

Sanni Ryhänen

TYÖMARKKINATOIMIJOIDEN VIESTINTÄ TWITTERISSÄ NEUVOTTELUKIERROKSEN AIKANA

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Pro gradu -tutkielma

Kevät 2021

TIIVISTELMÄ

Sanni Ryhänen: Työmarkkinatoimijoiden viestintä Twitterissä neuvottelukierroksen aikana
Pro gradu
Tampereen yliopisto
Viestinnän maisteriohjelma
Kevät 2021

Työmarkkinajärjestöt ovat merkittäviä yhteiskunnallisia toimijoita Suomessa. Työmarkkinajärjestöjen yhteistyö ja viestintä kulminoituu työehtosopimusneuvotteluihin, joissa määritellään suomalaisen työelämän pelisääntöjä. Näistä neuvotteluista keskustellaan laajasti sekä perinteisessä mediassa että sosiaalisessa mediassa, kuten Twitterissä. Vaikka työmarkkinajärjestöt ovat yhteiskunnallisesti merkittäviä ja työehtoneuvotteluista keskustellaan laajasti eri medioissa, niiden viestintää on tutkittu vähän. Tutkielman tavoitteena on tutkia työmarkkinatoimijoiden viestintää ja vuorovaikutusta Twitterissä.

Tutkielmassa selvitetään, miten työmarkkinatoimijat viestivät Twitterissä neuvottelukierroksen aikana. Tutkielmassa tutkitaan, kuinka aktiivisia toimijat ovat Twitterissä ja miten he hyödyntävät Twitterin vuorovaikutusta tukevia toimintoja. Tutkielmassa tarkastellaan myös, mistä aiheista toimijat tviittaavat ja millaisia funktioita tviitit sisältävät. Lisäksi perehdytään siihen, miten työmarkkinatoimijat argumentoivat. Aineistona tutkielmassa oli työmarkkinatoimijoiden 6 080 tviittiä kolmen tarkasteltavan työehtosopimusneuvottelun ajalta. Tutkielmassa hyödynnetään sekä määrällisiä että laadullisia analyysimenetelmiä.

Tutkimusten tulosten mukaan kaikki tarkasteltavat työmarkkinatoimijat hyödynsivät Twitteriä neuvottelukierrosten aikana. Suurimmat erot Twitterin hyödyntämisessä syntyivät vastausten ja uudelleentviittausten määrissä, sillä osa toimijoista hyödynsi Twitteriä lähinnä yksisuuntaiseen viestintään. Toimijoiden tviitit luokiteltiin kuuteen eri luokkaan niiden teemojen perusteella, joista neuvotteluihin liittyvät tviitit olivat yleisempiä. Yleisimmät funktiot neuvotteluihin liittyvistä tviiteistä oli tiedottaminen ja hyökkäys. Tulosten perusteella työmarkkinatoimijat argumentoivat Twitterissä vähäisesti. Argumenteissa vedotaan yleisimmin rationaalsiin perusteluihin.

Avainsanat: Twitter, poliittinen viestintä, retoriikka, työmarkkinajärjestelmä, vuorovaikutus, teknologiavälitteinen viestintä, funktionaalinen teoria, argumentointi

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	RETORINEN NÄKÖKULMA	3
	2.1 Organisaatioiden retoriikka	3
	2.2 Retoriikka Twitterissä	5
	2.3 Työmarkkinatoimijoiden argumentointi	7
3	POLIITTINEN VIESTINTÄ TWITTERISSÄ	13
	3.1 Twitter vuorovaikutuksen alustana	13
	3.2 Twitter poliittisen viestinnän alustana	17
4	SUOMEN TYÖMARKKINAJÄRJESTELMÄ	24
	4.1 Työmarkkinajärjestöjen neuvottelutoiminta	24
	4.2 Työmarkkinajärjestöjen valta ja viestintä	28
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	30
	5.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset	30
	5.2 Tutkielman aineisto	32
	5.3 Aineiston keruu	34
	5.4 Menetelmät ja aineiston analyysi	35
6	TULOKSET	38
	6.1 Työmarkkinatoimijoiden aktiivisuus Twitterissä	38
	6.2 Työmarkkinatoimijoiden vuorovaikutus Twitterissä	42
	6.2.1 Toimijoiden keskustelua herättävät tviitit	43
	6.2.2 Tviiteissä ilmenneet maininnat	46
	6.3 Tykättyimmät sisällöt	49
	6.4 Työmarkkinatoimijoiden tviittien aiheet	52
	6.4.1 Tviittien aiheiden jakautuminen	53
	6.4.2 Neuvotteluihin ja alan toimintaan liittyvät tviitit	55
	6.4.3 Ajankohtaiset ja poliittiset tviitit	57
	6.4.4 Tapahtumiin ja järjestötoimintaan liittyvät tviitit	59
	6.5 Neuvottelutoimintaan liittyvien tviittien funktiot	60
	6.6 Työmarkkinatoimijoiden argumentointi Twitterissä	64
	6.6.1 Ethos	64
	6.6.2 Pathos	66
	6.6.3 Logos	66
	6.6.4 Yleinen mielipide ja analogia	69
7	POHDINTA	71
	7.1 Tulosten tarkastelu	71
	7.2 Tutkielman arviointi	77
	7.3 Jatkotutkimusehdotukset	79
	KIRJALLISUUS	81

1 JOHDANTO

Työmarkkinajärjestöjen välinen yhteistyö ja viestintä kulminoituu työehtosopimusneuvotteluihin. Työmarkkinajärjestöt eli työnantaja- ja työntekijäliitot ja niiden edustajat pyrkivät neuvottelemaan itselleen ja edustamilleen tahoilleen heille edullisimman sopimuksen. Näiden sopimusten avulla muotoutuu suomalainen työelämä. Työehtosopimusneuvottelut ovat nousseet kautta aikain perinteiseen mediaan, mutta nykyään keskustelua neuvotteluista käydään toimijoiden välillä myös Twitterissä. Työmarkkinajärjestöillä on työehtosopimustoiminnan lisäksi merkittäviä resursseja vaikuttaa poliittisten päätösten valmisteluun muihin eturyhmiin verrattuna (Blom 2019, 39). Näiden myötä työmarkkinajärjestöt ovat Suomessa erittäin merkittäviä valtaa omaavia toimijoita.

Kirjallisuushakuja tehdessä paljastuu, että vaikka työmarkkinajärjestöt omaavat suuria vaikuttamismahdollisuuksia, niiden viestintää on itseasiassa tutkittu erittäin vähän. Työmarkkinatoiminta nousee jatkuvasti valtamedioihin niin neuvottelutoiminnan osalta kuin työmarkkinajärjestelmän myötä, ja järjestöjen edustajat ovat ahkerasti näkyvillä Twitterissä. Perinteisen median rinnalle työmarkkinakeskustelussa on noussut sosiaalinen media, jossa liittojen edustajat sanailevat kiivaaseenkin sävyyn. Twitteristä on tullut toimijoiden tiedottamisen sekä vaikuttamisen alusta. Työehtosopimusneuvotteluista yksi ehkäpä näyttävimpiä mediassa käytyjä keskusteluja käytiin syksyllä 2019 liittyen Postin työehtosopimusneuvotteluihin, jossa edustavien liittojen (PAU ja Palta ry) lisäksi keskustelussa oli sekä yritysedustajat ja valtion päättäjät (Iltalehti 2019). Keväällä 2020 Metsäteollisuus ry puolestaan herätti keskustelun työmarkkinajärjestelmän murroksesta irtautumalla työehtosopimustoiminnasta (Metsäteollisuus 2020). Tämä käytännössä tarkoittaa sitä, että metsäteollisuudessa sovitaan tulevaisuudessa paikallisesti työpaikoilla.

Twitter on yksi suurimmista suosituimmista sosiaalisen median alustoista (Murthy 2013, 1). Suomessa Twitteriä käyttää noin 1,1 miljoonaa käyttäjää, ja se on Suomen viidenneksi suosituin sosiaalisen median palvelu (Pönkä 2020). Twitterin merkitys poliittisessa viestinnässä on suuri. Ruoho ja Kuusipalo (2018) tiivistävät Twitterin tarjoavan poliitikoilla ja medialle uudenlaisen alustan, jossa mediavälitteiset vuorovaikutuksen muodot rakentuvat erityisellä tavalla. Twitterin merkitys politiikassa on kasvanut erityisesti Yhdysvaltain 2016 presidentinvaalien jälkeen. Näiden vaalien aikana Twitter sai paljon huomiota, esimerkiksi Trumpin ja Clintonin vaaliväittelyn aikana lähetettiin yli 17 miljoona twiittiä (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018, 19).

Marttilan (2018, 66) mukaan Twitter on sosiaalisen median alusta, jonka on toivottu tuovan uudenlaisen ulottuvuuden perinteiseen edustukselliseen demokratiaan. Twitterin merkitystä suomalaisessa poliittisessa viestinnässä on tutkittu muun muassa kansanedustajien kannalta, vaalikeskusteluita ja puolueen puheenjohtajia tarkastellen (Marttila 2018 ja Isotalus & Paatelainen 2018). Työmarkkinatoimijoiden viestintää sosiaalisessa mediassa tiettävästi ei ole Suomessa tutkittu. Työmarkkinaviestintä nähdään tässä tutkielmassa organisaatioviestinnän ja poliittisen viestinnän yhdistelmänä.

Riitaisten työehtosopimusneuvotteluiden myötä työmarkkinajärjestöjen välinen vuorovaikutus eri medioissa on aika ajoin kärjistynyttä (Palta ry 2020). Tämä viestintätapa on erityinen organisaatioviestinnän kentällä. Tämä tutkielma keskittyy tutkimaan työmarkkinatoimijoiden viestintää Twitterissä. Toimijoilla tässä tutkimuksessa käsitetään työmarkkinajärjestöt, eli työnantaja- sekä työntekijäliitot, ja näiden edustajat, eli toimitus- tai puheenjohtajat. Koska yllä mainittuja työmarkkinatoimijoita on Suomessa monia, rajataan tässä tutkielmassa tarkastelu kolmeen tapaukseen. Nämä tapaukset ovat kolmen eri työehtosopimuksen neuvottelut: Palta ry:n ja PAU:n väliset Postin talokohtaiset neuvottelut, Teollisuusliiton ja Teknologiateollisuuden neuvottelut sekä kunta-alan hoitajia koskevat työehtosopimusneuvottelut, jossa neuvottelevina osapuolina Tehy ry, SuPer ry sekä KT kuntatyönantajat.

2 RETORINEN NÄKÖKULMA

Vaikuttava viestintä on erityisen tärkeää organisaatioissa, jotka ovat arvo- tai ideavetoisia, esimerkiksi voittoa tavoittelemattomia tai poliittisia järjestöjä, joissa valta ja luottamus ansaitaan eikä ole annettu (Madestam & Falkman 2017). Työmarkkinatoimijoiden viestinnässä pyritään vaikuttavuuteen, mutta millaista retoriikkaa toimijat hyödyntävät vaikuttavuuden tueksi? Tässä luvussa avataan, mitä tarkoitetaan organisaatioiden retoriikalla ja yksilöiden retoriikalla sekä tarkastellaan aiempaa tutkimusta retoriikasta sosiaalisessa mediassa. Lisäksi luvussa perehdytään argumentoinnin käsitteeseen ja analysointitapoihin.

2.1 Organisaatioiden retoriikka

Tässä tutkielmassa tarkastellaan työmarkkinatoimijoiden Twitter-viestinnän retoriikkaa. Toimijoiden seassa on sekä organisaatioita että johtajia. Retorinen tarkastelu auttaa ymmärtämään, kuinka organisaatiot pyrkivät saavuttamaan esimerkiksi tiettyjä poliittisia tai taloudellisia tavoitteita tai kuinka ne rakentavat identiteettiään ja rakentavat suhteita sidosryhmiinsä (Ihlen & Heath 2018, 3).

Crablen (1990, 115) mukaan organisaatiot ovat luonnostaan retorisia ja retoriikka on luonnostaan organisatorista. Retoriikan voidaan nähdä rakentavan organisaatioiden identiteettiä (Browning & Hartelius 2018). Ihlen ja Heath (2018, 3) puolestaan tuovat esiin, että Aristotelen ja Isokrateksen aikaan keskityttiin ymmärtämään yksilöiden diskursseja, jotka liittyivät arvopohjaisen politiikan muotoiluun. Heidän mukaansa nykyään organisaatioilla on tietynlaiset yksilölliset roolit, joiden avulla he tavoittelevat tiettyjä kollektiivisia tahtotiloja. Tässä tutkielmassa tarkasteltavien työmarkkinatoimijoiden tavoiteltavat tahtotilat perustuvat oletettavasti heidän strategioihinsa. Työmarkkinatoimijat voivat tavoitella esimerkiksi poliittisiin päätöksiin vaikuttamista ja tietynlaisia työehtosopimuksia. Tavoitteidensa tukena he hyödyntävät retoriikkaansa käyttämillään viestinnän alustoillaan, kuten Twitterissä.

Aiemmissa tutkimuksissa, joissa on tarkasteltu organisaatioiden retoriikkaa, on noussut esiin, että kollektiivisen puhumisen käytäntö hyödyttää organisaatioiden oman identiteetin luontia. Boydin ja Waymerin (2011) mukaan kollektiivisen puhumisen käytäntö organisaatioissa helpottaa organisaation retoriikan muodostamista, mutta lisää myös osaltaan sekavuutta. Kollektiivisen puhumisen avulla pystytään yhdistämään monenlaisia viestejä. Huonona puolena he nostavat esiin sen, että yksilöiden henkilökohtainen vastuu sekä tekijyys peittyvät organisaation äänen taakse. Toisaalta poiketen tästä aiemmasta tutkimuksesta, nykyään organisaatiot tietoisesti hyödyntävät asiantuntijoitaan ja työntekijöitään oman retoriikkansa tukemiseen. Näin ollen voidaan nähdä, että organisaation ääni kuuluu yksilöiden kanavien kautta. Organisaatioiden asiantuntijoille, sekä esimerkiksi myyjille, pyritään luomaan vahva henkilöbrändi, koska sosiaalisessa mediassa ihmiset ja työntekijät, jotka esiintyvät omilla kasvoillaan, ovat mielenkiintoisempia kuin yritysbrändit (Pääkkönen 2017). Keskiössä lienee se, että jos organisaatio haluaa hyötyä asiantuntijoidensa henkilöbrändeistä, tulee henkilöbrändien kytkeytyä heidän edustamiinsa organisaatioihin.

Kun retoriikkaa tarkastellaan organisaatioiden tasolla, yksilöiden eri identiteetit ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Yksilöt voivat samanaikaisesti identifioitua siskoiksi ja tyttäreiksi sekä kollegoiksi ja johtajiksi. Samassa tiimissä työskentelevät jakavat kokemuksen samanlaisesta identiteetistä, sillä he työskentelevät samassa paikassa. Tätä kollektiivista identiteettiä voidaan hyödyntää organisaatioiden johtamisessa, mutta se on myös kietoutunut organisaatioiden retoriikkaan, sillä organisaatioiden identiteetti muotoutuu sen kautta, mitä sen jäsenet siitä kertovat. Jos jäsenten viestit ulospäin ovat yhteneväiset, on organisaatio uskottavampi. (Browning & Hartelius 2018, 86–87.)

