

VIRKAMIEHET SOMESSA

Miten luottamus valtionhallintoon rakentuu Twitterissä?

Aino Elina Kivelä

Helsingin yliopisto

Valtiotieteellinen tiedekunta

Viestintä

Pro gradu -tutkielma

Helmikuu 2019

 HELSINGIN YLIOPISTO HELSINGFORS UNIVERSITET UNIVERSITY OF HELSINKI		
Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		
Tekijä □– Författare – Author <u>Aino Elina Kivelä</u>		
Työn nimi – Arbetets titel – Title Virkamiehet somessa. Miten luottamus valtionhallintoon rakentuu Twitterissä?		
Oppiaine – Läroämne – Subject Viestintä		
Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu	Aika – Datum – Month and year Helmikuu 2019	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 114 + liitteet
Tiivistelmä – Referat – Abstract		
<p>Työni lähtökohdaksi on vuonna 2016 julkaisu valtionhallinnon viestintäsuositus, jossa korostetaan hallinnon avoimuutta. Suosituksen esipuheessa todetaan, että avoimuus rakentaa luottamusta, joka puolestaan on viranomaisten kaiken toiminnan perusta. Viestinnän vuorovaikutteisuus kuuluu suosituksen mukaan keskeisesti hyvään hallintoon. Yhtenä keinona vuorovaikutteisuuden lisäämiseksi suosituksessa kehoitetaan virkamiehiä olemaan läsnä sosiaalisessa mediassa. Tarkastelen tutkielmassani sitä, millaisia johtavassa asemassa olevien virkamiesten Twitterissä julkaisemat sisällöt ovat ja miten ne voivat lisätä luottamusta valtionhallintoa kohtaan. Analysoin sekä tviittisisältöjä että sitä, miten virkamiehet käyttävät Twitterin tarjoamia toiminnallisuuksia kuten uudelleentviittamista, muualla verkossa sijaitsevien sisältöjen jakamista ja mahdollisuutta vuorovaikutukseen muiden käyttäjien kanssa. Työni teoreettisena viitekehys on luottamus yhteiskunnallisena käsitteenä. Hallintoa kohtaan koettu luottamus on demokraattisessa yhteiskunnassa keskeistä hallinnon legitimitetille. Tarkastelen kohteena tutkielmassani on se, miten virkamiesten toiminta Twitterissä ja heidän siellä julkaisemansa sisällöt voivat rakentaa luottamusta valtionhallintoa ja sen organisaatioita kohtaan.</p> <p>Aineistoni koostuu viiden johtavassa asemassa olevan valtionhallinnon virkamiehen Twitterissä julkaisemista sisällöistä ajalta 1.1.2018-28.2.2018. Aineistoon sisältyvät sekä virkamiesten omat tviitit että heidän tekemänsä uudelleentviittaukset ja jaetut sisällöt. Analyysimenetelmänäni on retorinen diskurssianalyysi. Valitsemani laadullinen lähestymistapa on Twitter-aineistojen tutkimuksessa harvinaisempi; keskittyyn Twitter-tutkimus määrälliseen tutkimukseen ja suurten aineistojen analysointiin. Tutkimuskysymysteni ratkaisemiseen laadullinen analyysi soveltuu hyvin, sillä tutkielmani tavoitteenani on selvittää, millaisia virkamiesten Twitterissä julkaisemat sisällöt ovat, ja miten ne voivat rakentaa luottamusta julkishallintoon. Analysoin sekä tviiteissä esiintyviä aiheita ja teemoja että sitä, millaisia retorisia keinoja tviittiteksteissä on käytetty. Tviittiteksteistä löytyvien retoristen keinojen lisäksi tarkastelen analyysissäni sitä, miten Twitterin mahdollistamat toiminnallisuudet voivat Twitter-kontekstissa näyttäytyä retorisisena, ja mitä tämä tarkoittaa luottamuksen rakentumisen näkökulmasta.</p> <p>Tutkimukseni keskeinen tulos on se, että johtavassa asemassa olevat valtion virkamiehet julkaisevat Twitterissä eniten sellaisia sisältöjä, jotka kertovat asiantuntijuudesta. Oman organisaation ja sen edustaman hallinnon alan asiantuntijuuden painottuminen näkyi sekä virkamiesten omista tviittiteksteistä, heidän tekemissään uudelleentviittauksissa että heidän tviiteissä jakamissaan muualla verkossa sijaitsevilla sisällöillä. Yhteiskunnalliset aiheet olivat tviittisisällöissä toiseksi yleisimpiä; kolmanneksi eniten oli johtamiseen liittyviä aiheita. Nämä sisällöt kuuluvat virkamiesjohtajan omaan asiantuntijuuteen. Asiantuntijuudesta kerrottiin joko suoraan eli omista tviittisisällöissä tai epäsuorasti eli uudelleentviittauksilla; jälkimmäinen näyttäytyy Twitter-kontekstissa retorisisena. Retorisena keinona uudelleentviittaus voi Twitter-kontekstissa olla joko asiantuntijuudella tai konsensusella vahvistamista.</p> <p>Asiantuntijuuden korostuminen johtavien virkamiesten Twitter-sisällöissä kertoo siitä, että asiantuntijuus nähdään valtionhallinnossa luotettavuuden mielikuvan ja siten luottamuksen saavuttamisessa yhä hyvin keskeisenä. Luottamusta käsittelevien teorioiden valossa luottamuksen rakentuminen jää näin kuitenkin vajaaksi, sillä luottamuksessa tärkeää on myös tunteiden ja tunneilmapiirin huomioiminen sekä vuorovaikutus. Aineistosta löytyi myös vuorovaikutteisuutta, mutta virkamiesten kommunikaatio muiden Twitter-käyttäjien kanssa oli kuitenkin suhteellisen vähäistä ja keskittyi yhdelle virkamiehelle. Virkamiesten suosimat Twitterin toiminnallisuudet kuten uudelleentviittaus ja linkkien jakaminen eivät lisää hallinnon avoimuutta; näin ollen ne toimivat myös luottamuksen rakentamisen näkökulmasta heikosti. Näiden toiminnallisuuksien runsaus aineistossa kertoo siitä, miten sosiaalisen median teknologiset ja sosiaaliset affordanssit johdattavat käyttäjiä tietäntyyppiseen julkaisemiseen.</p> <p>Pohdin tutkielmassani myös viime aikoina esiin tulleita sosiaalisen median negatiivisia ilmiöitä ja sitä, mitä ne merkitsevät etenkin luottamuksen rakentumisen näkökulmasta. Sosiaalista mediaa leimaavat yhä enemmän suosion logiikka, algoritmien määrittämä näkyvyys, samoin ajattelevien kuplat ja mielipiteiden kärjistyminen sekä erilaiset vaikuttamispyrkimykset ja valeutiset. Näiden ilmiöiden takia ainakin osa käyttäjistä on menettänyt luottamuksensa sosiaaliseen mediaan.</p>		
Avainsanat – Nyckelord – Keywords Twitter, virkamies, valtionhallinto, luottamus, retorinen diskurssianalyysi		

Sisällys

1. Johdanto	4
1.1. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	10
1.2. Tutkielman rakenne	12
2. Luottamus yhteiskunnassa	13
2.1. Luottamus yhteisön ja yhteiskunnan ominaisuutena	15
2.2. Luotettavuus ja luottamus	18
2.3. Luottamus julkisiin organisaatioihin	21
2.4. Asiantuntemus, luotettavuus ja julkisten organisaatioiden auktoriteettiasema	22
2.5. Luottamuksen rakentuminen julkishallintoon	24
2.6. Dialogi luottamuksen rakentamisessa	26
3. Twitter ja sosiaalinen media.....	27
3.1. Twitterin teknologiset ja sosiaaliset affordanssit	31
3.1.1. Reaaliaikaisuus ja läsnäolon tunne	34
3.1.2. Suosion logiikka ja promootio	35
3.1.3. Sisältöjen jakaminen eli sosiaalinen kuratointi.....	36
3.1.4. Uudelleentviittaaminen ja oletetut yleisöt	37
3.1.5. Emojien merkitys tviiteissä.....	37
3.2. Twitterin käyttö Suomessa	39
4. Tutkimusmenetelmä ja aineisto.....	40
4.1. Tutkimuskohteena sosiaalisen median aineisto – erityispiirteitä	40
4.2. Retorinen diskurssianalyysi.....	42
4.3. Aineisto	48
4.4. Viisi tviittaavaa virkamiestä.....	53
5. Analyysi	57
5.1. Luottamuksen rakentamisen teemat	60
5.1.1. Asiantuntijuus	60
5.1.2. Yhteiskunta ja tulevaisuus	65
5.1.3. Hyvä johtaminen.....	66
5.1.4. Uudistuva ja ketterä valtionhallinto.....	68
5.1.5. Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri	72
5.2. Luottamusta rakentavat strategiat.....	79

5.2.1. Vuorovaikutus.....	79
5.2.2. Uudelleentviittaaminen	83
5.2.3. Sisältöjen jakaminen	87
6. Tulokset.....	88
6.1. Asiantuntijuus.....	89
6.2. Johtaminen ja valtionhallinnon uudistuminen.....	90
6.3. Tunneilmapiiri, empatia ja emotiot	92
6.4. Henkilöbrändi ja käyttäjän tviittaamisen konteksti	94
6.5. Vuorovaikutus	95
6.6. Uudelleentviittaaminen.....	98
6.7. Sisältöjen jakaminen.....	99
6.8. Visuaaliset elementit ja emojiit	100
6.9. Yleisimmät retoriset keinot ja uudelleentviittaamisen retoriisuus	100
7. Pohdinta	103
7.1. Tutkimusmenetelmän soveltuvuus tutkimuskysymysteni ratkaisemiseen sekä tutkielman rajoitukset	104
7.2. Ehdotuksia virkamiesten Twitter-viestinnän kehittämiseksi.....	105
8. Lähteet.....	110
Liite 1.	118
Liite 2.	119

1. Johdanto

Luottamus on keskeinen demokraattista yhteiskuntaa koossapitävä voima (Saarinen 2017, 10). Niin sanottu yleinen luottamus (engl. *generalized trust*) on perinteisesti ollut suomalaisen yhteiskunnan ja muiden pohjoismaisten hyvinvointiyhteiskuntien vahvuus (Ilmonen & Jokinen 2002, 141-142; Rothstein 2005, 88; Kouvo 2014, 53; Vihma, A., Hartikainen, J., Ikäheimo, H-P. & Seuri, O. 2018, 209; Aamulehti¹; Filosofian Akatemia²; Turun yliopisto³). Yhteiskunnassa koettu yleinen luottamus kuitenkin vaihtelee eri aikoina ja erilaisissa tilanteissa (Ilmonen & Jokinen 2002, 213; Kouvo 2014, 22). Muun muassa vuoden 2016 Yhdysvaltojen presidentinvaalit ja Iso-Britannian Brexit-äänestys sekä niihin liittynyt vaikuttaminen sosiaalisessa mediassa ovat murentaneet luottamusta jopa globaalisti ja osaltaan tehneet sen merkityksen pohtimisesta jälleen hyvin ajankohtaista (Saarinen 2017, 9-10; Aamulehti⁴; Edelman Trust Barometer Global Report 2018⁵). Kiinnostusta luottamuksen merkitykseen on lisäksi lisännyt se, että yhteiskunta on muuttunut monimutkaisemmaksi; samaan aikaan kansallisvaltioiden rooli yhteisten arvojen ja normien määrittelijänä on pienentynyt. (Jalava 2006, 3).

Suomessa luottamus lainsäädäntöön, poliittiseen järjestelmään, poliisiin ja toisiin ihmisiin on tilastojen valossa yhä korkealla tasolla (Eurostat: Average rating of trust by domain, income quintile, household type and degree of urbanisation⁶). Luottamus on kuitenkin viime aikoina noussut puheenaiheeksi myös meillä, sillä yleistä luottamusta uhkaavat suomalaisessakin yhteiskunnassa globaalit ilmiöt kuten yhteiskunnan nopea muutos, työelämän murros ja epävakaus, eriarvoisuuden lisääntyminen, valtioiden väliset kriisit, valeutisten leviäminen sekä ilmastonmuutos ja sen aiheuttamat kriisit (Saarinen 2017, 14; Ilmonen & Jokinen 2002, 147).

¹ <https://www.aamulehti.fi/raha/suomi-ei-kykene-muuttumaan-uskovat-suomalaisetluottamus-ihmisiin-ja-yhteiskuntaan-on-korkealla-200228515/> , haettu verkosta 11.4.2018

² <https://filosofianakatemia.fi/blogi/hyvinvointivaltiomme-on-suurin-saavutuksemme> , haettu verkosta 11.4.2018

³ <http://www.utu.fi/fi/Ajankohtaista/mediatiedotteet/vaitostiedotteet/Sivut/reilut-julkiset-instituutiot-edistavat-luottamuksen-ilmapiiria-vaitos-antti-kouvo.aspx> , haettu verkosta 4.11.2018

⁴ <https://www.aamulehti.fi/uutiset/trumpin-kampanjaa-auttanut-analyysiyhtio-kerasi-ja-jakoi-valtavan-maaran-kayttajatietoja-luvatta-facebookin-luotto-loppui-200819562/> , haettu verkosta 4.11.2018

⁵ http://cms.edelman.com/sites/default/files/2018-02/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf , haettu verkosta 5.10.2018

⁶ Eurostat: Average rating of trust by domain, income quintile, household type and degree of urbanisation. Last update: 15-02-2018; https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/ilc_pw04 , haettu verkosta 5.10.2018

Tutkielmani näkökulmaa – luottamus – inspiroivat edellä mainitut seikat. Aihevalintani lähtökohtana oli puolestaan vuonna 2016 julkaistu uudistettu, järjestyksessä viides valtionhallinnon viestintäsuositus ”Avoimesti, rohkeasti ja yhdessä!”, jossa nimetään valtionhallinnon viestintää ohjaavat arvot. Ne ovat *avoimuus, luotettavuus, tasapuolisuus, ymmärrettävyys, vuorovaikutteisuus* ja *palveluhenkisyys* (Valtionhallinnon viestintäsuositus 2016, 6). Suosituksen esipuheessa korostetaan vuorovaikutusta ja viestinnän avoimuutta luottamuksen perustana:

”Avoin ja vuorovaikutteinen viestintä kuuluu keskeisesti hyvään hallintoon. Luotettavuus on viranomaisten kaiken toiminnan perusta ja hallinnon viestinnän paras kilpailutekijä. Avoimuus ja luottamus kulkevat käsi kädessä. Ilman avoimuutta ei voi olla luottamustakaan.”

(Valtionhallinnon viestintäsuositus 2016, 4)

Halusin selvittää, millä tavalla virkamiehet ovat tarttuneet suosituksessa annettuun kehoitukseen viestinnän avoimuudesta ja vuorovaikutuksesta sosiaalisessa mediassa, ja miten luottamuksen rakentaminen julkishallintoon ilmenee heidän julkaisemissaan sisällöissä.

Avoimuus on suosituksen mukaan tärkeä valtionhallinnon viestintää ohjaava arvo, sillä se ”lisää hallinnon läpinäkyvyyttä ja sen toiminnan ymmärrettävyyttä”. Viestintä kuuluu suosituksen mukaan kaikkien valtionhallinnossa työskentelevien tehtäviin; ei vain viestinnän ammattilaisille. Erityisen tärkeänä viestintä nähdään organisaation johdon työssä. ”Johtaminen on viestintää”, suosituksessa todetaan. Ylimmän johdon tehtävänä on antaa organisaatiolle kasvot ja vastata organisaation viestintäkulttuurista. (Valtionhallinnon viestintäsuositus 2016, 4, 6 & 8.) Suosituksessa kehoitetaan viranomaisia hyödyntämään sosiaalista mediaa asiantuntijatyössä, koska ”viranomaisten on hyvä olla läsnä niillä foorumeilla, joilla ihmiset haluavat käydä keskustelua”. Toisaalta suosituksessa muistutetaan, että sosiaalinen media ei riitä ainoaksi viestintäkanavaksi, koska julkishallinnon viestinnän tulee olla tasapuolista (Valtionhallinnon viestintäsuositus 2016, 7). Virkamiesasemaan ja virkaviestintään liittykin julkisuusperiaatteen ja lainsäädännön asettamia erityispiirteitä ja vaatimuksia (Hakala 2015, 237). Valtioneuvoston kanslia luettelee verkkosivuillaan useita valtionhallinnon viestintää koskevia säädöksiä, ohjeita ja suosituksia, joista mainittakoon tässä yhteydessä laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta eli julkisuuslaki, hallintolaki, kielilaki, saamen kielilaki, yhdenvertaisuuslaki, asetus viranomaisten toiminnan julkisuudesta ja

hyvästä tiedonhallintatavasta, yhteiskunnan turvallisuusstrategia sekä Suomen kyberturvallisuusstrategia ⁷. Virkamiesten työssä erityistä on muita laajempi vastuu työssä sattuneista virheistä eli virkavastuu, joka käsittää sekä rikosoikeudellisen että vahingonkorvausoikeudellisen vastuun ⁸. Julkisuuslaissa on säännökset muun muassa viranomaisen velvollisuudesta hyvän tiedonhallintatavan toteuttamiseen, tietoturvallisuuteen ja viestintään ⁹. Siihen sisältyvä julkisuusperiaate takaa oikeuden saada tietoa viranomaisten toiminnasta ¹⁰. Tämä lainsäädäntö asettaa raamit virkatehtävissä viestimiselle.

Valtionhallinnon viestintäsuositukseen kirjattu ajatus avoimuuden ja vuorovaikutuksen tärkeästä roolista luottamuksessa saa tukea puolalaisen sosiologin Piotr Sztompkan näkemyksistä. Sztompka on todennut, että luottamuksen rakentumisessa keskeistä on viestintä ja avoin vuorovaikutus; anonyymius ja etäisyys aiheuttavat epäluottamusta. Hän esittää, että juuri tästä syystä julkisen hallinnon ja virkamiesten tulisi viestiä avoimesti foorumeilla, jotka mahdollistavat hallinnon läpinäkyvyyden. Lisäksi luottamuksen kannalta on Sztompkan mukaan tärkeää se, miten hallinnon edustajat suhtautuvat kansalaisiin ollessaan heidän kanssaan vuorovaikutuksessa. (Sztompka 1999, 81-82; 135-136.). Huomionarvoista on, että sosiaalisessa mediassa ja Twitterissä julkaiseminen voidaan jo itsessään nähdä luottamusta rakentavana. Tämä johtuu siitä, että Twitter ikään kuin simuloi sellaista tiivistä yhteisöllisyyttä, jossa luotettavuudelle muodostuu sosiaalista painetta. Piirteitä, jotka luovat tällaista sosiaalista painetta, ovat näkyvyys tai avoimuus (engl. *visibility*) ja läheisyys (engl. *closeness*), joilla poistetaan epäluottamusta aiheuttavaa anonyymiteettiä. (Sztompka 1999, 93-95.)

Virkamiesten viestiminen sosiaalisessa mediassa ei toisaalta ollut vuoden 2016 viestintäsuosituksessakaan enää uusi asia. Jo vuonna 2010 oikeusministeriön julkaisemassa katsauksessa ”Sosiaalisen median mahdollisuudet hallinnolle” todettiin, että sosiaalinen media ”tarjoaa hallinnolle mahdollisuuden lisätä vuorovaikutusta kansalaisten ja sidosryhmien kanssa”, ja että ”aktiivinen ja avoin sosiaalisen median käyttö voi lisätä hallintoa kohtaan tunnettua luottamusta ja esimerkiksi kuntalaisen sitoutumista omaan kuntaansa” (Sosiaalisen median mahdollisuudet hallinnolle 2010, 7).

⁷ <https://vnk.fi/viestinta/valtionhallinnon-viestinnan-saadoksia-ja-ohjeita> , haettu 22.10.2018.

⁸ <http://lainkirjoittaja.finlex.fi/12-yleislait-ja-eraat-yleiset-saantelyt/12-12/> , haettu 22.10.2018

⁹ <http://lainkirjoittaja.finlex.fi/12-yleislait-ja-eraat-yleiset-saantelyt/12-4/> , haettu 22.10.2018

¹⁰ <http://lainkirjoittaja.finlex.fi/12-yleislait-ja-eraat-yleiset-saantelyt/12-4/> , haettu 22.10.2018

Näkyvyys sosiaalisessa mediassa onkin tullut viime vuosina yhä keskeisemmäksi osaksi myös julkishallinnon viestintää. Tämän voi nähdä paitsi ilmentävän sitä, että koko yhteiskunnan läpäisevä promootion periaate ulottuu nyt myös julkishallintoon, niin myös aitona yrityksenä avata avointa keskustelua hallinnon ja kansalaisten välille ja lisätä hallinnon läpinäkyvyyttä. Valtionhallinnon viestintäsuosituksessa 2016 todetaan, että sosiaalinen media voi tarjota foorumin kansalaisten ja hallinnon avoimelle vuoropuhelulle.

Sosiaalinen media on kuitenkin viime vuosina kehittynyt toisenlaiseksi viestintäympäristöksi kuin kenties alun perin kuviteltiin. Kun ajatellaan yleistä suhtautumista sosiaaliseen mediaan, on tilanne tätä kirjoittaessa jo erilainen kuin vuonna 2016, jolloin suositus julkaistiin. Sosiaalinen media on joutunut muun muassa liiketoimintamallinsa takia useissa länsimaissa vakavaan luottamuskriisiin (Helsingin Sanomat 19.11.2017¹¹). Etenkin syksyllä 2017 paljastunut Facebookin tietovuoto¹² on aiheuttanut sen, että sosiaalisen median suuryritysten liiketoimintalogiikka on herättänyt huolta ja jopa suuttumusta käyttäjien keskuudessa, kun on käynyt ilmi, että käyttäjien tietoja on myyty eteenpäin, ja näiden tietojen avulla on pyritty mainontaa kohdentamalla vaikuttamaan esimerkiksi vuonna 2016 Yhdysvalloissa pidettyihin presidentinvaaleihin ja Iso-Britannian Brexit-kansanäänestykseen (Helsingin Sanomat 21.3.2018¹³). Käyttäjät ovat alkaneet yhä enemmän huolestua yksityisyydensuojastaan sosiaalisessa mediassa¹⁴. Twitter ei ole tässä suhteessa Facebookia neutraalimpi sosiaalisen median alusta, sillä myös Twitter hyödyntää käyttäjätietoja kohdennetussa mainonnassa¹⁵, ja siihen on lisäksi liitetty useita automatisoituihin käyttäjätileihin ja hämmennyksen aiheuttamiseen liittyviä kohuja. Ongelmallista on myös paikkansa pitämättömien eli niin sanottujen vale uutisten leviäminen sosiaalisessa mediassa. Ilmiötä vahvistaa se, että on havaittu, että käyttäjät

¹¹ Helsingin Sanomat 19.11.2017. Jussi Pullinen: Miten some suitsitaan? <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005453832.html>

¹² Helsingin Sanomat 24.3.2018. Jarno Hartikainen: Kriisi osuu Facebookin ytimeen – yhtiö menestyy huippu-tarjoilla tiedoilla ihmisistä, mutta nyt käyttäjät ja viranomaiset saattavat painaa jarrua <https://www.hs.fi/talous/art-2000005616319.html>

¹³ Helsingin Sanomat 21.3.2018. Linda Laine: Kohu käyttäjien tiedoista <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005611615.html>, haettu verkosta 21.8.2018

¹⁴ Näin paljon Facebook, Google ja Twitter tietävät sinusta: MB latasi kaikki käyttäjän tiedot some-palveluista. Tivi 21.3.2018. https://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/nain-paljon-facebook-google-ja-twitter-tietavat-sinusta-mb-latasi-kaikki-kayttajan-tiedot-some-palveluista-6707683, haettu verkosta 21.8.2018

¹⁵ Sulopuisto, Olli: Näin paljon Facebook, Google ja Twitter tietävät sinusta: MB latasi kaikki käyttäjän tiedot some-palveluista. Tivi 21.3.2018. https://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/nain-paljon-facebook-google-ja-twitter-tietavat-sinusta-mb-latasi-kaikki-kayttajan-tiedot-some-palveluista-6707683, haettu verkosta 21.8.2018

jakavat helpommin valeuutisia kuin luotettavien journalististen medioiden tekemiä uutisia, koska valeuutiset ovat yllättävämpiä ja niiden sisältö tarjoaa enemmän uutuusarvoa (Helsingin Sanomat 14.3.2018 ¹⁶). Automatisoidut eli niin sanotut bottitilit, joiden tarkoituksena on aiheuttaa hämmennystä, rapauttavat myös sosiaalisen median luotettavuutta (Helsingin Sanomat 9.11.2017 ¹⁷).

Huolta aiheuttavat lisäksi niin sanotut sosiaalisen median kuplat tai kaikukammiot (engl. *echo chambers*). Aalto-yliopiston, Helsingin yliopiston ja Qatar Computing Research Instituten vuonna 2018 julkistamassa tutkimuksessa osoitettiin paikkansapitäväksi se, että Twitterissä käyttäjät altistuvat eniten omien mielipiteidensä kaltaisille mielipiteille. Kaikukammiot ovat Twitterissä todellisia. Ilmiötä voimistaa se, että sellaiset käyttäjät, jotka pyrkivät Twitterissä ymmärtämään vastakkaisia mielipiteitä, saavat vähemmän näkyvyyttä ja yhteyksiä muihin käyttäjiin (Garimella, K., De Francisci Morales, G., Gionis, A. & Mathioudakis, M. 2018, 1; Vihma ym. 74-77.) Kaikki edellä mainittu on osaltaan lisännyt kriittisyyttä sosiaalista mediaa kohtaan.

Lisäksi on muistettava se, että sosiaalisessa mediassa viestitään yksityisten yritysten tarjoamilla alustoilla, niiden ehdoilla. Julkiseen hallintoon kiinteästi liittyvä tasapuolisuuden vaade ei näin ollen sosiaalisessa mediassa toteudu erityisen hyvin. Tietty ristiriita on myös siinä, että luottamusta julkisiin organisaatioihin rakennetaan viestintäympäristössä, jota ei itsessään enää koeta erityisen luotettavana. Sosiaalisen median liiketoimintalogiikkaan liittyvät negatiiviset piirteet luovat lähtökohtaisesti tietyn ristiriidan ja jännitteen suhteessa julkisten organisaatioiden viestintätehtävään. Viime aikoina on alettu keskustella myös sosiaalisen median käyttöön helposti syntyvästä riippuvuudesta, joka joissakin tapauksissa saattaa haitata jopa ihmisten elämänhallintaa (Helsingin Sanomat 23.4.2018 ¹⁸).

Toisaalta on niin, ettei julkishallinto voi nykytilanteessa jättäytyä sosiaalisen median ulkopuolelle; niin keskeinen viestintäympäristö sosiaalisesta mediasta on muutamassa

¹⁶ Helsingin Sanomat 14.3.2018. Johanna Junttila: Valheellinen tieto twiitataan eteenpäin 70 prosenttia totuutta todennäköisemmin, osoittaa jättitutkimus <https://www.hs.fi/tiede/art-2000005598285.html> , haettu verkosta haettu verkosta 14.3.2018

¹⁷ Helsingin Sanomat 9.11.2017. Jussi Niemeläinen: Tavalliset Twitter-käyttäjät jäävät bottien jalkoihin – ohjelmoitujen Twitter-tilien valtasivat venäjänkielisen keskustelun, kertoo Naton keskuksen tuore raportti. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005440793.html> , haettu verkosta 21.8.2018

¹⁸ Helsingin Sanomat 23.4.2018. Mari Heikkilä: Kun nuori lukkiutuu ruudun ääreen ja kieltää ongelman, on syytä huoleen – some ja pelit muokkaavat aivoja samalla tavalla kuin porno tai päihteet. <https://www.hs.fi/paivanlehti/23042018/art-2000005650029.html> , haettu verkosta 21.8.2018

vuodessa tullut. Sosiaalinen media on muuttanut käsitystämme kommunikaatiosta ja avoimuudesta; myös julkisen hallinnon ja viranomaisten suhteen. Pekka Sauri toteaa kirjassaan ”Julkishallinto ja sosiaalinen media”, että sosiaalisen median merkitys ei lopulta olekaan siinä, että se voi toimia viestien jakelukanavana päättäjien ja kansalaisten välillä, vaan siinä, miten se on lisännyt kommunikaation ja avoimen tiedon merkitystä (Sauri 2015, 10; van Dijk 2012, 187). Julkishallinnon roolia sosiaalisessa mediassa voidaan pohtia myös siitä näkökulmasta, että julkisten organisaatioiden läsnäolo sosiaalisen median kanavissa on tärkeää siksi, että se tuo sosiaaliseen mediaan myös sellaista sisältöä, jossa käyttäjät eivät ole kuluttajan roolissa.

Sosiaalisen median toimintaympäristö asettaakin virkamiehille ja sitä kautta koko julkishallinnon viestinnälle uudenlaisia haasteita. Julkishallinto viestii nykyisin myös henkilöinä, ei pelkästään organisaatioina. Niinpä virkamiesten sosiaalisen median läsnäolo vaatii uudenlaista ajattelua ja näkemystä siitä, millaisia elementtejä julkishallinnon viestintään voi sisältyä. Olisi kenties tarpeen pohtia virkamiehenä viestimisen pelisääntöjä dialogisuuden ja vuorovaikutuksen näkökulmasta sekä keskusteleavamman ja osallistuvamman viestinnän roolia julkishallinnossa yleisemminkin. Miten virkamiehet voivat keskustella sosiaalisessa mediassa virkatehtäviinsä liittyvistä asioista? Mikä on sallittua ja mikä ei? Saako virkamiehen oma persoona näkyä, vaikka hän edustaakin sosiaalisessa mediassa julkishallinnon organisaatiota ja tiettyssä mielessä julkishallintoa laajemminkin? Miten ratkaistaan ne tilanteet, joissa käyttäjään kohdistuu vihapuhetta tai jopa konkreettista uhkaa? Etukäteen lienee toisaalta vaikea antaa yksiselitteisiä ohjeita, koska kaikkia avoimessa vuorovaikutuksessa eteen tulevia tilanteita ei pysty mitenkään ennakoimaan tai suunnittelemaan. Käytännöt myös muotoutunevat ajan kuluessa.

Tarkastelen tässä tutkielmassa johtavassa asemassa olevien valtionhallinnon virkamiesten tekstejä ja sisältöjä, joita he ovat julkaisseet tiettyssä sosiaalisen median kontekstissa eli Twitterissä. Tutkimuskysymysteni kannalta Twitterissä julkaistut sisällöt ovat relevantti tutkimuskohde, sillä Twitter on etenkin Suomessa keskeinen asiantuntijoiden, päättäjien, median ja vaikuttajien sosiaalisen median kanava (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018, 25). Siten myös virkamiesten on luontevaa käyttää työroolissaan sosiaalisen median kanavista juuri Twitteriä. Twitter on tässä yhteydessä kiinnostava myös siksi, että se on hyvin käyttäjäkeskeinen, ja siellä julkaistut viestit ovat lähtökohtaisesti julkisia (Murthy 2018, 2 & 13).

1.1. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tutkimushypoteesinani on, että johtavassa asemassa olevat valtionhallinnon virkamiehet rakentavat Twitterissä julkaisemillaan sisällöillä luottamusta paitsi itseään ja edustamaansa organisaatiota niin myös yleisemmin koko valtionhallintoa kohtaan.

Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Millaisia sisältöjä johtavassa asemassa olevat valtionhallinnon virkamiehet julkaisevat Twitterissä?
2. Miten nämä sisällöt rakentavat luottamusta valtionhallintoon sosiaalisessa mediassa?

Tarkastelen tutkielmassani virkamiesten Twitterissä julkaisemia sisältöjä ja Twitterin toiminnallisuuksien käyttöä luottamuksen rakentamisen näkökulmasta. Tarkastelun kohteena ei ole se, koetaanko virkamiehiä tai valtionhallintoa kohtaan luottamusta, tai ovatko kyseiset tahot todellisuudessa luotettavia. (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 28.)

Tutkielmani poikkeaa Twitter-tutkimuksen tämänhetkisestä valtavirrasta siten, että aineistoni on suhteellisen pieni, ja valitsemani tutkimusmenetelmä on laadullinen. Twitter-tutkimuksessa on toistaiseksi painottunut suuria aineistoja (engl. *big data*) hyödyntävä tutkimus, jossa Twitteristä kerättyjä aineistoja tarkastellaan määrällisin menetelmin (Koskela & Sihvonen 2018, 31). Myös tutkimus julkishallinnon tai valtionhallinnon viestinnästä sosiaalisessa mediassa on Suomessa ollut toistaiseksi suhteellisen vähäistä. Toivon, että tutkielmani voi osaltaan lisätä kiinnostusta tämän aihepiirin tutkimukseen ja tarjota siihen uuden näkökulman.

Kansainvälistä tutkimusta hallinnon verkkoviestinnän ja kansalaisten hallintoa kohtaan kokeman luottamuksen välisestä suhteesta kylläkin löytyy. Gregory A. Porumbescu (2016) tutki hallinnon verkkosivujen käytön ja hallinnon sosiaalisen median kanavien seuraamisen suhdetta kansalaisten hallintoa kohtaan kokemaan luottamukseen Soulissa. Tutkimuksen tuloksista ilmenee, että julkisen sektorin sosiaalisessa mediassa julkaisemien lyhyiden viestien seuraaminen lisäsi kansalaisten julkishallintoa kohtaan kokemaa luottamusta, kun taas julkishallinnon verkkosivujen pitkät ja yksityiskohtaiset tekstit vähensivät sitä (Porumbescu 2016, 291). Tuloksia selittää Porumbescun mukaan se sosiaali- ja kuluttajapsykologian tutkimuksessa havaittu ilmiö, että lyhyet viestit aikaansaavat vastaanottajissa myönteisemmän reaktion kuin pitkät ja yksityiskohtaiset

(Porumbescu 2016, 293-294). Näihin tutkimustuloksiin vaikuttavat tosin myös asukkaiden yleisesti kokema tyytyväisyys kotikaupunkiinsa sekä se, kuinka usein he hyödyntävät julkishallinnon verkkosivujen tai sosiaalisen median sisältöjä. Lisäksi merkitystä lienee Porumbescun mukaan myös sillä, millaisia eri verkkoympäristöissä julkaistut sisällöt ovat: verkkosivuilla viestinnän sävy on oletettavasti erilainen kuin sosiaalisen median kanavissa julkaistuissa sisällöissä. Tutkimuksessa ei tarkasteltu julkaisujen sisällöllisiä eroja muutoin kuin viestinnän yksityiskohtaisuuden tasolla. (Porumbescu 2016, 292; 294; 299.)

Myös Hyehyun Hong (2013) tarkasteli tutkimuksessaan sitä, miten hallinnon verkkosivut ja sosiaalisen median läsnäolo vaikuttavat kansalaisten hallintoa kohtaan kokemaan luottamukseen (Hong 2013, 346). Aineisto koostui yli 2000 amerikkalaiselle suunnatusta kyselystä, ja tuloksista käy ilmi, että kansalaisten luottamus valtion- ja paikallishallintoon lisääntyi, kun kansalaiset olivat vuorovaikutuksessa hallinnon kanssa sosiaalisessa mediassa, mikäli kokemus vuorovaikutuksesta oli myönteinen (Hong 2013, 352). Huonot kokemukset puolestaan romahduttivat luottamusta (Hong 2013, 346).

Eric W. Welch, Charles C. Hinnant & M. Jae Moon (2005) toteavat, että etäisyys ja tiedon puute heikentävät kansalaisten hallintoa kohtaan kokema luottamusta (Welch ym. 2005, 372). He tutkivat sitä, millainen suhde internetin käytöllä ja niin sanotulla e-hallinnolla (engl. *e-government*) on kansalaisten hallintoa kohtaan kokemaan luottamukseen Yhdysvalloissa (Welch ym. 2005, 371). Tulosten mukaan luottamusta hallintoon lisäsivät e-hallinnon verkkoasioinnin sujuvuus, tiedon luotettavuus ja läpinäkyvyys sekä interaktiivisuus (Welch ym. 2005, 372). Tutkimus on tehty aikana ennen sosiaalista mediaa, ja huomionarvoista on, että tuolloin kansalaiset toivoivat hallinnolta enemmän digitaalista vuorovaikutusta (Welch ym. 2005, 386-387).

Salli Hakala on tutkinut valtionhallinnon viestintää Suomessa ministeriöiden viestinnän professionalisaatiota käsitellessä väitöskirjassaan ”Vallan merkilliset tiedottajat” (Hakala 2015). Vaikka Hakalan tutkimus käsittelee julkishallinnon viestintää viestinnän asiantuntijoiden eikä virkamiesten näkökulmasta, on se syytä mainita tässä yhteydessä siksi, että sen tulokset kertovat julkishallinnon viestinnän muutoksesta yksisuuntaisesta tiedottamisesta laaja-alaisemmaksi viestinnäksi. Hakala toteaa, että promootion periaatteet ja medialisaatioon sopeutuminen ovat tulleet osaksi valtionhallinnon viestinnän arkea (Hakala 2015, 248 & 251-255). Tilanne on vuodesta 2015 sikäli yhä

muuttunut, että viestintä, myös sosiaalisessa mediassa, on valtionhallinnon viestintäsuosituksessa 2016 kuvattu osaksi kaikkien virkamiesten työnkuvaa. Julkishallinnon viestintä ei siis enää ole pelkästään organisaatioiden viestintäyksiköiden ja viestinnän asiantuntijoiden vastuulla. Tähän kehitykseen lienee osaltaan vaikuttanut mobiiliteknologian ja sosiaalisen median kasvanut rooli arjessamme, jolloin myös työtehtäviin liittyvä viestintä on ikään kuin arkipäiväistynyt – onhan melkein pä jokaisella älypuhelimien ansiosta käytössään monipuolisen reaaliaikaisen viestinnän mahdollistava laite.

Myös muutamissa opinnäytteissä on käsitelty virkamiesten ja julkishallinnon viestintää sosiaalisessa mediassa. Niko Hyppönen selvitti pro gradu -tutkielmassaan (2016) miten ja miksi Liikenneviraston virkamiehet käyttävät sosiaalista mediaa. Tuloksista selviää, että suurin osa Liikenneviraston virkamiehistä ei tuolloin pitänyt sosiaalista mediaa työnsä kannalta tärkeänä viestintäkanavana. Pilvi Aallon pro gradu -tutkielma käsittelee Ilmatieteen laitoksen strategista viestintää Twitterissä (Aalto 2015). Siitä käy ilmi, että vuorovaikutus oli Ilmatieteen laitoksen sosiaalisen median läsnäolossa varsin vähäisessä roolissa. Vilja Rautiaisen pro gradu -tutkielmassa (2018) tarkastellaan sosiaalisen median käytön kulttuurisia syitä Maanmittauslaitoksessa. Tulosten mukaan sosiaalista mediaa pidetään Maanmittauslaitoksessa työvälineenä, jonka avulla on mahdollista lisätä hallinnon avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. Tämä ei kuitenkaan ole ollut virastossa keskeisimpiä syitä sosiaalisen median käyttöönottoon, vaan motiivina ovat olleet pikemminkin toimintaympäristöstä nousevat paineet näyttäytyä rohkeana ja innovatiivisena valtionhallinnon organisaationa. (Rautiainen 2018).

1.2. Tutkielman rakenne

Seuraavassa luvussa esittelen luottamuksen yhteiskunnallisena käsitteenä: mitkä tekijät vaikuttavat luotettavuuteen ja luottamuksen rakentumiseen, mikä on luottamuksen rooli demokratiassa ja julkisten organisaatioiden näkökulmasta, ja miksi juuri luottamus nousee nyky-yhteiskunnassa keskeiseksi. Kolmannessa luvussa käsittelen Twitteriä ja sosiaalista mediaa. Pohdin sosiaalisen median olemusta viestintäympäristönä sekä Twitterin erityispiirteitä. Käsittelen myös sosiaaliseen mediaan liittyviä ongelmia etenkin julkisten organisaatioiden näkökulmasta. Luvussa neljä esittelen käyttämäni tutkimusmenetelmän sekä aineistoni. Luku viisi koostuu aineiston analyysistä. Esittelen ensin luotettavuuden keskeiset osatekijät (*maine, vaikutelma, suoritus ja konteksti*), ja sen

jälkeen aineistolähtöisesti nimeämäni luottamuksen rakentamisen teemat (*asiantuntijuus, yhteiskunta ja tulevaisuus, hyvä johtaminen, uudistuva ja ketterä valtionhallinto, sekä tunteet, empatia ja tunneilmapiiri*) ja luotettavuutta rakentavat strategiat (*vuorovaikutus, uudelleentviittaaminen ja sisältöjen jakaminen*), joiden pohjalta analysoin aineistoani. Käyn edellä mainitut teemat ja strategiat läpi aineistosta poimimieni esimerkkien avulla. Luvussa kuusi esittelen analyysini tulokset. Luku seitsemän sisältää tutkielmani ja käyttämäni menetelmien kriittistä arviointia, pohdintaa tutkimustulosteni merkityksestä sekä ehdotuksia virkamiesten sosiaalisen median läsnäolon parantamiseksi luottamuksen rakentamisen näkökulmasta.

Käytän tutkielmassani valtion virassa toimivista henkilöistä perinteistä nimikettä ”virkamies” sukupuolineutraalin ”viranhaltija”-nimikkeen asemesta pääosin siitä syystä, että jälkimmäinen ei toistaiseksi ole vakiintunut arkikieleen. Huomattava osa valtion ja kuntien viroissa työskentelevistä henkilöistä on kuitenkin naisia, ja myös Euroopan unionin neuvoston opas suosittaa sukupuolineutraalien termien käyttöä, joten ratkaisu ei ollut yksiselitteinen (Piehl 2018, <https://www.kielikello.fi/-/xxx>).

2. Luottamus yhteiskunnassa

Luottamus nousi yhteiskuntatieteissä uudestaan kiinnostuksen kohteeksi, kun luottamusta alettiin tarkastella pitkään vallinneen yksilökeskeisen näkökulman sijaan kulttuurisena resurssina ja laajempaa yhteiskunnallisena ilmiönä (Sztompka 1999, 15; Seligman 1997, 13-14). Tällöin luottamus nähdään ihmisten välisten suhteiden ja koko yhteisön eikä ainoastaan yksilöiden ominaisuutena: luottamus on yhteiskunnan kulttuurista ja sosiaalista pääomaa.

Luottamus on meille kaikille tuttu käsite jokapäiväisessä arjessamme, sillä se liittyy keskeisesti kaikkiin ihmissuhteisiimme ja toimintaamme (Misztal 1996, 12; Seligman 1997, 13; Alhanen 2016, 110). Sen perusmuotoja ovat luottamus toisiin ihmisiin sekä varhaislapsuudessa kehittynyt luottamus itseemme ja maailmaan (Giddens 1990, 94-99; Saarinen 2017, 16-17). Luottamus kohdistuu tulevaisuuteen ja on useimmiten välttämätöntä, jotta voisimme ylipäättään toimia, koska emme koskaan voi olla täysin varmoja tulevasta (Sztompka 1999, 18 -21 & 69; Misztal 1996, 24; Seligman 1997, 13). Tarvitsemme luottamusta sekä keskinäisen vuorovaikutuksemme että yhteisöjemme tueksi (Seligman 1997, 13).

