

Saara Nissi ja Milla Vesalainen

VOIKO HYVÄN VAIKUTELMAN AVULLA ANSAITA TYÖPAIKAN?

Vaikutelman luominen viestinnällä työhaastattelussa

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Huhtikuu 2022

TIIVISTELMÄ

Saara Nissi ja Milla Vesalainen: Voiko vaikutelman avulla ansaita työpaikan? : Vaikutelman luominen viestinnällä työhaastattelussa.

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Viestinnän monitieteinen tutkinto-ohjelma

Huhtikuu 2022

Työhaastattelu on vuorovaikutustilanne, jossa molemmilla osapuolilla on tavoitteenaan luoda onnistunut vaikutelma rajallisessa ajassa. Rajallisen ajan lisäksi työhaastattelusta on löydettävissä liuta muita erityispiirteitä, jotka esiintyvät harvassa vuorovaikutustilanteessa yhtäaikaisesti. Näihin erityispiirteisiin lukeutuvat muun muassa vuorovaikutuskumppanien kohtaaminen ensimmäistä kertaa, molemminpuolinen epävarmuus sekä epäsymmetriset valtasuhteet osallistujien välillä. Tässä tutkielmassa tarkastellaan työnhakijan viestinnällään rakentamaa vaikutelmaa ja sen yhteyttä rekrytointipäätökseen, ja toivomme tutkielmamme kirkastavan ajatusta siitä, millainen rooli viestinnällä on työnhakijan vaikutelman rakentamisessa. Keskitymme tutkielmassamme työnhakijan luomaan vaikutelmaan rekrytoijan näkökulmasta, sillä tästä näkökulmasta tarkasteltuna voimme parhaiten havainnoida työhaastattelua vuorovaikutusta ohjaavan osapuolen silmin.

Tutkittavaa ilmiötä lähestytään expectancy violations -teorian sekä elaboration likelihood -mallin avulla. Kolmen tutkimuskysymyksemme avulla selvitämme työhaastattelun viestinnälle asetettuja odotuksia, tarkastelemme viestinnän merkitystä vaikutelman rakentamisessa ja arvioimme vaikutelman hallinnan hyötyjä työhaastattelussa. Tutkimuksen aineisto kerättiin puolistrukturoidun teemahaastattelun ja kyselylomakkeen avulla. Tutkimukseemme osallistui viisi viestinnän alalta valmistunutta rekrytoinnin parissa työskentelevää henkilöä, ja haastateltujen rekrytoijien korkea viestintäosaamisen taso johti kattaviin vastauksiin työnhakijan viestinnän erittelyyn keskittyvissä kysymyksissä. Laadullisen tutkielmamme tutkimusmetodinä käytimme temaattista analyysia.

Tutkimuksemme tulosten mukaan rekrytoijat arvioivat hakijan vaikutelmaa yhtenä perusteena rekrytointipäätökselle. Vaikutelma auttaa arvioimaan hakijan soveltuvuutta työyhteisöön, kielii työnhakijan vuorovaikutusosaamisesta sekä kyvykkyydestä selvittää erilaisista työelämän tilanteista ja voi vahvistaa muun osaamisen perusteella tehtyä päätöstä valita hakija työtehtävään. Tuloksista nousi esiin se, että luodakseen mahdollisen hyvän vaikutelman hakijan on pyrittävä hallitsemaan sekä verbaalista että nonverbaalista viestintäänsä. Tärkeimpänä tuloksenamme pidämme havaintoamme siitä, että rekrytoijat näkevät korkean viestintäosaamisen tason näyttävätyvän työhaastattelussa hyvänä vaikutelmana, ja näin ollen viestintätaitojaan kehittämällä voi kehittää rakentamaansa vaikutelmaa ja jopa parantaa menestymistään työhaastatteluissa. Tutkielmamme laajentaa viestinnän alalla tehtyä vaikutelman tutkimusta ja käytännön tasolla siitä voivat hyötyä sekä rekrytoijat että työnhakijat.

Avainsanat: Rekrytointi, vaikutelma, vuorovaikutusosaaminen, elaboration likelihood model, expectancy violations theory.

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	4
2	VAIKUTELMAN HALLINTA TYÖHAASTATELUN VIITEKEHYKSESSÄ...	5
	2.1 Työhaastattelu rekrytoinnin välineenä.....	5
	2.2. Työhaastattelun viestinnälliset ominaispiirteet.....	6
	2.3. Työnhakijoiden ja rekrytoijien välinen vuorovaikutus.....	7
	2.4. Vaikutelma ja vaikutelman hallinta.....	9
	2.5. Ensivaikutelma osana vaikutelmaa.....	10
3	TYÖHAASTATELUN VUOROVAIKUTUS TEORIAN NÄKÖKULMASTA	12
	3.1 Expectancy violations theory.....	12
	3.2 Elaboration likelihood model.....	14
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	16
	4.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset.....	16
	4.2 Aineistonkeruu.....	18
	4.3 Analyysimenetelmä.....	19
5	TULOKSET.....	20
	5.1 Työhaastattelun vuorovaikutukseen liittyvät odotukset.....	20
	5.1.1 Työhaastatteluun liittyvien odotusten muodostuminen.....	21
	5.1.2 Työhaastatteluun liittyvien odotusten rikkominen.....	24
	5.2 Viestinnän merkitys vaikutelman luonnissa ja arvioinnissa.....	26
	5.2.1 Työnhakijasta välittyvän vaikutelman rakentuminen.....	27
	5.2.2 Nonverbaalinen ja verbaalinen viestintä osana vaikutelmaa.....	28
	5.3 Vaikutelman hallinnan hyödyt työhaastattelussa.....	29
	5.3.1 Ensi- ja kokonaisvaikutelman arviointi työhaastattelussa.....	30
	5.3.2 Kokonaisvaikutelman yhteys haastattelun lopputulokseen.....	31
6	POHDINTA.....	34
	6.1 Vuorovaikutukseen liittyvät odotukset ja niiden rikkominen.....	34
	6.2 Viestinnän merkitys vaikutelman luonnissa ja arvioinnissa.....	39
	6.3 Vaikutelman hallinnan hyödyt työhaastattelussa.....	41
	6.4 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset.....	45
7	KIRJALLISUUS.....	48
	LIITTEET.....	50

1 JOHDANTO

Työmarkkinat muodostuvat kysynnästä ja tarjonnasta – työntekijät tarjoavat osaamistaan ja työnantajat töitä työntekijöille. Työmarkkinoiden tilanne muuttuu suhdanteiden, rakenteellisten muutosten sekä satunnaisten tekijöiden vuoksi (Räisänen & Tuomaala, 2021). Tällä hetkellä vallitsevaa pandemiatilannetta voidaan pitää tällaisena työmarkkinoihin vaikuttavana satunnaisena tekijänä, sillä tilanteen puhjetessa keväällä 2020 Suomen työllisyysaste laski yllättäen (Tilastokeskus, 2022). Vaikka työllisyysaste on pandemian jatkuessa kääntynyt takaisin nousuun, on tilanne johtanut suurimman osan kohdalla muutoksiin työnteossa, kuten siirtoihin toisiin työtehtäviin tai jaksoihin kokonaan ilman töitä (Sutela & Pärnänen, 2021). Poikkeamat työmarkkinoiden tasapainosta merkitsevät rekrytointiongelmia, joilla tarkoitetaan tilanteita, joissa haetun työvoiman löytäminen koetaan vaikeaksi (Räisänen & Tuomaala, 2021.) Näiden syiden vuoksi työntekijä saattaa löytää itsensä suuremmalla todennäköisyydellä etsimästä uutta työpaikkaa tai -tehtävää, mikä tekee tutkimusaiheestamme erityisen ajankohtaisen. Rekrytoinnin yleisin henkilöhankintamenetelmä on työhaastattelu (Kauhanen, 2012), joka on vuorovaikutuksellinen viestintätilanne. Pidämme rekrytointiongelmia siten pohjimmiltaan viestinnällisinä.

Tyypillisessä työhaastattelussa molemmat osapuolet pyrkivät luomaan positiivisen vaikutelman saavuttaakseen haluamansa lopputuloksen. Vaikutelman hallinnalla tarkoitetaan keinoja, joilla ihmiset yrittävät hallita vaikutelmaa, joka heistä välittyy muille (Rosenfeld, 1997.) Aiempi tutkimus on osoittanut, että Suomen markkinoilla tarjottavat työpaikat edellyttävät hyviä sosiaalisia taitoja (Jokinen & Sieppi, 2018), ja uskomme niiden ilmenevän osittain työnhakijan luoman vaikutelman kautta. Tässä tutkimuksessa keskitymme ensisijaisesti tilanteen vuorovaikutuksellisuuteen ja siihen, millainen yhteys on viestinnällä ja työnhakijan haastatteliijoille välittämällä vaikutelmalla.

Tavoitteenamme on lisätä ymmärrystä vaikutelman merkityksestä sekä saavuttaa tietoa siitä, millaisilla viestintävalinnoilla työnhakija voi parantaa luomaansa vaikutelmaa. Työnhakijat voivat hyötyä tutkimuksestamme ja saada sen avulla paremman käsityksen siitä, miten he voivat omilla viestintävalinnoillaan parantaa antamaansa vaikutelmaa ja jopa edistää

työnsaantiaan. Työnantajat ja rekrytoijat voivat tutkimuksemme avulla arvioida sitä, kuinka suuren painoarvon he antavat hakijan vaikutelmalle suhteessa osaamiseen. Uskomme, että tutkimustuloksiamme on mahdollista hyödyntää työhaastattelun viitekehyksen lisäksi laajemmassa kontekstissa. Myös sellaiset henkilöt, joille työnhaku ei ole ajankohtaista, voivat hyödyntää tuloksiamme heistä välittyvän vaikutelman hallinnassa yleisesti.

2 VAIKUTELMAN HALLINTA TYÖHAASTATTELUN VIITEKEHYKSESSÄ

Tässä luvussa tarkastelemme ensin vaikutelmaa ja sen hallintaa. Toiseksi avaamme työhaastattelua rekrytoinnin välineenä sekä haastattelun vuorovaikutteisia piirteitä. Lopuksi perustelemme tutkimukseemme valitun näkökulman valintaa esittelemällä aiempaa tutkimusta aiheesta.

2.1 Työhaastattelu rekrytoinnin välineenä

Rekrytoinnilla tarkoitetaan yrityksen henkilöhankintaa, jonka avulla yrityksen palvelukseen valitaan yrityksen strategian ja kannattavuuden kannalta oikeat henkilöt (Viitala, 2013). Työhaastattelu on yleisin henkilöhankinnan valintamenetelmä, jonka tarkoituksena on ensinnäkin selvittää hakijan soveltuvuutta tehtävään ja toisekseen antaa hakijalle tietoa organisaatiosta sekä avoimena olevan tehtävän työnkuvasta (Kauhanen, 2012). Usein työhaastattelut ovat muodoltaan puolistrukturoituja, eli ne jättävät tilaa avoimelle vuorovaikutukselle (Juholin, 2017), jolloin työnhakijalla on enemmän mahdollisuuksia välittää itsestään haluamaansa vaikutelmaa työnantajille.

Työhaastattelun onnistuminen edellyttää organisaation puolelta valmistautumista ja järjestelmällisyyttä vertailukelpoisten tietojen saamiseksi työpaikkaa hakevista ehdokkaista (Kauhanen, 2012). Myös haastateltavan on kannattavaa valmistautua työhaastatteluun antaakseen itsestään mahdollisimman osaavan vaikutelman. Työhaastattelussa molemmilla osapuolilla on omat tavoitteensa ja erilaiset keinot niihin pääsemiseksi. Tyypillisessä työhaastattelussa molemmat osapuolet pyrkivät luomaan positiivisen vaikutelman saavuttaakseen haluamansa lopputuloksen: hakija pyrkii saamaan työtarjouksen ja

haastattelija puolestaan pyrkii löytämään parhaat ehdokkaat vapaana olevaan tehtävään (Rosenfeld, 1997.)

Valintapäätösten tekemisessä pyritään siihen, että hakijoiden ominaisuuksia punnitaan mahdollisimman yksiselitteisesti työn edellyttämiin vaatimuksiin nähden. Osaaminen ja aiempi työkokemus ilmenevät parhaiten hakijan sanoittamana sekä hänen esittämiensä opinto- ja työtodistusten kautta. Tästä syystä työnantaja tai rekrytoija haluaa yleensä vuorovaikutteisen haastattelun tueksi tarkastella näitä todistuksia, joista ilmenevät työkokemuksen lisäksi hakijan mielenkiinnonkohteet ja vahvuudet (Kauhanen, 2012.) Vaikutelman ja osaamisen välistä merkitystä suhteessa toisiinsa pyrimme avaamaan enemmän elaboration likelihood model- eli ELM-teorian avulla (Petty & Cacioppo, 1986.)

2.2. Työhaastattelun viestinnälliset ominaispiirteet

Tässä tutkimuksessa viestintä nähdään prosessina, jonka avulla luodaan ja tulkitaan viestejä, jotka synnyttävät työhaastattelutilannetta eteenpäin vievän vasteen. Vuorovaikutuksen nähdään luovan työnhakijan ja rekrytoijan välistä suhdetta työhaastattelun aikana. Sosiopsykologisen tradition teorioissa viestintä ymmärretään ihmisten väliseksi vuorovaikutukseksi, jossa osapuolet pyrkivät vaikuttamaan toistensa ajatuksiin ja käyttäytymiseen verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän kautta. Vuorovaikutuskumppaniin vaikuttaminen perustuu siis kognitiivisiin prosesseihin, kuten ELM-teoriassa (Petty & Cacioppo, 1986) tai odotusten vastaisuuden teoriassa (Burgoon, 1978) kuvataan. Työhaastattelutilanteen viestintä on tarkoituksenmukaisuutensa vuoksi erinomainen esimerkki sosiopsykologisen tradition näkemyksen mukaisesta viestinnästä. Tutkimusaihetta lähestytään näkökulmasta, jossa viestintä nähdään työnhakijan vaikuttamiseen pyrkimisen keinona. Näin ollen kandidaatin tutkielmamme sijoittuu kokonaisuudessaan sosiopsykologisen tradition piiriin.

Työhaastattelu voidaan nähdä ainutlaatuisena vuorovaikutustilanteena, sillä siitä on löydettävissä viisi viestinnällistä erityispiirrettä, joita ei löydy yhtäaikaisesti useimmista muista vuorovaikutustilanteista. Nämä erityispiirteet ovat vuorovaikutuskumppanien kohtaaminen

ensimmäistä kertaa, lyhyt rajallinen aika, molemminpuolinen epävarmuus, roolien ja odotusten ennalta määräytyminen sekä epäsymmetriset valtasuhteet osallistujien välillä. Työhaastatteluun kohdistuu vääjäämättäkin paljon odotuksia, koska molemmilla osapuolilla on haastattelussa tietyt tavoitteet, joihin he pyrkivät rajallisessa ajassa (Huffcutt ym., 2015.) Työnhakijat voivat esimerkiksi odottaa kysymyksiä koulutuksestaan ja motivaatiostaan haettavaa työpaikkaa kohtaan. Samalla he tavoittelevat itsestä kertomista mahdollisimman suotuisasti, mikä edesauttaa haettavan työtehtävän saamista. Rekrytoijilta odotetaan haastattelun ohjaamista ja heidän tavoitteensa on saada hakijasta työtehtävän kannalta oleellista tietoa (Huffcutt ym., 2015). Tämän vuoksi pidämme kyseistä vuorovaikutustilannetta hyvänä viitekehyksenä vaikutelman tutkimiselle viestinnän näkökulmasta. Pureudumme työhaastatteluihin kohdistuviin odotuksiin vielä tarkemmin Judee Burgoonin (1978) odotustenvastaisuuden teorian eli EVT:n avulla.

Lisäksi työhaastattelulle ominaista on se, että vuorovaikutuksessa olevat osapuolet ovat keskenään hyvin erilaisessa asemassa ja erilaisissa rooleissa. Haastattelija on valmistautunut esittämään kysymyksiä ja ohjaa siten tilanteen vuorovaikutusta. Valtasuhteiden epäsymmetrialla tarkoitetaan sitä, että rekrytoijalla on valta tehdä päätös työntekijän palkkaamisesta, mikä puolestaan vaikuttaa työnhakijan tulevaisuuden näkyymiin (Huffcutt ym., 2015). Näistä syistä ja asymmetrisyyteen viittaavasta nimestään huolimatta työhaastattelun tulisi olla ennen kaikkea haastateltavan ja haastattelijoiden välinen symmetrinen vuorovaikutustilanne (Kauhanen, 2012.) Huolimatta rooleista ja odotuksista työhaastatteluista leimaa molemminpuolinen epävarmuus siitä, kuinka haastattelu tulee etenemään (Huffcutt ym., 2015). Tunnistamalla työhaastattelun viestinnälliset ominaispiirteet sekä työnhakijat että rekrytoijat voivat kehittää omaa viestintäänsä, vähentää tilanteeseen liittyvää epävarmuutta ja näin ollen saavuttaa tavoitteensa entistä paremmin.

2.3. Työnhakijoiden ja rekrytoijien välinen vuorovaikutus

Haastattelijan ja haastateltavan välistä vuorovaikutusta työhaastatteluissa on tutkittu aiemmin haastateltavien näkökulmasta (Toiviainen, 2012). Tutkimuksemme täydentää Toivaisen tuloksia, sillä keskitymme kartoittamaan työnhakijan viestinnällistä vaikutelman hallintaa rekrytoijien näkökulmasta. Mielestämme työhaastattelun kontekstissa on

mielekkäämpää tutkia hakijan vaikutelman hallintaa haastattelijoiden näkökulmasta tutkien siten inter- eikä intrapersoonallista viestintää. Interpersonaalisessa viestinnässä luotavan vaikutelman hallinnasta ei ole juurikaan aiempaa tutkimustietoa työhaastatteluiden kontekstissa. Toivaisen tutkimuksen mukaan haastateltavat valmistautuvat työhaastatteluun etukäteen ja kiinnittävät huomiota sekä omaan että haastattelijoiden vaikutelman hallintaan ja käytökseen. Konteksti, mahdollinen kokemus aiemmista työhaastatteluista sekä haastattelijan persoonalliset ominaisuudet, kuten sukupuoli, asema ja ikä luovat työnhakijalle tiettyjä odotuksia työhaastattelusta. Lisäksi tutkimuksesta käy ilmi, että hakijat ajattelevat ensivaikutelmalla olevan merkitystä koko haastattelun sujumiseen (Toiviainen, 2012.)