Huang, Baptista ja Galliers ovat tarkastelleet (2013) organisaatioiden sisäisten sosiaalisten medioiden, eli intranettien, vaikutusta organisaatioiden retorisiin käytäntöihin. He määrittelevät retoristen käytäntöjen organisaatioissa tarkoittavan ihmisten havaittavia toimia, joissa käytetään vaikuttamaan pyrkivää viestintää sekä tuen ja konsensuksen saamiseksi sekä ylläpitämiseksi. Jotta retorisia käytäntöjä voidaan ylipäätään pitää vaikuttavina, niiden tulee sisältää reettori (*the rhetor*), reettorin strateginen aikomus (*the*

rhetor's strategic intent), viesti (*the message*), käytettävä media (*the media deployed*) sekä suunnitellut yleisöt (*the intended audiences*).

Huangin ym. (2013) tutkimus osoitti, että organisaatioiden välillä on suuriakin eroavaisuuksia, kun tarkastellaan retorisia käytäntöjä sisäisissä sosiaalisissa medioissa. Erot syntyvät erityisesti siitä, kenen ääni organisaatiossa kuuluu ja kuinka paljon julkaistavia sisältöjä ohjaillaan. Organisaatiossa, joissa puhujat ovat koko organisaation laajuudella, kannustetaan ja tuetaan avoimeen keskusteluun. Vaikka kyseinen artikkeli tarkastelee organisaatioiden sisäistä retoriikkaa, tutkimuksen tulokset organisaatioiden äänien eroavaisuuksista ovat mielenkiintoisia, sillä voidaan olettaa, että ulkoisessa retoriikassa äänien eroavaisuudet ovat laajempia. Tässä tutkielmassa tarkastelussa ovat organisaatiot sekä niiden johto, joten aiemman tutkimuksen mukaan on oletettavissa, että näiden tilien retoriikoissa havaitaan samankaltaisuuksia.

2.2 Retoriikka Twitterissä

Aiemmassa tutkimuksessa retoriikkaa Twitterissä on tutkittu erityisesti yksittäisten henkilöiden kautta (Madestam & Falkman 2017, Grafström & Falkman 2018). Tutkitut henkilöt ovat olleet esimerkiksi poliitikkoja tai toimitusjohtajia. Tässä tutkielmassa yksityisten tilien edustajat ovat toimitusjohtajia, työmarkkinajohtajia sekä puheenjohtajia. Heidän edustamansa organisaatiot, työmarkkinajärjestöt, ovat voittoa tavoittelemattomia järjestöjä, jotka ajavat poliittisia agendojaan sekä jäseniensä etuja.

Madestamin ja Falkmanin (2017) mukaan poliittisten johtajien retoriset strategiat eivät välttämättä ole loogisia, informatiivisia tai tunteellisesti suostuttelevia. He tarkastelivat, kuinka kaksi poliittista johtajaa rakentavat kuvaa itsestään sosiaalisen median kautta ja millaisen retorisen eetoksen he luovat. Loogisten, informatiivisten ja tunteellisesti suostuttelevien strategioiden sijaan heidän tutkimansa poliittisten johtajien retoriset strategiat olivat henkilökohtaisia - hahmoon ja luottamukseen perustuvia. Kumpikaan tutkista henkilöistä ei perustan Twitter-viestintäänsä ammattimaisuuteen tai sosiaalisuu-

teen, vaan heidän viestintänsä Twitterissä on kokonaisuus. Tekijät ”ulkoisessa eetoksessa”, kuten ammatti ja koulutus, toimivat selityksinä ja mahdollisuuksina luoda ”sisäistä eetosta”, kuten oman hyvyden korostamista ja kyvykkyyttä.

Twitteriä ei aina hyödynnetä vaikuttamiseen tai edustaman organisaation retoriikan heijastamiseen, vaan retoriikka voi myös painottua henkilökohtaisen kuvan rakentamiseen. Madestamin ja Falkmanin (2017) analyysissä selvisi, että Twitter mahdollistaa johtajien rakentaa itsestään kuvan, jollaisen he itse haluavat rakentaa. Heidän tutkimansa kaksi poliitikkoa rakensivat kahdella eri tavalla persoonallisen poliittisen tarinansa. He eivät hyödyntäneet Twitteriä poliittisiin kysymyksiin vaikuttamisen apuna, vaan rakensivat kuvaa itsestään.

Madestamin ja Falkmanin (2017) käyttämät käsitteet retorinen eetos ja henkilökohtaisen kuvan rakentaminen sosiaalisessa mediassa ovat hyvin lähellä käsitteitä henkilöbrändi ja imago. Pääkkönen (2017) on käsitellyt kirjassaan myyjien ja asiantuntijoiden henkilöbrändiä ja sitä, kuinka nämä voivat rakentaa brändiään sosiaalisessa mediassa. Hänen mukaansa henkilöbrändin avulla asiantuntijat ja myyjät tuovat esille omaa osaamistaan sosiaalisissa verkostoissaan, sekä vahvistavat omaa rooliaan luotettavana asiantuntijana näiden verkostojen silmissä, joihin voi kuulua esimerkiksi heidän asiakkaitaan. Myös johtajat, jotka ovat sitoutuneet sosiaaliseen mediaan, kertovat sen tuoneen positiivista lisää sekä heidän henkilökohtaiseen brändiinsä että organisaation brändiin (Fidelman 2012). Madestamin ja Falkmanin (2017) tutkimuksessa esiintyneet poliitikot toisin sanoen rakensivat Twitterissä henkilöbrändiään poliittisen vaikuttamisen sijaan.

Grafströmin ja Falkmanin (2017) mukaan nykyään toimitusjohtajienkin odotetaan käyttävän erilaisia narratiivistrategioita sekä hyvin kehittynyttä vaikutusvaltaista retoriikkaa. Näiden narratiivistrategioiden sekä vaikutusvaltaisen retoriikan käyttöönoton odotuksia on ollut vauhdittamassa erityisesti digitalisaatio, joka on siirtänyt fokuksen yhä vahvemmin viestintään ja tuo sekä mahdollisuuksia että haasteita johtajien viestintään. Tutkimuksessa käsitellään sitä, kuinka nämä odotukset heijastuvat arkipäivään ja johtajaviestintään sosiaalisessa mediassa, sekä mitä roolia toimitusjohtajien retoriikka näyttelee. Tutkimuksessa tarkasteltavan johtajan kertomuksen retoriikka (*narrative rhetorics*)

Twitterissä rakentui vahvasti yrityksen ammattimaiseen metanarratiiviin (*corporate, professional meta narrative of the entire bank*), eli hän lähtökohtaisesti kierrätti Twitterissä edustamansa organisaation muilla alustoilla julkaistuja sisältöjä sekä tviittasi liittyen organisaation toimintaan. Tämän tutkielman kannalta olennainen kysymys on, nouseeko työmarkkinajärjestöjen johtajien tviiteissä samanlaista retoriikkaa kuin heidän edustamiensa järjestöjen viestinnässä ja painottuuko heidän retoriikkaansa ammattimaiseen metanarratiiviin.

Erääksi syyksi miksi johtajat ovat vuorovaikutuksessa Twitterissä, on todettu olevan eetos eli ”hahmostrategian” rakentaminen vaikuttamisen tueksi. Hahmostrategia ja henkilöbrändi kytkeytyvät vahvasti toisiinsa. Henkilöbrändiä Twitterissä hyödynnetään muun muassa oman osaamisen esiin tuomisessa, sekä uskottavuuden lisäämisessä omassa verkostossa (Pääkkönen 2017). Henkilöbrändiä voidaan arvioida esimerkiksi tarkastelemalla sen kestävyyttä, legitimeettiä ja asiantuntijuutta (Fidelman 2012). Grafströmin ja Falkmanin (2017) tutkimus osoittaa, että johtajien narratiivit sosiaalisessa mediassa nojaavat jo olemassa olevaan kokonaisnarratiiviin, jota organisaatio kertoo. Vaikka henkilöbrändit tuskin nojaavat vain asiantuntijoiden edustamien organisaatioiden kokonaisnarratiiveihin, on ne varmasti osana monen asiantuntijan omaa henkilöbrändiä.

2.3 Työmarkkinatoimijoiden argumentointi

Argumentaatio on keskeinen osa työehtosopimusneuvotteluita. Argumentoinnin avulla pyritään neuvotteluissa saavuttamaan itselle edullinen työehtosopimus. Nykyään neuvottelut eivät rajoitu vain suljettujen ovien taakse neuvottelevien osapuolien väliseksi, vaan neuvottelut ja keskustelu työehtosopimuksista jatkuvat verkossa. Jotta voimme tarkemmin analysoida työmarkkinatoimijoiden argumentointia neuvotteluihin liittyen, tutustutaan tässä kappaleessa argumentointiin käsitteenä ja argumentin rakenteeseen. Keskeistä työehtosopimusneuvotteluissa tapahtuvassa argumentaatiossa on väitteiden perustelevuus. Tässä kappaleessa käsitellään myös, miten aiemmissä tutkimuksissa on analysoitu argumenttien perusteluita.

Argumentilla tarkoitetaan yksinkertaisimmillaan väitettä tai johtopäätöstä perustelui-
neen eli argumentin on sisällettävä vähintään yksi väite ja yksi perustelu (Kurki & Tom-
peri 2011). Termiä "argumentti" käytetään tilanteissa, joissa väitteen rinnalla on esitet-
tyä sitä tukevia tai kritisoivia tekijöitä (*reasons*), eli perusteluita (Walton 2006). Perus-
teluiden päätehtävänä on lisätä väitteen uskottavuutta (Kaakkuri-Knuutila & Heinlahti
2006). Kurki ja Tomperi (2011) toteavatkin kirjassaan, että yksinäinen väite ei ole argu-
mentti, vaan perusteeton mielipide. Heidän mukaansa, kun puhumme argumentaati-
osta, viittaamme yleensä tilanteeseen, jossa pyritään vakuuttamaan joku toinen osa-
puoli väitteen hyväksyttävyydestä ja argumenttien vahvuudesta. Kun argumentaatiota
tarkastellaan viestinnällisenä toimintana, tulee keskittyä kolmeen tekijään: puhujan
esittämään argumenttiin, julkiseen argumentaatioon sekä yleisön havaitsemaan argu-
menttiin. Yleisön havaitsema argumentti muodostuu vastaanottajan mielessä argumen-
toinnin kautta.

Perinteisesti argumentaatioon keskittyvät tutkimukset ovat kiinnostuneita siitä, kuinka
väitteitä esitetään, kuinka niistä keskustellaan ja kuinka päädytään ratkaisuun sellaisissa
tilanteissa, joissa on useita toisistaan poikkeavia mielipiteitä (Bench-Capon & Dunne
2007). Tämän tutkielman kontekstissa poikkeavat mielipiteet kietoutuvat siihen, millai-
sia ehtoja neuvoteltavien työehtosopimusten tulisi sisältää. Keskustelussa näiden neu-
vottelevien osapuolien näkemysten tukena keskustelussa nousee esiin esimerkiksi ta-
loudellisia ja inhimillisiä syitä.

Tarkastellessa argumentaation tehoa yleisöön, voidaan käyttää kolmijakoa, eli jakoa *et-
hokseen*, *pathokseen* ja *logokseen*. *Logoksella* tarkoitetaan puhujan riittäviä todistusai-
neistoja, lujia perusteita sekä johdonmukaista argumentaatiota. *Ethos* painottuu puhu-
jaan ihmisenä eli puhujan on esiinnyttävä luotettavalla tavalla sekä annettava miellyt-
tävä kuva yleisölle. Puhujan vaikuttavuutta kuuntelijoiden tunteisiin sekä kiinnostuksen
herättämistä aiheeseen kuvataan termillä *pathos*. (Kurki ja Tomperi 2011, 67.)

Madestam ja Falkman (2017) viittaavat *ethoksen* määrittelyssä Quintilianin näkemyk-
seen, jonka mukaan *ethos* keskittyy puhujan ulkoisiin tekijöihin, kuten perheeseen, ni-

meen, kansallisuuteen, koulutukseen, kokemukseen, asemaan, ammattiin, ikään ja sukupuoliin. Puhujan tulisi hänen mukaansa korostaa näitä tekijöitä, jos hän haluaa vetää yleisöä puoleensa. Tässä näkemyksessä vakuuttavampana nähdään henkilövetoiset tekijät, eikä niinkään asiavetoisuus. Näkemys soveltuukin nykypäivään ja sosiaaliseen mediaan hyvin, jossa henkilöt keräävät näkyvyyttä enemmän. Ajankohtaiset asiat ja poliittiset puheenaiheet kietoutuvatkin usein henkilöihin. Quintilianin (10:2331, ks. Madestam & Falkman 2017, 302) mukaan puhujan tulisi olla ammattilainen, mutta tuoda myös esiin kuka hän on ihmisenä. Aristoteelisen käsityksen mukaan *ethos* persoonana keskittyy vahvasti tottuneisiin tapoihin ja itsetutkiskeluun (Anderson 2006, 137). Sosiaalisessa mediassa näitä tekijöitä voidaan tarkastellessa tutkiessa yksittäisen henkilön viestintää esimerkiksi Twitterissä. Korostaako henkilöt vaikuttavuutta hakiessaan omaa asemaansa ja kompetenssia?

Väittely ja kiihkeä viestintä, jossa argumentaatiota hyödynnetään, ovat dialogisia prosesseja (Fetzer 2007). Argumentaatiota erityisesti kasvokkaisissa väittelyissä on tutkittu Toulminin argumentaatioteorian avulla. Toulminin teorian mukaan argumentit rakentuvat (Kurki & Tomperi 2011,51–53):

1. Väitteistä (*claims*)
2. Ensiperusteista (*grounds*)
3. Oikeutuksista (*warrants*)
4. Taustaoletuksista (*backing*)
5. Tarkennuksista (*modal qualifiers*) ja
6. Torjunnoista (*rebuttals*).

Väite on esitetyn väitteen ydinsisältö. Jotta väitteestä voisi muodostua argumentti, tarvitaan ensiperusteita. Ensiperusteet voivat olla esimerkiksi dataa, joka tukee väitettä. Väitteen ja ensiperusteiden yhdistävinä tekijöinä tai linkkeinä toimivat oikeutukset. Nämä voivat esimerkiksi olla juridisia säännöksiä, lääketieteellisiä lakeja tai empiirisiä tai tieteellisiä yleistyksiä. Taustaoletukset ja tarkennukset tuovat lisätukea väitteelle. Taustaoletukset voivat esimerkiksi olla teorioita ja tieteellisiä malleja. Taustaoletukset voivat

olla normatiivisia oletuksia ja näkemyksiä. Tarkennukset puolestaan ovat yleensä laatumääreitä, jotka kuvaavat esimerkiksi voimakkuutta, todennäköisyyttä tai yleisyyttä. Argumentteja analysoidessa voidaan tarkastella argumenttien aukkoja eli kohtia, mitkä eivät pidä paikkaansa. Nämä voivat tarjota mahdollisuuden kumota väitteen. Toisin sanoen torjunnoilla käsitetään argumentin heikkoudet, jotka mahdollista argumentin torjunnan. (Kurki & Tomperi 2011, 51–53.)

