

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Åberg, Hanna			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Signaaleja organisaatiokulttuurista : Organisaatiokulttuurin syvätason luotausta semioottisin menetelmin			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2005-05-02	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 120
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Pro gradu -tutkielmani aiheena on organisaatiokulttuurit ja niiden heijastuminen organisaation ulkopuolelle ulkoisten viestintätuotosten välityksellä. Heijastavatko organisaation tuotokset yhtä yhtenäistä, hallitsevaa organisaation kulttuuria, vai monia, keskenään ehkäpä ristiriitaisiakin ala- tai osakulttuureja? Voidaanko väittää tuotosten heijastavan organisaation kulttuuria tai kulttuureja? Ja voidaanko ylipäänsä tutkia organisaation kulttuuria analysoimalla sen ulkoisia viestintätuotoksia? Nämä ovat kysymyksiä, joihin pyrin tutkielmassani löytämään vastauksia.</p> <p>Tutkin organisaatiokulttuurin käsitettä teoreettisesti, mutta pyrin myös yhden suomalaisen esimerkkiorganisaation, Editan, avulla luotaamaan ko. organisaatiokulttuurin syvätason merkityksiä. Analysoin tutkielmassani Editan kolmea printtiesitettä. Organisaatiokulttuurin heijastumisia tutkiessani sovitan yhteen Edgar Scheinin organisaatiokulttuuria kuvaavaa kolmitasomallia ja A. J. Greimasin generatiivisen kulun kaavion semioottisia malleja. Scheinin ja Greimasin mallit tutkivat samaa ilmiötä eri näkökulmista. Scheinin malli tutkii organisaatiokulttuurien moninaisuutta organisaatioista käsin, kun taas Greimasin mallit keskittyvät vastaanottajaan ja hänen merkityksenantoprosessiinsa.</p> <p>Keskeisempinä lähteinäni käytän Scheinin jo klassiseksi muodostunutta teosta Organisaatiokulttuuri ja johtaminen (1987) sekä Greimasin teoksia Strukturaalista semantiikkaa (1980) ja On Meaning. Selected Writings in Semiotic Theory (1987).</p> <p>Käsittelen tutkielmassani myös organisaatioviestintään liittyviä yleisempiä käsitteitä, kuten mainetta ja yhteisökuvaa. Yhteisökuvan rakentuminen, profilointi, on organisaation tietoista toimintaa jolla pyritään vaikuttamaan muun muassa organisaation maineeseen. Yhteisökuva ja maine syntyvät kuitenkin vastaanottajan päässä merkityksenantoprosessin kautta. Mielikuvilla ja merkityksenannolla on siten suuri rooli siinä, minkälainen kuva organisaatiosta välittyy ulospäin. Scheinin mallin avulla pyrin osoittamaan, kuinka organisaatiokulttuurit ovat keskeisellä sijalla organisaation toiminnoissa vaikuttaen siten myös ulkoisen viestinnän suunnitteluun ja toteutukseen. Sen tulkitsemiseen, miten kulttuurisesti muokkautuneet viestit heijastuvat organisaation ulkopuolelle, ja ennen kaikkea siihen, miten niiden välittämät merkitykset tulkitaan, käytän Greimasin semioottisia malleja.</p> <p>Käyttämällä Scheinin ja Greimasin malleja rinnakkain pääsin analyysissäni artefaktien kautta käsiksi organisaatiokulttuurin monisyisiin merkityksiin ja edelleen arvoihin ja kulttuurin syvätason perusoletuksiin. Editan esitteiden analyysissä esille piirtyi yksi yhtenäinen kuva Editasta välittävänä, luotettavana ja erilaista osaamista arvostavana kumppanina.</p> <p>Periaatteessa valitsemassani tutkimusasetelmassa olisi ollut sama, mitä ulkoisen viestinnän tuotoksia olisin analysoinut - uutisleikkeitä, internetsivuja, vuosikertomusta, jne. Tavoitteenani ei ollut erilaisten viestinnänkeinojen ja -prosessien vertaaminen, vaan valittujen mallien testaaminen. Scheinin ja Greimasin mallit täydensivät hyvin toisiaan tuoden esille sekä teoreettiset että menetelmälliset lähestymistavat organisaatiokulttuurin tutkimiseen.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords organisaatioviestintä ulkoinen viestintä organisaatiokulttuuri yrityskuva mielikuvat yhteisökuva profilointi merkitykset semiotiikka			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			