

Mia Leppälä
Tohtoriopiskelija
Aalto-yliopisto, johtamisen laitos, organisaatioviestinnän yksikkö
mia.leppala@aalto.fi

Luottamus sisäisessä sosiaalisessa mediassa: tiedonvälittäjien rooli

Tutkimukseni täydentää organisaatiotutkimuksen kirjallisuutta lisäämällä tiedon luomisen tutkimukseen (knowledge creation) sisäisen viestinnän näkökulman sekä tutkimalla tiedon välittäjiä (knowledge broker) sisäisinä toimijoina. Tiedonvälittäjät hyödyntävät organisaation viestinnän välineitä ja luovat yhteisöllisyyttä. Aiemmassa tutkimuksessa sisäisen viestinnän osuus ja tiedon välittäjien rooli ovat jääneet vähälle huomiolle. Tutkimukseni perustuu uusien teknologioiden mukanaan tuomiin haasteisiin ja mahdollisuuksiin viestinnän alalla.

Etätyön yleistyminen (Ahuja & Carley, 1999; Nyström & Asproth, 2013; Henttonen & Blomqvist, 2005) ja yhteistyöteknologioiden kehittyminen (Lengel & Daft, 1988; Daft et al., 1987; Hinds & Kiesler, 1995) muuttavat yritysten viestinnän tarpeita ja toteutusta. Kaukaisistakin välimatkoista huolimatta kehittyneen teknologian tuomat viestintäkeinot antavat yrityksille mahdollisuuden toimia useammilla markkina-alueilla samanaikaisesti. Sosiaalinen media ei ole enää vain huvitteluun käytetty viestintäkanava, vaan myös työasioita hoidetaan samankaltaisilla viestintävälineillä. Tutkimukseni tarkoituksena on löytää ratkaisuja yritysten sisäisen viestinnän kehittämiseen sosiaalisen median kaltaisten kanavien avulla. Tarkastelen tiedon jakamisen ja uuden tiedon luomisen (Mitchell & Nicholas, 2006; Treem, 2012; von Krogh, 1998; Nonaka, 1994) mekanismeja monialaisissa ryhmissä, joissa työkaluna käytetään uusien teknologioiden mahdollistamia yhteistyöalustoja, joita nimitän sisäisen sosiaalisen median välineiksi. Nämä ryhmät toimivat myös fyysisesti eri paikoissa.

Onnistunut viestintä mahdollistaa yritysten menestyksen yhä kovemmassa kilpailussa. Sisäisellä viestinnällä viittaa kaikkeen tiedonvälitykseen, joka tapahtuu yrityksen henkilökunnan kesken. Sisäisen viestinnän merkitys liiketoiminnan onnistumisessa huomioidaan entistä paremmin sekä akateemisessa tutkimuksessa että käytännössä. Sosiaalisen median yleistyminen ja työn tekeminen fyysisesti eri paikoissa muodostaa haasteita, joihin tutkimukseni etsii vastauksia. Tiedon jakamisen ja uuden tiedon kehittämisen lähtökohtana on erilaisten osaamisten yhdistäminen. Tähän tarvitaan onnistunutta viestintää ja yhteistyöverkostojen luomista. Tuon tutkimuksessani esiin uuden näkökulman yrityksen sisäiseen viestintään. Tutkimukseni keskeisenä tavoitteena on tuoda esille, että osa henkilökunnasta toimii niin sanottuina tiedon välittäjinä (Knowledge Broker), jotka yhdistävät yrityksessä ihmisiä ja asioita (Verona et al., 2006; Cillo, 2005; Wenger, 1998). He toimivat organisaatiosiilojen välillä. Tällä hetkellä organisaatioviestinnän tutkimuksessa on rajallisesti tutkimusta nimenomaan tiedon luomisesta sisäisen viestinnän avulla, ja tiedon välittäjien toiminnasta sisäisen sosiaalisen median välineissä (Verona et al., 2006; Cillo, 2005; Wenger, 1998). Sosiaalisella medialla viittaa sähköiseen viestintäkanavaan, joka on avoin koko henkilökunnalle ja rajoituksetta kaikkien käytettävissä. Tarkemmin sanottuna kaikki organisaatiotasot keskustelevat samassa välineessä ja viestintä on aiempaa epähierargisempaa.

Tutkimuksen aihe on kansainvälisesti ajankohtainen. Tiedon jako ja yhteisöt ovat keskeisiä aiheita organisaatiotutkimuksen alalla. Lisäksi viestinnän tutkimuksessa kiinnitetään aiempaa enemmän huomiota sähköisten viestintäkanavien tuomiin haasteisiin ja mahdollisuuksiin sekä työyhteisöviestintään. Virtuaalisten tiimien yleistyminen organisaatioiden toiminnassa kertoo, että sähköisten viestintäkanavien käyttö on kasvanut. Tutkimukseni pureutuu syvemmälle sähköisen viestinnän prosesseihin ja tuo esiin uusia näkökulmia viestinnän kehittämiseen. Empiirinen aineistoni mahdollistaa sisäisen viestinnän tutkimisen erittäin laajassa verkostossa. Tutkimukseni tulokset auttavat yrityksiä esimerkiksi nopeuttamaan

innovaatiokehitystä ja parantamaan kilpailukykyä. Koska tutkimukseni keskittyy yleisiin viestintätapoihin ja -kanaviin, tulokset ovat yleistettävissä muihinkin samanlaisia viestintäkanavia käyttäviin organisaatioihin. Lisäksi tutkimusaineistoni on kansainvälistä, joten tulosten hyödyntäminen voidaan nähdä myös kansainvälistymisstrategioissa.