Argumentaatiota on tutkittu esimerkiksi ilmastopolitiikkaan liittyvissä keskusteluissa (Kaarkoski 2018), poliittisissa haastatteluissa (Fetzer 2007) sekä erilaisissa arvosteluyhteisöissä (Otterbacher 2011). Argumentointia käsittelevissä tutkimuksissa on esimerkiksi tarkasteltu, mihin argumentissa vedotaan (*appeals to*). Aristoteleen mukaan viestijä voi hyödyntää kolmea päästrategiaa vakuuttaakseen yleisönsä. Näitä kutsutaan Aristoteleen vetoomuksiksi (*Aristotles appeals*) (Otterbacher 2011, 430). Hun et. al. (2019) ovat käyttäneet näitä vetoomuksia, eli jakoa *ethokseen*, *pathokseen* ja *logokseen*, tutkiessaan Airbnb:n esittelytekstejä. Tässä Aristoteleen kolmijaossa *ethos* on eettinen vetoaminen, joka sisältää todisteet viestin lähettäjän uskottavuudesta, *pathos* on vetoaminen tunteisiin ja *logos* on rationaalinen vetoaminen, joka sisältää esimerkiksi väitteen tueksi esitetyt todisteet, kuten faktat, tilastot ja esimerkit. Tämä vetoomusten jako on samanlainen kuin Kurjen ja Tomperin (2011) esiin tuoma kolmijako argumentin tehoa yleisöön tarkastellessa.

Otterbacher (2011, 430–431) on hyödyntänyt Aristoteleen argumentoinnin vetoomuksia analysoidessaan arvosteluyhteisöissä julkaistuja arvosteluja. Hänen tutkimuksensa kontekstissa *ethos* muodostuu arvostelun julkaisijan maineesta, *logos* syistä, kuten esimerkiksi arvostelussa vertailut tekniset tiedot, ja *pathos* muodostuu tunteisiin vetoamisesta, kuten tarinan liittämistä arvosteluun.

Argumenttien vetoomuksien jaottelu Aristoteleen tavalla on melko karkea. Vetoomuksia onkin tarkasteltu myös yksityiskohtaisemmin, ja näitä tarkempia vetoomuksia voidaan tarkastella Aristoteleen jaon alateemoina. Walton (2006) esittelee kirjassaan muun muassa vetoamisen asiantuntijan mielipiteeseen (*appeal to expert opinion*), vetoamisen

yleiseen mielipiteeseen (*appeal to popular opinion*) sekä vetoamisen analogiaan (*argument from analogy*). Vetoamisessa asiantuntijan mielipiteeseen tai faktaan väitteen tueksi on nostettu asiantuntijan mielipide tai artikkelista lainattu teksti. Tätä voidaan arvioida muun muassa lähteen eli asiantuntijan luotettavuutta tarkastellen, tai onko asiantuntijan mielipide esimerkiksi linjassa muiden alan asiantuntijoiden kanssa. Vetoamisessa yleiseen mielipiteeseen vedotaan ison enemmistön mielipiteeseen, joka on käynyt ilmi esimerkiksi kyselytutkimuksen tuloksena, tai vedotaan yleiseen tietoon tai käsitykseen. Tutkijan mukaan yleiseen mielipiteeseen vetoaminen on heikompi perustelu väitteen tueksi kuin asiantuntijan mielipiteen käyttäminen. Yksi tämän perustelun muoto on yleiseen toimintaan vetoaminen, jossa ytimenä on jonkun toiminnan tuttuus, jonka myötä tiedetään, onko se hyväksyttävää vai ei.

Waltonin (2006) esittelemä analogiaan vetoaminen (*argument from analogy*) on tapausperusteinen väitteen perustelu. Tässä perusteluna käytetään samanlaista tapahtumaa kuin esitettyssä argumentissa. Perusteluna olevalla tapahtumalla on tiettyjä ominaisuuksia ja argumentissa näitä tapahtumia verratessa, väite perustuu siihen, että molemmilla tapahtumilla on samanlaisia ominaisuuksia. Tätä argumentoinnin tapaa kutsutaan myös seuraukseen vetoavaksi argumentoinniksi (*argument to consequence*) ja sitä käytetään paljon esimerkiksi poliittisissa ja taloudellisissa väittelyissä. Aiemmassa tutkimuksessa yksityiskohtaisempia vetoamuksia on hyödyntänyt esimerkiksi Fetzer (2007), joka on tarkastellut poliittisissa haastatteluissa ilmenneitä vetoamuksia järkevyyteen.

Tässä tutkielmassa argumentaation osalta tarkasteltavana ovat työmarkkinatoimijoiden omat tviitit. Näiden analyysiin Toulminin argumentaatioteoria on raskas, sillä tarkastelun kohteena on maksimissaan 280 merkin mittaisia yksittäisiä tviittejä kasvoitusten käytävien väittelyiden sijaan, joissa argumentaatioteorian jokaista kohtaa voitaisiin soveltaa. Tässä tutkielmassa argumentaation analyysissä hyödynnetään Aristoteleen kolmijakoa. Tutkielman kontekstissa argumentin vetoamus on *ethos*, jos argumentti perustuu henkilön uskottavuudelle asiassa. Henkilö voi esimerkiksi perustella omilla kokemuksillaan tietämystään asiasta. *Pathos* pohjaa muun muassa tarinallistamiseen ja emotionaalisten ilmaisujen käyttöön. Tutkielmassa *logoksena* käsitetään väitteen rinnalla

esitetyt todisteet ja esimerkit, kuten taulukot ja artikkelit, joissa asiaa selvennetään. *Logosen* rinnalla tarkastellaan mm. vetoomusta asiantuntijan mielipiteeseen. Tämän jaottelun jälkeen katsotaan aineistokohtaisesti, nouseeko tviiteistä tarkempia Waltonin (2006) kirjassa esiintyviä vetoomuksia.

3 POLIITTINEN VIESTINTÄ TWITTERISSÄ

Sosiaalista mediaa ja sen tuomaa mahdollisuutta vuorovaikutukseen hyödynnetään myös poliittisessa viestinnässä. Sosiaalinen media on koko ajan tärkeämpi alusta sosiaalisille ja poliittisille liikkeille sekä tarjoaa alustan jokapäiväiselle poliittiselle keskustelulle (Nortio, Niska, Renvik & Jasinskaja-Lahti 2021). Tässä luvussa tarkastellaan vuorovaikutusta sosiaalisessa mediassa sekä määritellään, mitä vuorovaikutuksella Twitterissä käsitetään. Kappaleessa käydään läpi, miten vuorovaikutusta hyödynnetään sosiaalisessa mediassa ja Twitterissä. Lisäksi tarkastellaan aiempaa tutkimusta liittyen poliittiseen viestintään Twitterissä.

3.1 Twitter vuorovaikutuksen alustana

Sosiaalinen media pohjautuu käyttäjien väliseen vuorovaikutukseen. Nykyään muun muassa organisaatiot, poliitikot sekä yritykset hyödyntävät sosiaalista mediaa vuorovaikutuksessaan sidosryhmiensä kanssa. Carr ja Hayes (2015) määrittelevät sosiaalisen median internetpohjaisiksi kanaviksi, jotka mahdollistavat käyttäjien välisen vuorovaikutuksen ja joiden arvo syntyy käyttäjälähtöisestä sisällöstä. He painottavat, että vuorovaikutuksen ei tarvitse olla todellista, vaan käyttäjille riittää kokemus vuorovaikutuksesta. Sosiaalisen median käytön arvo syntyy nimenomaan vuorovaikutuksesta toisten käyttäjien kanssa tai toisten käyttäjien tuottamasta sisällöstä eikä tiedotusvälineiden tai yksittäisen henkilön tuottamasta sisällöstä (Carr & Hayes 2015, 51).

Laaksonen et al. (2013) ovat luokitelleet sosiaalisen median kanavat seuraavasti:

1. Yhteistuotanto (wikit, esim. Wikipedia)
2. Verkostoitumis- ja yhteisöpalvelut (esim. Facebook, LinkedIn)
3. Sisältöjen jakamiseen keskittyvät alustat (esim. Youtube, Flickr)
4. Blogit ja mikroblogit (blogialustat, Twitter)
5. Virtuaalimaailmat (sosiaaliset ja pelilliset, esim. Second Life, World of Warcraft)
6. Verkkokeskustelut (esim. Suomi24, MuroBBS)

Twitterissä on tyypillistä, että viestintä rakentuu enemmän yhdeltä monille kuin yhdeltä toiselle ja sen interpersonaalinen dynamiikka on erilaista kuin esimerkiksi Facebookissa (Page 2012). Tässä tutkielmassa Twitter nähdään verkostoitumis- ja yhteisöpalveluna eikä niinkään Laaksosen ym. (2013) listauksen mikroblogina. Tutkielmassa nimenomaan korostetaan työmarkkinatoimijoiden viestintää ja vuorovaikutusta, eikä yksittäisten tilien sisältöjen kuratoimista.

Hayes, Carr ja Wohn (2016) ovat määritelleet sosiaalisen median tekniset toiminnot, jotka mahdollistavat viestinnän ja vuorovaikutuksen ilman mitään tiettyä kieltä, parakielisiksi digitaalisiksi käyttömahdollisuuksiksi (*Paralinguistic Digital Affordances, PDA*). Nämä parakieliset digitaaliset käyttömahdollisuudet tarkoittavat sosiaalisten medioiden yksinkertaisia teknisiä toimintoja, jotka vaativat vain yhden klikkauksen. Heidän tutkimuksensa tarkoituksena oli ymmärtää näiden yksinkertaisten teknisten toimintojen, kuten Twitterin tykkäysten, viestinnällisiä funktioita. Hayes ym. (2016, 172–173) nostavat esiin, että parakieliset digitaaliset käyttömahdollisuudet ovat sosiaalisen median ydintä, mutta niiden käytön motivaatiot ja tarkoitukset ovat suurelta osin selvittämättä.

Twitter on Suomen viidenneksi suosituin sosiaalisen median palvelu noin 1,1 miljoonalla käyttäjällä (Pönkä 2020). Twitterin käyttö perustuu lyhyisiin viesteihin, joissa voi olla maksimissaan 280 merkkiä. Twitter nosti viestien merkkimäärään 140 merkistä 280 merkkiin syyskuussa 2017 (Twitterin blogi 2017). Huolimatta Twitterin aiemmin toteuttamasta merkkimäärän nostosta, merkkimäärä on silti hyvin rajattu. Tämän vuoksi yhteen viestiin ei esimerkiksi mahdu montaa argumenttia. Viestin lyhyys voi kuitenkin edesauttaa tiedon nopeaa leviämistä laajalle joukolle käyttäjiä (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018, 10). Vaikka Twitter on suosittu sosiaalisen median alusta, niin sitä on kuvattu elitistiseksi sosiaalisesti mediaksi erityisesti sen vuoksi, että yhteiskunnalliset päättäjät ja median edustajat keskustelevat siellä keskenään (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018, 9).

Twitterissä kuka tahansa käyttäjä voi seurata ketä tahansa käyttäjää niin, ettei seuraamista tarvitse hyväksyä (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018, 10). Näin ollen seuraami-

nen ei ole vastavuoroista, kuten esimerkiksi Facebookissa, jossa lähetetään kaveripyynn-
töjä. Tämä tukee Carrin ja Hayesin (2015) huomiota siitä, että vuorovaikutuksen ei tar-
vitse olla sosiaalisessa mediassa todellista, vaan käyttäjille riittää kokemus siitä. Twitte-
rissä käyttäjä voi kokea vuorovaikutusta seuraamalla henkilöä, vaikka tämä ei seuraisi
takaisin. Käyttäjien tviittejä voi käydä tarkastelemassa heidän profiileissaan, vaikka ei
heitä seuraisikaan, sillä lähtökohtaisesti Twitter on avoin yhteisöpalvelu. Käyttäjät voivat
kuitenkin myös asettaa tilinsä suojatuksi, jolloin heidän tviittinsä näkyvät vain heitä seu-
ranneille henkilöille. Kuitenkin vuonna 2012 vain 7 prosenttia Twitterin tileistä oli yksi-
tyisiä (Page 2012). Tässä tutkielmassa tarkasteltavien henkilöiden profiilit ovat kaikki
avoimia. Toisaalta he edustavat yhteiskunnallisesti vaikuttavia järjestöjä, joten heiltä
myös odotetaan Twitterissä aktiivisuutta ja avoimuutta.

Isotaluksen (2020) mukaan Twitterissä viestinnän voidaan katsoa olevan instrumentaa-
listia eli välineellistä, sillä sen tavoitteena on mahdollisimman suuren yleisön saavutta-
minen. Suuren yleisön saavuttaminen tapahtuu seuraajien kautta. Mitä suurempi on
seuraajien määrä, sitä suurempi on tviittien ensisijainen yleisö. Tämän lisäksi seuraajat
myös uudelleentviittaavat, tykkäävät sekä kommentoivat viestejä, jolloin ne voivat le-
vitä laajankin joukon nähtäväksi. Tämän myötä vähäisellä seuraajamäärällä varustetun
tilin tviitit voivat aika ajoin nousta viraaleiksi. Tämän tutkielman konteksteissa on olen-
naista huomioida myös se, ketkä tilejä seuraavat ja tviittejä kommentoivat, vaikuttaa
tviittien näkyvyyteen. Tutkitut tilit kuuluvat Twitterin "elitistisiin verkostoihin", joiden
tviittauksia esimerkiksi media seuraa. Median nostettua tviitin verkkouutiseen, tviitin
näkyvyys kasvaa.

Tviitteihin voi lisätä kuvia, videoita, linkkejä, hymiöitä, kyselyitä sekä videolivelähetyksiä.
Esimerkiksi Valtioneuvosto hyödyntää omalla Twitter-tilillään livelähetyksiä ministerien
doorstep-haastatteluissa ennen hallituksen kokouksia. Twitterillä on merkittäviä tapoja
yhdistää lyhyitä tviittejä laajempiin teemoihin, tiettyihin ihmisiin ja ryhmiin (Murthy
2013, 3). Tviitit voidaan luokitella hashtagien avulla, eli #-merkillä (esim. #neuvottelu-
kierros tai #tesneuvottelut), joka mahdollistaa niiden selaamisen yhtenäisenä virtana.
Tässä tutkielmassa ei tarkastella tiettyjä hashtageja. Hashtagien lisäksi tviittejä voidaan

kohdentaa mainitsemalla (*mention*) joku toinen käyttäjä. Toiminto tapahtuu lisäämällä ”@käyttäjätili” tviittiin. Mainitseminen on Twitterin vuorovaikutuksen ydintä ja se on erityinen toiminto, sillä kuka tahansa voi mainita kenet tahansa ilman, että he seuraisivat toisiaan. Mainintojen avulla käyttäjät voivat aloittaa keskusteluja toistensa kanssa.