Kaksi viestintäosaamisen ulottuvuutta, tehokkuus ja tarkoituksenmukaisuus, korostuvat työhaastattelun vuorovaikutuksessa ylitse muiden. Kuten aiemmin totesimme, työhaastattelua leimaa molemminpuoliset tavoitteet. Vuorovaikutus nähdäänkin tehokkaana silloin, kun yksilö saavuttaa asettamansa tavoitteet. Työhaastattelun kontekstissa tehokkuus on jaoteltavissa seuraaviin osatekijöihin: itsensä esittämiseen suotuisassa valossa ja epävarmuuden vähentämiseen eli toisin sanoen ennalta-arvattavuuden lisäämiseen. Lisäksi asetetut tavoitteet voivat olla konkreettisia tai henkilökohtaisia. Esimerkkinä ensimmäisen kaltaisista tavoitteista on työnhakijan palkkaaminen monien hakijoiden joukosta, kun taas henkilökohtainen tavoite voi olla sen arvioimista, olisiko työskentely miellyttävää kyseisen työnhakijan kanssa (Huffcut ym, 2015.)

Tarkoituksenmukaisuus on puolestaan jokaisen vuorovaikutukseen osallistuvan henkilökohtaisesti määriteltävissä. Se on käsitys siitä noudattaako toinen osapuoli odotuksia ja niitä sosiaalisia normeja, jotka on asetettu kyseiselle vuorovaikutustilanteelle. Työhaastattelussa työnhakija voisi pitää tarkoituksenmukaisena sitä, että rekrytoija ohjaa työhaastattelun kulkua (Huffcut ym., 2015.) Tehokkuuden ja tarkoituksenmukaisuuden lisäksi työhaastatteluissa kuitenkin korostuvat myös muut viestintäosaamisen ulottuvuudet, kuten sosiaaliset taidot, jotka saattavat olla Huffcutin ynnä muiden (2015) mukaan suuressa roolissa työhaastattelun onnistumisen kannalta.

2.4. Vaikutelma ja vaikutelman hallinta

Merkittävää vaikutelman ja sen hallinnan tutkimusta on viestinnän alalla tehnyt Erving Goffman (1959). Hänen mukaansa yksilö pyrkii muiden läsnä ollessa välittämään itsestään tietynlaista vaikutelmaa. Läsnäolijoiden tulee uskoa, että viestijällä todella on niitä piirteitä, joita hän pyrkii ilmentämään. Vaikutelmaa luodaan sekä suorilla että epäsuorilla itseilmaisuuilla. Ensimmäiseen kuuluu sanallinen viestintä ja sanavalinnat, joita yksilö käyttää haluamansa viestin välittämiseen. Jälkimmäiseen puolestaan kuuluu yksilön nonverbaali viestintä ja henkilökohtaiset ominaisuudet (Goffman, 1959).

Vaikutelman hallinta tulisi nähdä kehitettävänä taitona ominaisuuden sijaan. Vaikutelman hallinnalla tarkoitetaan keinoja, joilla ihmiset yrittävät hallita vaikutelmaa, joka heistä välittyy muille. Vaikutelmaan liitetään läheisesti ihmisen persoonallisuus, käytös, moraalisuus ja persoonalliset ominaisuudet, kuten älykkyys ja luotettavuus (Rosenfeld, 1997.) Siinä missä hänen mukaansa hakijan vaikutelman hallinnalla voi olla myönteisiä vaikutuksia haastatteluun, saattaa liiallinen yrittäminen haastattelijoille ilmetessään vaikuttaa jopa negatiivisesti arvioon työnhakijasta.

Vaikutelman hallinta voi olla erilaista suhteessa siihen, kuinka tietoisesti viestijä pyrkii hallitsemaan hänestä syntyviä vaikutelmia. On mahdollista, että vuorovaikuttaja eläytyy vilpittömästi luomaansa vaikutelmaan. Silloin henkilö itse uskoo, että hänestä vaikutelman ylläpitämiseksi välittyvät piirteet ovat todellisuudenmukaisia (Goffman, 1959.) Työhaastattelun kontekstissa vaikutelman hallinta on pitkälti tiedostettua, sillä kuten aiempi tutkimus (kts. Kauhanen, 2012; Rosenfeld, 1997) on osoittanut, sekä haastateltavat että haastattelijat pyrkivät valmistautumaan työhaastatteluun antaakseen itsestään pätevän vaikutelman.

Toinen vaihtoehto on, että esittäjä ei todellisuudessa omaksu esittämiään piirteitä. Tällöin henkilö pyrkii vaikuttamaan vuorovaikutuskumppanin mielipiteeseen päästäkseen tavoitteisiinsa. Tällaisen epätodellisen vaikutelman antaminen voi johtua oman tai yhteisen edun tavoittelusta (Goffman, 1959.) Vaikutelman hallinta suotuisan mielikuvan luomiseksi voi jossain tapauksessa olla tämän Goffmanin kuvauksen kaltaisesta sellaista, ettei työnhakija todellisuudessa vastaa ominaisuuksiltaan luomaansa vaikutelmaa.

Goffmanin (1959) mukaan joissain yhteyksissä ulkonäön ja esiintymistavan erottelu on tarkoituksenmukaista. Ulkonäkö luo henkilöstä ärsykeitä jatkuvasti, kun taas esiintymistavaksi määritellään ne ärsykkeet, joilla henkilö tietystä tilanteesta luo vaikutelmaa itsestään. Ulkonäön ja esiintymistavan ollessa yhdenmukaisia, ne vahvistavat henkilöstä syntyvää vaikutelmaa (Goffman, 1959.) Joskus myös ulkonäön ja esiintymistavan ristiriitaan pyrkiminen on tarkoituksenmukaista, kuten pyrkiessä tekemään vaikutusta rikkomalla vuorovaikutustilanteeseen liitettäviä odotuksia. Peilaamme tässä tutkimuksessa ulkonäköä työnhakijan ulkoiseen olemukseen ja esiintymistapaa hänen viestintäänsä, sillä koemme Goffmanin tavoin niiden erottelun tarpeelliseksi.

Goffmanin teos on jo vuonna 1959 julkaistu eräänlainen klassikko vaikutelman tutkimuksesta. Tietyt hänen esittämänsä lainalaisuudet vaikutelman hallinnasta pätevät edelleen, mutta teokseen syvemmin perehtyessä voi huomata, että osa hänen esimerkeistään eivät ole sellaisenaan nykyaikaan sovellettavia.

2.5. Ensivaikutelma osana vaikutelmaa

Ensivaikutelman muodostuminen alkaa jo siitä hetkestä, kun toisilleen tuntemattomat ihmiset havaitsevat toisensa ensi kertaa, usein jo paljon ennen varsinaista kohtaamista tai ensimmäistä keskustelua. Ensivaikutelman voidaan ajatella olevan onnistunut tai hyvä, mikäli henkilö ilmentää sen avulla yleisesti pidettyjä piirteitä, kuten luotettavuutta, ystävällisyyttä, rehellisyyttä ja älykkyyttä (Hiemstra, 1999.) Henkilön luomaa ensivaikutelmaa arvioidaan spontaanisti ja usein myös hyvin pitkälti tiedostamatta. On esitetty myös, että ensivaikutelmien arviointi on ihmisille niin luontaista, että sitä on käytännössä mahdotonta välttää (Cummings, 2011.) Ennen ensimmäistä keskustelua yksilön on mahdollista ilmaista itseään vain nonverbaalilla viestinnällä. Tämän vuoksi asennoilla, eleillä, ilmeillä ja tilankäytöllä on tärkeä rooli ensivaikutelman synnyssä. Puhuesssa sisällön lisäksi myös sillä, miten puhuu, on merkitystä. Äänenkäyttö, esimerkiksi se, kuinka nopeasti tai millä äänensävyllä puhuu, vaikuttaa keskustelukumppanille syntyvään vaikutelmaan (Hiemstra, 1999.)

Kuten jo aiemmin tekstissä on mainittu, Goffman (1959) määrittelee vaikutelman olevan yhdistelmä henkilön suoria ja epäsuoria itseilmaisuja. Tiivistetysti vaikutelma on yhdistelmä sanallista ja sanatonta viestintää, henkilön ominaisuuksia ja ulkonäköä. Hallitakseen luomaansa vaikutelmaa on siis tiedostettava sekä sanallisen että sanattoman viestinnän merkitys. On myös esitetty, että positiivista ensivaikutelmaa on helppo vahvistaa myöhemmillä positiivisilla viesteillä, kun taas negatiivisen ensivaikutelman kääntäminen positiiviseksi vaatii huomattavan paljon enemmän vaivannäköä ja positiivisia viestejä myöhemmässä vaiheessa (Cummings, 2011.) Voidaankin ajatella, että mitä positiivisemmän ensivaikutelman henkilö onnistuu luomaan, sitä helpompaa on tämän vaikutelman ylläpitäminen myöhemmässä vuorovaikutuksessa.

Ensivaikutelmaa ja vaikutelmaa käytetään joskus toistensa synonyymeina, mutta koemme tarpeelliseksi erottaa ne tässä tutkimuksessa erillisiksi termeiksi. Ensivaikutelman voidaan ajatella olevan ensikohtaamisessa syntyvä, pääosin nonverbaalisiin viesteihin ja henkilön ominaisuuksiin nojaava nopea päätelmä, kun taas vaikutelmaa voidaan ajatella rakennettavan ja muokattavan pidemmän aikaa vuorovaikutuksessa samojen ihmisten kesken. Ajattelemme ensivaikutelman toimivan alkusysäyksenä henkilöstä syntyvän vaikutelman muodostumiselle. Pyrimme tutkimuksellamme selvittämään sitä, millaisilla viestintäteoilla positiiviseen vaikutelmaa luodaan. Uskomme, että tietoisella viestinnällä on mahdollista kehittää omaa vaikutelmaansa myönteiseen suuntaan ja näin ollen vaikuttaa työhaastattelun lopputulokseen.

Rimondini ynnä muut (2019) ovat aikaisemmin tutkineet ensivaikutelmaa viestinnän näkökulmasta potilas-lääkärisuhteessa. Tämän kvantitatiivisen tutkimuksen mukaan silloin, kun ensivaikutelma arvioitiin positiiviseksi myös lääkäreiden yleisen suoriutumisen arvioinnin keskiarvo oli merkittävästä korkeampi kuin ensivaikutelman ollessa negatiivinen. Yhteenvedona voidaan todeta, että ensivaikutelma vaikuttaa voimakkaasti lääkäreiden viestinnästä muodostuvaan myönteiseen tai kielteiseen arvioon ja voi siten joko helpottaa tai vaikeuttaa muuta vuorovaikutusta (Rimondini ym., 2019.) Tämä tutkimus antaa aihetta pohtia, voisiko ensivaikutelmalla olla vastaavanlainen merkitys työhaastatteluissa. Voiko haastattelijoiden arvio työnhakijan ensivaikutelmasta vaikuttaa hakijasta muodostuvaan kokonaisarvioon?

3 TYÖHAASTATELUN VUOROVAIKUTUS TEORIAN NÄKÖKULMASTA

3.1 Expectancy violations theory

Judee Burgoonin odotusten vastaisuuden teorian eli EVT:n (1978) mukaan odotukset vuorovaikutustilanteista vaikuttavat merkittävästi valittuihin vuorovaikutustapoihin, vaikutelmiin muista sekä vuorovaikutustilanteen tuloksiin. Odotukset tarkoittavat teoriassa sitä, mitä yleisesti oletetaan tai toivotaan tapahtuvan tietyssä vuorovaikutustilanteessa (Burgoon, 1978). Omassa tutkimuksessamme tutkimme odotuksia yhtenä työhaastattelun viestintään vaikuttavana osa-alueena. Kiinnitämme huomiota ennen kaikkea siihen, millaisia odotuksia ihmisillä on työhaastatteluiden viestinnästä, joita kartoitammekin Likertin asteikolla. Oletamme, että teoriaa hyödyntämällä löydämme ratkaisun yhteen tutkimuskysymykseemme eli siihen, miten odotukset vaikuttavat vaikutelman muodostumiseen ja arviointiin työhaastattelussa. Ymmärtämällä ensin, millaisia odotuksia työhaastattelutilanteelle asetetaan ja minkälaiset odotusten rikkomukset tulkitaan positiivisesti ja negatiivisesti, olemme lähempänä vastausta tutkimusongelmamme kysymykseen siitä, millainen viestintä vahvistaa hyvää vaikutelmaa.

EVT:n (Burgoon, 1978) mukaan odotusten muotoutumiseen vaikuttavat ainakin ympäristö, ihmissuhteeseen liittyvät tekijät ja viestijän ominaisuudet. Ympäristön vaikutus odotuksiin selittyy ennen kaikkea kulttuurisilla normeilla eli sillä, että eri kulttuureissa on kehittynyt erilainen tapa toimia eri tilanteissa (Burgoon, 1978.) Burgoon on vakuuttunut, että kaikilla kulttuureilla on samanlainen rakenne odotetusta viestintäkäytöksestä, mutta näiden odotusten sisältö voi vaihdella suuresti eri kulttuurien välillä. Samankaltaisuus, ennalta tunteminen ja toisesta pitäminen ovat puolestaan ihmissuhteeseen liittyviä tekijöitä, jotka luovat odotuksia vuorovaikutukselle. Viimeisenä selittävänä tekijänä tietynlaisten odotusten syntymiselle on viestijän ominaispiirteet. Demografisilla tekijöillä, kuten iällä, sukupuolella ja syntymäpaikalla on vaikutusta, mutta vielä suurempi merkitys on persoonallisilla tekijöillä, kuten fyysisellä ulkonäöllä, persoonallisuudella sekä ominaisella viestintätavalla (Burgoon, 1978.) EVT:ssa (Burgoon, 1978) sekä Goffmanin (1959) käsityksessä vaikutelmien hallinnasta on omat yhtymäkohtansa, sillä molemmat käsittävät viestijän persoonallisten piirteiden ja ympäristön olevan osatekijöitä odotusten ja vaikutelmien muodostumisessa.

Vuorovaikutustilanteelle asetettujen odotusten rikkominen on merkittävässä roolissa Burgoonin (1978) teoriassa. Mikäli vuorovaikutuskumppani rikkoo tilanteelle asetettuja odotuksia, käynnistyy viestien vastaanottajassa eräänlainen kognitiivinen vaste. Ensinnäkin vastaanottaja pyrkii päättelemään, mistä odotusten rikkominen johtuu. Toiseksi hän arvioi rikkomuksen tarkoituksen olevan joko positiivinen tai negatiivinen. Burgoon (1978) käyttää käsitettä *violation valence*, josta käytämme tässä tutkimuksessa nimitystä viestinnän loukkaavuuden arvio, kuvailemaan sitä, miten arvotamme odottamattoman käytöksen (Burgoon, 1978.) Osalla odotusten vastaisista teoista on yksiselitteinen merkitys, kuten sopimattomalla kielenkäytöllä voi olettaa olevan negatiivinen merkitys työhaastattelussa. Osa odotusten vastaisista teoista voi kuitenkin saada positiivisen merkityksen tai niitä pidetään merkitykseltään epäselvinä. Teoria olettaa, että positiivisesti tulkittava odotusten vastainen teko johtaa vuorovaikutuksen parempaan lopputulokseen kuin vastapuolen odotuksia täysin mukaileva vuorovaikutus. Puolestaan negatiivisesti tulkittava odotusten vastainen teko johtaa vuorovaikutuksen kokonaisarviota huonommaksi kuin kokonaisarvio olisi ollut vastapuolen odotuksia täysin mukailtaessa (Burgoon, 1978.) Kysymys kuuluukin, milloin on tarkoituksenmukaista pyrkiä vastaamaan vastapuolen odotuksia ja milloin niistä tulisi puolestaan poiketa.

Ei-yksiselitteisten viestintätekojen tulkintaan vaikuttaa lisäksi *communication reward valence*, josta käytetään tässä tutkimuksessa nimeä viestinnän palkitsevuuden arvio. Se muodostuu jokaisen ihmisen persoonallisista ominaisuuksista, jotka vaikuttavat siihen, missä määrin koemme vuorovaikutuksen heidän kanssaan palkitsevaksi (Burgoon, 1978.) Nämä persoonalliset ominaisuudet voivat olla positiivisia tai negatiivisia, joten viestinnän palkitsevuuden arvio onkin niiden summa. Lisäksi se on arvio siitä, voiko vuorovaikutuskumppani mahdollisesti hyödyttää tai aiheuttaa haittaa tulevaisuudessa (Burgoon, 1978.) Yleisesti ihmiset, jotka ovat viehättäviä, asiantuntevia tai vaikutusvaltaisia, omaavat korkeamman viestinnän palkitsevuuden arvion (Burgoon, 1978.)

