

TIIVISTELMÄ

Oppilaitos: Aktiivi-Instituutti

Koulutus: Työmarkkinatutkinto

Tekijä: Joutsen Kirsikka, Nuutinen Markku

Hankkeen nimi: Ammattiosaston toiminta tunnetuksi tiedottamalla

Aika: Tammikuu 2016

Sivuja: 16

Viestintää on moneen tarpeeseen sekä monen muotoista. Tässä työssä on esimerkkejä niin sisäisestä kuin ulkoisestakin viestinnästä. Viestintä on, palvelujen esille tuomista, muun muassa yleistä viestintää ajankohtaisista tapahtumista. Se on myös sidosryhmä- ja markkinointiviestintää joka voidaan jakaa printti viestintään ns. perinteiseen (kirjeet ja julisteet), kuin sähköistä mm. yhdistyksen kotisivut kuin sosiaalinen mediakin. Viestintä onkin yksi niistä tärkeistä työkaluista, jolla kasvatetaan toiminnan tunnettavuutta, lisätään näkyvyyttä ja rakennetaan asiakasluottamusta (yhdistyksessä jäsenten luottamusta). Viestintä on markkinointia ja sitä kautta toiminnan tunne tunnetuksi tekemistä.

Sähköinen viestintä ja sosiaalisen median merkitys jokapäiväisessä viestinnässä on lisääntynyt merkittävästi. Tietotekniikka on kehittynyt, puhelimet ovat vaihtuneet älypuhelimiin ja sosiaalinen kanssakäyminen verkossa on jo hyvin monelle osa elämää ja arkipäivää.

Tehy Joensuun kaupungin ammattiosasto on Tehyn paikallinen ammattiosasto, jossa on noin 900 jäsentä. Se kuuluu osana Tehyyn joka on sosiaali- ja terveysalan ammattijärjestö. Tehyn jäseninä voivat olla alan tutkinnon suorittaneet ja opiskelijat. Tehyssä on 160 000 jäsentä, joista noin 25 000 opiskelijoita. Tässä työssä tarkasteltavan ammattiosaston jäsenet työskentelevät sosiaali- ja terveystoimen toimialalla Joensuun kaupungin työntekijöinä tai Joensuun kaupungin alaisten liikelaitosten palveluksessa.

Yhteiskunnassa vuosikymmeniä jatkunut järjestötoimintaa kohtaan koettu aktiivisuus on vähentynyt. Tieto ammattiyhdistystoiminnan roolista työolojen kehittäjänä tuntuu kadonneen uusilta alalle tulevilta työntekijöiltä. Nyt työelämään tulevat nuoret eivät välttämättä osaa sanoa, miksi pitäisi kuulua ammattiosastoon ja mitä etua siitä on, vai onko mitään. Edellä mainitut seikat asettavat suuria haasteita uusien järjestötoimijoiden saamiseksi mukaan toimintaan. Tässä työssä on käytettävä kaikkia käytössä olevia sähköisen viestinnän keinoja, mikä tarkoittaa ammattiosastotoiminnassa sosiaalisen median lisääntyvää käyttöönottoa (mm. twitter, facebook, blogit, instagram, WhatsApp). Haasteena on saada aikaan mielenkiintoa herättävää, relevanttia tietoa, joka innostaa olemassa olevat jäsenet toimimaan ja houkuttelee mukaan uusia jäseniä.

Tässä työssä tarkastelemme Tehyn Joensuun kaupungin ammattiosaston viestinnän historiaa sekä nykytilaa ja tulevaisuuden haasteita. Hanketyössä pohdimme viestinnän kehittämistä niin, että pystytään tavoittamaan kohderyhmä ja luomaan yhteys toimijoiden välille.