Luottamus sekä rakentuu ihmisten välisessä yhteistyössä ja vuorovaikutuksessa että toisaalta helpottaa kommunikoimista muiden kanssa (Sztompka 1999, 62 & 103; Ilmonen & Jokinen 2002, 142). Silloin kun kommunikaatio on dialogista, synnyttää se usein ihmisten välille välitöntä luottamusta. Tämä luottamus ei kuitenkaan ole pysyvää, vaan vaatii jatkuvaa uudistumista kommunikaatiossa ja myös luottamusta tukevia tekoja. (Alhanen 2016, 110-111.) Luottamuksen kannalta otollisimpana yhteiskuntamuotona pidetään demokratiaa (Sztompka 1999, 139). Demokratian toteutumisessa luottamuksella on tärkeä rooli, sillä se mahdollistaa dialogin myös silloin, kun eri osapuolten näkemykset ovat keskenään ristiriitaisia (Misztal 1996, 10; Sztompka 1999, 147; Rothstein 2005, 209).

Vaikka luottamus rakentuukin ihmisten välillä, ei pelkkä yksilöiden toisiaan kohtaan kokema luottamus riitä ylläpitämään yhteiskunnallista järjestystä ja poistamaan yhteiskunnan kompleksisuutta, vaan siihen tarvitaan ihmisten henkilökohtaisista ominaisuuksista riippumatonta luottamusta – tällaista on niin sanottu *yleinen luottamus* tai *alkuluottamus*, joka perustuu yhteisiin sosiaalisiin sääntöihin ja rakenteisiin (Jalava 2004, 20; Saarinen 2017, 24). Yleinen luottamus kohdistuu yhteiskuntaan, hallintoon, yhteiskuntajärjestelmään ja olemassaoloon yleisellä tasolla. Se kehittyy luottamuksesta yhteiskunnan instituutioihin ja käyttämiimme teknologisiin järjestelmiin ja tuotteisiin, eli luottamuksesta siihen, että asiat, jotka vaikuttavat elämäämme, mutta joita emme voi ainakaan täysin hallita, toimivat luotettavasti ja jouhevasti. (Sztompka 1999, 50.) Yleinen luottamus on moderneissa yhteiskunnissa yhä tärkeämmässä roolissa, koska niissä toiminta nojautuu pitkälti abstrakteihin järjestelmiin (Giddens 1990, 120; Misztal 1996, 74 & 109).

Yleisen luottamuksen (myös: yleistynyt luottamus; engl. *generalized trust*) on havaittu liittyvän vahvasti jälkimaterialistisen yhteiskunnan arvoihin ja sitä kautta ihmisten hyvinvointiin (Sztompka 1999, 15; Saarinen 2017, 71). Luottamuksen kokeminen muodostuu erityisen tärkeäksi sellaisissa tilanteissa ja suhteissa, joihin emme juuri itse voi vaikuttaa, kuten esimerkiksi kansalaisen suhteessa hallintoon (Sztompka 1999, 13-14). Yhteiskunnassa luottamus muodostaa ikään kuin ytimen. Se on demokraattisen yhteiskuntajärjestyksen perusta, ja keskeistä poliittisen järjestelmän ja talouselämän toimivuuden kannalta. (Saarinen 2017, 11; Misztal 1996, 29.) Demokraattisessa yhteiskunnassa hallinnon legitimitetti perustuu sitä kohtaan koettuun luottamukseen (Misztal 1996, 29; Seligman 1997, 14).

Modernissa yhteiskunnassa luottamuksen rakentaminen on kuitenkin haasteellisempaa kuin traditionaalisessa yhteiskunnassa oli, koska monet luottamusta aiemmin tukeneet sosiaaliset rakenteet ovat kadonneet, ja yhteiskunnan muutokset ovat nopeampia (Giddens 1990). Luottamus rakentuu hitaasti, koska se perustuu aikaisempiin kokemuksiin. Toisaalta luottamuksen voi menettää nopeastikin, ja kun se kerran on menetetty, on sen palauttaminen hyvin vaikeaa. (Misztal 1996, 76; Sztompka 1999, 77; Rothstein 2005, 18 & 131.)

Sosiologiassa luottamusta on tarkasteltu muun muassa yksilöiden ominaisuutena, sosiaalisten suhteiden ominaisuutena, sekä sosiaalisen järjestelmän ominaisuutena. Kaikissa näissä näkökulmissa luottamus kohdentuu viime kädessä yksilöiden toimintaan ja käyttäytymiseen; ainakin silloin, kun tarkastelun kohteena ovat modernit länsimaiset yhteiskunnat. (Misztal 1996, 14-15, Seligman 1997, 14; Sztompka 1999, 45-46.) Luottamuksessa voidaan lisäksi erottaa toisistaan tiedollinen puoli ja sitoutumista tuottava tunneperäinen puoli – onkin todettu, että luottamuksen syntymistä ei voida selittää pelkästään rationaalisin perustein (Saarinen 2017, 18; Ilmonen & Jokinen 2002, 223-224).

Tässä tutkielmassa tarkastelen luottamusta yhteiskunnallisena käsitteenä. Perustana on ajatus siitä, että luottamus edistää demokraattisen yhteiskunnan koheesiota ja julkisen hallinnon legitimeettiä sekä demokraattisen yhteiskuntajärjestyksen ylläpitämistä (Seligman 1997, 13-14; Misztal 1996, 14-15 & 29; Sztompka 1999, 139 & 146; <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/luottamus>, haettu verkosta 28.2.2018).

2.1. Luottamus yhteisön ja yhteiskunnan ominaisuutena

Luottamus sekä on modernin yhteiskunnan koossapitävä voima että toisaalta legitimoii yhteiskunnan julkisten tahojen vallankäytön (Saarinen 2017, 71). Perinteistä yhteiskuntaa pitivät koossa muun muassa uskonto ja traditiot (Giddens 1990, 37 & 103-104; Luhmann 1988, 96). Modernissa yhteiskunnassa nämä ovat menettäneet merkitystään, jolloin luottamus on alettu nähdä arvokkaana yhteiskunnallisena resurssina. (Misztal 1996, 3).

Sztompka esittää, että toimivan yhteiskunnan perustana on *moraalinen yhteisö*, jossa menettelytapojen oikeutus syntyy yhteisten arvojen perusteella. Yhteiskuntaa yhteen liittävinä voimina eivät siten ole ainoastaan hyödyn tavoittelu ja rationaalisuus, vaan yhteiset arvot sekä sosiaaliset suhteet, yhteenkuuluvuus, lojaalisuus ja identiteetit. (Sztompka 1999, 4-5; Ilmonen & Jokinen 2002, 204.) Tämän moraalisen yhteisön

perustan muodostavat luottamus, lojaalisuus ja solidaarisuus. Luottamuksella tarkoitetaan odotusta siitä, että toiset kohtelevat meitä hyvin; lojaalisuudella sitä, että olemme toisten meille osoittaman luottamuksen arvoisia, ja solidaarisuudella sitä, että olemme valmiita toimimaan toisten hyväksi silloinkin, kun se on oman etumme vastaista. (Sztompka 1999, 4-5.) Se, että näistä juuri luottamus nousee nyky-yhteiskunnassa keskeiseksi, johtuu siitä, että modernin jälkeistä aikaa leimaavat sattumanvaraisuus, epävarmuus ja jatkuva muutos, jotka pitkälti johtuvat ihmisen omasta toiminnasta (Sztompka 1999, 11-14; 69).

Luottamuksen merkitystä nyky-yhteiskunnassa korostaa myös se, että aiemmin paikallisuuteen perustuneet sosiaaliset suhteet ovat modernissa yhteiskunnassa irronneet ajan ja paikan rajoitteista. Perinteisessä yhteiskunnassa ihmisten elämä keskittyi pienemmälle alueelle, jolloin vaaroja ja riskejä oli helpompaa ymmärtää ja hallita. (Giddens 1990, 17-21.) Erona perinteiseen yhteiskuntaan on lisäksi se, että epävarmuutta aiheuttavat modernissa maailmassa ulkoisten vaarojen sijasta oma toimintamme ja inhimillisen tiedon lisääntyminen (Giddens 1995, 249-250; Sztompka 1999, 11). Perinteisessä yhteiskunnassa keskeinen vaaran eli ulkopuolelta tulevan uhan käsite on modernissa yhteiskunnassa korvautunut yhä enemmän käsityksellä omaan toimintaamme sisältyvistä riskeistä – siis siitä, että oma toimintamme saattaa aiheuttaa meille vahinkoa (Luhmann 1988, 105). Maailman kompleksisuuden lisääntyessä meidän on entistä vaikeampaa ymmärtää syitä ja seurauksia. Monet asiat tapahtuvat globaalissa mittakaavassa, jota asiantuntijoidenkin on vaikea hahmottaa (Sztompka 1999, 11-14). Nykymaailmassa meillä myös on yhä enemmän valinnanvaraa, mutta valinnanmahdollisuuksien lisääntyminen tuo samalla lisää ennustamattomuutta ja epäonnistumisen mahdollisuuksia. Koemme myös olevamme aiempaa enemmän itse vastuussa tulevaisuudestamme ja kohtalostamme, jopa koko ihmiskunnan tasolla. (Sztompka 1999, 11-14; 69).

Luottamuksen merkitys korostuu myös yhteiskunnan rakenteellisten muutosten ja lisääntyneen erikoistumisen takia (Luhmann 1988, 105; Sztompka 1999, 13). Yhteiskunnan toimintojen erikoistuminen on aiheuttanut sen, että olemme yhä riippuvaisempia toisistamme, ja tämä edellyttää kaikilta yhteiskunnan toimijoilta luottamusta toisiaan kohtaan. Valtioiden tasolla globalisaatio linkittää yhteiskunnat toisiinsa monilla eri sektoreilla. Mitä riippuvaisempia olemme muista ihmisistä ja toisista valtioista, sitä oleellisempaa on luottamus. (Sztompka 1999, 12-13.) Luottamus sekä mahdollistaa yhteistyön että on sen edellytys (Rothstein 2005, 6; Saarinen 2017, 24).

Thomas Hardin on kritisoinut luottamuksesta käytyä keskustelua toteamalla, että huomattava osa *luottamusta* (engl. *trust*) käsittelevästä kirjallisuudesta ei huomioi juuri mitenkään *luotettavuuden* (engl. *trustworthiness*) käsitettä, vaikka tarkemmin ajateltuna luottamuksesta puhuttaessa tarkoitetaan itse asiassa usein luotettavuutta (Hardin 2001, 16; Hardin 2002, 29). Hardin suhtautuu kriittisesti muun muassa siihen Luhmannin ajatukseen, että modernin maailman kompleksisuuden hallinta vaatii luottamusta siihen, että toiset toimivat siten, että se on meillekin eduksi. Hardin toteaa, että oikeastaan kyseessä on se, että pidämme toisia riittävän luotettavina voidaksemme toimia. (Hardin 2002, 30.) Yhteistyön kannalta oleellista on nimenomaan luotettavuus, joka samalla rakentaa ja lisää luottamusta osapuolten välillä. Luottamus ilman toisen osapuolen luotettavuutta johtaa sitä paitsi hankaluuksiin, ja voi olla jopa vaarallista. (Hardin 2002, 30-31 & 176; Rothstein 2005, 7; Ilmonen & Jokinen 2002, 244). Giddens selittää luottamuksen ja luotettavuuden välistä sidosta toteamalla, että luottamus käsitteenä sisältää jo oletusarvoisesti kohteen luotettavuuden (Giddens 1992, 191). Risto Saarisen mukaan ”luotettavuuden ydin on vahvempi kuin luottamuksen”, joka viitanee siihen, että juuri kohteen luotettavuus rakentaa perustan luottamukselle (Saarinen 2017, 12). Käsittelen seuraavassa luvussa tarkemmin luottamuksen ja luotettavuuden suhdetta toisiinsa.

Sekä luotettavaksi kokeminen että luottamuksen rakentuminen tapahtuvat aina pohjimmiltaan ihmisten välisissä suhteissa; silloinkin, kun puhutaan luottamuksesta instituutioihin tai luottamuksesta yhteiskunnallisella tasolla (Hardin 2002, 200; Sztompka 1999, 45-46). Tuttuus ja sosiaalinen läheisyys lisäävät luottamusta (Ilmonen & Jokinen 2002, 201; Sztompka 1999, 81). Misztal toteaa Luhmanniin (1988) viitaten, että luottamus ihmisten välillä eli mikrotasolla rakentaa abstraktimpaa makrotason luottamusta eli luottamusta instituutioihin ja yhteiskuntaan yleisemmällä tasolla; näin ollen luottamusta ei voida tarkastella pelkästään jommastakummasta näkökulmasta, koska molemmat tasot läpäisevät ja vaikuttavat toisiinsa (Misztal 1996, 14-15). Sztompkan mukaan kaikki luottamuksen lajit operoivat saman logiikan mukaan kuin luottamuksen alkuperäinen muoto, eli luottamus toisiin ihmisiin (Sztompka 1999, 45-46). Ilmonen & Jokinen huomauttavat lisäksi, että tarkkaa rajaa tunteeseen perustuvan luottamuksen ja järkeen perustuvan luottamuksen välille on hankalaa vetää: tunteet ja arvot ovat aina mukana luottamuksen rakentumisessa (Ilmonen & Jokinen 2002, 12 & 238). Tunteet ovat keskeisessä roolissa kun tarkastellaan sitä, miten yhteisöt muovautuvat

ja mitkä resurssit rakentavat yhteiskunnassa luottamusta. Henkilöt, jotka osoittavat osaavansa käsitellä tunteitaan ja keskustella niistä, herättävät luottamusta. Se, että rationaalisuus olisi luottamuksen rakentamisessa keskeisin tekijä, onkin kyseenalaistettu lähes täysin. (Ilmonen & Jokinen 2002, 222-223.)

Bo Rothstein toteaa ruotsalaiseen tutkimusaineistoon (National SOM survey, 2003) perustuen, että luottamus hallintoon ja yleinen sosiaalinen luottamus näyttäisivät olevan toisistaan riippuvaisia, jolloin hallinnollisten instituutioiden luotettavuus yhteiskunnan koheesiota ylläpitävän luottamuksen rakentumisessa nousee tärkeään rooliin (Rothstein 2005, 109). Toisaalta Rothsteinin mukaan demokraattisiin instituutioihin kohdistuvan luottamuksen ja toisiin ihmisiin luottamisen (engl. *social trust*) välillä ei ole havaittu korrelaatioita; esimerkiksi Ruotsissa ihmisten luottamus poliittisiin instituutioihin on laskenut huomattavasti 1980-luvun puolivälistä lähtien, mutta luottamus toisiin ihmisiin on säilynyt samana. Ihmiset myös erottavat toisistaan demokratian edustukselliset ja toimeenpanevat elimet, joten luottamusta ei voi koskea yleistämään koko hallintoa. Vaaleilla valittaviin edustajiin luotetaan yleisesti ottaen vähemmän kuin virkamiehiin. (Rothstein 2005, 114-115.) Ilmonen & Jokinen toteavat, että luottamus on aina sidoksissa ajankohtaan ja tilanteeseen – se on aina luottamista tai epäluottamusta johonkin tai johonkukaan, jossakin tietyssä tilanteessa (Ilmonen & Jokinen 2000, 213-214). He myös kritisoivat Sztompkan teoriaa luottamuksen ja demokratian suhteesta, sillä demokratiaan liittyy kiinteästi puoluepolitiikka, jolloin tiettyjen ryhmien edut saattavat nousta muiden edelle. Koska puoluepolitiikka ja valtio ovat kytköksissä toisiinsa, eivät kansalaiset välttämättä koe luottamusta valtiollisiin instituutioihin. (Ilmonen & Jokinen 2002, 130.)

Demokratian ja yleisen luottamuksen suhde ei ole aivan yksinkertainen myöskään siksi, että siihen vaikuttaa muun muassa se, mitä asioita yhteiskunnassa painotetaan. Liberaali demokratia saattaa äärimmäisissä muodoissaan tarjota eliiteille mahdollisuuden ajaa lähinnä omia etujaan, jolloin kansalaisten luottamus yhteiskuntaan rapautuu. Pluralistisessa demokratiassa, jossa tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus nähdään omistusoikeuden ohella tärkeinä arvoina, voi luottamus alkaa ajan kuluessa yleistyä. (Ilmonen & Jokinen 2002, 148-149.)

2.2. Luotettavuus ja luottamus

Luottamus (engl. *trust*) ja *luotettavuus* (engl. *trustworthiness*) kietoutuvat erottamattomasti yhteen, sillä tärkein ja yleisin perusta luottamukselle on kohteen

luotettavuus. Luottamus perustuu sekä oletukselle toisen luotettavuudesta että omalle kyvyllemme luottaa. Ensiksi mainittuun vaikuttaa se, miten paljon ja mitä tiedämme luottamuksemme kohteesta; jälkimmäiseen taas vaikuttavat omat aiemmat kokemuksemme. Luotettavuus voi rakentua pääasiassa kahdesta osa-alueesta: luottamuksen kohteen omista ominaisuuksista (ensisijainen luotettavuus, engl. *primary trustworthiness*), taikka kontekstin tai tilanteen ominaisuuksista (epäsuora luotettavuus, engl. *derived trustworthiness*). (Sztompka 1999, 69-71.)

Ensisijaisen luotettavuuden osa-alueita ovat *maine* (engl. *reputation*), *suoritus* (engl. *performance*) sekä *ulkoinen olemus* tai *vaikutelma* (engl. *appearance*) (Sztompka 1999, 71). Arvioidessamme jonkin tahon luotettavuutta käytämme usein samanaikaisesti kaikkia kolmea luotettavuuden kriteeriä tai niiden eri yhdistelmiä (Sztompka 1999, 83).

Maine perustuu joko aiempiin kokemuksiin luottamuksen kohteesta tai tarinoihin, muiden antamiin todistuksiin (engl. *testimonials*), arvioihin taikka suosituksiin. Ratkaisevaa luottamusta rakentavan maineen kannalta on se, että kohteen aikaisempi toiminta on johdonmukaista ja näyttäytyy jatkumona – tällöin voimme olettaa, että kohde osoittautuu tulevaisuudessakin luottamuksemme arvoiseksi. Silloin, kun emme ole suorassa kontaktissa luottamuksen kohteeseen, perustamme käsityksemme maineesta hienovaraisiin vihjeisiin. (Sztompka 1999, 71-72.) *Suorituksen* arviointi kohdistuu parhaillaan tapahtuvaan toimintaan, eikä se siksi ole niin hyvä luotettavuuden mittari kuin *maine*, koska nykyhetken perusteella ei voi päätellä mitään jatkuvuudesta (Sztompka 1999, 77). Suorituksen tason arvioiminen taas on usein haastavaa siksi, ettei selkeitä mittareita ole aina olemassa, tai arviointi on vaikeaa asian kompleksisuuden takia. Tällöin joudutaan turvautumaan esimerkiksi muiden asiantuntijoiden arvioon tai riippumattomien asiantuntijoiden asettamiin standardeihin. (Sztompka 1999, 82-83.)

Asioita, jotka rakentavat luottamusta pinnallisesti eli *ulkoisen olemuksen* tai *vaikutelman* perusteella, ovat puolestaan henkilöillä esimerkiksi käytös, vaatetus ja omaisuus, ja organisaatioiden kohdalla toimitilojen arkkitehtuuri ja sisustus sekä työntekijöiden olemus (Sztompka 1999, 79-80). Vaikutelmasta syntyvä luotettavuus on kulttuuri- ja tilannesidonnaista. Luotamme helpommin itsemme kanssa samankaltaisiin henkilöihin, koska koemme, että kykenemme paremmin ennakoimaan heidän käytöstään. (Sztompka 1999, 79-80).

Epäsuorasti tai ulkoapäin määrittyviä luotettavuuden osa-alueita ovat Sztompkan mukaan *tilivelvollisuus*, *ennakkositoumukset* ja *konteksti* (Sztompka 1999, 87). *Tilivelvollisuudella* tarkoitetaan sitä, että luottamuksen kohdetta arvioidaan ulkoapäin, ja sille voidaan asettaa luottamuksen rikkomisesta sanktioita. Nämä luotettavuutta arvioivat tahot voivat olla virallisia tai epävirallisia. Esimerkiksi Suomessa Valtionhallinnon tarkastusvirasto on tällainen virallinen hallintoa ulkoapäin arvioiva taho. Epäviralliset tahot voivat sanktoida luottamuksen rikkojaa esimerkiksi sulkemalla tämän ryhmän ulkopuolelle. Tilivelvollisuus lisää luotettavuutta, koska tällöin luotetun omassa intressissä on pysytellä luottamuksen arvoisena. Anonyymius poistaa tilivelvollisuuden ja lisää näin riskiä luottamuksen rikkomiseen. (Sztompka 1999, 87-89.) *Ennakkositoumuksilla* tarkoitetaan esimerkiksi sopimuksia, joilla luotettu rajaa omia toimintamahdollisuuksiaan tai oikeuksiaan (Sztompka 1999, 91-92). *Kontekstilla* taas viitataan tilanteen luonteeseen. Tiiviissä, pienissä yhteisöissä on helpompaa luottaa toisiin kuin anonyymissä urbaanissa ympäristössä, koska edellisissä yhteisön jäsenet tuntevat toisensa; lisäksi nämä suhteet ovat pitkäkestoisia ja emotionaalisesti intensiivisiä. Sellaisissa tilanteissa, joissa osapuolet eivät ole niin läheisiä, voidaan simuloida niitä tiiviiden yhteisöjen piirteitä, jotka luovat paineita luotettavuudelle. Tällaisia ovat esimerkiksi näkyvyys tai avoimuus (engl. *visibility*) ja läheisyys (engl. *closeness*), joilla poistetaan epäluottamusta aiheuttavaa anonymiteettiä. (Sztompka 1999, 93-95.)

Jotta kohteen luotettavuutta voisi arvioida, siitä tarvitaan tietoa. Tuttuus ja läheisyys lisäävät luottamusta, sillä ne tarjoavat sellaista tietoa, joka auttaa tekemään luottamuksen kohteen toiminnasta ennustettavampaa. Avoin vuorovaikutus on tässä keskeisessä roolissa, sillä kun olemme jatkuvasti läheisesti tekemisissä jonkun kanssa, on hänen vaikeampi pettää luottamuksemme. Anonyymius ja etäisyys aiheuttavat epäluottamusta, sillä anonyymius poistaa vastuun. Sztompka esittää, että juuri tästä syystä julkisen hallinnon ja virkamiesten tulisi olla läsnä foorumeilla, jotka mahdollistavat tuttuuden (engl. *familiarity*), avoimen vuorovaikutuksen ja läpinäkyvyyden. (Sztompka 1999, 81-82, 89; Imonen & Jokinen 2002, 201.)

Luotettavuutta lisää myös muiden, etenkin arvostetussa asemassa olevien henkilöiden jotakuta kohtaan osoittama luottamus. Siihen, kenen arvostuksella on merkitystä, vaikuttavat kulttuuriset seikat ja ajankohta. (Sztompka 1999, 73-74.) Joskus voi käydä myös niin, että jokin tietty yhteisö alkaa vahvistaa keskinäisellä kehumisella jäsentensä

hyvää mainetta, jolloin kaikki yhteisöön kuuluvat hyötyvät sekä yksilöinä että koko yhteisönä, eikä kukaan kyseenalaista näin rakentunutta hyvää mainetta (Sztompka 1999, 74).

2.3. Luottamus julkisiin organisaatioihin

Julkisilla organisaatioilla tarkoitetaan kansalaisten esimerkiksi verovaroilla rahoittamia valtiollisia ja hallinnollisia organisaatioita, joiden tarkoituksena on taata kansalaisten tarvitsemat palvelut. Voidakseen toimia demokraattisessa yhteiskunnassa, tarvitsevat julkiset organisaatiot kansalaisten hyväksyntää tai valtuutusta. (Luoma-aho & Canel, 2016, 597.) Jos luottamus rapautuu, menettää julkishallinto vähitellen legitimitteettinsä ja oikeutuksen vallankäyttöön (Saarinen 2017, 71; Luoma-aho 2006, 30-31). Se, miten paljon julkisiin organisaatioihin luotetaan, kuvastaa myös sitä, millainen luottamuksen taso yhteiskunnassa vallitsee (Luoma-aho 2006, 29).

Rothstein huomauttaa Lundquistiin (1996, 2000) viitaten, että usein on aliarvioitu sitä, miten tärkeää poliittisia päätöksiä toimeenpanevien julkisen hallinnon organisaatioiden toimivuus ja legitimitetti on koko demokratian toimivuudelle. Nämä julkiset organisaatiot ovat demokratiassa tärkeässä roolissa siksi, että kansalaiset ovat useammin suoraan tekemisissä hallinnollisten kuin edustuksellisten instituutioiden kanssa. (Rothstein 2005, 108.)

Julkisten organisaatioiden legitimitettiin alettiin Suomessa kyseenalaistaa etenkin 1990-luvun taloudellisen laman jälkeen (Luoma-aho 2005, 41; Luoma-aho 2006, 11). Uusliberalistisen ajattelun yleistyminen ja liike-elämän toimintamallien soveltaminen on tuonut julkiselle sektorille yhä lisääntyviä paineita toiminnan tehostamiseen (Luoma-aho 2005, 14). Koska useat julkisen sektorin tuottamista hyödyistä ovat aineettomia, on julkisten organisaatioiden usein vaikeaa mitata tehokkuutta tai perustella kansalaisille olemassaolonsa tarpeellisuutta (Luoma-aho 2005, 69-70; Luoma-aho 2006, 13).

Luottamuksen kokeminen onkin erityisen tärkeää juuri sellaisissa tilanteissa ja suhteissa, joihin emme voi paljonkaan itse vaikuttaa tai joissa vuorovaikutus on toistuvaa, kuten kansalaisen suhteessa hallintoon ja julkisiin organisaatioihin. Luottamuksen merkitys kasvaa myös silloin, kun organisaation "tuote" on jotakin aineetonta, kuten julkisilla organisaatioilla usein on. Monet julkisten organisaatioiden tehtävistä, kuten koulutus ja turvallisuus, ovat luonteeltaan aineettomia, eikä niiden tuloksia ole helppoa mitata. (Luoma-aho 2005, 137-138.) Luottamus korostuu julkisella sektorilla myös siksi, että

julkisen hallinnon toimijoiden pätevyyden arvioiminen voi olla vaikeaa julkishallinnon tehtävien moniulotteisuuden ja kompleksisuuden takia (Sztompka 1999, 82-83).

Julkiseen sektoriin kohdistuu luottamuksen suhteen paljon odotuksia, sillä luottamus julkisiin organisaatioihin on keskeistä demokratian toteutumisen kannalta, ja se rakentaa ihmisten luottamusta yhteiskuntaan myös yleisemmällä tasolla (Luoma-aho 2005, 166-167). Yleisen luottamuksen rakentumisessa yhteiskunnallisten instituutioiden toiminnan oikeudenmukaisuus ja reiluus on nähty keskeisenä (Kouvo 2014, 3). Organisaation näkökulmasta luottamus on tärkeää siksi, että sitä kohtaan koettu luottamus – hyvän maineen ja hyvien sidosryhmäsuhteiden ohella – kannattelee organisaatiota vaikeina aikoina. Julkisille organisaatioille tällaisia tilanteita voivat aiheuttaa esimerkiksi julkishallinnon muuttuva rooli yhteiskunnassa, julkisiin organisaatioihin kohdistuvien odotusten muuttuminen sekä taloudellinen niukkuus ja legitimititeettikriisi (Luoma-aho 2006, 50.) Tosin julkisten organisaatioiden rahoitus voi nykyään tulla osittain myös muualta kuin Suomen valtion verovaroista – rahoittajana voi olla esimerkiksi Euroopan unioni (Luoma-aho & Canel 2016, 597-598).

Perinteisessä yhteiskunnassa julkiset organisaatiot saattoivat tyytyä yksisuuntaiseen kommunikaatioon, ”informointiin”. Tämä riittikin takaamaan julkishallinnon aseman, mutta modernissa, medioituneessa yhteiskunnassa julkistenkin organisaatioiden täytyy ansaita luottamus. (Luoma-aho 2006, 12.) Tässä dialogi sidosryhmien kanssa on tärkeässä roolissa. Dialogi on välttämätöntä luottamuksen rakentamisessa, koska luottamus on aina vuorovaikutussuhteen ominaisuus (Sztompka 1999, 60). Rothsteinin mukaan toisen osapuolen luottamuksen voi saavuttaa vain avoimessa dialogissa ja osallistamalla (Rothstein 2005, 211).

Luotettavuus muodostaa perustan luottamukselle, joka takaa hallinnon organisaatioiden legitimitetin (Luoma-aho 2005, 38). Luotettavuuden suora korostaminen herättää kuitenkin epäluottamusta, olipa kyseessä sitten yksilö tai organisaatio, sillä luottamuksen rakentuminen on monimutkainen psykologinen prosessi, ja jos joku erityisesti nostaa esille luotettavuuttaan, se saattaa antaa vaikutelman siitä, että jokin on vialla (Rothstein 2005, 92).

2.4. Asiantuntemus, luotettavuus ja julkisten organisaatioiden auktoriteettiasema

Julkisten organisaatioiden toiminnan luotettavuutta arvioitaessa keskeinen kriteeri on asiantuntemus (Luoma-aho 2006, 30). Moderneissa yhteiskunnissa asiantuntemus on

hajautunutta ja paikallisuudesta riippumatonta, kun taas traditionaalisissa kulttuureissa auktoriteetti perustui henkilökohtaisuuteen ja paikallisuuteen. (Giddens 1995, 117-121.) Modernin ajan asiantuntijuuteen sisältyy oletusarvoisesti sekä mahdollisuus epäilyyn että käsitys ”tiedon korjattavuudesta”. Koska asiantuntemukseen sisältyy lähtökohtaisesti epäily, voi asiantuntemus paitsi vakauttaa niin myös toisaalta hajottaa auktoriteettihierarkioita. (Giddens 1995, 119-129.)

Asiantuntemus ei siten ole modernissa maailmassa kiistatonta: kuka tahansa voi omaksua asiantuntijuuden ja sitä kautta auktoriteettiaseman, jos vain perehtyy asioihin riittävästi. Joudumme väistämättä elämään maailmassa, jossa on samanaikaisesti läsnä useita rinnakkaisia auktoriteetteja. Kun valitsemme sitä asiantuntijaa tai mielipidettä, johon kulloinkin tukeudumme, on meidän itse arvioitava, onko kyseisen tahon asiantuntemus riittävän pätevää. Valintaan sisältyy riskejä, koska valitsemamme asiantuntemus voi olla väärääkin. Tästä syystä luottamus nousee tärkeään rooliin. Meidän on vain luotettava siihen, että se asiantuntemus, johon nojaamme, on riittävän pätevää. Niinpä koko modernin yhteiskunnan asiantuntijuuteen perustuva instituutionaalisuus ja auktoriteetti – myös julkisten organisaatioiden – on riippuvainen luottamuksesta. (Giddens 1995, 121-129.) Asiantuntijuutta ja auktoriteettiasemaa kohtaan koettuun luottamukseen on vaikuttanut yhteiskunnan muutos. Traditionaalisessa yhteiskunnassa auktoriteettien kanssa oltiin tekemisissä kasvokkain, mutta modernissa yhteiskunnassa abstraktit auktoriteettijärjestelmät vaikuttavat elämäämme ilman, että olemme välttämättä suoraan tekemisissä kenenkään henkilön kanssa. (Giddens 1995, 126-127.) Edellä kuvattu ilmiö eli asiantuntijuuden hajautuminen ja muutos on verkon ja sosiaalisen median myötä yhä voimistunut; samalla asiantuntijuudesta on tullut kiistanalaista, ja asiantuntijuuteen liitetyn osaamisen arvioiminen on vaikeutunut (Vihma ym. 2018, 215). Asiantuntijuuden kritisoimisella saattaa usein myös olla poliittisia motiiveja (Korvela & Vuorelma 2017, 198).

Asiantuntijuuden hajautuminen liittyy julkisia organisaatioita kohtaan koettuun luottamukseen tai luottamuksen puutteeseen siten, että koska kansalaisten oma tietämys asioista on lisääntynyt ja kenen tahansa on mahdollista saavuttaa asiantuntijuus, ovat odotuksemme julkista hallintoa kohtaan kasvaneet. Tämä on yksi syy siihen minkä takia luotamme julkisiin organisaatioihin aiempaa vähemmän. Toisin sanoen, koska ymmärrämme, miten monimutkaisia ongelmat globalisoituneessa maailmassa ovat, niin ymmärrämme myös sen, että julkishallinnolla ja sen asiantuntijoilla on vain rajalliset

mahdollisuudet hallita ja ratkaista näitä ongelmia. Niinpä luottamuksen puute julkishallintoa kohtaan onkin oikeastaan sitä, että koemme, ettei sillä enää ole mahdollisuuksia olla luottamuksemme arvoinen. (Hardin 2001, 34-35.) Koska yhteiskunta on muuttunut, ei auktoriteeteilla enää ole samanlaista asemaa kuin aikaisemmin. Siksi myös yhteiskunnallisten instituutioiden ja julkisten organisaatioiden täytyy jatkuvasti ansaita toimintansa legitimitettiin. (Ihlen & Verhoeven 2009, 329.)

Toisaalta on huomioitava se, että julkisten organisaatioiden toiminta perustuu useimmiten suosituksiin, sääntöihin ja määräyksiin, jolloin niiden toimintamahdollisuudet ovat rajalliset. Julkishallinnon onnistuminen toiminnassaan riippuu monista muistakin seikoista kuin asiantuntemuksesta. Lisäksi julkisen hallinnon käytössä olevat resurssit ovat usein niukat. Luoma-ahon mukaan julkishallinnon kannattaakin tästä syystä pyrkiä pitämään itseensä kohdistuvat odotukset kohtuullisina – jos kansalaiset asettavat hallinnolle ylisuuria odotuksia, joihin hallinto ei niukoilla resursseillaan pystykään vastaamaan, on julkisten organisaatioiden legitimitetille keskeinen luottamus vaarassa romahtaa. (Luoma-aho 2006, 30-33.)

2.5. Luottamuksen rakentuminen julkishallintoon

Julkishallinnollisten instituutioiden menettelytapojen tasapuolisuus ja puolueettomuus rakentaa luottamusta julkisiin organisaatioihin. Kansalaisia ei kiinnosta julkishallinnon prosesseissa pelkästään lopputulos, vaan pikemminkin se, ovatko siihen johtaneet prosessit ja menettelytavat olleet oikeudenmukaisia. Tämä johtuu siitä, että nämä instituutiot kytkeytyvät kiinteästi kansalaisoikeuksien toteutumiseen. (Rothstein 2005, 109 & 122 & 131-132; Luoma-aho 2006, 34.) Virkamiehet joutuvat toisaalta toiminnassaan tasapainoilemaan kansalaispalautteen huomioimisen ja tehokkuuden välillä (Rothstein 2005, 209). Julkisen sektorin organisaatioiden täytyy myös näyttäytyä tiettyssä määrin yhtenäisenä, jotta luottamus julkiseen sektoriin yleisellä tasolla säilyy (Luoma-aho 2005, 139).

Pohjoismaisissa hyvinvointiyhteiskunnissa yleisen luottamuksen perustana näyttäisi olevan juuri se, että julkisten instituutioiden toiminta koetaan oikeudenmukaisena (Kouvo 2014, 3). Rothsteinin mukaan viranomaisten luotettavuus ja puolueettomuus on keskeinen tekijä yleisen luottamuksen saavuttamisessa, sillä jos viranomaiset ovat puolueellisia ja korruptoituneita, tarkoittaa tämä käytännössä myös sitä, että ainakin osa kansalaisista osallistuu korruptioon. Tällöin ihmiset päättelevät, että pärjätäkseen heidän

itsensäkin on toimittava niin, ja tämä murentaa yleisen luottamuksen. (Rothstein 2005, 121.)

Ilmonen & Jokinen huomauttavat, että luottamus vaatii myös toiminnan tason luotettavuutta eli vastuun kantamista sekä rehellisyyden ja oikeudenmukaisuuden kaltaisia hyveitä. Vaikka sekä tunteet että tieto ovat luottamuksessa tärkeässä roolissa, ei luottamusta voida rakentaa pelkästään niiden varassa (Ilmonen & Jokinen 2002, 240). Luottamuksen myös katsotaan siirtyvän; toisin sanoen, kun julkishallinnon työntekijät itse luottavat järjestelmään, jossa he työskentelevät, auttaa tämä synnyttämään sidosryhmien keskuudessa luottamusta hallintoon (Luoma-aho 2006, 35-36).

Legitimiteetin saavuttaminen ja luottamus ovat erityisen tärkeitä julkisille organisaatioille. Jos julkisen organisaation toiminta ei vaikuta legitimiiltä ja tehokkaalta, on kansalaisten tuen palauttaminen liki mahdotonta. (Luoma-aho 2006, 12.) Toisaalta tutkimuksissa on havaittu, että julkisiin organisaatioihin kohdistuvalle epäluottamukselle ei useinkaan ole yksiselitteisiä syitä, vaan siihen vaikuttavat monet asiat, kuten esimerkiksi tyytyväisyys tai tyytymättömyys kulloiseenkin hallitukseen tai puoluesidonnaisuus (Luoma-aho & Canel 2016, 599). Julkisiin organisaatioihin kohdistuu myös ikään kuin oletusarvoisesti epäluottamusta, ja niiden toiminnan tarkastamiseen on kehitetty kontrollointi- ja raportointijärjestelmiä (Luoma-aho 2006, 30; Sztompka 1999, 140-141).

Sitä paitsi kannattaa huomata se, että liiallinenkaan luottamus hallintoon ei demokraattisessa yhteiskunnassa ole hyvä asia, koska se saattaa tarjota mahdollisuuden hallinnon korruptoitumiseen (Cook 2001, xii). Demokraattisen yhteiskunnan edellytyksiin kuuluu siksi *institutionalisoitu epäluottamus*, joka mahdollistaa spontaanin luottamuksen. Sztompka kutsuu tätä demokratian paradoksiksi. Demokratiassa hallinnon auktoriteettia kohtaan koetaan lähtökohtaisesti epäluottamusta. (Sztompka 1999, 140-141.)

Vaikka luottamus on julkisille organisaatioille keskeinen aineeton voimavara, on sitä usein mahdollista kehittää vain tiettyyn pisteeseen asti. Se, että luottamuksen kaikki tasot rakentuvat pohjimmiltaan ihmisten välillä, voi olla julkisille organisaatioille haasteellinen yhtälö, sillä työelämässä henkilöiden väliset suhteet ovat usein virallisia ja vaativat osapuolia pitämään tiettyä etäisyyttä toisiinsa; etenkin virkamiesasemassa, jossa on varmistettava tasapuolisuuden säilyminen. Työelämän suhteet myös perustuvat usein

lähinnä tietoon ja tietämykseen, jolloin emotionaalista luottamusta ei pääse syntymään. Toisaalta sitä ei perinteisesti ole julkisilta organisaatioilta odotettukaan. (Luoma-aho 2006, 31-33.)

Viestintäympäristö, jossa julkisetkin organisaatiot toimivat, on kuitenkin muuttunut luonteeltaan hyvin vuorovaikutteiseksi muun muassa sosiaalisen median yleistyttyä, ja tämä aiheuttaa perinteiseen virkamiesrooliin tietynlaista jännitettä ja ristiriitaa. Samaan aikaan tulisi tasapuolisuuden varmistamiseksi säilyttää sopiva etäisyys kaikkiin sidosryhmiin, mutta avoimuus ja dialogisuus vaatisivat kuitenkin vuorovaikutusta eri tahojen kanssa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Sosiaalinen media on toisaalta julkishallinnolle ongelmallinen kanava vuorovaikutuksen näkökulmasta: koska vain osa julkisten organisaatioiden sidosryhmistä on mukana sosiaalisen median palveluissa, aiheuttaa jo tämä lähtökohtaisesti vinoumaa tasapuolisuuteen; puhumattakaan muista sosiaaliseen mediaan liittyvistä ongelmista, joita käsitellen tuonnempana.

2.6. Dialogi luottamuksen rakentamisessa

Luottamus konkretisoituu vuorovaikutuksessa (Jalava 2004, 19). Luottamuksen rakentumisen kannalta hedelmällisintä on dialoginen vuorovaikutus, joka lisää osapuolten tietämystä toisistaan. Sosiaalitieteissä dialogia pidetään usein parempana kommunikaatiomuotona kuin esimerkiksi keskustelua tai väittelyä. Dialogin ominaisuuksia ovat avoimuus toisten mielipiteille ja kyky huomioida ristiriitaisiakin näkemyksiä. Dialogisuus itsessään voidaan myös nähdä yhtenä tapana toteuttaa demokratiaa. (Jeziarska & Koczanowicz 2015, introduction.)

Kai Alhanen (2016) on pohtinut dialogisen keskustelun ominaisuuksia ja dialogin merkitystä demokratialle. Hänen mukaansa keskustelusta tekee dialogista se, että osallistujat ovat toisiinsa nähden tasavertaisessa asemassa (Alhanen 2016, 37). Dialogin onnistumisen kannalta tärkeää on, että kaikkia osallistujia kuunnellaan, myös piilossa olevat tunteet voidaan tuoda esiin, ja kaikkien näkemyksiä kunnioitetaan. Dialogiin kuuluvat olennaisesti myös suoruus ja rehellisyys sekä se, että osallistujien erilaisuutta kyetään sietämään. (Alhanen 2016, 45-47; 52.) Dialogin tavoitteena ei ole suostutella toisia oman näkökannan puolelle tai voittaa väittelyä. Se on osallistumista ja asioiden ja ajatusten jakamista yhdessä. (Bohm & Nichol 1996, 7.) Dialoginen keskustelu antaa mahdollisuuden tutkia niitä merkityksiä, joita eri ihmiset antavat asioille ja kokemuksille. Yhteiset merkitykset ovat voima, joka liittää ihmiset vahvasti yhteen. (Alhanen 2016, 72-

73; Bohm & Nichol 1996, 6.) Toisaalta organisaatioiden näkökulmasta dialogisuus sisältää riskejä, sillä dialogi ei välttämättä johda yhteisymmärrykseen, vaan saattaa aiheuttaa konflikteja nostaessaan esiin erimielisyyksiä. Onnistuakseen dialogisuus vaatii kykyä empatiaan toista osapuolta kohtaan. (Theunissen 2011, 8.)

On syytä huomioida, että Alhanen käsittelee kasvokkain tapahtuvien keskustelutilanteiden dialogisuutta (Alhanen 2016, 20), mutta hänen esittelemiään dialogisen keskustelun periaatteita voitaneen soveltaa ainakin jossain määrin myös digitaaliseen vuorovaikutukseen.