Rekrytointitilanteessa tämä voisi tarkoittaa sitä, että asiantuntevamman työnhakijan odotusten vastainen ele tulkittaisiin todennäköisemmin positiivisesti kuin mitä sama odotusten vastainen ele tulkittaisiin ei niin pätevän työnhakijan eleenä. Tässä tutkimuksessa oletammekin, että työnhakijalla on yleisön arvostus puolellaan, mikäli hän on luonut itsestään hyvän vaikutelman haastattelijoille. Tällöin odotusten vastaista viestintäkäyttäytymistä

tulkittaisiin mahdollisesti positiivisesti. Kuten olemme todenneet, työhaastattelussa molemmilla osapuolilla on omat tavoitteensa, johon he pyrkivät vuorovaikutuksellaan (Kauhanen, 2012). Todennäköisesti vuorovaikutustilanteessa, jota leimaa näin vahvasti tavoitteellisuus, odotusten rikkomisen tarkoituksena pidetään helposti tavoitteisiin pääsemistä. Burgoonin (1978) verratessa viestinnän palkitsevuuden ja viestintäsuhteen odotusten loukkaavuuden arvioita käy ilmi, että yleisimmin itse rikkomuksen luonteella on suurempi merkitys kuin sillä, millainen rikkomuksen tekevä henkilö on persoonallisilta ominaisuuksiltaan (Burgoon, 1978.) Toisin sanoen viestintäsuhteen odotusten loukkaavuuden arvio merkitsee viestinnän palkitsevuuden arviota enemmän tilanteissa, kun rikkomuksen tarkoitus on yksiselitteinen.

3.2 Elaboration likelihood model

Richard Petty ja John Cacioppon (1986) mukaan suostuttelevia viestejä käsitellään kahdella vaihtoehdoisella tavalla, eli kahta eri reittiä pitkin: joko keskittyen todeksi tiedettyihin, järjellä perusteltaviin asioihin tai vaihtoehdoisesti toissijaisiin vihjeisiin, kuten puhujan miellyttävyyteen ja uskottavuuteen. Elaboration likelihood model, lyhennettynä ELM, pyrkii selvittämään parhaat keinot kummankin vaihtoehdoisen reitin aktivoimiseksi ja suostuttelevan viestin hyväksymiseksi (Petty & Cacioppo, 1986) Työhaastattelussa suostuttelevia viestejä esittävät sekä hakija että haastattelijat, mutta tässä tutkimuksessa keskitymme tarkastelemaan työnhakijan antamia vihjeitä, joita haastatteleva osapuoli arvioi. Työnhakija pyrkii suostuttelevilla viesteillään osoittamaan rekrytoijalle, että hänet kannattaisi valita haettavaan työtehtävään.

Järkiperusteista päätöksentekoprosessia kuvataan termillä keskeinen reitti ja vaihtoehdoista prosessia nimellä toisarvoinen tai perifeerinen reitti. Käsitelläkseen suostuttelevan viestin keskeisen reitin kautta tulkitaan järkiperusteiset faktat, jotka asiasta tiedetään, ja arvioidaan eri valintojen seurauksia niihin pohjautuen. Keskeisen reitin arviointi vaatii keskittymistä, kognitiivisia ponnisteluja ja huolellista pohdintaa. Keskeisen reitin hyödyntäminen suostuttelevan viestin käsittelyssä on kuitenkin niin työlästä ja aikaa vievää, että suurin osa kohdatuista viesteistä ja ongelmista käsitellään vähemmällä intensiteetillä ja siten perifeerisen reitin turvin. Kuitenkin usein kaikkein tärkeimmät viestit punnitaan tarkemmin,

ja niiden arvioinnissa otetaan huomioon laajemmin eri tekijöitä kuin sellaisen viestin arvioinnissa, jota pidetään vähemmän tärkeänä (Petty & Cacioppo, 1986.)

Suostuttelevan viestin käsitleminen keskeisen reitin kautta on todennäköisempää silloin, kun ympäristö on häiriötön ja näin ollen mahdollistaa täyden keskittymisen käynnissä olevaan tilanteeseen (Petty & Cacioppo, 1986). Työhaastattelulle pyritään yleensä järjestämään rauhoitettu ympäristö, ja voimmekin olettaa, että työhaastattelutilanteen ollessa etukäteen suunniteltu, tukee se viestien käsittelyä keskeisen reitin kautta. Työhaastattelun viitekehukseen sijoitettuna voidaan ajatella henkilön aiemman työkokemuksen, koulutuksen ja muiden ansioiden olevan keskeisen reitin vihjeitä. Nämä keskeisen reitin vihjeet täytyy työnhakijan tuoda esille kertomalla niistä suullisesti tai esittelemällä aiempia työ- ja koulutustodistuksia. Osaaminen ei siis suoranaisesti käy esille vaikutelmasta. Työhaastatteluun on kuitenkin varattu vain rajallinen aika, mikä voi osaltaan vaikuttaa siihen, kuinka hyvin haastattelija kykenee paneutumaan työnhakijan pätevyyden osoittamiseksi esiteltyjen todistusten ja muiden ansioiden käsittelyyn (Kauhanen, 2012).

Suostuttelevan viestin käsittely perifeerisen reitin kautta tarjoaa oikopolun viestin hyväksymiseen tai hylkäämiseen. Perifeerisen reitin käsittely ei vaadi keskeisestä reitistä poiketen keskittymistä ja pohdintaa, vaan päätökset tehdään nopeasti ilman laajaa kognitiivista käsittelyä. Perifeerisen reitin vihjeet poikkeavat usein selkeästi keskeisen reitin vihjeistä: päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi sosiaaliseen ympäristöön liittyvät tekijät, kuten vuorovaikutuskumppanin luoma paine, tai suostuttelevan viestin esittäneen henkilön persoonalliset ominaisuudet, jonka perusteella viestin käsittelijä saattaa pitää häntä uskottavana (Petty & Cacioppo, 1986.)

Henkilöstä syntyvä vaikutelma tarjoaa mahdollisuuden muodostaa nopeita tulkintoja vuorovaikutuskumppanista muun muassa ulkoisen olemuksen perusteella. Siksi voidaankin ajatella, että tehtäessä päätelmiä muodostuneen vaikutelman perusteella, viestiä käsitellään perifeerisen reitin kautta. On kuitenkin huomioitava, että viestejä harvoin käsitellään jyrkästi vain jommankumman reitin avulla, vaan usein suostuttelevan viestin arviointi perustuu sekä keskeisen että perifeerisen reitin vihjeisiin (Petty & Cacioppo, 1986). Pettyn ja Cacioppon mukaan tapa käsitellä viestejä on yksilökohtainen, joten myös työhaastatteliijoilla on mitä

luultavimmin omat taipumuksensa painottaa joko perifeeristä tai keskeistä reittiä tulkitessaan hakijan viestejä. Kuten aiemmin todettua, sekä haastattelijalla että työnhakijalla on yleensä työhaastatteluun kohdistuvia odotuksia (Kauhanen, 2012), ja voidaankin olettaa myös yksilön odotusten olevan yhteydessä siihen, kuinka suostuttelevia viestejä arvioidaan. ELM (Petty & Cacioppo, 1986) tarjoaa mielenkiintoisia lähtökohtia vaikutelman viestinnällisen vahvistamisen tutkimiseen. Uskomme, että sekä osaamisella että vaikutelmalla on merkitystä työnhakijan arvioinnissa suhteessa työtehtävään. Tässä tutkimuksessa keskitymme pääosin perifeeriseen reittiin tutkiessamme työhaastattelijoiden suhtautumista työnhakijoihin, sillä uskomme sen tarjoavan paremman näkökulman nimenomaan vaikutelman käsittelyyn.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tässä luvussa käsittelemme tutkimuksen toteuttamista. Tutkimuksemme pureutuu siihen, millaista viestintää hyödyntämällä työnhakija luo hyvän kuvan itsestään työhaastattelussa. Toivomme tutkimustulostemme hyödyttävän työnhakijoita lisäämällä ymmärrystä vaikutelman merkityksestä työpaikan saamisen kannalta sekä ohjaamaan haastattelijoihin kiinnittämään huomiota siihen, millaisen merkityksen he antavat haastateltavasta syntyvälle vaikutelmalle. Pyrimme löytämään ratkaisun siihen millainen verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä johtaa vuorovaikutustilanteen onnistumiseen tai epäonnistumiseen. Täten tutkimuksemme sijoittuu sosiopsykologisen viestinnän tutkimustradition piiriin.

Seuraavaksi esittelemme tutkimusongelman sekä -kysymykset, joiden avulla pyrimme vastaamaan tutkimusongelmaan. Kuvailimme tarkemmin myös aineiston keruussa ja analysoinnissa käytettyjä menetelmiä.

4.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Avoimien työpaikkojen määrä on polarisoitunut palkkatasoltaan molempiin ääripäihin (Mitrunen, 2013; Krogerus, 2019) eli keskipalkkaisista työpaikoista käydään kovaa kilpailua nyky-yhteiskunnassa. Lisäksi koronapandemia on johtanut muutoksiin työnteossa ja siirtoihin työtehtävästä toiseen (Sutela & Pärnänen, 2021). Työmarkkinoiden kohdatessa tällaisia muutoksia, työntekijät saattavat löytää itsensä hakemasta uutta työtehtävää. Työmarkkinoilla henkilöstövalinnat tehdään yleisimmin haastatteluiden avulla (Kauhanen, 2012). Onkin

mielenkiintoista pohtia sitä, miten tämän lyhyen vuorovaikutustilanteen aikana haastattelijat muodostavat mielipiteen siitä, soveltuuko kyseinen työnhakija avoimna olevaan työtehtävään.

Vaikutelman hallinnan avulla työnhakija pyrkii luomaan itsestään mahdollisimman positiivisen mielikuvan haastattelijoilleen työpaikan saamiseksi (Rosenfeld, 1997). Esimerkiksi, aiempi tutkimus (Jokinen & Sieppi, 2018) on osoittanut, että monet Suomessa tarjottavat työtehtävät edellyttävät hyviä sosiaalisia taitoja, jolloin hakijalle olisi eduksi välittää vaikutelmaa hyvästä sosiaalisesta osaamisestaan. Kuitenkaan työnhakijan vaikutelman hallintaa ei ole aiemmin tutkittu haastattelijoiden näkökulmasta arvioimalla sitä, millainen vaikutelma haastattelijoille syntyy hakijasta. Tällä tutkimuksella olemme kiinnostuneet saavuttamaan tietoa siitä, millaista viestintää hyödyntämällä hakija luo itsestään hyvän vaikutelman hänen kanssaan vuorovaikuttaville haastattelijoille. Tutkimusongelmaamme perehtyessä, haluamme saavuttaa konkreettisia vastauksia siitä, millaisella viestinnällä yksilö luo ja välittää itsestään mahdollisimman hyvän vaikutelman. Tutkimusongelmamme tässä tutkimuksessa on:

Millaista viestintää hyödyntämällä työnhakija luo hyvän vaikutelman itsestään haastattelussa?

Ongelmaan pureudutaan kolmen tutkimuskysymyksen avulla. Ensimmäinen tutkimuskysymyksemme keskittyy siihen, miten viestintään kohdistuvat odotukset vaikuttavat haastattelijoiden tulkintaan työnhakijan vaikutelmasta. Molempien työhaastattelun osapuolten pyrkiessä tavoitteisiinsa (Kauhanen, 2012) vallitsee haastattelussa paljon rooleihin ja valtasuhteisiin liittyviä odotuksia (Toiviainen, 2021). Haluamme tällä tutkimuskysymyksellä selvittää sitä, minkälaisia odotuksia rekrytoijilla on koskien työhaastattelun vuorovaikutusta sekä sitä, miten näiden odotusten mukaan viestiminen tai niiden rikkominen vaikuttaa osaltaan haastattelun lopputulokseen.

K1 Miten odotukset työhaastatteluiden viestinnästä muokkaavat vaikutelman tulkintaa?

Toisen tutkimuskysymyksemme avulla tarkastelemme sitä, minkälainen merkitys viestinnällä on hakijan luoman vaikutelman arvioinnissa. Tällä tutkimuskysymyksellä pyrimme selvittämään, minkälainen yhteys viestinnällä on vaikutelman rakentumisessa verrattuna muihin hakijan pätevydestä viestiviin tekijöihin, kuten opinto- ja työtodistuksiin. Kysymyksen

asettelulla pyrimme osoittamaan, että tutkimme hakijan luoman ensivaikutelman arviointia nimenomaan haastattelijoiden näkökulmasta, sillä haluamme analysoida viestintää inter- eikä intrapersoonallisesti.

K2 Millainen merkitys työnhakijan viestinnällä on hänen luomansa vaikutelman arvioinnissa?

Kolmas tutkimuskysymyksemme pyrkii selvittämään, miten työnhakija hyötyy hyvän vaikutelman luomisesta työhaastattelussa. Tällä tutkimuskysymyksellä pyrimme ymmärtämään, millainen yhteys on työnhakijasta välittyvällä vaikutelmalla ja työhaastattelun lopputuloksella eli sillä, saako hakija havittelemansa työpaikan. Eli miten hakijan luoma vaikutelma mahdollisesti parantaa tai heikentää hänestä haastattelijalle syntyvää mielikuvaa tämän pätevydestä suhteessa haettavaan työtehtävään.

K3 Miten työnhakija hyötyy hyvän vaikutelman luomisesta työhaastattelussa?

4.2 Aineistonkeruu

Tutkimus on laadullinen tutkimus, jonka tutkimusaineiston hankinnassa on hyödynnetty kahta menetelmää: puolistrukturoitua teemahaastattelua sekä Likertin asteikkoa. Yhdistämällä näitä menetelmiä parannamme tutkimuksen luotettavuutta.

Keräämme tutkimusaineiston puolistrukturoidulla haastattelulla, minkä avulla toivomme saavamme haastateltavilta kattavia vastauksia tutkimuskysymyksiimme. Pyrimme valitsemaan haastattelukysymyksemme niin, etteivät ne muotoilullaan ohjaa haastateltavia vastaamaan tietyllä tavalla. Haastattelun ohella hyödynnämme Likertin asteikon mukaista kyselylomaketta. Tällä pyrimme selvittämään haastateltavien näkemyksiä siitä, millainen työhaastattelu on vuorovaikutustilanteena ja näin saavuttaa tietoa tutkimuksen lähtökohdista. Haastateltavia oli yhteensä viisi, joista kaikki olivat viestinnän alan koulutuksen saaneita ja työskentelevät nyt rekrytoinnin työtehtävissä. Kaikki haastateltavamme työskentelevät eri yrityksissä. Epäselvyyksien välttämiseksi käytämme tuloksia raportoivassa osuudessa kaikista tutkimukseen osallistuneista sanaa *rekrytoija*.

Likertin asteikko on järjestysasteikollinen mittari, jossa vastaaja valitsee nimetyistä portaista sen, joka hänen mielestään vastaa eniten esitettyyn kysymykseen. Keskeistä on, että mittari on portaikon määrältään pariton, jotta keskimäinen vaihtoehto on neutraali. Siten vältetään pakkovastaamisen ongelma ja vähennetään riskiä tutkimustulosten vääristymisestä (Valli, 2015.)

Tässä tutkimuksessa Likertin asteikon vastausvaihtoehdot ovat samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä. Käytämme asteikkoa hahmottamaan yleisiä odotuksia työhaastatteluiden vuorovaikutuksesta. Mittaria hyödyntämällä hahmotamme esimerkiksi, onko viestintä haastattelijoiden odotusten mukaan symmetristä vai enemmänkin epäsymmetristä. Valitsimme Likertin asteikon sen selkeyden sekä laajojen vastausvaihtoehtojen vuoksi. Lisäksi tarjosimme mahdollisuuden perustella Likertin asteikon mukaista valintaa muutamalla sanalla. Kyselylomakkeen lopussa meillä oli yksi avoin kysymys, jossa pyydettiin kuvailemaan työhaastattelulle tyypillistä viestintää muutamalla adjektiivilla.

4.3 Analyysimenetelmä

Haastatteluaineiston käsittelyyn käytimme temaattista analyysia. Se on analyysimenetelmä, jonka avulla aineistoa jäsenellään teemoittain ja siitä pyritään nostamaan esiin ne kohdat, joilla katsotaan olevan merkitystä tutkimusongelman kannalta (Braun & Clarke, 2006). Temaattisen analyysin avulla aineisto saadaan järjesteltyä kaikkine yksityiskohtineen, jolloin voidaan olla varmoja, ettei mitään olennaista jää pois lopullisesta tutkimuksesta. Lisäksi temaattisen analyysin avulla haastatteluiden väliset yhteneväisyydet ja poikkeamat ovat helppoja havaita (Valli & Aaltola, 2018.)

Aloitimme lukemalla keräämämme ja litteroimamme aineiston läpi useaan kertaan. Aineistoa läpikäydessämme työskentelimme itsenäisesti järjestellen aineistoa tutkimuskysymystemme mukaisesti. Ennen analyysin aloittamista sovimme yhdenmukaisista työskentelytavoista ja näin ollen itsenäisestä työskentelystä huolimatta tapamme tulkita aineistoa oli yhtenäinen. Raakadatan läpikäymisen tukena käytimme värikoodausta, jonka avulla erittelimme aineistosta esiin nousevia teemoja siten, että tietty väri edusti aina tiettyä teemaa. Konsultoimme toisiamme tekemistämme havainnoista säännöllisin väliajoin ja tarkastimme toistemme havainnot. Peilasimme havaintojemme hyödyntämäämme teoriaan ja aiempaan

tutkimukseen, mikä auttoi löydöstemme relevanttiuden arvioinnissa. Aineiston käsittely tällä tavoin itsenäisesti kahden tutkijan tutkielmassa löytämiemme tulosten luotettavuutta. Käytimme tähän työvaiheeseen huomattavasti aikaa yllä kuvattujen vaiheiden vuoksi.

Analyysin avulla keräämämme kokonaisuudet käsittelivät tutkimuskysymystemme mukaisesti työhaastatteluun liittyviä odotuksia ja niiden rikkomista, vaikutelman arviointia sekä hakijan viestintää osana vaikutelmaa. Temaattisen analyysin avulla löysimme haastatteluaineistosta selkeitä yhteneväisyyksiä, joiden avulla saavutimme paremman ymmärryksen siitä, kuinka hakijan vaikutelma muodostuu työhaastattelussa ja millainen rooli viestinnällä on sen synnyssä. Poimimme aineistosta myös sitaatteja, joita tulkitsemalla tutkimuksessa päästään syvemmälle rekrytoijien näkemyksiin työhaastatteluista ja viestinnästä.

