

Akva-, ITU- ja Hypermediakerho – yhteistilaisuus 4.10.95

Monta pientä bittiä liikahti kuulijoiden korvien välissä

Hetkyn lokakuun jäsentilaisuudella Eläke-Varman auditoriossa 4.10.95 ei ollut selvää teemaa, vaan Akva-, ITU- ja Hypermediakerho olivat kutsuneet paikalle monta hyvää puhujaa omine aiheineen. Kokonaisuus oli mielenkiintoinen, ja nimenomaan erilaiset lähestymistavat herättivät huikeita, luovia ja monipuolisia ajatusituja, jotka jäivät muhimaan kuulijoiden korvien väliin. Iltapäivää seurasi noin 25 hetkyläistä, mutta yleisön määrä kasvoi kaksinkertaiseksi illalla, kun Atkinsin hypermediakurssilaiset opettajineen tulivat kuuntelemaan, mitä uutta hypermediassa on luvassa.

Tieteen ja tutkimuksen assistentin Jaana Venkulan visio, että ihmiset alkaisivat taas käyttää aivojaan ja kehittää ajatusprosessejaan, oli virkistävän erilainen kuin Yleisradion Robert Tammin visio ennen vuosituhannen vaihdetta markkinoille tulevasta äly-TV:stä. Visiot eivät välttämättä ole keskenään ristiriidassa.

Miksi tietoa ei ymmärretä?

Ajatus, että tieto on siirrettävää faktaa, estää meitä kehittämästä ajatteluamme, väitti Jaana Venkula. Tämän päivän maailmassa mikään fragmentaarinen, yhdeltä alalta oleva tieto ei enää auta meitä, vaan tarvitaan integroivia ja syntetisoivia otteita. Prosessin olennaiset piirteet näkee vasta kun itse konkreettisesti tekee. Ajattelu on tiedon muodostusPROSESSI ja tunteet ovat tiedon esiaste. Jos jokin prosessi jää hoitamatta, kokonaisuus ei enää toimi. - Sitten törmää ihmisiin, jotka tietävät kaiken internetistä, mutta eivät tiedä, mitä tarkoittaa viisikymmentä prosenttia. Tai opiskelijoihin, jotka valittavat, että sanat objektiivinen, subjektiivinen ja materialistinen ovat liian vaikeita.

Liian helposti sorrutaan siihen, että kun fakta on muodostettu, kaikki toimintasäännöt johdetaan siitä. Yksi esimerkki on vuosia sitten muodostettu tavoite ”päivähoitoa kaikille”, joka on nyt saavutettu, mutta maailma, jossa tavoite piti saavuttaa, on muuttunut. Virhe tapahtuu, kun asia on järjestetty lopulliseen muotoon ja luullaan, että se etenee juuri suunnitelmien mukaan. Johdantoa ei kuitenkaan voi kirjoittaa ennenkuin koko prosessi on tiedossa.

Järjen kammari

Jaana Venkula esitti oman Knowledge and Knowledge Formation -mallinsa, jossa mentaalinen systeemi koostuu episteemisestä, esteettisestä, empiirisestä, emotionaalisesta ja eettisestä järjestelmästä. Ennenkuin kaikki nämä eri järjestelmät kohtaavat, tietoa ei synny. Informaatio on raakaa faktaa, mutta tieto on ymmärrettyä tietoa.

Mallia havainnollistaa esimerkki: Rakastunut nainen näkee rakastettunsa kadulla, ja tämän käsipuolella on raskaana oleva nainen. Rakastunut nainen järkyttyy ja kysyy kotitekoälyltä, mistä on kysymys. Menee kuitenkin pitkään, ennenkuin hän hyväksyy tiedon, jonka naapurin rouva jo ajat sitten sanoi, että mies on täysi renttu.

Majakkan valot

Jaana Venkula totesi puheensa lomassa, että mitä sekavampi esitys, sitä parempi se on kuulijoille, koska silloin heiltä vaaditaan enemmän. Kaikki tärkeä tieto syntyy kuulijoiden päässä, ja puhuja voi näyttää vain joitain majakanvaloja. Hyvä luento ei ole sellainen, että kaikki muistavat, mitä puhut, vaan sellainen, että jotain naksahdaa ja oma ajatteluprosessi käynnistyy. Jaana Venkula kertoi esimerkin fyysikosta, joka kesken luennon alkoi kirjoittaa omaa esitystään. Luento oli hyvä, koska hän oli saanut siitä itseään innostavan kipinän.

Mikä on Jaana Venkulun luennointitaidon salaisuus, kysyttiin. Huikea kiinnostus asiaan ja täydellinen itsensä unohtaminen, oli vastaus. Asialle antautuminen on myös rohkeuden avain. Opetuksessa ihminen tarvitsee

- liitutaulun
- asian ja
- persoonan.