3. Twitter ja sosiaalinen media

Sosiaalisen median yleistymisen on muuttanut sekä yksityisen että julkisen kommunikaation luonnetta ja vaikuttanut siihen, miten viestimme toistemme kanssa (Laaksonen 2017, 2; van Dijck 2013, 4 & 6-7; Sauri 2015, 10). Se on muokannut myös sosiaalisuuttamme ja sen rituaaleja (Murthy 2013, 34 & 40; van Dijck 2013, 34). Moni arkinen vuorovaikutustilanne on siirtynyt reaali maailmasta sosiaalisen median alustoille, oli paikka kyseessä sitten ammatillinen verkostoituminen tai yhteydenpito ystävien kanssa (van Dijck 2013, 6-7). Tällä on merkitystä, sillä sellainenkin vuorovaikutus, joka on tarkoitettu hetkelliseksi, saattaa sosiaalisessa mediassa säilyä kauemmin kuin olemme tarkoittaneet, ja lisäksi monistua (Laaksonen 2017, 13).

Sosiaalisen median erityispiirre muihin medioihin verrattuna on verkostomaisuus ja yhdistävyys eli se, että alustat yhdistävät eri käyttäjiä toisiinsa suosittelemalla heille lisää seurattavia. van Dijck toteaa, että verkkoympäristössä tapahtuvassa sosiaalisuudessa yhdistyvät ”ihmisten sosiaalisuus ja koneiden automatisoima sosiaalisuus”; niinpä hän kutsuu sosiaalisen median alustoilla tapahtuvaa vuorovaikutusta *alustasosiaalisuudeksi* (engl. *platformed sociality*). Tämä tarkoittaa sitä, että alustojen algoritmit ohjailevat sitä, ketkä käyttäjät ovat yhteydessä toisiinsa. (van Dijck 2013, 4-5; 12.) Ongelmalliseksi alustasosiaalisuuden tekee se, että algoritmien toiminta ei ole läpinäkyvää. Iso osa siitä, mitä alustat tekevät ja miten ne yhdistelevät asioita ja käyttäjiä, on käyttäjiltä piilossa; lisäksi alustatoimijat pyrkivät häivyttämään oman roolinsa käyttäjien ja sisältöjen ohjailussa ja esiintymään neutraaleina vuorovaikutuksen mahdollistajana ja sisältöjen välittäjinä. (van Dijck 2013).

Sosiaalisen median alustat omistavilla yrityksillä on siis kaupallisin perustein määriteltyjä tavoitteita käyttäjien suhteen, ja ne haluavat että käyttäjät viettävät palveluissa yhä enemmän aikaa. Niillä on tarve houkutellessa tarjoamiinsa sosiaalisen median palveluihin yhä enemmän uusia käyttäjiä ja saada heidät verkostoitumaan toistensa kanssa. (van Dijck 2013, 4; Bechmann & Lomborg 2013, 772.) Siksi sosiaalisen median alustat suosivat sellaista sisältöä, joka edistää näitä tavoitteita. Käyttäjien tuottama sisältö ja verkostoituminen keskenään on sosiaalisen median alustatoimijoille välttämätöntä, jotta niiden palvelut olisivat kiinnostavia ja houkuttelisivat mainostajia. Niinpä alustoille suunnitellaan ominaisuuksia, jotka kannustavat jakamaan ja tuottamaan sisältöjä, verkostoitumaan sekä viettämään niissä mahdollisimman paljon aikaa. (Bechmann & Lomborg 2013, 772-773; Murthy 2013, 25-27.) Sosiaalisen median alustat myös kutsuvat meitä tuottamaan sinne jatkuvasti tietynlaista sisältöä (Murthy 2013, 25-27).

Kun internetiin kohdistuneet idealistiset odotukset verkosta kansalaisten ja hallinnon välisenä kommunikaatiokanavana alkoivat karista, koettiin sosiaalinen media puolestaan uudenaikaiseksi ja ikään kuin demokraattisemmaksi viestintäympäristöksi. Ajateltiin, että sosiaalinen media voisi tarjota aiempaa demokraattisemman julkisen tilan ja areenan kansalaisten yhteiskunnalliselle osallistumiselle. (van Dijck 2013, 10-11; 15; Purdy 2017, 325; Young, L. & Pieterse, W. 2015, 97.) Tämä sosiaalista mediaa sen alkuvaiheessa leimannut kehitysusko lienee pitkään vaikuttanut niihin mielikuviin, joita meillä on siitä ollut. Sosiaalisen median alustatoimijat itse korostavat yhä mielellään palvelujensa yhteisöllisiä ja ihanteellisia puolia häivyttääkseen liiketoimintamallinsa, joka perustuu käyttäjätietojen keräämiseen, hyödyntämiseen ja myymiseen mainostajille sekä näiden tietojen avulla tapahtuvaan mainonnan ja vaikuttamisen kohdentamiseen (van Dijck 2013, 12). Viime aikoina sosiaalisen median yritysten liiketoimintalogiikka ja siihen liittyvät ilmiöt ovat kuitenkin herättäneet runsaasti keskustelua ja kritiikkiä erityisesti vuoden 2016 Yhdysvaltojen presidentinvaalien yhteydessä ilmenneiden sosiaalisessa mediassa tapahtuneiden vaikuttamispyrkimysten takia (Vihma ym. 2018, 36-38).

Käyttäjien näkökulmasta sisällöntuotanto sosiaalisessa mediassa on kyllä avointa ja vuorovaikutteista (Matikainen 2012, 133). Sosiaalinen media on vähentänyt julkaisemisen hierarkkisuutta tarjoamalla kenelle tahansa mahdollisuuden tuottaa sisältöjä ja tavoitella julkisuutta ilman perinteisen median portinvartijuutta. Sosiaalinen media myös tarjoaa kansalaisille suoran kanavan esimerkiksi poliitikoille ja päättäjille viestimiseen. (Bechmann & Lomborg 2013, 767). Mutta kun tarkastellaan pintaa

syvemmltä, niin myös sosiaalisen median palvelujen sisällä eli käyttäjien välisissä suhteissa on omat valtasuhteensa ja hierarkiansa. Alustat omistavat yritykset ovat tässä hierarkiassa ylimpänä, koska ne voivat esimerkiksi ohjailla käyttäjiä näiden huomaamatta algoritmien avulla. (Bechmann & Lomborg 2013, 767.)

Ongelmallista sosiaalisessa mediassa on myös se, että alustojen hallinta ja omistus on keskittynyt muutamalle kansainväliselle yritykselle, jotka ovat hallinnoimiensa käyttäjätietojen ansiosta saaneet suhteettomasti valtaa jopa globaalisti (Bechmann & Lomborg 2013, 767; Vihma ym. 2018, 74). Näiden yritysten liiketoimintalogiikka, joka perustuu käyttäjätietojen ja käyttäjien muodostamien verkostojen kaupalliseen hyödyntämiseen, on tietyssä mielessä jo lähtökohtaisesti ongelmallinen esimerkiksi julkishallinnon kannalta. Lisäksi, koska sosiaalisen median alustat eivät ole neutraaleja, vaan niiden toimintoja kehitetään ja ne operoivat oman liiketoimintalogiikkansa mukaisesti, tuo sosiaalisessa mediassa viestiminen vaivihkaa tätä toimintalogiikkaa myös julkisten organisaatioiden viestintään, koska niiden on sopeuduttava alustatoimijoiden toimintaehtoihin. Julkishallinnon näkökulmasta saattaisi olla hedelmällistä pohtia kriittisesti sitä, miten julkishallinnon sopeutuminen kaupallisten alustojen käytäntöihin ja puhetapoihin tai ylipäätään läsnäolo sosiaalisessa mediassa muuttaa julkisen sektorin viestintää, vaikkakaan nykytilanteessa ei ole realistista ajatella, että julkishallinto jättäytyisi sosiaalisen median ulkopuolelle. Kaikki kansalaiset eivät myöskään ole läsnä sosiaalisessa mediassa tai edes internetissä, joten julkisen hallinnon ei tulisi ainakaan painottaa viestinnässään sosiaalisen median kanavia. Toisaalta asian voi nähdä myös niin, että julkishallinnon läsnäolo tuo sosiaaliseen mediaan muutakin kuin sellaista sisältöä, joka asettaa käyttäjät kuluttajan asemaan, joten käyttäjien näkökulmasta se monipuolistaa sosiaalisen median sisältöjä.

Sunstein huomauttaa, että meidän tulisikin arvioida sosiaalista mediaa ja ylipäätään viestintäteknologiaa myös sen perusteella, miten se vaikuttaa meihin kansalaisina eikä vain kuluttajuuden, mainonnan tai markkinatalouden näkökulmasta (Sunstein 2017, 157-159). Verkossa ja etenkin sosiaalisessa mediassa käyttäjät näkevät yhä enemmän vain sellaisia sisältöjä, jotka on jollakin tavalla räätälöity juuri heille (Sunstein 2017, 52-53). Sosiaalisen median alustojen algoritmit seuraavat liikkeitämme verkossa ja sosiaalisen median ekosysteemissä, ja meille ehdotellaan uusia seurattavia sen mukaan mitä teemme ja mihin reagoimme; tämä syventää mielipiteiden kärjistymistä. Kannattaa pohtia, mikä merkitys yhteiskunnalle on sillä, että erilaiset mielipiteet saattavat entisestään kärjistyä

samoin ajattelevien kesken niin sanotuissa sosiaalisen median kuplissa. On havaittu, että omista ajatuksista poikkeavien mielipiteiden kohtaaminen verkkokeskusteluissa vahvistaa käyttäjän omia mielipiteitä sen sijaan että se lisäisi ymmärrystä toisenlaisiin näkökulmiin tai dialogia eri tavoin ajattelevien kanssa. (Sunstein 2017, 81 & 155; Matikainen 2012, 149).

Viime aikoina onkin noussut huoli siitä, että sosiaalinen media lisää mielipiteiden kärjistymistä ja samalla tavalla ajattelevien ”kuplia” (engl. *echo-chamber*). Sunstein viittaa kirjassaan ”*#Republic: Divided democracy in the age of social media*” Sarida Yardin ja danah boydin (2009) tutkimukseen, jossa ilmeni, että samalla tavalla ajattelevat olivat Twitterissä mieluiten vuorovaikutuksessa keskenään. Huomionarvoista oli etenkin se, että eri ryhmien välinen viestittely vahvisti ryhmien sisäistä yhteenkuuluvuutta ja korosti toisten ulkopuolisuutta. (Sunstein 2017, 81.) Sosiaalisessa mediassa ihmiset mitä ilmeisimmin muodostavat samoin ajattelevien ryhmittymiä. Seuraamme sosiaalisen median kanavissa mieluiten sellaisia henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita samanlaisista asioista ja aiheista kuin me itse. Tämä johtuu siitä, että ihmiset ovat taipuvaisia ottamaan vastaan ja jakamaan etenkin sellaista tietoa ja mielipiteitä, joka tukee heidän aikaisempia käsityksiään (engl. *confirmation bias*). Sunsteinin mukaan eri ryhmien välinen polarisaatio onkin verkossa väistämätöntä. (Sunstein 2017, 155.) Sunstein toteaa, että esimerkiksi Twitterin käyttäjät uudelleentviittaavat lähinnä sellaisia tviittejä, joiden sisällöstä he ovat samaa mieltä, ja että käyttäjien omat uutisvirrat sisältävät mielipiteitä ensisijaisesti sellaisilta henkilöiltä, jotka vaikuttavat ajattelevan samoin kuin he itse. Koska käyttäjät luovat itse oman uutisvirtansa, niin he myös itse luovat oman kuplansa. On tietenkin täysin mahdollista seurata sosiaalisessa mediassa myös eri tavoin ajattelevia ja erilaiset kiinnostuksen kohteet omaavia käyttäjiä, mutta yleisintä on seurata lähinnä samoin ajattelevia. (Sunstein 2017, 118; Murthy 2013, 36.) Toisaalta sama ilmiö eli se, että olemme mieluiten tekemisissä samoin ajattelevien kanssa, on olemassa myös elävässä elämässä (Murthy 2013, 36). Vaikuttaa kuitenkin siltä, että sosiaalisessa mediassa se vahvistuu johtuen alustojen algoritmeista ja siitä logiikasta, jolla verkostot toimivat (Vihma ym. 2018, 71). Kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus on lähtökohtaisesti erilaista kuin verkossa tapahtuva. Sunstein myös korostaa satunnaisten kohtaamisten (engl. *serendipity*) merkitystä omasta ajattelusta poikkeavien mielipiteiden hyväksymisessä ja yhteiskunnan yhtenäisyyden saavuttamisessa; tällaisia kohtaamisia tapahtuu enemmän elävässä elämässä kuin sosiaalisen median alustoilla (Sunstein 2017).

Tutkimuksissa on myös todettu, että vaikka ihmisille tarjottaisiin tasapuolisesti kilpailevia näkemyksiä jostakin asiasta, niin heidän omat käsityksensä ja ennakkoletuksensa kyseisestä asiasta vahvistuvat. Toisin sanoen, meillä on taipumus omaksua etupäässä sellaista tietoa, joka tukee omia ennakkokäsityksiämme (engl. *biased assimilation*). Tällaisessa tilanteessa eri tavoin ajattelevien ryhmien polarisaatio lisääntyy. Tähän vaikuttavat osaltaan tunteet: jos kyseessä on asia, josta meillä on voimakkaita tunteita, saattavat omien mielipiteidemme vastaiset argumentit vain entisestään vahvistaa aiempia käsityksiämme, koska vastakkaiset näkemykset aiheuttavat meissä negatiivisia tunteita. (Sunstein 2017, 92-93; 96-97.) Paitsi että sosiaalinen media kannustaa ilmaisemaan myönteisiä tunteita esimerkiksi tykkäysten muodossa, niin se myös vahvistaa ja ruokkii negatiivisia tunteita, kuten epäluuloa ja vihaa (Koskinen 2014, 129). Sosiaalisessa mediassa spontaanit ryhmät ja yleisöt muodostuvat usein affektiivisin perustein, ja ne ovat organisaatioiden näkökulmasta hankalia hallita (Laaksonen 2017, 2). Myös suomenkielisessä Twitterissä on ilmennyt sellaista keskustelun kärjistymistä ja vihapuhetta, joka on vaikuttanut mielikuviin Twitterin käyttökelpoisuudesta dialogisena keskusteluforumina. Negatiivinen keskustelun laatuun ja tunneilmapiiriin vaikuttava ilmiö ovat myös niin sanotut trollitilit, joiden tarkoituksena on häiritä verkkokeskustelua vääristämällä faktoja ja lietsomalla negatiivisia tunteita. (Isotalus ym. 2018, 25.)

Vaikka sosiaaliseen mediaan liittyy edellä mainittuja piirteitä, jotka ovat ongelmallisia etenkin julkishallinnon näkökulmasta, ei julkishallintokaan voi jättäytyä sen ulkopuolelle; niin keskeinen viestintäympäristö sosiaalisesta mediasta on tullut.

3.1. Twitterin teknologiset ja sosiaaliset affordanssit

Sosiaalisen median alustojen erilaiset *teknologiset* ja *sosiaaliset affordanssit* (alustojen tekniset ominaisuudet ja niiden tarjoamat toimintamahdollisuudet sekä niiden vaikutukset käyttäytymiseemme) sekä antavat mahdollisuuksia että rajoittavat ja asettavat kehykset sille, millä tavoin voimme kommunikoida sosiaalisessa mediassa ja mitä voimme siellä tehdä. Samalla nämä affordanssit muokkaavat osin huomaamattamme myös sosiaalisuuttamme kutsumalla meitä tekemään tietyllä alustalla tiettyjä asioita. Affordanssit vaikuttavat myös siihen, miten ja millaisena esitämme itsemme sosiaalisessa mediassa. (Laaksonen 2017, 15.) Twitterin rajallinen merkkimäärä (nykyisin 280 merkkiä) on esimerkki teknologisesta affordanssista, joka muokkaa väistämättä siellä käytävää keskustelua. Tviittien lyhyys mahdollistaa nopean viestimisen ja runsaan

viestimäärän vastaanottamisen, mutta toisaalta se myös rajoittaa ilmaisua ja yksittäisen tviitin sisällön asiayhteyksien selventämistä (Isotalus ym. 2018, 10).

Twitterin ominaisuudet kannustavat muun muassa seuraamaan toisia käyttäjiä, lisäämään aihetunnisteita, uudelleenlähettämään muiden käyttäjien tviittejä ja tykkäämään niistä sekä keskustelemaan muiden käyttäjien kanssa (Murthy 2018, 2-8). Toisin kuin esimerkiksi Facebookissa, Twitterissä toista käyttäjää voi seurata ilman vastavuoroisuutta, ja kuka tahansa käyttäjä voi lähettää viestin suoraan kenelle tahansa toiselle käyttäjälle, jolloin on helppoa olla vuorovaikutuksessa sellaistenkin käyttäjien kanssa, jotka ovat entuudestaan tuntemattomia. Tällä on seurauksensa sen kannalta, miten tieto liikkuu Twitterissä ja millaisia verkostoja siellä voi muodostua käyttäjien kesken. (McCay-Peet & Quan-Haase 2017, 21; Isotalus ym. 2018, 9; Murthy 2018, 5.)

Twitter onkin hyvin käyttäjäkeskeinen sosiaalisen median palvelu, koska se perustuu toisten käyttäjien sisällön seuraamiseen, oman sisällön tuottamiseen ja käyttäjien väliseen viestintään (Isotalus ym. 2018, 9-14; van Dijck 2013, 71). Vuorovaikutteinen viestintä useiden käyttäjien kesken on Twitterissä tehty helpoksi. Tähän monenkeskiseen viestimiseen kannustavat Twitterin ominaisuuksista sekä aihetunnisteet että uudelleentviittaaminen. Twitter ei kuitenkaan ole sosiaalinen verkosto samassa mielessä kuin esimerkiksi Facebook, vaan siinä on pikemminkin blogikirjoittamisen piirteitä; sitä onkin kutsuttu mikroblogipalveluksi. Perusolemukseltaan Twitter muistuttaa joukkoviestintää, ovathan tviitit lähtökohtaisesti julkisia. Eri käyttäjät ja aihetunnisteet voidaan nähdä televisioon vertautuen ikään kuin kanavina, joita seurataan oman kiinnostuksen mukaan. (Murthy 2018, 6-9; van Dijck 2013, 70.)

Paitsi mikroblogipalveluna, Twitteriä voidaan pitää myös verkostoitumispalveluna, koska etenkin toimittajat, poliitikot ja eri alojen asiantuntijat käyttävät Twitteriä tiedon hakemisen ja jakamisen lisäksi verkostoitumiseen (Isotalus ym. 2018, 9). Verkostoa vahvistetaan uudelleentviittaamalla ja vastauksilla (Suominen 2018, 181). Toisaalta Kwak ym. havaitsivat, että Twitteriä käytetään usein pikemminkin tieto- tai tiedonvaihtoverkostona (engl. *information network*) kuin varsinaisena sosiaalisena verkostona (engl. *social network*) (McCay-Peet & Quan-Haase 2017, 15; Kwak, Lee, Park & Moon 2010, 600).

Viestintä Twitterissä on lähtökohtaisesti julkista, koska tviittien lukeminen ei vaadi palveluun kirjautumista. Tässä Twitter poikkeaa monista muista sosiaalisen median

palveluista kuten esimerkiksi Facebookista (Isotalus ym. 2018, 9-10). Tällä on merkitystä sen kannalta, että Twitterin avulla periaatteessa kenellä tahansa on mahdollisuus saada laajempaa julkisuutta itselleen tai edustamilleen asioille (Murthy 2013, 30-31). Toisaalta sosiaalisessa mediassa jokaisella käyttäjällä on ikään kuin oma henkilökohtainen yleisönsä tai pienoiskokous. Twitterissäkään ei ole olemassa samassa mielessä julkisuutta kuin vaikkapa valtamediassa, vaan julkisuus on pirstoutunut lukuisiin pienempiin osajulkisuuksiin. (Matikainen 2012, 155-156).

Se, mikä sosiaalisen median sisältöjen valtavasta määrästä lopulta nousee esille, riippuu tviitin julkaisun käyttäjän suosion lisäksi sosiaalisen median verkottuneisuuden takia siitä, saako sisältö näkyvyyttä leviämisen kannalta oleellisissa verkostoissa. Pienempiäkin seuraajamääriä omaavien käyttäjien sisällöt voivat nousta esiin massasta, jos riittävän suosittu käyttäjä nostaa ne sopivasti esiin omille verkostoilleen; tämä logiikka pätee erityisesti Facebookissa ja Twitterissä. (Sunstein 2017, 153-154, Vihma ym. 2018, 72). Sisältöjen jakamisella ja uudelleentviittaamisella myös vahvistetaan verkostoja, ja se, kenen sisältöjä kommentoidaan, kertoo verkoston rakenteesta. Uudelleentviittauksella voidaan myös ilmaista yhteenkuuluvuutta, samanmielisyyttä ja ystävällisyyttä niitä käyttäjiä kohtaan, joiden tviittejä uudelleentviitataan (Isotalus ym. 2018, 181).

Vaikka Twitterin kautta periaatteessa kuka tahansa voi saada mielipiteensä kuuluviin, niin jo valmiiksi julkisuudessa tai yhteiskunnassa merkittävässä asemassa olevien henkilöiden tviitit nousevat eniten esille sekä Twitterin omassa uutisvirrassa että valtamedian Twitterin pohjalta tekemissä jutuissa (Murthy 2013, 30-31; Murthy 2018, 98). Toisaalta tietyissä intressiryhmissä kenellä tahansa kyseisessä ryhmässä aktiivisella yksittäisellä käyttäjällä on mahdollisuus nousta mielipidevaikuttajaksi (Murthy 2013, 31; Katz & Lazarsfeld 1955, 325-326).

Twitterissä on edellä mainituista syistä sekä joukkoviestinnän että henkilökohtaisen viestinnän piirteitä. Manuel Castellsin käsite *henkilökohtainen joukkoviestintä* sopii hyvin kuvaamaan Twitteriä, jossa kuka tahansa yksittäinen käyttäjä voi viestiä suurelle joukolle (Castells 2009, 85). Twitterissä onkin tästä syystä nähty potentiaalia uudenlaiseen kansalaisviestintään ja kansalaisten mahdollisuuksiin vaikuttaa päätöksentekoon. Twitterin on ajateltu mahdollistavan avoimemman vuorovaikutuksen ja dialogin kansalaisten ja päättäjien välillä. (Marttila 2018, 66; van Dijck 2013, 73.)

Aihetunnisteilla voidaan liittää yksittäinen tviitti tiettyyn ajankohtaiseen puheenaiheeseen. Aihetunnisteiden merkittävyys yhteiskunnallisessa keskustelussa nousee juuri siitä, että niiden avulla kuka tahansa käyttäjä voi lisätä oman tviittinsä osaksi laajempaa keskustelua. Tämä ominaisuus tekee Twitteristä tärkeän kanavan yhteiskunnalliselle liikehdinnälle. (Murthy 2018, 4.) Toisaalta Twitterin yhteiskunnallista merkitystä ja roolia esimerkiksi kansanliikkeissä on saatettu korostaa liikaakin: esimerkiksi vuoden 2011 Arabikevään tapahtumien ja mielenosoitusten tulkittiin ensin käynnistyneen Twitter-viesteistä, kun taas myöhemmin on ilmennyt, että todellisuudessa suuri osa tviiteistä olikin todennäköisesti ulkomailta käsin julkaistua reagointia Egyptissä tapahtuneisiin mielenosoituksiin (Couldry 2011, 74; Murthy 2018, 108 & 112-114).

3.1.1. Reaaliaikaisuus ja läsnäolon tunne

Yksi Twitterin vahvuus muihin sosiaalisen median alustoihin verrattuna on, että se mahdollistaa suuren määrän reaaliaikaisia viestejä (van Dijck 2013, 87). Murthy toteaa, että osa Twitterin viehätystä onkin juuri siinä, että voimme tviitatessamme kokea olevamme merkityksellisellä tavalla osallisina tapahtumissa. Tähän vaikuttaa hänen mukaansa se, että yhteiskuntamme on hyvin tapahtumaorientoitunut. (Murthy 2013, 33.) Twitter itse korostaa sitä, että viestintä siellä tapahtuu ”juuri nyt”:

“Twitter is what’s happening in the world and what people are talking about right now.” (<https://about.twitter.com/>, viitattu 28.2.2018).

Suosituista tviiteistä ja tviittiketjuista voi jo itsessään muodostua eräänlaisia mediatapahtumia (Murthy 2013, 34-35). Toisaalta Twitterin uutisvirta kulkee nopeasti eteenpäin. Tviittien määrä maailmanlaajuisesti on valtava, ja yksittäisen tviitin huomioaika on varsin lyhyt, vain noin 18 minuuttia. (Isotalus ym. 2018, 12.)

Vuorovaikutuksen kannalta merkityksellistä on se, että teknologiavälitteinen viestintä voi tarjota välittömyyden tunteen ja luoda illuusion siitä, että olemme vuorovaikutuksessa ikään kuin kasvokkain. Huomionarvoista on, että emme huomaa sosiaalisen median tarjoamaa kokemusta teknologiavälitteisestä läsnäolosta (engl. *telepresence*), vaan pidämme sosiaalisen median alustoja vain kommunikaatiokanavina. Läsnäolon kokemus syntyy teknologiavälitteisessä tekemisessä itsessään – siis siinä, että lähetämme viestejä esimerkiksi mobiililaitteella; sisällön muodolla ei juuri ole merkitystä läsnäolon tunteen kannalta. Teksti riittää tuottamaan läsnäoloa, siihen ei tarvita kuvaa tai virtuaalitodellisuuden (VR) mahdollistavaa teknologiaa, sillä läsnäolon kokemus syntyy

kommunikaation toistuvuudesta ja jatkuvuudesta. Tämä läsnäolon kokemus selittänee sen, miksi sosiaalinen media pääsee tunkeutumaan niin syvästi osaksi käyttäjien arkea. (Murthy 2013, 37- 40: Isotalus 2017, 144.)

3.1.2. Suosion logiikka ja promootio

Sosiaalisen median alustatoimijat korostavat mielellään sosiaalisen median sisällöntuotantoon osallistumisen demokraattisuutta, vaikka todellisuudessa suosituimpien käyttäjien sisällöt leviävät enemmän kuin muut – tämä *suosion logiikka* aiheuttaa sen, että jo ennestään suosittu käyttäjä saavat muita helpommin yhä enemmän uusia seuraajia ja näkyvyyttä (Laaksonen 2017, 14). Myös reaali maailman suosio vaikuttaa näkyvyyteen: julkisuuden henkilöt saavat sosiaalisessa mediassakin mielipiteensä paremmin esiin kuin tavalliset ihmiset (Matikainen 2012, 151). Twitter ei tässäkään mielessä ole neutraali alusta. Keskeinen osa Twitterissä julkaisemista on siten itsensä markkinoiminen, sillä jos käyttäjällä on vain hyvin vähän seuraajia, eivät hänen tviittinsä saa näkyvyyttä. Käyttäjän kannattaakin yrittää saada jatkuvasti lisää seuraajia, jotta hänen tviittinsä nousisivat paremmin esille toisten käyttäjien uutisvirroissa. Twitterin käyttäjillä on siten paine julkaista sellaista sisältöä, joka lisää heidän kiinnostavuuttaan. Jokainen tviitti on tavallaan sen lähettäneen käyttäjän promootiota, ja tuo promootion henkilökohtaiseen elämäämme yhä vahvemmin. (van Dijck, 74-76; Murthy 2013, 35.) Suosittuihin aiheisiin ja tapahtumiin liittyvien aihetunnisteiden lisääminen tviitteihin on myös eräänlaista promootiota, sillä se markkinoi yksittäisiä tviittejä ja myös käyttäjää uusille yleisöille parantamalla tviitin löydettävyyttä (Murthy 2013, 31-32).

Twitterin ja muiden sosiaalisen median kanavien promootioluonne lieneekin tosi-TV:n yleistymisen ja julkkiskulttuurin ohella vaikuttanut siihen, että tavallisista ihmisistä on tullut mediasisältöjä (Murthy 2013, 30-31). Se, että Twitter kannustaa käyttäjiä markkinoimaan itseään, luonnollistaa ajatusta käyttäjistä henkilöbrändeinä ja laajentaa näin osallistumista promootiokulttuuriin ja oman itsemme tuotteistamista (Murthy 2013, 35). Esimerkiksi työelämässä asiantuntijoiden näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa on monilla aloilla tullut jo osa ammattitaitoa ja ammatillista identiteettiä, ja esiintymistä sosiaalisen median kanavissa voidaan tällä hetkellä pitää jopa yhtenä keskeisenä asiantuntijuuden osa-alueena.

Toisaalta promootion käytänteet on jo muutenkin laajasti omaksuttu yhteiskunnassa sekä yksilötasolla että organisaatioissa, ja vaikka sosiaalinen media saattaakin vahvistaa tätä ilmiötä, voi myös olla niin, että se vain tarjoaa henkilöihin laajentuneelle promootiolle lisää kanavia toteuttaa promootion periaatteita (Davis 2013, 3-5). Murthy varoittaa teknologisesta determinismistä ja siitä ajatuksesta, että Twitter itsessään aiheuttaisi edellä mainittuja ilmiöitä. Twitterin henkilöbrändäykseen ja omien asioiden jakamiseen kannustavat piirteet kenties vain vahvistavat yhteiskunnassamme jo muutenkin olemassa olevia trendejä ja yksityisyyden käsitteen muutosta. (Murthy 2013, 41.) Toisaalta verkossa ylipäättään, ei vain sosiaalisessa mediassa, pätee nykyään muutoinkin se, että asioiden oleellisuuden määrittelee suosio. Toisin sanoen se, mikä on suosittua, muodostuu relevantiksi – vaikuttaahan suosio esimerkiksi Googlen hakutuloksiin. (Danesi 2017, 137.)

3.1.3. Sisältöjen jakaminen eli sosiaalinen kuratointi

Sisältöjen jakaminen eli sosiaalinen kuratointi on verkolle tyypillinen sisällöntuotannon muoto, jota on käytetty jo ennen sosiaalista mediaa; onhan internetin keskeinen ominaisuus juuri verkkosivujen linkittäminen toisiinsa hyperlinkkien avulla. Muihin verkkosisältöihin vievien linkkien jakaminen toisille käyttäjille on yksi niistä internetin vakiintuneista käytännöistä, joka ovat siirtyneet sosiaaliseen mediaan. Tähän sosiaaliseen kuratointiin liittyy käyttäjien tekemää sisältöjen arvottamista. Sisällön jakaminen lisää sen sosiaalista merkittävyyttä. (Seppänen & Väliverronen 2012, 38-39; Villi 2011, 48-49.) Verkkomediat houkuttelevat yleisöjään jakamaan sosiaalisessa mediassa linkkejä sisältöihinsä suoran jakamisen mahdollistavilla ikoneilla juuri siksi, että jaetut sisällöt saavat lisää merkitystä ja leviävät laajemmalle (Villi 2011, 49-50 & 60).

Sosiaalisen median alustoille muodostuva käyttäjäkulttuuri ja käyttäytymismallit vaikuttavat siihen, miten tietyllä alustalla toimitaan ja mitä siellä tehdään (Laaksonen 2017, 15). Tämä sekä alustojen ominaisuudet saattavat johdatella käyttäjää suosimaan tietyntyypisten julkaisujen ja sisältöjen tekemistä esimerkiksi toisten käyttäjien reaktioiden toivossa. Sisältöjen jakaminen on hyvä esimerkki siitä, miten verkon ja sosiaalisen median alustojen teknologiset affordanssit johdattavat käyttäjiä tuottamaan tietyntyypisiä sisältöjä.

Sisältöjen jakamisella on käyttäjille myös sosiaalisia merkityksiä: sillä voidaan kertoa toisille omista kiinnostuksen kohteista tai vahvistaa verkoston sosiaalisia suhteita

välittämällä toisille kyseisessä verkostossa arvokkaaksi koettua tietoa (Jenkins 2013, 198-199).

3.1.4. Uudelleentviittaaminen ja oletetut yleisöt

Tviitin lähettäjä julkaisee tviittinsä tietylle olettamalleen yleisölle. Uudelleentviittaus muuttaa alkuperäisen tviitin kontekstia tuomalla sen osaksi toisen käyttäjän aikajanaa. Näin uudelleentviittaaminen sijoittaa tviitin sisällön erilaiseen kontekstiin kuin missä alkuperäinen käyttäjä on sen julkaissut, ja antaa alkuperäiselle tviitille uusia merkityksiä, joita tviitin alkuperäinen julkaisija ei mitenkään voi ennalta huomioida. Tviitti myös saavuttaa uudelleentviittauksella uusia yleisöjä. Huomionarvoista tässä on se, että uudelleentviittaus koetaan osaksi uudelleentviittaajan, ei alkuperäisen julkaisijan sisältöjä. Tämä ilmentää hyvin sitä, millä tavalla tietokonevälitteinen viestintä poikkeaa kasvokkain viestimisestä, sillä vaikka tietokonevälitteisellä viestinnällä onkin kyky luoda illuusio välittömyydestä, niin toisin kuin kasvokkaisviestinnässä, tilannekonteksti puuttuu, eikä sitä voi hallita. Tviittaaminen on myöskin useimmiten asynkronista eli ei-realiaikaista, vaikka joissakin tilanteissa, kuten esimerkiksi tapahtumatviittauksessa, tviittaus voi olla myös synkronista eli realiaikaista. (Murthy 2013, 32; 44-46.)

Twitter on perusolemukseltaan viestintää monelta monelle, ja alustan ominaisuuksista sitä tukevat ja siihen kannustavat sekä aihetunnisteet että uudelleentviittaus. Uudelleentviittaus, joko omalla kommentilla tai ilman, voidaan nähdä eräänlaisena joukkoviestintänä, sillä se mahdollistaa sen, että käyttäjän tviitit voivat levitä huomattavastikin alkuperäistä seuraajajoukkoa laajemmalle. (Murthy 2018, 6-7.) Kun tviittiä uudelleentviitataan paljon, se saa enemmän painoarvoa (van Dijck 2013, 158). Sosiaalisessa mediassa sisällöt ja merkitykset myös sekoittuvat, ja toisessa kontekstissa esiintyessään sisältö saa uusia merkityksiä. Tämä voi joskus aiheuttaa myös yllätyksiä alkuperäisen sisällön julkaisijalle. (Murthy 2018, 50.) Uudelleentviittaamalla voidaan myös vahvistaa verkostoja ja osoittaa ystävällisyyttä ja samanmielisyyttä toisten käyttäjien kanssa (Suominen 2018, 181).

3.1.5. Emojien merkitys tviiteissä

Emojien käyttäminen on vakiintunut yhdeksi tunneilmaisun laajentamisen keinoksi verkossa ja sosiaalisessa mediassa (Danesi 2017, vi). Emojit tuovat tekstiin visuaalisuutta sekä lisäulottuvuutta sen selitysvoimaan. Niillä voi lisätä tekstiin hienovaraisia

merkityksiä ja konnotaatioita sekä korvata kasvokkaisuviestinnän puheen intonaation ja kehonkielen vivahteita (Danesi 2017, 21; 33; 47; 59; 179). Emojit eivät ole koristeita, vaan niitä käytetään välimerkkien tapaan sekä täydentämään tekstin merkitystä että lisäämään tunneilmaisua (Danesi 2017, 54 & 105; Stark & Crawford 2015, 1).

Emojien käytön yleistyminen kuvastaa sitä, että verkon ominaisuudet kannustavat käyttämään viestinnässä tekstin ohella myös audiovisuaalisia keinoja (Danesi 2017, 1-4; 10, 15). Emojien menestyksekkäs käyttö ja jossain määrin myös niiden ymmärtäminen osana tekstiä vaatii samantapaista kommunikatiivista kompetenssia kuin kielellinenkin viestintä (Danesi 2017, 35-36; 95). Ymmärrys siitä, miten ja milloin käyttää emojeita, on osa digitaalisen vuorovaikutuksen kompetenssia (Danesi 2017, 97).

Emojien käyttäminen tekee kirjoitetusta tekstistä sävyltään ystävällistä ja avointa; se on ikään kuin tuttavallista jutustelua (engl. *small talk*) visuaalisessa muodossa. Emojeilla pyritään ylläpitämään kommunikaatiota ja pitämään sen sävy positiivisena. Tyypillisesti emojeita käytetään viestien alussa tai lopussa pehmentämään viestin sävyä sekä täyttämään kirjallisessa kommunikaatiossa syntyvää hiljaisuutta tai tyhjää tilaa, joka saatettaisiin kokea kiusallisena (vertaa kasvokkaisuviestinnässä syntyvä hiljaisuus). Emojeita käytetäänkin eniten epämuodollisessa kommunikoinnissa esimerkiksi ystävien välillä. (Danesi 2017, 19-20; 25; 55.) Pyrkimys ennaltaehkäistä konflikteja on Danesin mukaan emojien pääasiallinen käyttötarkoitus, ja juuri siksi *hymiö*-emoji on suosituin. Suurin osa emojeista koetaan tunneilmaisultaan positiivisina, ja niitä käytetään sävyltään positiivissa yhteyksissä (Danesi 2017, 51-55; 58; 96). Viime aikoina emojien käyttö on levinnyt epämuodollisesta kommunikaatiosta esimerkiksi poliitikkojen tviitteihin – oletettavasti pyrkimyksenä on saada aikaan myönteisyyttä äänestäjien taholta (Danesi 2017, 140; 157).

Emojit liitetäänkin verkon käyttäjäkulttuurissa pikemminkin aidosti vuorovaikutteiseen ja henkilökohtaisiin suhteisiin ylläpitävään kuin työrooleihin liittyvään viestintään. Mikäli emojien käyttökontekstien laajentuminen henkilökohtaisista suhteista julkiseksi tarkoitettuun viestintään on strategista eikä evolutiivista, voi se tehdä epäluotettavan vaikutelman, koska verkon käyttäjillä on kulttuurinen käsitys siitä, että emojien käyttäminen kuuluu pääasiassa henkilökohtaiseen kontekstiin (Danesi 2017, 20). Niinpä emojien käyttö saattaa esimerkiksi työroolissa viestiessä vaikuttaa epäluontevalta ja liian promootiohenkiseltä.

Hyvin tärkeä emoji-ikä käyttön funktio on tunteiden ilmaiseminen, joka tekstuaalisessa kommunikaatiossa jää kasvokkainviestintään verrattuna vajaaksi. Emojit paikkaavat tätä aukkoa ja tarjoavat keinon ilmaista mielialaa ja tunnetilaa. Tunteiden lisäksi emoji-ikä voi kertoa suhtautumisesta tai asenteesta, ja niiden avulla voi ilmaista myös kriittisyyttä siten, että viestinnän sävy pysyy kuitenkin ystävällisenä. (Danesi 2017, 21-23; 33.) Twitterissä emoji-ikä on mahdollista lisätä viestiin sellaisia sävyjä ja merkityksiä, jotka merkkimäärärajoituksen takia jäisivät muutoin ilmaisematta. Emojilla voi ikään kuin kehystää tekstuaalisen sisällön ja antaa sille tietyn sävyn (Danesi 2017, 56). Twitterissä emoji-ikä käytetään usein osoittamaan tuttuutta ja yhteenkuuluvuutta keskustelukumppaneiden kanssa (Danesi 2017, 115). Emojien käyttön runsauteen vaikuttaa käyttäjäkulttuuri: joissakin käyttäjäryhmissä emoji-ikä lisääminen tekstiin koetaan sosiaalisesti suotavampana kuin toisissa (Danesi 2017, 168).

Myös emoji-ikä käyttöön liittyy monitulkintaisuuden riski; etenkin monikulttuurisessa viestintäympäristössä. Toisaalta verkossa paljon viestivät harjaantuvat tulkitsemaan verkolle tyypillisiä ilmaisutapoja siinä kontekstissa, jossa ne esiintyvät. (Danesi 2017, 30-31; 57.)

3.2. Twitterin käyttö Suomessa

Jotta olisi ymmärrettävämpää, mihin kontekstiin suomalaisten virkamiesten Twitter-läsnäolo ja tämän tutkielman aineisto sijoittuu, on tarpeen tarkastella Twitterin käyttöä Suomessa.

Twitterin käyttäjäkunnassa on eroja eri maiden välillä; esimerkiksi Yhdysvalloissa Twitteriä käytetään laajasti eri yhteiskuntaryhmissä (Isotalus ym. 2018, 9). Suomessa Twitter on suhteellisen pienen ja sosioekonomiselta taustaltaan huomattavasti rajatumman ryhmän sosiaalisen median kanava kuin esimerkiksi Facebook. Twitter on meillä profiloitunut niin sanotun eliitin sosiaalisen median kanavaksi. Twitterissä on läsnä paljon yhteiskunnan kannalta keskeisiä henkilöitä: poliittisia päättäjiä ja eri alojen – erityisesti media-alan ja viestinnän – asiantuntijoita ja toimittajia sekä yhteiskunnallisesti aktiivisia henkilöitä. (Isotalus ym. 2018, 25.). Twitterissä onkin luontevaa viestiä asiantuntijaprofiililla ja myös rakentaa oman organisaation niin sanottua ajatusjohtajuutta (Isotalus ym. 2018, 22).

Twitter itse ei julkaise käyttäjätietoja, joten tarkkoja käyttäjämääriä ei ole saatavana, mutta Suomessakin eri tahot ovat keränneet Twitter-käytön maakohtaisia tilastoja. Toni

Nummelan Twitter-laskuria pidetään parhaana lähteenä, ja sen mukaan Suomessa on lähes 500 000 Twitter-käyttäjää, joista noin 50 000 tviittaa aktiivisesti eli noin kerran viikossa. (Isotalus ym. 2018, 12-13.) Twitterin vaikuttavuuden Suomessa voidaankin katsoa liittyvän suuren käyttäjämäärän sijasta siihen, että sen käyttäjillä on paljon vaikutusvaltaa yhteiskunnassa (Isotalus ym. 2018, 9). Twitterissä on poliitikkojen, journalistien, eri alojen asiantuntijoiden, tutkijoiden ja elinkeinoelämän lisäksi yhä enemmän myös viranomaisia ja julkisia organisaatioita (Isotalus ym. 2018, 22; Sauri 2015, 50).

Sosiaalisen median sisältöjen merkitystä pohdittaessa kannattaa huomioida informaatiotulva, jossa elämme. Twitterissä julkaistava sisällön määrä on valtava, pelkästään Suomessa julkaistiin vuonna 2017 kaikkiaan 28 925 101 tviittia¹⁹. Sosiaaliseen mediaan on helppoa tuottaa paljon sisältöä, mutta yksittäisen sisällön lukijoiden tai katsojien määrä voi informaatiotulvassa jäädä vähäiseksi (van Dijk 2012, 187). Sosiaalinen media, varsinkaan Twitter, ei myöskään tavoita niin laajoja yleisöjä kuin perinteinen media (Murthy 2018, 37).