Viestinnän Twitterissä tulisi olla sellaista, että ihmiset haluavat alkaa seuraamaan kyseistä tiliä. Seuraajien keräämiseksi tviittien tulisi olla sellaisia, että käyttäjät haluavat seurata niitä lähettänyttä käyttäjää jatkossakin. Isotalus (2020) on luonut mallin Twitteriviestinnästä, jonka avulla luodaan arvostusta. Mallin keskiössä on käyttäjän aktiivisuus ja vuorovaikutus, sillä käyttäjä voi saavuttaa arvostusta ja suuren käyttäjämäärän Twitterissä olemalla aktiivinen. Hän määrittelee aktiivisuuden olevan tviittaamista, uudelleentviittaamista ja muiden tviittien kommentoimista. Mallin mukaan aktiivisuuden lisäksi arvostuksen rakentamisessa Twitterissä on tärkeää viestiä vuorovaikutteisesti, mutta myös kiinnittää huomiota tviittien sisällölliseen ja tyylilliseen kiinnostavuuteen. Näiden tviittien perusteella henkilöstä muodostuu vaikutelma, joka voi vahvistaa henkilön toiminnan tavoitteita tukevaa eetosta. Tviittien vaikuttavuutta lisää mielipidejohtajuus, joka muodostuu yleisön suuresta määrästä sekä eetoksesta. Nämä tekijät Twitteriviestinnässä voivat rakentavaa arvostusta. Tässä tutkielmassa toimijoiden aktiivisuutta Twitterissä tarkastellaan yllä olevan jaon mukaan, eli tarkastelun kohteena on toimijoiden tviitit, uudelleentviittaukset sekä vastaukset.

Hayesin, Carrin ja Wohnin (2016) parakielisiin digitaalisiin käyttömahdollisuuksiin (*Paralinguistic Digital Affordances, PDA*) lukeutuu muun muassa tykkäykset Twitterissä. Toisin sanoen he näkevät, että yksi Twitterin vuorovaikutuksen muodoista on tykkäykset (en-tiset suosikit). Heidän tutkimuksensa mukaan Twitterin käyttäjät ovat tarkkoja, mistä tviiteistä he tykkäävät. Tviittien tulee olla hauskoja, ajatuksia herättäviä tai ironisia. Facebookiin verratessa tykkäyksen käyttäminen on paljon tarkempaa, sillä Facebookissa käyttäjälle riittää, että ystävä on postannut jotain ja siitä tykätään automaattisesti esimerkiksi sosiaalisen tuen osoittamiseksi. Tutkimuksessa ei nostettu tykkäyksien lisäksi muita Twitterissä ilmeneviä parakielisiä digitaalisia käyttömahdollisuuksia esiin.

Twitterin ja Facebookin toimintoja on vertailtu niiden vuorovaikutteisuuden kannalta. Larsson (2015) on määritellyt Twitterin vuorovaikutteisiksi toiminnoiksi maininnat, vastaukset ja yksityisviestit. Facebookissa hänen mukaansa vuorovaikutusta on kommentointi sekä chat-toiminto. Artikkelissaan hän määrittelee tykkäykset tunnustukseksi (*acknowledge*) ja uudelleentviittaukset uudelleen jakamiseksi (*redistribute*).

Tässä tutkielmassa perehdytään toimijoiden aktiivisuuden lisäksi heidän vuorovaikutukseensa Twitterissä. Yleisesti vuorovaikutukseksi Twitterissä käsitetään vastaukset, maininnat sekä yksityisviestit. Tässä tutkielmassa tarkastelun kohteena ovat vastaukset sekä maininnat. Yksityisviestejä ja niiden käyttötarkoituksia ja vuorovaikutusta on hankalaa tarkastella ilman haastatteluita, joten ne on rajattu pois. Uudelleentviittauksia tarkastellaan tässä tutkimuksessa aktiivisuuden osalta, mutta niiden merkitys vuorovaikutuksessa on epäselvä, joten niihin ei perehdytä tarkemmin. Vaikka tykkäykset voidaan käsitellä Hayes ym. (2016) tutkimuksen mukaan sosiaalisen tuen antamiseksi ja näin vuorovaikutukseksi, niitä ei tässä tutkielmassa tarkastella vuorovaikutuksen keinona. Tykkäysten vaikutukset ovat vielä melko epäselviä (Larsson 2015) ja niitä tarkastellaan tässä tutkielmassa, kun vertaamme liittojen ja henkilöiden tviittien leviämisen eroja.

3.2 Twitter poliittisen viestinnän alustana

Sosiaalista mediaa ja sen tuomaa mahdollisuutta vuorovaikutukseen hyödynnetään poliittisessa viestinnässä. Poliitikkojen nähdään voivan olla aidosti vuorovaikutuksessa ääntenäjien kanssa. Sosiaalisen median merkitystä politiikassa on kuitenkin myös kyseenalaistettu esimerkiksi väittämällä, ettei se ole lisännyt edustuksellisen demokratian avoimuutta (Isotalus 2017, 190), ja pohdinnalla palvelun merkityksestä poliittiseen diskurssiin vähäisen merkkimäärän sisältävien viestien vuoksi (Lassen & Brown 2010).

Sosiaalisista medioista Twitter on levinnyt nopeasti poliittisten toimijoiden aktiiviseen käyttöön kansainvälisesti (Isotalus 2017, 204). Työmarkkinaviestintä käsitetään tässä tutkielmassa poliittisen viestinnän ja organisaatioviestinnän yhdistelmänä. Erityisesti poliittista viestintää työmarkkinajärjestöjen viestinnässä on poliittinen vaikuttaminen ja jäsenyrityksiensä etujen ajaminen. Esimerkiksi työnantajajärjestöt pyrkivät luomaan

omille jäsenyrityksilleen parasta toimintaympäristöä, joka tarkoittaa muun muassa lakien valmisteluihin osallistumista sekä päätöksentekoon vaikuttamista. Kuten poliitikot ja puolueet, myös työmarkkinaviestintä hyödyntää nykyään eri sosiaalisen median alustoja, erityisesti Twitteriä.

Politiikan ja poliittisen viestinnän tutkimusta on viimeisten vuosikymmenten aikana värittänyt politiikan henkilöityminen. Henkilöitymisen perimmäinen väite on, että politiikan keskiö siirtyy aiheista henkilöihin ja puolueista poliitikkoihin (Adam 2016, 1). Tässä tutkielmassa aineistossa päästään vertailemaan järjestöjen ja niitä edustavien henkilöiden Twitter-viestintää, jonka myötä voidaan perehtyä henkilöitymiseen myös työmarkkinakontekstissa. Henkilöitymisen on väitetty vähentävän puolueiden kampanjoiden ja ajankohtaisten ongelmien merkitystä äänestyskäyttäytymisessä. Poliitiikan henkilöitymisen tutkimuksessa on myös tarkasteltu median uutisointia ja sitä, onko yksittäisten poliitikkojen mediahuomio kasvanut suhteessa puolueiden huomioon. Poliitiikan henkilöityminen ei ole uusi ilmiö, vaikka se onkin noussut esiin uudelleen 2000-luvulla (Adam 2016.) Sosiaalisen median on sanottu vähentävän poliittisten aiheiden ja ongelmien arvoa ja siirtävän kiinnostuksen entistä enemmän yksittäisiin poliitikkoihin ja heidän viikoihinsa (Prémont & Millette 2015).

Twitterin yhtenä vahvuutena on pidetty sitä, että se mahdollistaa henkilökeskeisen kampanjatyylin. Twitter mahdollistaa sen, ettei poliitikon tarvitse toimia pelkästään puolueensa äänitorvena, vaan että hän voi lisätä poliittisten asioiden oheen omia henkilökohtaisia kommenttejaan. Näiden henkilökohtaisten kommenttien on nähty lisäävän myönteisten reaktioiden määrää poliitikkoja kohtaan. (Isotalus 2017.)

Henkilöitymistä voidaan tarkastella muun muassa keskustelujen sisältöjen perusteella. Koskevat keskustelut poliitikkoja ja onko poliittisten aiheiden oheen liitetty henkilökohtaisia aiheita? Henkilöitymistä voidaan myös tarkastella esimerkiksi tviittien leviämisen sekä seuraajamäärien eroina. Puhutteleeko ja kannustaako käyttäjiä vuorovaikutukseen enemmän puolueet ja organisaatiot vai poliitikot sekä muut henkilöt? Työmarkkinakontekstissa henkilöityminen tarkoittaisi työmarkkinajohtajien tviittien tykkäysten,

vastausten ja uudelleentviittausten suurempia määriä verrattain työmarkkinajärjestöiden tviitteihin.

Bennett (2012) käsittelee artikkelissaan politiikan henkilöitymistä eri näkökulmasta. Hänen näkökulmansa painottuu poliittiseen osallistumiseen, osallistamiseen sekä siihen, kuinka politiikkaa personoidaan kansalaisille. Henkilöitynyt politiikka ei myöskään hänen mukaansa ole uusi ilmiö, vaan se on kytkeytynyt vahvasti esimerkiksi populistisiin johtajiin tai kansan emotionaalisiin siteisiin karismaattisiin johtajiin. Ero nykypäivänä näkyy siinä, että sosiaalisten verkostojen myötä poliittinen henkilöityminen ei tarvitse selviä johtajia tai organisaatiota, vaan poliittiset verkostot muodostuvat yksilöiden kokemusten ja näkemysten ympärille. Ilmiö kukoistaa individualistisen kulttuurin myötä, sillä personoidun politiikan ytimessä on se, että kansalaiset pääsevät jakamaan omia kokemuksiaan ja näkemyksiään. Kuitenkin järjestöt voivat hyödyntää näitä valmiiksi olemassa olevia verkostoja kohdentaessaan kampanjointiaan (Bennett 2012.) Twitter osaltaan tukee tätä kehitystä, sillä yksittäisillä poliitikoilla ja päättäjillä on omat laajat verkostonsa Twitterissä. Myös esimerkiksi palkansaajaliittojen johtajat voivat viestiä ja verkostoitua Twitterin kautta jäseniensä kanssa ja kuulostella jäseniensä mielipiteitä ja kokemuksia nykyisestä tilanteesta sekä tulevaisuudesta.

Nykypäivänäkin erityisesti oikeistopopulistiset liikkeet hyödyntävät politiikan personoimista toiminnassaan. Nämä liikkeet vetoavat kansalaisten tunteisiin ja kutsuvat seuraajia muun muassa olemaan oikeita kansalaisia vs. maahanmuuttajat. Liikkeet mahdollistavat seuraajiansa näyttää tunteensa, yleensä vihan, valitsemiaan kohteita kohtaan. Tällaista personoimista hyödyntävät puolueiden lisäksi myös yritykset ja järjestöt. (Bennett 2012.) Tässä tutkielmassa toimijoiden personoiminen tapahtuu heidän jäsentensä ja heidän agendoidensa mukaan. Tarkasteltavat neuvottelut ovat nostaneet esiin voimakkaitakin tunteita niitä koskevissa ammattiryhmissä, jolloin niitä vetävien järjestöjen viestinnän tavoitteena on voinut olla tunteiden lietsominen. Vaikuttavan viestinnän tukena on käytetty erityisesti palkansaajapuolella tarinallistamista jäsenistön kokemusten kautta. Larssonin (2015) mukaan Ruotsissa oikeistopopulistiset puolueet ovat hyödyn-

täneet Facebookia sekä Twitteriä tiedon jakamiseen ja jäsenien keräämiseen. Tämä antaa kyseisille puolueille mahdollisuuden kontrolloida jaettavaa ideologisesti marginaalista tietoa, toisin kuin perinteisessä mediassa.

Aiempaa tutkimusta poliittisesta viestinnästä Twitteristä löytyy paljon. Marttila (2018) on tutkinut kansanedustajien Twitterin käyttöä ja sitä selittäviä tekijöitä. Hänen mukaansa Twitter on yksi niistä yhteisöpalveluista, joita poliittiset edustajat voivat hyödyntää viestiessään kansalaisten kanssa ja täyttääkseen edustustehtävänsä. Hänen tutkimuksensa mukaan suomalaiset kansanedustajat ovat melko aktiivisia Twitterin käyttäjiä, ja jopa kolmasosa kansanedustajien lähettämistä tviiteistä hyödynsi Twitterin keskusteluominaisuutta, eli tviitit olivat keskustelevia. Toisaalta nämä tviitit tulivat vain pieneltä osalta tarkasteltavista tileistä, sillä kolmasosa edustajista ei ollut kertaakaan hyödyntänyt ominaisuutta. Suurin osa julkaistuista tviiteistä olikin kansanedustajien omien ajatuksia eikä keskustelua. Marttila (2018) nostaakin esiin, että edustajat todennäköisesti nostavatkin keskusteltaviksi niitä aiheita, joihin heillä on omat intressinsä. Näin he voivat itse määrittää agendan.

Larssonin (2015) mukaan poliittisen keskustelun ja kampanjoinnin Twitteriin siirtymisen myötä puolueiden tulee sopeutua uuteen kampanjointialustaan. Vaikka puolueella olisi suuri kannattajamäärä, se ei vielä takaa menestystä ja näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa, kuten Twitterissä. Puolueen koolla on toki väliä, mutta sen ohella on olemassa muitakin tekijöitä. Hänen mukaansa Ruotsissa Twitteriä on kuvattu elitistiseksi sosiaaliseksi mediaksi, ja puolueet pyrkivätkin vetoamaan Twitter-viestinnässään näihin ryhmiin ”tavallisten kansalaisten” sijaan. Ruohon ja Kuusipalon (2019) tutkimuksen mukaan Suomessa poliitikkojen ja journalistien eliitit muodostavat Twitterissä eräänlaisen vallan keskuksen. Isotalus (2017, 204) on esittänyt huomion, ettei pelkkä poliittinen asema ole taee suosiolle Twitterissä, vaan poliitikkojen tulee viestiä siellä aktiivisesti. Myöskään institutionaalinen asema ei ole suora mittari suosiolle Twitterissä (Ruoho & Kuusipalo 2019).

Tumasjan ym. (2010) tutkimuksen mukaan Saksan liittopäivävaalien aikana Twitteriä hyödynnettiin poliittiseen keskusteluun. Tutkimuksen mukaan keskusteluissa ilmenneiden puolueiden ja poliitikkojen mainintojen määrä oli yhteydessä vaalien tulokseen. Tviittien sisällöt refleктоivat käyttäjien poliittisia preferenssejä sekä poliittista kenttää.