Kuten aiemmin mainittua, keräsimme tutkimusaineistomme kahdella eri menetelmällä. Kyselylomakkeen sanallisten vastausten analyysiin sovelsimme temaattista analyysia, sillä koimme saman analyysimenetelmän selkeyttävän aineiston käsittelyä ja antavan luotettavampia tuloksia. Likertin asteikon avulla saadusta tiedosta muodostettiin havainnollistavia kuvaajia, joiden avulla pyrimme laajentamaan ymmärrystä rekrytoijien odotuksista koskien työhaastattelutilannetta.

5 TULOKSET

Tässä luvussa esittelemme tutkimuksemme tulokset. Tulokset on jaoteltu kolmeen alalukuun kolmen tutkimuskysymyksen mukaisesti. Ensimmäisenä tarkastelemme työhaastatteluun liittyviä odotuksia, niiden muodostumista ja rikkomista. Seuraavaksi esittelemme tuloksemme liittyen viestinnän merkitykseen vaikutelman rakentumisessa ja arvioinnissa. Tulosten viimeinen osio käsittelee sitä, miten työnhakija hyötyy hyvän vaikutelman luomisesta.

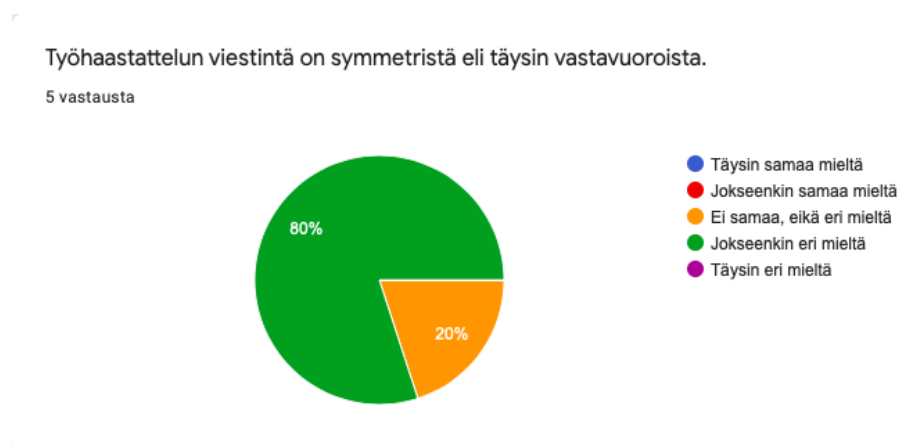
5.1 Työhaastattelun vuorovaikutukseen liittyvät odotukset

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että rekrytoijilla on odotuksia siitä, millaista hakijan viestintä on työhaastattelussa. Esittelemme tässä alaluvussa työhaastatteluun liittyviä yleisiä odotuksia, työnhakijan viestintään kohdistuvia odotuksia sekä odotuksia työhaastattelussa käsiteltävistä puheenaiheista. Erityisesti tämän alaluvun tulokset pohjaavat sekä laadulliseen

että määrälliseen analyysiin – siten kappaleessa vuorottelee molempien tapojen mukainen tulosten käsittely. Lopuksi esittelemme tuloksemme liittyen odotusten rikkomiseen ja rikkomusten merkitykseen työhaastattelussa.

5.1.1 Työhaastatteluun liittyvien odotusten muodostuminen

Tämän tutkimuksen tulokset kertovat, että työhaastattelun vuorovaikutukseen liittyvät odotukset muodostuvat suhteessa yrityskulttuuriin. Lisäksi rekrytoijilla on henkilökohtaisia, keskenään eriäviä, taipumuksia painottaa tiettyjen asioiden merkittävyyttä työhaastattelussa, mikä luo myös tietynlaisia odotuksia haastattelulle. Täten tutkimukseen osallistuneiden rekrytoijien odotukset työnhakijoiden ja työhaastatteluiden viestinnästä vaihtelevat. Jokaisen tutkimukseen osallistuneen rekrytoijan vastauksissa korostui se, että he odottavat vuorovaikutuksellisuutta tai vastavuoroisuutta työnhakijan tai yleisesti työhaastattelun viestinnältä. Lisäksi vastauksissa painottui, että työhaastattelun vuorovaikutuksellisuus on aina molempien osapuolien vastuulla. Kuitenkaan kukaan rekrytoijista ei Likertin asteikon mukaan kuvaillut työhaastatteluiden viestintää täysin vastavuoroiseksi, vaan viestintä koettiin enemmän asymmetrisenä (ks. kuvio 1).



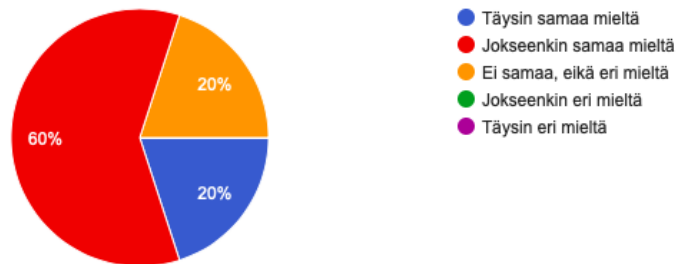
Kuvio 1 Rekrytoijat eivät pidä työhaastattelun viestintää symmetrisenä eli vastavuoroisena.

Tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat asettavat työhaastattelun viestinnälle odotuksen viestinnän symmetrisyydestä, mutta mieltävät samaan aikaan viestinnän olevan työhaastattelutilanteessa enemmän asymmetristä kuin symmetristä. Tätä odotusten ja todellisuuden välistä ristiriitaa selitettiin seuraavasti:

“Tilanteessa vallitsee jonkinlainen valtasuhde, joten täyttää tasavuoroisuutta ei välttämättä haeta. Haastattelijalla on vetovastuu tilanteesta, mutta silti pyritään siihen, että myös haastateltava pääsee osallistumaan ja kysymään kysymyksiä” (H5).

Tutkimukseen osallistuneiden rekrytoijien vastauksissa työhaastatteluun kohdistuvista odotuksista korostuivat avoimuus, asiallisuus, ja jännittyneisyys. Viestinnän asiallisuuteen pääsemme pureutumaan tarkemmin Likertin asteikon tulosten avulla (ks. kuvio 2). Kuvioista ilmenee, että tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat mieltävät työhaastattelun viestinnän asialliseksi. Suurin osa rekrytoijista on valinnut vaihtoehdon *jokseenkin samaa mieltä*, mikä kertoo kuitenkin siitä, ettei viestinnän asiallisuus ole täysin yksiselitteistä.

Työhaastattelun viestinnän tulee olla asiallista.
5 vastausta



Kuvio 2 Rekrytoijat mieltävät työhaastattelun viestinnän pääsääntöisesti asialliseksi.

Tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat täsmensivät, ettei työnhakijan asiallinen vuorovaikutus sulje pois vuorovaikutuksen rentoutta. Työnhakijat saattavat usein väärinymmärtää oletuksen työhaastatteluiden asiallisuudesta niin, että tämä aspekti dominoisi työhaastatteluiden viestintää siten, ettei esimerkiksi kevyille keskustelunaiheille tai tunteellisuudelle olisi sijaa.

“Asiallisuus näkyy sanavalinnoissa, aiheissa ja tyyliässä, mutta samalla asiallisuus ei tarkoita jäykkyyttä.”
(H5)

Lisäksi työhaastattelutilanteen vuorovaikutukselta odotetaan hyvään dialogiin pääsemistä, keskinäisen luottamuksen rakentamista sekä sitä, että viestintä keskittyy haettavan työtehtävän kannalta olennaisiin aiheisiin. Kaikki tutkimukseen osallistuneista rekrytoijista olivat sitä mieltä, että työhaastattelu edellyttää valmistautumista työnhakijalta.

Työnhakijan nonverbaaliselta viestinnältä rekrytoijat odottavat lähinnä tilanteeseen sopivaa käytöstä. Tässä tutkimuksessa tilanteeseen sopiva käytös ymmärretään vuorovaikutustilanteelle asetettujen odotusten noudattamisena. Oman motivaation, kiinnostuksen ja läsnäolon osoittaminen myös nonverbaalilla viestinnällä nähdään tärkeänä. Kolme viidestä rekrytoijasta mainitsivat, ettei työnhakijan normaalilla jännittyneisyydellä ole merkitystä, sillä se on ymmärrettävää työhaastattelutilanteen luonteen takia.

Tutkimuksen tulokset kertovat, että työnhakijan verbaaliselta viestinnältä odotetaan ennen kaikkea työtehtävän kannalta oleellisissa asioissa pysymistä. Lisäksi työnhakijan viestintään liittyvistä odotuksista korostuu erityisesti se, ettei työnhakijan verbaalinen viestintä saa olla liian ennalta harjoiteltua, mikä näkyisi esimerkiksi ennalta opeteltuina fraaseina tai puheenvuoroina. Liiallisen ennalta harjoittelun ilmeneminen rekrytoijille kielisi siitä, ettei työnhakijan vuorovaikutusosaaminen välttämättä ole yhtä korkealla tasolla luonnollisissa vuorovaikutustilanteissa. Työnhakijan tulisi olla myös mahdollisimman rehellinen ja läsnä tilanteessa vastatessaan rekrytoijien kysymyksiin. Omaan osaamista olisi hyvä pystyä perustelemaan esimerkein.

“...ne on ne, esimerkit, et jos osaa niitä varsinkin nostaa proaktiivisesti, niin kyllä ne on tosi kiinnostavia ja auttaa todella paljon hahmottamaan sitä et mikä se ihmisen työskentelytyyli on ja miten se saa asioita aikaan ja kuinka innovatiivisesti se ajattelee.” (H4)

Tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat toivat esille, että laki asettaa jonkinlaiset raamit sille, mistä aiheista työhaastatteluissa voidaan keskustella. Yleisesti he olivat sitä mieltä, että työnhakija pystyy vuorovaikutuksessa haastattelihoita vapaammin määrittelemään, kuinka henkilökohtaisista aiheista haluaa puhua työhaastattelun aikana. Sopivina puheenaiheina rekrytoijat pitivät työtehtävän kannalta oleellisia asioita, kuten työnhakijan kokemusta, osaamista ja motivaatiota. Vaikka itsestään kertominen esimerkkien avulla on toivottavaa, työnhakijan ei ole suotavaa rönsyillä puheessaan tai kertoa kauas menneisyyteen sijoittuvista tapahtumista, joilla ei ole merkitystä nykyhetken tai tulevaisuuden työssä pärjäämiselle. Lisäksi tutkimuksen tulokset kertovat, että rekrytoijat eivät pidä sopivina sellaisia puheenaiheita, jotka rikkovat yleisiä normeja.

5.1.2 Työhaastatteluun liittyvien odotusten rikkominen

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että odotusten rikkominen tulkitaan tilannekohtaisesti sekä organisaation yrityskulttuuri huomioiden, joko positiivisesti tai negatiivisesti. Odotusten vastaisia tekoja tunnistettiin paljon.

Jokainen tutkimukseen osallistunut rekrytoija mainitsi positiivisina odotusten vastaisina tekoina työnhakijan onnistumisen jollain viestinnän osa-alueella, kuten oman osaamisen sanoittamisessa, ytimekkäässä vastaamisessa kysytyyn asiaan ja osallistumisessa tarkoituksenmukaisen vuorovaikutuksen eteenpäin kuljettamiseen. Sen lisäksi, että viestintäosaamista arvioidaan yhtenä kriteerinä työnhakijan pätevyydestä viestinnän osaamista vaativassa tehtävässä, se kertoo myös yleisesti työnhakijan valmiuksista pärjätä työelämässä.

“...osoittaa asiantuntijuuttaan tuomalla jonkun uuden ulottuvuuden siihen tai vähän niinkun haastamalla meitä hyväl tavalla ja se on semmonen viestintäteko mikä useesti osoittaa sit sellasta maturiteettiä.” (H4)

Positiivisina odotusten rikkomuksina mainittiin myös työnhakijan onnistumiset asioissa, jotka rekrytoijat kokemuksensa pohjalta tietävät työnhakijoille vaikeiksi. Onnistuminen harvinaisella osa-alueella erottaa työnhakijan helposti muista ja saattaa kieliä hakijan erityisestä valmiudesta pärjätä työelämässä. Tämän tutkimuksen tulokset kertovat, että rekrytoijat tunnistavat työnhakijoille haastavaksi sanoittaa omaa osaamistaan sekä näyttää ulospäin motivaatiotaan haettavaa työtehtävää kohtaan. Onnistuakseen työnhakijan tulisi pystyä kertomaan jokin mieleenpainuva esimerkki, jonka avulla rekrytoijille jäisi kirkas käsitys työnhakijan osaamisesta tai motivaatiosta.

Tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat tunnistivat negatiivisiksi odotusten vastaisiksi teoiksi työnhakijan liiallisen itsestä kertomisen tai toisaalta kyvyttömyyden itsestä kertomiseen. Myös negatiivinen puhe koskien eri ihmisryhmiä, aiempia työnantajia tai jopa haettavan työtehtävän organisaatiota tunnistettiin odotusten vastaiseksi teoksi. Lisäksi he pitivät yleisten käytöstapojen ja normien rikkomista yksimielisesti negatiivisesti tunnistettavana rikkomuksena.

“Jos se rikkoo jotain yleisiä hyviä käytöstapoja tai normeja, nii se ei välttämättä oo hyvä asia, ku se voi kielii siitä, ettei se ihminen tunnista, kuinka siinä tilanteessa ois hyvä toimii, jolloin jännittäis, et tunnistaisko se sit työsuhteessakaan, et kuinka toimii eri tilanteissa.” (H1)

Yksittäiset tutkimukseen osallistuneet mainitsivat myös haluttomuuden keskusteluun, haastattelijoiden kysymyksistä turhautumisen tai niistä hermostumisen ja liiallisen yhteydenpidon työhaastattelun jälkeen negatiivisesti tulkittaviksi odotusten rikkomuksiksi. Yleisesti kaikkien odotusten vastaisten tekojen tulkinnassa rekrytoijat joutuvat pohtimaan syitä odotusten rikkomuksille. Tutkimuksen tulokset kertovatkin siitä, että odotusten rikkominen negatiivisella tavalla tulkitaan mahdollisesti työnhakijan tilannetajun puutteena siitä, kuinka kussakin vuorovaikutustilanteessa kuuluisi toimia. Näin saattaa tapahtua erityisesti tilanteessa, jossa negatiiviselle odotusten rikkomukselle ei ole havaittavissa selkeää syytä.

Tutkimuksen tulokset kertovat, että yllä mainituilla työnhakijoiden viestintään kohdistuvilla odotusten rikkomuksilla on vaikutusta hakijasta muodostuvaan vaikutelmaan. Odotusten vastaiset teot vaativat työhaastattelijaa arvioimaan työnhakijasta muodostuvaa vaikutelmaa uudestaan, sillä ne viestivät hakijasta ristiriitaisesti suhteessa hänestä saatuun ensivaikutelmaan sekä tilanteelle asetettuihin odotuksiin.

“...se [odotusten rikkominen] niin ku, ravistelee sitä ennakkooajatusta, tai ravistelee sitä vaikutelmaa, se pistää katsomaa asiat jotenki toisest vinkkelistä.” (H2)

Mikäli odotusten rikkominen tulkitaan positiivisesti, se voi vaikuttaa positiivisesti myös mielikuvaan hakijan vaikutelmasta. Mikäli odotusten rikkominen tulkitaan negatiivisesti, se voi vaikuttaa negatiivisesti myöskin mielikuvaan hakijan vaikutelmasta. Tutkimukseen osallistuneet nimesivät sekä positiivisia että negatiivisia odotusten vastaisia tekoja, jotka muuttaisivat arviota työnhakijan vaikutelmasta. Esimerkiksi ehdottoman negatiivisesti tulkittavat odotusten rikkomukset voivat yksiselitteisesti muuttaa mielikuvaa hakijasta muodostuvasta vaikutelmasta.

“...epäasialliset kommentit noin niinku ylipäättää, liittyy ne sit työnantajaa tai johonki ihmisryhmää tai mihin tahansa, ni totta kai ne on nyt sit ensimmäisenä semmoset asiat mitkä keikauttaa sen mielikuvan. (H3)

Myöskin käytännönläheiset odotusten vastaiset teot saattavat vaikuttaa merkittävästi hakijan arviointiin. Erityisesti, jos haastatteluita tehdään puhelimitse tai videopalvelun välityksellä, käytännönläheiset ongelmat voivat muodostua esteeksi rekrytointiprosessin jatkamiselle. Jos työnhakijan kanssa ei päästä työhaastattelun aikana avoimeen keskusteluun joko käytännönläheisten ongelmien tai työnhakijan huonon vuorovaikutusosaamisen takia, eivät työhaastattelun tarkoituksenmukaiset tavoitteet täyty. Tällöin hakija tulee helposti hylätyksi, sillä hänestä ei ole saatu riittävästi tietoa, eikä rekrytointiprosessin jatkaminen ole siten mielekäästä.

Tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat mainitsivat myös, että odotusten rikkominen tavalla, joka muuttaa heidän rooliaan rekrytoijana, vaikuttaa heidän saamaansa vaikutelmaan työnhakijasta. Rekrytoijat kuvailivat heidän rooliinsa työhaastattelussa liittyvän tietynlaisia tehtäviä, kuten vastuu keskustelun kuljettamisesta sekä rennon ilmapiirin luomisesta. Vaikka tällaiset oletukset muodostavat tilanteelle lähtöasetelman, saattavat vuorovaikutuskumppaneiden roolit muuttua haastattelun edetessä.

“Mä oisin vaikka ihan sika positiivisesti yllättyne jos joku haastateltava niinku oikeesti kuljettais sen tunnin keskustelun.” (H2)

Eräs haastateltavista toi esille, että onnistuakseen työhaastattelussa, työnhakijan tulisi pitkälti pyrkiä pitäytymään rekrytoijien asettamissa odotuksissa. Työnhakija voi pyrkiä tunnistamaan rekrytoijan odotuksia pohtimalla, minkälaista henkilöä työtehtävään haetaan ja minkälaisia hakijoita rekrytoija yleensä kohtaa. Pääsääntöisesti odotuksia vastatessaan hakija viestittää olevansa sopiva henkilö haettavaan työnkuvaan. Kuitenkin pieni positiivinen odotusten rikkominen saattaa olla avainasemassa työnhakijan erottautumisessa muista hakijoista.

