) Kysytty johtajilta, päälliköiltä ja yrittäjiltä, jos ei työskentele viestintätoimistossa tai mediassa

Viestintähenkilöstön määrän muuttuminen

Onko organisaatiossasi vähennetty tai lisätty viestintätyökseen tekevien henkilömäärää viimeisen kahden vuoden aikana? 1 041 ⓘ



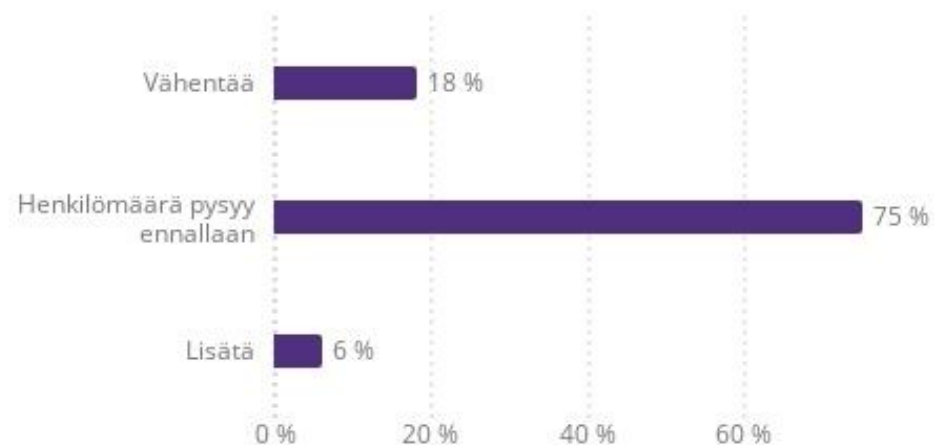
i) Kysytty työssäkäviltä

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Viestinnän resursseja on vähennetty usein verrattuna edelliseen tutkimuksena. Vuonna 2023 16 prosenttia vastaajista kertoi, että resursseja on vähennetty. Nyt vastaava osuus on 30 prosenttia.

Viestintähenkilöstön tulevat muutokset

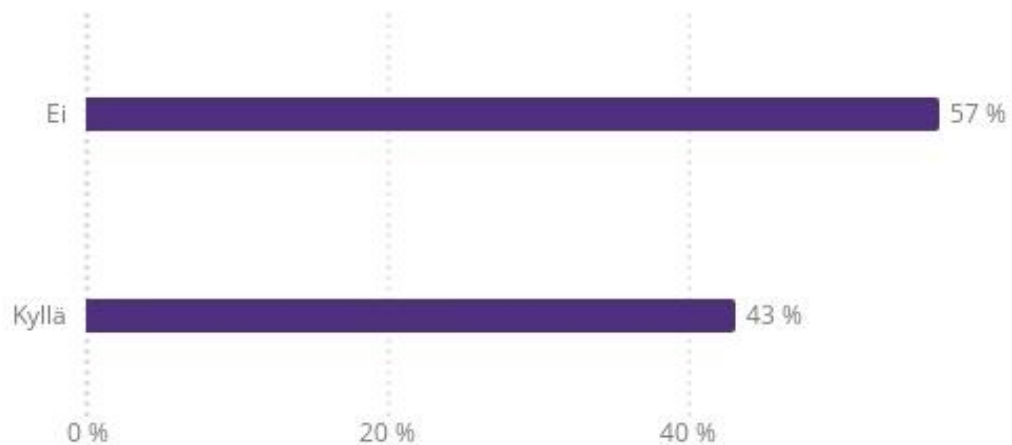
Onko organisaatiosi viestinnässä aikomus vähentää tai lisätä henkilömäärää seuraavan vuoden aikana? 1 029 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä

Viestinnän palveluiden ulkoistaminen

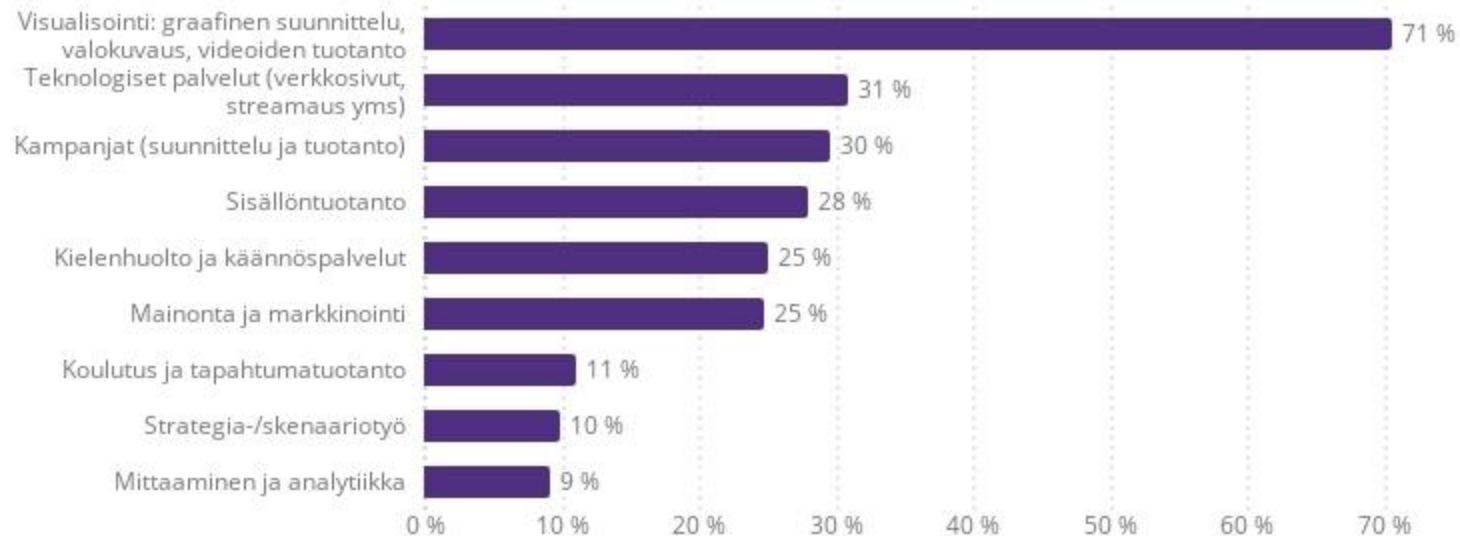
Onko organisaatiossasi ulkoistettu viestinnän palveluita viimeisten kahden vuoden aikana? 1 038 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyville

Ulkoistetut toiminnot

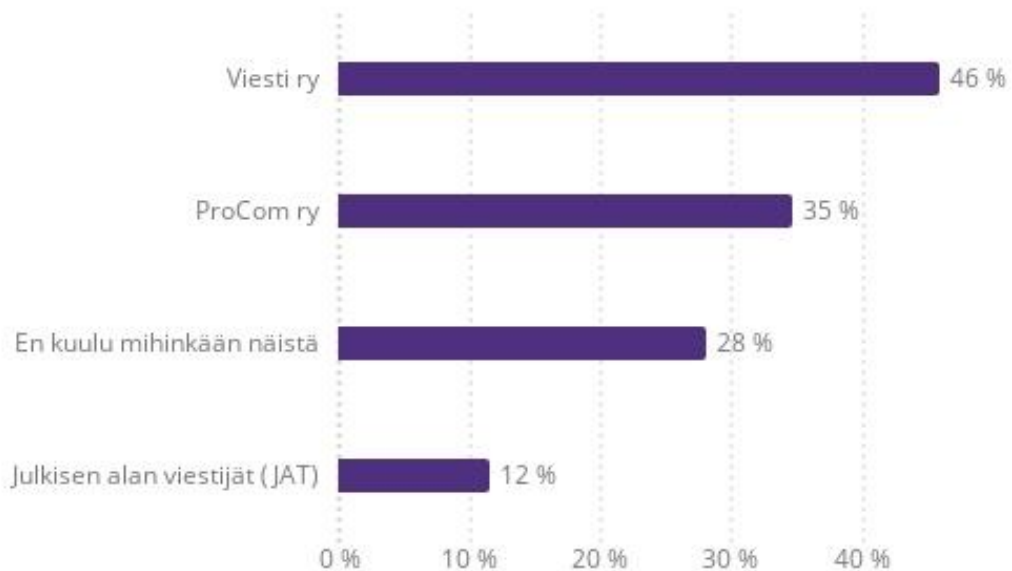
Mitä toimintoja on ulkoistettu eniten viimeisten kahden vuoden aikana? Valitse enintään kolme vaihtoehtoa. 443 ⓘ



i) Kysytty jos palveluita on ulkoistettu viimeisen kahden vuoden aikana

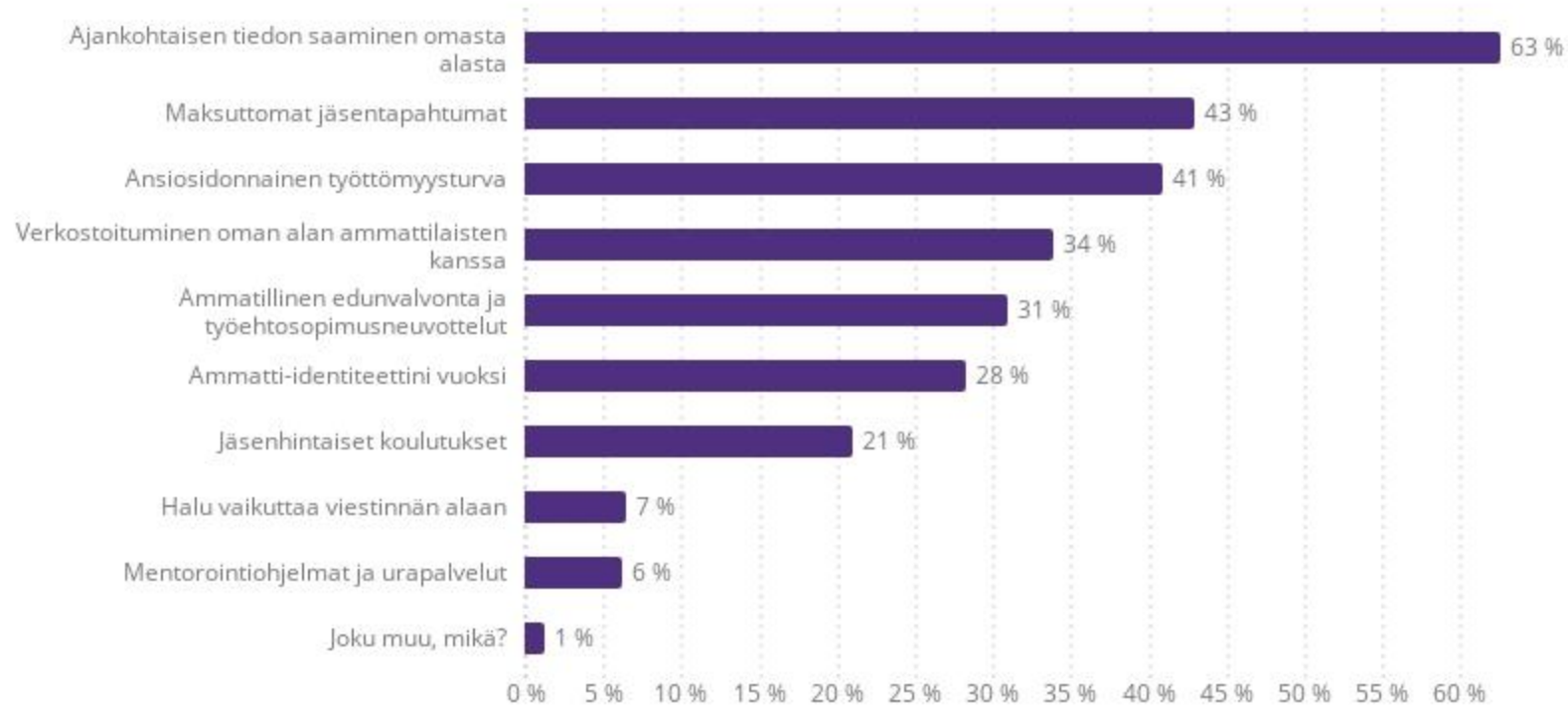
Viestinnän järjestöihin kuuluminen

Mihin seuraavista järjestöistä/verkostoista kuulut? Voit valita useita vaihtoehtoja. 1 104



Syyt kuulua viestintäalan järjestöön

Mitkä ovat keskeiset syyt kuulua viestintäalan järjestöön? Valitse enintään kolme vaihtoehtoa. 792 ⓘ



i) Kysytty viestintäjärjestöihin kuuluvilta

Viestintäalan yhteisöön kuulumattomuuden syyt

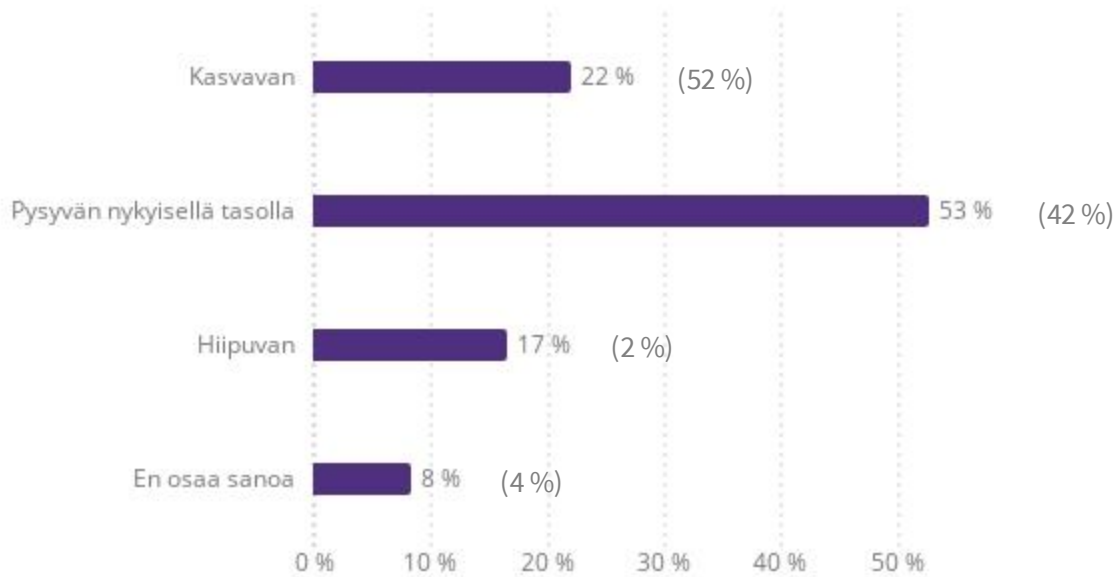
Miksi et kuulu mihinkään viestintäalan yhteisöön?