Kansainvälisessä tutkimuksessa on tarkasteltu paljon muun muassa Yhdysvaltain presidentinvaalikampanjointia. Prèmont ja Millette (2015) nostavat artikkelissaan esiin Yhdysvaltojen presidentinvaaleille tyypillisen kampanjoinnin, jossa ehdokkaan vaalimainoksissa tehdään pilaa vastaehdokkaan kustannuksella. Sosiaalinen media on tuonut tällaiselle kampanjoinnille uuden alustan, jossa poliittisten asioiden sijasta keskitytään henkilöiden vikojen etsimiseen ja hyökkäyksiin vastaehdokkaita kohtaan. Negatiivinen kampanjointi sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi Twitterissä, voi kuitenkin vaikuttaa negatiivisesti myös ehdokkaan omaan imagoon. Suomalaiseen vaalikeskusteluun hyökkäävät ja negatiiviset kampanjat eivät ole vielä integroituneet Isotaluksen ja Aarnion (2005) mukaan, sillä hyökkäävä viestintä voi heikentää tulevan hallitusyhteistyön mahdollisuuksia, jonka takia suoria sanallisia hyökkäyksiä usein vältetään.

Yhdysvaltain presidentinvaaleihin liittyen on tutkittu myös valeuutisten leviämistä Twitterissä sekä äänestäjien reagoimista jaettuihin valeuutisiin (Grinberg, Joseph, Friedland, Thompson & Lazer 2018). Vaikka yleinen huoli on, että sosiaalisen median levittäytymisen poliittiseen keskusteluun lisäisi valeuutisten leviämisen määrää, tutkimuksen mukaan valeuutisten osuus kaikesta poliittisesta sisällöstä oli hyvin vähäinen. Tutkimuksessa tarkasteltu keskiverto äänestäjä altistui viimeisenä kuukautena ennen vaaleja vain noin 10 valeuutislähteelle. Lassen ja Brown (2011) tutkimuksen mukaan republikaanit kongressin jäsenet ovat omaksuneet Twitterin käytön vahvemmin kuin demokraatit. Kongressin jäsenistä senaattorit tviittasivat aktiivisimmin, ja tviittien aiheet kietoutuivat usein poliittisiin aiheisiin.

Livetviittaaminen on tapa osallistua keskusteluun samalla, kun katsoo televisiota. Isotalus ja Paatelainen (2018) ovat tutkineet livetviittaamista vaalikeskusteluista. He tarkastelivat tutkimuksessaan erityisesti, mihin piirteisiin puheenjohtajien esiintymisessä livet-

viittaajat kiinnittävät huomiota, millaisia kielteisiä ja myönteisiä arvioita puheenjohtajista esitetään sekä miten erilaiset arviot jakaantuvat. Tutkimuksessa selvisi, että livetviittien sisällöt keskittyivät suurelta osin puheenjohtajien puheiden sisältöihin. Tutkimuksen mukaan livetviittaus vaalikeskusteluista on sekä henkilö- että sisältökeskeistä, sillä henkilöt vetävät puoleensa, mutta huomattava osa tviiteistä kuitenkin keskittyy sisältöihin.

Isotalus ja Aarnio (2005) ovat luoneet medioidun vaalikeskustelun mallin, joka on luotu funktionaalisen teorian pohjalta jossa on alkuperäisesti tarkasteltu amerikkalaisia vaalikeskusteluja. Funktionaalisen teorian mukaan kampanjadiskurssissa on kolme muotoa: ylistys, hyökkäys ja puolustus. Teorian mukaan vaaliväittelyn diskurssi on instrumentaalista, eli välineellistä. Ylistyksessä keskustelija tuo itsestään esiin myönteisiä piirteitä ja voi esimerkiksi kehua omia poliittisia saavutuksiaan sekä päämääriään. Hyökkäyksessä kritisoidaan vastapuolta joko kritisoimalla suoraan henkilöitä tai heidän harjoittamaansa politiikkaa. Puolustus kumpuaa toisen osapuolen kritiikkiin vastaamisesta. Funktionaalisen teorian mukaan nämä kolme muotoa; ylistys, hyökkäys ja puolustus, voivat olla asiaperusteisia tai henkilöperusteisia. Asiaperusteiset käsittelevät joko menneitä tekoja, tulevia suunnitelmia tai yleisiä päämääriä, ja henkilöperusteiset käsittelevät persoonallisia piirteitä, johtamiskykyä sekä ihanteita. (Benoit 2003.)

Isotaluksen ja Aarnion mukaan (2005) suomalaisten vaalikeskustelujen vuorovaikutuksen muoto eroaa funktionaalisessa teoriassa käsitellystä väittelystä, sillä hyökkääminen ja puolustaminen eivät ole keskeisiä elementtejä. Hyökkäävä viestintä voi heikentää tulevan hallitusyhteistyön mahdollisuuksia, jonka takia suoria sanallisia hyökkäyksiä usein vältetään. Heidän mukaansa suomalaiseen vaalikeskusteluun kuuluu samaa mieltä oleminen ja eri mieltä oleminen, ja näitä voidaan viestiä verbaalisesti ja nonverbaalisesti.

Funktionaalista teoriaa ja medioidun vaalikeskustelun mallia vertaillen, tässä tutkielmassa analyysin tukena hyödynnetään funktionaalista teoriaa. Vaikka Isotalus ja Aarnio (2005) perustelevat, ettei funktionaalinen teoria sovellu suomalaisten vaaliväittelyiden analysointiin, polarisoituneeseen työmarkkinakontekstiin se soveltuu. Työmarkkinakontekstissa keskustelua ja väittelyitä ei määritä mahdollinen tuleva hallitusyhteistyö

ja keskustelu on huomattavasti kärkkäämpää kuin vaaliväittelyt, joissa pyritään pysymään asiallisina. Työmarkkinakontekstissa ja työehtosopimusneuvotteluissa on lähtökohtaisesti karkeasti jaoteltuna kaksi puolta: työnantajapuoli ja palkansaajapuoli.

4 SUOMEN TYÖMARKKINAJÄRJESTELMÄ

Tässä luvussa tutustutaan tarkemmin Suomen työmarkkinajärjestelmään ja järjestöiden väliseen neuvottelutoimintaan. Tämän jälkeen perehdytään aiempaan tutkimukseen työmarkkinajärjestöjen vallasta ja viestinnästä.

4.1 Työmarkkinajärjestöjen neuvottelutoiminta

Suomessa on vanha ja erittäin vahva työmarkkinamalli eli työmarkkinajärjestelmä. Ensimmäiset työntekijöiden ammattiyhdistykset on perustettu jo 1850-luvulla. Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö, SAK, perustettiin vuonna 1969 yhdistämällä SAJ:n eli Suomen Ammattijärjestön sekä SAK:n eli Suomen Ammattiyhdistysten Keskusliiton. Vuonna 2001 Suomessa työmarkkinajärjestöjen työntekijäjäsenenä oli 2,3 miljoonaa. (Kauppinen 2005, 72–78.)

Työnantajaliittojen keskeisiä tehtäviä ovat työrauhan ylläpitäminen, yritysten kilpailukyvyn edistäminen ja talous-, työvoima-, koulutus- ja sosiaalipolitiikkaan vaikuttaminen. Suomen ensimmäinen valtakunnallinen työnantajaorganisaatio oli graafisen teollisuuden työnantajat vuonna 1900. Suomen Työnantajain keskusliitto, STK, perustettiin 1907, mutta sen nimi oli aluksi Suomen Yleinen Työnantajaliitto. STK muutettiin Teollisuuden ja Työnantajien Keskusliitoksi TT:ksi vuonna 1993. Sen rinnalla toimi myös Palvelutyönantajat PT. Nämä kaksi liittoa yhdistettiin vuonna 2004 Elinkeinoelämän Keskusliitoksi EK:ksi, joka aloitti toimintansa 2005. (Kauppinen 2005, 103–107.)

Työnantajaliittojen ja palkansaajaliittojen yhteistyö kulminoituu työehtosopimusneuvotteluihin. Työehtosopimusneuvotteluissa työntekijöitä edustava ammattiliitto ja yrityksiä edustava työnantajaliitto neuvottelevat alansa vähimmäistyöehdoista, eli esimerkiksi palkoista ja työajoista. Työehtosopimusneuvotteluiden tuloksena syntyy työehtosopimus, joka tehdään määräajaksi. Tätä määräaika kutsutaan työehtosopimuskaudeksi. Työehtosopimuslaki määrittelee työehtosopimusten tekoa. Reunaehtoja työehtosopimusten sisällöille määrittelee muu työlainsäädäntö, kuten työaikalaki, vuosilomalaki ja työsopimuslaki. (PAM 2018.)

Vuosien 2019–2020 aikana useat yhteiskunnallisesti merkittävät työehtosopimusneuvottelut venyivät ja neuvotteluissa ilmeni suuriakin erimielisyyksiä neuvottelukumppaneiden kesken. Julkiseen keskusteluun nousivat muun muassa hoitajien työehdot sisältävä kunta-alan työehtosopimusneuvottelut, Paltan, PAU:n ja Postin viestinvälitys- ja logistiikka-alan työehtosopimusneuvottelut, sekä teknologiateollisuuden työntekijöitä koskevat työehtosopimusneuvottelut. Nämä kolme neuvottelua valikoituivat tähän tutkielmaan tarkasteltavaksi. Tarkasteltavia työnantajaliittoja ovat Teknologiateollisuus, Palvelualojen työnantajat Palta ry sekä Kuntatyönantajat (KT). Teknologiateollisuus sekä Palta kuuluvat Elinkeinoelämän Keskusliittoon. KT on työmarkkinajärjestö, joka ajaa kuntaorganisaatioiden etuja työnantajina (KT 2020).

Ammattiliittojen eli palkansaajia edustavien järjestöjen tehtävänä on STTK:n mukaan tehdä jäsenistön edunvalvontaa työntekijä- ja työnantajaliittojen välisessä sopimustoiminnassa, vaikuttamalla yhteiskunnalliseen päätöksentekoon sekä osallistumalla lainsäädännön kehittämiseen. Lisäksi ay-liike huolehtii palkansaajien hyvinvoinnista ja elämänlaadusta. (STTK 2020.) Palkansaajia edustavia tässä tutkielmassa tarkasteltavia liittoja ovat Tehy ry, SuPer, Teollisuusliitto sekä PAU.

Teknologiateollisuus ry on elinkeino- ja työmarkkinapoliittinen vaikuttajaorganisaatio. Se kertoo edistävänsä Suomen keskeisimmän vientialan kilpailukykyä ja toimintaedellytyksiä. Jäsenpalveluiden lisäksi Teknologiateollisuus huolehtii, että heidän jäsenyrityksiensä näkemykset huomioidaan yhteiskunnallisessa päätöksenteossa, neuvottelee työehtosopimuksia, vaikuttaa kansainvälisissä järjestöissä sekä rakentaa alan julkista kuvaa. Tässä tutkielmassa Teknologiateollisuuden virallisen Twitter-tilin lisäksi tarkastellaan organisaation toimitusjohtajan, Jaakko Hirvolan, Twitter-viestintää. (Teknologiateollisuus ry 2020.)

Teknologiateollisuuden kanssa neuvottelupöydässä istui Teollisuusliitto. Tässä tutkielmassa tarkastellaan Teknologiateollisuuden ja Teollisuusliiton työntekijöiden työehtosopimusneuvotteluita. Teollisuusliiton puheenjohtajana toimii Riku Aalto, jonka oma Twitter-tili on mukana tutkittavissa tileissä. Teollisuusliitto on Suomen suurin teollisuus-

den ammattiliitto. Liittojen neuvottelemat työehtosopimukset määrittelevät palkkaperusteet, maksettavan palkan vähimmäistason sekä muut mahdolliset työsuhteessa noudatettavat ehdot. Tavoitteena on myös päivittää ay-toimintaa, joka heidän mukaansa tarkoittaa enemmän osallistumista ja osallisuutta, sujuvampaa yhteispeliä liiton sisällä sekä näkyvämpää jäsenten puolesta puhumista. (Teollisuusliitto 2020.)

Teknolוגiateollisuuden ja Teollisuusliiton neuvottelut venyivät yli neljä kuukautta pitkiksi ja erimielisyyttä neuvotteluissa aiheutti erityisesti palkankorotusten taso. Palkankorotusten taso kytkeytyy vahvasti kiistaan kiky-tunneista, jotka palkansaajien edustava Teollisuusliitto halusi neuvotteluissa pois sopimuksesta. Työnantajapuolelle näiden tunteiden poistumisen seurauksena sopimuksessa palkankorotusprosentista tulisi leikata 1,4 prosenttiyksikköä. Liittojen väliset neuvottelut kestivät 29.8.2019-3.1.2020 ja he ehtivät käymään valtakunnansovittelija Vuokko Piekkalan ohjaamissa neuvotteluissa ennen joulua. (Yle 2020.) Sopimus saavutettiin kuitenkin liittojen kesken.

Palvelualojen työnantajat Palta ry on palveluyritysten ja -yhteisöjen edunvalvontajärjestö, jonka tehtävänä on edistää yritysten kilpailukykyä ja kasvua vahvistamalla alan toimintaedellytyksiä. Tämän lisäksi Palta toimii oman alansa puolestapuhujana. Sen strategisena tavoitteena on luoda Suomeen kilpailukykyiset työmarkkinat uudistamalla työelämää, kehittämällä työehtosopimusten sisältöjä ja edistämällä paikallista sopimista. Se pyrkii neuvottelemaan työehtosopimuksia, jotka mahdollistavat digitaalisen palvelutalouden sekä uuden työn tekemisen. Paltan toimitusjohtaja, ja tässä tutkimuksessa järjestön tutkittava edustaja on Tuomas Aarto. Hän on toiminut Paltan toimitusjohtajana vuodesta 2018. (Palta ry 2020.)

Yksi Palta edustama yritys on Posti, jonka puolesta Palta neuvottelee yrityskohtaisia työehtosopimuksia. Näissä työehtosopimusneuvotteluissa vastapuolella on Posti- ja logistiikka-alan unioni PAU. PAU:n tarkoitus on valvoa ja parantaa jäsentensä taloudellisia ja sosiaalisia etuja sekä oikeuksia työelämässä ja yhteiskunnassa. PAU neuvottelee neljä eri työehtosopimusta, joista tässä kontekstissa tarkastelussa on viestinvälitys- ja logistiikka-alan työehtosopimus. Tutkittavissa tviiteissä luultavasti nousee esiin mainintoja myös pakettilajittelijoiden työehtosopimuksesta, sillä PAU:n tavoitteena oli saada tämä

sopimus mukaan neuvotteluihin Palta kanssa. PAU:n puheenjohtajana ja tässä tutkielmassa tarkasteltavana liiton edustajana on Heidi Nieminen. (PAU 2020.)

Paltan ja PAU:n väliset neuvottelut syksyllä 2019 olivat erittäin haastavat. Kiistaa neuvotteluissa oli palkoista, työajoista ja -vuoroista sekä muun postin yhdistämisestä varhaisjakeluun. Työntekijäpuolella koettiin, että työntantajapuolen tarkoituksena oli halpuuttaa työehtosopimus, kun työnantajapuoli kertoi tavoitteena olevan joustavampi ja paikallisempi työaikojen ja -vuorojen järjestely. (HS 2019.) Neuvottelutuloksen myötä Posti Palvelut Oy:n uuden pakettilajittelijoita koskevan työehtosopimuksen neuvottelut hoitavat Palta ja PAU. (Palta 2019).