4. Tutkimusmenetelmä ja aineisto

Päädyn käyttämään analyysissäni moniulotteista lähestymistapaa, sillä tarkastelun kohteena olevaan aineistoon sisältyy sekä käyttäjien itse tekemiä sisältöjä että Twitterin mahdollistamien toiminnallisuuksien kautta syntyneitä sisältöjä kuten uudelleentviittauksia. Analyysin moniulotteisuus ja laadullinen lähestymistapa mahdollistavat aineiston tarkastelun syvällisemmällä tasolla kuin suuria aineistoja (engl. *big data*) hyödyntävät menetelmät (Murthy 2017, 559-560). Moniulotteisuus tarkoittaa tutkielmassani sitä, että tarkastelen analyysissäni aineistolähtöisten teemojen ohella Twitterin toiminnallisuuksien käyttöä, ja lisäksi sekä teemoissa että toiminnallisuuksissa käytettyjä retorisia keinoja tai retorisuutta. Tarkastelun teoreettisena lähtökohtana on luottamuksen rakentaminen sosiaalisessa mediassa julkaisuilla sisällöillä.

4.1. Tutkimuskohteena sosiaalisen median aineisto – erityispiirteitä

Sosiaalisesta mediasta kerätty aineisto on digitaalista dataa, joka on ikään kuin liikkuvaa (engl. *liquid*) eikä pysy paikoillaan; tämä liike ja eläväisyys on myös digitaalisen

¹⁹ lähde: <http://www.pyppe.fi/blogi/2018/01/suomi-twitter-vuonna-2017/> , haettu 6.4.2018

maailman itsensä ominaisuus. Sosiaalisen median aineistojen ja muidenkin verkkoaineistojen kohdalla voidaan käyttää ”*broken data*” -käsitettä, jossa digitaalisuus itsessään voidaan nähdä aineistona. Aineiston puutteet ovatkin tällöin digitaalisen aineiston ominaisuus, jolloin katsotaan, että aineistoa voidaan myös jälkeenpäin korjata ja paikata. (Pink, Ruckenstein, Willim & Duque 2018).

Sosiaalisen median aineistojen kohdalla lieneekin väistämätöntä, että jotain jää keräämättä aineiston liikkuvan olemuksen takia. Tämä ei välttämättä vaikuta ratkaisevasti analyysin kulkuun, mikäli kerätty aineisto on kooltaan riittävä suhteessa valittuun tutkimusmenetelmään, ja mikäli sen perusteella pystytään vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Digitaalisuuden olemukseen kuuluu keskeisesti myös linkittäminen, joka mahdollistaa siirtymisen tekstistä, kontekstista ja palvelusta toiseen. Tämä asettaa haasteita digitaalisessa kontekstissa julkaistujen sisältöjen tutkimiselle ja analyysille siksi, että julkaisun lopullinen merkitys saattaa rakentua vasta osana toisaalla verkossa sijaitsevia sisältöjä. Linkitetyn sisällön jättäminen tulkinnan ulkopuolelle jättänee analyysin jossain määrin vajaaksi. (Helasvuo, Johansson & Tanskanen 2014, 12 & 16.) Muualla verkossa sijaitsevien linkitettyjen sisältöjen kuten blogijulkaisujen tai verkkoartikkeleiden huomioiminen osana analyysiä on kuitenkin hyvin työlästä, eikä se aina ole tutkimukseen käytettävissä olevien resurssien puitteissa mahdollista. Tässä tutkielmassa olen resurssien rajallisuuden takia jättänyt analyysin ulkopuolelle tviitteihin linkitetty, muualla verkossa sijaitsevat sisällöt, kuten käyttäjien omat blogitekstit.

Myös digitaalisen viestinnän multimodaalisuus eli tekstien, kuvien ja videoiden yhdistäminen asettaa sosiaalisen median aineistojen analyysille omat haasteensa (Helasvuo ym. 2014, 12-17). Tässä tutkielmassa analyysin kohteena ovat tviittien tekstisisällöt, emojiien käyttö, uudelleentviittaus ja sisältöjen jakaminen. Joidenkin tviittien kohdalla olen arvioinut myös muiden käyttäjien reaktioita ja niiden suhdetta sisällön saamiin merkityksiin. Analyysin rajaaminen edellä kuvatulla tavalla johtuu käytettävissäni olevista resursseista, mutta on toisaalta tämän aineiston kannalta perusteltua, koska aineistossani käyttäjien itse tuottama sisältö oli pääosin tekstimuotoista. Aineistoon sisältyi jonkin verran emojiita sekä muutamia käyttäjien itse ottamia kuvia, jotka oli otettu seminaareissa tai muissa tapahtumissa. Näiden tviittien tekstisisältö liittyi kiinteästi tviiteissä julkaistuihin kuviin.

Tutkimuseettisesti sosiaalisen median ja verkon aineistojen tutkimuksessa pätevät samat yleiset periaatteet kuin muillakin tutkimusaloilla. Tutkimuksessa käytetyt aineistot kerätään, analysoidaan ja arkistoidaan siten, että niiden tarkistaminen on jälkikäteen mahdollista. Tämän tutkielman aineisto sekä sen analyysi on tallennettu tietokoneeni kovalevyille, muistitikulle sekä yliopiston pilvipalveluun. Twitter-aineisto on tallennettu PDF-muodossa, ja analyysin eri vaiheet Word-tiedostoina sekä Atlas.ti 8 -tiedostona. Tutkimuseettisiin periaatteisiin kuuluu myös se, että tutkimuksen kohteena olevien henkilöiden itsemääräämisoikeutta on kunnioitettava, eikä tutkimus saa aiheuttaa mukana oleville vahinkoa. (Kuula 2011, 18-19; Turtiainen & Östman 2013, 50.) Sosiaalisen median aineistojen tutkimuseetiikkaan kuuluu oleellisesti aineiston kontekstin ymmärtäminen²⁰. Twitterissä julkaistu sisältö on lähtökohtaisesti julkista, sillä Twitter ei vaadi kirjautumista, jotta sisällöt olisivat katsottavissa. Tämän tutkielman aineisto, eli johtavassa asemassa olevien virkamiesten työroolissaan Twitteriin tuottamat sisällöt, on käyttäjätilien kuvausten ja sisällön perusteella oletettavasti julkaistu tarkoituksena lisätä valtionhallinnon avoimuutta, joten kyseessä ei ole virkamiesten henkilökohtaiseen elämään liittyvä sisältö. Tästä syystä en katsonut tarpeelliseksi kysyä aineistooni valitsemiltani virkamiehiltä lupaa käyttää heidän Twitterissä julkaisemiaan sisältöjä tutkimuskohteena.

Olen anonymisoinut tutkielmani analyysilukujen tarkempaan analyysiin poimimistani esimerkkiviiteistä käyttäjät, jotka ovat esittäneet virkamiehille kysymyksiä tai jotka ovat kommentoineet virkamiesten tviittejä; toisin sanoen ne käyttäjät, jotka ovat olleet vuorovaikutuksessa virkamiesten kanssa ja jotka eivät itse ole sellaisessa asemassa, että heidän toimintansa sosiaalisessa mediassa voisi olettaa olevan samassa mielessä julkista kuin virkamiesten. Näiden käyttäjien identiteetin tunnistaminen tai tietäminen ei ole tutkimuksen kannalta oleellista. Nämäkin käyttäjät ovat toisaalta löydettävissä Twitteristä, mutta tässä viitataan aiempaan perusteluun, jonka mukaan Twitterissä käyttäjätilit ja niillä julkaissut sisällöt ovat lähtökohtaisesti julkisia²¹.

4.2. Retorinen diskurssianalyysi

Diskurssianalyysin lähtökohtana on, että rakennamme kielenkäytöllämme kuvaa todellisuudesta, jolloin merkitykset rakentuvat ja uusiintuvat jatkuvasti teksteissä,

²⁰ <https://rajapinta.co/2017/10/03/miten-some-aineistoja-sopii-analysoida/> , haettu 15.3.2018

²¹ <https://rajapinta.co/2018/03/15/taitavasti-eettista-verkkotutkimusta> , haettu 15.3.2018

keskusteluissa ja muissa kielenkäytön tilanteissa, osana sosiaalisia tilanteita ja käytäntöjä (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 25-29; Pietikäinen & Mäntynen 2016, 15-17). Myös retorinen analyysi lähtee siitä ajatuksesta, että todellisuus on luonteeltaan tulkinnallista (Jokinen 2016, 338). Retoriikan tavoitteena on vahvistaa omaa argumentaatiota ja saada yleisö vakuuttuneeksi (Jokinen 2016, 342). Retorisessa analyysissä tarkastellaan sitä, millä keinoilla tästä tulkinnallisesta todellisuudesta eli todellisuuden kuvasta pyritään rakentamaan vakuuttava, ja millä keinoilla yleisö (tässä tutkielmassa tiettyjen käyttäjien seuraajat Twitterissä) saadaan sitoutumaan siihen. Retorisen analyysin kohteena ovat siis ne keinot, joilla teksti pyrkii vakuuttamaan yleisönsä. (Jokinen 2016, 338; Kaakkuri-Knuutila 2002, 234.)

Diskurssianalyttisen lähestymistavan perusoletuksiin kuuluu merkityksellisen toiminnan kontekstisidonnaisuus, jolloin aineiston tulkinnassa otetaan huomioon se, missä ympäristössä ja minä ajankohtana sisältö tai teksti on tuotettu. Niinpä analyysissä huomioidaan kunkin kontekstin sosiaaliset käytännöt ja säännöt; sosiaalisen median ollessa kyseessä myös kyseisen alustan teknologiset affordanssit, jotka vaikuttavat osaltaan tarkasteltavana olevan sisällön tai tilanteen kielellisiin käytänteisiin. (Pietikäinen & Mäntynen 2016, 17; Jokinen ym. 2016, 27-29; Laaksonen 2017, 15).

Retoriikan perusteoksena pidetään Aristoteleen puhetaidon oppikirjaa ”Retoriikka”. Sen mukaan retoriikan perustana on argumentaatio, jonka varaan muut retoriset keinot rakentuvat. Vaikuttamisen keinot jakautuvat Aristoteleen mukaan kolmeen eri osaluokkaan, joita ovat *logos*, *ethos* ja *pathos*; kaikilla näillä pyritään lisäämään väitteen tai sanoman uskottavuutta. *Logos* viittaa väitteen asiasisältöön, *ethos* niihin tapoihin, joilla väitteen esittäjä ilmentää omaa uskottavuuttaan, ja *pathos* yleisön mielentilaan ja tunteisiin, jotka vaikuttavat argumentin vastaanottoon. (Kaakkuri-Knuutila 2002, 233.)

Retorisessa analyysissä argumenttien merkityksen rakentumista tarkastellaan niiden esityskontekstissa. Oleellista on, mitä argumenteilla tehdään juuri kyseisessä kontekstissa ja mihin keskusteluihin ne osallistuvat. Tarkastelun kohteena on argumenttien käyttö ja se, mitä argumenteilla mahdollisesti saadaan aikaan – ei se, onko yksittäinen toimija käyttänyt retorisia keinoja tarkoituksellisesti vai huomaamattaan. (Jokinen 2016, 343.) Retoriikan käyttäminen ei siis aina ole tietoista. Esimerkiksi Twitterissä merkkimäärärajoitus saattaa aiheuttaa retorisuutta kuten vaihtoehdottomuuspuhetta ilman että käyttäjä sitä on tarkoittanut. Samaten uudelleentviittausta ei oletettavasti ainakaan

yleensä mielletä retoriseksi keinoksi tai käytetä tietoisesti retorisena, vaikka sillä onkin retorista voimaa. Uudelleentviittauksen retorisuus kumpuaa siitä, että esityskonteksti vaikuttaa sekä sisältöjen että Twitterissä tehtyjen toimintojen merkityksiin ja asemaan vuorovaikutuksessa. Tviittien sisällöt saavat uusia merkityksiä, kun ne uudelleentviitattaessa siirtyvät osaksi toisen käyttäjän eli uudelleentviittaajan aikajanaa. Tällä on seurauksensa muun muassa retorisuuteen siksi, että uudelleentviitattu sisältö koetaan uudelleentviittaajan, ei tviitin alkuperäisen julkaisijan sisällöksi (Murthy 2013, 45).

Uusi retoriikka painottuu tekstin analyysiin sen tuottamisen sijaan; toisin kuin aristoteelinen retoriikka, joka antaa ohjeita puhujalle. Uudessa retoriikassa korostetaan sitä, että retoristen keinojen teho riippuu kunkin yhteisön omaksumista kommunikaatiosäännöistä. (Kakkuri-Knuutila 2002, 241.) Chaïm Perelman toteaa, että uudessa retoriikassa voidaan tutkia kaikenlaisille ja -kokoisille yleisöille suunnattuja tekstejä. Retoriikkaa voidaan myös soveltaa uusiin esitystapoihin. (Perelman 1996, 11-12.) Tässä tutkielmassa sovellan retoriikan keinojen tutkimusta Twitter-kontekstissa.

Kun analysoidaan tekstin tai puheen argumentaatiota, on huomioitava myös oletettu yleisö, sillä sisällöllisten valintojen ja retoristen keinojen vakuuttavuus muodostuu lopulta vasta vastaanotossa. Argumentaatiossa keskeistä on yleisösuhde eli se, millaisen yleisön puhe tai teksti pyrkii vakuuttamaan. Erilaisten yleisöjen vakuuttamiseen tarvitaan erilaisia keinoja. (Jokinen 2016, 340.) Argumentaatiossa oleellista on se, että siinä annetaan arvo myös kuulijoiden mielipiteille, koska tarkoitus ei ole pakottaa kuulijoita vaan suostutella heidät hyväksymään esitetty asia tai kannattamaan sitä. Perelman huomauttaa, että kaikesta ei toisaalta kannata väitellä, eikä kenen kanssa tahansa. (Perelman 1996, 17-18).

Argumentaatio on aina tulkinnanvaraista, koska se tapahtuu luonnollisella kielellä, jossa vastaanottaja väistämättä tulkitsee sanottua. Argumentaatiossa oletetaan aina ennalta tietty yleisösuhde, koska sillä pyritään ”hankkimaan tai vahvistamaan yleisön hyväksyntää tai kannatusta esitetuille väitteille”. (Perelman 1996, 16.) Koska Twitter-sisällöt ovat lähtökohtaisesti julkisia, ei käyttäjä voi ennalta tietää, ketä hänen yleisönsä lopulta ovat. Twitterissä julkaistun sisällön lopullisen yleisön päättelemine onkin usein mahdotonta, mutta käyttäjällä on oletettavasti jonkinlainen mielikuva siitä pääasiallisesta yleisöstä, jolle hän tviittinsä suuntaa. Murthy toteaa, että käyttäjät huomioinevat

Twitterissä julkaistessaan jonkinlaisen yleisön olemassaolon, sillä muuten heillä ei oletettavasti olisi motivaatiota jatkaa julkaisemista (Murthy 2018, 11-12). Poikkeuksen tekee kommunikointi suoraan toisten käyttäjien kanssa ja tviittien osoittaminen toisille käyttäjille – näissä tviittisisällöissä on mahdollista tarkastella argumentaation vakuuttavuutta suoraan suhteessa vastaanottajaan. Tosin myös näillä käyttäjien toisilleen osoittamilla viesteillä on Twitterissä yksittäistä käyttäjää laajempi yleisö, ellei niitä ole lähetetty yksityisviesteinä.

Twitterissä käyttäjän ensisijainen yleisö ovat ne toiset käyttäjät, jotka seuraavat häntä Twitterissä, eli niin sanottu henkilökohtainen yleisö (Murthy 2018, 50). Koska Twitterin sisällöt ovat lähtökohtaisesti julkisia ja kenen tahansa nähtävissä, ja lisäksi yleisö voi uudelleentviittauksien myötä laajentua huomattavastikin, saattaa tviittien todellinen yleisö olla varsin erilainen tai suurempi kuin tviitin alkuperäinen lähettäjä on oletanut (Murthy 2013, 44). Twitterin julkisen luonteen ja tviiteistä koostuvan aineiston eläväisyyden takia on mahdotonta tavoittaa kaikkia yksittäisten tviittisisältöjen esiintymiskonteksteja; muuttuuhan esimerkiksi alkuperäisen tviitin konteksti uudelleentviitattaessa toiseksi kuin alkuperäinen julkaisija oli tarkoittanut (Murthy 2013, 44-45).

Yleisösuhdetta voidaan kuitenkin tarkastella myös ilman tietoa sisällön vastaanotosta eli pelkän tekstin perusteella pohtimalla sitä, kenet tekstillä pyritään vakuuttamaan (Jokinen 2016, 340). Koska lopullisesta yleisöstä tai sisältöjen vastaanotosta ei Twitterissä julkaistun sisällön suhteen voi olla varmuutta, mikäli tviitti ei ole kerännyt kommentteja muilta käyttäjiltä, on tviittien retorisisessä analyysissä tukeuduttava siihen, mitä tviittien sisällöistä ja käytetyistä Twitterin toiminnallisuuksista voidaan niitä analysoimalla tulkita. Jokinen (2016) toteaa: ”Mikäli analysoitavaa aineistoa ei voi käyttää elävän yleisösuhteen tarkasteluun, on mahdollista tehdä tekstin sisäistä analyysiä pyrkien erittelemään yleisösuhdetta itse tekstistä: kuka tai mikä on se taho, jolle puhe tai kirjoitus on suunnattu, kenet se pyrkii vakuuttamaan” (Jokinen 2016, 340).

Retoriset keinot, joilla väitteen vakuuttavuutta lisätään, voivat liittyä joko *väitteen esittäjään* tai *esitettyyn argumenttiin*. Esittäjään liittyvillä retorisisilla keinoilla pyritään saamaan esittäjä näyttämään luotettavalta, jolloin hänen väitteensä on helpompi hyväksyä, kun taas väitteeseen liittyvien retoristen keinojen tavoitteena on saada väite näyttämään joko todelta tai muutoin kannattamisen arvoiselta. Usein näitä käytetään

samanaikaisesti. (Jokinen 2016, 344.) Twitterissä väitteen esittäjään liittyvä retoriikka voi liittyä myös Twitterin toiminnallisuuksiin; toisin sanoen käyttäjän tekemä uudelleentviittäminen, jossa toinen käyttäjä on lisännyt hänen alkuperäistä sisältöään vahvistavan, myönteisen kommentin, lisää alkuperäisen tviitin julkaisseen käyttäjän luotettavuutta yleisön silmissä ja on siten Twitter-kontekstissa retorista eli asiantuntijuudella tai konsensuksella vahvistamista. Samaan tapaan sellainen toisen käyttäjän tviitti, jossa käyttäjää keuhetaan, omaa tämän käyttäjän uudelleentviittämana retorista voimaa.

Seuraavaksi esittelen retorisia keinoja Jokisen (2016) ja Kakkuri-Knuutilan (2002) pohjalta.

Etäännyttäminen omista intresseistä

Omien intressien etäännyttämistä esitetystä väitteestä käytetään usein vakuuttavuuden lisäämiseksi, sillä yleisöä on vaikea vakuuttaa, jos väitteen esittäjän oletetaan ajavan omaa tai edustamansa tahon etua. Toisaalta joskus omien sidonnaisuuksien tunnustaminen avoimesti voi antaa luotettavamman vaikutelman, ja lisäksi oma kokemus asiasta antaa mielipiteille lisää painoarvoa. (Jokinen 2016, 345-346.)

Puhujakategorioilla oikeuttaminen

Eri puhujakategorioihin voidaan sijoittaa oikeus tiettyyn tietoon tai tietämykseen. Tällöin puhutaan puhujakategorioilla oikeuttamisesta. Tietystä puhujakategoriasta käsin esitettyä väitteillä on näin enemmän painoarvoa. Eri puhujakategoriat ovat eriarvoisia, ja kategorioiden arvostus vaihtelee eri kulttuureissa ja tilanteissa. Puhujakategoriat ovat usein päällekkäisiä; toisin sanoen sama puhuja voi puhua eri kategorioista käsin. Tutkimuksen kannalta mielenkiintoista onkin tarkastella sitä, mistä kategoriasta käsin puhuja esittää väitteensä. (Jokinen 2016, 346-347.)

Mahdollisilta vasta-argumenteilta suojautuminen

Kun puhuja pyrkii etukäteen suojautumaan mahdollisilta vastaväitteiltä huomioimalla ne jo omassa puheenvuorossaan, on kyseessä vasta-argumentilta suojautuminen. Toiselta osapuolelta pyritään näin viemään mahdollisuus käyttää kyseistä oletettua vastaväitettä. Tämä retorinen keino voidaan nähdä myös suostuttelevana retoriikkana. Vasta-argumentilta suojautumista tutkimalla on mahdollista tarkastella sitä, minkä yleisön puhuja haluaa vakuuttaa. (Jokinen 2016, 366-367.)

Asiantuntijan lausunnolla tai konsensuksella vahvistaminen

Kun argumentaatiota vahvistetaan esittämällä se useiden tahojen hyväksymänä asiana, se ei enää vaikuta puhujan henkilökohtaiselta mielipiteeltä ja on näin vakuuttavampi. Suoraa sitaattia käyttämällä saadaan jonkun toisen esittämä väite oman väitteen tueksi. Etenkin arvovaltaisten tahojen esittämien lausuntojen käyttäminen oman argumentaation tukena on tehokas keino vahvistaa omaa väitettä. Monesti omaa väitettä tuetaan tutkimustuloksilla tai asiantuntijoiden lausunnoilla. ”Me”-muoto on yksi konsensuksella vahvistamisen keino. Sen käyttö antaa ymmärtää, että puhuja ei ole ainoa, joka on väitteen takana, vaan sen takana on yhtenäinen joukko. (Jokinen 2016, 350-351.). Twitter-kontekstissa uudelleentviittaaminen joko itse lisätyn kommentin kera tai sellaisenaan voidaan nähdä retorisena; riippuen tviitin sisällöstä uudelleentviittaus voi olla joko asiantuntijan lausunnolla tai konsensuksella vahvistamista.

Vaihtoehdottomuuspuhe - ”tosiasiat puhuvat puolestaan”

Asiat voidaan esittää vääjäämättöminä esittämällä ne itsestään selvinä faktoina taikka passiivina käyttämällä. Tällöin lauseesta puuttuu toimija, jolloin tapahtumat saadaan vaikuttamaan väistämättömiltä, eikä niiden syytäkään ole mahdollista analysoida. Vaihtoehdottomuuspuheessa toimijoiden vastuu asioista häivytetään. Poliittisessa puheessa vaihtoehdottomuuspuheella saadaan ikävät asiat näyttämään tosiasioilta, joihin ei ole mahdollista vaikuttaa. (Jokinen 2016, 352-353.).

Metaforien käyttö

Metaforalla tehdään jokin asia ymmärrettäväksi liittämällä siihen merkityksiä tutusta asiasta. Samalla se paljastaa tutusta uusia piirteitä. (Jokinen 2016, 360; Kaakkuri-Knuutila 202, 258-259.) Metaforilla voidaan luoda tehokkaasti haluttuja miellelyhtymiä (Jokinen 2016, 361). Koska metaforat ovat kulttuurisidonnaisia, niiden onnistuminen edellyttää, että puhuja ja yleisö käsittävät metaforan samalla tavalla (Kaakkuri-Knuutila 2002, 260).

Kolmen lista

Kolmen listalla luodaan mielikuva tavanomaisuudesta ja kaikkien asiaan vaikuttavien seikkojen huomioonottamisesta. Retorisena keinona se on tehokas siksi, että näin syntyy käsitys siitä, että asiasta on annettu riittävä näyttö. (Jokinen 2016, 364.)

Ääri-ilmaisujen käyttö

Ääri-ilmaisuilla korostetaan kohteen piirteitä niitä maksimoiden tai minimoiden. Ääri-ilmaisuus tuottaa mielikuvan kiistattomasta tosiasiaista, ja sillä voidaan luoda mielikuva toiminnan säännönmukaisuudesta, jolloin toiminta on vakavammin otettavaa kuin satunnainen toiminta. Ääri-ilmaisuja käytetään myös normalisoimaan ja oikeuttamaan omaa toimintaa esimerkiksi toteamalla, että ”vastaavassa tilanteessa jokainen olisi toiminut niin”. (Jokinen 2016, 362-363.)

Tekstin tyyli

Tyyli liittyy tekstin kokonaisuuden tarkasteluun, ja kun sillä tarkoitetaan kirjoittajan näkökulmaa asiaan, ilmentää se kirjoittajan *ethosta* (kirjoittajan tai puhujan oma luonne tai uskottavuus) ja hänen yleisökäsitystään. Kakkuri-Knuutilan mukaan tyylin piirteitä voidaan havainnollistaa joko kohteeseen tai yleisöön liittyvien vastakohtien avulla. Samassa tekstissä saattaa esiintyä vastakkaisia keinoja. Tyylin piirteitä *kohteen suhteen* ovat seuraavat vastakohtaparit: tekninen – havainnollistava, suora – epäsuora, yksitasoinen – ironinen/metaforinen, pienentävä – liioitteleva, sekä *yleisön suhteen*: kohtelias – epäkohtelias, arvostava – vähättelevä, virallinen – epävirallinen, vakuuttava – suostutteleva, asiallinen – humoristinen. (Kakkuri-Knuutila 2002, 236-237.)

Olen analyysissä kiinnittänyt huomiota myös tviittitekstien vuorovaikutuksellisiin piirteisiin. Vuorovaikutukseen kannustavat teksteissä persoonamuotojen käyttö, suoruus, puhuttelu, kysymykset, epämuodollisuus ja imperatiivi; passiivin käyttö ja generiset ilmaukset taas vähentävät vuorovaikutteisuutta. Minä-pronominin käyttäminen tekee kirjoittajan läsnäolevaksi. Autoritaarisuus kertoo vuorovaikutuksen luonteesta. Tyylin muodollisuus tai epämuodollisuus kertoo siitä, miten kirjoittaja suhtautuu yleisöönsä tai miten hän haluaa yleisönsä näkevän hänet. Epämuodollisuus luo vaikutelman yhteydestä lukijan ja kirjoittajan välillä ja tuo heidät lähemmäs toisiaan. (Kulkki-Nieminen 2010, 83-84.) Tekstin vuorovaikutuksellisuuteen kuuluu olennaisesti myös se, että vastaanottajaa houkutellaan lukemaan ja kiinnostumaan tekstistä (Kulkki-Nieminen 2010, 58).

4.3. Aineisto

Tutkielmani aineisto koostuu viiden johtavassa asemassa olevan valtionhallinnon virkamiehen Twitter-aikajanan sisällöstä ajalta 1.1.2018–28.2.2018. Aineistoon sisältyvät tviitit seuraavilta virkamiehiltä: Päivi Nerg, hallintopolitiikan alivaltiosihteeri,

maakunta- ja soteuudistuksen projektijohtaja, valtiovarainministeriö (VM); Olli-Pekka Heinonen, pääjohtaja, Opetushallitus (OPH); Miia Nykopp, pääjohtaja, Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi; Päivi Sillanaukee, kansliapäällikkö, sosiaali- ja terveysministeriö (STM), sekä Juhani Eskola, pääjohtaja, Terveystieteiden tutkimuskeskus ja hyvinvoinnin laitos (THL).

Aloitin aineiston keräämisen tutustumalla Valtiokonttorin listaukseen valtionhallinnon organisaatioista ²². Valitsin alustavaan tarkasteluun muutamia organisaatioita sen perusteella, oliko kyseisellä hallinnonalalla parhaillaan meneillään tai juuri ollut jokin keskeinen uudistus tai muutosprosessi. Tällaisessa tilanteessa viestintä ja avoin kommunikaatio ovat tavallistakin tärkeämmässä roolissa. Valintaan vaikutti myös se, oliko julkisessa keskustelussa esillä kyseiseen organisaatioon liittyviä ajankohtaisia asioita. Päädyin valitsemaan tarkastelun kohteeksi organisaatioita, joiden hallinnonaloilla ajankohtaisia asioita olivat talvella 2018 esimerkiksi ammatillisen koulutuksen reformi, lukiouudistus, varhaiskasvatuslaki, sote-uudistus, maakuntauudistus, liikenteen automatisaatio, liikenne- ja viestintäteknologian kehitys, kausi-influenssarokotusten teho sekä rokotusvastaisuus.

Varsinaisen aineiston keruun aloitin tutustumalla alustavaan tarkasteluun poimimieni organisaatioiden Twitter-profiileista löytyviin listoihin, joille oli koottu ne kyseisen organisaation virkamiehet, joilla oli Twitter-tili. Ensimmäisenä valintakriteerinäni oli virkamiehen asema organisaatiossa. Valitsin aineistoon pääjohtaja- tai päällikköasemassa olevia virkamiehiä. Perusteluna tälle rajaukselle oli se, että johtavan virkamiehen vaikutusvalta organisaatiossa on suurempi ja hänellä on valtaa määritellä organisaation linjauksia, hänellä on enemmän vastuuta, hänet koetaan todennäköisesti vielä vahvemmin oman organisaationsa edustajana kuin muut virkamiehet, ja hänellä on asemansa takia todennäköisemmin enemmän seuraajia Twitterissä kuin muilla virkamiehillä.

Toinen valintakriteeri oli seuraajien määrä. Valitsin aineistoon sellaisia virkamiehiä, joilla oli vähintään yli 1000 seuraajaa. Johtavassa asemassa olevia virkamiehiä, joilla oli seuraajia 1000 tai enemmän, löytyi maaliskuun 2018 alussa 27 kappaletta. Aitojen seuraajien ollessa kyseessä seuraajamäärä kertoo siitä, miten paljon käyttäjän tviitit saavat näkyvyyttä ja miten laajalle hänen julkaisemansa sisällöt voivat levitä. Seuraajien

²² [http://www.valtiokonttori.fi/fi-FI/Valtion_virastot_112018\(58720\)](http://www.valtiokonttori.fi/fi-FI/Valtion_virastot_112018(58720)) , haettu verkosta 1.3.2018.

määrä osoittautui toisaalta valintakriteerinä ongelmalliseksi, koska osa virkamiehistä ei ollut estänyt seuraajistaan automatisoituja Twitter-tilejä eli niin sanottuja bottitilejä, jolloin seuraajia oli lukumääräisesti paljon, mutta suuri osa ei ollut todellisia henkilöitä. Aineistoa valitessani silmäilin läpi käyttäjätilien seuraajia ja rajasin pois ne virkamiehet, joilla näytti olevan seuraajien joukossa paljon bottitilejä.

Yhtenä keskeisenä valintakriteerinäni oli seuraajamäärän ohella myös tviittien määrä, eli käyttäjän aktiivisuus Twitterissä. Valitsin aineistooni käyttäjiä, jotka olivat seurantajaksolla 1.1.2018–28.2.2018 julkaisseet keskimäärin vähintään kaksi tviittiä/arkipäivä (uudelleentviittaukset mukaan lukien). Edellä mainituin perustein valitsin aineistooni viisi virkamiestä. Sote- ja maakuntauudistusten keskeisyyden takia sisällytin aineistoon kaksi virkamiestä, joiden työhön nämä uudistukset liittyvät.

Aineiston keruu tapahtui osin käytännön syistä maaliskuun 2018 ensimmäisellä viikolla. Aineisto on haettu käyttäjien Twitter-tileiltä, ja se sisältää näiden käyttäjien kaikki tviitit 1.1.2018–28.2.2018 väliseltä ajalta. Sisällytin aineistoon sekä käyttäjän itse kirjottamat tviitit, vastaukset muiden käyttäjien tviitteihin, että käyttäjän tekemät uudelleentviittaukset; kaikkien näiden tarkastelu on tutkimuskysymysteni kannalta oleellista. Analysoin myös sellaiset tviitit, jotka käsittelivät käyttäjän vapaa-aikaa tai olivat muutoin sisällöltään henkilökohtaisia, koska niiden voidaan katsoa tässä yhteydessä rakentavan käsitystä käyttäjästä henkilönä ja siten hänen uskottavuuttaan ja luotettavuuttaan. Henkilökohtaiseksi luokiteltavia tviittejä oli tässä aineistossa hyvin vähän.

Keräsin aineiston käsin, eli tulostin jokaisen tarkastelun kohteena olevan virkamiehen Twitter-tililtä PDF-tiedoston tarkastelujakson tviiteistä verkkoselaimen (Google Chrome) kautta. Tässä ilmeni käytännön ongelmia, sillä osa tviittien sisältämistä linkeistä ei tulostunut mukaan kaikki tarkastelujakson tviitit sisältäviin PDF-tiedostoihin. Jouduin siksi paikkaamaan aineistoa hakemalla ja tallentamalla erikseen kuvankaappaukset niistä yksittäisistä tviiteistä, joiden sisältö oli tulostunut puutteellisesti. Koska tviittejä oli kaikkiaan suhteellisen vähän eli 1860 kappaletta, oli mahdollista selata käyttäjien aikajanoilta tulostetut PDF-tiedostot läpi ja poimia sieltä epätäydellisesti tulostuneet tviitit erillisinä kuvankaappauksina mukaan aineistoon. Analysoidessani aineistoa uudestaan elokuussa huomasiin, että maaliskuussa tekemästäni paikkaavasta keräämisestä huolimatta muutamia alkuperäiseen PDF-tiedostoon tulostumattomia tviittejä oli jäänyt

aineistosta pois. Puuttuvia tviittejä oli lukumääräisesti vähän (alle 10 kappaletta), joten tämä ei ollut analyysin kannalta oleellista. Ongelmallisempaa analyysin kannalta oli sen sijaan se, etteivät Twitterin kautta avattavat viestiketjut tulostuneet mukaan aineistoon, ja jälkepäin valtaosaan niistä oli mahdotonta päästä käsiksi, koska Twitter näyttää vain rajallisen määrän tviittejä ajassa taaksepäin. Näissä viestiketjuissa olisi saattanut olla mukana virkamiesten vastauksia toisille käyttäjille, joka olisi ollut analyysin kannalta arvokasta aineistoa. Aineistoa tallentaessani en kuitenkaan ollut vielä laatinut aineiston luokittelua, enkä siksi osannut ajoissa varautua siihen, että saattaisin tarvita myös keskusteluketjuja. Jouduin näin ollen vuorovaikutteisuutta tarkastellessani tyytymään niihin kommentteihin ja vastauksiin, jotka olivat näkyvillä käyttäjän aikajanalla.

Aineiston koodaus

Ensimmäiseksi kävin läpi kaikki ne aineistoni tviitit, joissa oli käyttäjien omaa tekstiä, ja luokittelin ne alustavasti sisällön erittelyä menetelmänä hyödyntäen (Eskola & Suoranta 1998, 186-187; Silverman 2006, 159; Hakala & Vesa 2013). Luokittelussa käyttämäni kategoriat ovat aineistolähtöisiä.

Saadakseni aineistosta paremman yleiskuvan keräsin käyttäjien kaikki omat tviittitekstit Microsoft Word -ohjelmassa taulukkoon, jossa koodasin niille alustavat koodit (esimerkki koodauksesta: liite 2, taulukko 7.). Tarkentaessani koodausta sain pelkistettyä aineistosta selkeimmin erottuvat sisällölliset teemat, jotka ovat 1) *Asiantuntijuus* 2) *Hyvä johtaminen* 3) *Uudistuva ja ketterä valtionhallinto*, 4) *Yhteiskunta ja tulevaisuus* sekä 5) *Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri*. Tarkastelin erikseen Twitterin toiminnallisuuksista syntyneitä tviittejä, jotka käsittelin analyysissäni *strategioina*. Nämä strategiat ovat 1) *Vuorovaikutus*, 2) *Uudelleentviittäminen* ja 3) *Sisältöjen jakaminen*.

Koodasin *Uudelleentviittäminen*-strategiaan kuuluviksi muiden käyttäjien tviittien uudelleentviittäusten lisäksi käyttäjän oman organisaation tviittien uudelleentviittaukset, vaikka organisaation tviitissä olisikin ollut linkki organisaation tuottamaan verkkosisältöön. Katson, että tällöin käyttäjä vahvistaa oman organisaationsa asiantuntemusta uudelleentviittäamalla, ja tämä on näissä sisällöissä vahvempi ominaisuus kuin *Sisältöjen jakaminen*, johon kuuluviksi koodasin ne tviitit, joissa tviitin julkaisija oli sama kuin sen verkkosisällön julkaisija, jonne jaettu linkki vei.

Seuraavaksi vein jokaisen käyttäjän kaikki tarkastelujakson tviitit sisältävät PDF-tiedostot Atlas.ti 8 -ohjelmaan, jossa koodasin tviitit edellä mainittuihin teemoihin ja

strategioihin. Koodasin sekä käyttäjien omat tviittitekstit että vuorovaikutteiset tviitit, uudelleentviittaukset että jaetut sisällöt. Tämä paljasti sen, mitkä teemat olivat aineistossa yleisimpiä. Osaa sisällöistä oli vaikeaa tulkita yksiselitteisesti, sillä joissakin tapauksissa sama tviitti sopi useampaan teemaan. Luokittelin nämä epäselvät sisällöt siihen teemaan kuuluvaksi, joka tulkintani mukaan oli relevantimpi. Tulkinnanvaraisia sisältöjä oli vain vähän, joten ne eivät vaikuttaneet teemojen suuruusluokkiin.

Syvensin sekä käyttäjien omien tekstien että strategioiden analyysiä tarkastelemalla niissä käytettyjä retorisia keinoja ja Twitterin toiminnallisuuden retorisuutta. Käytin retorisen analyysin pohjana Arja Jokisen vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analyysiä (Jokinen 2016, 337-338), joka tuntui perustellulta tutkimuskysymyksiäni ajatellen. Analyysin edetessä hyödynsin retoristen keinojen analyysissä myös ajatuksia Chaïm Perelmanin (1996) uudesta retoriikasta, sekä Marja-Liisa Kakkuri-Knuutilan (2000) esittelemää retorista analyysimenetelmää. En analysoinut retorisuutta tapahtumatviiteistä, joissa seurattiin jonkin tilaisuuden kulkua, enkä sellaisista tviiteistä, joissa käyttäjä referoi esimerkiksi jonkin tilaisuuden esitystä tai lähinnä siteerasi tviittiin linkitettyä sisältöä. Jätin retorisen analyysin ulkopuolelle myös parin sanan mittaiset, toteavat vastaukset toisille käyttäjille. Valitsin tarkempaan retoriseen analyysiin tviittejä, joiden sisältö vaikutti merkitykselliseltä tutkimuskysymysteni kannalta.

Lopuksi poimin jokaiselta käyttäjältä sellaisia tviittejä, jotka olivat kiinnostavimpia luottamuksen rakentamisen näkökulmasta ja ilmensivät aineistoa parhaiten. Olen analysoinut nämä tviitit tarkemmin, ja esittelen ne seuraavassa luvussa.

En tarkastellut tviittien keräämiä reaktioita (tykkäyksiä) muutoin kuin sellaisissa tapauksissa, joissa jokin tviitti on saanut erityisen paljon reaktioita, jolloin sen voi tulkita olevan erityisen merkittävä muiden käyttäjien näkökulmasta.

Analyysin aikana vahvistui se käsitys, että eri käyttäjät suosivat Twitterissä tiettyntyyppisiä sisältöjä tai toiminnallisuuksia. Yhden käyttäjän tviitit muodostavatkin kokonaisuuden (engl. *corpus*), jolloin käyttäjän aikajana on eräänlaista katkelmallista bloggaamista (Murthy 2018, 9). Vaikka en tutkielmassani varsinaisesti käsittelekään yksittäisiä käyttäjiä erikseen, näkyy tämä tutkielmassani siten, että analyysilukuun poimimissani esimerkeissä korostuvat eri teemojen ja strategioiden kohdalla tietyt käyttäjät.

4.4. Viisi tviittaavaa virkamiestä

Seuraavaksi esittelen ne virkamiehet, joiden tviiteistä aineistoni koostuu. Olen hakenut käyttäjien profiilikuvaukset Twitteristä kunkin käyttäjän käyttäjätililtä 21.4.2018. Organisaatioiden kuvaukset on haettu organisaatioiden omilta verkkosivuilta 21.4.2018.

Valtiovarainministeriö (VM): Päivi Nerg

Hallintopolitiikan alivaltiosihteeri Päivi Nerg, käyttäjänimi Twitterissä: @PaiviNerg
Profiilikuvaus:

Valtiovarainministeriö, hallintopolitiikan alivaltiosihteeri, maakunta- ja soteuudistuksen projektijohtaja (haettu Twitteristä 21.4.2018)

Organisaation tehtävien kuvaus VM:n verkkosivuilla:

”Valtiovarainministeriö (VM) on osa valtioneuvostoa. Ministeriö valmistelee hallituksen talous- ja finanssipolitiikkaa ja valtion talousarvion sekä toimii veropolitiikan asiantuntijana. VM vastaa myös rahoitusmarkkinapolitiikan valmistelusta ja valtion työnantaja- ja henkilöstöpolitiikasta, julkishallinnon kehittämisestä, sekä ohjaa tietohallinnon kehitystä sekä valtion- että kuntahallinnossa. Lisäksi VM vastaa kuntahallinnon lainsäädännön sekä kunnallistalouden kehittämisestä. Ministeriö osallistuu Euroopan unionin ja monien kansainvälisten järjestöjen ja rahoituslaitosten toimintaan.”
(<http://vm.fi/ministerio> , haettu verkosta 21.4.2018)

Liikenteen turvallisuusvirasto (Trafi): Mia Nykopp

Pääjohtaja Mia Nykopp, käyttäjänimi Twitterissä: @MiaNykopp
Profiilikuvaus:

@Trafi_Finland Pääjohtaja - Director general. Asiakaslähtöisyys, vastuullinen liikenne, tieto, innosta&innostu sekä OySuomiAb näkökulma lähellä sydäntä! (haettu Twitteristä 21.4.2018)

Organisaation tehtävien kuvaus Trafian verkkosivuilla:

*”Mahdollistamme hyvinvointia ja kilpailukykyä liikenteessä.
Vaikutamme aktiivisesti vastuullisen, turvallisen ja kestävä liikenteen edistämiseksi. Seuraamme ja parannamme jatkuvasti suorituskykyämme,*

asetamme tavoitteita sekä haemme uusia innovatiivisia ratkaisuja ja toimintamalleja. Vastaamme liikenteen kasvaviin ympäristövaatimuksiin. Estämme liikenteen aiheuttamia ympäristöhaittoja.

Olemme edelläkävijä liikenteen tiedon keräämisessä, avaamisessa ja hyödyntämisessä sekä palveluiden tarjoamisessa yhteiskunnan ja liikennejärjestelmän tarpeisiin asiakaslähtöisesti ja kustannustehokkaasti. Turvaamme tiedon käytettävyyden, eheyden ja luottamuksellisuuden.

Varmistamme Trafin laadukkaan, kestävän ja tietoturvallisen toiminnan kehittämällä henkilöstön osaamista ja tukemalla hyvinvointia. Kannamme vastuamme pienentämällä myös oman toimintamme ympäristökuormitusta.

Henkilöstömme ja yhteistyökumppanimme ovat tietoisia vastuullisesta roolistaan tämän politiikan toteuttamisessa. Sitoudumme täyttämään velvoitteemme ja kannustamme palautteen ja kehitysehdotusten antamiseen. Johtomme varmistaa jatkuvan parantamisen.”