- **Kuuluminen muihin liittoihin tai yhteisöihin:** Monet vastaajat kuuluvat jo johonkin toiseen ammattiliittoon ja kokevat sen riittäväksi. Osa kokee, ettei halua maksaa useampaa jäsenmaksua.
- **Taloudelliset syyt:** Jäsenmaksujen hinta koetaan korkeaksi tai liian suureksi omassa elämäntilanteessa. Työttömyys, määräaikaisten työsuhteiden tai työnantajan tuen puute vaikuttavat päätökseen olla liittymättä.
- **Hyötyjen ja tarpeellisuuden puute:** Useat vastaajat eivät koe saavansa riittävästi hyötyä jäsenyydestä tai eivät ole kokeneet sitä tarpeelliseksi. Jotkut ovat aiemmin kuuluneet yhteisöihin, mutta eivät kokeneet saavansa tukea tai hyötyä.
- **Tietoisuuden ja kiinnostuksen puute:** Osa ei ole ollut tietoinen yhteisöistä tai niiden tarjoamista eduista. Jotkut eivät ole ehtineet perehtyä asiaan tai eivät ole kokeneet asiaa ajankohtaiseksi.
- **Ammatti-identiteetti ja urapolku:** Moni kokee, ettei oma koulutus tai työtehtävä ole puhtaasti viestintäalaa. Osa on päätenyt viestintätehtäviin sattuman kautta tai harkitsee alan vaihtoa. Joillekin viestintä on vain osa työstä, ei päätehtävä.
- **Maantieteelliset ja käytännön esteet:** Yhteisöjen toiminta koetaan Helsinki-keskeiseksi, mikä vaikeuttaa osallistumista muualta käsin. Aikataulut ja tapahtumien ajankohdat eivät sovi kaikille.
- **Muita syitä:** Osa ei koe tarvetta verkostoitua tai olla aktiivinen yhteisötoiminnassa. Jotkut kokevat muut viestijät kilpailijoina, eivätkä siksi hakeudu yhteisöihin. Joillekin jäsenyys ei ole tullut edes mieleen.

Hieman useampi arvioi viestintäalan kasvavan kuin hiipuvan lähitulevaisuudessa

Uskotko viestinnän alan lähitulevaisuudessa 1 108

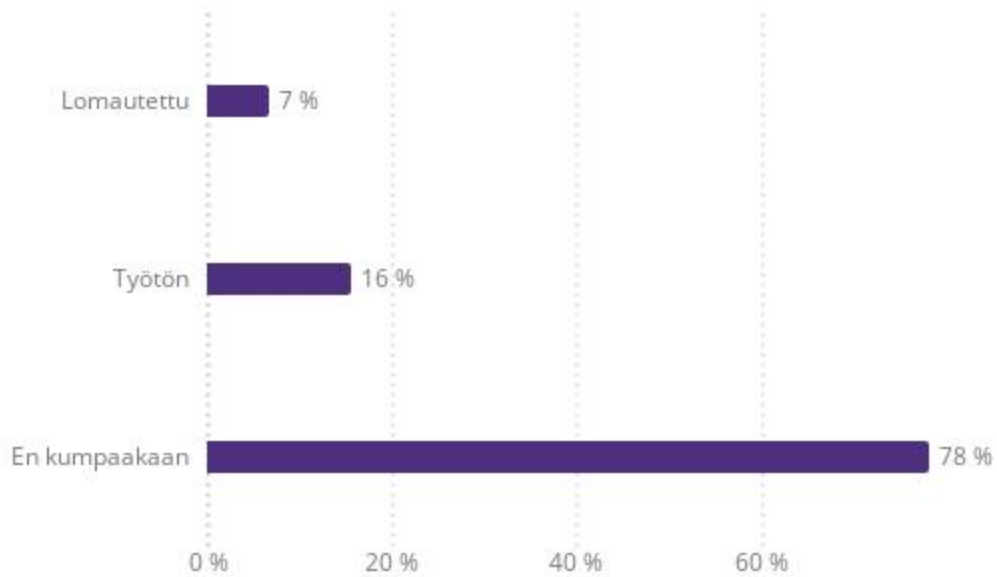


Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Merkittävästi aiempaa harvempi uskoo alan kasvavan lähitulevaisuudessa. Näin uskoo nyt 22 prosenttia, kun vuonna 2023 tähän uskoi yli puolet vastaajista. Alan uskoo hiipuvan 17 prosenttia, kun edellisellä tutkimuskerralla tähän uskoi vain kaksi prosenttia.

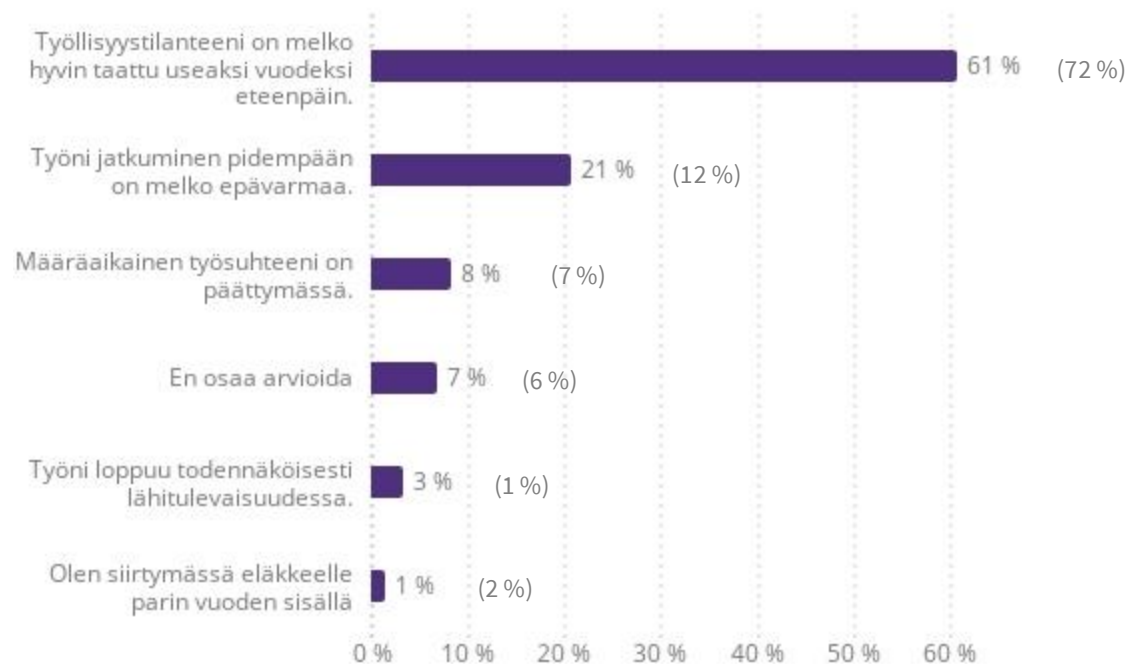
22 prosenttia vastanneista on ollut työttömänä tai lomautettuna viimeisen kahden vuoden aikana