Sitten ajattelu etenee kysymysten ja provosoivien vastausten virtana.

Mielikuvat ohjaavat ajatuksia

”Pölyinen tutkija, ja vielä Turusta.” Näinkö ajattelimme, kun näimme Hetkyn jäsentilaisuuden kutsusta, että joku Turun Kauppakorkeakoulusta puhuu aiheesta Imago ja markkinointi, kysyi Pirjo Vuokko.

Entä mitä mielikuvia tietokoneihmiset herättävät? Ne, jotka tuntevat laitteet, ja kaikki sujuu vaikka savu nousisi, kun taas tietokonetta työssään käyttävä tavallinen tutkija pelästyy, kun kuuluu pieni piip. Ja miettii kauan, ennenkuin soittaa mikroneuvojalle, joka tekee ydinräjäytyksen koneessa viidelläkymmenellä makrollaan, kun tutkija haluaisi vain tietää, painaako alt- vai control-näppäintä.

Tai mitä mielikuvia presidenttiehdokkaista luotiin viime vaaleissa? Roopa-Ankka, Muumipappa, kiipijä ja kuningatar. Vaikka äänestäjät eivät olisi ikinä ehdokkaita tavanneet, heillä oli jo mielikuvat näistä. Samoin meillä on mielikuvia naapurikansoista, vaikka emme ikinä olisi tavanneet yhtäkään niiden edustajaan.

Entä mikä mielikuva ihmisillä on sinun firmastasi? ”En tunne sinua enkä firmaasi. Mitä yrität myydä?” Vaikka valmistamasi tuotteet ja palvelut olisivat maailman parhaita, niin mitä hyötyä siitä on, jos asiakkaat eivät tiedä niistä tai ovat niistä eri mieltä?

Vaikutuksen portaat

Pirjo Vuokko kuvasi vaikutuksen portaita. Ensin annetaan firmasta tietoa, jotta ihmiset tietävät, mikä se on. Sen jälkeen ihmisille syntyy mielikuva, mitä siellä olisi juuri heille. Tästä syntyy toiminta: ”Kannattaisiko kokeilla?” Kokeilun tulokset voivat olla positiivisia, jolloin asiakassuhde jatkuu, tai negatiivisia, jolloin asiakaskontakti oitis päättyä.

Firman tilannetta voisi tarkastella nelikentässä:

- A firmaa ei tunneta ja siihen suhtaudutaan positiivisesti
B firma tunnetaan ja siihen suhtaudutaan positiivisesti
C firmaa ei tunneta ja siihen suhtaudutaan negatiivisesti
D firmaa tunnetaan ja siihen suhtaudutaan negatiivisesti
- Tilanteessa D firmalla on kaikkein hankalinta.

Mistä mielikuva syntyy?

Mielikuva syntyy toisaalta

- arvoista
- asenteista
- ennakkoluuloista
- uskomuksista

toisaalta

- informaatiosta
- kokemuksesta
- havainnoista.

Jälkimmäisiin firma voi itse omalla toiminnallaan vaikuttaa. Tai ei firma itse, vaan jokainen sen henkilöstön jäsen.

Organisaation imago on hyvä, jos sekä viestintä että toiminta ovat hyviä. Imagon luominen aloitetaan sisältäpäin, ja edetään ulospäin. Näin organisaatio toimii yhteen hiileen puhaltuen. Hyvä yrityskuva saa hyvät ihmiset hakeutumaan firman palvelukseen, jolloin aikaansaannokset paranevat ja yrityskuva paranee. Hyvä strategia tuo asiakkaat ovelle, mutta paras strategia tuo heidät ovelle uudestaan.

Pirjo Vuokko neuvoi: Keskity parantamaan niitä osa-alueita,

- joissa epäonnistuminen on kohtalokasta
- joissa onnistuminen on menestyksen avain
- jotka ovat organisaation kilpailuetuja
- jotka voivat olla organisaation vahvuuksia myös pitkällä aikavälillä.

Uudet tuulet puhaltavat yrityksissä

”Olin ITU-kerhon ensimmäisessä kokouksessa, jolloin kerho perustettiin”, muisteli Marita Kaatrala. ”Mukaan pääsi, jos uskalsi riisua kengät käytävän puolelle Intercontinentalissa. Ihmisiä oli nimittäin niin paljon, että istuttiin lattialla.” Marita Kaatrala puhui tietotekniikan eväistä suomalaiselle kilpailukyvyllä, ja nojasi yhteen kalvoon lähes tunnin mittaisen, kiinnostavan ja monipuolisen esityksensä, johon taitavasti kutoi ajatuksia edellisten puhujien esityksistä.

