



Aalto-yliopisto
Perustieteiden
korkeakoulu

TU-C9281 Viestintä ja organisaatiot

Luento 6, 30.10.2020, Johtamisviestintä

Vastuuopettaja Miia Jaatinen, valtiot.tri, dosentti

Kurssiassistentit Alessa Aila ja Jani Kaitosalmi

Agenda

- Alustus
- Keskustelua
- Palautetta harjoitustyön väliraporteista
- Kotitehtävä

Oppimistavoitteet tälle päivälle

- Ymmärtää peruskäsitteitä liittyen johtamisviestintään
- Ymmärtää johtamiseen liittyviä haasteita ja viestinnän keinoja

Alustus: Johtamisviestintä

Johtamisviestintä: mitä se on?



- *video*: Microsoftin toimitusjohtaja Nadella puhuu työntekijöille <https://www.youtube.com/watch?v=jpOqMQABNRw>

- Kohderyhmä: henkilöstö pääasiallisesti, mutta myös ulkoiset sidosryhmät yhä enemmän
- Tehtäviä: Luotaus, suuntaaminen, organisointi, valvonta, motivointi, kannustaminen, yhteisön rakentaminen (Åberg 2006, 93)

Näkökulmat (Åberg 2006)

Management

- Asioiden järjestely
- Toiminnan ohjaus
- Suunnittelua, päätöksentekoa, valvontaa
- Johtamisjärjestelmien ja tekniikoiden soveltamista

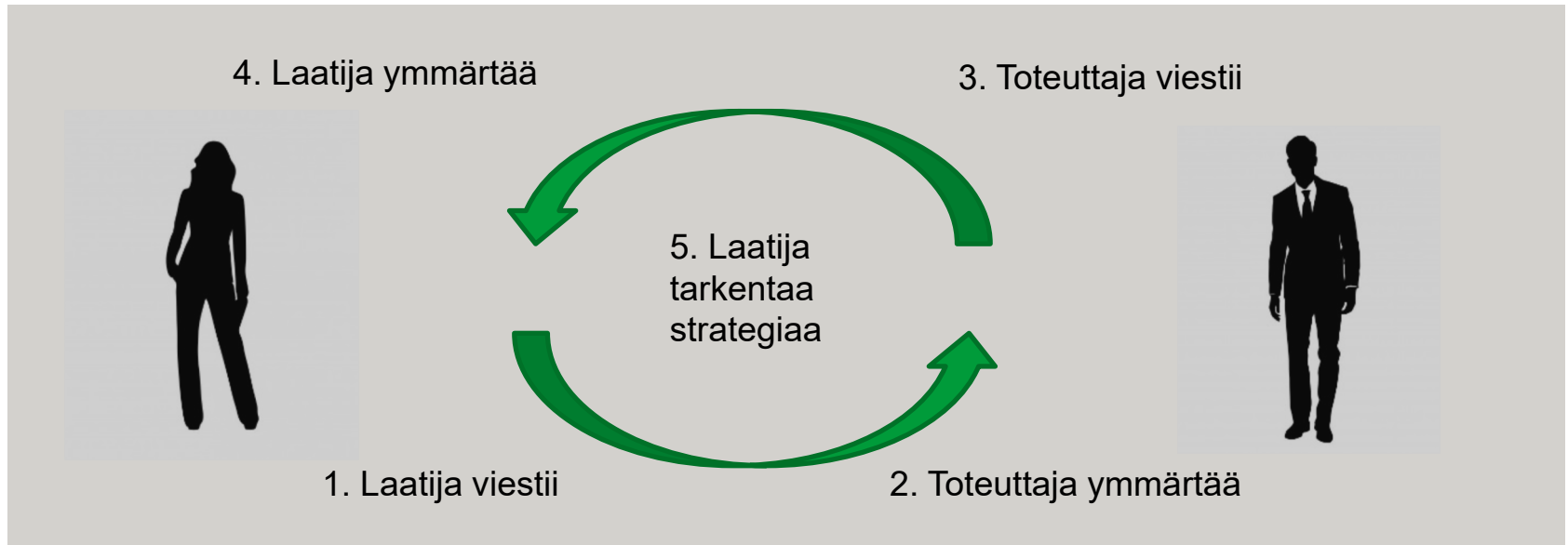
Leadership

- Ihmisten johtaminen
- Johdattaminen, innostaminen
- Motivointi, sitouttaminen; luovuus
- Henkilökohtaiset johtajuusominaisuudet tai johtamiskyvyt