Oletko viimeisen kahden vuoden aikana ollut 1 110



39 % kokee epävarmuutta työnsä jatkumisesta

Millaiseksi arvioit työllisyystilanteesi tulevaisuudessa nykyisessä toimissasi? 1 050 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä

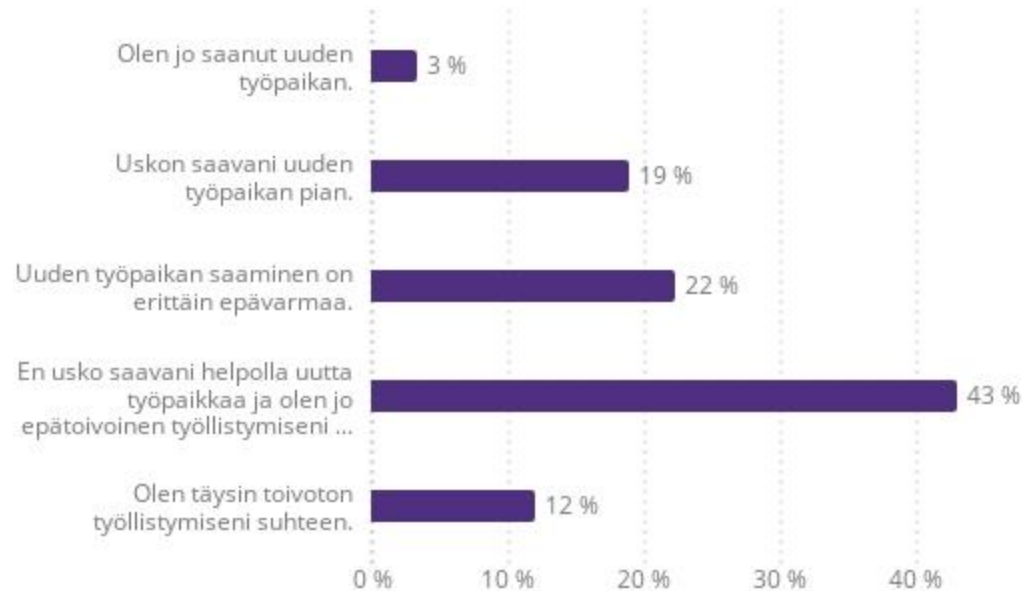
Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Työnsä jatkumisesta pidepään on epävarmoja aiempaa useampi. Vuonna 2023 epävarmoja oli 12 prosenttia, nyt runsas viidennes vastaajista.

Lähes 80 prosenttia työttömistä kokee työllistymisen haastavana

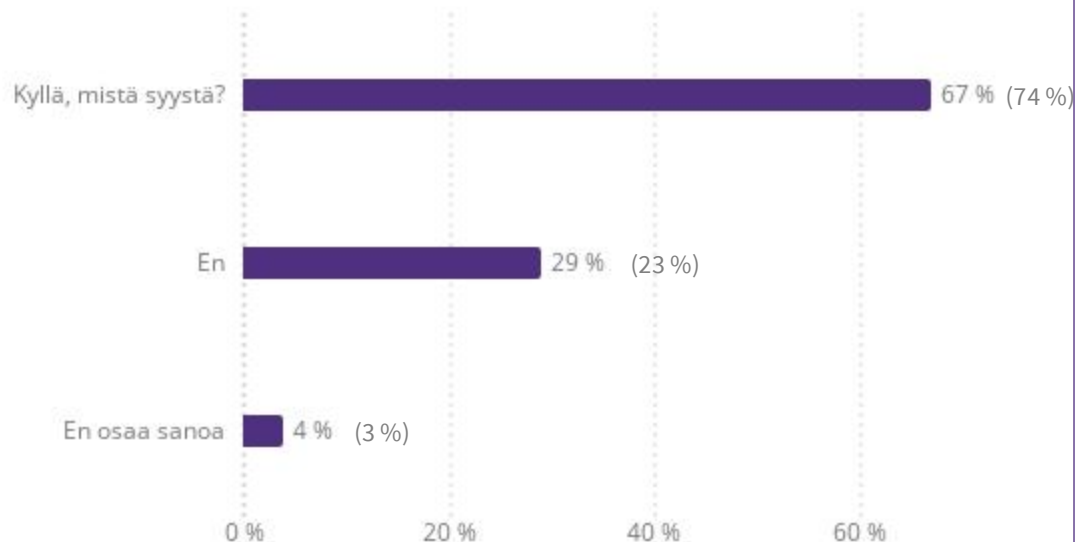
i) Kysytty työttömiltä

Millaiseksi arvioit työllisyystilanteesi lähitulevaisuudessa? 58 ⓘ



Kaksi kolmesta harkitsee työpaikan vaihtoa

Oletko viimeisten kahden vuoden aikana harkinnut työpaikan vaihtoa? 1 039 ⓘ



i) Kysytty työssäkäyviltä

Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Keskeiset teemat ja syyt työpaikan vaihdon harkintaan

1. Johtamisen ongelmat ja huono työilmapiiri

- Useissa vastauksissa mainitaan huono johtaminen, epäselvä organisaatorakenne, mikromanageeraus, epäasiallinen käytös esihenkilöiltä sekä työpaikkakiusaaminen.
- Työilmapiiri koetaan raskaaksi, epävarmaksi tai jopa toksiseksi, mikä vaikuttaa työssä jaksamiseen ja motivaatioon.

2. Urakehitys ja kehittymisen mahdollisuudet

- Moni kokee, ettei pääse etenemään urallaan tai kehittämään osaamistaan nykyisessä työssä.
- Pitkä aika samassa tehtävässä, kehittymismahdollisuuksien puute ja halu uusiin haasteisiin ovat yleisiä syitä pohtia työpaikan vaihtoa.

3. Työsuhteen epävarmuus ja määräaikaaisuudet

- Määräaikaiset työsuhteet, jatkuvat muutosneuvottelut (YT), lomautukset ja

organisaatiomuutokset aiheuttavat epävarmuutta ja pakottavat etsimään uusia työmahdollisuuksia.