Organisaation toimintaa ei enää pystytä suunnittelemaan, kun maailma ympärillä muuttuu nopeasti. Silti organisaatiot suunnittelevat edelleen, jotta pystyisivät ymmärtämään, mitä tapahtuu. Suunnitelmat ovat kuitenkin vain kiteytys tietyn hetken käsityksistä, ja niistä pitää olla valmis joustamaan. Yrityksen tietohallinnon suurin ongelma on joustamattomuus, joka näkyy esimerkiksi tietojärjestelmäprojektien läpimenoajoissa. Yritysten tietohallintoyksiköt pitäisi herättää Ruusun unestaan, ja joka aamu pitäisi muistaa ajatella: Menenpä töihin lisäämään joustavuutta.

Yritysten pitäisi nähdä todelliset kilpailijansa, jotka voivat löytyä eri toimialoilta. Esimerkiksi ihmisten ajankäytöstä taistelevat TV, lehdet, internet, teatteri ja oopperat. Ne siis ovat kilpailijoita.

Laatuajattelua on monissa yrityksissä kehitetty ISO-standardin mukaan, ja sertifikaatti on naulattu seinään. Kuitenkin Malcom Balbridgesta ja Japanin laatuajattelusta löytyy ISO-standardiin nähden moninkertainen määrä asioita, joiden pitäisi olla kunnossa, ja joita mietitään joka päivä.

Uudet tuulet koettelevat Suomessa varmasti eniten vakuutusyhtiöitä, joilla ei vielä ole ollut kovin paljon kansainvälistä kilpailua. Marita Kaastrala kertoi esimerkin, miten vakuutusyhtiön systeemivirhe tuotiin heille kotiin, kun sama lasku tuli kahteen kertaan ja vielä maksettiin kahteen kertaan. Asiakaskirjeet taas ovat juristien kirjoittamia eivätkä aukea tavalliselle lukijalle. Parantamisen varaa siis on, ja paljon, eikä Suomi vielä ole kovin pitkällä palveluyhteiskunnassa eikä tietoyhteiskunnassakaan.

Tietotekniikan mahdollisuudet bisneksen tekemiselle

Tarvitaan visionäärejä, jotka osaavat sanoa, miten bisneksen tekotapaan voidaan tuoda uusia elementtejä ja mitä mahdollisuuksia tietotekniikka tarjoaa. Ja tässä visioinnissa ei ole kysymys siitä, siirrytäänkö ensi vuonna Windows 95:een vai ei.

1990-luvun johtamisajatuksissa nähdään aika kilpailuetuna. Muita innovatiivisempia mahdollisuuksia voisi olla

- ydinosaamiseen keskittyminen
- tiimit
- oppiva organisaatio
- prosessien re-engineering
- virtuaaliyritykset
- liiketoiminnan uudistaminen
- tietotekniikan mahdollisuuksien käyttäminen
- organisaation kehittäminen.

Äly-TV

”Jos omistaisin osakkeita videovuokraamoista, myisin ne nopeasti pois”, sanoi Robert Tamm Yleisradiosta visioidessaan media-alan kehitystä. Video-CD:n painatuskustannukset ovat halvat, ja kohta videon voi ostaa samaan hintaan kuin nyt vuokrata.

Media-alan eri haarat ovat yhdentymässä, ja uusia ammattijakoja ja -muotoja on syntymässä, kun samalla laitteella voi tehdä kaiken. Kaista levenee, ja ATM-perustainen jakeluverkko on jo rakenteilla. Tulevaisuudessa TV-ohjelmat jaellaan tietoverkkojen kautta, ja uusien videon ja äänen pakkausmenetelmien myötä yhteen verkkoon mahtuu vuonna 2015 noin 8000 TV-kanavaa.

Mutta kuka maksaa uuden tarjonnan? Vai laskeeko tarjonnan laatu? Tästä pitäisi keskustella julkisesti, koskeehan asia koko kansaa. Toisaalta, jos Yle ei täytä aukkoa, jonka tekniikka

tarjoaa, niin joku muu sen täyttää kuitenkin. - Soitettiinhan sodan aikana Säkijärven polkkaa, jotta pommit eivät räjähtäisi.

Äly-TV, personalisoitu TV-vastaanotin, on meillä jo ennen vuosituhannen vaihdetta. Siinä on 9 tai 18 Gigan massamuisti, ja se voidaan ohjelmoida seuraamaan ja tallentamaan niitä aiheita, joista itse on kiinnostunut. Tällä äly-TV:llä, kodin tietokeskuksella, voidaan ohjelmoida muitakin kodin laitteita, ja tulostaa päivälehti, jolloin lehtien fyysinen jakelu jää turhaksi.

Eija Kalliala