(<https://www.trafi.fi/trafi> , haettu verkosta 21.4.2018).

Opetushallitus (OPH): Olli-Pekka Heinonen

Pääjohtaja Olli-Pekka Heinonen, käyttäjänimi Twitterissä: @Heino1Olli

Profiilikuvaus:

Pääjohtaja @Opetushallitus. Utelias, yhteisistä asioista innostunut. Director general at Finnish National Agency for Education. Passionate about public service (haettu Twitteristä 21.4.2018)

Organisaation tehtävien kuvaus OPH:n verkkosivuilla:

”Opetushallitus on osaamisen kehittämisvirasto. Opetushallitus ja Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMO yhdistyivät vuoden 2017 alusta uudeksi virastoksi, jonka nimi on Opetushallitus.

Uusi virasto jatkaa edeltäjiensä tehtäviä ja vastaa koulutuksen, varhaiskasvatuksen ja elinikäisen oppimisen kehittämisestä ja kansainvälisyyden edistämisestä. Yhdistymisen myötä Opetushallituksessa työskentelee noin 370 asiantuntijaa.

Opetushallitus laatii perusopetuksen ja lukiokoulutuksen opetussuunnitelmien perusteet sekä varhaiskasvatussuunnitelman perusteet, ammatillisten tutkintojen ja näyttötutkintojen perusteet sekä kehittää koulutusta erilaisin hankkein. Virasto osallistuu koulutuksen tuloksellisuuden kehittämiseen.

Opetushallitus tukee suomalaisen yhteiskunnan kansainvälistymistä mm. toimeenpanemalla kansainvälisyyttä edistäviä ohjelmia ja sopimuksia sekä tuottamalla kansainvälistymiseen liittyvää tietoa. Tästä toiminnasta saa tarkempaa tietoa osoitteesta cimo.fi.

Virasto koordinoi koulutuksen tietoverkkoja ja tietopalveluja, tuottaa koulutuksen indikaattoreita ja ennakointitietoa, kerää tietoa opetustoimen rahoitusjärjestelmästä sekä julkaisee koulutusoppaita.

Lisäksi Opetushallitus ylläpitää toisen asteen, ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen opiskelijavalintarekisteriä, järjestää kielitutkintoja, järjestää ja rahoittaa jatkokoulutusta opettajille sekä muulle koulutoimen henkilöstölle, vastaa ulkomaisten tutkintojen tunnustamisesta sekä kehittää ja tuottaa oppimateriaalia.

Opetushallitus on myös koulutuksen järjestäjä. Sen vastuulla on kaikkiaan 6 valtion oppilaitosta.” (<http://www.oph.fi/opetushallitus> , haettu verkosta 21.4.2018).

Terveyden- ja hyvinvoinnin laitos (THL): Juhani Eskola

Pääjohtaja Juhani Eskola, käyttäjänimi Twitterissä: @EskolaTHL

Profiilikuvaus:

THL:n pääjohtaja. Vapaalla luonnon, taiteen ja tieteen ihmettelijä ja ihailija (haettu Twitteristä 21.4.2018)

Organisaation tehtävien kuvaus THL:n verkkosivuilla:

”Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL) tutkii ja seuraa väestön hyvinvointia ja terveyttä ja kehittää toimenpiteitä niiden edistämiseksi. Keräämme ja tuotamme tutkimukseen ja tilastoihin perustuvaa tietoa. Lisäksi tarjoamme asiantuntemusta ja ratkaisuja, joita sidosryhmämme voivat käyttää päätöksenteossa ja työnsä tukena.

Palvelemme monipuolisesti eri tahoja: valtion, kuntien ja maakuntien päättäjiä, sosiaali- ja terveysalan toimijoita, järjestöjä, tutkimusmaailmaa ja kansalaisia. Autamme asiakkaitamme ja kumppaneitamme turvaamaan suomalaisille hyvän elämän oikeudenmukaisessa ja uudistuvassa hyvinvointiyhteiskunnassa.

Olemme sosiaali- ja terveysministeriön alaisuudessa toimiva itsenäinen asiantuntijalaitos.” (<https://thl.fi/fi/thl/mika-on-thl> , haettu verkosta 21.4.2018).

Sosiaali- ja terveysministeriö (STM): Päivi Sillanaukee

Kansliapäällikkö Päivi Sillanaukee, käyttäjänimi Twitterissä: @PSillanaukee

Profiilikuvaus:

Sosiaali- ja terveysministeriön kansliapäällikkö, Kanslichef, Social- och Hälsovårdsministeriet, Permanent Secretary, Ministry of Social Affairs and Health, Fi (haettu Twitteristä 21.4.2018)

Organisaation tehtävien kuvaus STM:n verkkosivuilla:

”Sosiaali- ja terveysministeriö on osa valtioneuvostoa. Ministeriö vastaa sosiaali- ja terveyspolitiikan suunnittelusta, ohjauksesta ja toimeenpanosta. STM:n tavoitteena on, että kaikilla olisi samanlaiset mahdollisuudet terveelliseen ja turvalliseen elämään.

Sosiaali- ja terveysministeriön tehtävänä on edistää väestön hyvää terveyttä ja toimintakykyä, terveellistä työ- ja elinympäristöä ja sukupuolten välistä tasa-arvoa sekä turvata riittävät sosiaali- ja terveyspalvelut ja kohtuullinen toimeentulo elämän eri vaiheissa.”
(<http://stm.fi/ministerio> , haettu verkosta 21.4.2018).

Oma työni valtionhallinnossa viestinnän asiantuntijana (aiemmin Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskuksessa CIMO:ssa, nykyisin Opetushallituksessa) on antanut tutkimustyölleni perspektiiviä. Valtionhallinnon viestinnän erityispiirteiden ymmärtäminen sisältäpäin on ollut tutkimustyön kannalta pikemminkin hedelmällistä kuin rajoittavaa. Koska olen työskennellyt Opetushallituksessa vasta lyhyen aikaa niin katson että se, että aineistooni sisältyy myös Opetushallituksen pääjohtajan tviittejä, ei ole vaikuttanut analyysiin ainakaan kovin rajoittavasti. Olen pyrkinyt säilyttämään

analyysissä objektiivisen näkökulman myös Heinosen tviittejä tarkastellessani; joskin on mahdollista että tulkintoihini on saattanut tästä huolimatta jossain määrin vaikuttaa työsuhteeni Opetushallitukseen.

5. Analyysi

Analyysini kohteena olevat Twitter-sisällöt on julkaistu johtavan virkamiehen asemasta käsin. Sekä Twitter-profiilikuvaustensa että julkaisemansa sisällön perusteella johtavassa asemassa olevat virkamiehet käyttävät Twitteriä ensisijaisesti työroolissa. Sisällöt painottuivat virkamiesten työhön liittyviin asioihin. Tällöin voidaan olettaa, että näillä sisällöillä pyritään rakentamaan luottamusta julkishallintoa kohtaan Twitterissä.

Taulukossa 1. on esitelty aineiston tviittien lukumäärä käyttäjittäin ja toiminnoittain luokiteltuna.

Taulukko 1.: Tviittien lukumäärä ajalta 1.1.-28.2.2018:

Käyttäjä	Tviitti, jossa omaa tekstiä (= kokonaan oma tviittisisältö, tai uudelleentviittaus tai jaettu linkki, jossa omaa tekstiä)	Vuorovaikutus (=vuorovaikutteisia elementtejä sisältävä vastaus tai kommentti toisen käyttäjän tviittiin*)	Uudelleentviittaus (ei omaa tekstiä)	Linkin jakaminen (ei omaa tekstiä)	Yht.
Päivi Nerg	74	107	547	54	782
Mia Nykopp	110 **	1	351	32	495
Olli-Pekka Heinonen	49	1	269	25	345
Juhani Eskola	71	0	75	11	157
Päivi Sillanaukee	17	5	51	8	81
Yhteensä	322	114	1293	130	1860

* Vuorovaikutteiseksi elementiksi on laskettu paitsi kielelliset elementit niin myös kommentoivan tviitin osoittaminen @-merkillä toiselle käyttäjälle, mikäli kyseessä oli henkilökäyttäjä ja tviitti oli selvästi kommentti tai vastaus toisen käyttäjän tviittiin. Mikäli tviitti oli osoitettu @-merkillä organisaatiotilille, en luokitellut tviittiä vuorovaikutteiseksi, vaikka se olisi ollut kommentti tai vastaus. En myöskään luokitellut tviittiä vuorovaikutteiseksi, jos kyseessä oli tapahtumatviitti, joka oli osoitettu toiselle käyttäjälle, jonka tilaisuudessa pitämä puheenvuoro oli tviitin aiheena.

** Nykoppilla omaa tekstiä sisältävien tviittien määrää lisäsi runsas tviittaus tapahtumissa, joihin hän osallistui seurantajaksolla.

Analyysini perustana ovat aineistolähtöisesti nimeämäni *luottamuksen rakentamisen teemat*, jotka ovat *Asiantuntijuus, Yhteiskunta ja tulevaisuus, Hyvä johtaminen, Uudistuva ja ketterä valtionhallinto ja Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri*, sekä *luottamusta rakentavat strategiat*, jotka ovat *Vuorovaikutus, Uudelleentviittaaminen ja Sisältöjen jakaminen*. Tarkastelen analyysissäni sitä, miten nämä teemat ja strategiat voivat rakentaa luottamusta, ja miten niissä ilmenevät Sztompkan määrittelemät kolme ensisijaisen luotettavuuden osa-alueita, jotka ovat *maine, suoritus ja vaikutelma*. Luottamuksen perustana on aina oletus kohteen luotettavuudesta, ja luotettavuus arvioidaan ennen luottamuksen osoittamista (Sztompka 1999, 96-97; 100). Olen esitellyt nämä luotettavuuden osa-alueet aiemmin luvussa 2.2., ja käyn ne tässä vielä lyhyesti läpi. Neljäs analyysissä hyödyntämäni luotettavuuden osa-alue on *konteksti*, joka kuuluu ulkoapäin määrittyviin luotettavuuden osatekijöihin (Sztompka 1999, 100). Olen etsinyt aineistosta myös Ilmosen & Jokisen teoriaan nojaten emootioihin liittyviä luottamusta rakentavia elementtejä kuten tunneilmapiirin ymmärtämistä ja sanoittamista (Ilmonen & Jokinen 2002, 219 & 223) sekä tekstin vuorovaikutteisia piirteitä. Täydennän analyysiä tutkimalla tviittiteksteissä käytettyjä retorisia keinoja sekä tarkastelemalla Twitterin toiminnallisuuden retorisuutta ja sitä, miten ne voivat vakuuttaa luotettavuudesta ja siten rakentaa luottamusta tai toisaalta rapauttaa sitä.

Ensimmäinen Sztompkan esittelemistä luotettavuuden osatekijöistä on *maine*, joka perustuu joko aiempiin kokemuksiin luottamuksen kohteesta tai tarinoihin, muiden antamiin todistuksiin (engl. *testimonials*), arvioihin taikka suosituksiin (Sztompka 1999, 71-72). Maine on luotettavuuden takeena *Asiantuntijuus-* ja *Hyvä johtaminen* -teemoissa sekä *Uudelleentviittaaminen*-strategiassa silloin, kun uudelleentviittaaminen voidaan katsoa retoriseksi. *Asiantuntijuus*-teemaan sisältyvät sekä käyttäjän omaan asiantuntijuuteen että hänen organisaationsa asiantuntijuuteen liittyvät tviitit. *Hyvä johtaminen* -teemaan kuuluvissa sisällöissä käsitellään johtajuutta. *Uudelleentviittaaminen* on toisten käyttäjien tviittien uudelleentviittausta ilman lisättyä omaa kommenttia. Ne uudelleentviittaukset, joihin käyttäjä oli lisännyt omaa sisältöä, olen luokitellut edellä esittelemiini sisällöllisiin teemoihin. Uudelleentviittaus näyttäytyy retorisenä ja lisää käyttäjän luotettavuutta silloin, kun tämän uudelleentviittaamassa toisen käyttäjän tviitissä kerrotaan käyttäjästä myönteiseen sävyyn. Retorisenä keinona se on asiantuntijuudella tai konsensuksella vahvistamista.

Suoritus luotettavuuden vakuutena kohdistuu parhaillaan tapahtuvaan toimintaan, eikä ole luotettavuuden mittarina yhtä hyvä kuin maine, koska nykyhetken perusteella ei voida päätellä mitään luottamuksen kohteen toiminnan jatkuvuudesta (Sztompka 1999, 77). *Yhteiskunta ja tulevaisuus* -teemassa luotettavuuden takeena on suoritus. Teeman sisällöt liittyvät ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin asioihin ja tulevaisuutta koskeviin visioihin, jolloin suoritus on perehtyneisyyttä ajankohtaisiin asioihin. Myös joissakin *Asiantuntijuus*-teeman sisällöissä luotettavuus saattaa syntyä suorituksesta.

Pinnallisesti luotettavuus syntyy *ulkoisen olemuksen* tai *vaikutelman* perusteella. Vaikutelmalla luotettavuutta rakentavat *Hyvä johtaminen* sekä *Uudistuva ja ketterä valtionhallinto* -teemojen promootiohenkiset sisällöt, ja jossain määrin myös kulttuuriharrastuksesta kertovat sisällöt, jotka olen luokitellut kuuluvaksi teemaan *Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri*.

Kontekstilla viitataan sen tilanteen luonteeseen, jossa toimitaan. Tiiviissä, pienissä yhteisöissä, joissa luotettavuudelle muodostuu sosiaalinen paine, on helpompaa luottaa toisiin kuin anonyymissä ympäristössä. (Sztompka 1999, 93-95). Twitterissä viestiminen voidaan jo itsessään nähdä kontekstilla luotettavuutta synnyttävänä toimintana; erityisesti silloin, kun tviittaaminen on vuorovaikutteista ja dialogista. *Vuorovaikutus*-strategiassa, joka sisältää toisten käyttäjien tviittien kommentoinnin ja toisille käyttäjille vastaamisen, luotettavuus syntyy kontekstista, sillä vuorovaikutus aikaansaa tuttuutta ja läheisyyttä, jotka lisäävät luottamusta ja toisaalta luovat sosiaalista painetta luotettavuudelle. *Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri* -teemassa luotettavuus syntyy niin ikään kontekstista; siis yhteisöllisyydestä, jota tunneilmapiirin huomioiminen ilmentää ja rakentaa. Tähän teemaan sisältyvät sekä tunneilmapiiriä heijastavat ja sanoittavat että henkilökohtaisiksi tulkittavat sisällöt, kuten esimerkiksi uuden työpaikan johdosta toiselle käyttäjälle suunnatut onnittelut. Luokittelin tähän teemaan myös kulttuurin harrastamiseen liittyvät tviitit. Ne luovat käyttäjän muiden sisältöjen kontekstia ja kertovat myös käyttäjän oletetuista yleisöistä, jolloin luotettavuus syntyy sekä kontekstilla että vaikutelmasta. Kulttuuriaiheiset tviitit olisivat toisaalta voineet kuulua myös teemaan *Asiantuntijuus*, koska ne rakentavat mielikuvaa käyttäjän asiantuntijuuden luotettavuudesta (korkea)kulttuurin harrastamisen kautta (Bourdieu 1984); tällöin luotettavuus syntyy vaikutelmalla.

Sisältöjen jakaminen on strategia, jossa käyttäjän tviitin sisältönä on linkki jonkun muun julkaisemaan verkkosisältöön. Tämä on luottamuksen rakentamisen näkökulmasta heikko strategia; joskin se voi – riippuen tviitin sisällöstä – jossain määrin ilmentää luotettavuuden osatekijöistä suoritusta silloin, kun jaettu sisältö liittyy keskeisesti käyttäjän asiantuntijuuteen, taikka kontekstia, kun sisältö on käyttäjän verkostolle tärkeää ja luo siten yhteisöllisyyttä.

Olen poiminut seuraaviin lukuihin sellaisia tviittejä, jotka parhaiten ilmentävät edellä esittelemiäni teemoja ja strategioita. Alaluvut on kirjoitettu teemojen ja strategioiden mukaan, ei käyttäjittäin. Rakenne korostaa sitä, että pyrkimyksenä ei ole yksittäisten käyttäjien Twitter-toiminnan arvottaminen. Käyttäjien oma tyyli ja erilaiset tavat käyttää Twitteriä näkyvät kuitenkin analyysissä siten, että eri teemojen ja strategioiden kohdalla painottuvat tietyt käyttäjät.

5.1. Luottamuksen rakentamisen teemat

5.1.1. Asiantuntijuus

Asiantuntijuus oli aineistossa yleisin teema; sitä edustavia sisältöjä oli kaikkiaan 1143 tviitissä (uudelleentviittaukset, vuorovaikutus ja sisältöjen jakaminen mukaan laskettuna), eli 61 prosentissa sisällöistä. Tähän teemaan sisältyvät tviitit käsittelivät pääosin käyttäjän oman organisaation hallinnon alaa. Käyttäjien julkaisemia omia tekstejä, jotka luokittelin kuuluvaksi *Asiantuntijuus*-teemaan, oli 210 kappaletta, eli 65 prosenttia käyttäjien omista sisällöistä. Vuorovaikutteisista tviiteistä 88 kappaletta (76 prosenttia) liittyi asiantuntijuuteen. *Asiantuntijuus* ilmeni usein oman organisaation asiantuntijuuden vahvistamisena:

Sisältötyyppi @pursiain'n kristallipallo ja #alkoholilaki: vaikutusten ennustaminen on vaikeata. Minä luotan edelleen @THLorg'n laskelmiin. mustread.fi/artikkelit/vii ... @MistReadFi

(Eskola 5.1.2018)

Teksti kertoo luottamuksesta oman organisaation asiantuntemukseen: sen tuottamat tilastot ovat luotettavampia kuin minkään muun tahon asiantuntemus. Luotettavuus ilmenee suorituksena eli asiantuntijuuden korkeana tasona. Retorisena keinona on käytetty puhujakategoriolla oikeuttamista: tässä puhutaan johtavassa asemassa olevan asiantuntija-virkamiehen asemasta käsin. Tämä on luotettavuuden kannalta sikäli

ongelmallista, että puhuja tulee sen organisaation sisältä, jonka asiantuntijuutta hän tässä vahvistaa. Tviitissä on linkki maksullisen Mustread-verkkajulkaisun²³ juttuun. Tviitin sisältö on tästä syystä kokonaisuutena ymmärrettävä vain sellaisille käyttäjille, joilla on käyttäjätunnukset Mustreadiin. Tämä sekä rajaa tviitin yleisöä, että toisaalta kertoo Eskolan olettamasta yleisöstä, joka linkitetyn julkaisun perusteella kuuluu tiettyyn eliittiin.

Myös seuraava esimerkki kuvaa oman organisaation asiantuntijuutta. Nykopp mainostaa tviitissään Trafín osastoa Rata 2018 -tapahtumassa:

*#rata2018 Käy tutustumassa @Trafi_Finland #superasiantuntijoihin
Turussa! #vastuullinenliikenne #viranomaisen2piste0 #asiantuntija #yrmy
(Nykopp 23.1.2018)*

Trafín asiantuntijoiden kutsuminen ”superasiantuntijoiksi” edustaa valtionhallinnon perinteisestä puhetavasta poikkeavaa promootiohenkisyttä, jota huutomerkki vielä alleviivaa. Luotettavuutta rakennetaan vaikutelmalla eli tekstin epävirallisella ja rennolla tyyllillä, joka luo mielikuvaa lähestyttävyydestä ja asiakaslähtöisyydestä. Retorisena keinona on tässäkin puhujakategoriolla oikeuttaminen (Trafín pääjohtaja) ja lisäksi ääri-ilmaisu (”superasiantuntijoihin”).

Seuraavissa tviiteissä pyritään vahvistamaan mielikuvaa oman organisaation asiantuntijuudesta jakamalla sen tuottamia sisältöjä:

*Miltä näyttää merenkulun turvallisuus? #turvallinenliikenne
#liikennefakta Joko kuuntelit mitä @TuomasRouta kertoo:
youtu.be/A4ygRJLOCTs
(Nykopp 17.1.2018)*

*Tässä muutama muistisääntö autokauppaa ja ajoneuvon rekisteröintiä
varten! #autonmyynti #tiedotkuntoon #kannattaatarkistaa
#vastuullinenliikenne
(Nykopp 18.1.2018; tviitissä linkki Trafín verkkouutiseen)*

²³ Mustreadin omilla verkkosivuilla kuvataan julkaisun kohderyhmää seuraavasti: ”Kohderyhmämme ytimessä ovat Suomen keskeisimmät päättäjät ja vaikuttajat.” (<https://www.mustread.fi/usein-kysytyt-kysymykset/>, haettu verkosta 21.9.2018). Mustreadin sisältö on maksullista, mutta tietyille, valikoidulle joukolle päättäjiä sisällöt ovat ilmaisia (<https://yle.fi/uutiset/3-9873226>, haettu verkosta 21.9.2018).

Jälkimmäisessä tviitissä on huomionarvoista sekä aihetunnisteiden luova käyttö että se, että siinä pääjohtaja itse neuvoo kuluttajia. Tämän tyyppinen tiedottava ja informatiivinen sisältö on tyyppisempää organisaatioiden Twitter-tilien sisällöissä. Tässä se tuo organisaation johtajan, joka on hierarkiassa ylimpänä, lähemmäksi yleisöään. Ensimmäisen esimerkin kysymys ”*Miltä näyttää merenkulun turvallisuus?*” muistuttaa verkkolehtien klikkiotsikoita. Kysymyksellä ei pyritä vuorovaikutukseen, vaan sen tarkoitus on saada lukija klikkaamaan tviitissä olevaa linkkiä. Tekstien epävirallisella tyyllillä rakennetaan luotettavuutta antamalla vaikutelma asiakaslähtöisyydestä, joka erottaa Trafín julkishallintoon perinteisesti liitettyistä mielikuvista (byrokraattisuus ja autoritaarisuus). Retorisena keinona on puhujakategorialla (pääjohtaja) oikeuttaminen.

Luottamus oman organisaation asiantuntijoihin ilmeni myös seuraavalla tavalla:

En ole sote lakien asiantuntija, sen tiedän. Mutta ympärilläni heitä on paljon. Sote-lakien ja eu- oikeuden asiantuntijat tehneet arvion, johtaja kantaa vastuun @UVaara @markkuhuusko

(Nerg 21.2.2018)

Nergin luottamus oman organisaation asiantuntijoihin on jopa niin vahvaa, että hän voi kantaa vastuun heidän tekemistään arvioista, vaikkei itse tunne kyseistä asiaa. Tämä on vakuutena sille, että muutkin voivat näihin arvioihin luottaa. Se, että Nerg itse kantaa vastuun, toimii asiantuntijoiden osaamisen takeena ja toisaalta liittyy tekstin myös teemaan *Hyvä johtaminen*, sillä se kertoo Nergin johtamistavasta: hän ei siirrä vastuuta alaisilleen vaan kantaa sen itse. Tämä rakentaa luottamusta Nergiin oman organisaation sisällä. Luotettavuus rakentuu tässä suorituksen eli organisaation asiantuntijoiden tietämyksen varaan, jota käytetty retorinen keino eli puhujakategorialla oikeuttaminen vahvistaa. Nerg puhuu tässä tekstissä sote-uudistuksen projektijohtajan ominaisuudessa.

Seuraava tviitti kertoo Trafín tehtävästä liikenneturvallisuuden edistäjänä:

Ollaan hei varovasti ja maltetaan körötellä jonossa. Nyt ei passaa olla kiire! #malttionvalttia #turvallinenliikenne #turvallisestikotiinsaakka #otaaikaa

(Nykopp 1.2.2018)

Tämä on Liikenne- ja viestintäministeriön (LVM) tviitin uudelleentviittaus, johon Nykopp on lisännyt oman kommenttinsa. Puhekielisyys tekee tekstistä tuttavallista ja

antaa kirjoittajasta helposti lähestyttävän vaikutelman. Aihetunnisteiden luova käyttö korostaa tekstin rentoa sävyä. Leikkisä tyyli on yhdistetty huoleen liikenneturvallisuudesta. Tällä pyritään kenties välttämään vaikutelma siitä, että kansalaisia neuvottaisiin ylhäältä käsin. Retorisena keinona on puhujakategoriolla oikeuttaminen: Nykopp asettuu yhdeksi tielläliikkujista. Puhujakategoria sekä tekstin epävirallinen ja humoristinen tyyli tuovat kirjoittajan lähelle yleisöään. Nykopp on ikään kuin itsekin mukana ”kөрöttelemässä”, mutta toisaalta puhuu myös Trafín pääjohtajana, joka kantaa tehtävänsä puolesta huolta liikenneturvallisuudesta. Luotettavuus rakentuu tekstin tuttavallisen tyylin luomalle vaikutelmalle eli mielikuvalle läheisyydestä ja ystävällisyydestä.

Julkishallinnon organisaation johtajan asiantuntijuuteen kuuluu ajankohtaisten yhteiskunnallisten asioiden seuraaminen laajasti. Tätä kuvastivat aineistossa tviitit, joiden sisältö ei liittynyt virkamiehen omaan hallinnonalaan:

*Why an expanding economy is not by itself enough. #growth #happiness
#wellbeing*

(Heinonen 12.1.2018)

Heinosen tviitissä on linkki englanninkieliseen artikkeliin; tästä syystä myös teksti ja aihetunnisteet ovat englanniksi. Luotettavuus rakentuu näissä sisällöissä suorituksesta: tviitti kertoo siitä, että Heinonen seuraa uutisointia ajankohtaisista yhteiskunnallisista asioista myös kansainvälisestä mediasta ja omaa hallinnonalaan laajemmin.

Asiantuntijuus-teemaa edustivat aineistossa myös Twitterin tapahtumaluonnetta hyödyntävät tviitit, joissa raportoitiin oman hallinnonalan tapahtumista tai erilaisissa tilaisuuksissa pidetyistä puheista. Tämänäyttypisiä tviittejä julkaistaan Twitterissä usein organisaatiotileillä. Tässä aineistossa kaikilla oli tapahtumatviittejä jonkin verran; Nykoppilla erityisen runsaasti:

*#rata2018 alkaa! Täällä ollaan ja 900 muutakin (hymiö-emoji) Sekä pari
'robottia' !*

(Nykopp 23.1.2018)

"Lääketehteen ammattilaisten - kuten päättäjäjienkään - ei pidä kuitenkaan alistua mielipidevaikuttamisen ja vaihtoehtojen faktojen edessä. Ei ole vaihtoehtoisia faktoja." sanoi min @AnnikaSaarikko aivan oikein

#lääkäri2018-päivillä.

(Eskola 10.1.2018)

The Education World Forum tackles the question that all schoolchildren are born this century and all teachers last century. What are the implications of that in a rapidly changing and uncertain reality?

#EWF2018

(Heinonen 23.1.2018)

Kumppanuusverkostoissa kansalaisten oikeusturva taattava. Tärkeä nosto @RitvaVilja #Maakuntaudistus #sote

(Nerg 30.1.2018)

125 år sedan grundade Anna af Schultén @Barnavard i Helsingfors.

Varma gratulationer och stor tack för ert viktiga arbete! Edelläkävyyttä, vastuullista & sinnikästä työtä lasten hyvinvoinnin & tulevaisuuden

turvaamiseksi. Kiitos!! Stillastående är tillbakagång, Framåt tillsammans!

(Sillanaukee 31.1.2018)

Koska tapahtumatviittauksessa oma tviitti liitetään tapahtuman aihetunnisteella osaksi tiettyä tilaisuutta ja siitä käytävää keskustelua, määräytyy tviitin kieli tapahtumassa käytetyn kielen mukaan. Aineiston tapahtumatviitit olivat sävyiltään hyvin myönteisiä, ja niissä joko käsiteltiin tilaisuudessa pidettyjen puheiden sisältöä, kerrottiin tapahtumasta yleisemmin tai mainostettiin oman organisaation osastoa tapahtumassa. Tapahtumassa tviittaaminen kertoo ensinnäkin siitä, että käyttäjä osallistuu siihen. Tärkeisiin oman alan tapahtumiin osallistuminen, vieläpä arvostetussa asemassa eli puhujana, ja tästä kertominen Twitterissä rakentaa luotettavuuden mielikuvaa ja luottamusta todistamalla, että käyttäjä on omalla sektorillaan arvostettu ja tärkeä henkilö. Lisäksi se kertoo Twitterin tapahtumaluonteen ymmärtämisestä. Luotettavuus rakentuu tapahtumatviiteissä sekä vaikutelman (ajankohtaisuus, arvostus) että suorituksen (tilaisuudessa puhujana esiintyminen) kautta.

Nykopp julkaisi Rata 2018 -tapahtumasta kaikkiaan 14 tviittiä. Hän myös esiintyi tapahtumassa puhujana. Nykopp tviittasi seurantajaksolla ahkerasti myös muissa tapahtumissa, joihin hän osallistui. Useissa tapahtumatviiteissä oli mukana hänen itse ottamansa kuva, ja joissakin oli myös emojiä, joita hän käytti tässä aineistossa eniten. Rungas tviittaus tapahtumissa kertoo siitä, että Nykopp ymmärtää hyvin Twitterin

mahdollisuudet ja luonteen tapahtumamediana, ja myös sen, että hän on omaksunut Twitterin käytön osaksi työtehtäviään. Tapahtumatviittaus rakentaa luottamusta suorituksella eli tekemisellä, ja antaa myös kuvan avoimuudesta, eli luotettavuus rakentuu lisäksi vaikutelmasta. Reaaliaikainen tviittaus tapahtumissa ja hänen tapahtumatviittiensä rento tyyli antavat hänestä helposti lähestyttävän vaikutelman ja luovat myös teknologiavälitteisen läsnäolon tuntua. Tämä rakentaa hänen henkilöbrändiään ja luotettavuuden mielikuvaa läheisyydellä ja tuttuudella.

5.1.2. Yhteiskunta ja tulevaisuus

Yhteiskunta ja tulevaisuus -teeman tviitit sisälsivät laajasti erilaisia yhteiskunnallisia aiheita. Näissä tviiteissä oli usein linkki johonkin muualla verkossa julkaistuun sisältöön.

Heinosen aikajana sisälsi seurantajaksolla useita tviittejä, jotka kertoivat siitä, että hän seuraa ulkomaisen median uutisointia yhteiskunnallisista aiheista:

*This is an interesting election to follow. #Democracy #Populism #Italy
(Italian lippu -emoji)
(Heinonen 1.1.2018)*

Tviitissä on linkki englanninkieliseen uutiseen, ja oletettavasti siksi myös tviitin teksti on englanniksi. Emojin käyttö oli Heinoselle epätyypillistä. Tviitti kertoo siitä, että Heinonen seuraa yhteiskunnallisia asioita myös oman hallinnonalansa ulkopuolelta. Luottamuksen rakentamisen näkökulmasta tämä on tärkeää siksi, että näin hänellä on paremmat edellytykset arvioida sitä, miten koulutusta tulisi kehittää muuttuvassa maailmassa. Luotettavuus syntyy tässä suorituksella (kansainvälisen median sekä yhteiskunnallisten asioiden ja uutisoinnin seuraaminen).

Seuraavat esimerkit liittyivät Suomen tasavallan presidentin vaaleihin ja virkaanastujaisiin:

*Jos valittava presidentti ei ole lasten ja nuorten presidentti, meidät perii hukka. #presidentinvaalit2018 #vaalit2018
(Eskola 23.1.2018)*

*Hienot nostot #ilmastonmuutos ja yksi maapallo sekä #nuoret !
Kumpaakaan meillä ei ole varaa menettää! Merkittäviä panostuksia eri sektoreilla tarvitaan. Mitä meistä jokainen voisi tehdä?*

#vastuullisetvalinnat #esimerkki #välittäminen #nuorissaontulevaisuus
 #virkaanastujaiset
 (Nykopp 1.2.2018)

Eskolan teksti on kommentti Helsingin Sanomien tviittiin, jossa on linkki lasten presidenttiehdokkaille esittämistä kysymyksistä kertovaan uutiseen. Retorisina keinoina ovat puhujakategorialla oikeuttaminen – tässä puhutaan me-muodossa eli ikään kuin kaikkien kansalaisten puolesta – ja vaihtoehdottomuus (*”meidät perii hukka”*).

Nykoppin tviitti on tapahtumatviitti tasavallan presidentin virkaanastujaisista ja samalla tasavallan presidentin kanslian julkaiseman tviitin uudelleentviittäminen. Alkuperäisessä tviitissä käsiteltiin presidentin tilaisuudessa pitämää puhetta. Retorisena keinona on asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen (presidentti), etäännyttäminen omista intresseistä, sekä puhujakategorialla oikeuttaminen. Tässäkin tekstissä asetetaan yhdeksi ”meistä” eli kansalaisista (*”mitä meistä jokainen voisi tehdä?”*). Luotettavuus syntyy näissä tviiteissä vaikutelmasta: puhuja ei aja omaa etuaan, vaan lasten ja nuorten etua.

Seuraavat kaksi teemaa – *Hyvä johtaminen* sekä *Uudistuva ja ketterä valtionhallinto* – kertovat valtionhallinnon toimintatavoissa ja työkuultuurissa käynnissä olevasta muutoksesta. Näiden teemojen sisällöt rakentavat luottamusta sekä vaikutelmalla (mielikuva) että suorituksella (toiminta): ne kertovat siitä, että valtionhallinnon toimintatapoja kehitetään vastaamaan työelämän ja yhteiskunnan muutoksia. *Hyvä johtaminen* liittyy toisaalta kiinteästi myös *Asiantuntijuus*-teemaan, sillä yhtenä julkishallinnon organisaation johtajien keskeisenä kompetenssinä on nähty niin sanottu yleisjohtajuus. Nämä teemat rakentavat luottamusta vakuuttamalla valtionhallinnon kyvystä toimia tehokkaasti.

5.1.3. Hyvä johtaminen

Johtaminen on keskeinen osa johtavassa asemassa olevan virkamiehen asiantuntijuutta. Yleisjohtajuus saatetaan jo nähdä virkamiesjohtajuudessa jopa tärkeämpänä osaamisalueena kuin oman alan asiantuntemus²⁴. Käsittelin johtajuuteen liittyvät sisällöt kuitenkin asiantuntijuudesta erillisenä teemana, sillä johtajuusteema liittyy mielestäni

²⁴ <https://www.sitra.fi/blogit/virkamiesjohtajan-muuttuva-identiteetti/>, haettu verkosta 19.5.2018

paitsi virkamiesjohtajan asiantuntijuuteen niin myös valtionhallinnon muutosprosesseihin.

Seuraava esimerkki kuvastaa valtionhallinnossa käynnissä olevaa organisaatiokulttuurin muutosta:

*Kyllä, hyvä johtaja kysyy usein 'Kuinka voin auttaa' #johtamispalvelu
#johtaminenpalveluna #innostujainnosta #leadershipasaservice
#johtajuus #lukusuositus
(Nykopp 6.1.2018)*

Nykopp aloitti Trafín pääjohtajana 1.1.2018, joten voidaan tulkita, että tämä tviitti on suunnattu samanaikaisesti sekä oman organisaation henkilöstölle että ulkopuoliselle yleisölle. Teksti rakentaa luottamusta sekä valtionhallinnon uudistumiskykyyn että Nykoppin johtajuuteen. Tviitissä on linkki muualla verkossa sijaitsevaan aihetta käsittelevään tekstiin. Tekstissä on Nykoppille tyypillistä markkinointihenkisyyttä, joka luo tyylin tasolla vaikutelmaa hallinnon uudistumisesta. Retorisena keinona on asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen. Luotettavuus syntyy sekä suorituksesta (Nykopp on tviitin perusteella perehtynyt uusimpiin käsityksiin siitä, mitä on hyvä johtaminen) että vaikutelmalla (tekstin tyyli).

Seuraava tviitti on tässä aineistossa poikkeuksellinen, sillä Heinonen ottaa siinä avoimesti kantaa negatiiviseen ilmiöön eli työpaikkakiusaamiseen valtion työpaikoilla. Tämän aineiston tviitit, joissa käsiteltiin joko johtamista, käyttäjän omaa organisaatiota tai valtionhallintoa yleisemmin, käsitelivät pääasiassa myönteisiä asioita ja olivat sävyltään jopa korostetun positiivisia.

*"Valtion työntekijöistä 46 prosenttia koki muiden työtoverien tehneen heille henkistä väkivaltaa tai kiusanneen." Melkein puolet! Mikä meitä vaivaa?
(Heinonen 9.2.2018)*

Tviitissä on linkki Helsingin Sanomien verkkojuttuun, jossa käsitellään työpaikkakiusaamista valtion työpaikoissa. Se, että Heinonen ottaa Twitterissä esille valtionhallinnon työpaikkoihin liittyvän negatiivisen ilmiön, edustaa luottamusta rakentavaa avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. Kielteisen ilmiön nostaminen esiin on affektiivisen sosiaalisen median kontekstissa myös riski. Aihevalinta kertoo siitä, että

oletetun yleisön ajatellaan olevan kirjoittajan puolella, jolloin ikäviä kommentteja ei liene odotettavissa. Me-muoto kysymyksessä ”*Mikä meitä vaivaa?*” kertoo, että Heinonen puhuu tässä yhtenä työntekijöistä, ei pääjohtajana. Hän ei asetu ulkopuoliseksi tai ilmiön yläpuolelle, vaan osoittaa kantavansa itsekin vastuuta valtionhallinnon työilmapiiristä. Retorisena keinona on puhujakategorialla oikeuttaminen (”*meitä*”). Asettumalla yhdeksi työntekijöistä Heinonen myös toisaalta suojautuu mahdollisilta vasta-argumenteilta. Johtajan roolista käsin puhuminen ja siten muiden työntekijöiden yläpuolelle asettuminen saattaisi erityisesti tämän aiheen kohdalla altistaa negatiivisävyiselle väittelylle. Affektiivisessä sosiaalisessa mediassa väittelemisen muodostaa helposti maineriskin. Heinonen ei muutoinkaan asettunut tviiteissään muiden virkamiesten yläpuolelle eli puhumaan johtajan puhujakategoriasta käsin. Tämä rakentaa luotettavuutta vaikutelmalla: hän voi ymmärtää työntekijöiden näkökulmaa, koska hän on yksi ”meistä”.

Seuraava tviitti on yksi esimerkki siitä, miten valtionhallinnon kesken uudelleentviitattiin ja siteerattiin toisia käyttäjiä. Tviitissä Eskola viittaa Heinosen ajatuksiin johtamisesta:

Meidän tulee siirtyä suorituksen johtamisesta suorituskyvyn johtamiseen, sanoo @Heino1Olli. Siinäpä haastetta.

(Eskola 19.1.2018)

Tviitistä ei ilmene, mistä tilanteesta sitaatti on peräisin. Eskola toteaa, että valtionhallinnon työkuulttuurin uudistuminen ei ole helppoa: ”*Siinäpä haastetta*”. Tämä on realistisempi näkökulma kuin uudistumisen ja muutoksen kritiikitön kehumisen ja pelkkien onnistumisten esilletuominen – onhan selvää, ettei muutos voi aina sujua helposti. Luotettavuus syntyy tässä vaikutelmalla eli rehellisyydestä: muutostilanteen haasteellisuuden avoimesta tunnustamisesta. Twitterin promootiohenkisessä kontekstissa tällainen saattaa toisaalta vaikuttaa negatiivisemmalla kuin mitä se todellisuudessa onkaan. Toiseen valtion viraston pääjohtajaan viittaaminen kertoo valtionhallinnon sisäisestä luottamuksesta ja arvostuksesta. Valtionhallinnon tuleekin luottamuksen saavuttamiseksi näyttäytyä yhtenäisenä. Toisaalta tässä voi olla vaarana kuplautuminen valtionhallinnon sisällä ja keskinäisen hyvän maineen vahvistaminen.

5.1.4. Uudistuva ja ketterä valtionhallinto

Hyvä johtaminen -teeman lisäksi teeman *Uudistuva ja ketterä valtionhallinto* sisällöt kertoivat työ- ja johtamiskulttuurin muutoksista valtion organisaatioissa:

Toimintaympäristön muutokseen vastataan hallinnonalamme rakenteiden ketterällä muutoksella! Virastouudistus HE lausunnolla, löytyy lausuntopalvelu.fi sivulta! #tulevaisuus #liikennejaviestintä #viranomainen2piste0 #muutosonmahdollisuus
(Nykopp 19.1.2018)



Esimerkkiteksti on toisen käyttäjän (LVM:n virkamies) tviitin uudelleentviittaukseen lisätty kommentti, joka kertoo uudistumisesta sekä toiminnan tasolla että tekstin tyylillä (trendikäs ilmaisu ”ketterä”). Luotettavuus tulee suorituksesta: muutoksessa ei jämähdetä vanhaan, vaan vastataan siihen muuttamalla hallinnon rakenteita ja vieläpä ketterästi. Retorisena keinona on vaihtoehdottomuuspuhe. Verbin passiivimuoto (”vastataan”) jättää tekijän avoimeksi, jolloin tosiasiat ikään kuin puhuvat puolestaan. Teksti ei kerro, kuka on se toimija, joka muutokseen vastaa, jolloin syntyy mielikuva siitä, että muutos vain väistämättä tapahtuu. Tosin on muistettava se, että kirjoittajan pyrkimyksenä on saattanut olla napakka ilmaisu ja tviitin sallitussa merkkimäärässä pysyminen. Twitterin merkkimäärärajoitus saattaakin näin käyttäjän huomaamatta johdattaa vaihtoehdottomuuspuheeseen.

Seuraava teksti kertoo sekä valtionhallinnon asiantuntemuksesta että ajattelutavan muutoksesta hallinnossa:

Hienoa! Viranomaiset yhdessä asiakkaiden kanssa #vene18 #venemessut #yhteisettavoitteet #yhteisetasiakkaat #viranomainen2piste0
Asiantuntemusta löytyy tästä joukosta @Liikennevirasto @viest_virasto @Trafi_Finland
(Nykopp 10.2.2018)



Tämä on Nykoppin uudelleentviittaus toisen käyttäjän (liikenne- ja viestintäviraston virkamies) Vene 18 Båt -messuihin liittyvästä tviitistä. Tekstissä korostuu asiakaskeskeisyyden ohella yhteistyö sekä ”asiakkaiden” – siis kansalaisten – kanssa että valtionhallinnon eri toimijoiden välillä; jälkimmäistä korostetaan aihetunnisteen luovalla käytöllä (“#yhteisettavoitteet”) ja sillä, että viesti on osoitettu @-merkillä yhteistyökumppaneille valtionhallinnossa (Liikennevirasto ja Viestintävirasto). Luotettavuus syntyy vaikutelmalla (asiakaslähtöisyys).