4. Työkuorma, resurssipula ja palkkaus

- Liiallinen työmäärä, resurssien vähäisyys ja palkkakuoppa mainitaan usein kuormituksen ja tyytymättömyyden syinä.
- Palkka ei vastaa vastuuta tai tehtävän vaativuutta, eikä palkkakehitystä ole nähtävissä.

5. Työn merkityksellisyys ja arvostus

- Työn merkityksellisuuden puute, viestinnän ja oman työn arvostuksen puute organisaatiossa sekä ristiriidat arvojen kanssa ovat yleisiä motivaation laskun syitä.

6. Halu vaihteluun ja uusiin kokemuksiin

- Moni kaipaa vaihtelua, uusia tehtäviä, isompaa tiimiä tai mahdollisuutta kokeilla jotain muuta alaa tai roolia.

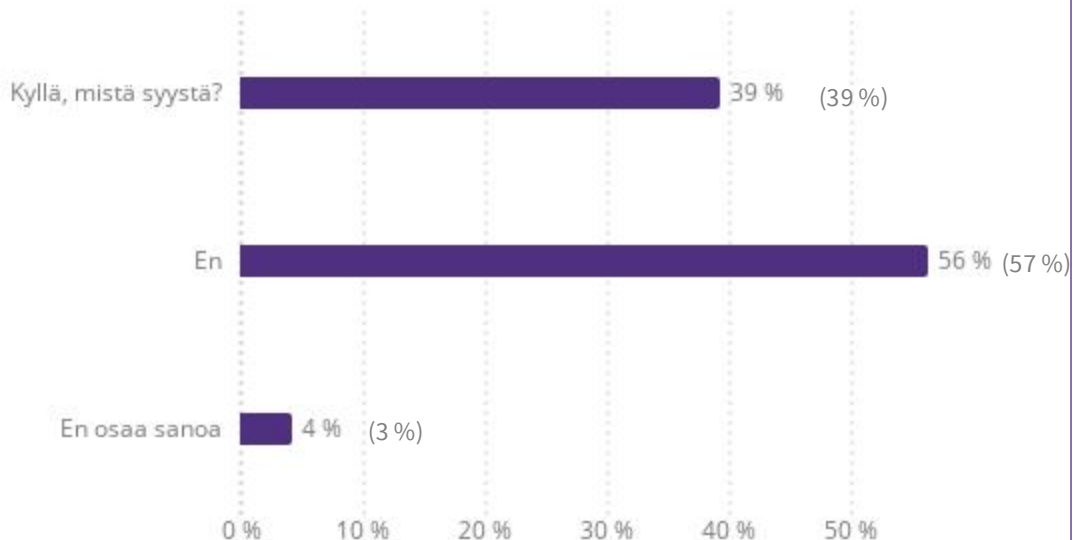
7. Uupumus ja jaksaminen

- Työuupumus, riittämättömyyden tunne ja psyykkinen kuormitus nousevat esiin useissa vastauksissa.

Alan vaihtoa harkitaan selvästi työpaikan vaihtoa harvemmin

Oletko harkinnut alan vaihtoa viimeisten kahden vuoden aikana?

1 099



Suluissa esitetty vuoden 2023 tulos.

Keskeiset teemat ja syyt alanvaihdon harkintaan

1. Työmarkkinatilanteen epävarmuus ja kilpailu

- Viestintäalan työpaikkoja on vähän, hakijoita paljon, ja vakituisten työsuhteiden saaminen on vaikeaa.
- Työttömyys ja määräaikaiset sopimukset ovat yleisiä.
- Työpaikkojen keskittyminen pääkaupunkiseudulle vaikeuttaa työllistymistä muualla Suomessa.

2. Alan arvostuksen ja palkkauksen puute

- Viestintäalan arvostus koetaan matalaksi, palkat eivät vastaa työn vaativuutta.
- Viestintä nähdään usein tukitoimintona, eikä asiantuntijuutta arvosteta riittävästi.

3. Työn kuormittavuus ja resurssien vähyys

- Työmäärä on suuri, resurssit riittämättömät ja jatkuva kiire kuormittaa.
- Työn pirstaleisuus, multitaskaaminen ja jatkuva uuden oppimisen tarve aiheuttavat uupumusta.

4. Motivaation ja merkityksellisyyden puute

- Moni kokee työnsä yksitoikkoiseksi, vailla riittäviä haasteita tai konkreettista merkitystä.
- Kaivataan mahdollisuutta tehdä jotain uutta, luovempaa tai konkreettisempaa.

5. Alan muutokset ja tekoälyn vaikutus

- Tekoälyn ja automaation koetaan uhkaavan viestintäalan työpaikkoja.
- Alan jatkuva muutos ja vaatimukset uuden teknologian haltuunotosta aiheuttavat epävarmuutta.

6. Johtamisen ja työyhteisön ongelmat

- Huono johtaminen, epäselvät tavoitteet ja palautteen puute mainitaan useissa vastauksissa.
- Työpaikkakiusaaminen ja huono ilmapiiri ovat myös syitä alanvaihdon harkintaan.

7. Henkilökohtaiset syyt

- Halutaan tehdä työtä, jossa voi hyödyntää omaa kielitaitoa, olla enemmän vuorovaikutuksessa ihmisten kanssa tai tehdä fyysisempää työtä.
- Perhe-elämän ja työn yhteensovittaminen koetaan haastavaksi.

Johtopäätökset

01 Yleistä tutkimuksesta

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

- ### 03 Tutkimustulokset
- Taustatiedot
 - Osaaminen
 - Viestinnän yhteys strategiaan
 - Työn arvostus ja odotukset
 - Johtoryhmätyöskentely ja vaikutusvalta
 - Palkkaus
 - Työn kuormitus
 - Viestinnän resurssit
-