Kolmantena yhteiskunnallisesti merkittävänä ja haastavana neuvotteluna tässä tutkielmassa tarkastellaan kunnallisen yleistä virka- ja työehtosopimusta, joka koskettaa myös hoitajia. Mukana näissä neuvotteluissa on työnantajapuolelta KT Kuntatyönantajat. KT neuvottelee ja sopii kunnallisen henkilöstön valtakunnalliset virka- ja työehtosopimukset. KT neuvottelee myös KVTES:n eli kunnallisen yleisen virka- ja työehtosopimuksen, jonka piirissä on 309 00 palkansaajaa, mukaan lukien sairaanhoitajat ja lähihoitajat. Hoitajia tämän työehtosopimuksen neuvotteluissa edustaa sosiaali- ja terveysalan neuvottelujärjestö Sote ry. Tämän neuvottelujärjestön jäsenjärjestöjä ovat muun muassa Tehy ry ja SuPer ry, joiden viestintää tässä tutkimuksessa tarkastellaan. Tehy ry on Suomen suurin ammattijärjestö, johon kuuluu sosiaali-, terveys- ja kasvatusalan tutkinnon suorittaneita jäseniä. Jäsenet työskentelevät sekä kunta-alalla että yksityisellä puolella. Tehy ry:n puheenjohtaja on Millariikka Rytönen. (Tehy 2020). SuPer on Suomen lähi- ja perushoitajaliitto, joka edustaa sosiaali- ja terveys- ja kasvatusalan toisen asteen tutkinnon suorittaneita ja aloilla opiskelevia. SuPerin puheenjohtajana toimii Silja Paavola. (SuPer 2020).

Kunnallisen henkilöstön virka- ja työehtosopimusten neuvottelut viivästyivät erityisesti työntekijöitä edustavien Tehyn ja SuPerin sovintoesitykseen kohdistuvan tyytymättömyyden vuoksi. Tehyä edustava Millariikka Rytönen kommentoi, että valtakunnansovittelijan 30.4. antama sovintoesitys olisi heikentänyt hoitajien työehtoja. Tämän hyl-

käyksen jälkeen muut sopimuksessa neuvottelevat työntekijöitä edustavat järjestöt, Julkisan koulutettujen neuvottelujärjestö JUKO ja opettajia edustava OAJ, olisivat halunneet erilliset neuvottelut ilman Tehyä ja SuPeria. (Yle 30.4.2020.) Neuvottelutulos saavutettiin 28.5., jonka myötä hoitajat saivat haluamansa oman sopimuksensa, kun heidät irrotettiin yleisestä virka- ja työehtosopimuksesta (HS 29.5.2020).

4.2 Työmarkkinajärjestöjen valta ja viestintä

Työmarkkinajärjestöt kuuluvat päätöksenteon eliittiin. Kunelius, Reunanen ja Noppari (2010) ovat tarkastelleet median valtaa päätöksentekoon liittyvien eliittien kontekstissa. Tutkimuksessa tarkasteltiin, millä tavoilla media vaikuttaa eliitin jäsenten päätöksentekoon sekä heidän väliseen vuorovaikutukseensa päätöksiä tehdessä. Huomionarvoista tutkimuksessa oli myös se, miten nämä eliitin jäsenet pyrkivät käyttämään mediaa ja mediajulkisuutta hyväkseen omien tavoitteidensa toteuttamisessa. Tämän tutkielman avulla luodaan kuvaa siitä, kuinka työmarkkinajärjestöt hyödyntävät Twitteriä omien tavoitteidensa tukemisessa.

Kuneliuksen ym. (2010) tutkimuksessa työmarkkinajärjestöjen ja median suhdetta tarkasteltiin vuoden 2007 hoitohenkilöstön palkkausta koskevan kiistan kautta. Tutkimuksessa tarkastellun kiistan taustalla oli naisvaltaisten alojen palkkojen jälkeenjääneisyys ja Kokoomuksen Sari Sarkomaan esiin tuoma malli, jossa hallitus maksaisi ylimääräistä valtionosuutta, mikäli kuntasektorille syntyvässä sopimuksessa olisi koulutetuille ja naisvaltaisille aloille suuremmat palkankorotukset. Tämä keskustelu hoitohenkilöstön palkkatasosta nousi yhteiskunnalliseksi kysymykseksi.

Kiistassa ja yhteiskunnallisessa keskustelussa keskeisintä oli valtiovallan puuttuminen työmarkkinajärjestöjen väliseen toimintaan tyhjillä lupauksilla. Palkkauksesta myös kunnallisella sektorilla sovitaan työmarkkinajärjestöjen kesken. Kuitenkin hallituksen keskustelu alhaisista palkoista naisvaltaisilla kuntasektorin aloilla antoi tukea hoitajia edustavan Tehy ry:n lobbaustyölle palkankorotuksista, vaikka lähtökohtaisesti hallituksen

tehtävä ei ole puuttua työmarkkinajärjestöjen välisiin neuvotteluihin. Mediassa kirjoitusten näkemykset olivat, että hoitajapulan syynä oli nimenomaan huono palkkaus sekä vähäiset vakituiset työpaikat. (Kunelius, Reunanen & Noppari 2010).

Tehy ry:n onnistunut lobbaustyö loi kuvaa sankarillisista hoitajista, jotka taistelevat oikeuksiensa puolesta porvarihallituksen hallitsemassa maassa. Tutkimuksessa toteutettujen haastatteluiden yleinen arvio oli, että hoitajakiistan saaman suuren huomion ja palkankorotusta puoltavan julkisen keskustelun vuoksi kunta-alalla palkankorotukset muodostuivat harvinaisen suuriksi. (Kunelius, Reunanen & Noppari 2010).

Mielenkiintoista tässä tapauksessa tämän tutkielman kannalta on se, että Kunelius ym. (2010) spekuloiivat vuoden 2007 vaikuttaneen hallituksen haluihin jatkossa puuttua työmarkkinajärjestöjen välisiin neuvotteluihin. Kuitenkin tässä tutkielmassa on esillä kaksi tapausta, joissa päättäjät ovat jollain tavoin osallistuneet neuvottelutoimintaan. Postikiistassa valtio toimi yhtiön omistajana, mutta työehtoja neuvottelivat työmarkkinajärjestöt. Hoitajien neuvottelut puolestaan keväällä 2020 ajoittuivat pandemian keskelle, jolloin hallituksen tekemät päätökset muun muassa erityislaista vaikuttivat heidän neuvotteluihinsa. Hoitajien neuvotteluiden aikana heitä edustavat järjestöt saivat jälleen ponnahduslautaa omalle lobbaukselleen haastavien aikojen kautta ja hoitajille haettiin rahallisia korvauksia joustosta ja raskaasta työstä etulinjassa.

Huolimatta siitä, että työmarkkinajärjestöjen mediaviestintä ja sen tärkeys ei ole kadonnut mihinkään, sen rinnalle on noussut sosiaalinen media. Suuri yleisö saanee edelleen tietonsa työmarkkinaneuvotteluista perinteisen median kautta, mutta järjestöjen välinen vuorovaikutus esimerkiksi neuvotteluiden aikana on osittain siirtynyt Twitteriin. Twitterin keskusteluissa on myös havaittavissa lobbausta omista tavoitteistaan työehtosopimusneuvotteluissa.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tämä tutkimus tarkastelee työmarkkinatoimijoiden Twitter-viestintää työehtosopimusneuvotteluiden aikana. Tässä tutkielmassa työmarkkinatoimijoiksi käsitetään työnantajaliitot ja työntekijäliitot sekä näiden liittojen edustajat, eli järjestöjen toimitusjohtajat, puheenjohtajat sekä työmarkkinajohtajat.

Aiempaa tutkimusta työmarkkinatoimijoiden viestinnästä on tietävästi erittäin vähän. Työmarkkinajärjestelmän yhteiskunnallinen merkittävyys, neuvottelutoiminnan nousu uutisointiin sekä työmarkkinajärjestelmän murros tarjoavat syyn tutkia toimijoiden viestintää tarkemmin. Perinteisen median lisäksi työmarkkinatoimijat sekä keskustelu työehtosopimusneuvotteluista on myös laajasti esillä Twitterissä. Tämän tutkielman avulla pyritään saamaan vastaus tutkimusongelmaan: *Miten työmarkkinatoimijat viestivät Twitterissä neuvottelukierroksen aikana?*

Tutkielmassa tarkastellaan toimijoiden aktiivisuutta sekä vuorovaikutusta Twitterissä määrällisen analyysin avulla. Tämän lisäksi tutkielma perehtyy laadullisen analyysin avulla, millaista retoriikkaa työmarkkinatoimijoiden tviiteissä on ja kuinka toimijat argumentoivat. Aiempien tutkimuksien mukaan tviittien retoriikka voi rakentaa esimerkiksi omaa henkilökohtaista imagoa (Madestam & Falkman 2017) tai ammattimaista vaikuttavaa narratiivia (Grafström & Falkman 2017). Grafströmin ja Falkmanin (2017) tutkimuksessa toimitusjohtajan henkilökohtainen retoriikka ja henkilöbrändi rakentui hänen edustamansa organisaation ympärille.

Työmarkkinatoimijoiden toiminta perustuu vuorovaikutukseen eri sidosryhmien kanssa, kuten neuvottelukumppaneiden, jäsenten sekä poliittisten päättäjien. Myös työmarkkinatoimijat ovat omaksuneet viestintänsä tueksi eri sosiaalisen median alustat, kuten Twitterin. Ensimmäinen tutkimuskysymys on:

K1: Millaista on työmarkkinatoimijoiden vuorovaikutus Twitterissä ja miten aktiivisesti he tviittaavat?

Jotta pääsemme rakentamaan kokonaiskäsitettä työmarkkinatoimijoiden Twitter-viestinnästä, on mielekästä tutkia aktiivisuuden lisäksi työmarkkinatoimijoiden tviittien sisältöjä. Kiinnostavaa on tarkastella, tviitataaneko esimerkiksi neuvottelujen etenemisestä vai kenties toisen osapuolen huonosta käyttäytymisestä. Tviittien sisältöjä analysoimalla voidaan rakentaa kuvaa toimijoiden retoriikasta ja siitä, hyödyntävätkö he Twitteriä ammattimaiseen viestintään vaiko henkilökohtaiseen. Toiseksi tutkimuskysymykseksi muodostuu:

K2: Mistä aiheista työmarkkinatoimijat tviittaavat?

Vaalikeskusteluja tarkasteltavissa tutkimuksissa on hyödynnetty funktionaalista teoriaa, jossa funktiot ovat kehu, hyökkäys ja puolustus. Vaikkei tämän tutkielman konteksti ole vaalikeskustelu, voidaan funktionaalista teoriaa soveltaa analysoidessa työmarkkinatoimijoiden tviittejä. Funktionaalista teoriaa hyödynnetään työehtosopimusneuvotteluita koskeviin tviitteihin, sillä niissä käy ilmi toimijoiden edustamat kannat liittyen neuvotteluihin ja mahdollinen vastakkainasettelu toimijoiden välillä. Kolmanteen tutkimuskysymykseen vastataan teorialähtöisesti funktionaalisen teorian avulla. Kolmas tutkimuskysymys on:

K3: Millaisia funktioita työmarkkinatoimijoiden tviiteissä on?

Työmarkkinakontekstissa osapuolet pyrkivät vakuuttamaan yleisönsä omien kantojensa ja näkemyksiensä vahvuudesta. Nämä voivat liittyä laajemmalla mittakaavalla poliittiseen päätöksentekoon tai tarkemmin tiettyjä työehtosopimusneuvotteluita koskevaan keskusteluun. Työmarkkinatoimijoiden tulee argumentoida näiden näkemyksiensä puo-

lesta. Argumentaatiosta puhuttaessa tarkoitamme nimenomaan tilannetta, jossa pyritään vakuuttamaan toinen osapuoli väitteen hyväksyttävyydestä. Tämän vuoksi onkin mielenkiintoista tarkastella, miten työmarkkinatoimijat argumentoivat Twitterissä. Kurjen ja Tomperin (2011) mukaan yksinäinen väite ilman perusteluja ei ole argumentti vaan perusteeton mielipide. Tässä tutkielmassa argumentiksi käsitetään tviitti, joka sisältää molemmat väitteen sekä perustelun. Argumentteja tarkastellaan sen mukaan, mihin niissä on vedottu. Tässä analyysissä hyödynnetään Aristoteleen jakoa kolmeen veetoomukseen, ethokseen, pathokseen ja logokseen. Viimeinen tutkimuskysymys on:

K4: Miten työmarkkinatoimijat argumentoivat Twitterissä?

5.2 Tutkielman aineisto

Tutkielmaa varten kerättiin aineisto Twitteristä. Verkkokeskustelujen avulla voidaan tarkastella ihmisten käsityksiä tai tapoja puhua jostain tietyistä aiheista (Hakala & Vesa 2015, kirjan luku 5). Sen sijaan, että toimijoita olisi haastateltu heidän viestinnästään ja tavoistaan hyödyntää Twitteriä, Twitteristä suoraan kerätty verkkokeskusteluaineisto tarjoaa autenttisemman aineiston (Hakala & Vesa 2013).

Tutkimuksessa toimijoiden viestintää tarkastellaan kolmien eri työehtosopimusneuvotteluiden kautta. Nämä ovat Postin työehtosopimusneuvottelu, jossa neuvottelivat PAU ja Postia edustava työnantajaliitto Palta ry, Tehyn sekä SuPerin ja Kuntatyönantajien (KT) hoitajia koskevat työehtosopimusneuvottelut, jotka kuuluvat kunta-alan työehtosopimukseen sekä Teollisuusliiton ja Teknologiateollisuuden työntekijäsopimuksen neuvottelut. Tutkimusta varten tutkittavat neuvottelut ja neuvottelijat on rajattu aineiston hallinnan vuoksi.

Paltan ja PAU:n Postia koskevat neuvottelut olivat 9.9.2019-27.11.2019, ja aineisto kerättiin tältä ajalta. Kunta-alan neuvottelut, jossa mukana neuvottelemassa olivat Tehy,

SuPer ja KT Kuntatyönantajat, alkoivat 14.1.2020 ja loppuivat 28.5.2020. Näidenkin neuvottelujen osalta aineisto kerättiin tältä ajalta. Teknologiateollisuuden ja Teollisuusliiton neuvottelut käytiin 29.8.2019-3.1.2020 ja tviitit kerättiin samalta ajanjaksolta.

Aineisto kerätään kolmeltatoista työmarkkinatoimijan Twitter-tililtä. Työmarkkinajärjestöjen virallisilta tileiltä: @paltary, @PAU_liitto, @SuPerLiitto, @Tehy_ry, @kuntatyönantajat @TechFinland ja @finindustrial. Näiden lisäksi aineistoa kerätään järjestöjen johtajien tileiltä: @TuomasAarto, @nieminen_heidi, @millaryt, @MarkkuJalonen, @JaakkoHirvola, @riku_aalto ja @SiljaPaavola. Alla olevassa taulukossa on kuvattuna tarkasteltavien toimijoiden seuraajamäärät.