5.2 Viestinnän merkitys vaikutelman luonnissa ja arvioinnissa

Tässä alaluvussa pureudumme viestinnän merkitykseen työnhakijan luoman vaikutelman rakentumisessa ja arvioinnissa. Tulokset osoittavat, että rekrytoijat kokevat viestinnän olevan voimakkaasti yhteydessä työnhakijasta syntyvään vaikutelmaan. Ensimmäisessä alaluvussa erittelemme hyvän vaikutelman syntyyn ja rakentumiseen vaikuttavia tekijöitä. Toinen alaluku

käsittelee verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän suhdetta toisiinsa ja niiden merkitystä vaikutelman muodostumisessa.

5.2.1 Työnhakijasta välittyvän vaikutelman rakentuminen

Hyvä vaikutelma, jota työnhakijan pitäisi työhaastattelussa pyrkiä ilmentämään, on haastattelemiemme rekrytoijien mukaan useista eri viestinnällisistä tekijöistä muodostuva kokonaisuus. Piirteitä, jotka toistuivat lähes kaikkien rekrytoijien kuvauksessa hyvästä vaikutelmasta, olivat motivoituneisuus, rehellisyys sekä kiinnostuneisuus haettavaa tehtävää kohtaan. Esiin nousi myös toive siitä, että työnhakijan käsitys omista taidoista olisi realistinen ja että hän pyrki haastattelutilanteessa olemaan mahdollisimman aito oma itsensä.

Näitä positiiviseksi koettuja asioita hakija pystyy tuomaan esiin omalla viestinnällään. Haastattelemamme rekrytoijat kokivat tärkeinä asioina muun muassa työnhakijan aktiivisuuden kysymysten esittämisessä, oman osaamisen taitavan sanoittamisen sekä esimerkkien kertomisen omasta työ- tai muusta historiastaan. Hakijalta odotetaan myös tietynlaista sanavalmiutta: hänen toivotaan kuuntelevan tarkasti ja vastaavan napakasti siihen, mitä kulloinkin kysytään. Tutkimusten tulokset kertovatkin, että työnhakijan itsestä kertomisella on merkittävä rooli hänestä syntyvän vaikutelman rakentumisessa.

“...et jos osaa niit [esimerkkejä] varsinki nostaa proaktiivisesti, ni kyl ne on tosi kiinnostavia ja auttaa todella paljon hahmottamaan sitä et mikä se ihmisen työskentelytyyli on ja miten se saa asioita aikaan ja kuinka innovatiivisesti se ajattelee tai se, et siin tulee todella monta puolta esiin siinä sillan, kun osaa kertoa hyviä esimerkkejä.” (H4)

Tutkimuksen tulosten pohjalta voidaankin havaita, että rekrytoijat tarkoittavat tällä viestinnällisistä tekijöistä syntyvällä kokonaisuudella työnhakijan viestintäosaamisen korkeaa tasoa. Mitä parempi viestintäosaaminen, sitä todennäköisemmin hän onnistuu jättämään sellaisen vaikutelman, minkä toivoo itsestään syntyvän. Kaikki haastattelemamme rekrytoijat kuvailivat vaikutelman kehittyvän haastattelun aikana. Esimerkiksi työhaastattelutilanteen luoman jännityksen raukeaminen haastattelun edetessä voi johtaa siihen, että työnhakija vapautuu kertomaan itsestään laajemmin ja näin ollen hänestä syntyvä vaikutelma parantuu.

“...jos sä pystyt verbaalisella ja nonverbaalisella viestinnällä, rakentamaan, tavallaa välittämään sen vaikutelman ja viestin, mikä on sun mielest oleellisin siinä tilanteessa, ni mä pitäisin sitä onnistumisen kokemuksena.” (H2)

Nonverbaalisen viestinnän osalta erityisen tärkeänä koettiin katsekontakti. Katsekontaktin avulla hakija voi rekrytoijien mukaan osoittaa innokkuutensa ja se voi kertoa hänen kuuntelevan ja olevan aidosti läsnä tilanteessa. Nonverbaaliin viestintään paneudutaan muilta osin tarkemmin seuraavassa alaluvussa.

5.2.2 Nonverbaalinen ja verbaalinen viestintä osana vaikutelmaa

Tutkimuksen tulosten mukaan korkean tason viestintäosaamiseen sisältyy edeltävässä luvussa esiteltyjen viestinnällisten tekijöiden lisäksi myös sanattoman viestinnän vahva osaaminen. Työnhakijan on hyvä huomioida viestintäosaamisen molemmat osa-alueet luodakseen haluamansalaisen vaikutelman. Huolimatta siitä, että jokainen haastateltu rekrytoija kuvaili nonverbaalisen viestinnän olevan merkittävässä roolissa ja tukevan verbaalista viestintää, verbaalinen viestintä koetaan silti tämän tutkimuksen mukaan tärkeämpänä viestinnän osa-alueena.

Verbaalinen viestintä koettiin yleisesti tärkeämpänä, koska se on lopulta kahdesta viestinnän osa-alueesta se, jonka avulla työnhakijan valmiuksista, vahvuuksista ja osaamisesta saadaan työhaastattelussa kerättyä enemmän tietoa. Tämän tutkimuksen avulla ei kuitenkaan pystytä osoittamaan yksiselitteisesti, millaista verbaalisen viestinnän tulisi olla työhaastattelussa, vaan tarkoituksenmukaisuus määrittyy tilannekohtaisesti. Yleisesti verbaalilta viestinnältä odotetaan oman osaamisen tehokasta ja ymmärrettävää sanoittamista. Yksittäisillä sanavalinnoilla ei katsota olevan niin suurta merkitystä, vaan enemmän merkitystä on sillä, miten työnhakija onnistuu pukemaan sanoiksi laajempia kokonaisuuksia ja osoittamaan verbaalisella viestinnällä itse ymmärtävänsä, miten hänen kertomansa asiat liittyvät toisiinsa tai toimivat hänen osaamisensa perusteluina.

Kontekstin merkitys nousi esiin useassa haastattelussa: työhaastattelu voi olla hakijalle haastava ja jännittävä tilanne, ja näin ollen vaikeuttaa nonverbaalisen viestinnän hallintaa. Tämän vuoksi rekrytoija saattaa jättää huomiotta jotkin negatiivisessa mielessä tulkittavissa olevat eleet tai ilmeet. Nonverbaalinen viestintä nähdään tärkeänä osana haastateltavasta

syntyvää vaikutelmaa, mutta sen ei koeta olevan määrittelevä tekijä haastattelun lopputuloksen kannalta. Rekrytoijat kuvailivat nonverbaalisen viestinnän arvioinnin olevan sekä tietoista että tiedostamatonta, joskin moni kokee tietoisien arvioinnin olevan rekrytoinnin kannalta oleellista.

“Varmaan niin ku, mitä kokeneemmaksi tulee niin sen tietosempi sitä on, on itse siis, sitä, kysymään itseltään, että miksi ajattelen, että henkilö oli jännittynyt, et oliko se oma tulkintani tilanteesta vai tapahtuiko niin oikeesti.” (H2)

Tutkimukseen osallistuneista 80 prosenttia mielsivät olevansa hyviä havainnoimaan työnhakijan verbaalista ja nonverbaalista viestintää. Tämän voidaan katsoa olevan yhteydessä tutkimukseen osallistuneiden rekrytoijien vahvaan viestinnän tuntemukseen ja koulutukseen. Tutkimuksen tulokset kertovatkin siitä, että mikäli rekrytoija havaitsee nonverbaalisen ja verbaalisen viestinnän olevan keskenään ristiriidassa, voi se vaikuttaa negatiivisesti hakijasta syntyvään vaikutelmaan ja jopa haastattelun lopputulokseen. Tällainen kokemus viestinnän yhteensopimattomuudesta syntyy tutkimukseen osallistuneiden rekrytoijien mukaan siksi, että verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä ovat voimakkaasti sidoksissa toisiinsa. Niiden välinen ristiriita saattaa esimerkiksi johtaa epäuskottavaan vaikutelmaan tai kokemukseen epärehellisyydestä.

Ilmeettömillä kasvoilla ja jotenki niinku lypsyssä olevalla ryhdillä on vaikeaa vakuuttavasti sanoa, että mä oon tosi innokas ja reipas ja aktiivinen.” (H2)

Kuten jo aiemmassa luvussa käy ilmi, rekrytoijat näkevät erityisen tärkeänä sen, että hakija osoittaa olevansa aidosti kiinnostunut tehtävästä ja työpaikasta. Tätä hakijan on mahdollista pyrkiä osoittamaan sanallisten viestien lisäksi nonverbaalisin viestein. Haastattelemamme rekrytoijat kokivat tällaisina positiivisina asioina aiemmin mainitun katsekontaktin lisäksi avoimen kehonkielen sekä kuuntelemisen osoittamisen esimerkiksi nyökyttelemällä.

5.3 Vaikutelman hallinnan hyödyt työhaastattelussa

Viimeisen tutkimuskysymyksen avulla kartoitettiin, miten työnhakija hyötyy hyvän vaikutelman luomisesta. Ensimmäisessä alaluvussa avaamme sitä, miten rekrytoijat arvioivat vaikutelmaa työhaastattelussa. Toisessa alaluvussa nostamme esiin tutkimuksen pohjalta nousseita syitä vaikutelman arviointiin sekä käsittelemme sitä, millainen yhteys vaikutelmalla

on työhaastattelun lopputulokseen. Ymmärtämällä syyt vaikutelman arvioinnin taustalla, työnhakijan on helpompi reflektoida omaa vaikutelman hallintaansa.

5.3.1 Ensi- ja kokonaisvaikutelman arviointi työhaastattelussa

Tutkimuksesta ilmenee, että rekrytoijat kokevat työnhakijasta syntyvän kokonaisvaikutelman kehittyvän koko haastattelun ajan, ja näin ollen myös sen arviointi on jatkuvaa. Rekrytoijat kuvailivat vaikutelman syntyvän vuorovaikutuksessa, ja sen arviointi perustuu pitkälti siihen, kuinka rekrytoijan ja työnhakijan välinen keskustelu sujuu. Jokainen haastattelemamme rekrytoija tiedosti ottavansa huomioon myös työnhakijasta syntyvän vaikutelman arvioidessaan hakijan sopivuutta haettavaan työtehtävään. Päätökseen työnhakijan rekrytoinnista vaikuttavat siten osaamisen, koulutuksen ja aiemman työkokemuksen lisäksi myös muut asiat.

“...mitä meilläkin aika paljon painotettiin, et ku ihmiset voi olla tosi osaavia, niillä on ollut paljon työpaikkoja ja muuta, mutta tärkeintä ois just löytää se ydin, et mikä heitä motivoi siihen työn tekemiseen ja mitkä asiat heille on tärkeitä silleen muutekin. Pelkkä semmonen okei tää on kouluttautunut, tehnyt duunii, nii tää sopii tähän, nii se ei oo niinku todellisuutta, koska siellä on niin monet muutkin asiat siellä taustalla, mitkä vaikuttaa siihen ihmiseen, et onks se sopiva.” (H5)

Rekrytoijien vastausten perusteella ero kokonais- ja ensivaikutelman käsitteiden välillä tuntui olevan selkeä. Tutkimukseen osallistujat rinnastivat hyvän vaikutelman työnhakijasta välittyvään “hyvään fiiliksen” sekä mielikuvaan “hyvästä tyyppistä”. Hyvä ensivaikutelma nähtiin tietynlaisena lähtökohtana tulevalle vuorovaikutukselle ja sen kuvailtiin vaikuttavan lähinnä siihen, minkälaista työnhakijan kanssa on keskustella ja mitä tulevalta haastattelulta voi odottaa. Ensivaikutelman merkitys hakijan miellyttävyyden arvioinnin kannalta ei ole rekrytoijien mielestä kovin suuri, vaikkakin osa vaikutelmaa kokonaisuutena. Hyvästä ensivaikutelmasta voi kuitenkin olla hakijalle merkittävää hyötyä, sillä se saattaa vaikuttaa siihen, kuinka myönteisesti rekrytoija suhtautuu häneen haastattelun aikana.

“...et ehkä lähtee siihen haastatteluun itse sillai, et no tää on se hyvä kandi [työnhakija], et tästä pitäis nyt ehkä saada irti ja vielä tarkistetaan, et onhan tää nyt hyvä ja antaa sille ehkä vähän mahdollisuutta, et okei kerro vähän vielä lisää, haluu sellasen hyvän kuvan siitä.” (H5)

Kaikki tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat olivat yhtä mieltä siitä, että vaikka työnhakija antaisi itsestään huonon ensivaikutelman, ei se vielä määrittele hänestä muodostuvaa

kokonaisvaikutelmaa. Työnhakijan viestintäosaaminen korostui vastauksissa: huonon ensivaikutelman seuraukset kokonaisvaikutelman kannalta ovat korjattavissa myöhemmällä viestinnällä. Tällainen oikaisu edellyttää työnhakijalta kuitenkin oman viestintänsä erinomaista tiedostamista. Mikäli hakija tuo viestinnässään esille jotain mikä heikentää hänestä syntyvän vaikutelman arviota, on hänen tunnistettava viestinnässään tekemänsä virheet ja havaittava niiden vaikuttaneen epäsuotuisasti rakentamaansa vaikutelmaan korjatakseen ne. Rekrytoijat kuvailivat tällaisten oikaisujen osoittavan hakijan olevan rehellinen ja parhaimmillaan kuvailun kaltainen tilanne voi rakentaa entistä parempaa luottamusta työhaastattelun osapuolten välille.

Myös työnhakijan vaikutelman arvioinnissa jännittämisellä on oma roolinsa. Tilanteen jännittävyys saattaa johtaa siihen, ettei hakija onnistu haastattelun alussa antamaan itsestään haluamansalaista vaikutelmaa. Kuitenkin vuorovaikutuksen rentoutuessa työnhakija pystyy mahdollisesti ilmaisemaan itseään paremmin. Tällöin vaikutelman hallinta on helpompaa, ja työnhakija saa alkujännityksen rautessa uuden mahdollisuuden vaikutelman rakentamiselle. Rekrytoijat näkivät ensivaikutelman merkityksen kokonaisarvion kannalta suhteellisen pienenä, mutta kuitenkin yhtenä osana kaikkea sitä, mikä hakijasta jää mieleen. Haastatteluissa nousi esiin myös ajatus siitä, että rekrytoijien on hyvä tietoisesti kiinnittää huomiota siihen, ettei anna työnhakijasta syntyvän ensivaikutelman liiaksi ohjata työnhakijan arviointia, vaan työhaastattelun vuorovaikutuksen aikana on annettava hakijalle tilaa muutokseen.

5.3.2 Kokonaisvaikutelman yhteys haastattelun lopputulokseen

Tulosten mukaan rekrytoijat perustelivat hakijan vaikutelman arviointia siten, että se vahvistaa muun osaamisen perusteella tehtyä päätöstä valita hakija työtehtävään, auttaa arvioimaan työnhakijan soveltuvuutta työyhteisöön, kielii työnhakijan viestintä- ja vuorovaikutusosaamisesta sekä kyvykkyydestä selvittää erilaisista työelämäntilanteista.

“...työssä ei tarvita niitä työhön liittyviä taitoja, vaan siihen tarvitaan myös yhteistyötaitoja ja ongelmanratkasukykyä ja tällaisia asioita, mitkä saattaa tulla sieltä vaikutelmast enemmän esille.” (H5)

Arvioidessa työntekijän soveltuvuutta työyhteisöön kiinnitetään huomiota siihen, jakaako työntekijä samanlaiset arvot organisaation kulttuurin kanssa sekä millaista mahdollinen työskentely hänen kanssaan olisi. Yrityksen koosta riippuen rekrytoijana toimiva henkilö

työskentelee myös itse päivittäin työtehtävään valitun työnhakijan kanssa, jolloin rekrytoija arvioi yhteistyötä myös omasta näkökulmastaan. Eräs tutkimukseen osallistuneista rekrytoijista kuvaili hakijan sopivuuden arviointia siten, että mikäli työnhakijasta ei välity hänelle vaikutelmaa mielekkäästä yhteistyöstä, silloin hänen työhaastattelulle asettamansa odotukset eivät täyty.

Tuloksista nousee kuitenkin esille se, että vaikutelman merkitys riippuu myös rekrytoitavan työtehtävän luonteesta siten, ettei kaikkiin työtehtäviin voi painottaa yhtä paljoa vaikutelman merkitystä. Viestinnän alan työ tai työ, joka edellyttää hyvän vaikutelman antamista lyhyessä ajassa katsotaan kuitenkin edellyttävän vaikutelmanhallintakykyä. Esimerkiksi haettaessa työntekijää viestinnän osaamista vaativaan työhön, vaikutelmaa arvioidaan enemmän, koska sen odotetaan kielivän hakijan viestintä- ja vuorovaikutusosaamisesta.

Tutkimuksesta ilmenee, että rekrytoijat uskovat hakijan hyötyvän hyvästä vaikutelmasta. Voidaan havaita, että vaikutelma voi muokata myöskin rekrytoijien käsityksiä siitä, kuinka pätevä työnhakija on työtehtävissä edellytettävien ominaisuuksien suhteen. Tulosten mukaan hyvän tai huonon vaikutelman antaminen voi rekrytoijalle olla myös ratkaiseva asia rekrytointipäätöksessä riippuen haettavan tehtävän työnkuvasta. Mikäli hyvän vaikutelman antaminen on oleellista työnkuvan kannalta, on hakijan vaikutelmalla suurempi merkitys. Muuten vaikutelman nähdään enemmänkin tiedostamattomasti ohjaavan valintapäätöstä.