Strategiaviestintä

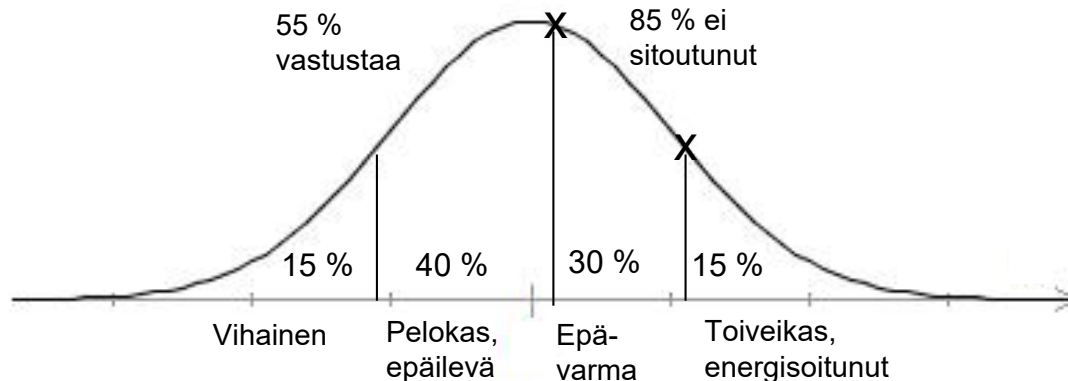
- Strategiaviestintä koostuu strategian sisällön (missio, visio, tavoitteet, arvot) viestimisestä, strategiaprosessin viestimisestä ja strategian toteuttamista tukevasta viestinnästä (Hämäläinen & Maula 2004)
- Strategiaprosessi: strategian kuvaus, strategian tulkinta, tulkinnan tarkistus ja strategian jalkautus (Åberg 2006)
- Valutusmallista vuoropuhelumalliin (Mantere 2008)

Strategiaviestinnän malli (Mantere 2008)



Muutosviestintä

- Muutosvastarinta on todennäköistä ja vaikeuttaa muutoksen läpivientiä (Salminen 2000, 2001)
- Muutoksen johtamisen prosessi: luotaus, toiminnan suuntaaminen, jatkuva viestintä (Åberg 2006)
- Malleja: top-down, bottom-up, interaktiivinen (Åberg 2006)



D`Aprix 1996

Kotterin muutosjohtamisen malli (1996)

1. Muutoksen kiireellisyyden ymmärtäminen
2. Muutosta ohjaavan tiimin perustaminen
3. Selkeän vision ja strategian laatiminen
4. Vision viestintä
5. Henkilöstön valtuuttaminen
6. Voittojen osoittaminen
7. Muutosten vakiinnuttaminen
8. Uusien toimintatapojen juurruttaminen kulttuuriin

Merkitysten rakentaminen on keskeinen osa johtajuutta

- Strategia- ja muutosviestintä: vision rooli toiminnan suuntaamisessa ja muutosmatkan sanoittaminen
 - Tolkullistaminen eli sense-making (Weick 1979, Choo 1998, Grint 2000):
 - Yhteinen tulkinta toimintaympäristöstä ja sen muutoksista
 - Yhteinen käsitys menestykseen johtavista toimintatavoista
 - Yhteinen ymmärrys rooleista
 - Organisaatiokulttuuriin (oletukset, arvot, artefaktit; Schein 1985) vaikuttaminen (Hackman & Johnson 2013):
 - Yhteisen käsitteistön rakentaminen
 - Tarinoiden kertominen
 - Siirtymäriittien, rituaalien ja rutiinien hyödyntäminen
 - Yhteisen identiteetin rakentaminen (Hackman & Johnson 2013)
-