04 Johtopäätökset



Tutkimuksen johtopäätökset 1/5

TAUSTAA VASTAAJISTA

- Tutkimukseen vastasi yli 1000 viestinnän ammattilaista, joten tulos on yleistettävä kertomaan alan tilanteesta ja vastaajien näkemyksistä.
- **Yhdeksän kymmenestä tekee työtään täydellä työajalla.** Tavallisimmin työskennellään asiantuntijatehtävissä (56 %). Päällikkötehtävissä työskentelee vajaa viidennes ja johtajana 8 prosenttia vastaajista. Työttömänä on 5 prosenttia vastanneista.
- Johto- ja päällikkötehtävissä työskentelevistä noin puolella on alaisia tavallisimmin yhdestä neljään henkilöä.
- **Alan työpaikat keskittyvät voimakkaasti pääkaupunkiseudulle.** Puolella vastaajista työpaikka on Helsingissä, 11 prosentilla Espoossa, Vantaalla tai Kauniaisissa. Tampereen osuus on 8 prosenttia ja Turun 4 prosenttia. Vajaa viidennes työpaikoista on muissa yli 50 000 asukkaan kunnissa ja kaupungeissa.
- **Tavallisimmin vastaajat työskentelevät järjestöissä (18 %), valtiolla (16 %) ja yrityksissä (15 %).** Kuntien palveluksessa on yksi kymmenestä vastaajasta, samoin pörssiyhtiöiden ja oppilaitoksien.
- Kysyttäessä *kiinnostavinta* työskentelysektoria kärkeen nousee valtio (19 %). Seuraavaksi suosituimpia ovat yritykset ja järjestöt.
- **Kuusi kymmenestä vastaajasta on tullut suoraan viestinnän tehtäviin työurallaan.** Media-alalta on tullut 15 prosenttia ja loput omaavat usein taustaa useilta erilaisilta aloilta.
- Kuusi kymmenestä arvioi työtilanteensa olevan melko hyvin taattu useaksi vuodeksi eteenpäin. Viidenneksellä työn jatkuminen pidempään on melko epävarmaa. Tämä osuus on kasvanut, sillä vuonna 2023 epävarmoja oli 12 prosenttia.
- Työttömänä olevista 43 prosenttia ei usko saavansa helpolla uutta työpaikkaa ja on jo epätoivoinen työllistymisensä suhteen. 12 prosenttia kokee työllistymismahdollisuutensa täysin toivottomiksi.
- Alan vaihtoa harkitsee 39 prosenttia vastanneista. Syinä mainitaan esimerkiksi työmarkkinatilanteen epävarmuus, alan arvostuksen puute, työn kuormittavuus, johtamisen ongelmat ja tekoälyn vaikutukset.

Tutkimuksen johtopäätökset 2/5

OSAAMINEN

- **Tavallisin koulutus alalla on maisterin tutkinto (68 %).** Ylempi tai alempi ammattikorkeakoulututkinto on yhteensä 21 prosentilla vastaajista. Maisteritaustaiset työskentelevät tavallisimmin johtaja- ja päällikkötehtävissä sekä johtavina asiantuntijoina. Maisteritaustalla on usein lähdetty myös yrittäjäksi.
- Tavallisimmat yliopiston koulutussuuntaukset ovat humanistinen sekä yhteiskuntatieteellinen tai valtio-oppi. Vajaa kolmannes on opiskellut pääaineena tai tutkintosuuntauksena viestintää, yhdeksän prosenttia journalistiikkaa tai media-alaa ja 6 prosenttia markkinointia, mainontaa ja brändin hallintaa. Vajaa kolmannes työskentelee alalla ilman opintoja viestinnästä tai markkinoinnista.
- **Selkeästi yleisin työtehtävä on sisällöntuotanto (66 %).** Sen jälkeen tulevat sosiaalinen media, digi- ja verkkoviestintä sekä media- ja sidosryhmäviestintä ja maineenhallinta.
- **Eniten halutaan oppia lisää tekoälystä, strategiatyöstä ja kokonaisuuksien johtamisesta sekä analytiikasta, mittaamisesta ja tutkimuksesta.**

VIESTINNÄN YHTEYS STRATEGIAAN

- **Edellistä toteutuskertaa vahvemmin keskeisenä viestinnän johtamisen kysymyksenä nähdään viestinnän strategisen roolin vahvistaminen.** Tällä kerralla asiaa piti tärkeimpänä kysymyksenä 55 prosenttia vastaajista, vuonna 2023 40 prosenttia.
- **Viestinnän johtamisen tärkeimmät strategiset kysymykset lähivuosina ovat:**
 - viestinnän roolin vahvistaminen strategisena toimintona
 - luottamuksen rakentaminen ja ylläpitäminen
 - yleisöjen puhuttelu yhä vaikuttavammin eri kanavissa rajallisilla resursseilla
- **Vastaajista 71 prosenttia kokee, että viestintä pohjautuu organisaation strategiaan erittäin tai melko vahvasti.** Noin yksi kymmenestä kokee, että kytkentä strategiaan on heikko tai olematon. Useimmin organisaation viestintä perustui erittäin vahvasti yrityksen strategiaan viestintätoimistoissa, järjestöissä sekä pörssiyrityksissä työskentelevien mielestä. Toisaalta viestintätoimistoissa oli muita enemmän myös kriittisiä arvioita.
- Noin kahdeksan kymmenestä vastaajasta kertoo, että viestintää ja sen vaikuttavuutta mitataan organisaatiossa säännöllisesti tai satunnaisesti. Säännöllisesti mittaamista toteutetaan etenkin julkisen sektorin työpaikoissa.

Tutkimuksen johtopäätökset 3/5

TYÖN ARVOSTUS JA ODOTUKSET

- **Kahdeksan kymmenestä vastaajasta on ylpeä omasta ammattitaidostaan.** Näistä erittäin ylpeitä ammattitaidostaan on runsas kolmannes. Vain kolme prosenttia ei koe ammattilylpeyttä. Toimialoittain tarkasteltuna erittäin ylpeitä oli eniten hyvinvointialueilla ja viestintätoimistoissa työskentelevissä ja vähiten puolestaan yrityksissä ja kunnissa työskentelevissä. Ylpeys omasta ammattitaidosta on vahvistunut neljä prosenttiyksikköä edelliseen tutkimukseen verrattuna, kun huomioidaan osaamisestaan melko ja erittäin ylpeiden vastaajien osuus.
- **Peräti 97 prosenttia vastaajista arvostaa itse viestinnän alaa erittäin tai melko paljon.** Näistä 69 prosenttia arvostaa omaa alaansa erittäin paljon. Erittäin paljon viestinnän alaa arvostavia oli erityisesti pörssiyhtiöissä ja vähiten puolestaan valtiolla työskentelevissä.
- **Sen sijaan laajempi yhteiskunnallinen alan arvostus koetaan maltillisempänä ja on vuosivertailussa heikentynyt peräti 18 prosenttiyksikköä.** 37 prosenttia kokee, että alaa arvostetaan yhteiskunnassa erittäin tai melko paljon. Kuusi kymmenestä kokee, että arvostus on melko vähäistä. Pörssiyhtiöissä, kunnalla sekä julkisomisteisessa yhtiössä tai liikelaitoksessa työskentelevät kokivat useimmin viestinnän työtä arvostettavan yhteiskunnassa. Harvimminkin tätä mieltä olivat puolestaan korkeakoulussa tai muussa oppilaitoksessa sekä yrityksissä työskentelevät.
- **Tavanomaisesti koetaan, että viestintää arvostetaan organisaatioiden sisällä. Arvostuksen sävy kuitenkin vaihtelee.** Vajaa kolmannes kokee yksiselitteisesti, että arvostus on olemassa. Runsas neljännes kokee, että arvostusta on teoriassa, mutta se ei näy palkoissa tai tarjotuissa resursseissa. Vajaa viidennes kokee, että teoriassa viestintää arvostetaan, mutta organisaation sisällä ei oikein ymmärretä mitä viestintä tekee. 15 prosenttia kokee, että teoriassa arvostus on olemassa, mutta kaikilla näyttäisi olevan käsitys siitä, miten viestintää pitäisi hoitaa. Viisi prosenttia kokee, että johto arvostaa, mutta muu organisaatio ei ja kolme prosenttia puolestaan päinvastaisesti.
- **Vastaajat haluaisivat nähdä viestinnän etenkin muutoksen ajurina ja organisaation strategiaan linkittyvänä toimintona.** Viestintä halutaan vahvasti nähdä myös asiantuntijatahona sekä sparraajana ja kouluttajana. Kaikkein vähiten viestinnän halutaan olevan tukipalvelu, jolta voi tilata esimerkiksi kampanjan tai tapahtuman.
- **Käytännössä viestintä kuitenkin näyttäytyy organisaatioissa tavallisimmin vastaajien näkemyksen mukaan juuri tilaustoimintona tai tukipalveluna.** 63 prosenttia vastaajista antaa tälle väitteelle arvosanan 4 tai 5 asteikolla 1-5 eli näkee vahvasti näin tapahtuvan. Toisena on strateginen toimijuus, jolle asteikon korkeimpia arvosanoja antaa 51 prosenttia vastaajista.
- **Runsas kolmannes vastaajista kokee viestinnän yleisen arvostuksen kasvaneen viime vuosina.** 42 prosenttia kokee, että arvostus ei ole vahvistunut. Arvio on kiristynyt vuosivertailussa merkittävästi. Edellisellä tutkimuskerralla 22 prosenttia koki, että alaa ei yleisesti arvosteta.