Viestinnän alan rekrytoijat ovat tutkimuksemme mukaan kuitenkin hyvinkin tietoisia vaikutelman merkityksestä ja he korostivat sitä, ettei hyvän vaikutelman saa antaa johdattaa harhaan valintapäätöstä tehdessä. Toisaalta rekrytoijat tiedostivat, ettei vaikutelman saisi antaa vaikuttaa hakijan pätevyyteen työtehtävissä edellytettävien ominaisuuksien suhteen, mikäli vaikutelman luominen ei itsessään ole keskeistä työtehtävässä onnistumisen kannalta.

“Esimerkiks olen juuri haastatellut hiljattain sellasen tyyppin, joka oli verbaalisesti tosi lahjakas, ja nonverbaalisesti, siis sopivan rennosti läsnä, kivan itsevarmasti, siinä tilanteessa, kysyi paljon kysymyksiä, ja oli valmistautunut kertomaan omasta osaamisestaan ja omasta historiastaan tosi hyvin. Ajattelin, että tässähän on tota, tää on tosi hyvä, absolut jatsoon. Sitte tajusin siinä kohdassa, kun – – hän [kollega] kysyi, että mitä se on tehny ja mitä sen osaamiset oli, ni sit mä tajusin, et ei ne itseasias sit ollukkaa jääny mulle mielee, eikä niit sit nii hirveesti ollukkaa.” (H2)

Työnhakijan voidaan katsoa hyötyvän hyvästä vaikutelmasta myös välillisesti siten, että hakija jää paremmin rekrytoijan mieleen, jolloin rekrytointipäätöstä tehdessä tämä hakijan todennäköisyys tulla valituksi kasvaa. Eräs tutkimukseen osallistuneista rekrytoijista ilmaisi myös, että huonon vaikutelman luoneelle hakijalle negatiivisen valintapäätöksen kertominen on helpompaa. Tämä mielikuva saattaa alitajuntaisesti vaikuttaa rekrytoijien päätökseen siten, että hyvän vaikutelman luoneesta työnhakijasta pidetään tiukemmin kiinni rekrytointiprosessissa, sillä hänelle ilmoittaminen haettavan työpaikan epäämisestä tuntuu vastenmielisemmältä kuin ilmoittaminen asiasta huonon vaikutelman tehneelle hakijalle.

“Varsinkin jos jonkun ihmisen kaa saa sellasen keskustelevan ilmapiirin, nii kyl se, ku siihen tulee se suhde-elementti mukaan, et siit alkaa muodostuukin semmonen, et sä muistat siitä ihmisestä enemmän, ku vaa ne välttämättömät asiat ja sulle tulee vähän semmonen kaverillinen fiilis, nii kylhän se ihminen ainaki jää mieleen ja sit sitä kautta varmaan pääsee eteenpäin, jos on kaikki osaamisalueet myös kohillaan.” (H5)

Aiemmin tässä tutkimuksessa on todettu, että ehdottoman negatiivisesti tulkittavat odotusten rikkomukset muuttavat arviota hakijan vaikutelmasta. Mikäli vaikutelma muuttuu siten huomattavan paljon, lisää se todennäköisyyttä rekrytointiprosessin päättymiseen kyseisen hakijan hylkäämiseen. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista oli sitä mieltä, että negatiivisen vaikutelman antaminen johtaa todennäköisimmin siihen, ettei hakijaa valita kyseiseen työtehtävään kuin positiivisen vaikutelman antaminen johtaisi hakijan valintaan.

“...mä enemmänki sit varon sitä, sitä et joku antaa ihan tosi hyvän kuvan ja sit mä lähtisin vahingos tekee sen päätöksen sen pohjalta. Mut sit jos joku antaa todella huonon kuvan ni kyl mä sitä sit oikeesti mietin tosi paljon et okei, täl oli nää kompetenssit, mutta se tuntuma mikä siitä ihmisestä tuli ja kuva jonka hän sitte pysty luomaan, ni oli vähän ristiriidassa tai ei ollu miellyttävä tai ei sovi meidän kulttuuriin. Se voi estää.” (H4)

Huonoon vaikutelmaan tunnutaan uskovan enemmän kuin hyvään vaikutelmaan rekrytointipäätöstä tehtäessä. Huonon vaikutelman antaneen hakijan rekrytointi ei ole yhtä todennäköistä, sillä huonoa vaikutelmaa pidetään riskinä sille, ettei kyseinen hakija sovellu haettavan työtehtävän työyhteisöön tai hallitse viestintä- ja vuorovaikutusosaamistaan.

6 POHDINTA

Työhaastattelu on erityinen vuorovaikutustilanne, jota leimaa Huffcuttin ynnä muiden (2015) esittämät viisi erilaista ominaispiirrettä, joista tutkimuksemme kannalta oleellimmat ovat roolien ja odotusten ennalta määräytyminen, epäsymmetriset valtasuhteet vuorovaikutuskumppanien välillä sekä heidän kohtaamisensa ensimmäistä kertaa. Näiden erityispiirteiden vuoksi koemme kyseisen vuorovaikutustilanteen osuvaksi vaikutelman tutkimuksen kohteeksi. Huolimatta pyrkimyksestä symmetriaan vuorovaikutustilanteessa, monet ominaispiirteistä tuntuvat korostavan rekrytoijan roolia työhaastattelussa, minkä vuoksi koimme mielenkiintoiseksi tarkastella työnhakijan vuorovaikutusta rekrytoijien näkökulmasta. Tässä luvussa esittelemme tuloksista esiin nousseita vaikutelman muodostumiseen ja odotusten rikkomiseen liittyviä johtopäätöksiä ja peilaamme niitä teoreettiseen viitekehykseen sekä aikaisempaan tutkimukseen. Lopuksi arvioimme tutkimuksen toteuttamista ja pohdimme mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

6.1 Vuorovaikutukseen liittyvät odotukset ja niiden rikkominen

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että rekrytoijilla on odotuksia työnhakijan viestinnästä työhaastattelutilanteessa ja näiden odotusten rikkomisella on vaikutusta hakijasta muodostuvaan vaikutelmaan. Viestinnän alalta valmistuneet rekrytoijat pitivät itseään taitavina havainnoimaan sanallista ja sanatonta viestintää, ja heillä oli selkeitä odotuksia työnhakijan viestinnästä työhaastattelutilanteessa. Odotusten ennaltamääräytymistä pidetäänkin yhtenä työhaastattelun viestintää leimaavana erityispiirteenä (Huffcutt ym., 2015). Tutkimuksemme tulosten mukaan ennako-odotusten rikkomisella on vaikutusta hakijasta muodostuvaan vaikutelmaan ja näin ollen odotusten voidaan ajatella määrittelevän työhaastattelun viestinnälliset kehykset. Näiden viestintää määrittävien ennako-odotusten voidaan nähdä liittyvän sekä viestinnän asiatasoon että viestinnän suhdetasoon. Asiatasolla tarkoitetaan tehtävään liittyvää vuorovaikutusta, kuten analysointia, informaation jakamista ja mielipiteiden sekä lisäkysymysten esittämistä. Nimensä mukaisesti suhdetason viestintä keskittyy vuorovaikutuskumppanien suhteen kehittämiseen esimerkiksi myötäilynä, hyväksynnän osoittamisena ja miellyttävän ilmapiirin rakentamisena (Bales, 1950.) Tutkimuksemme tulokset osoittavat, että sekä asia- että suhdetason viestinnän ollessa

toimivaa viestintäilmapiiristä muotoutuu luonteva. Luontevuus ilmenee esimerkiksi ennalta harjoiteltujen vastausten sijaan avoimena keskusteluna.

Rekrytoijat odottavat työhaastattelun viestinnältä pitäytymistä olennaisissa aiheissa, hyvään dialogiin pääsemistä, molemminpuolista valmistautumista sekä vastavuoroisuutta. Työnhakijan nonverbaalilta viestinnältä odotetaan tutkimustulosten mukaan tilanteeseen sopivaa käytöstä sekä verbaalilta viestinnältä työtehtävän kannalta oleellisissa asioissa pysymistä sekä viestinnän luontevuutta. Tätä tulosta tukee Huffcuttin ynnä muiden (2015) havainto siitä, että viestintäosaamisen ulottuvuuksista työhaastatteluiden viestinnässä korostuvat tehokkuus ja tarkoituksenmukaisuus. Vuorovaikutus nähdään tehokkaana silloin kun yksilö saavuttaa itselleen asettamansa tavoitteet (Huffcutt ym., 2015). Se, että työnhakijan verbaalilta viestinnältä odotetaan haettavan työtehtävän kannalta oleellisissa asioissa pysymistä, on luonnollista, sillä keskustelun rakentuessa näiden asioiden ympärille se edistää molempien osapuolien työhaastattelulle asettamia tavoitteita. Rekrytoijan työhaastattelulle asettama tavoite on riittävän tiedon saaminen työnhakijasta rekrytointipäätöksen perustaksi. Työnhakijan tavoite on puolestaan esitellä itseään ja omaa osaamistaan mahdollisimman suotuisassa valossa (Rosenfeld, 1997.)

Kuitenkin tilanteelle asetettujen odotusten ja todellisuuden väliltä on tämän tutkimuksen tulosten mukaan löydettävissä myös ristiriitaisuutta. Esimerkiksi rekrytoijien havaitaan odottavan työhaastattelun viestinnältä vastavuoroisuutta, mutta kuitenkin kukaan tutkimukseen osallistuneista ei pitänyt työhaastattelun viestintää täysin vastavuoroisena. Tätä havaintoa tukee myös Kauhasen (2012) käsitys siitä, että työhaastattelun vuorovaikutuksen tulisi olla vastavuoroista, vaikka se onkin haasteellista tilanteeseen osallistuvien ihmisten erilaisten valta-asemien vuoksi. Meidän näkemyksemme mukaan työhaastattelutilanteen täysi symmetrisyys onkin tulevaisuuden kehityssuunta tilanteen vuorovaikutukselle. Tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat peräänkuuluttavat työhaastatteluiden symmetriaa, mutta tilanteelle asetetut odotukset vaikuttavat niin vahvasti molempien osapuolten käyttäytymiseen, ettei täysi vastavuoroisuus ole kuitenkaan lopulta mahdollista. Mikäli täysi viestinnällinen symmetria saavutetaan, sitä pidetään vielä tällä hetkellä odotusten vastaisena positiivisena rikkomuksena.

Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat, että odotusten vastaiset teot muodostuvat pitkälti eri viestintäosaamisen osa-alueista. Havaitimme, että positiivisina odotusten vastaisina tekoina pidettiin hakijan onnistumista jollain vuorovaikutuksen osa-alueella, kuten oman osaamisen sanoittamisessa, ytimekkäässä vastaamisessa kysytyyn asiaan ja osallistumisessa tarkoituksenmukaisen vuorovaikutuksen eteenpäin kuljettamiseen. Negatiivisesti odotuksia rikkovat tutkimuksemme tulosten mukaan työnhakijan liiallinen itsestä kertominen, kyvyttömyys itsestä kertomiseen, negatiivinen puhe sekä yleisten käytöstapojen ja normien rikkominen. Tutkimuksemme tulosten valossa positiivinen odotusten rikkominen tulkitaan helposti työnhakijan erityispiirteenä, jonka nähdään erottavan hänet muista hakijoista. Negatiivinen odotusten rikkominen tulkitaan kuitenkin useimmiten siten, että se kielii työnhakijan kyvyttömyydestä tunnistaa, kuinka tietyissä vuorovaikutustilanteissa tulisi toimia. Lisäksi tutkimuksemme tulokset kertovat siitä, että ehdottoman negatiivisesti tulkittavat odotusten rikkomukset saattavat johtaa rekrytointiprosessin päättymiseen helpommin kuin positiiviset rikkomukset johtavat työnhakijan palkkaamiseen.

EVT olettaa, että positiivisesti tulkittava odotusten vastainen teko johtaa parempaan lopputulokseen kuin mihin päädyttäisiin vastapuolen odotuksia täysin mukailevalla vuorovaikutuksella (Burgoon, 1978). Syynä tälle Burgoonin esittämälle ilmiölle voidaan pitää vaikutelman parantumista positiivisten rikkomusten myötä. Tämä tukee omaa havaintoamme siitä, että positiivinen odotusten vastainen teko vaikuttaa työnhakijan vaikutelmaan positiivisesti. Negatiiviset odotusten vastaiset teot puolestaan vaikuttavat työnhakijasta rakentuvaan vaikutelmaan negatiivisesti. Teorian esittämä viestinnän palkitsevuuden arvio (Burgoon, 1978) osittain selittää sitä, miksi tutkimuksemme tulosten mukaan negatiiviset odotusten rikkomukset vaikuttavat positiivisia rikkomuksia todennäköisimmin työhaastattelun lopputulokseen. Arvioidessa sitä tuottaako negatiivisiin odotusten rikkomuksiin taipuvainen vuorovaikutuskumppani todennäköisemmin hyötyä vai haittaa tulevaisuudessa, työelämän kontekstissa, päädyimme hyvin todennäköisesti palkitsevuuden arvion heikkenemiseen. Katsomme tähän arvioon päätymisen johtuvan siitä, että negatiivisiin odotusten vastaisiin tekoihin taipuvainen työntekijä mielletään organisaation toiminnalle isommaksi riskiksi kuin odotuksia noudattava tai positiivisiin odotusten rikkomuksiin taipuvainen työntekijä.

Viestinnän koulutuksen saaneet rekrytoijat ovat lisäksi tarkkoja havainnoimaan työnhakijan viestinnän aitoutta. Rosenfeldin (1997) mukaan työnhakijan vaikutelman hallinnan liiallisen yrittämisen ilmentyessä rekrytoijille, tämä saattaa vaikuttaa negatiivisesti haastattelun lopputulokseen. Tämä Rosenfeldin näkemys tukee havaintoamme siitä, että rekrytoijat odottavat työnhakijan viestinnältä tiettyä luontevuutta, joka ilmenee rentoina ei-ennalta harjoiteltuina vastauksina. Työnhakijan ennalta harjoitellut vastaukset ilmenevät työhaastattelussa juuri liiallisena yrittämisenä. Liiallisen ennalta harjoittelun paljastuminen voidaan ajatella tilanteena, jossa rekrytoija on aluksi vakuuttunut työnhakijan osaamisesta hänen vastaustensa perusteella, sillä nopea reagointi, selkeästi muotoillut lauserakenteet ja kyky sanoittaa asioiden syy-seuraussuhteita välittävät työnhakijan osaamisesta hyvin suotuisan mielikuvan. Jos rekrytoija kuitenkin myöhemmin havaitsee työnhakijan vuorovaikutuksen epäaidoksi, hän saattaa hämmentyä, sillä ei ole varma kieliikö työnhakijan ennalta harjoitellut vastaukset siitä, ettei työnhakija todellisuudessa vastaa antamaansa ensivaikutelmaa ja näin ollen osaamisen sanoittaminenkin olisi ainakin osin valheellista. Pettyn ja Cacioppon (1986) teorian mukaan tilanne voidaan nähdä siten, että aluksi työnhakija pyrkii vaikuttamaan rekrytoijiin keskeisen reitin mukaisella viestinnällä rakentaakseen mahdollisimman myönteisen vaikutelman itsestään. Ennalta harjoittelun viestinnän paljastuessa kyse on kuitenkin pelkästään toissijaisen reitin mukaisesta viestinnästä eli siitä, että työnhakija pyrkiikin vakuuttamaan rekrytoijan osaamisen sijasta pelkästään luomansa vaikutelman avulla. Välttääkseen harhaanjohtamasta, ja siten hämmentämästä, vuorovaikutuskumppania onkin suotuisaa hyödyntää molempien reittien vihjeitä yhdistelevää viestintää haluamansa vaikutelman välittämiseksi.

Tutkimuksen mukaan työhaastattelulle asetetut odotukset vaihtelevat johtuen yrityskulttuurien välisistä eroista sekä rekrytoijien henkilökohtaisista taipumuksista painottaen eri asioita. Myös odotusten rikkominen tulkitaan tilannekohtaisesti organisaation yrityskulttuuri huomioiden. Toivaisen (2012) mukaan työnhakijan työhaastattelua koskevien odotusten muodostumiseen vaikuttivat haastattelijan persoonalliset ominaisuudet, kuten sukupuoli, asema ja ikä sekä hakijan kokemukset aiemmista työhaastatteluista. Toivaisen (2012) sekä saavuttamiemme tutkimustulosten välillä on yhtäläisyyksiä, sillä myös rekrytoijat perustelivat monia työhaastattelulle asettamia odotuksia sen perusteella, millaisia kokemuksia heillä oli aiemmista työhaastatteluista. Toisaalta odotusten voidaan katsoa

muodostuvan osittain pohjautuen suomalaisen viestintäkulttuurin erityispiirteisiin. Lehtonen (1984) on tutkinut kulttuurien välisiä viestintäeroja, joista hän on päätellyt suomalaiselle kulttuurille ominaisen viestinnän piirteitä. Suomalaista puhe-kulttuuria kuvaillaan leimaavan epäsuorat ilmaisut, kohteliaisuus, yksityisyyden arvostaminen ja hidastempoisuus (Lehtonen, 1984). Lisäksi rehellisyys on tärkeä arvo, jota myös muiden kulttuurien edustajat arvostavat suomalaisuudessa (Wilkins & Isotalus, 2009). Monet edellä mainituista erityispiirteistä nousevat esille myös tutkimuksemme tuloksissa, sillä rekrytoijat kertoivat arvostavansa hakijan rehellisyyttä, omien kykyjen kuvaamista realistisesti sekä normien mukaista käytöstä. He odottivat myös työnhakijalta selkeää itseilmaisua ja hidastempoisuuden voidaan nähdä helpottavan työnhakijan kertomien asioiden ymmärtämistä. Yksityisyyden arvostaminen puolestaan nousee esille siinä, että rekrytoijat olivat yksimielisesti sitä mieltä, että työnhakijalla on vuorovaikutustilanteessa enemmän valtaa määrittellä, kuinka henkilökohtaisista asioista työhaastattelun aikana keskustellaan. Löydöstemme perusteella voimme olettaa, että työhaastattelutilanteessa pätevät ainakin osin samat lainalaisuudet kuin suomalaisessa viestinnässä yleensä. Odotusten muodostumisen lisäksi kulttuurin viestinnällisillä erityispiirteillä on vaikutusta vaikutelman arviointiin, jota avaamme enemmän seuraavassa luvussa.