Vuorovaikutusnäkökulma

- Vuorovaikutusjohtaminen on yksilölähtöinen osallistumista tukeva johtamistapa, jolla saadaan työntekijöiden tieto ja osaaminen organisaation käyttöön (Puro 2002)
- Vuorovaikutusjohtaminen
 - parantaa organisaation toimintaa
 - avaa mahdollisuuksia työn kehittämiseen
 - lisää tyytyväisyyttä ja parantaa sitoutumista
 - mahdollistaa ymmärryksen lisääntymisen
 - mahdollistaa identiteetistä neuvottelun ja samastumisen

Palautetta harkkатыön väliraportista

Osio 1: yleistä palautetta

- **Keskity nettisivujen analyysiin**, koska raportissa ei ole tilaa esim. erillisten raporttien analyysiin tai vaikkapa ulkomainonnan analyysiin.
 - **Analysoi nettisivut systemaattisesti ja viestien tasolla:**
 - Osoita mitä viestejä on käytetty mille kohderyhmälle: ei riitä sanoa, että kaikkia viestejä on käytetty kaikille kohderyhmille. Onko ilme erilainen eri kohderyhmille?
 - Osoita miltä alisivuilta löytyvät mitkä viestit: ei riitä sanoa, että kaikkia viestejä löytyy kaikkialta. Miten ilme on erilainen eri alisivuilla?
 - Nettisivujen sisältöjen yleinen kuvailu ei vastaa tehtävänantoon, jos sitä ei liitetä viesteihin tai yrityksen visuaalisen ilmeen toteutukseen.
 - **Profiloinnin arvioinnin mahdollisia näkökulmia:** osittainen vs. kattava profiili (avoimuus), viestien vähyyys vs. runsaus (toisto), profiilin selkeys vs. epäselvyys, viestien ristiriitaisuus vs. johdonmukaisuus.
-

Osio 1: yleistä palautetta – fokusoi ja viimeistelee

- Avaa kaikki visualisoinnit tekstiksi, vaikka kuvat ja taulukot voi laittaa liitteiksi.
- Muistakaa lisätä johdanto!

Osio 2: analyysin kohteen valinta

- Yksi tiedote tai mainos, tai keskustelun aihe somessa
- Jos kampanja, jossa materiaalia hirveästi, rajaa tehtävää keskittymällä seuraamaan muutamaa viestiä, jotta analyysistä tulee konkreettinen eikä työmäärä paisu liian suureksi
- Tarkastellaan:
 - keskustelun leviämistä,
 - esitettyjä näkökulmia sekä
 - vaikutusta organisaatioon.

Kotitehtävät

1. Blogi 5: Kirjoita aiheesta ”*miten voi johtaa luomalla yhteisiä merkityksiä?*” Vinkki: Voit pohtia blogissa omia kokemuksiasi esim. kesätöistä, harrastustoiminnasta tai opiskelijayhteisöstä.
 - Rakenna argumenttisi
 - Perustele väitteesi
 - Viittaa kurssikirjallisuuteen: Cheney et al. 2011, luku 7.
2. Harkkatyö: Varatkaa Doodleista oman assarin **ohjaustapaaminen**, jossa
 - saatte kirjallisen ja suullisen palautteen väliversiosta ja on
 - mahdollisuus kysyä palautteesta ja harkkatyön seuraavasta osiosta.
 - Harkkatyön muokkaus palautteen pohjalta ja 2. osion aloitus.
3. Lue seuraavalle luennolle: Cheney et al. 2011, luku 6, s. 141-151, 160-173.