Valtionhallinnon uudistuminen ilmenee seuraavan tekstin tyyliässä innostuksena, jota huutomerkkien käyttö korostaa. Aihetunniste #oysuomiab kertoo siitä, että yhteistyö valtionhallinnon sisällä nähdään tärkeänä: Suomi on kaikille yhteinen projekti. Toisaalta sen voi nähdä metaforana, joka kertoo yhteiskunnan markkinoitumisesta ja yrity maailman ihanteiden ujuttautumisesta valtionhallintoon:

Ja oikea vastaus on Kanada! kuten #kummeli sen jo aikanaan tiesi. Mitäs jos tehtäisiin yhdessä Suomesta Kanadampi/Suomempi! Erityisesti puhutti tuo ”whole of government” strategia ja yhteinen innostus!

#innostujainnosta #lukusuositus #strategia #oysuomiab

(Nykopp 23.2.2018)

Teksti jättää epäselväksi, keitä ovat nuo ”me”, joita Nykopp tässä puhuttelee – kaikki kansalaisetko, vaiko muut valtionhallinnon työntekijät? Tviitti on hyvä esimerkki siitä, että tviitin sisältö saattaa jäädä epäselväksi, mikäli lukija ei huomioi tviittiin linkitettyä muuta verkkosisältöä. Kummelin mainitseminen tuo tekstiin huumoria ja populaarikulttuurin genren. Tyylien sekoittuminen kertoo muutoksesta (Pietikäinen & Mäntynen 2016, 135). Kyseinen tviitti on Nykoppin oman tviitin uudelleentviittaus – hän siis vastaa tässä itse aiemmassa tviitissä esittämänsä kysymykseen. Luotettavuus

rakentuu tuttavallisuudella eli vaikutelmalla läheisyydestä ja ystävällisyydestä (huumori, rentous). Tämä oli kautta linjan Nykoppille tyypillistä.

Seuraava tviitti kuvaa sosiaali- ja terveysministeriön erinomaisuutta työyhteisönä ja toimijana:

Tervetuloa @(käyttäjänimi) osaavaan, motivoituneeseen, ratkaisuhakuiseen, tulevaisuuteen katsovaan tiimiimme rakentamaan sosiaalisesti, ekologisesti ja taloudellisesti kestäväää yhteiskuntaa globaalissa työn ja teknologian murroksessa.

(Sillanaukee 5.1.2018)

Tviitti on osoitettu suoraan toiselle käyttäjälle, joka toivotetaan tässä julkisesti tervetulleeksi töihin sosiaali- ja terveysministeriöön. Samalla kehutaan ministeriötä sekä valtionhallinnon toimijana että mielenkiintoisena työpaikkana. Tviitti on siis tietoisesti suunnattu paitsi tietylle käyttäjälle niin myös laajemmalle yleisölle Twitterissä. Tekstin tyyli on asiallinen. Retorisena keinona on kolmen lista, joka antaa vaikutelman kaikkien asioiden huomioon ottamisesta. Luotettavuus rakentuu tässä vaikutelmalla: valtionhallinto näyttäytyy kiinnostavana ja jopa trendikkäänä työpaikkana. Asiallinen tyyli saa luonnehdinnan vaikuttamaan objektiiviselta.

Seuraava sosiaali- ja terveysministeriön sisäiseen strategiapäivään liittyvä tviitti kertoo johtamiskulttuurin muutoksesta ja uudistumisesta, jota Sillanaukeen räppääminen ilmentää toiminnan tasolla. Sotaretoriikka tuo tekstiin vahvan tunnelatauksen:

Joukkoja johdetaan edestä: kun tulevaisuuden haasteet edellyttävät totutuista tavoista ja ajattelusta luopumista, pitää itsekkin siihen osoittaa olevansa valmis. Suosittelen! #suomikasvuun #yhdessä #tulevaisuudentekijät @STM_Uutiset

(Sillanaukee 9.2.2018)

Tämä on toisen käyttäjän tviitin uudelleentviittaus, johon Sillanaukee on lisännyt oman tekstin. Alkuperäisessä tviitissä on linkki videotallenteeseen, jossa Sillanaukee kertoo STM:n strategiapäivässä organisaation ydinviestit esittämällä ne räppinä. Rap-musiikki on tässä metaforista: se edustaa uutta ajattelutapaa ja vanhasta luopumista sekä kertoo siitä, että valtiolla ollaan trendikkäitä, rohkeita, ennakkoluulottomia ja uudistumiskykyisiä. Sillanaukeen esitystä ei toisaalta liene tarkoitettu aivan vakavasti

otettavaksi, vaan rap kertoo myös leikkimielisyydestä ja luovuudesta; siitä, että valtiollakin voidaan irrotella ja leikitellä. Myös tämä viestii toimintatapojen muutoksesta. Luottamusta rakennetaan sekä suorituksella (muutos) että vaikutelmalla (rap, leikkimielisyys).

Toisaalta Adolf Ehrnroothin talvisotaan liittyvä sitaatti (*”Joukkoja johdetaan edestä”*) tuo samaan tekstiin isänmaallisuuden eetoksen, joka yhdistetään omaan tekemiseen. Sotametafora on vahva ja tunteita herättävä. Samalla tekstistä häivytetään toimijuus. *”Tulevaisuuden haasteet edellyttävät”* kertoo, että muutos on väistämätöntä. On pakko muuttua ja tehdä toisella tavalla kuin ennen, mutta muutoksen edellyttäjänä on abstrakti *”tulevaisuuden haasteet”*. Retorisena keinona on käytetty metaforan lisäksi etäännyttämistä omista intresseistä: muututaan, koska on pakko, ei siksi, että haluttaisiin muutosta. *”Pitää itsekin siihen osoittaa olevansa valmis”* kertoo, että myös kirjoittajan on pakko luopua totutuista tavoista ja ajattelusta, vaikka se ei olisikaan mieluista. *”Suosittelen”* on tietystä mielessä ristiriidassa tekstin alkuosan kanssa, jossa on vanhasta luopumisen tuskaa ja sotametaforan myötä jopa uhrautumista tulevaisuuden haasteiden edellyttämän muutoksen edessä. Ensisijaista luottamusta rakennetaan vaikutelmalla, eli mielikuvalla oman edun tavoittelusta luopumisesta.

5.1.5. Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri

Yleistä tunneilmapiiriä huomioivia ja sanoittavia twiittejä oli aineistossa vain vähän. Tunneilmapiirin ymmärtäminen ja huomioiminen olisi toisaalta luottamuksen rakentamisen kannalta tärkeää (Ilmonen & Jokinen 2002, 239-240). Esittelen seuraavaksi twiittejä, joissa vallitseva tunneilmapiiri oli ymmärretty ja otettu huomioon, tai joissa muutoin oli tunteita ilmentävää sisältöä.

Seuraavan twiitin teksti kuvaa Helsingin Sanomien uutisen herättämiä tunteita:

Olen sanaton.

(Heinonen 22.2.2018)



Heinosen tviittiin linkitetty uutinen kertoo ehdotuksesta, jonka Yhdysvaltain presidentti Donald Trump teki maassa sattuneen kouluampumistapauksen jälkeen. Trump oli ehdottanut, että opettajat tulisi aseistaa kouluampumisten estämiseksi. Muiden käyttäjien reaktioiden runsaasta määrästä (556 tykkäystä) päätellen Heinonen onnistui pukemaan hyvin sanoiksi sen tunneilmapiirin, jonka uutinen herätti hänen Twitter-yleisössään. Luottamus rakentuu tässä kyvystä tunnistaa ja sanoittaa vallitsevaa tunneilmapiiriä. Tämä on affektiivisessä sosiaalisen median kontekstissa erityisen tärkeää. (Ilmonen & Jokinen 2002, 219 & 223.)

Seuraavassa esimerkissä tviittiin linkitetyn verkkojutun ja käyttäjän oman tekstin yhdistelmä tuottaa tviitin emotionaalisuuden:

Lähihoitajat tekevät tosi hienoa työtä; ovat korvaamattomia.
(Eskola 25.1.2018)



Linkin mukana automaattisesti tuleva verkkojutun kuva ja ingressi lisäävät tviittiin tunnetta. Linkitetty sisältö ikään kuin ”lainaa” emootionsa Eskolan tviittiin. Tämä on hyvä esimerkki siitä, miten uudelleentviitatut sisällöt voivat tuoda merkityksensä mukanaan toisen käyttäjän aikajanelle. Retorisena keinona on puhujakategoriolla oikeuttaminen (johtavassa asemassa oleva virkamies) sekä ääri-ilmaisu (”korvaamattomia”). Luottamusta rakentaa vaikutelma (lähihoitajien työn arvostaminen). Seuraavassa esimerkissä käytetty puhujakategoria korostaa tunnetta, jonka ilmaisut ”läheistemme palvelut” ja ”perusturvallisuus” tuovat tekstiin:

Kokonaisuuden ymmärrettävästi kertominen tärkeätä. Meille jokaiselle tärkeätä ymmärtää, mistä voimme oman ja läheistemme palvelut saada. Kyse ihmisen perusturvallisuutta luovista asioista #sote , #maakuntauudistus
(Nerg 2.1.2018)



Nerg asettuu tekstissä sote-uudistuksen suhteen samaan asemaan ja tilanteeseen, jossa kaikki muutkin kansalaiset ovat (”*Meille jokaiselle*”). Tämä oli hänen tviiteissään muutenkin tyypillistä. Tunneilmapiirin ymmärtämisestä kertoo se, että hän eläytyy kansalaisten kokemaan huoleen. Retorisena keinona on käytetty puhujakategoriolla oikeuttamista: hän puhuu yhtenä niistä kansalaisista, joita sote- ja maakuntauudistusten vaikutukset huolettavat. Luotettavuus tulee tässä empaattisuudesta ja siitä, että hän ei asetu muiden yläpuolelle, vaan kertoo olevansa samassa tilanteessa kuin kaikki muutkin, jolloin voimme olettaa, että hän ymmärtää tilanteen kansalaisten kannalta ja ajaa meidän kaikkien etuja.

Seuraavat tapahtumatviittaukset kertovat vallitsevan tunneilmapiirin tunnistamisesta, huomioimisesta ja siihen liittymisestä. Toisaalta ne kertovat myös siitä, miten sosiaalisen median sosiaaliset ja teknologiset affordanssit houkuttelevat julkaisemaan tietyn tyyppisiä

sisältöjä alustan ja sen käyttäjäkulttuurin ehdoilla. Twitter on tapahtumakeskeinen sosiaalisen median alusta. Heinosta lukuun ottamatta kaikki virkamiehet tviittasivat tasavallan presidentin virkaanastujaisista. Itse otettu kuva korostaa läsnäoloa tilaisuudessa:

Sekä TP @niinisto'n että puhemies Maria Lohelan puheet erinomaisia, ajatuksia herättäviä eväitä tulevaan.

(Eskola 1.2.2018)



Oli kunnia olla todistamassa tätä tilaisuutta! #virkaanastujaiset

(Nykopp 1.2.2018)



Tasavallan presidentin virkaanastujaiset. Poliittinen johto, oikeuslaitos, virkamiesjohto, yliopistot ja kenraalikunta valmiina takaamaan hyvää hallintotavasta huolehtimisen, päätösten laadukkaan & tulevaisuuteen luotaavan valmistelun sekä yhteiskunnan vakaudesta vastuunkannon.

(Sillanaukee 1.2.2018)



Juhlallinen !

(Nerg 1.2.2018)



Myös muista kuin omaan asiantuntijuuteen liittyvistä tapahtumista tviittaaminen voi rakentaa luottamusta luomalla läheisyyden ja tuttuuden tunnetta. Luottamusta tässä rakentaa myös tunneilmapiirin ymmärtäminen ja sanoittaminen – tasavallan presidentin

virkaanastujaiset on tilaisuus, joka koskettaa jollakin tavalla kaikkia suomalaisia ja on tapahtuman ajankohtana keskeinen puheenaihe.

Tviittien emotionaalista sisältöä on mahdollista laajentaa käyttämällä kuvia, videoita ja emojiä. Emojia oli tässä aineistossa käytetty varsin vähän, samoin itse otettuja kuvia. Emojista suosituin oli niin sanottu *peukku*-emoji (14 kappaletta); *hymiö*-emojeita oli kaikkiaan seitsemän, ja muita yksittäisiä (muun muassa *aurinko*, *lumihiihtäjä*, *valtionlippu*) kahdeksan. Videosisältöä ei tviiteissä ollut lainkaan, lukuun ottamatta kahta tviittiä, joissa oli linkki YouTubeissa julkaistuihin videoihin.

Seuraavat esimerkit ovat Nykoppilta, joka käytti emojiä runsaimmin:



Sydän-hymiö -emoji korostaa positiivista tunnelatausta tekstissä, jossa kiitetään oman organisaation työntekijöitä. Kyseistä emojiä käytetään usein osoittamaan romanttista rakkautta, mutta tässä yhteydessä se korostaa tilaisuuteen osallistuneiden yhteenkuuluvuutta (Danesi 2017, 24; 54). Toisessa tviitissä *peukku*-emojit alleviivaavat viestin positiivista sävyä. Luottamusta rakentaa emojiella aikaansaatu tuttavallisuuden ja läheisyyden vaikutelma sekä positiivinen tunne.

Luokittelin myös henkilökohtaiset sisällöt tähän teemaan kuuluviksi. Näitä sisältöjä oli tässä aineistossa suhteellisen vähän, ja ne olivat enimmäkseen toisille käyttäjille osoitettuja onnitteluja. Seuraava esimerkki on tyypillinen onnittelutviitti:

Onnittelut @KaiMykkanen . Saat hienon sitoutuneen @Sisaministerio johdattavaksesi. Kuten sanoit, pääkylmänä, sydän lämpimänä! Voimia.
(Nerg 7.2.2018)

Teksti on sävyltään lämmin ja empaattinen. Nerg myös antaa tunnustusta entiselle työpaikalleen eli sisäministeriölle. Onnittelun voidaan tulkita kohdistuvan nimenomaan siihen, että Mykkanen siirtyy juuri sisäministeriöön. Teksti on toisaalta hyvin henkilökohtainen, mutta Twitterissä julkaistuna kuitenkin samalla laajemman yleisön nähtävissä. Retorisena keinona on käytetty sekä puhujakategoriolla oikeuttamista että metaforaa (”pääkylmänä, sydän lämpimänä!”). Luotettavuus rakentuu vaikutelmalla eli tuttavallisuudella ja empaattisuudella; jälkimmäistä edustaa tekstissä myös toivotus ”Voimia.”.

Sisällytin tähän teemaan lisäksi vapaa-aikaan liittyvät tviitit sekä sellaiset tviitit, jotka kertovat käyttäjän asiantuntemuksesta (korkea)kulttuurin harrastajana. Nämä sisällöt kertovat käyttäjän persoonasta ja luovat kontekstia muille hänen julkaisemilleen sisällöille. Bourdieun sosiaalisen pääoman teorian mukaan syvällistä perehtymistä vaativan kulttuurin harrastaminen tekee henkilön pätevämmäksi myös muilla elämänalueilla (Bourdieu 1984). Luotettavuus rakentuu näissä tviiteissä vaikutelmalla. Toisaalta nämä sisällöt kertovat myös käyttäjän oletetusta yleisöstä.

Seuraava tviitti kuvastaa asiantuntijuutta taidemusiikin saralla:

Kapellimestari, pianosolisti ja ohjelmisto vaihtuneet, @Yle_Rso toivottavasti pysyy.
(Eskola 6.2.2018)

”RSO toivottavasti pysyy” kertoo siitä, että kirjoittaja arvostaa Radion sinfoniaorkesterin korkeaa taiteellista tasoa. Luottamusta rakentaa tässä vaikutelma Eskolasta korkeakulttuurin asiantuntijana. Kirjoittaja siis omaa tviitin perusteella sellaista sosiaalista pääomaa, joka lisää hänen kompetenssiaan myös valtionhallinnon johtavan virkamiehen tehtävissä (Bourdieu 1984, 281).

5.2. Luottamusta rakentavat strategiat

Seuraavaksi käsittelen Twitterin toiminnallisuuksien käyttöä aineistossa, eli *luottamusta rakentavia strategioita*, ja havainnollistan niitä aineistosta poimimillani esimerkeillä. Tarkastelen myös strategioiden osalta niiden retorisuutta. *Uudelleentviittaaminen* oli strategioista lukumääräisesti runsain, 1297 tviittiä. *Sisältöjen jakaminen* -strategiassa tviittejä oli 130 kappaletta, ja *Vuorovaikutus*-strategiassa 114 (liite 1., taulukko 5.).

5.2.1. Vuorovaikutus

Vuorovaikutus-strategiaan luokittelmani aineisto sisältää suorat vastaukset tai kysymykset toisille käyttäjille ja kommentit toisten käyttäjien tviitteihin (lukumäärät teemoittain, kts. liite 1., taulukko 6.). Vuorovaikutuksellisia tviittejä oli aineistossa melko vähän. Eniten niitä oli Nergillä, joka kommentoi seurantajaksolla ahkerasti muiden käyttäjien tviittejä ja vastaili sote- ja maakuntaudistuksista esitettyihin kysymyksiin. Hän toi vastauksissaan vahvasti esiin omaa persoonansa:

Minä taas väitän, että juuri #sote #maakuntaudistus ansiosta saadaan rahat riittämään ja osajamme voivat meitä kansalaisia hyvin hoitaa @lasleh

(Nerg 31.1.2018)

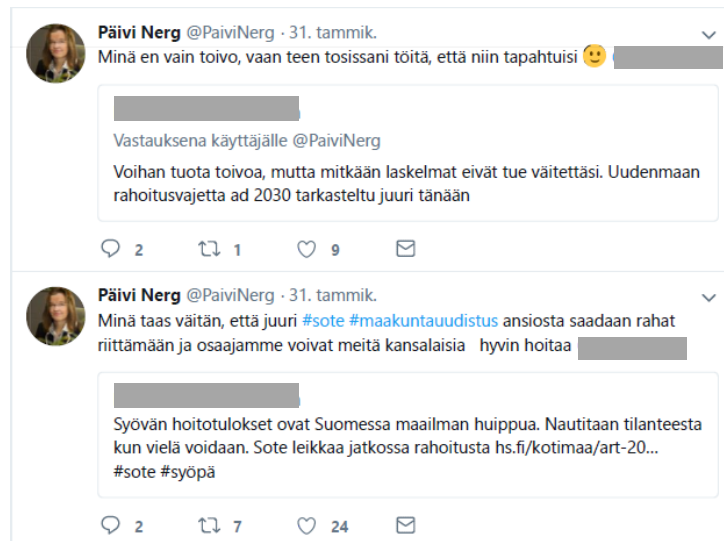
Minä en vain toivo, vaan teen tosissani töitä, että niin tapahtuisi (hymiö-emoji) @lasleh

(Nerg 31. 1.2018)

Minna hyvä. Olen ollut vasta kuukauden tässä. Ja erittäin paljon olen halunnut kuulla ja kuunnella. Ja niin teitäkin.. ilolla tulen kaikkiin mukaan, jotta paremmin ymmärrän ja osaan tehdä kaikkeni huolien poistamiseksi @minnaarve @Vapaavuori @LauriLyly

(Nerg 9.2.2018)

Kuntien ja maakuntien yhteistyö, samoin kuin kuntien ja valtion ja vielä koko kolmikon, on Suomen kannalta erittäin tärkeä kysymys. Kaikkien kolmen uudet roolit ovat vaativia. Haluni mahdollistaa uusien roolien tunnistaminen ja yhteistyö on suuri @LauriLyly @minnaarve @Vapaavuori
(Nerg 9.2.2018)



Minä-pronominin käyttö vahvistaa läsnäolon tuntua ja tuo Nergin mukaan vuorovaikutustilanteeseen (Kulkki-Nieminen 2010, 84). Puhuttelemalla toista käyttäjää suoraan nimeltä pyritään luomaan yhteys henkilöön, jolle vastaus on suunnattu (Kulkki-Nieminen 2010, 193). Retorisina keinoina on käytetty puhujakategorialla oikeuttamista (*"Minä en vain toivo, vaan teen tosissani töitä"*, *"Haluni mahdollistaa... on suuri"*), itse todettuun vetoamista (*"Minä taas väitän, että"*) ja mahdolliselta vasta-argumentilta suojautumista (*"Olen ollut vasta kuukauden tässä"*, *"Erittäin paljon olen halunnut kuulla ja kuunnella. Ja niin teitäkin."*, *"Ilolla tulen kaikkiin mukaan"*). Ilmaisuihin *"teen tosissani töitä, että niin tapahtuisi"* on hyvin vahva, asettaahan Nerg tässä oman uskottavuutensa peliin. Luottamus rakentuu sekä suorituksella (dialogisuus) että vaikutelmalla (henkilökohtaisuus, läheisyys, tuttavallisuus).

Seuraavissa esimerkeissä ilmenee hyvin se, miten Nerg otti vastauksissaan henkilökohtaisen vastuun sote- ja maakuntauudistusten valmistelun onnistumisesta. Myös oma, persoonallinen tyyli rakentaa luottamusta, sillä se tuo kirjoittajan lähelle ja tekee vastauksista henkilökohtaisempia:

Tehtävänäni on nyt kerää langan päät ja katsoa syntykö kaikista menossa olevista toimista kokonaisuus, jolla yhteiseen tavoitteeseen pala palalta päästään. @Energiatutka @(toinen käyttäjä) #maakuntauudistus.

(Nerg 8.2.2018)

Sydämeistäni jaan tämän viestinnän merkityksen #sote #maakuntauudistus työssä @(toinen käyttäjä) . Katsotaan mitä saan aikaan

(Nerg 14.2.2018)

Työ kesken, iso osa työtä on lakien kirjoittamista, mutta jatkotyöt varmistavat vasta toteutuksen. Valuviat, riskikohdat tunnistettu ja niiden "hanskaaminen" työtäni @(toinen käyttäjä)

(Nerg 18.2.2018)

Maakunta - ja soteuudistus on iso kokonaisuus, joka koskettaa koko valtioneuvostoa. Projektijohtajan kokonaisvastuu -tehtävä sijoitettu vm:n ja osaksi hallintopolitiikan viran työkenttää. STM vastaa toki omasta osastaan

(Nerg 3.1.2018)

Näistä esimerkeistä viimeinen on Nergin vastaus toiselle käyttäjälle, joka kysyy provosoivasti: *"Miksi valtiovarainministeriön alaisuudessa tehdään sote-uudistusta????! Tulee mieleen joku laihialaisviitsi.... Eikos meillä olisi ollut sosiaali- ja terveysministeriökin????".* Tyyliiltään asiallinen vastaus rakentaa luottamusta kertomalla vastaajan kyvystä hallita tunteitaan ja muokata vallitsevaa tunneilmapiiriä (Ilmonen & Jokinen 2002, 223 & 232).

Seuraava tviitti on suora vastaus toiselle käyttäjälle:

En osaa ottaa kantaa poliittisiin kytköksiä. Maakunta- ja sotekokonaisuudessa on paljon hyvää, jota helppo virkamiehenä toimeenpanna ajatuksella että niistä syntyy Suomelle ja täällä asuville jotain hyvää. Kehitettävääkin toki on.

(Nerg 4.1.2018)

Tekstissä Nerg sanoutuu irti politiikasta (*"En osaa ottaa kantaa poliittisiin kytköksiä"*), ja myöntää avoimesti sote-uudistuksen valmistelun puutteet: *"Kehitettävääkin toki on"*. Tämä sisältää sekä ajatuksen että suunnitelma on hyvä (-kin -päätte kertoo, että

suunnitelma on pääosin onnistunut), mutta myöntää myös puutteet. Luottamusta rakentaa avoimuus valmistelun keskeneräisyyden suhteen. Nerg ottaa jälleen itse vastuun: ”*virkamiehenä helppo toimeenpanna ajatuksella että niistä syntyy täällä asuville jotain hyvää*”, ja ilmaisee samalla, ettei koe ristiriitaa omien arvojensa ja uudistusten välillä. Se, mitä hyvää uudistuksista syntyy, jää kuitenkin vähän epämääräiseksi: ”*jotain hyvää*” ei konkretisoi sitä, mitä hyvää uudistukset lopulta kansalaisille tuovat. ”*Jotain hyvää*” on myös epämääräisempi ilmaisu kuin vaikkapa pelkkä ”*hyvää*”. Toisaalta Twitterissä merkkimäärä rajoittaa ilmaisua, eikä asioita voi kuvailla kovin perusteellisesti, joten jotkin ilmaisut saattavat johtua myös siitä. Retorisena keinona on vasta-argumentilta suojaautuminen. Luottamusta rakennetaan tässä vaikutelmalla eli mielikuvalla läpinäkyvyydestä ja avoimuudesta.

Seuraavassa esimerkissä vuorovaikutuksellisuus ilmenee siten, että Nerg rohkaisee muita käyttäjiä kyselemään häneltä sote-uudistuksesta ja olemaan myös eri mieltä hänen kanssaan:

Tyhmiä kysymyksiä ei olekaan, vaikeita on. Eri mieltä saa ja tuleekin olla, muutoin emme kehity @ (toinen käyttäjä) @ (toinen käyttäjä)
(Nerg 18.2.2018)

Hyvä huomio @ (toinen käyttäjä). Samoin ajatuksin eteenpäin, fokus hyvän palvelujärjestelmän rakentamisen kannalta tärkeisiin asioihin. Ihminen keskiössä.
(Nerg 18.2.2018)

Matti hyvä. Tyrmäyslinjaa en tunnista. Mutta aina pitää opiksi ottaa.
(Nerg 11.1.2018)

Nämä tekstin vuorovaikutukselliset elementit (toisen käyttäjän puhuttelu suoraan nimeltä, kannustaminen eriävien mielipiteiden kertomiseen, toisten käyttäjien kehuminen) kannustavat muita käyttäjiä keskustelemaan Nergin kanssa ja rakentavat luottamusta vaikutelmalla eli sillä, että Nerg osoittaa olevansa valmis dialogiin.

Myös muut käyttäjät kommunikoivat jossain määrin toisten käyttäjien kanssa, tosin huomattavasti vähemmän kuin Nerg. Seuraava Sillanaukeen tviitti on vastaus toisen käyttäjän tviittiin (toisen käyttäjän tviitti on ensimmäisenä):

”#Sote’lla #innovaatio’iden edistämistyössä merkittävä rooli ja #Suomi toimintaympäristönä houkutteleva. #sotedigi, #digitalisaatio ”

(toinen käyttäjä 13.2.2018)

Indeed! Meillä on kypsä ekosysteemi tällä hetkellä ja tavoitteena saada sen palaset perustettua ja vahvistettua myös lainsäädännöllisesti tämän vuoden aikana. Mahdollisuus olla tiennäyttäjiä EU:ssakin. #sote #terveydenhuollonkasvustrategia

(Sillanaukee 13.2.2018)

Tekstin alussa Sillanaukee kommentoi myönteiseen sävyyn toisen käyttäjän mielipidettä: ”*Indeed!*”. Vuorovaikutteiset elementit tekstissä rohkaisevat muita käyttäjiä jatkamaan keskustelua ja ottamaan kontaktia. Sillanaukee perustelee tässä sote-uudistusta sillä, että sen avulla Suomi voisi olla edelläkävijä EU:n tasolla. Englanninkielinen huudahdus ”*Indeed!*” vie jo tviitin alussa ajatukset kansainvälisyyteen. Retorisena keinona on käytetty metaforaa: ”*tiennäyttäjät*” on vahva ja positiivinen mielikuva, jolla nostatetaan kansallista itsetuntoa. Toinen tässä käytetty metafora, ”*ekosysteemi*”, rinnastaa terveydenhoitojärjestelmän luontoon ja sen ekosysteemeihin; tätä metaforaa on käytetty paljon kuvaamaan erilaisia järjestelmiä ja organisaatioita (Nuopponen & Harakka ²⁵). Metaforana se kantaa mukanaan tiettyä vääjäämättömyyttä, mutta tuo toisaalta myös mielikuvan toimivuudesta, jota adjektiivi ”*kypsä*” vielä alleviivaa. Luottamusta rakennetaan tässä vaikutelmalla eli mielikuvalla Suomesta edelläkävijänä EU:n tasolla.

Kaikissa *Vuorovaikutus*-strategian tviiteissä luottamus rakentuu myös kontekstilla eli sillä, että dialogisessa kommunikaatiossa muiden käyttäjien kanssa ollaan mukana samassa yhteisössä ja luodaan yhteistä käsitystä asioista.

5.2.2. Uudelleentviittaaminen

Käsittelen *uudelleentviittamista* luottamusta rakentavana strategiana, jolla on retorista voimaa. Olen luokitellut tähän strategiaan kuuluviksi ne uudelleentviitatut tviitit, joihin käyttäjä ei ollut lisännyt omaa sisältöä kuten tekstiä tai emojiä. Uudelleentviittausten huomioiminen analyysissä silloinkin, kun mukana ei ole käyttäjän omaa tekstiä, on oleellista, sillä uudelleentviittaaminen kertoo siitä, mitä sisältöjä käyttäjä pitää niin

²⁵ Nuopponen & Harakka <http://www.terminfo.fi/sisalto/ekosysteemi--metaforastakasitemalliin-15.html> , haettu 4.11.2018

tärkeinä, että haluaa jakaa niitä omalle yleisölleen. Lisäksi uudelleentviittaaminen tuo alkuperäisen sisällön uuteen kontekstiin ja voi silloin olla retorista. Retorisena keinona uudelleentviittaus voi, riippuen tviitin sisällöstä, olla asiantuntijuudella tai konsensuksella vahvistamista silloin, kun uudelleentviitattuun tviittiin lisätty sisältö on sävyllään myönteinen; toisin sanoen se käsittelee myönteiseen sävyyn esimerkiksi käyttäjän esiintymisiä ja erilaisissa tilaisuuksissa pitämiä puheita tai hänen tekstejään muualla verkossa. On tosin muistettava, että käyttäjän syy uudelleentviittaukselle saattaa olla myös esimerkiksi yhteyksien vahvistaminen toisiin käyttäjiin tai oman verkoston vahvistaminen (Suominen 2018, 181). Toiminnon retorisuus siis ilmenee käyttäjän omasta motiivista riippumatta.

Luokittelin lisäksi uudelleentviittaukset edellä esittelemieni teemojen mukaisesti. Teemoista *Asiantuntijuus* oli myös uudelleentviittauksissa yleisin, 770 kappaletta; seuraavaksi eniten uudelleentviittauksia oli teemasta *Yhteiskunta ja tulevaisuus*, 318 kappaletta. Myös tämä vahvistaa kuvaa asiantuntijuuden keskeisyydestä johtavien virkamiesten Twitter-sisällöissä.

Taulukko 2.: Uudelleentviittaukset käyttäjittäin ja teemoittain:

Käyttäjä	Asian- tuntijuus	Tunteet, empatia ja tunneilma- piiri	Hyvä johtaminen	Uudistuva ja ketterä valtion- hallinto	Yhteiskunta ja tulevaisuus	Yht.
Eskola	45	13	2	3	12	75
Nykopp	264	6	24	19	38	351
Heinonen	186	5	35	5	38	269
Nerg	247	18	28	40	214	547
Sillanaukee	28	0	3	4	16	51
Yhteensä	770	42	92	71	318	1293

Seuraava esimerkki on Sillanaukeen tekemä uudelleentviittaus. Sillanaukee tviittasi samasta aiheesta myös omalla tviitillään, jota olen analysoinut *Uudistuva ja ketterä valtionhallinto* -teeman yhteydessä. Alkuperäisessä tviitissä yhdistetään kansainvälisestäikin menestynyt ja arvostettu suomalainen kasvuyritystapahtuma Slush ja trendikäs populaarimusiikin genre eli rap-musiikki valtionhallintoon – näitä käytetään metaforisesti kuvaamaan valtionhallinnon uudistumista ja innovatiivisuutta:

”Eeva Larjomaa @EevaLarjomaa · 9. helmik. Mahtava vuoden avaus. Mukana STM:n joukkue, koko virkajohto pisti itsensä likoon, @PSillanaukee räppäsi tärkeimmät viestit, tunnelman piti katossa Paleface. Nousi rima aika korkealle ensi vuotta ajatellen #STMSlush ”.
 (Sillanaukee 9.2.2018, uudelleentviittaus. Tviitissä on kuva Sillanaukeesta hupparissa, jonka selässä on teksti ”Meihin voi luottaa!”)



Uudelleentviittauksen retorinen voima piilee siinä, että toisen henkilön kertomana asiasta tulee merkityksellisempi kuin jos henkilö itse olisi kertojana (Jokinen 2016, 350-351). Retorisena keinona uudelleentviittaus on tässä konsensuksella vahvistamista. Huomionarvoista on, että vaikka uudelleentviitattu sisältö ei ole käyttäjän (tässä Sillanaukee) oma, niin tämän aikajanelta luettuna uudelleentviittaus voidaan kokea hänen tuottamukseen sisällöksi (Murthy 2018, 48-49).

Uudelleentviittaus näyttäytyy myös seuraavissa esimerkeissä retorisenä. Nämä tviitit ovat Heinosen uudelleentviittauksia sellaisista toisten käyttäjien tviiteistä, joissa oli linkki Heinosen kirjoittamaan tekstiin muualla verkossa, tai joissa kerrottiin hänen esiintymisestään jossakin tilaisuudessa:

Olli-Pekka Heinonen uudelleentwiittasi
 [redacted] · 12. tammik.
 Juuri tätä me tarvitsemme. Rohkean, jopa julkean edistyksellistä ajattelua yhteiskuntamme tulevaisuudesta. Joka silti on aivan ulottuvillamme, jos vain uskallamme. Kiitos @Heino1Olli! #seuraavaaerä #suomi101

Minulla on unelma - Sitra
 Se on elinikäisen oppimisen todeksi tekemisen unelma.
 sitra.fi

6 retweetit, 25 suosiota

Olli-Pekka Heinonen uudelleentwiittasi
 [redacted] · 12. tammik.
 "Tarvitaan hyvinvoinnin, oppimisen ja työelämän yhteinen alusta, joka toimii uuden ajan yhteiskuntasopimuksena." Nyt on #Kovaaosaamista, loistava unelma @Heino1Olli! sitra.fi/blogit/minulla... @SitraFund


Minulla on unelma - Sitra
 Se on elinikäisen oppimisen todeksi tekemisen unelma.
 sitra.fi

6 retweetit, 23 suosiota

Olli-Pekka Heinonen uudelleentwiittasi
 Helsingin seudun kauppakamari @K2HEL · 10. tammik.
 @Opetushallitus @Heino1Olli Keskeinen keino saada osaamisen kysyntä ja tarjonta kohtaamaan vaikeasti ennakoitavassa tulevaisuudessa: #elinikäinen_oppiminen .. On löydettävä keino, ettei osaamista tarvitse päivittää kulkemalla työttömyyden kautta.

6 retweetit, 19 suosiota

Olli-Pekka Heinonen uudelleentwiittasi
 [redacted] · 10. tammik.
 Olli-Pekka Heinonen luennoi aiheesta "Onko Pisa-menestys muisto vain?". Kiinnostava ja monipuolinen katsaus tulevaisuuteen, keskiössä oppiminen ja osaamisen kehittäminen.
 @Heino1Olli #oppiminen



4 retweetit, 13 suosiota

Huomionarvoista on se, että uudelleentwiittauksen retorisuus ilmenee käyttäjän alkuperäisestä tarkoituksesta huolimatta. Uudelleentwiittaus tuo alkuperäisen sisällön uuteen kontekstiin, osaksi uudelleentwiittajan aikajanaa, ja tämä tuo sisältöön uusia merkityksiä. Koska aineistoni ei sisällä virkamiesten haastatteluja, jää motiivi toimia Twitterissä jollakin tietyllä tavalla tutkijan tulkinnan varaan. Uudelleentwiittaamalla

halutaan mahdollisesti välittää Twitter-yleisölle omissa verkkokirjoituksissa tai puheissa esitettyjä mielipiteitä. Toisaalta uudelleentviittausta kuten myös sisältöjen jakamista voidaan käyttää ystävällisyyden osoituksena ja vahvistamaan sosiaalisia suhteita (Jenkins 2013). Uudelleentviittausta voi siis käyttää ikään kuin kiitoksena tai osoituksena kuulumisesta samaan verkostoon. Käyttäjän alkuperäisestä tarkoituksesta huolimatta uudelleentviittaus näyttäytyy uudessa kontekstissa eli käyttäjän omalla aikajanalla retorisenä, sillä sellaisten toisten käyttäjien tviittien uudelleentviittaminen, joissa nämä kommentoivat myönteiseen sävyyn käyttäjän esittämiä näkemyksiä osoittaa, että näkemyksille löytyy kannatusta. Käyttäjän omasta asiantuntijuudesta kertominen toisten käyttäjien myönteissävyisiä tviittejä uudelleentviittamalla voidaan konsensuksella vahvistamisena (Jokinen 2016, 350). Tämän tyyppisissä sisällöissä luottamusta rakentaa hyvä maine; siis toisten antama tunnustus ja myönteiset arviot (Sztompka 1999).

5.2.3. Sisältöjen jakaminen

Tviittejä, joissa ei ollut mitään käyttäjän omaa sisältöä, vaan pelkästään linkki johonkin verkkosisältöön, oli aineistossa yhteensä 130 kappaletta (noin seitsemän prosenttia kaikista tviiteistä). Tämä Twitterin käytötapa ei ole mitenkään yllättävä tai poikkeava, sillä sosiaalinen kuratointi on yksi niistä internetin vakiintuneista käytännöistä, joka ovat siirtyneet sosiaalisen median kontekstiin ja käytänteisiin (Villi 2011, 49). Omalle verkostolle hyödyllisten sisältöjen jakamisella voidaan vahvistaa sosiaalisia suhteita (Jenkins 2013). Taulukossa 3. on esitelty *Sisältöjen jakaminen* -strategian tviittien lukumäärä.

Taulukko 3.: Sisältöjen jakaminen -strategian tviitit teemoittain

Käyttäjä	Asian-tuntijuus	Tunteet, empatia ja tunneilma-piiri	Hyvä johtaminen	Uudistuva ja ketterä valtion-hallinto	Yhteis-kunta ja tulevaisuus	Yht.
Eskola	7	2	0	0	2	11
Nykkopp	21	1	3	1	6	32
Heinonen	9	1	8	0	7	25
Nerg	31	4	1	1	17	54
Sillanaukee	7	0	1	0	0	8
Yhteensä	75	8	13	2	32	130

Yleisin teema myös jaetuissa sisällöissä oli *Asiantuntijuus*. Tässä teemassa jaettiin eniten linkkejä valtionhallinnon sisällä (STM (sosiaali- ja terveysministeriö) 15 kpl, VM (valtiovarainministeriö) 8 kpl, LVM (liikenne- ja viestintäministeriö) 4 kpl) ja Yleisradion verkkosisältöihin (8 kpl); muihin medioihin jaettuja linkkejä oli yksittäin (Kauppalehti, Mustread, Maaseudun Tulevaisuus).

Yhteiskunta ja tulevaisuus -teemassa jaettujen linkkien sisällöissä ei mikään yksittäinen taho noussut erityisesti esiin. Valtiovarainministeriön verkkosisältöihin vei neljä tviittiä, sisäministeriön niin ikään neljä, Yleisradion kolme ja Sitran kaksi.

Useimmat *Hyvä johtaminen* -teeman jaetut linkit veivät yksittäisten käyttäjien blogikirjoituksiin. Jotkin linkit veivät johtamiskoulutuksiin tai -konsultointiin liittyviin verkkosisältöihin (sisältöjen julkaisijoina esimerkiksi Work Goes Happy, Johtamiskorkeakoulu).

Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri -teemaan liittyvissä tviiteissä jaettiin linkkejä urheiluaiheisiin uutisiin (3 kpl), kulttuuriin (2 kpl) ja muihin aiheisiin (2 kpl).

Uudistuva ja ketterä valtionhallinto -teemassa jaetut linkit veivät Valtiontalouden tarkastusviraston ja valtiovarainministeriön verkkosisältöihin.

6. Tulokset

Seuraavaksi palaan esittämiini tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisia sisältöjä johtavassa asemassa olevat valtionhallinnon virkamiehet julkaisevat Twitterissä?
2. Miten nämä sisällöt rakentavat luottamusta valtionhallintoon sosiaalisessa mediassa?

Analyysini tuloksista selviää, että valtionhallinnon luotettavuus rakentuu Twitterissä pääasiassa asiantuntijuudella. Asiantuntijuus oli yleisin aihe käyttäjien omissa tviittisisällöissä, heidän tekemissään uudelleentviittauksissa, tviiteissä jaetuissa sisällöissä sekä vuorovaikutteisissa tviiteissä. Yhteiskunnalliset aiheet olivat tviittisisällöissä toiseksi yleisimpiä. Tämä kuvastanee sitä, että maailman muuttuessa nopeasti laaja-alainen tietämys ajankohtaisista asioista koetaan oleelliseksi osaksi johtajan asiantuntijuutta. Kolmanneksi eniten tviiteissä oli johtamiseen liittyviä aiheita. Johtamistaito nähdään keskeisenä virkamiesjohtajan asiantuntijuudessa, ja siihen liittyvät

sisällöt rakentavat luottamusta myös johtajan oman organisaation sisällä. Valtionhallinnon uudistumisesta kertovat promootiohenkiset sisällöt liittyivät sekä johtajuuteen että toisaalta pyrkimykseen vakuuttaa Twitter-yleisö hallinnon tehokkuudesta ja uudistumiskyvystä. Suora vuorovaikutus toisten käyttäjien kanssa eli vastaukset tai kommentit toisten käyttäjien tviitteihin oli tässä aineistossa vähäistä, ja sitä esiintyi lähinnä yhdellä virkamiehistä. Uudelleentviittauksia ilman mitään käyttäjän lisäämää omaa sisältöä oli runsaasti. Aineistossa esiintyi jonkin verran myös sosiaalista kuratointia eli linkkien jakamista muualla verkossa sijaitseviin sisältöihin. Yleisen tunneilmapiirin huomioivia tai emootioita sisältäviä tviittejä oli suhteellisen vähän; samoin visuaalisia elementtejä kuten kuvia tai emojiä.

Retorisista keinoista useimmin toistui puhujakategoriolla oikeuttaminen. Yleisimmin puhuttiin johtavan virkamiehen puhujakategoriasta käsin; joskin muitakin puhujakategorioita (esimerkiksi kansalainen tai virkamies) käytettiin. Luotettavuuden takeena on tällöin puhujan asema joko johtajana tai ”yhtenä meistä kaikista”, jolloin luottamusta rakentaa joko auktoriteetti (johtaja) tai se, että puhuja on samassa asemassa kuin yleisönsä. Muita aineistossa usein käytettyjä retorisia keinoja olivat konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen ja vaihtoehdottomuuspuhe. Jossain määrin esiintyi myös sellaista uudelleentviittamista, jolle tviitin sisältö antaa Twitter-kontekstissa retorista voimaa.

Seuraavaksi käsittelen analyysin tulokset yksityiskohtaisemmin ja pohdin, mitä ne merkitsevät luottamuksen rakentumisen näkökulmasta.