Tutkimuksen johtopäätökset 4/5

JOHTORYHMÄTYÖSKENTELY JA VAIKUTUSVALTA

- **13 prosenttia vastaajista on organisaationsa johtoryhmän täysivaltaisia jäseniä.** Noin yksi kymmenestä saa olla johtoryhmässä läsnä jatkuvasti tai satunnaisesti. Samoin yksi kymmenestä kokee, että hänellä on vaikutusvaltaa, vaikka ei omaakaan pääsyä johtoryhmään.
- Palkkaus on parantunut johtoryhmävastuun myötä 14 prosentilla johtoryhmissä toimivilla. Johtoryhmässä työskentely on tavallisimmin tuonut palkkaa lisää 200–400 euroa kuukaudessa. Suurimmillaan kuukausipalkan nousu on ollut jopa yli 2000 euroa.

PALKKAUS

- **Keskimääräinen kuukausiansio elokuussa vastanneilla oli 4686 euroa.** Palkkojen mediaani on 4300 euroa ja on samalla tasolla kuin vuonna 2023. Alan palkat vaihtelevat paljon. Eniten palkkaan vaikuttavat organisaation koko ja vastaajan rooli.
- 86 prosenttia on saanut palkankorotuksen viimeisen kahden vuoden aikana. Keskimääräinen palkankorotus on ollut noin 407 euroa. Korotuksien mediaani on 300 euroa.
- 45 prosenttia vastaajista on saanut kertaluontoisen tulospalkkauserän kahden viime vuoden aikana. Tulospalkkauksien keskiarvo oli 3027 euroa vuonna 2024 ja 4194 euroa vuonna 2025. Joka viides on mukana optio-ohjelmassa tai kannustusjärjestelmässä.
- Ylityöt korvataan 43 prosentilla vapaa-aikana, joustamisena tai rahana. 31 prosenttia saa korvauksen vapaa-aikana tai rahana yksi yhteen. 14 prosentin ei tarvitse tehdä ylitöitä. Seitsemän prosenttia tekee ylitöitä, mutta niitä ei hyvitetä millään tavalla.
- Työsuhteessa noudatettu työehtosopimus vaihtelee paljon. Noin puolet ei osaa sanoa, haluaisiko alalle oman työehtosopimuksen. Sopimuksen kannalla on 36 prosenttia ja sitä vastustaa 15 prosenttia.
- **71 prosenttia kuuluu ammattiliittoon ja sitä kautta kassaan.** Vajaa neljännes on kassojen suorajäseniä. Viisi prosenttia ei ole varmistanut työttömyysturvaansa millään tavalla.

Tutkimuksen johtopäätökset 5/5

TYÖN KUORMITUS

- **Vastaajista 58 prosenttia kokee viestinnän työn melko tai erittäin kuormittavaksi.** 40 prosentin mielestä työ kuormittaa jonkun verran tai toisinaan, mutta ei häiritsevästi. Vain kaksi prosenttia ei koe työtään lainkaan kuormittavaksi. Tavallisin kuormittavuuden syy on vaikeus suunnitella omaa työtään jatkuvien yllätyksien ja akuuttien tilanteiden vuoksi.
- Suoranaista työuupumusta kokee vahvasti 5 prosenttia vastaajista. Yksi kymmenestä kokee uupumusta, mutta mukana on muitakin syitä kuin työ. 13 prosenttia kokee melko paljon uupumusta.
- **Omasta työstä ollaan ylpeitä ja siitä ollaan innostuneita.** Työn koetaan myös vievän mukanaan. Sen sijaan työssä koettu energisyys jää matalammalle tasolle. Ylpeys työstä saa asteikon korkeimpia arvosanoja (arvosanat 4-5) 86 prosenttia, innostuneisuus 72 prosenttia, työn imu 71 prosenttia ja energisyys 41 prosenttia.
- Globaalit kriisit ovat lisänneet työmäärää ainakin jonkin verran 68 prosentilla vastaajista. Vastaavasti 45 prosenttia kokee, että informaatiovaikuttaminen, palvelunestohyökkäykset tai kyberhyökkäykset omaa organisaatiota vastaan ovat lisääntyneet viime vuosina. 77 prosenttia kokee vihapuheen lisääntyneen kahden viime vuoden aikana.
- Syrjintää työelämässä on kokenut 13 prosenttia vastaajista. Tavallisimmin syrjintä on liittynyt ikään tai sukupuoleen.

VIESTINNÄN RESURSSIT

- Viestintäbudjetin koko vaihtelee merkittävästi alle 100 000 eurosta yli miljoonaan euroon. Vain yksi kymmenestä vastaajasta kertoo, että viestintäbudjetti on kahden viime vuoden aikana kasvanut ja runsas neljännes kertoo, että budjetti on laskenut. Samoin vaihtelee se, onko viestintää työkseen tekevien henkilömäärää vähennetty tai lisätty viime vuosina. 26 prosenttia vastaa, että henkilömäärää on lisätty ja puolestaan 30 prosenttia kertoo määrää vähennetyn. Lisäksi vajaa viidennes vastaajista kertoo, että määrää tullaan vähentämään tulevan vuoden aikana. Vuonna 2023 16 prosenttia vastaajista kertoi, että resursseja on vähennetty.
- Alan järjestöihin kuulutaan tavallisimmin ajankohtaisen tiedon saamiseksi omasta alasta. Tärkeitä ovat myös maksuttomat jäsentapahtumat sekä ansiosidonnainen työttömyysturva.