TAULUKKO 1. Toimijoiden tilien seuraajamäärät.

Työmarkkinatoimijat	Seuraajamäärä
Tehy ry	16 800
Teknologiateollisuus	15 700
Millariikka Rytkönen	8 550
KT	4 970
Riku Aalto	4 482
SuPer	3 885
Teollisuusliitto	2 544
Markku Jalonen	2 489
Jaakko Hirvola	2 448
Palta ry	2 408
Tuomas Aarto	2 155
PAU	1 506
Silja Paavola	1 252
Heidi Nieminen	731

Tutkimuksen aineisto koostuu:

1. työmarkkinatoimijoiden aloittamista tviittiketjuista,
2. heidän uudeelleentviittauksista sekä
3. heidän vastauksistaan.

Aineisto kerättiin 5.12.2020. Työmarkkinatoimijoiden tviittejä kertyi yhteensä 6 080. Aineistoon sisältyy tilien uudelleentviittaukset sekä vastaukset, poikkeuksena Millariikka Rytkösen tililtä kerätyssä aineistossa, jonka keräyksessä ilmeni ongelmia. Hänen tililtään uudelleentviittauksia ei saatu kerättyä ajalta 14.1.-8.3.2020. Hänen tililtään kerätyn aineiston määrä oli kuitenkin suuri, 1 745 tviittiä, huolimatta 14.1.-8.3.2020 puuttuvista uudelleentviittauksia, joten aineistoa on tarpeeksi analyysiä varten.

5.3 Aineiston keruu

Tutkimuksen aineisto kerättiin Twint-ohjelmalla, joka on Python-koodikielellä kirjoitettu työkalu tviittien hakemiseen ja lataamiseen. Twint-ohjelmalla on mahdollista hakea ja ladata tviittejä Twitter-profiileista käyttäjän määrittelemien hakuehtojen mukaisesti käyttämättä Twitterin API-sovellusliittymää. Twint-ohjelman käyttö ja tviittiaineiston kerääminen ohjelmoidusti on perusteltu aineiston laajuudella (Laaksonen & Matikainen, kirjan luku 4). Twint-ohjelman avulla saatiin myös kerättyä toimijoiden omien tviittien ja vastauksien lisäksi uudelleentviittaukset, joita ei ole mahdollista kerätä Twitterin omalla hakutoiminnolla.

Twint on avoimen lähdekoodin GIT-ohjelmakehitysprojekti, joka saatavilla GitHubista, joka on graafinen käyttöliittymä Git-versionhallintaa käyttäville ohjelmakehitysprojekteille ja sisältää Twint-ohjelmavarastot (*repositories*). Twintin etu on se, että se mahdollistaa tviittien haun ilman API:n asettamia rajoitteita ladattavien tviittien määrään liittyen. Twintin käyttö ei myöskään vaadi Twitteriin sisäänkirjautumista erikseen. Twint käyttää tviittien hakuun ”Web Scraping” -tekniikkaa, jonka avulla voidaan ladata tietoja eri verkkosivustoilta Internetin kautta suoraan paikalliseen järjestelmään.

Twint on mahdollista konfiguroida erilaisin parametrein. Twint-haku voidaan kohdentaa esimerkiksi tiettyihin käyttäjänimiin, hashtageihin, aiheisiin tai tiettyyn aikaikkunaan perustuen. Twintin avulla voidaan hakea ja ladata käyttäjätilin omat tviitit, vastaukset, uudelleentviittaukset sekä näihin liittyvää metadattaa, kuten tviitteihin sisällytettyjä HTML-linkkejä ja kuvia. Twint hakee myös jokaiselle tviitille verkkosivuosoitteen, josta tviitin

voi lukea Internet-selaimella. Näin tviittejä voi tarkastella myös Twitterin selainversiossa. Twint voi hakea myös tietyn käyttäjätilin seuraajat ja käyttäjätilin seuratut tilit - Twint voi jopa poimia puhelinnumeroita ja sähköpostiosoitteita tviiteistä. Twintin avulla haetut tviitit ja muut haun sisältämät tiedot on mahdollista ladata CSV tai JSON-tiedostoksi analyysiä varten.

Twint-ohjelman käyttäminen vaatii sen asentamisen käyttäen Pythonia tai tietokoneen komentorivityökalua. Twint-ohjelma asennettiin käyttäen pip-paketinhallintajärjestelmää, jolla ladattiin Twint-ohjelmapaketti GitHubista ja asennettiin se Pythonin käytettäväksi kirjastoksi (*library*).

Kun Twint-ohjelma oli asennettu, sen käyttäminen oli mahdollista Pythonilla. Twint-kirjasto tuotiin koodiskriptiin Pythonin käytettäväksi, jonka jälkeen Twint-haku oli mahdollista tehdä. Tämän jälkeen koodi ajettiin ja haetut tviitit ladattiin CSV-tiedostona tietokoneelle. Twintistä tuodut CSV-tiedostot avattiin Excel-sovelluksessa, jossa aineistoa pystyttiin suodattamaan eri tavoin analyysiä varten. Twintistä tuoduissa tiedostoissa tviittejä pystyi suodattamaan esimerkiksi tykkäyksien, uudelleenjakojen sekä kommenttien mukaan. Tiedostoista näki myös muun muassa tviitteihin liitetyt verkkosivulinkit, kuvat ja mahdolliset videolinkit.

5.4 Menetelmät ja aineiston analyysi

Tämä tutkielma on laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmä. Tutkielmassa analysoidaan tviittien sisältöjä, joten laadullinen tutkimusmenetelmä on perusteltu. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena voidaan pitää ilmiön ymmärtämistä ja sen asettamista yhteiskunnalliseen kontekstiin ja laadullisen sisällön erittelyn avulla pyritään tutkimaan syvällisesti jotain ilmiötä, esimerkiksi ihmisten käsityksiä tai tapoja puhua tietyistä aiheista (Hakala & Vesa 2015, kirjan luku 5).

Laadullisen menetelmän tukena käytetään määrällistä sisällön erittelyä, jonka avulla tarkastellaan toimijoiden aktiivisuutta Twitterissä. Aktiivisuutta voidaan arvioida määrällisesti esimerkiksi toimijoiden viestien määrien perusteella (Laaksonen & Matikainen 2013). Määrällisen sisällön erittelyn avulla voidaan luoda yleiskuva laajastakin aineistoista, minkä tavoitteena on rakentaa tiivistetty kuvaus ilmiöstä (Hakala & Vesa 2013). Määrällisen sisällön erittelyn avulla tarkastellaan, millaista vuorovaikutusta työmarkkinatoimijat harjoittavat Twitterissä perehtymällä heidän tapoihinsa hyödyntää Twitterin vuorovaikutusta hyödyntäviä toimintoja.

Työmarkkinatoimijoiden aktiivisuutta, vuorovaikutusta ja tviittien aiheita analysoitiin aineistolähtöisesti. Määrällisen menetelmän aineistona on toimijoiden kaikki tviitit, mukaan lukien uudelleentviittaukset, vastaukset sekä omat aloitukset. Näiden avulla voitiin tarkastella, millaista työmarkkinatoimijoiden aktiivisuus yleisesti on Twitterissä. Työmarkkinatoimijoiden vuorovaikutuksena käsitetään toimijoiden vastaukset ja mainintojen käyttö. Analyysissa tarkasteltiin, kuinka paljon vastauksia toimijat olivat lähettäneet. Työmarkkinatoimijoiden maininnat luokiteltiin sen perusteella, ketä mainitaan, jotta nähtiin, kenen kanssa toimijat olivat vuorovaikutuksessa mainintojen avulla.

Laadullisessa sisällön analyysissä hyödynnetään määrällisesti luokiteltuja aineistoja. Laadullisesta sisällön analyysistä rajattiin aluksi pois toimijoiden uudelleentviittaukset ja vastaukset aineiston määrän hallitsemiseksi. Laadullisessa analyysissä työmarkkinajärjestöjen johtajien ja järjestöjen virallisia tilejä tarkasteltiin osittain erikseen. Työmarkkinajohtajien omat tviitit eriteltiin ensimmäiseksi sen mukaan, koskiko sisältö työmarkkinatoimintaa vai henkilökohtaisia aiheita. Työmarkkina-aiheiksi laskettiin kaikki neuvotteluihin ja johtajan edustamaan alaan liittyvät tviitit. Järjestöjen omia tviiteistä laadulliseen sisällön analyysiin sisällytettiin kaikki omat tviitit, sillä ne kaikki katsottiin liittyvän luonnollisesti työmarkkinatoimintaan.

Tämän rajauksen jälkeen työmarkkina-aiheisiin liittyvät tviitit eriteltiin sen mukaan, mitä aiheita ne käsitelivät. Tämän avulla pyritään vastaamaan tutkimuskysymykseen, mistä

aiheista työmarkkinatoimijat tviittaavat. Analyysiyksikkönä luokittelussa oli tviiteissä ilmenneet merkityskokonaisuudet.

Laadullisen sisällön analyysin kohteena ja kolmantena tutkimuskysymyksenä tutkielmassa tarkastellaan toimijoiden tviittien funktioita. Kolmanteen tutkimuskysymykseen, millaisia funktioita työmarkkinatoimijoiden tviiteissä on, vastaukseksi tarkasteltiin neuvottelutoiminta-teeman tviittien funktioita funktionaalisen teorian avulla, eli teorialähtöisesti. Funktionaalissa teoriassa funktiot ovat kehu, hyökkäys ja puolustus.

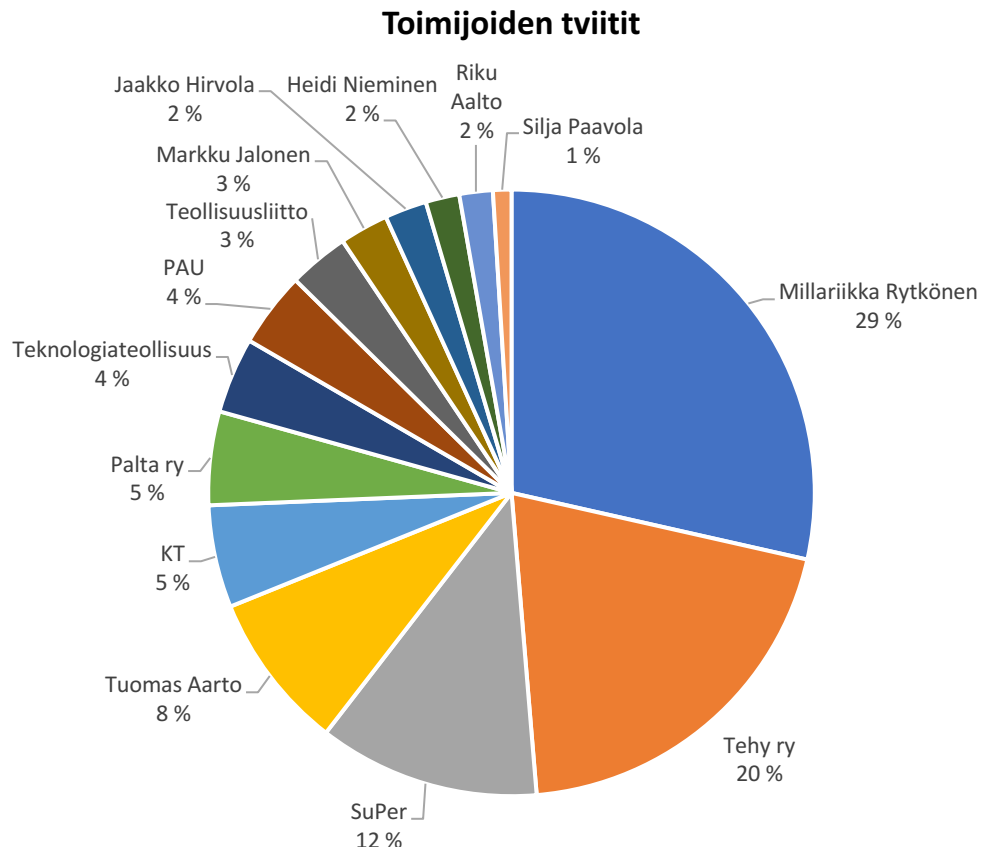
Laadullista sisällön analyysia jatkettiin tarkastelemalla työmarkkinatoimijoiden argumentointia. Aineistona toimii työmarkkinatoimijoiden omat tviitit. Neljäntenä tutkimuskysymyksenä on, miten työmarkkinatoimijat argumentoivat Twitterissä. Työmarkkinatoimijoiden argumentointia tarkasteltiin sen perusteella, mihin se argumenteissa vetoavat, eli millaisen perustelun he tarjoavat väitteelleen. Argumentointia analysoitiin ensin teorialähtöisesti hyödyntämällä Aristoteleen kolmijakoa. Aristoteleen kolmijaon mukaan argumentin sisältävät tviitit jaettiin ethokseen, pathokseen ja logokseen vetoaviin tviitteihin. Tämän jälkeen tarkasteltiin tarkemmin aineistolähtöisesti, löytyikö tviiteistä tätä karkeaa jaottelua tarkempia vetoomuksia.

6 TULOKSET

Tässä kappaleessa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Ensimmäisenä tarkastellaan työmarkkinatoimijoiden aktiivisuutta Twitterissä. Tämän jälkeen tutustutaan aiheisiin, joista toimijat ovat tviitanneet luokittelun kautta. Lopuksi analysoidaan laadullisesti työmarkkinatoimijoiden tviittien funktioita ja argumentointia.

6.1 Työmarkkinatoimijoiden aktiivisuus Twitterissä

Työmarkkinatoimijat lähettivät neuvotteluiden aikana yhteensä 6080 tviittiä. Nämä tviitit sisältävät toimijoiden omat tviitit, uudelleentviittaukset sekä vastaukset. Postin neuvotteluiden 9.9.2019-27.11.2019 aikana lähetettiin yhteensä 1174 tviittiä, hoitajien neuvotteluiden 14.1.2020-28.5.2020 aikana 4270 ja teollisuuden neuvotteluiden 29.8.2019-3.1.2020 aikana 686.



KUVIO 1. Toimijoiden tviittien jakautuminen aineistossa.