6.1. Asiantuntijuus

Asiantuntijuus-teeman sisällöissä painoutuivat johtajan oman organisaation osaamisesta ja asiantuntijuudesta kertovat tviitit sekä omaan hallinnonalaan liittyvät uutiset, tieteelliset tutkimustulokset ja oman hallinnonalan asiantuntijatapahtumien tapahtumatviitit. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että julkishallinnon luotettavuuden, auktoriteetin ja legitimitetin koetaan nojaavan vahvasti asiantuntemuksen korkeaan tasoon. Valtionhallinnon viestinnällä on lisäksi perinteisesti ollut kansalaisia valistava rooli; tämä sävy näkyi myös tässä aineistossa. (Hakala 2015, 245-246.)

Asiantuntijuuden osoittautuminen tämän aineiston yleisimmäksi temaksi ei ole yllättävää; sisältyihän aineistoon kahden ministeriön (VM, STM) lisäksi kolmen valtion viraston (Opetushallitus, Trafi, Terveystieteiden tutkimuskeskus) johtajan tviittejä.

Kaikki nämä organisaatiot voidaan luokitella asiantuntijaorganisaatioiksi (Hakala 2015, 239). Julkishallinnon viestinnällä on perinteisesti pyritty ylläpitämään mielikuvaa asiantuntijaorganisaatioista (Hakala 2015, 195). Koska julkishallinnon organisaatioiden ”tuote” on usein asiantuntemus, nojaa niiden luotettavuus ja legitimiteetti pitkälti asiantuntemuksen korkeaan tasoon, jolloin sitä on tarpeen korostaa etenkin nykyisessä tilanteessa, jossa yleinen tietämys on lisääntynyt ja asiantuntijuus on verkon myötä entisestään hajaantunut (Hardin 2001, 34-35; Vihma ym. 2018). Retorisena keinona *Asiantuntijuus*-teeman sisällöissä käytettiin usein puhujakategoriolla oikeuttamista, jolloin luotettavuuden takeena on puhujan asema joko arvovaltaisena organisaation johtajana tai ”yhtenä meistä”.

Yhteiskunnalliset aiheet olivat tviittisisällöissä toiseksi yleisimpiä. *Yhteiskunta ja tulevaisuus* -teeman runsaus kertoo siitä, että maailman muuttuessa nopeaan tahtiin julkishallinnon johtajien asiantuntijuuteen kuuluu omaa hallinnonalaan laajempi tietämys ajankohtaisista asioista. Näissä tviiteissä jaettiin myös linkkejä esimerkiksi verkkolehtien tai Yleisradion julkaisemiin verkkosisältöihin. Tämä kuvastaa sitä, että etenkin valtamedia koetaan yhä niin luotettavaksi lähteeksi, että virkamiesten oma asiantuntijuus ja luotettavuus voi nojata niihin. Presidentinvaaleihin ja tasavallan presidentin virkaanastujaisiin liittyvät tviitit rakentavat luottamusta kertomalla ajankohtaisten asioiden seuraamisesta ja yleisen tunneilmapiirin ymmärtämisestä ja sanoittamisesta.

6.2. Johtaminen ja valtionhallinnon uudistuminen

Keskeinen osa virkamiesjohtajan asiantuntijuutta ja osaamista on niin sanottu yleisjohtajuus²⁶. Tämä näkyi aineistossa siten, että johtamiseen liittyvät aiheet olivat tviiteissä kolmanneksi yleisimpiä. Johtajuuteen ja sen kehittämiseen liittyvät sisällöt rakentavat luottamusta myös oman organisaation sisällä. Ulospäin ne luovat valtionhallinnon työnantajamielikuvaa kertomalla siitä, että valtionhallinto on mukana työelämän muutoksessa. Näitä sisältöjä leimasi korostetun myönteinen ja markkinointihenkinen puhetapa, joka kuvastaa tekstin tyylin tasolla valtionhallinnon työ- ja johtamiskulttuurin uudistumista ja luo valtionhallinnosta positiivista mielikuvaa. Luotettavuus rakentuu vaikutelmalla hallinnon uudistumiskyvystä ja tehokkuudesta. Tässä teemassa näkyi selvästi julkishallintoon ujuttautunut promootiohenkisyys. Poikkeuksena oli tviitti, jossa Heinonen käsitteli työpaikkakiusaamista valtion

²⁶ <https://www.sitra.fi/blogit/julkisen-johtamisen-traditiot-murtuvat/>, haettu verkosta 29.10.2018

työpaikoissa. Negatiivisen asian ottaminen esille voi olla riski affektiherkässä sosiaalisessa mediassa, mutta rehellisyys myös epäkohtien suhteen edustaa avoimuutta, joka saattaa kuitenkin toimia luottamuksen rakentamisessa paremmin kuin promootiopuhe ja valtionhallinnon erinomaisuuden korostaminen. Tätä kuvastaa se, että kyseinen tviitti oli saanut aineiston keruuvaiheessa yhteensä 155 reaktiota (116 tykkäystä ja 39 uudelleentviittausta).

Keskeistä sekä johtajuuteen että valtionhallintoon liittyvissä tviittisisällöissä olikin tehokkuuden ja innovatiivisuuden korostaminen. Luottamusta rakennetaan vakuuttamalla hallinnon kyvystä toimia tehokkaasti ja edistyksellisesti; tämä onkin tärkeää legitimitetin kannalta etenkin valtiontalouden niukkuuden aikoina (Luoma-aho 2005, 41). Organisaation johtamiseen liittyvissä sisällöissä painotettiin matalaa organisaatiohierarkiaa ja ”uutta johtajuutta”. Valtionhallinnon organisaatioihin on perinteisesti liitetty pikemminkin autoritaarisuus ja hierarkkisuus; tässä aineistossa pyrittiin selvästi tästä mielikuvasta eroon. Valtionhallinnon tehokkuus ja jopa trendikkyys leimasivat näitä sisältöjä, ja tekstityylillä tavoiteltiin mielikuvaa siitä, että valtion organisaatioissa vallitsee edistyksellinen työkuulttuuri. Valtionhallintoa uudistavista hankkeista kerrottiin markkinointihenkisesti ja hyvin myönteiseen sävyyn. Luotettavuus syntyy tällöin vaikutelmalla. Tämän teeman sisältöjä leimasi usein jopa korostetun markkinointiviestinnällinen puhetapa, joka kuvastaa tekstin tyylin tasolla uudistumista ja sitä, ettei valtiolla olla jämähdetty vanhoihin, byrokraattisiin toimintatapoihin. Tässä on havaittavissa Hakalan kuvaama ilmiö eli se, että valtiovalta lainaa ideoita yritysmaailmasta – tällöin käy myös niin, että ”kansalaisuus kapeutuu asiakkuudeksi” (Hakala 2015, 250). Tässäkin aineistossa puhuttiin asiakkaista, millä saatettiin toisaalta tavoitella legitimitettiä luomalla mielikuvaa hallinnosta, joka on kansalaisten palveluksessa.

Teemassa *Uudistuva ja ketterä valtionhallinto* luottamusta rakensivat sekä vaikutelma, eli tekstin tyyli ja aihevalinnat, että suoritus, eli meneillään olevista hallinnon kehittämishankkeista ja toiminnan tehostamisesta kertominen. Näitä uudistumisesta kertovia sisältöjä leimasi vahvasti promootiohenkisyys. Hallinnon uudistumista kuvaavat sisällöt olivat korostetun myönteisiä, ja niissä pyrittiin luotettavuuteen trendikkyydellä – valtiolla ollaan kehityksessä mukana – ja vakuuttamalla tehokkuudesta. Tekstin tyyllillä luotiin mielikuvaa julkishallinnosta uudistuvana, ”ketteränä” ja innovatiivisena toimijana. Kun julkishallinto on perinteisesti nähty byrokraattisena ja tehottomana, loivat

tässä teemassa käytetyt puhetavat liki päinvastaisen mielikuvan. Valtionhallinto näyttäytyi tviiteissä korostetun asiakaslähtöisenä ja innovatiivisena.

Promootio on ujuttautunut yhteiskunnassa kaikkialle, myös julkishallintoon, ja sen käytänteet ovat tuoneet markkinaretoriikkaa hallinnon teksteihin ja kielenkäyttöön. Promootion keinojen käytöstä on toisaalta tullut julkishallinnollekin välttämätöntä, mikäli se haluaa saada näkyvyyttä mediayhteiskunnassa. Sosiaalisen median kontekstissa, jossa promootio on ikään kuin sisäänrakennettuna, tämä piirre kenties entisestään korostuu; onhan jokainen tviitti tietyssä mielessä sen julkaisseen käyttäjän promootiota ja näkyvyyden tavoittelua. Promootion riski julkishallinnolle piilee siinä, että se saattaa johdattaa luomaan liiankin positiivisia mielikuvia ja odotuksia hallintoa kohtaan. Vaarana on, että viestinnällä luodaan liian suuria odotuksia, joihin resursseiltaan rajallinen julkinen hallinto ei käytännössä pystykään vastaamaan. Tällöin luottamuksen sijasta tuloksena on epäluottamusta. (Luoma-aho 2006, 30-33.) Aineistossa oli joitakin tviittitekstejä, joiden voi katsoa luovan ylisuuria odotuksia hallintoa kohtaan ja siten vaarantavan luottamusta.

Hallinnon uudistumisesta kertovissa sisällöissä myös sekoitettiin tyylejä; tämä kertoo muutoksesta ja siirtymisestä vanhasta työkuultuurista kohti uutta (Pietikäinen & Mäntynen 2016, 135). Tyylien sekoittumista kuvasti hyvin esimerkiksi Sillanaukeen tekemä uudelleentviittaus. Alkuperäisessä tviitissä kerrottiin Sillanaukeen rap-esityksestä ministeriön järjestämässä henkilöstötilaisuudessa; uudelleentviittaukseensa Sillanaukeen oli lisännyt talvisotaan liittyvän sitaatin, jolloin trendikkyyteen (rap-musiikki) yhdistyi isänmaallisuuden eetosta. Tämä toiminee luottamuksen rakentamisessa paremmin valtionhallinnon sisällä kuin ulospäin.

6.3. Tunneilmapiiri, empatia ja emootiot

Yleisen tunneilmapiirin huomioivia tai emootiota sisältäviä julkaisuja oli aineistossa suhteellisen vähän. Tämä ei ole yllättävää; onhan julkishallinnon viestinnältä ja virkakieleltä totuttu odottamaan neutraaliutta ja tasapuolisuuden takaavaa etäisyyttä. Virkakielessä teksti on perinteisesti etäännytetty sekä sen tuottajista että lukijoista (Heikkinen 2002, 16). Aineistossa tämä näkyi tiedottavana ja informatiivisena tekstityylinä. Tasapuolisuuden vaateen takia virkamiesasemassa toimivien henkilöiden on täytynyt säilyttää tietty etäisyys sidosryhmiinsä, ja tähän kielenkäytön neutraalius sopiikin hyvin (Luoma-aho 2006, 31). Virkakieleen on kuulunut sellainen vuorovaikutus,

jossa ”kirjoittaja näyttäytyy ylivertaisena asiantuntijana” (Heikkinen 2002, 16). Sosiaaliseen mediaan taas kuuluu lähtökohtaisesti vuorovaikutus muiden käyttäjien kanssa, jolloin lienee mahdotonta olla neutraali, täysin tasapuolinen, saati asettua muiden käyttäjien yläpuolelle. Neutraalius on ristiriidassa myös sosiaalisen median affektiivisen luonteen kanssa.

Tunneilmapiirin huomioiminen on nähty tiedollisten sisältöjen ohella tärkeänä tekijänä myös luottamuksen rakentumisessa (Ilmonen & Jokinen 2002). Esimerkkinä tunneilmapiirin onnistuneesta huomioimisesta oli aineistossa Heinosen tviitti, joka liittyi Yhdysvalloissa tapahtuneisiin kouluampumisiin. Se keräsi aineiston muihin tviitteihin verrattuna poikkeuksellisen runsaasti reaktioita (tykkäyksiä) muilta käyttäjiltä: aineiston tallennusvaiheessa 1.3.2018 tykkäyksiä oli 556 kappaletta ja uudelleentviittauksia 66 kappaletta. Tyypillinen tviitin keräämä tykkäysten määrä tässä aineistossa vaihteli alle kymmenestä 20-30 tykkäykseen; yli 50 oli harvinaisuus. Tviittejä, jotka olivat saaneet enemmän kuin 100 tykkäystä muilta käyttäjiltä, oli aineistossa sen tallennusvaiheessa vain seitsemän kappaletta, jotka kaikki olivat Heinosen tviittejä. Tämä kertonee myös Heinosen Twitter-verkoston häntä kohtaan kokemasta arvostuksesta ja luottamuksesta. Edellä mainitun Heinosen tviitin keräämä runsas reaktioiden määrä oli aineistossa aivan poikkeuksellinen ja kertoo siitä, että uutisen aikaansaama tunnereaktio ja ajankohdan tunneilmapiiri on tviitissä huomioitu onnistuneesti. Teksti kiteytti kahdella sanalla uutisen muissa käyttäjissä herättämiä tunteita. Tviitti onkin hyvä esimerkki vallitsevan tunneilmapiirin ymmärtämisestä ja huomioimisesta, joka taas on keskeistä luottamuksen rakentamisen näkökulmasta.

On kuitenkin syytä muistaa myös se, että suosion logiikka ja sosiaalisen median alustojen algoritmit vaikuttavat tviittien leviämiseen ja siten myös niiden keräämien reaktioiden määrään. Suosituimpien ja seuratuimpien käyttäjien julkaisemat sisällöt leviävät laajimmalle ja se, miten laajalle yksittäinen tviitti leviää, vaikuttaa myös sen mahdollisuuksiin kerätä reaktioita. Jos joku suosittu käyttäjä reagoi tviittiin, saattaa vähemmän suosituksen käyttäjän tviitti kerätä tavallista enemmän reaktioita. Reaktioiden määrää ei aina voikaan pitää merkinä yksinomaan tviitin onnistuneisuudesta tai puhuttelevuudesta käyttäjän yleisölle, vaan se kertoo myös siitä, millaisessa verkostossa sisältö on levinnyt. Lisäksi esimerkiksi tykkäyksen tekemisen merkitystä sen tehneelle käyttäjälle on vaikea ulkoapäin arvailla. Käyttäjä saattaa tykätä julkaisusta, koska haluaa säilyttää tviitin, eikä välttämättä siksi, että on samaa mieltä tviitin julkaisijan kanssa.

6.4. Henkilöbrändi ja käyttäjän tviittaamisen konteksti

Henkilökohtaiset sisällöt luovat mielikuvaa henkilöstä ja rakentavat osaltaan sitä viitekehystä, josta käsin muut sisällöt ja argumentaatio tuotetaan (Perelman 1996, 106). Tämänäköisiä henkilöbrändiä rakentavia sisältöjä oli aineistossa varsin vähän. Johtavat virkamiehet ovat aineistoni perusteella Twitterissä korostetusti työroolissa, joka on lisäksi tiukasti raamitettu tukemaan mielikuvaa asiantuntijuudesta ja edistyksellisestä johtajuudesta. Aineiston perusteella näyttääkin siltä, että virkamiehet kokevat, että heidän ei sovi työroolissaan julkaista henkilökohtaisempaa sisältöä tai tunneilmaisua sisältäviä tviittejä. Henkilökohtaisemmilla, omasta persoonasta kertovilla sisällöillä olisi toisaalta mahdollista luoda sekä tunnesuhdetta omaan yleisöön että vahvempaa teknologiavälitteisen läsnäolon tuntua kuin pelkillä asiantuntijasisällöillä, mutta virkamiehet eivät juuri käyttäneet tätä hyväkseen. Virkamiesten Twitter-läsnäolo jäi siis melko etäiseksi ja tästä syystä luottamuksen rakentamisen näkökulmasta vajaaksi.

Kulttuurin harrastamiseen liittyvät sisällöt luovat osaltaan mielikuvaa käyttäjästä. Tällaisia olivat aineistossani pääosin korkeakulttuuria (taidemusiikki, taidenäyttelyt, kaunokirjallisuus) käsittelevät tviittisisällöt. Populaarikulttuurin genreen kuuluva esiintyjä mainittiin vain yhdessä tviitissä. Pierre Bourdieun sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman teorian mukaan yhteisössä arvostettuna pidettyjen kulttuurimuotojen harrastaminen toimii keinona erottautua sekä antaa sellaista sosiaalista ja kulttuurista pääomaa, joka on tärkeää myös valta-aseman saavuttamisessa (Crossley 2012, 86). Se, mitä kulttuurin lajia henkilö harrastaa, kertoo Bourdieun mukaan tämän persoonallisuudesta: kyky arvostaa sellaisia kulttuurisia tuotteita ja teoksia, joiden omaksuminen ja arvostaminen vaatii paljon aikaa ja panostusta ja on siis ikään kuin korkeampitasoista tai laadukkaampaa omaksumista kertoo siitä, että kyseinen henkilö on itsekin korkealla henkisellä tasolla (Bourdieu 1984, 281). Korkeakulttuuria harrastava henkilö on siten korkeammalla asiantuntijuuden tasolla ja näin myös julkishallinnon edustajana luotettavampi kuin populaarikulttuurin harrastaja. Korkeakulttuurin harrastamiseen liittyvät sisällöt kertovat käyttäjän sivistyksestä ja luovat luotettavuutta vahvistavaa kontekstia käyttäjän muille Twitterissä julkaisemille sisällöille. Toisaalta populaarikulttuuri on postmodernina aikana noussut ”salonkikelpoiseksi” korkeakulttuurin rinnalle. Kuitenkin vain yhdessä tämän aineiston kulttuuria käsittelevässä tviitissä mainittiin muun kuin korkeakulttuurin edustaja (Nerg: poliisisoittokunta, Suvi Teräsniiska).

Twitterin tapahtumaluonne näkyi aineistossa siten, että kaikki käyttäjät Heinosta lukuun ottamatta tviittasivat Suomen tasavallan presidentin virkaanastujaisista. Nämä ”*minäkin olin täällä*” -tyyppiset sisällöt kertovat siitä, että käyttäjät ovat omaksuneet sosiaalisen median käyttäjäkulttuurin ja Twitterin tyypillisen käyttötavan: sosiaalisessa mediassa on tapana tehdä tilapäivilyksiä, ja tviittaaminen tapahtumassa todistaa, että henkilö oli paikalla kyseisessä tilaisuudessa. Itse otettu valokuva vahvistaa läsnäolon. Luottamusta näissä tviiteissä rakentaa yleisen tunneilmapiirin huomioimisen lisäksi se, että ne kertovat käyttäjän pääsystä kyseiseen tilaisuuteen ja vahvistavat siten hänen arvovaltaansa. Sisällöissä, jotka on julkaistu lähinnä oman läsnäolon todistamiseksi, ilmenee Twitterin tapahtumaluonne. Kaikki aineiston tapahtumatviitit eivät liittyneet suoraan virkamiesten hallinnonalan tapahtumiin. Tämä havainnollistaa hyvin sitä, miten sosiaalisen median kulttuuriset käytänteet ja teknologiset ominaisuudet tempaavat käyttäjiä mukaansa ja houkuttelevat julkaisemaan sisältöjä sosiaalisen median sosiaalisten ja teknologisten affordanssien ehdoilla. Twitterin tapahtumaluonteen hyödyntämisestä kertoi myös sellainen tapahtumissa tviittaaminen, jossa kerrottiin omasta ja oman organisaation asiantuntijuudesta. Tällaiset tapahtumatviitit rakentavat luottamusta asiantuntijuudella.

Tviittaaminen tapahtumissa luo toisaalta käyttäjän henkilöbrändiä ja sitä kontekstia, josta käsin käyttäjä julkaisee sosiaalisessa mediassa muita sisältöjä. Tapahtumissa tviittaaminen voi tuoda henkilön lähemmäs yleisöään ja auttaa rakentamaan teknologiavälitteisen läsnäolon tuntua. Näin myös muista kuin omaan asiantuntijuuteen liittyvistä tapahtumista tviittaaminen voi rakentaa luottamusta luomalla läheisyyden ja tuttuuden tunnetta; myös siten, että käyttäjä ilmaisee ajankohtaisiin, yleisesti tärkeäksi koettuihin tapahtumiin osallistumisesta kertovilla tviiteillä ymmärtävänsä sillä hetkellä vallitsevaa tunneilmapiiriä.

6.5. Vuorovaikutus

Suora vuorovaikutus toisten käyttäjien kanssa eli vastaukset tai kommentit toisten käyttäjien tviitteihin oli tässä aineistossa varsin vähäistä ja keskittyi yhdelle käyttäjälle eli Nergille. Hän oli ainoa, joka oli ottanut Twitterin käyttöön aktiivisen vuorovaikutuksen kanavana. Muilla virkamiesjohtajilla Twitterin käyttö muistutti enemmän yksisuuntaista tiedottamista; joskin yksittäisiä vastauksia toisille käyttäjille esiintyi muillakin. Yleisvaikutelma oli se, että johtavassa asemassa olevat virkamiehet olivat vuorovaikutuksessa toisten käyttäjien kanssa Twitterissä jopa huomattavan vähän

siihen nähden, että Twitterin käyttäjäkulttuuri on Suomessakin muotoutunut varsin keskustelevalaksi. Virkamiesjohtajien Twitter-käytössä olikin pääasiassa perinteisen informoinnin ja yksisuuntaisen tiedottamisen piirteitä. Tämä seuraa suoraan viranomaisviestinnän perinteitä, jossa keskeistä on ollut kansalaisten valistaminen ja informointi ylhäältä päin (Hakala 2015, 245-246). Sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia suoraan kommunikaatioon ja vuorovaikutukseen toisten käyttäjien kanssa ei joko haluttu tai rohjettu käyttää laajalti hyväksi. Tässä hukataan Twitterin kaltaisen sosiaalisen median kanavan keskeisen ominaisuuden hyödyntäminen: suora vuorovaikutus, joka on samalla julkista viestintää laajemmalle yleisölle. Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa olisi hedelmällistä paitsi luottamuksen rakentamisen näkökulmasta niin muutenkin; esimerkiksi Riitta Suomisen tutkimuksessa, jossa tarkasteltiin suomalaisten kaupunkien Twitter-viestintää, ilmeni, että eniten reaktioita muilta käyttäjiltä keräsivät vuorovaikutteiset tviitit (Suominen 2018, 182).

Merkittävää vuorovaikutuksen onnistumisen näkökulmasta on se, miten käyttäjä itse viestii, sillä viestintätyyli joko rohkaisee tai torjuu muita käyttäjiä ottamaan kontaktia. Virkamiesten Twitter-sisältöjä usein leimannut neutraali, yksisuuntaisen tiedottava tyyli ei erityisemmin kannusta muita käyttäjiä vuorovaikutukseen. Dialogisuus vaatii myös sen osoittamista, että toista osapuolta kuunnellaan. Twitterissä ja muissa sosiaalisen median kanavissa, jossa kehonkieli puuttuu, tämä kuuntelu täytyy ilmaista tekstuaalisin keinoin. Vuorovaikutukseen kannustava Twitter-viestintä edellyttää käyttäjältä keskusteltavaa viestintätyyliä; yksisuuntainen tiedottaminen tai etäännyttävä retoriikka eivät rohkaise dialogiin.

Tämän aineiston tviittiteksteille oli tyypillistä varovaisuus ja etäisyys suhteessa muihin käyttäjiin. Suoran kontaktin ottaminen toisiin käyttäjiin oli harvinaista. Vuorovaikutuksellisia piirteitä löytyi eniten juuri Nergin tviiteistä. Nerg aloitti nykyisessä tehtävässään sote- ja maakuntauudistusten projektijohtajana 1.1.2018. Tammikuun 2018 alussa hänen tviittinsä olivat vielä lähempänä yksisuuntaista informointia; vuorovaikutteinen ja rennompia tyyliä alkoi tammikuun puolivälissä. Hän kommentoi seurantajaksolla ahkerasti muiden tviittejä ja vastasi kärsivällisesti sote- ja maakuntauudistuksiin liittyviin kysymyksiin. Nerg toi myös rohkeasti esiin omaa persoonansa. Hänen kommentointi- ja vastaustyyliinsä oli kaikkea muuta kuin neutraali ja perinteisen ”virkamiesmäinen”. Luotettavuus tulee tässä avoimuuden ja spontaanin tyylin luomasta läpinäkyvyyden vaikutelmasta. Nerg vastasi toisille käyttäjille puhutellen näitä

nimeltä, haastoi toisia käyttäjiä, ja otti useissa tviiteissä henkilökohtaisesti vastuun sote- ja maakuntauudistusten valmistelun onnistumisesta. Retorisena keinona oli usein puhujakategorialla oikeuttaminen: hän puhui usein joko johtavan virkamiehen taikka kansalaisen puhujakategoriasta käsin. Jälkimmäinen rakentaa luottamusta asettamalla puhujan yhdeksi meistä kansalaisista, jolloin hän kykenee ymmärtämään kansalaisten huolia ja tarpeita. Nerg myönsi toisten käyttäjien esiin nostamia uudistusten puutteita ja otti jopa henkilökohtaista vastuuta niiden korjaamisesta. Hän ei seurantajaksolla saanut erityisen negatiivisia tai ilkeitä kommentteja – tämä saattaa kuvastaa myös sitä, ketkä olivat tuolloin hänen pääasiallinen yleisönsä Twitterissä. Mahdollisesti se kertoo siitä, että Nergin tviitit eivät levinneet juurikaan sote- ja maakuntauudistuksia kannattavien käyttäjien Twitter-kuplan ulkopuolelle. Nerg osoitti usein vastauksensa suoraan toiselle käyttäjälle @-merkillä tai puhutteli vastauksen alussa toista käyttäjää joko tervehtien: ”Tervehdys...” tai suoraan nimeltä: ”Pekka, ...”. Osa näistä puhutteluista paljasti toisaalta puhujan ylemmyden suhteessa puhuteltavaan (”Matti hyvä...”) (Kaakkuri-Knuuttila 2012, 234). Hän myös kehui ja kannusti: ”Hieno lista..”, ”Juuri niin”, ”Pauli, niin totta.”; ”Aivan samaa mieltä...”. Nämä vuorovaikutteiset elementit rohkaisivat ottamaan häneen kontaktia. (Isotalus ym. 2018, 184). Toisaalta hän käytti vastauksissaan suhteellisen usein retorisenä keinona vasta-argumentilta suojautumista, mikä heijastanee kokemusta siitä, että Twitterissä asioista lähdetään herkästi väittelemään kiihkeästikin, jolloin vastaväitteisiin on syytä varautua jo ennalta. Tosin silmiinpistävää oli, että seurantajaksolla Nergille esitti kysymyksiä lähinnä muutama tietty käyttäjä, vaikka hän on varsin tunnettu henkilö virkamiesten joukossa, ja hänellä oli myös muihin verrattuna runsaasti seuraajia Twitterissä. Tästä voi päätellä, että vuorovaikutus virkamiesten kanssa ei ole muodostunut käytännöksi myöskään heidän Twitter-yleisöilleen.

Useissa tutkimuksissa on saatu samansuuntaisia tuloksia poliitikkojen osalta. Poliitikkojen viestintä Twitterissä on enimmäkseen yksisuuntaista informointia ja vuorovaikutus kansalaisten kanssa vähäistä. Eniten vuorovaikutusta on omien seuraajien kanssa. (Isotalus 2017, 140-144.) Kommunikointi kansalaisten kanssa sosiaalisessa mediassa ei tämän perusteella vaikuta muodostuneen yleiseksi käytännöksi sellaisilla henkilöillä, jotka viestivät jostakin institutionaalisesta asemasta käsin. Tähän saattaa vaikuttaa Twitterin usein kärjekäs keskusteluilmapiiri ja yksittäisistä tviiteistä viime aikoina nousseet mainekriisit. Virkamiesten varovaisuutta saattaa selittää osittain virkavastuu. Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa sisältääkin institutionaalisesta

asemasta katsottuna riskejä, koska se altistaa käyttäjän suoralle kritiikille ja negatiivisille kommenteille. Toisaalta vuorovaikutus olisi luottamuksen rakentamisen näkökulmasta vahva strategia, sillä etenkin dialogisella vuorovaikutuksella luodaan myös kontekstia ja yhteistä käsitystä asioista.

6.6. Uudelleentviittaaminen

Uudelleentviittaaminen on nopea tapa julkaista sisältöä omalla aikajanalla. Aineisto sisälsi runsaasti pelkkiä uudelleentviittauksia, joihin käyttäjä ei ollut lisännyt sisältöä (1293 tviittiä 1860 tviitistä, eli 69 prosenttia tviiteistä). Oman kommentin lisääminen uudelleentviittaukseen saattaa jäädä tekemättä esimerkiksi kiireen takia – käyttäjällä ei ole aikaa miettiä kommenttia, mutta hän haluaa kuitenkin jakaa alkuperäisen tviitin omille seuraajilleen. Mikäli käyttäjä on ollut eri mieltä kuin alkuperäisen tviitin julkaisija, hän on todennäköisesti lisännyt uudelleentviittaukseen oman kommentin. Uudelleentviittausta ei tulekaan automaattisesti pitää osoituksena siitä, että sisältö kuvastaa käyttäjän mielipidettä; joskin on oletettavaa, että virkamiehet eivät uudelleentviittaa ainakaan sellaisenaan sisältöjä, joista heidän näkemyksensä poikkeavat. Uudelleentviittaamalla voidaan myös vahvistaa verkostoja ja osoittaa ystävyyttä ja samanmielisyyttä. Tätä kuvasti aineistossa muun muassa se, että valtiohallinnon toimijat uudelleentviittasivat toistensa sisältöjä.

Syy uudelleentviittausten runsauteen saattaa ainakin osaksi piillä siinä, että Twitter on tehnyt uudelleentviittamisesta hyvin helppoa. Tällainen sosiaalisen median alustojen affordansseihin tarttuminen kertoo siitä, miten ne huomaamattamme johdattelevat tapojamme viestiä sosiaalisessa mediassa. (Murthy 2013, 6-7.) Sosiaalisen median alustojen käytänteet ja sosiaaliset ja teknologiset affordanssit ikään kuin kutsuvat käyttäjiä tekemään juuri tietyntyypistä sisältöä, joka on hyödyllistä alustojen näkökulmasta. Onkin tärkeää tiedostaa se, miten sosiaalisen median käyttäminen voi huomaamattamme muokata tapojamme viestiä.

Verkkoviestinnälle on toisaalta aina ollut tyypillistä se, että aktiivisia sisällöntuottajia on vähän. Useimmat verkon käyttäjät ovat yleisön roolissa. Uudelleentviittaaminen ja linkkien jakaminen sosiaalisessa mediassa voidaankin nähdä eräänlaisena sosiaalisen median ”aktiivisena yleisöytinä”, kun taas kommunikointi muiden kanssa on aktiivista toimintaa, jonka osuus on verkkoviestinnässä yleensäkin pienempi. Uudelleentviittaaminen on kuitenkin luottamuksen rakentamisen näkökulmasta heikko

strategia, sillä se jättää käyttäjän etäiseksi eikä todellisuudessa kerro juuri mitään hänen tai hänen edustamansa organisaation linjauksista; etenkin jos uudelleentviittaus ei sisällä käyttäjän omaa kommenttia. Uudelleentviittaamalla toisten julkaisemia sisältöjä hukataan mahdollisuus kertoa asioista omalla äänellä ja omasta näkökulmasta, joka lisäisi luottamusta rakentavaa tuttuutta. Uudelleentviittaus ei myöskään lisää hallinnon avoimuutta, vaan lähinnä sisällön alun perin julkaisseen tahon sisältöjen merkityksellisyyttä ja levinneisyyttä.

Silloin, kun organisaation johtaja uudelleentviittaa oman organisaationsa organisaatiotilin tviittejä, voidaan se nähdä retorisenä (asiantuntijuudella vahvistaminen, konsensuksella vahvistaminen, puhujakategoriolla oikeuttaminen). Tällöin johtavassa asemassa oleva virkamies antaa tunnustusta organisaation asiantuntijuudelle. Luottamuksen rakentamisen näkökulmasta asetelma ontuu sikäli, että tunnustus tulee oman organisaation sisältä ja edustaa siten pikemminkin Sztompkan kuvamaa tietyn ryhmän keskinäisen hyvän maineen rakentamista (Sztompka 1999, 74). Asiantuntijuudella tai konsensuksella vahvistaminen toimii luottamuksen rakentamisessa paremmin silloin, kun tunnustus tulee ulkopuoliselta taholta, ja valtionhallinnon kohdalla lisäksi hallinnon ulkopuolelta. Toisaalta oman organisaation tviittien uudelleentviittäminen on Twitterissä hyvin yleistä, ja on oletettavaa, että ainakin Twitteriä paljon käyttävät muut käyttäjät osaavat tulkita tätä Twitter-kontekstissa oikein, eli algoritmien ohjaaman näkyvyyden hakemisena oman organisaation tviiteille. Valtionhallinnon toimijoiden keskinäinen uudelleentviittäminen, erityisesti silloin kun saatteena on hyvin positiivinen kommentti, saattaa kuitenkin ulkopuolisille näyttäytyä hallinnon keskinäisenä kehumisena, joka ei edistä luottamusta vaan pikemminkin rapauttaa sitä. Tällaisella uudelleentviittämisellä saatetaan huomaamattaan vahvistaa hallinnon itse itsestään luomaa kuvaa oman toiminnan onnistuneisuudesta.

6.7. Sisältöjen jakaminen

Sisältöjen jakaminen eli sosiaalinen kuratointi on verkon perinteinen sisällöntuotanto- ja toimintatapa. Tässä strategiassa tviittien sisältönä oli usein pelkästään jaetun linkin mukana automaattisesti tuleva sitaatti jaetusta verkkosisällöstä. Tämä voi kertoa esimerkiksi kiireestä tai siitä, että omaa tulkintaa tai mielipidettä sisällöstä ei haluta esittää. Suora lainaus tekee tviitistä ikään kuin neutraalimman. Pelkkä jaettu sisältö kertoo käyttäjästä vain epäsuorasti; oman kommentin lisääminen parantaisi tviitin laatua

lisäämällä jaettuun sisältöön käyttäjän oman näkemyksen. Tällöin tviitti lisäisi tietämystä sen julkaisseesta käyttäjästä ja toimisi luottamuksen rakentamisen kannalta paremmin. Tyytyminen linkin automaattiseen jakamiseen tai jaetun jutun suoraan siteeraamiseen ei myöskään kannusta muita käyttäjiä vuorovaikutukseen tai liitä tviittiä muihin keskusteluihin (Suominen 2018, 183). Sisältöjen jakaminen sellaisenaan lisää luottamusta lähinnä linkin sisällön tuottanutta tahoa kohtaan, koska tämän viestiä linkin jakaminen sosiaalisessa mediassa vahvistaa.

6.8. Visuaaliset elementit ja emojiit

Visuaalisia elementtejä kuten emojiita tai käyttäjien itse ottamia valokuvia sisältyi tähän aineistoon varsin vähän. Videoita aineistoon ei sisällynyt lainkaan, lukuun ottamatta paria linkkiä YouTubessa julkaistuihin videoihin. Kuvat olivat lähinnä tviitteihin lisättyjen linkkien mukana automaattisesti tulevia kuvia. Käyttäjien itse ottamat valokuvat oli pääsääntöisesti otettu tapahtumissa, ja ne liittyivät kiinteästi kyseisen tviitin tekstisisältöön. Emojiita oli koko aineistossa vain 28 kappaletta, ja niitä käyttivät lähinnä Nykopp (17) ja Nerg (9). Tulkitsen tämän niin, että virkamiesasemasta käsin viestittäessä pyritään Twitterissäkin asiallisuuteen, jolloin emojiita vältetään niiden leikkisän sävyn takia (Stark & Crawford 2015, 1). Nykoppin tyyli oli kokonaisuutena muita rennompi ja leikkisämpi; tähän emojiit sopivat luontevasti. Emojien käyttö saattaakin liittyä käyttäjän henkilökohtaiseen tyyliin viestiä. Emojiit myös sopivat hyvin markkinointihenkiseen ja trendikkyyttä tavoittelevaan tekstityyliin, jota Nykopp suosi. Emojiit oli tviiteissä usein sijoitettu tyypilliseen tapaan tviitin loppuun, jossa ne pehmentävät tekstiä ja antavat sille ystävällisemmän sävyn (Danesi 2017, 54). Ystävällisyys ja tuttavallisuus luovat luottamusta rakentavaa läheisyyttä. Nykoppin emojien käyttö osoitti ymmärrystä sosiaaliseen mediaan viestintäympäristönä. Toisaalta myös Nykoppin teksti oli enimmäkseen yksisuuntaista tiedottamista, joka erottui muiden virkamiesten tviiteistä lähinnä markkinointihenkisyydellään. Koska muut vuorovaikutukseen kutsuvat elementit puuttuivat, jäi emojien käyttö vuorovaikutuksen ja siten luottamuksen näkökulmasta pinnalliseksi.

6.9. Yleisimmät retoriset keinot ja uudelleentviittaamisen retorisuus

Olen tarkastellut analyysissä myös sitä, mitä retorisia keinoja käyttäjien omissa tviittiteksteissä oli käytetty. Retoristen keinojen analysointi tässä yhteydessä on perusteltua siksi, että julkishallintoon lähtökohtaisesti kohdistuvan epäluottamuksen

johdosta virkamiesten on vakuutettava yleisönsä sekä omasta luotettavuudestaan että julkisten organisaatioiden luotettavuudesta. Olen esitellyt tviittiteksteissä käytettyjä retorisia keinoja jo edellä, mutta käyn tässä vielä perusteellisemmin läpi aineistossa yleisimmin esiintyneet retoriset keinot sekä uudelleentviittauksen retorisuuden.

Tviiteissä useimmin toistuva retorinen keino oli *puhujakategoriolla oikeuttaminen*. Yleisimmin tviittiteksteissä puhuttiin johtavassa asemassa olevan virkamiehen asemasta käsin. Tällöin argumentaatio nojaa kirjoittajan asemaan organisaatiossa. Tämän retorisen keinon yleisyys aineistossa juontunee siitä, että useat tviittitekstit olivat tyyliltään yksisuuntaisen informoivia ja tiedottavia. Kirjoittaja esitti niissä asioita arvovaltaisesta johtajan puhujakategoriasta käsin ikään kuin itsestään selvästi totena. Tällöin puhujan (tviitin kirjoittajan) asema jo itsessään takaa uskottavuuden ja luotettavuuden. Näissä tviiteissä esiintyi myös vaihtoehdottomuuspuhetta. Puhujakategoriolla oikeuttamista tapahtui myös muista kategorioista kuten esimerkiksi kansalaisen tai työntekijän puhujakategoriasta käsin, jolloin virkamies asettui ”yhdeksi meistä”. Tällöin uskottavuus ja luotettavuus tulee siitä, että virkamies on samassa asemassa kuin yleisönsä, yksi meistä kaikista, ja kykenee näin asettumaan tavallisen kansalaisen asemaan.

Toinen tviiteissä yleisesti käytetty retorinen keino oli *asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen*, eli tutkimustuloksiin ja asiantuntija-artikkeleihin viittaaminen ja niihin linkittäminen. Luotettavuus nojaa tässä muiden, arvostettujen tahojen asiantuntemukseen. Yleisesti käytettiin myös *vaihtoehdottomuuspuhetta* eli ”*tosiasiat puhuvat puolestaan*” -retoriikkaa, jossa tekstistä on häivytetty toimijuus verbin passiivimuodolla. Tällöin lukijalle tulee se vaikutelma, että asiat tapahtuvat väistämättä. Vaihtoehdottomuuspuhetta syntyy Twitterissä myös tahattomasti, sillä passiivia saatetaan käyttää, jotta tviittiin saataisiin mahtumaan enemmän merkkejä.

Tietyntyypisten sisältöjen uudelleentviittaaminen voidaan Twitter-kontekstissa nähdä retorisenä, jolloin se on *konsensuksella* tai *asiantuntijuudella vahvistamista*. Tällaista sisältöä olivat aineistossa tviitit, joissa joku toinen käyttäjä kertoo positiiviseen sävyyn virkamiehen esiintymisestä jossakin tilaisuudessa tai jakaa linkin virkamiehen blogikirjoitukseen tai verkkokolumniin myönteisen kommentin kera. Tämän tyyppistä Twitterin toiminnallista retoriikkaa esiintyi melko paljon; eniten Heinossella. Uudelleentviittausten runsaus ei sinänsä ole yllättävää, sillä se on Twitterissä tehty helpoksi. Huomionarvoista tässä on se, että tiettyjen sisältöjen uudelleentviittaamisen

retorisuus ilmenee käyttäjän omasta uudelleentviittaamisen motiivista huolimatta; uudelleentviittausta ei siis välttämättä ole käytetty tietoisesti retorisisessa tarkoituksessa. Ilmiöön vaikuttaa se, että uudelleentviittaus koetaan osaksi uudelleentviittaajan, ei alkuperäisen sisällöntuottajan aikajanaa (Murthy 2013, 32). Syy uudelleentviittaukselle onkin mitä luultavimmin yleensä toinen kuin minä sen retorisuus näyttäytyy. Uudelleentviittauksella saatetaan esimerkiksi vahvistaa verkostoja tai osoittaa ystävällisyyttä muille käyttäjille. Myös toisten käyttäjien reaktiot (tykkäykset) käyttäjän julkaisemaan tviittiin voidaan nähdä retorisisina eli konsensuksella vahvistamisena. Se, että jokin tviitti saa paljon reaktioita muilta käyttäjiltä, vahvistaa kyseisen tviitin viestiä ja sen lähettäneen käyttäjän mainetta Twitterissä sekä vaikuttanee myös käyttäjän näkyvyyteen toisten käyttäjien uutisvirroissa, jolloin käyttäjän merkittävyys verkostossa kasvaa.

Twitter-sisältöjen laadullisessa analyysissä on huomioitava se jo edellä mainitsemani seikka, että merkkimäärärajoitus muokkaa väistämättä tekstuaalista ilmaisua. Tviittiteksteissä saatetaan usein jättää lauseesta pois joitakin sanoja, jotta tviittiin mahtuisi enemmän merkkejä. Tämä saattaa tahattomasti lisätä tviittiteksteihin etäännyttävää retoriikkaa ja vaihtoehdottomuuspuhetta. Koska merkkimäärärajoitus on Twitterin keskeinen ominaisuus, voidaan kuitenkin olettaa, että ainakin säännöllisesti Twitteriä käyttävät osaavat tulkita verbin puuttumista ja muita merkkimäärän vähäisyydestä johtuvia ilmaisutapoja Twitter-kontekstiin kuuluvina ominaisuuksina. Merkkimäärärajoituksella leikittely myös kuuluu Twitterin käyttäjäkulttuuriin; tämä näkyy muun muassa siinä, että aihetunnisteita käytetään usein luovasti osana tekstisisältöä. Tässä aineistossa tätä esiintyi etenkin Nykoppilla.