Keskeiset nostot ja suositukset

Ammattiylpeyttä ja iloa omasta työstä

Tuloksissa näyttäytyy työstään ylpeä ja innostunut ammattilaisten joukko. Omasta ammattitaidosta ollaan ylpeitä ja tekijät arvostavat itse omaa alaansa. Kuitenkin työ koetaan myös varsin usein kuormittavana etenkin sen takia, että omaa työtä on vaikea suunnitella jatkuvien yllätyksien ja akuuttien tilanteiden vuoksi. Kuitenkin varsinaista työuupumusta koetaan suhteellisen harvoin. Pääsääntöisesti työsuhde on myös täysiaikainen. Alan vaihtoa harkitsee kuitenkin neljä kymmenestä.

Ammatti-identiteettiä on hyvä vahvistaa edelleen ja tuoda esiin liittojen viestinnässä. Viestintä työnä on vaativaa, mutta palkitsevaa. Myös uutta halutaan oppia etenkin tekoälystä, strategiatyöstä ja kokonaisuuksien johtamisesta. Alan liittojen jäsenyydessä vastaajia kiinnostaa kaikkein eniten ajankohtaisen tiedon saaminen omasta alasta.

Viestinnän strateginen merkitys kaipaa vahvistamista edelleen

Viestinnän strateginen merkitys pohdituttaa vastaajia ja siinä koetaan olevan vaihtelua niin oman organisaation sisällä kuin laajemmin yhteiskunnassa. Vain 37 prosenttia kokee, että alaa arvostetaan yhteiskunnassa melko tai erittäin paljon. Oman organisaation sisällä osa kokee saavansa arvostusta, osan mielestä arvostus on lähinnä teoreettista eikä näy konkreettisilla tavoilla esimerkiksi palkkauksessa ja resursseissa.

Viestijät itse haluaisivat viestinnän olevan muutoksen ajuri ja strateginen toiminto, mutta käytännössä rooli on usein tilaus- tai tukitoiminnon kaltainen. Johtoryhmäpaikka on vain yhdellä kymmenestä viestinnän tekijästä. Yhteistä työtä viestinnän merkityksen kirkastamiseksi on edelleen jatkettava, vaikka päätökset esimerkiksi johtoryhmän osallisuudesta tehdäänkin työpaikkakohtaisesti.

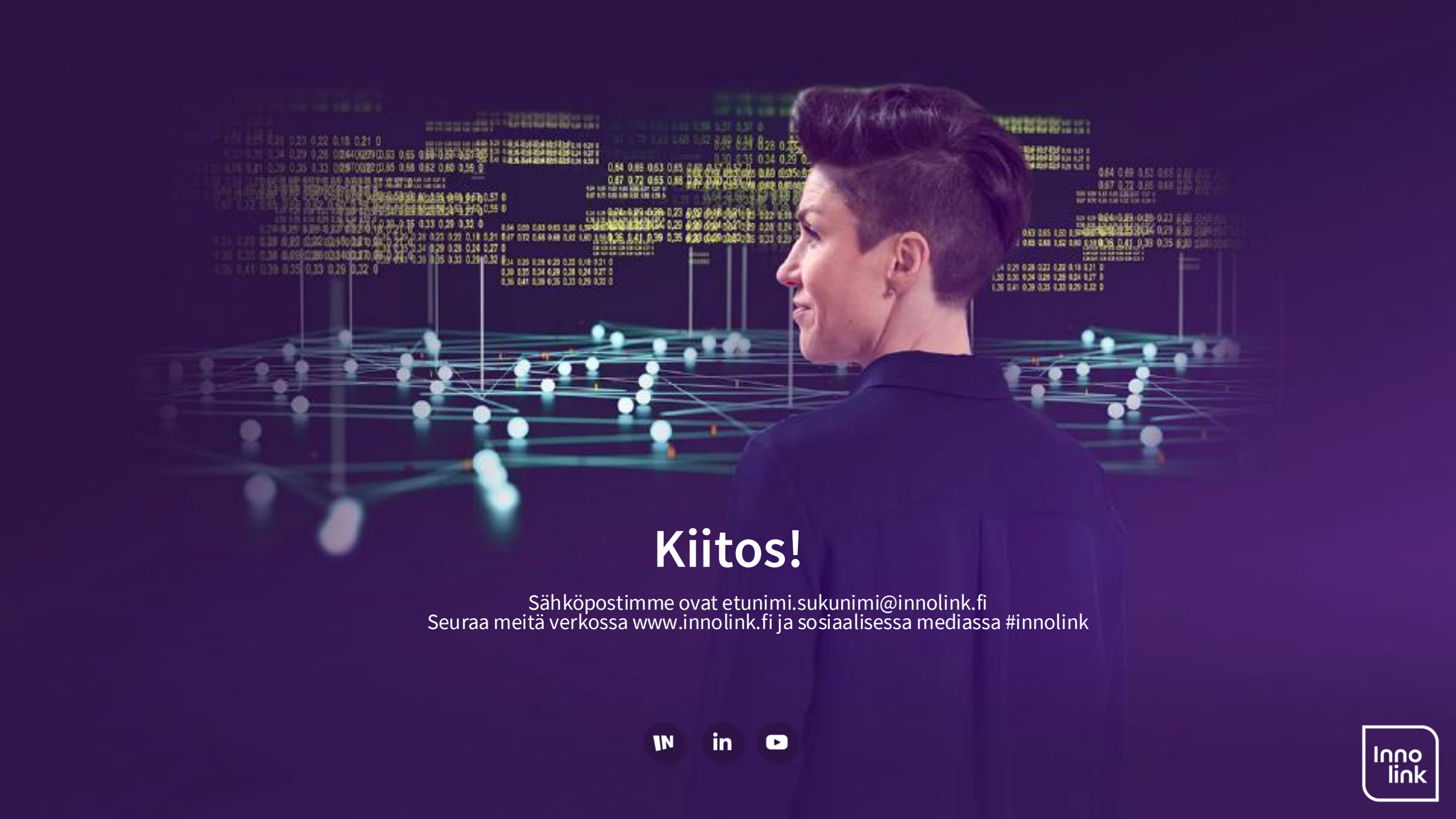
Keskeiset nostot ja suositukset

Huoli alan tulevaisuudesta vahvistunut

Verrattuna edelliseen tutkimuskertaan esiin nousee huoli alan tilanteesta. Viestinnän resursseja on vähennetty useammin kuin lisätty. Alan yhteiskunnallisen arvostuksen koetaan heikentyneen tuntuvasti, samoin viestinnän yleisen arvostuksen. Alan kasvuun uskoo aiempaa harvempi, ja hiipumiseen puolestaan aiempaa useampi. Myös epävarmuus oman työn jatkumisesta kulkee mukana monen arjessa.

Tuloksissa näkyy muutamassa vuodessa tuntuvasti voimistunut huoli alan tulevaisuudesta. Tähän vastapainona nähdään selkeästi aiempaa voimakkaampi tarve viestinnän strategisen roolin vahvistamiseen.

Osa heikennyksistä on todella merkittäviä, ja näin ollen edunvalvonnan kannalta merkittäviä.



Kiitos!

Sähköpostimme ovat etunimi.sukunimi@innolink.fi
Seuraa meitä verkossa www.innolink.fi ja sosiaalisessa mediassa [#innolink](#)