Rekrytoijat asettavat työhaastattelun vuorovaikutukselle monenlaisia odotuksia. Odotuksia liittyy sekä vuorovaikutustilanteeseen että työnhakijaan ja hänen viestintäänsä, ja odotuksilla ja niiden toteutumisella on merkittävä yhteys työnhakijasta syntyvään vaikutelmaan. Tutkimuksemme osoittaa, että työhaastatteluille on määritettävissä viestinnällisiä odotuksia, ja näiden odotusten positiivinen rikkominen saattaa parhaimmillaan johtaa hakijan vaikutelman kehittymiseen niin merkittävällä tavalla, että rekrytointipäätös hänen kohdallaan on lopulta myönteinen. Oman viestintäosaamisen harjoittaminen esimerkiksi viestinnän ammattilaisten tarjoamien koulutusten avulla voi edistää omaa pärjäämistä työmarkkinoilla. Myös organisaatioiden kannalta työnhakijoiden tehokas viestintä on suotuisaa, sillä se vähentää työhaastatteluihin käytettyä aikaa. Työn tekeminen on yksi yhteiskuntamme peruspilareista, ja mikäli viestinnällä voidaan edistää työhaastatteluissa menestymistä ja työpaikan saamista, osoittaa se tutkimuksemme merkityksen yksilötason lisäksi myös yhteiskunnallisella tasolla.

6.2 Viestinnän merkitys vaikutelman luonnissa ja arvioinnissa

Tässä luvussa keskitymme hakijan luoman vaikutelman syntyyn ja arviointiin viestinnällisestä näkökulmasta katsoen. Kuten tulosluvussa esitettiin, rekrytoijat olivat yhtä mieltä siitä, että työnhakijan vaikutelma on yksi rekrytointipäätökseen vaikuttavista tekijöistä. Löydöstemme perusteella selvää on myös se, että vaikutelma muodostuu työnhakijan ja rekrytoijan välisessä vuorovaikutuksessa, ja hakija voi omalla viestinnällään kehittää luomaansa vaikutelmaa toivomaansa suuntaan. Aiempaa tutkimusta viestinnän, ensivaikutelman ja kokonaisvaikutelman yhteydestä etenkin työhaastattelun kontekstissa on tehty vähän, mikä korostaa löydöksemme huomionarvoisuutta. Tutkimustulostemme avulla pystymme osoittamaan vaikutelman ja viestinnän välisen yhteyden. Toivommekin, että tutkimusaiheemme valinta lisää viestinnän näkökulmasta tehtyä vaikutelman tutkimusta.

Kuten tulosluvussa esitettiin, rekrytoijat näkevät ensivaikutelman yhtenä osana työnhakijasta syntyvää kokonaisvaikutelmaa. Sen kuvailtiin ohjaavan tulevan vuorovaikutuksen suuntaa ja sen todettiin vaikuttavan siihen, kuinka miellyttävä työhaastattelutilanteen odotetaan olevan. Tätä havaintoa tukevat myös ensivaikutelman ja kokonaisvaikutelman yhteyttä aiemmin tutkineet Rimondini ym. (2019) todetessaan, että ensivaikutelma vaikuttaa voimakkaasti siihen arvioon, jonka potilaat luovat lääkäreiden viestinnästä, ja se voi siten joko helpottaa tai vaikeuttaa myöhempää vuorovaikutusta. Työhaastattelu on vuorovaikutustilanteena erityislaatuinen (Huffcutt ym., 2015), mutta uskomme, että siihen on liitettävissä monia samoja erityispiirteitä kuin potilaan ja lääkärin väliseen vuorovaikutukseen ja näin ollen ajattelemmekin Rimondinin ynnä muiden (2019) tutkimuksen tukevan löydöstämme siitä, että myös rekrytointilanteessa ensivaikutelmalla on merkitystä kokonaisvaikutelman kannalta.

Löydöstemme perusteella rekrytoijat kokevat sekä verbaalisen että nonverbaalisen viestinnän olevan yhteydessä vaikutelman muodostumiseen. Tuloksista nousi esiin se, että luodakseen haluamansa vaikutelman, hakijan on hyvä tiedostaa oma viestintänsä ja pyrkiä hallitsemaan sekä verbaalista että nonverbaalista viestintäänsä. Mikäli näiden kahden viestinnän osa-alueen välillä havaitaan ristiriitaa, saattaa se haastattelemiemme rekrytoijien mukaan johtaa tunteeseen siitä, että hakijasta syntyvä vaikutelma ei vastaa totuutta. Goffman (1959) esitti, että henkilön ulkoisen olemuksen ja esiintymistavan, eli käytännössä nonverbaalisen ja verbaalisen viestinnän, ollessa yhdenmukaisia, ne vahvistavat hänestä syntyvää vaikutelmaa.

Käänteisesti tämän voidaan katsoa merkitsevän sitä, että mikäli nämä kaksi viestinnän osa-alueita ovat keskenään ristiriidassa, voi se heikentää henkilöstä syntyvää vaikutelmaa. Tämä Goffmanin (1959) näkemys on linjassa tutkimuksemme pohjalta tehtyjen havaintojen kanssa. Voidaankin todeta, että hakijan nonverbaalisen ja verbaalisen viestinnän ollessa yhdenmukaisia, on hänestä syntyvä vaikutelma todennäköisemmin positiivinen kuin mikäli ne olisivat keskenään ristiriidassa ja työnhakijan valituksi tulemisen todennäköisyys kasvaa.

ELM (Petty & Cacioppo, 1986) käsittää kaksi erilaista reittiä suostuttelevien viestien rakentumiseksi. Keskeinen reitti koostuu vihjeistä, jotka perustuvat tiedettyihin faktoihin, kun taas perifeerisellä reitillä viestejä käsitellään nopeiden tulkintojen perusteella (Petty & Cacioppo, 1986). Tässä tutkimuksessa katsommekin, että keskeinen reitti käsittää työnhakijan viestinnän verbaalisen osa-alueen, kuten hakijan kertomisen omasta koulutuksesta tai aiemmasta työkokemuksesta. Perifeerinen reitti puolestaan käsittää nonverbaalisen viestinnän, jonka avulla rekrytoija tekee työnhakijasta teorian kuvaamia vaikutelmaan perustuvia päätelmiä. Saavuttamiemme tulosten valossa esitämmekin, että luodakseen haluamansa vaikutelman työnhakijan tulee huomioida molemmat ELM:n (Petty & Cacioppo, 1986) esittämät reitit. Täten hän luo itsestään parhaan mahdollisen vaikutelman hyödyntämällä kaikkia viestintäosaamisen osa-alueita.

Sen lisäksi, että yrityskulttuuri luo odotuksia työhaastattelun viestinnälle, se vaikuttaa myös viestinnän arviointiin. Vaikutelman voidaankin katsoa syntyvän suhteessa ympäristön kulttuuriin. Välittääkseen haluamansalaista vaikutelmaa, työnhakijan on kannattavaa noudattaa suomalaisen viestintäkulttuurin normeja, sillä tulostemme perusteella oletamme normien rikkomisella olevan yksiselitteinen negatiivinen merkitys, jolloin EVT:n (Burgoon, 1978) mukaan vuorovaikutuksen kokonaisarvio heikkenisi. Meidän tutkimuksemme tulosten perusteella voidaankin todeta, että suomalaiselle viestinnälle tyypillisissä tavoissa pysyttelemisen voi vaikuttaa positiivisesti työnhakijasta syntyvään vaikutelmaan. Esimerkkejä näistä normeista ovat suomalaisen viestinnän rehellisyys ja informaatiokeskeisyys (Wilkins & Isotalus, 2009). Toisaalta Pettyn ja Cacioppon (1986) mukaan tapa käsitellä viestejä keskeisen ja perifeerisen reitin kautta vaihtelee yksilökohtaisesti. Siten rekrytoijillakin on erilaiset taipumukset kiinnittää huomiota eri reiteille ominaisiin vihjeisiin. Kaikki tähän tutkimukseen osallistuneet rekrytoijat totesivat sekä verbaalisen että nonverbaalisen viestinnän vaikuttavan

hakijasta syntyvään vaikutelmaan, mutta näiden viestinnän osa-alueiden keskinäinen painoarvo vaihteli rekrytoijien välillä.

6.3 Vaikutelman hallinnan hyödyt työhaastattelussa

Kolmannella tutkimuskysymyksellä pyrittiin kartoittamaan sitä, miten hakija hyötyy hyvän vaikutelman luomisesta. Ymmärtääksemme vielä syvemmin vaikutelman yhteyttä rekrytointipäätökseen tutkimme myös sitä, miten ja miksi rekrytoijat arvioivat työnhakijan luomaa vaikutelmaa. Tutkimuksemme mukaan jokainen rekrytoija arvioi hakijan vaikutelmaa yhtenä tekijänä osana hakijan sopivuutta haettavaan työtehtävään. Tämä ei ole yllättävää, sillä Cummings (2011) on esittänyt, että vaikutelman arviointi on ihmisille hyvin luontaista ja sitä onkin lähes mahdotonta välttää.

Tutkimuksemme tulosten mukaan rekrytoijat perustelevat hakijan vaikutelman arviointia siten, että se auttaa arvioimaan työnhakijan soveltuvuutta työyhteisöön, vahvistaa muun osaamisen perusteella tehtyä päätöstä valita hakija työtehtävään ja kielii työnhakijan viestintäosaamisesta sekä kyvykkyydestä selvitä erilaisista työelämäntilanteista. Kuten tässä tutkimuksessa on aiemmin todettu, vaikutelmaa luodaan sekä verbaalisella että nonverbaalisella viestinnällä – molemmista on siis löydettävissä viestintätekoja, jotka toimivat osoituksina työnhakijan yllä mainituista ominaisuuksista. Selvää on se, etteivät koulutus- tai työtodistukset anna rekrytoijien mielestä itsessään riittävästi tietoa viestintäosaamisesta, työyhteisöön sopimisesta tai kyvykkyydestä selvitä erilaisista työelämäntilanteista. Toisaalta voidaan pohtia sitä, liittyykö vaikutelman arviointi ELM-teorian (Petty & Cacioppo, 1986) esittämiin syihin viestien tulkitsemiseen perifeerisen reitin kautta. Teoria esittää, että perifeeristä reittiä hyödyntäen viestien vastaanottajalta vaaditaan vähemmän kognitiivisia ponnisteluja tai keskittymistä (Petty & Cacioppo, 1986). Rekrytoijien saattaisi olla mahdollista saada vastaavaa tietoa työnhakijasta myös keskeisen reitin kautta, mutta käytössä olevat resurssit, kuten aika ja sen hetkinen keskittymiskyky, ohjaavat osaltaan arvioimaan työnhakijan vaikutelmaa.

Vaikutelman arviointi riippuu myös haettavan työtehtävän luonteesta siten, että sen merkitys on suurempi silloin, kun työnhakijan voidaan katsoa hyötyvän hyvän vaikutelman luomisesta itse työssä. Tällaisia työtehtäviä ovat esimerkiksi esittely- tai myyntitehtävät, joiden keskiössä on tuotteen tai palvelun vakuuttava esittely lyhyessä ajassa. Koska vaikutelman katsotaan

kielivän yksilön viestintäosaamisesta, on sen hallinnalla yksiselitteisesti erityisen suuri merkitys viestinnän alan työtehtävään haettaessa. Tässä tutkimuksessa rekrytoijien havaittiin myös painottavan eri asioita arvioidessaan työnhakijoita. Tätä havaintoa tukevat Petty ja Cacioppo (1986), joiden mukaan tapa käsitellä suostuttelevia viestejä on yksilökohtainen. Yksilökohtainen tulkitseminen johtuu henkilökohtaisista eroista, kuten erilaisista arvoista tai mieltymyksistä. Lisäksi ihmisten valmiudet tulkita vastaanotettuja viestejä vaihtelevat. Toiset saattavat olla tarkkaavaisempia pienten vihjeiden suhteen, kun taas toiset jaksavat työstää kognitiivista ajatusprosessia pidempään. Myös tilanteelle asetettujen odotusten voidaan olettaa olevan yhteydessä siihen, kuinka suostuttelevia viestejä arvioidaan.

Tutkimuksemme tulosten mukaan työnhakija hyötyy hyvästä vaikutelmasta jo työhaastattelun aikana: mikäli hakijasta aluksi syntyvä ensivaikutelma on positiivinen, rekrytoija saattaa suhtautua hakijaan myönteisemmin. EVT (Burgoon, 1978) tukee tätä tutkimustulostamme, sillä voimme ajatella positiivisen ensivaikutelman luovan vielä työhaastattelun alkupuolella lisää odotuksia siitä, miten työhaastattelu tulee kokonaisuudessaan sujumaan. Vuorovaikutuskumppanien ensimmäisessä kohtaamisessa ensivaikutelmalla on suuri merkitys, sillä sen pohjalta alkaa muodostumaan Burgoonin (1978) teoriassaan esittämät ihmissuhteeseen liittyvät tekijät, kuten käsitys siitä pitääkö toisesta ihmisestä. Hyvän ensivaikutelman katsotaan vaikuttavan myös koko vuorovaikutustilanteeseen siten, että ensivaikutelman onnistuessa, saattaa se lisätä tilanteen miellyttävyyttä. Lisäksi voidaan havaita, että vaikutelma muokkaa rekrytoijien käsityksiä siitä, kuinka pätevä viestinnän alan työnhakija on työtehtävissä edellytettävien ominaisuuksien suhteen. Tällöin vaikutelmasta tulee osoitus työnhakijan pätevyydestä, jolloin se on kirjaimellisesti yksi keskeisen reitin vihjeistä ja sitä arvioidaan myös kognitiivisesti. Tämä havainto tukee entisestään yhteyttä työnhakijan rakentaman vaikutelman ja työhaastattelun lopputuloksen välillä.

Mikäli työnhakija epäonnistuu haluamansalaisen ensivaikutelman luomisessa, on hänen mahdollista korjata kokonaisvaikutelmaan syntyneet vahingot myöhemmällä viestinnällään. Huono ensivaikutelma saattaa kuitenkin kääntyä lopulta myös hakijan eduksi, joskin se vaatii hakijalta erinomaista viestintäosaamista. Mikäli hakija tunnistaa ne viestit, joilla saattoi luoda itselleen epäedullista ensivaikutelmaa, ja onnistuu korjaamaan virheensä, voivat rekrytoijat nähdä tällaiset oikaisut yhtenä osoituksena hyvästä viestintäosaamisesta. Tällainen saattaa

myös parantaa työnhakijan ja rekrytoijan välistä luottamusta liittyen työnhakijan viestintäosaamiseen mahdollisessa tulevassa työsuhteessa.

Tulostemme perusteella huonon ensivaikutelman antanut hakija joutuu näkemään paljon vaivaa kääntääkseen kokonaisvaikutelman edukseen, kun taas positiivisen ensivaikutelman luonut työnhakija saattaa onnistua paremman kokonaisvaikutelman luomisessa helpommin. Mikäli työnhakija ei onnistu korjaamaan ensivaikutelman aiheuttamaa säröä kokonaisvaikutelmaan, saattaa se lopulta johtaa jopa siihen, ettei hakijaa valita haettuun tehtävään. Enemmistö tutkimukseen osallistuneita koki, että negatiivisen kokonaisvaikutelman antaminen johtaa todennäköisimmin siihen, ettei hakijaa valita kyseiseen työtehtävään kuin positiivisen vaikutelman antaminen johtaisi hakijan valintaan. Tulosta tukee Cummingsin (2011) käsitys siitä, että negatiivisen ensivaikutelman kääntäminen positiiviseksi vaatii paljon enemmän ponnisteluja. Siten onkin luonnollista, että huonon vaikutelman antaminen johtaa todennäköisemmin siihen, ettei kyseinen työnhakija saa hakemaansa työpaikkaa, sillä korjatakseen antamaansa vaikutelmaa hänen tulee nähdä paljon vaivaa tai vaihtoehtoisesti hän ei onnistu korjaamaan jo antamaansa vaikutelmaa ajallisesti rajatun työhaastattelun aikana. Lisäksi tutkimuksemme vahvistaa Toiviaisen (2012) tutkimuksessa ilmenneen tuloksen siitä, että myös työnhakijat uskovat vaikutelmalla olevan merkitystä koko haastattelun sujumisen kannalta, todeksi.

Kuten esitimme aiemmin, työnhakijan tulee hyödyntää sekä keskeisen että perifeerisen reitin mukaista viestintää luodakseen itsestään haluamansalaisen vaikutelman. Tässä tutkimuksessa saatuja tuloksia rekrytoijien taipumuksesta arvioida vaikutelmaa, voivat hyödyntää rekrytoijat, mutta kuitenkin myös työnhakijat, valmistautuessaan työhaastatteluun. Tämän tutkimusten tulosten perusteella rekrytoijat voivat lisätä tietoisuuttaan vaikutelman arvioinnista ja siten muuttaa toimintatapaansa painottaen eri lailla työnhakijan rakentaman vaikutelman ja osaamisen välistä suhdetta arvioinnissaan. Työnhakijan näkökulmasta puolestaan on erityisen tärkeää tiedostaa myös se, että rekrytoija kiinnittää huomiota työnhakijan molempien reittien mukaiseen viestintäosaamiseen. Viestintäosaaminen mielletään kokonaisuudeksi erilaisia taitoja, joista osa voidaan tulkita perifeerisen ja osa keskeisen reitin mukaiseksi viestinnäksi. Viestintäosaamisen ilmentämiseksi, työnhakijan täytyy hyödyntää tietoisesti molempien reittien mukaista viestintää. Lisäksi tiedostaessaan vaikutelman perusteella arvioitavia ominaisuuksia, työnhakijan on mahdollista nostaa näitä

ominaisuuksia esiin myös verbaalisen viestinnän avulla ja näin helpottaa rekrytoijan keskeiselle reitille ominaisen kognitiivisen prosessin läpikäymistä. Siten hänen on mahdollista ohjata rekrytoijien arviota itsestään haluamaansa suuntaan. Tämä on tärkeää, sillä tulostemme mukaan hyvän tai huonon vaikutelman antaminen voi rekrytoijalle olla myös ratkaiseva asia rekrytointipäätöksessä riippuen haettavan tehtävän työnkuvasta.