Yhteenvedon totean, että johtavien virkamiesten viestintä Twitterissä oli tässä aineistossa pääasiassa yksisuuntaista tiedottamista. Uudelleentviittauksia oli runsaasti, vuorovaikutus oli vähäistä, ja sisällöt painottuivat asiantuntijuuteen. Asiantuntijuuden painottuminen Twitter-viestinnässä rakentaa luottamusta valtionhallintoon vahvistamalla mielikuvaa hallinnon korkeasta asiantuntemuksesta, joka takaa luotettavuuden. Tämä on kiistatta tärkeää; onhan asiantuntijuuden korkea taso tehtävien onnistuneen hoitamisen kannalta olennaista julkisille organisaatioille, jotka useimmiten ovat asiantuntijaorganisaatioita. Luottamuksen näkökulmasta virkamiesten Twitter-läsnäolo jää kuitenkin asiantuntijuutta ja yksisuuntaista informointia painottamalla vajaaksi, sillä luottamuksen saavuttamisessa keskeistä on myös tunteiden ja tunneilmapiiriin ymmärtäminen ja huomioiminen sekä dialoginen vuorovaikutus. Näiden vähäisyys antaa

vaikutelman siitä, että hallinto yhä katsoo kansalaisia autoritäärisesti ylhäältä alaspäin. Etenkin Twitterin kaltaisessa keskusteleavassa sosiaalisen median kontekstissa yksisuuntainen informointi etäännyttää käyttäjää yleisöstään. Etäisyys puolestaan ruokkii epäluottamusta. Toisaalta tunneilmapiirin ymmärtämisestä ja huomioimisesta sekä vuorovaikutuksesta oli aineistossa onnistuneitakin esimerkkejä.

Promootiohenkisillä tviiteillä voidaan rakentaa luottamusta valtionhallintoon etenkin hallinnon sisällä, me-henkeä luomalla, mutta ulospäin promootio saattaa rapauttaa luottamusta, mikäli hallinnon toiminta ei todellisuudessa vastaakaan markkinointihenkisissä tviiteissä annettuja lupauksia. Valtionhallinnon keskinäinen uudelleentviittaaminen saattaa ulospäin näyttäytyä jopa hallinnon keskinäisenä kehumisena, joka ei edistä luottamuksen rakentumista; toisaalta algoritmien ohjaamassa Twitter-kontekstissa se usein myös ymmärrettäneen pyrkimyksenä saada tviiteille lisää näkyvyyttä.

7. Pohdinta

Tutkimustulokseni osoittavat, että sosiaalisen median mukanaan tuomiin ja luottamuksen kannalta keskeisiin vuorovaikutteisuuden ja persoonana viestimisen vaatimukseen ei virkatehtäviin liittyvässä viestinnässä aivan kyetä vastaamaan. Osan näistä vaatimuksista voidaan katsoa olevan lähtökohtaisesti ristiriidassa sen kanssa, mitä virkaviestinnältä on perinteisesti odotettu. Virkamiestyöhön on liittynyt tietyn etäisyyden pitäminen neutraaliuden ja puolueettomuuden saavuttamiseksi. Henkilökeskeinen, affektiivinen sosiaalinen media on virkamiesten kannalta hankala viestintäympäristö, eivätkä sen käyttäjäkulttuuriin kuuluva oman persoonan esiin tuominen ja spontaani vuorovaikutus helpolla sovitettu virkamiesten työrooliin (Koskinen 2014, 129).

Sosiaalinen media asettaakin virkamiesten viestinnälle monia haasteita. Useat valtionhallinnon virastojen tehtävät kuten koulutuksen ja terveydenhuollon kehittäminen liittyvät kiinteästi sekä arvoihin että ihmisten arkeen, joten niistä keskusteleminen herättää helposti voimakkaitakin tunnereaktioita. Ongelmallista keskusteluun osallistumisen kannalta on se, että nopeatempoisessa ja usein kärkevässä sosiaalisen median keskustelussa henkilön tai organisaation mainetta rikkova kohu voi nousta jo yhdestä varomattomasti muotoillusta tviitistä. Keskusteleminen omalla nimellä voi altistaa käyttäjän vihapuheelle tai jopa väkivallan uhalle. Vuorovaikutteisuus altistaa jo

itsessään ristiriitatilanteille, eikä viestintää voi avoimessa keskustelussa suunnitella tarkasti etukäteen. Mainekriisien välttämiseksi on pyrittävä aistimaan yleistä tunneilmapiiriä ja huomioimaan se omassa viestinnässä. Tämä on tärkeää myös luottamuksen näkökulmasta. Tunteiden huomioimisen merkitys ja tämänhetkisyys on kulttuurissamme muutenkin lisääntynyt; etenkin sosiaalisen median yleistyttyä. On kyettävä tekemään tiettyyn hetkeen liittyvää tulkintaa ja emotionaalisen ilmapiirin tunnustelua. Sosiaalisen median kohut, joita on viime aikoina ollut runsaasti, heijastanevat osaltaan juuri tätä sekä myös sitä, että arvojen tekeminen näkyväksi on yhteiskunnassa yhä suuremmassa roolissa. Sosiaalisen median aikakaudella arvojen rikkominen tulee nopeasti yleiseen tietoisuuteen. Twitter-yleisö voi olla armoton ruotiessaan tapauksia, joissa on puhuttu tai toimittu yhteisön arvojen vastaisesti.

Julkishallinnon viestintä on perinteisesti ollut ylhäältä päin sanelevaa ja tiukasti moderoitua. Tämä lähestymistapa on ristiriidassa verkon ja sosiaalisen median keskustelukulttuurin kanssa, johon yläpuolelta johdettu osallistuminen ei erityisen hyvin sovi. Perinteinen yksisuuntainen viestintätyyli kuitenkin siirtyy helposti sosiaaliseen mediaan; etenkin viranomaisviestinnässä, jossa lähettäjä tyypillisesti näyttäytyy autoritaarisena tiedon jakajana ja vastaanottaja tiedottamisen kohteena. (Suominen 2018, 174-175.) Dialoginen vuorovaikutus taas edellyttää, että keskustelun osapuolet ovat tasaveroisia. Jatkossa olisi kiinnostavaa tutkia sitä, millaisena julkishallinnon sosiaalisen median viestintä näyttäytyy kansalaisten näkökulmasta, ja toivovatko kansalaiset enemmän vuorovaikutusta virkamiesten kanssa sosiaalisessa mediassa.

7.1. Tutkimusmenetelmän soveltuvuus tutkimuskysymysteni ratkaisemiseen sekä tutkielman rajoitukset

Käyttämäni tutkimusmenetelmä eli retorinen diskurssianalyysi soveltuu tutkimuskysymysteni ratkaisemiseen, sillä sen avulla voidaan etsiä tviittiteksteistä suostuttelun ja vakuuttamisen elementtejä. Se, miten Twitterissä julkaisuilla sisällöillä ja teksteillä kyetään vakuuttamaan yleisö kirjoittajan ja tämän edustaman organisaation luotettavuudesta, vaikuttaa niitä kohtaan koettuun luottamukseen.

Toisaalta diskurssianalyysi ei paljasta sitä, millaisissa verkostoissa käyttäjät ovat mukana. Verkottuneisuus on sosiaalisessa mediassa keskeistä. Olisi hedelmällistä tarkastella sitä, millaisia valtionhallinnon virkamiesten Twitter-verkostot ovat, kenelle virkamiehet osoittavat tviittejä, ja ketkä heidän tviittejään uudelleentviittaavat. Ehdotankin yhdeksi

jatkotutkimuksen aiheeksi verkostanalyysiä, jossa tarkastellaan valtiohallinnon verkottuneisuutta sosiaalisessa mediassa. Verkostanalyysin avulla olisi mahdollista selvittää muun muassa sitä, miten laajalle virkamiesten tviitit leviävät ja millaisia yleisöjä he voivat Twitterissä tavoittaa. Tällä on merkitystä myös luottamuksen rakentumisen kannalta. On todettu, että internetissä ja etenkin sosiaalisessa mediassa ajaututaan helposti samoista asioita kiinnostuneiden, saman näkökulman ja ajattelumaailman omaavien kuplaan (Sunstein 2017, 155). Tämän ilmiön olemassaoloa julkishallinnon sosiaalisen median verkostoissa olisi kiinnostavaa ja hyödyllistä selvittää.

Olen jättänyt analyysin ulkopuolelle tviitteihin linkitetyt, muualla verkossa sijaitsevat sisällöt kuten käyttäjien omat blogitekstit, koska niiden sisällyttäminen analyysiin olisi ollut liian työlästä. Toisaalta ainakin keskeisimpien aineistoon kiinteästi liittyvien sisältöjen tarkasteleminen olisi selventänyt näiden tviittien merkityksiä ja syventänyt analyysiä.

Tutkielmani rajoitukset liittyvät myös aineiston pienuuteen. Viiden johtavassa asemassa olevan valtiohallinnon virkamiehen tviitit kahden kuukauden ajalta näyttävät välähdyksen siitä, miten valtiohallinnossa käytetään Twitteriä virkatehtäviin liittyvässä viestinnässä, mutta näin pienen aineiston antama kuva jää väistämättä puutteelliseksi. Laajempi aineisto, johon sisältyy myös asiantuntijatehtävissä toimivien virkamiesten tviittejä, antaisi monipuolisemman ja kattavamman käsityksen. Virkamiesten joukossa on varmasti myös niitä, jotka julkaisevat Twitterissä runsaasti omaa sisältöä ja ovat usein vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa. Aineistossani on lisäksi puutteena se, että sen ulkopuolelle jäivät seurantajakson tviitteihin liittyvät erilliset kommenttiketjut, koska ne eivät olleet tulostuneet käyttäjien Twitter-tileiltä tulostamiini PDF-tiedostoihin. Näissä kommenttiketjuissa on saattanut olla vuorovaikutteista sisältöä, jonka sisällyttäminen aineistoon olisi ollut hedelmällistä.

7.2. Ehdotuksia virkamiesten Twitter-viestinnän kehittämiseksi

Julkisten organisaatioiden legitimitetti riippuu pitkälti niitä kohtaan koetusta luottamuksesta. Keskeistä luottamukselle on avoin vuorovaikutus. Twitter on luottamuksen rakentamisen näkökulmasta kiinnostava viestintäympäristö julkishallinnolle etenkin siksi, että siellä kenen tahansa on mahdollista olla vuorovaikutuksessa virkamiesten kanssa. Samalla tämä vuorovaikutus on julkista. Tampereen yliopiston puheviestinnän professori Pekka Isotalus on todennut, että

sosiaalinen media vaatii poliitikoilta uudenlaista viestintäosaamista (Isotalus 2017, 148). Saman voi tutkimustulosteni perusteella todeta virkamiesten osalta. Kuten Vihma ym. toteavat, on institutionaalinen julkisuus uuden haasteen edessä, kun kirjallisen viestinnän ohella olisi siirryttävä viestimään puhekielisemmin – käydäänhän kamppailua esimerkiksi asiantuntijuudesta yhä enemmän juuri digitaalisilla keskustelufoorumeilla. Näiden keskustelujen ulkopuolelle ei ole varaa jättäytyä, jos mieli säilyttää asemansa. (Vihma ym. 2018, 218.) Aito vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa vaatii ”taitoa kuunnella, vastata ja väitellä” ja myös omien näkemysten ja tunteiden jakamista (Isotalus 2017, 149). Keskustelu edellyttää, että ollaan mukana kokonaisena persoonana, ja käyttäjän tyyli viestiä vaikuttaa siihen, miten hänen yleisönsä reagoi. Yksisuuntaisen tiedottava ja neutraali viestintätyyli ei rohkaise muita dialogiin; ei myöskään markkinoiva puhetapa. (Suominen 2018, 182.) Virkamiesten kannattaisikin lisätä tviittiteksteihin kielenkäytön vuorovaikutuksellisia elementtejä, jotta heidän Twitter-viestinnässään mahdollistuisi nykyistä paremmin luottamusta rakentava dialogisuus. Oman persoonan tuominen enemmän esiin lisäisi luottamusta rakentavaa tuttuutta ja läheisyyttä. Avoimuus ja kommunikointi myös jo itsessään tekevät tutummaksi ja siten rakentavat luottamusta – merkityksellistä ei siis ole ainoastaan se, mistä puhutaan, vaan se, että ylipäättään ollaan avoimesti vuorovaikutuksessa. Hongin (2013) tutkimuksesta käy ilmi, että myönteiset kokemukset vuorovaikutuksesta hallinnon kanssa sosiaalisessa mediassa lisäsivät kansalaisten luottamusta hallintoa kohtaan. Tämän perusteella virkamiesten kannattaisi kehittää digitaalisen vuorovaikutuksen taitoja.

Toisaalta se, että sosiaalista mediaa on viime aikoina alettu tarkastella hyvinkin kriittisesti, saattaa tehdä siitä etenkin julkishallinnon kannalta ongelmallisen viestintäympäristön. Sosiaalisen median liiketoimintalogiikkaan kohdistuneen kritiikin ja erilaisten sosiaalisessa mediassa ilmenneiden vaikuttamispyrkimysten ohella havainnot siitä, että sosiaalisen median käyttöön kehittyy helposti riippuvuutta, lisäävät sosiaalisen median ongelmallisuutta. On kenties syytä ainakin pohtia jopa sitä, tulisiko julkisten toimijoiden näistä syistä kantaa nykyistäkin enemmän eettistä vastuuta siitä, mitä viestintäkanavia ne käyttävät. Lisäksi sosiaalisessa mediassa ilmenevä samoin ajattelevien kuplautuminen ja mielipiteiden kärjistyminen sekä digitaalisen viestinnän puutteelliset keinovarat empatian osoittamiseksi saattavat tehdä dialogisen keskustelun ylläpitämisestä sosiaalisessa mediassa hyvinkin haastavaa. Saattaakin olla, että

sosiaalinen media nykymuodossaan ei edellä mainituista syistä olekaan luottamuksen rakentamiselle kaikkein otollisin areena.

Tämän aineiston tviiteistä löytyi monenlaisia tekstityylejä: markkinointihenkistä valtionhallinnon erinomaisuuden hehkutusta, neutraalin asiallista ja informoivaa puhetapaa, tuttavallisuutta, ja myös vuorovaikutusta. Kielenkäytön ristiriitaisuudet kertovat usein muutoksesta – siitä, että sosiaalinen ja yhteiskunnallinen konteksti muuttuvat (Pietikäinen & Mäntynen 2016, 125 & 134). Aineistossa oli selvästi havaittavissa se, että johtavat virkamiehet pyrkivät muuttamaan julkishallinnon viestintää rennommaksi ja siten hallintoa helpommin lähestyttäväksi, mutta ainakin luottamuksen rakentamisen näkökulmasta osin huonosti toimivilla keinoilla kuten promootiopuheella. Sekä sosiaalisen median kontekstissa viestittäessä että luottamuksen rakentamisen kannalta vuorovaikutus olisi parempi strategia. Markkinoiva puhetapa antaa kyllä rennon vaikutelman, mutta vaikka sävy olisikin tuttavallinen, se ei edistä dialogia. Promootio saattaa toimia jopa luottamusta rapauttaen, mikäli annettuja lupauksia ei pystytäkään pitämään. Valtionhallinnon sisällä promootiopuhe saattaa kyllä kannustaa ja luoda mehenkeä sekä rakentaa hallinnolle jo valmiiksi myötämielisiin sidosryhmiin päin luottamustakin, mutta siitä puuttuu aito dialogisuus ja toisen osapuolen kuunteleminen, ja siksi se saattaa olla myös etäännyttävää ja lisäksi luoda omahyväisen vaikutelman. Twitter on toisaalta lähtökohtaisesti promootiohenkinen viestintäympäristö, joka kannustaa markkinoimaan omaa käyttäjätiliä. Virkaviestintään ja -kieleen saattaakin sosiaalisessa mediassa viestimisen myötä tulla lisää markkinointihenkisyyttä (Suominen 2018, 186). Kiinnostava jatkotutkimuksen aihe olisi tarkastella sitä, onko viestintä sosiaalisessa mediassa muuttanut valtionhallinnon puhetapoja muissa viestintäkanavissa.

Yksi tämän tutkimuksen johtopäätöksistä on se, että luottamusta rakentavan vuorovaikutuksen lisäämiseksi virkamiesten tulisi tietoisesti lisätä tviittiteksteihin vuorovaikutuksellisia elementtejä. Jos muut käyttäjät osoittavat virkamiehille kysymyksiä tai kommentteja, tulisi dialogiin kannustaa vastaamalla ja ilmaisemalla tekstin keinoin kuuntelua ja empatiaa. Yksisuuntaisella tiedottamisellakin on toki virkamiesten Twitter-viestinnässä yhä paikkansa, mutta luottamuksen rakentamiseksi kannattaisi hyödyntää sosiaalisen median tarjoamaa mahdollisuutta vuorovaikutukseen – sosiaalisessa mediassa hallinnon asiantuntijat eivät ole Giddensin kuvaamia ”poissaolevia toisia”, vaan heidät voidaan kohdata ikään kuin kasvokkain, jolloin

luottamus voi rakentua kommunikaatiossa. (Giddens 1995, 127). Tätä vahvistaa sosiaalisessa mediassa teknologiavälitteisen viestinnän mahdollistama läsnäolon tunne.

Aito dialogisuus edellyttää myös sitä, että rohjetaan ottaa puheeksi ja kommentoida myös oman organisaation toiminnan ja julkishallinnon epäkohtia. Tässä aineistossa valtionhallinnosta välittyi pääasiassa hyvin ruusuinen kuva, ja tviittaaminen näyttäytyi jopa valtionhallinnon promotiona. Onkin kieltämättä niin, että epäkohtien ruotiminen sosiaalisessa mediassa saattaa olla vaarallista organisaation maineen kannalta. Toisaalta negatiivisista asioista kannattaa keskustella avoimesti mikäli niitä tulee esiin, koska sosiaalisessa mediassa niistä varmasti keskustellaan joka tapauksessa (Sauri 2015, 32).

Viestinnässä on lisäksi otettava huomioon se, että toiminnassamme ja tekemisessämme on aina läsnä myös tunne ja kunkin tilanteen tunneilmapiiri. Aito dialogi vaatii toisen osapuolen huomioimista, tunteiden läsnäolon tunnistamista ja empatiaa. Tähän sosiaalinen media tarjoaa puutteistaan huolimatta julkishallinnon organisaatioille myös mahdollisuuksia, sillä edellä mainittu on sosiaalisessa mediassa luontevampaa henkilöiden välisessä kuin organisaatiopositivisesta käsin toteutetussa viestinnässä. Lisäksi se, että Twitter on olemukseltaan joukkoviestinnän ja henkilökohtaisen viestinnän välimaastossa, mahdollistaa mielenkiintoisella tavalla vuorovaikutuksen ja dialogin näkyväksi tekemisen; onhan julkinen kommentointi ja vastaaminen yksittäisille käyttäjille Twitterissä samanaikaisesti viestimistä suuremmalle joukolle.

Tutkimustulosteni perusteella totean, että mikäli julkishallinnon sosiaalisen median läsnäololla tavoitellaan Valtionhallinnon viestintäsuosituksessa 2016 peräänkuulutettua avoimuutta ja läpinäkyvyyttä ja niille rakentuvaa luottamusta, tulisi virkamiesten viestintätyyliä sosiaalisessa mediassa kehittää nykyistä keskustelevämmäksi. Tämä luo uusia haasteita myös julkishallinnon organisaatioiden viestinnän asiantuntijoille, joiden tulisi tukea ja valmentaa virkamiehiä sekä keskusteluun sosiaalisessa mediassa että siellä mahdollisesti ilmeneviin ongelmatilanteisiin. Asiantuntijuutta ja yksisuuntaista informointia viestinnässään painottaneille julkishallinnon organisaatioille tunneilmapiirin huomioiminen ja dialogisuuden lisääminen saattaa tarkoittaa perustavanlaatuaista ajattelutavan muutosta viestinnän suhteen. Virkakielen tekstien perinteiseen on kuulunut ”kirjoittajan näyttäytyminen ylivertaisena asiantuntijana” (Heikkinen 2002, 16). Sosiaalisen median myötä virkaviestintään tulleet avoin vuorovaikutus ja dialogisuus edellyttävät tästä asetelmasta luopumista, kykyä kuunnella

vaihtoehtoisia asiantuntijuuksia, sekä puhumista ihmisenä toisille ihmisille. Luottamuksen rakentuminen vaatii virkamiehiltä yksisuuntaisen, asiantuntijuutta painottavan tiedottamisen rinnalle avointa vuorovaikutusta, dialogisuutta sekä tunneilmapiirin, tunteiden ja empatian huomioimista.

8. Lähteet

- Aalto, P. 2015. Julkishallinnon organisaatio strategisena viestijänä sosiaalisessa mediassa – Tapaustutkimus Ilmatieteen laitoksesta Twitterissä. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, 2015. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/155246>
- Alhanen, K. 2016. Dialogi demokratiassa. Helsinki University Press.
- Bechmann, A. & Lomborg, S. 2013. Mapping actor roles in social media: Different perspectives on value creation in theories of user participation. *New Media & Society*, 15(5), 765-781.
- Beck, U., Giddens, A. & Lash, S. 1994. *Nykyajan jäljillä: Refleksiivinen modernisaatio*. Tampere. Vastapaino.
- Bohm, D. & Nichol, L. 1996. *On dialogue*. London; New York. Routledge.
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, Mass. Harvard University Press.
- Castells, M. 2009. *Communication Power*. Oxford; New York. Oxford University Press.
- Couldry, N. 2012. *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge. Polity Press.
- Crossley, N. 2012. *Social class. Teoksessa Grenfell, M. 2012. Pierre Bourdieu: Key concepts. Second edition. Durham: Acumen.*
- Danesi, M. 2017. *The semiotics of Emoji: The rise of visual language in the age of the Internet*. London; New York: Bloomsbury Academic, An imprint of Bloomsbury Publishing Plc.
- Davis, A. 2013. *Promotional Cultures: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding*. Cambridge: Polity.
- van Dijck, J. 2013. *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. New York. Oxford University Press.
- van Dijk, J. 2012. *The Network Society. (3rd edition)*. London. SAGE Publications.
- Edelman Trust Barometer Global Report 2018, http://cms.edelman.com/sites/default/files/2018-02/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf , haettu verkosta 5.10.2018.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere. Vastapaino.
- Eurostat: Average rating of trust by domain, income quintile, household type and degree of urbanisation, Last update: 15-02-2018; https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/ilc_pw04 , haettu verkosta 5.10.2018.

- Garimella, K., De Francisci Morales, G., Gionis, A., & Mathioudakis, M. 2018. Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship. Published at The Web Conference 2018 (WWW2018). <https://arxiv.org/abs/1801.01665> , (arXiv:1801.01665v2 [cs.SI]), haettu verkosta 21.8.2018.
- Giddens, A. 1990. The consequences of modernity. Cambridge. Polity Press.
- Giddens, A. 1992. The transformation of intimacy: Sexuality, love and eroticism in modern societies. Stanford, California. Stanford University Press.
- Giddens, A. 1995. Elämää jälkitraditionaalisessa yhteiskunnassa. Teoksessa: Beck, U., Giddens, A. & Lash, S. 1995. Nykyajan jäljillä. Tampere. Vastapaino.
- Giddens, A. 1995. Kommentteja: Riski, luottamus, refleksiivisyys. Teoksessa: Beck, U., Giddens, A. & Lash, S. 1995. Nykyajan jäljillä. Tampere. Vastapaino.
- Grenfell, M. 2012. Pierre Bourdieu: Key concepts. Second edition. Durham: Acumen.
- Gunawong, P. 2015. Open Government and Social Media: A Focus on Transparency. *Social Science Computer Review*, 33(5), 587-598.
- Hakala, S. 2015. Vallan merkilliset tiedottajat: Professionalisaatio ministeriöiden viestinnässä. Helsinki. Helsingin yliopisto.
- Hakala, S. & Vesa, J. 2013. Verkkokeskustelut ja sisällön erittely. Teoksessa: Laaksonen, S., Matikainen, J. & Tikka, M. 2013. Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino.
- Hardin, R. 2001. Conceptions and Explanations of Trust. Teoksessa *Trust in Society*, toim. Karen S. Cook. New York. Russell Sage Foundation.
- Hardin, R. 2002. Trust and Trustworthiness. Volume IV in the Russell Sage Foundation Series of Trust. New York. Russell Sage Foundation.
- Hartikainen, Jarno. Kriisi osuu Facebookin ytimeen – yhtiö menestyy huippu-tarjoilla tiedoilla ihmisistä, mutta nyt käyttäjät ja viranomaiset saattavat painaa jarrua. *Helsingin Sanomat* 24.3.2018. <https://www.hs.fi/talous/art-2000005616319.html> , haettu verkosta 21.8.2018.
- Heikkilä, Mari: Kun nuori lukkiutuu ruudun ääreen ja kieltää ongelman, on syytä huoleen – some ja pelit muokkaavat aivoja samalla tavalla kuin porno tai päihteet. *Helsingin Sanomat* 23.4.2018. <https://www.hs.fi/paivanlehti/23042018/art-2000005650029.html> , haettu verkosta 21.8.2018.
- Heikkinen, V. (toim.). 2002. Virkapukuinen kieli. Helsinki. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Helasvuo, M., Johansson, M. & Tanskanen, S. 2014. Kieli verkossa: Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Hong, H. 2013. Government websites and social media's influence on government-public relationships. *Public Relations Review*, 39(4), 346-356.

Hyppönen, N. 2016. Suomalainen virkamies sosiaalisessa mediassa – tapaustutkimus Liikennevirasto. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, 2016.
<https://helda.helsinki.fi/handle/10138/163862>

Ihlen, Qyvind & Verhoeven, Piet. 2009. Conclusions on the Domain, Context, Concepts, Issues, and Empirical Avenues of Public Relations. Teoksessa: Fredrikson, M., Ihlen, Ø. & Ruler, B. v. *Public relations and social theory: Key figures and concepts*. New York: Routledge.

Isotalus, P. 2017. *Mediapoliitikko*. Helsinki. Gaudeamus.

Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. 2018. *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*. Tampere. Vastapaino.

Jalava, J. 2004. Niklas Luhmann's concept of trust: Trust and its connections to norms, strangers and care. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Jalava, J. 2006. *Trust as a decision: The problems and functions of trust in Luhmannian systems Theory*. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Jenkins, H. 2013. *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press.

Jeziarska, K. & Koczanowicz, L. 2015. *Democracy in dialogue, dialogue in democracy: The politics of dialogue in theory and practice*. Farnham, Surrey, UK; Burlington, VT: Ashgate.

Jokinen, A. 2016. *Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen*. Teoksessa: Jokinen, Juhila & Suoninen. 2016. *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere. Osuuskunta Vastapaino.

Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. 2016. *Diskurssianalyysi. Teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere. Osuuskunta Vastapaino.

Junttila, Johanna. Helsingin Sanomat 14.3.2018. Valheellinen tieto twiitataan eteenpäin 70 prosenttia totuutta todennäköisemmin, osoittaa jättitutkimus.
<https://www.hs.fi/tiede/art-2000005598285.html> , haettu verkosta 14.3.2018.

Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. 1955. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, Illinois. Free Press.

Korvela, P.E. & Vuorelma, J. 2017. *Ideologioiden sotkuinen paluu*. Teoksessa: Korvela, P.E. & Vuorelma, J. (toim.) 2017. *Puhun niin totta kuin osaan - Poliittikka faktojen jälkeen*. Jyväskylä. Docendo Oy.

Koskela, M. & Sihvonen, T. 2018. *#Hashtagin funktiot Twitterissä*. Teoksessa: Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. 2018. *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*. Tampere. Vastapaino.

Koskinen, K. 2014. Tunteella ja tuttavallisesti. Teoksessa: Helasvuo, M., Johansson, M. & Tanskanen, S. 2014. Kieli verkossa: Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kouvo, A. 2014. Luottamuksen lähteet. Vertaileva tutkimus yleistynyttä luottamusta synnyttävistä mekanismeista. The Sources of Generalized Trust - A Comparative Study. Annales Universitatis Turkuensis C 381. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-5715-6> , haettu verkosta 27.8.2018.

Kulkki-Nieminen, A. 2010. Selkoistettu uutinen: Lingvistinen analyysi selkotekstin erityispiirteistä. Tampere: Tampere University Press.

Kuula, A. 2011. Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. 2. uud. p. Tampere: Vastapaino.

KvaliMOTV: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html , haettu verkosta 8.10.2017.

Kwak, H., Lee, C., Park, H. & Moon, S. 2010. What is Twitter, a social network or a news media? WWW '10 Proceedings of the 19th international conference on World wide web. P. 591-600 <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=1772751> , <http://www.ambuehler.ethz.ch/CDstore/www2010/www/p591.pdf> , haettu verkosta 6.11.2018.

Laaksonen, S-M. 2017. Hybrid narratives: Organizational reputation in the hybrid media system. Helsinki: University of Helsinki, Department of Social Research.

Laaksonen, S-M. 2017. Miten some-aineistoja sopii analysoida. <https://rajapinta.co/2017/10/03/miten-some-aineistoja-sopii-analysoida/> , haettu verkosta 15.3.2018.

Laaksonen, S-M. 2018. Taitavasti eettistä verkkotutkimusta. <https://rajapinta.co/2018/03/15/taitavasti-eettista-verkkotutkimusta/> , haettu verkosta 4.11.2018.

Laaksonen, S., Matikainen, J. & Tikka, M. 2013. Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino.

Laine, Linda. Helsingin Sanomat 21.3.2018. Kymmenien miljoonien ihmisten Facebook-tietojen kerrotaan päätyneen luvatta osaksi vaalivaikuttamista – HS kokosi yhteen kohun pääkohdat. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005611615.html> , haettu verkosta 4.11.2018.

Lainkirjoittajan opas. Finlex-julkaisut. <http://lainkirjoittaja.finlex.fi/12-yleislait-ja-eraat-yleiset-saantelyt/12-4/> , haettu verkosta 22.10.2018.

Lainkirjoittajan opas. Finlex-julkaisut. <http://lainkirjoittaja.finlex.fi/12-yleislait-ja-eraat-yleiset-saantelyt/12-12/> , haettu verkosta 22.10.2018.

- Luhmann, N. 1988. Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives. Teoksessa Gambetta, D. (toim.) Trust. Making and Breaking Cooperative Relations. New York, Basil Blackwell Ltd.
- Luoma-aho, V. 2005. Faith-holders as social capital of Finnish public organisations. *Jyväskylä studies in humanities* 42. University of Jyväskylä.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/13456> , <http://urn.fi/URN:ISBN:951-39-2262-6>
- Luoma-aho, V. & Peltola, S.-M. 2006 (ed.). *Public Organizations in Communication Society*. Jyväskylä, Kampus-kirja, University of Jyväskylä.
- Luoma-aho, V. & Canel, M.-J. 2016. Public Sector Reputation. In C. E. Carroll (Ed.), *SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation* (pp. 597-600). SAGE Publications. DOI:10.4135/9781483376493.n229
- Marttila, M. 2018. #vainkansanedustajajutut. Kansanedustajien Twitter-käyttö ja sitä selittävät tekijät. Teoksessa: Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. 2018. *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*. Tampere. Vastapaino.
- McCay-Peet, L. & Quan-Haase, A. 2017. What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer? Teoksessa: Quan-Haase, A. & Sloan, L. 2017. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. London: SAGE Publications Ltd.
- Matikainen, J. 2012. Sosiaalinen media – uudenlainen julkisuus? Teoksessa Karppinen, K. & Matikainen, J. *Julkisuus ja demokratia*. 2012. Tampere. Vastapaino.
- Murthy, D. 2013. *Twitter. Social Communication in the Twitter Age*. Cambridge. Polity Press.
- Murthy, D. 2017. The Ontology of Tweets: Mixed-Method Approaches to the Study of Twitter. Teoksessa Quan-Haase, A. & Sloan, L. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. London: SAGE Publications Ltd.
- Murthy, D. 2018. *Twitter. Social Communication in the Twitter Age*. 2nd edition. Cambridge. Polity Press.
- Niemeläinen, Jussi. Tavalliset Twitter-käyttäjät jäävät bottien jalkoihin – ohjelmoidut Twitter-tilit valtasivat venäjänkielisen keskustelun, kertoo Naton keskuksen tuore raportti. *Helsingin Sanomat* 9.11.2017. <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005440793.html> , haettu verkosta 21.8.2018.
- Nuopponen, A. & Harakka, T. Ekosysteemi – metaforasta käsitemalliin. *Terminfo*. <http://www.terminfo.fi/sisalto/ekosysteemi--metaforasta-kasitemalliin-15.html> , haettu verkosta 4.11.2018.
- Perelman, C. *Retoriikan valtakunta*. 1996. Vastapaino. Tampere.

- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. 2016. Kurssi kohti diskurssia. Tampere, Juvenes Print. Osuuskunta Vastapaino.
- Pink, S., Ruckenstein, M., Willim, R. & Duque, M. 2018. Broken data: Conceptualising data in an emerging world. Julkaisussa: Big Data & Society January 2018, Vol.5(1)
- Porumbescu, G. A. 2016. Linking public sector social media and e-government website use to trust in government. *Government Information Quarterly*, 33(2).
- Pullinen, Jussi. Miten some suitsitaan? *Helsingin Sanomat* 19.11.2017. <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000005453832.html> , haettu verkosta 21.8.2018.
- Purdy, S.J. 2017. Internet use and civic engagement: A structural equation approach. *Computers in Human Behavior* Jun 2017, Vol.71, 318.
- Pyppe.fi. <https://www.pyppe.fi/blogi/2018/01/suomi-twitter-vuonna-2017/> , haettu verkosta 6.4.2018
- Quan-Haase, A. & Sloan, L. 2017. *The SAGE handbook of social media research methods*. London: SAGE Publications Ltd.
- Rautiainen, V. 2018. Kulttuuriset tekijät selityksenä sosiaalisen median käytölle julkishallinnossa: Kokemuksia sosiaalisen median käytöstä Maanmittauslaitoksessa. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-201803281540>
- Reilut julkiset instituutiot edistävät luottamuksen ilmapiiriä. Turun yliopisto, väitöstiedotteet. 16.4.2014. <http://www.utu.fi/fi/Ajankohtaista/mediatiedotteet/vaitostiedotteet/Sivut/reilut-julkiset-instituutiot-edistavat-luottamuksen-ilmapiiria-vaitos-antti-kouvo.aspx> , haettu verkosta 4.11.2018.
- Rothstein, B. 2005. *Social Traps and the Problem of Trust*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Sauri, P. 2015. *Julkishallinto ja sosiaalinen media*. Helsinki. KAKS - Kunnallisanalan kehittämissäätiö 2015.
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2012. *Mediayhteiskunta*. Tampere, Vastapaino.
- Silverman, D. 2006. *Interpreting Qualitative Data*. 3rd edition. *Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. London. Sage Publications.
- Sosiaalisen median mahdollisuudet hallinnolle (katsaus). 2010. Oikeusministeriö, Demokratia- ja kieliasioiden yksikkö. <https://docplayer.fi/643575-Sosiaalisen-median-mahdollisuudet-hallinnolle.html> , haettu verkosta 22.8.2018.
- Stark, L. & Crawford, K. 2015. The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication. *SAGE Social Media + Society*. July-December 2015: 1–11 <https://doi.org/10.1177/2056305115604853>

Sulopuisto, Olli. Näin paljon Facebook, Google ja Twitter tietävät sinusta: MB latasi kaikki käyttäjän tiedot some-palveluista. Tivi 21.3.2018.

https://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/nain-paljon-facebook-google-ja-twitter-tietavat-sinusta-mb-latasi-kaikki-kayttajan-tiedot-some-palveluista-6707683 , haettu verkosta 21.8.2018.

Sunstein, C. R. 2017. #Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton and Oxford: Princeton University Press.

Suominen, R. 2018. Kaupunki Twitterissä. Teoksessa: Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. 2018. Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot. Tampere. Vastapaino.

Suomi ei kykene muuttumaan, uskovat suomalaiset – Luottamus ihmisiin ja yhteiskuntaan on korkealla. Aamulehti 27.6.2017. <https://www.aamulehti.fi/raha/suomi-ei-kykene-muuttumaan-uskovat-suomalaisetluottamus-ihmisiin-ja-yhteiskuntaan-on-korkealla-200228515> , haettu verkosta 11.4.2018.

Sztompka, P. 1999. Trust: A sociological theory. Cambridge, UK; New York, NY. Cambridge University Press.

Theunissen, P. 2011. Revisiting the concept "dialogue" in public relations. Public Relations Review, 38(1).

Trumpin kampanjaa auttanut analyysiyhtiö keräsi ja jakoi 50 miljoonan Facebook-käyttäjän tiedot luvatta – Facebook: "Vakava rikkomus". Aamulehti 17.3.2018. <https://www.aamulehti.fi/uutiset/trumpin-kampanjaa-auttanut-analyysiyhtio-kerasi-ja-jakoi-valtavan-maaran-kayttajatietoja-luvatta-facebookin-luotto-loppui-200819562/> , haettu verkosta 21.8.2018.

Twitter. <https://about.twitter.com/> , viitattu 28.2.2018.

2.7 billion tweets confirm: echo chambers in Twitter are very real. 27.4.2018.

Mediatiedote. Aalto-yliopisto. <https://www.aalto.fi/news/27-billion-tweets-confirm-echo-chambers-in-twitter-are-very-real> , haettu verkosta 4.11.2018.

Valtionhallinnon viestintäsuositus 2016. Valtioneuvoston kanslia. <http://vnk.fi/viestintasuositus> , haettu verkosta 8.10.2017.

Valtionhallinnon viestintää koskevia ja sivuavia säädöksiä sekä muita ohjeita ja suosituksia. Valtioneuvoston kanslia. <https://vnk.fi/viestinta/valtionhallinnon-viestinnan-saadoksia-ja-ohjeita> , haettu verkosta 22.10.2018.

Vihma, A., Hartikainen, J., Ikäheimo, H-P. & Seuri, O. 2018. Totuuden jälkeen. Miten media selviää algoritmien ja paskapuheen aikana. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Teos.

Villi, M. 2011. Sosiaalinen kuratointi verkossa. Media & Viestintä, 34(4). <https://doi.org/10.23983/mv.62899> , haettu verkosta 22.5.2018.

Virtanen, P. Virkamiesjohtajan muuttuva identiteetti. Sitran blogi 27.4.2018. <https://www.sitra.fi/blogit/virkamiesjohtajan-muuttuva-identiteetti/> , haettu verkosta 19.5.2018.

Virtanen, P. 2018. Julkisen johtamisen traditiot murtuvat. Julkisen sektorin johtaminen. Sitra. <https://www.sitra.fi/blogit/julkisen-johtamisen-traditiot-murtuvat/> , haettu verkosta 29.10.2018.

Väestön luottamus yhteiskuntaan rakoilee. Savon Sanomat 18.9.2017. <https://www.savonsanomat.fi/kotimaa/V%C3%A4est%C3%B6n-luottamus-yhteiskuntaan-rakoilee/1042562> , haettu verkosta 11.4.2018.

Waters, R. D. 2011. Squawking, tweeting, cooing, and hooting: Analyzing the communication patterns of government agencies on Twitter. *Journal of Public Affairs*, 11(4), 353-363.

Welch, E.W., Hinnant, C.C. & Moon, M.J. 2005. Linking Citizen Satisfaction with E-Government and Trust in Government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3), 371-391.

Young, L. & Pieterse, W. 2015. Strategic Communication in a Networked World. Integrating Network and Communication Theories in the Context of Government to Citizen Communication. Teoksessa: Holtzhausen, D. R. & Zerfass, A. 2015. *The Routledge handbook of strategic communication*. New York; Oxfordshire, England. Routledge.

Liite 1.: Tviittien lukumäärät luokiteltuna teemoittain ja strategioittain. Taulukot 4.-6.

Taulukko 4.: Tviitit, joissa käyttäjän oma teksti*:

Teema	Nerg	Nykopp	Heinonen	Eskola	Sillanaukee	Kaikki yht.
Asiantuntijuus	60	88	18	39	5	210
Yhteiskunta ja tulevaisuus	7	7	14	15	6	74
Hyvä johtaminen	4	8	14	6	3	54
Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri	3	2	2	11	0	31
Uudistuva ja ketterä valtionhallinto	0	5	1	0	3	14

* vuorovaikutteiset, käyttäjän omaa tekstiä sisältävät tviitit ovat taulukossa 6.

Taulukko 5.: Käyttäjien Twitter-strategiat*:

Strategia	Nerg	Nykopp	Heinonen	Eskola	Sillanaukee	Kaikki yht.
Vuorovaikutus	107	1	1	0	5	114
Uudelleentviittaaminen	547	351	269	75	51	1297
Sisältöjen jakaminen	54	32	25	11	8	130

* Nämä luvut sisältävät *Uudelleentviittaaminen* ja *Sisältöjen jakaminen* -strategioiden osalta sekä ne tviitit, joissa oli käyttäjän omaa tekstiä, että sellaiset tviitit, joihin käyttäjä ei ollut lisännyt mitään omaa tekstiä. *Vuorovaikutus*-strategian kohdalla aineistosta puuttuvat käyttäjien aikajanoilta tulostettuihin PDF-tiedostoihin tulostumattomien viestiketjujen tviitit.

Taulukko 6.: Vuorovaikutteisten tviittien teemat

Aihe	Nerg	Nykopp	Heinonen	Eskola	Sillanaukee	Kaikki yht.
Asiantuntijuus	85	1	0	0	2	88
Yhteiskunta ja tulevaisuus	5	0	0	0	0	5
Hyvä johtaminen	2	0	1	0	0	3
Uudistuva ja ketterä valtionhallinto	4	0	0	0	1	5
Tunteet, empatia ja tunneilmapiiri	11	0	0	0	2	13
Yhteensä	107	1	1	0	5	114

Liite 2.**Taulukko 7.:** Esimerkki aineiston koodauksesta (Nykopp):

<p>19.1. Toimintaympäristön muutokseen vastataan hallinnonalamme rakenteiden ketterällä muutoksella! Virastouudistus HE lausunnolla, löytyy lausuntopalvelu.fi sivulta! #tulevaisuus #liikennejaviestintä #viranomainen2piste0 #muutosonmahdollisuus</p>	<p>Nykoppin oma kommentti toisen käyttäjän tviitin uudelleentviittauksessa. ”Ketterä muutos” kertoo siitä, että valtionhallinto on uudistunut = ei ole enää hidas ja byrokraattinen. Tällä tekstillä rakennetaan luottamusta kykyyn vastata muuttuvan maailman haasteisiin ja ratkaista ongelmia. ”Vastataan toimintaympäristön muutokseen” edustaa samaa teemaa; valtiollakaan ei jähmetytä vanhoihin toimintatapoihin, vaan uudistutaan, ja vieläpä ketterästi. Aihetunnisteiden luova käyttö kertoo tyylin tasolla uudistumisesta; on myös promootiohenkistä ja trendikästä. <u>Retorinen keino: ”Tosiasiat puhuvat puolestaan” = passiivin käyttö (”muutokseen vastataan”)</u></p>	<p>TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOS UUDISTUMINEN VIRASTOUUDISTUS JOHTAMINEN</p>	<p>UUDISTUVA JA KETTERÄ VALTIONHALLINTO</p>
--	--	---	---