Työnhakijan voidaan katsoa hyötyvän hyvästä vaikutelmasta myös välillisesti siten, että hakija jää työhaastattelun jälkeen paremmin rekrytoijan mieleen, jolloin rekrytointipäätöstä tehdessä tämä hakijan todennäköisyys tulla valituksi saattaa kasvaa. Tämä tutkimus osoittaa, että useat rekrytoijat mieltävät onnistuneen vaikutelman työnhakijasta välittyväksi hyväksi fiilikseksi tai jopa mielikuvaksi hyvästä tyylistä. Vaikutelman yhdistäminen erilaisiin mielikuviin työnhakijasta ei ole epätavanomaista, sillä Rosenfeldin (1997) mukaan vaikutelman hallintaan liitetään läheisesti myös ihmisen persoonallisuus ja yksilölliset ominaisuudet. Ajattelemmekin, että myös vaikutelmasta välillisesti hyötymisessä on kyse siitä, että silloin rekrytoija turvautuu perifeeriseen reittiin vähentääkseen tarvetta kognitiiviseen ajatteluun tai ratkaistakseen tasaväkisen tilanteen kahden työnhakijan välillä rekrytointipäätöstä tehdessään. Lähtökohtaisesti työhaastatteluissa pyritään kuitenkin takaamaan työnhakijan arviointi keskeiselle reitille ominaisten viestien kautta. Työhaastatteluissa ympäristö on yleensä sellainen, että se antaa edellytykset keskittyä meneillä olevaan keskusteluun. Lisäksi rekrytoinnissa noudatetaan jotain tiettyjä kaavoja, kuten tiedon hankkimista työnhakijasta aiemman työkokemuksen sekä -todistusten kautta.

Viestinnän alalla toimivat rekrytoijat olivat tietoisia vaikutelman arvioinnista ja he korostivatkin sitä, ettei hyvän vaikutelman saa antaa johtaa harhaan. Myöskään ensivaikutelman ei saa antaa liikaa ohjata vuorovaikutustilanteen suuntaa, vaan työhaastattelun vuorovaikutuksen aikana on annettava hakijalle tilaa muutokseen. Goffmanin (1959) mukaan vaikutelmaa luodaan suorilla ja epäsuorilla itseilmaisulla sekä Rosenfeldin (1997) mukaan vaikutelman hallinta tulisi nähdä kehitettävänä taitona ominaisuuden sijaan. Löydöstemme perusteella onnistunut viestintä voi siis parhaimmillaan tarkoittaa onnistunutta vaikutelmaa ja johtaa sitä kautta jopa positiiviseen rekrytointipäätökseen. Onnistuneella vaikutelmalla tarkoitammekin viestintäosaamisen monipuolista hallintaa. Tätä havaintoa pidämme yhtenä tutkimuksemme keskeisimmistä tuloksista. Viestinnällä on merkittävä rooli vaikutelman luomisessa ja uskomme, että työnhakijat voivat viestintäosaamistaan

kehittämällä menestyä työhaastatteluissa aiempaa paremmin. Näin ollen viestintäkoulutusten ja -konsultointien tarpeellisuus työelämässä menestymisen kannalta korostuu.

6.4 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten halutunlainen vaikutelma rakennetaan viestinnällisillä valinnoilla. Tarkastelun kohteeksi valikoitui työnhakijan rakentama vaikutelma työhaastattelussa ja tulokulmaksi se, miten vaikutelma ilmenee rekrytoijille. Aiempaa tutkimusta aiheesta on enemmän potilas-lääkärisuhteen vuorovaikutuksesta, joten tutkimuksemme on tarpeellinen lisäys ymmärtääksemme ilmiötä syvemmin myös työhaastattelun kontekstissa. Toiviainen (2012) on tutkinut myös vaikutelman rakentumista työhaastattelussa, mutta päinvastaisesta tulokulmasta keskittyen työnhakijoiden arvioon rekrytoijien vaikutelman hallinnasta. Keskityimme omassa tutkimuksessamme kasvokkain tapahtuvaan, perinteiseen työhaastatteluun, mutta uskomme, että samankaltaisen tutkimuksen toteuttaminen etätyöhaastattelun viitekehyksessä antaisi arvokasta lisätietoa työnhakijan vaikutelman hallinnasta ja sen viestinnällisestä rakentumisesta. Lisäksi tutkimuksen laajentaminen etätyöhaastatteluihin olisi tämänhetkisen kehityssuunnan mukaista, sillä erityisesti pandemiatilanteen myötä lähes kaikki työhaastattelut on toteutettu erilaisten videopuhelupalvelimien avulla. Mielestämme vaikutelman hallinnan tutkimusta tulisi syventää myös monissa muissa konteksteissa, kuten opetustilanteissa tai uusissa ihmissuhteissa.

Tutkimuksessa hyödynnettiin Burgoonin (1978) expectancy violations -teoriaa sekä Pettyn ja Cacioppon (1986) elaboration likelihood -mallia. Molemmat käyttämämme teorat osoittautuivat hyvin selitysvoimaisiksi. EVT:ta käytettiin selittämään työhaastattelulle tyypillisten odotusten muodostumista sekä sitä, miten näiden odotusten rikkomista tulkitaan. Burgoonin (1978) teoriaa on hyödynnetty paljon myös aikaisemmassa vaikutelman hallinnan tutkimuksessa (kts. Toiviainen, 2012; Kangasmäki, 2015). Pettyn ja Cacioppon (1986) teoriaa ei ole tietääksemme hyödynnetty aikaisemmassa vaikutelman tutkimuksessa. Hyödynsimme teoriaa siten, että näimme työnhakijan verbaalisen oman osaamisen sanoittamisen pyrkivän vaikuttamaan rekrytoijiin keskeisen reitin tavoin. Hyvän vaikutelman antaminen puolestaan vaikuttaa rekrytoijiin toissijaisen reitin kautta muodostuen pienistä, jopa tiedostamattomista,

vihjeistä. Mielestämme teorian hyödyntäminen tällä tavoin oli tervetullut tulkintatapa vaikutelman hallinnan tutkimukseen. Koska aikaisempaa tutkimusta vaikutelman hallinnasta ei ole tehty tämän teorian valossa, emme voineet vertailla tapaamme tulkita teoriaa muiden tutkijoiden tapoihin. Tulevaisuudessa aihetta olisikin tärkeää tutkia lisää kyseisen teorian avulla, jotta tämän tutkimuksen tapaa hyödyntää Pettyn ja Cacioppon (1986) teoriaa sekä sen avulla saatuja tuloksia voitaisiin vertailla muiden tutkimusten näkökulmiin ja tuloksiin.

Tutkimuksen aineisto kerättiin puolistrukturoidun teemahaastattelun sekä Google Formsissa toteutetun kyselylomakkeen avulla. Teemahaastattelu oli mielestämme onnistunut valinta tutkimusmenetelmäksi, ja tuloksia työstäessämme totesimme, että kyselylomakkeen avulla saavutettu tieto olisi ollut kerättävissä myös esittämällä samat kysymykset haastattelun aikana. Kyselylomakkeen vastausten käsittely vei paljon aikaa suhteessa saavutettuun tietomäärään. Puolistrukturoitu haastattelu oli mielestämme erinomainen menetelmä sen kesustelevan luonteen vuoksi: mikäli jokin asia jäi epäselväksi, oli sekä haastateltavien että meidän mahdollista esittää tarkentavia kysymyksiä. Kuitenkaan verbaalisen viestinnän sisällöstä vaikutelman rakentajana emme saaneet niin paljon tietoa kuin olisimme halunneet, esimerkiksi työnhakijan sanavalintojen arviointi jäi vähäiseksi. Jotta olisimme saavuttaneet yksityiskohtaisempaa tietoa verbaalisesta viestinnästä, sitä koskevat teemahaastattelun kysymykset olisi voinut muotoilla eri tavalla korostaen sanallisen viestinnän tarkkaa erittelyä.

Noudatimme tutkimusta toteuttaessamme tarkasti eettisiä periaatteita. Haastateltaville kerrottiin, mihin he osallistuvat, miten tietoja käytetään ja miten heidän henkilöllisyytensä suojataan. Tutkimukseen osallistuneilla oli myös mahdollisuus vetäytyä tutkimuksesta missä vaiheessa tahansa. Tutkimusmenetelmänämme käytimme temaattista analyysia. Temaattisen analyysin avulla aineistoa tiivistettiin ja jäsenneltiin niin, että se vastaa tutkimuskysymyksiimme parhaalla mahdollisella tavalla. Temaattinen analyysi oli mielestämme onnistunut valinta tutkimusmenetelmäksi, sillä löysimme sen avulla aineistosta selkeitä johdonmukaisia kokonaisuuksia, joiden avulla voitiin muodostaa ymmärrystä siitä, kuinka hakijan vaikutelma muodostuu työhaastattelussa ja millainen rooli viestinnällä on sen synnyssä.

Havaitimme tutkimuksen aikana lisäksi sen, kuinka montaa muuta viestinnän teoriaa olisi mielenkiintoista hyödyntää lisätäksemme syvällistä tietoa vaikutelman hallinnasta sekä

työhaastattelussa että yleisesti. Muutamia mainitaksemme tällaisia mahdollisesti uusia tuloksia tuottavia teorioita ovat Howard Gilesin (1973) communication accommodation theory eli viestinnän mukauttamisen teoria ja James Dillardin (1990) goals-plans-action teoria, joka keskittyy siihen, miksi ja miten ihmiset suunnittelevat vaikuttamaan pyrkivää viestintää (Braithwaite & Schrodt, 2021). Gilesin (1973) teorian valossa olisi mielenkiintoista tutkia, miten työnhakijan mukautuminen rekrytoijan viestintään lisää työnhakijan mahdollisuuksia onnistua haluamansa vaikutelman välittämisessä. Dillardin (1990) teorian avulla työnhakijan vaikutelman hallintaa voisi puolestaan käsitellä enemmän prosessimaisesti kolmen vaiheen, tavoitteiden asettamisen, viestinnän suunnittelemisen ja toteuttamisen kautta. Erityisen mielenkiintoista olisi syventyä niihin tapoihin, jolla työnhakija suunnittelee viestintäänsä ennalta parhaan mahdollisen vaikutelman rakentamiseksi. Myös tässä tutkimuksessa työnhakijan viestinnän ennalta harjoittelu nousi esiin monesti, joten aihetta voidaan pitää hyvin keskeisenä työnhakijan vaikutelman hallinnan ymmärtämisessä.

7 KIRJALLISUUS

- Bales, R. F., (1950) Interaction process analysis. Teoksessa K. Krippendorff & M. A. Bock (toim.), *The Content Analysis Reader* (s. 75–83). Sage Publications.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braithwaite, D.O. & Schrodt, P. (2021). *Engaging Theories in Interpersonal Communication: Multiple Perspectives*. Sage Publications.
- Burgoon, J. (1978). A communication model of personal space violations: Explication and an initial test. *Human communication research*, 4(2), 129–142.
- Cummings, K. (2011). *Nonverbal Communication and First Impressions* [Undergraduate thesis, Kent State University]. OhioLINK Electronic Theses and Dissertations Center.
- Goffman, E. (1971). *Arkielämän roolit*. Werner Söderström Osakeyhtiön kirjapaino.
- Hiemstra, K. M., (1999). Shake My Hand: Making the Right First Impression in Business With Nonverbal Communications. *Business and Professional Communication Quarterly*, 62(4), 71–74. <https://doi.org/10.1177/108056999906200407>
- Huffcutt, A. I., Culbertson, S. S., & Riforgiate, S. E. (2015). Functional forms of competence: Interviewing. (Vol. 22, pp. 431–448). Teoksessa A. F. Hannawa & B. H. Spitzberg (toim.), *Communication Competence*. Mouton: de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110317459-018>
- Jokinen, J., & Sieppi, A. (2018). Sosiaaliset taidot ovat entistä tärkeämpiä työelämässä. *Talous ja yhteiskunta*, 46(2), 48–53.
- Juholin, E. (2017). *Communicare! : viestinnän tekijän käsikirja* (7. painos). Helsinki: Infor.
- Kangasmäki, R. (2015). Itsensä brändääminen työhaastattelussa: työnhakijan strateginen valinta erottautua kilpailijoista. [Pro gradu -tutkielma, Jyväskylän yliopisto]. JYX-julkaisuarkisto.
- Kauhanen, J. (2012). *Henkilöstövoimavarojen johtaminen* (10.–11. painos). Alma Talent Oy.
- Krogerus, N. (2019) Työmarkkinoiden polarisaatio Suomessa [Pro gradu -tutkielma, Oulun yliopisto]. Oulun yliopiston julkaisuarkisto.
- Lehtonen, J. (1984). *Vaikeneva kulttuuri ja vieraan kielen pelko*.
- Mitrunen, M. (2013). *Työmarkkinoiden polarisaatio Suomessa*. Valtion taloudellinen

tutkimuskeskus.

- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag.
- Rimondini, M., Mazzi, M. A., Busch, I. M., & Bensing, J. (2019). You only have one chance for a first impression! Impact of patients' first impression on the Global Quality Assessment of doctors' communication approach. *Health Communication*, 34(12), 1413–1422. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1495159>
- Rosenfeld, P. (1997) Impression management, fairness and the employment interview. *Journal of Business Ethics*, 16(8), 801–808.
- Räisänen, H., & Tuomaala M. (2021). Mitä tapahtui työvoimapulalle pandemiakriisissä? *Työpoliittinen aikakauskirja*, 64(2), 8–23. Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Sutela, H., & Pärnänen, A. (2021). Koronakriisin vaikutus palkansaajien työoloihin. Tilastokeskus. Luettu 21.03.2022.
- Tilastokeskus, 2022. Työllisyyden kasvu jatkui tammikuussa. Luettu 21.3.2022.
- Toivainen, N. (2012). Työnhakijoiden kokemuksia työhaastattelusta. [Pro gradu -tutkielma, Jyväskylän yliopisto]. JYX-julkaisuarkisto.
- Valli, R. (2015). *Johdatus tilastolliseen tutkimukseen* (2. Painos). PS-kustannus.
- Valli R., & Aaltola, J. (2018). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2, Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin (5. painos.). PS-kustannus.
- Viitala, R. (2013). *Henkilöstöjohtaminen. Strateginen kilpailutekijä*. Edita Publishing Oy.
- Wilkins, R., & Isotalus, P. (2009). Finnish speech culture. Teoksessa R. Wilkins & P. Isotalus. (2009). *Speech culture in Finland*. University Press of America, 1–16.

LIITTEET

Liite 1: Puolistrukturoidun teemahaastattelun haastattelukysymykset

Taustoittavat kysymykset:

- Kuinka kauan olet työskennellyt ammatissa, jossa työnkuvaasi on kuulunut rekrytointi?
- Millä alalla työskentelet?

Vaikutelman rakentuminen

- Kuvaile, millainen on hyvä vaikutelma, jota työnhakijan tulisi pyrkiä ilmentämään työhaastattelussa?
- Mistä hyvä vaikutelma mielestäsi muodostuu?
- Mitkä viestintäteot koet hyvän vaikutelman kannalta tärkeinä?
- Miten hakija voi mielestäsi omalla viestinnällään vahvistaa positiivista vaikutelmaa itsestään?

Nonverbaalinen ja verbaalinen viestintä vaikutelman rakentumisessa

- Miten arvioit hakijan nonverbaalista viestintää? Ajatteletko arvioinnin olevan tietoista vai tiedostamatonta?
- Miten nonverbaalinen viestintä mielestäsi tukee verbaalista viestintää?
- Kumpi on mielestäsi tärkeämpää hakijan vaikutelman kannalta, nonverbaalinen vai verbaalinen viestintä? Perustelee.

Työnhakijan luoman vaikutelman yhteys työhaastattelun lopputulokseen

- Uskotko hakijan hyötyvän hyvästä vaikutelmasta? Miksi?
- Miksi arvioit hakijaa myös vaikutelman perusteella?
- Miten hyvän tai huonon vaikutelman antaminen vaikuttaa päätökseesi valita tai olla valitsematta hakija työhön?

Ensivaikutelman merkitys osana vaikutelman luomista

- Millainen merkitys hyvällä ensivaikutelmalla on haastateltavan miellyttävyyden arvioinnissa?
- Miten ensivaikutelma muokkaa kokonaisarviosi haastateltavasta?
- Mikäli hakija antaa itsestään huonon ensivaikutelman, voiko sitä mielestäsi parantaa viestinnällä? Jos kyllä, miten?

Työhaastatteluun liittyvät odotukset

- Minkälaisia odotuksia sinulla on työhaastattelutilanteen viestinnästä yleisesti?
- Minkälaista verbaalista ja nonverbaalista viestintää odotat hakijalta?
- Minkälaiset puheenaiheet ovat mielestäsi sopivia ja mitä puolestaan pitäisi välttää?

Työhaastatteluun liittyvien odotusten rikkominen

- Miten odotusten rikkominen vaikuttaa hakijasta saamaasi vaikutelmaan?
- Minkälaiset viestintäteot rikkovat odotuksiasi siinä määrin, että sillä on merkitystä hakijan arvioinnin kannalta?
- Miten hyvä vaikutelma muokkaa käsitystäsi siitä, kuinka pätevä hakija on työtehtävissä edellytettävien ominaisuuksien suhteen?
- Minkälaiset odotusten vastaiset teot tulkitset negatiivisesti, entä positiivisesti?
- Onko sinulla vielä lisättävää?