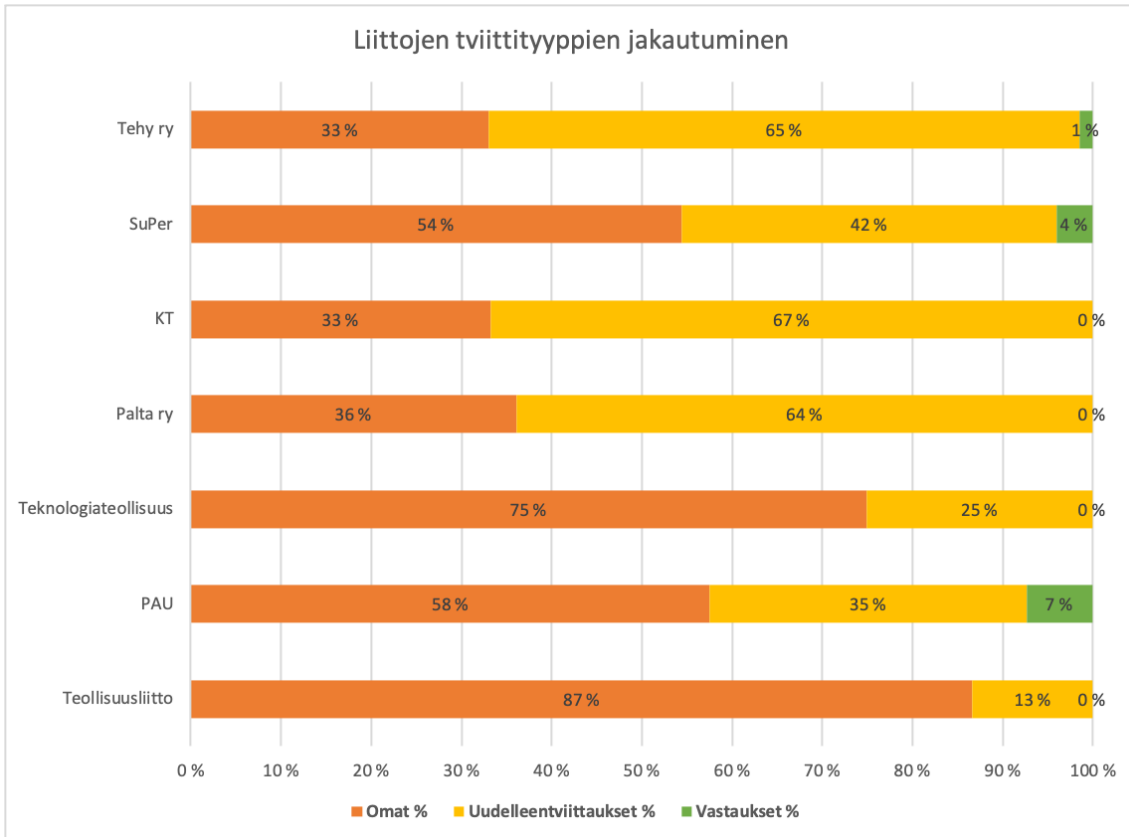
Suurimman osan aineistosta muodostaa Tehy ry:n puheenjohtajan Millariikka Rytkösen tviitit. Hän tviittasi hoitajien neuvotteluiden aikana 1713 kertaa. Rytkösen, Tehyn ja SuPerin tviitit muodostivat yhteensä yli puolet aineistosta, joten kunta-alan neuvottelut nousevat aineistosta vahvasti esiin. Vaikka Millariikka Rytkösellä on määrällisesti eniten tviittejä, yksittäisistä tviittityypeistä hänellä oli eniten vain vastauksia (671 kpl). Eniten omia tviittejä sekä uudelleentviittauksia aineistossa oli Tehy ry:llä. Tuomas Aartolla oli yhteensä neljänneksi eniten tviittejä, joista eniten oli uudelleentviittauksia (308 kpl), joka oli noin 60 prosenttia hänen kaikista tviiteistään. Työmarkkinatoimijoista vähiten tviittaville oli tyypillistä tviitata lähtökohtaisesti omia aloituksia. Tässä Teollisuusliiton Riku Aalto oli kuitenkin poikkeus, sillä hänellä tviiteistä suurin osa oli vastauksia. Taulukossa 2 on avattu tviittityyppien määrät toimijoittain.

TAULUKKO 2. Toimijoiden tviitit jaoteltuna omiin aloituksiin, uudelleentviittauksiin ja vastauksiin suuruusjärjestyksessä perustuen tviittien kokonaismäärään.

Toimija	Kaikki tviitit	Omat tviitit	Uudelleentviittaukset	Vastaukset
Millariikka Rytkönen	1713	291	751	671
Tehy ry	1232	414	800	18
SuPer	722	393	300	29
Tuomas Aarto	514	50	308	156
KT	334	107	223	0
Palta ry	305	110	195	0
Teknolohiateollisuus	247	185	62	0
PAU	245	141	86	18
Teollisuusliitto	195	134	26	0
Markku Jalonen	159	84	68	7
Jaakko Hirvola	135	46	57	32
Heidi Nieminen	110	14	49	47
Riku Aalto	109	28	21	60
Silja Paavola	60	35	9	16
Yhteensä	6080	1997	2955	1054

Postin neuvotteluiden toimijat olivat Twitterissä aktiivisia. Toimijoiden tviittien määrät olivat keskimäärin suuria, vaikka neuvottelut kestivät päivissä mitattaen lyhyemmän

ajan. Hoitajien neuvottelut kestivät noin neljä ja puoli kuukautta ja teollisuuden neuvottelut noin neljä kuukautta. Kuitenkin ero näiden neuvotteluihin osallistuneiden toimijoiden tviittausmäärien välillä on huomattava.

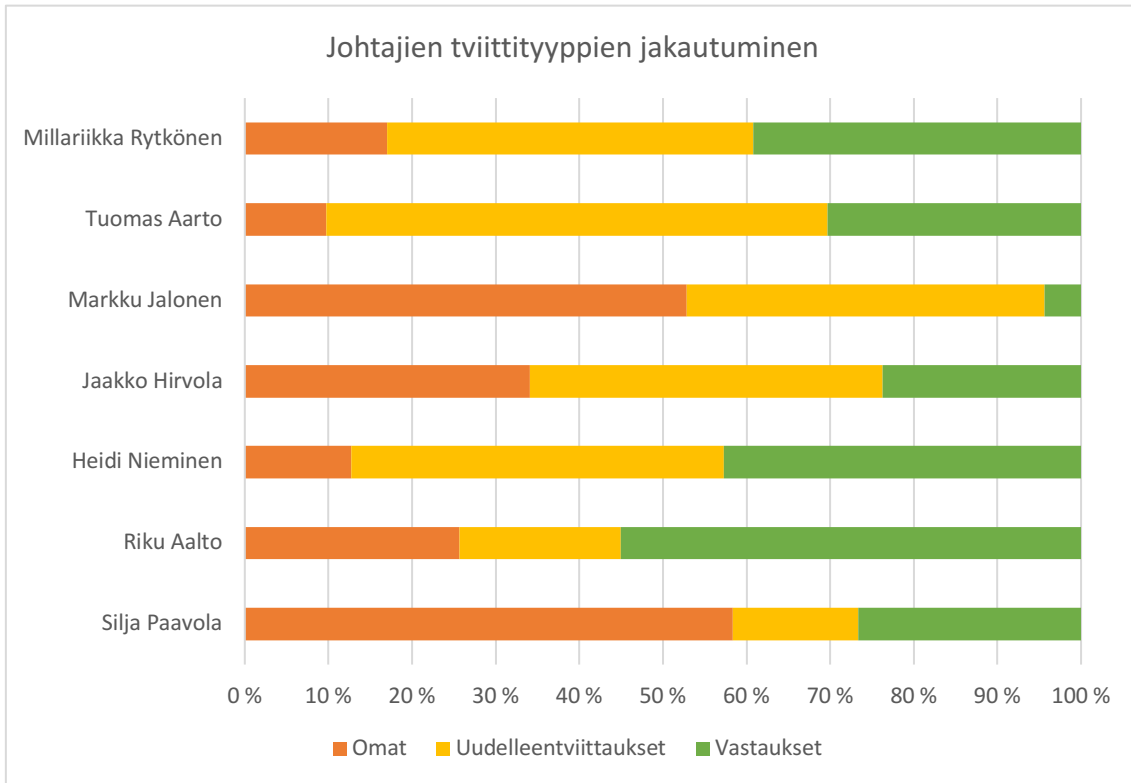


KUVIO 2. Liittojen tviittien jakautuminen omaan aloitukseen, uudelleentviittauksiin ja vastauksiin suuruusjärjestyksessä perustuen tviittien kokonaismäärään.

Yllä olevasta Kuvioista 2 nähdään liittojen tviittien prosentuaalinen jakautuminen omaan tviitteihin, uudelleentviittauksiin sekä vastauksiin. Kaikki liitot ovat tarkasteltavalla ajankaksolla sekä tviittaneet omia tviittejä, että uudelleentviittaneet.

Aktiivisimmin tviittaavilla järjestöillä oli tulosten mukaan myös eniten uudelleentviittauksia. Tehy ry:llä, Palta ry:llä, KT:lla ja SuPerilla uudelleentviittaukset muodostivat yli puolet tviittien kokonaismäärästä. Uudelleentviittauksiin sisältyi myös kommentoiden uudelleentviittaukset.

Eniten omia tviittejä puolestaan oli Teollisuusliitolla sekä Teknologiteollisuudella, joilla omien tviittien määrät olivat 87 prosenttia sekä 75 prosenttia kaikista tviiteistä. Yleisesti liittojen tviittaustoiminnassa vastausten osuus oli tarkasteltavalla ajanjaksolla hyvin pieni.



KUVIO 3. Liittojen johtajien tviittien jakautuminen omiin aloituksiin, uudelleentviittauksiin sekä vastauksiin suuruusjärjestyksessä perustuen tviittien määrään

Kuviossa 3 on tarkasteltu erikseen johtajien tviittien jakautumista. Liittojen johtajien tviittityyppien jakautumista tarkastellessa nähdään, että jokainen johtajista on tviitanut, uudelleentviitannut sekä lähettänyt vastauksia.

Johtajien tviittauskäyttämisessä on huomattavaa vaihtelua. Silja Paavolan, Jaakko Hirvolan ja Markku Jalosen kaikista tviiteistä heidän omia tviittejään oli kaikilla yli puolet. Huomattavasti vähemmän omia tviittejä oli Riku Aallolla (26 prosenttia), Millariikka Rytkösellä (16 prosenttia) ja Heidi Niemisellä (13 prosenttia). Tuomas Aartolla oli neuvottelujen ajalta vähiten omia tviittejä kaikista tviiteistä (13 prosenttia), vaikka hänellä on johtajista määrällisesti toiseksi eniten tviittejä.

Tulosten mukaan työmarkkinaliitot tviittaavat eniten omaa sisältöä. SuPerilla, Teknologiaeollisuudella, PAU:lla ja Teollisuusliitolla oli kaikilla eniten omia tviittejä tviittityypeistä. SuPerilla oli omia tviittejä toiseksi eniten koko aineistosta (393 kpl). Näille järjestöille oli tyypillistä tviitata omaa alkuperäistä sisältöä eteenpäin ja hyödyntää Twitteriä perinteisen yksisuuntaisen viestinnän alustana. Tehy ry oli liitoista aktiivisin Twitterin käyttäjä ja sillä oli myös toimijoista määrällisesti eniten omia tviittejä, vaikka liitolle oli tyypillisempää hyödyntää Twitteriä uudelleentviittaukseen. Tehy ry hyödynsi Twitter-tiliään laajempaan tiedottamiseen ja jakoi aktiivisesti eteenpäin tietoa, joka ei rajoittunut vain heidän omiin julkaisuihinsa. Työmarkkinajohtajista Markku Jalonen ja Silja Paavola hyödynsivät Twitteriä perinteiseen yksisuuntaiseen viestintään eli he julkaisivat alustalla suurimmalta osin omia tviittejään.

Aktiivisimmin Twitterin uudelleentviittaus-toimintoa käyttivät Tehy ry ja Tuomas Aarto. Näillä toimijoilla uudelleentviittauksia oli heidän kaikista tviiteistä yli 60 prosenttia. Toisin sanoen he hyödynsivät Twitteriä aktiiviseen tiedon edelleen jakamiseen. Myös Millariikka Rytkönen ja KT olivat tulosten mukaan aktiivisia uudelleentviittajia.

Eniten Twitteriä vastausten kautta vuorovaikutukseen hyödynsivät Millariikka Rytkönen, Tuomas Aarto ja Riku Aalto. Määrällisesti Rytkösellä oli eniten vastauksia (671 kpl), mutta osuus hänen kaikista tviiteistä oli alle 40 prosenttia. Riku Aallolla puolestaan vastausten osuus oli yli puolet hänen kaikista tviiteistään.

6.2 Työmarkkinatoimijoiden vuorovaikutus Twitterissä

Tässä luvussa tarkastellaan työmarkkinatoimijoiden vuorovaikutusta Twitterissä. Yleisesti vuorovaikutukseksi Twitterissä käsitetään yksityisviestit, vastaukset sekä maininnat. Tässä tutkielmassa tarkastelemme toimijoiden vastauksia sekä mainintoja. Vastaukset voivat olla vastauksia toimijoiden itse aloittamiin tviittiketjuihin tullessiin vastauksiin tai vastauksia jonkun toisen käyttäjän tviitteihin. Toimija on voinut vastata joko tviittiketjun aloitukseen tai sen alla olevaan vastaukseen. Maininta on toiminto, jossa omaan tviittiin on merkitty tili käyttäen merkintää ”@käyttäjänimi”.

6.2.1 Toimijoiden keskustelua herättävät tviitit

Työmarkkinatoimijoiden Twitterin käytössä oli selkeitä eroavaisuuksia, kun tarkasteltiin keskusteluun osallistumista. Työmarkkinatoimijoista johtajista kaikki olivat hyödyntäneet vastauksia, kun taas työmarkkinaliitoista vain harva oli tviitannut vastauksia tarkasteltavina ajanjaksoina (ks. Taulukko 2). Työmarkkinajohtajien väleillä havaittiin kuitenkin suuria eroja siinä, kuinka paljon he keskustelivat Twitterissä. Aktiivisimpia keskustelijoita olivat Millariikka Rytkönen, Tuomas Aarto ja Riku Aalto. He eivät vieroksuneet keskusteluihin osallistumista Twitterissä, vaan liittyivät rohkeasti niihin mukaan. Toisena ääripäänä johtajissa oli Markku Jalonen, joka oli tarkasteltavana ajanjaksona vastannut vain seitsemän kertaa tviitteihin, eikä useissa ketjuissa vastannut edes yksinkertaisiin hänelle kohdistettuihin kysymyksiin.

Tulosten mukaan työmarkkinajärjestöt hyödynsivät harvoin vuorovaikutuksen tukena Twitterin vastauksia. Seitsemästä järjestöstä vain kolme oli tarkasteltavina ajanjaksoina lähettänyt vastauksia. Keskusteluihin osallistuminen ja vastaaminen oli selkeästi ominaisempaa palkansaajaliitoille. Palkansaajaliitoista vain Teollisuusliitto ei ollut tarkasteltavana ajanjaksona vastannut tviitteihin. Työnantajaliitoista puolestaan yksikään ei ollut lähettänyt vastauksia.

TAULUKKO 3. Toimijoiden lähettämien vastausten määrät.

Toimija	Vastaukset
Millariikka Rytönen	671
Tehy ry	18
SuPer	29
Tuomas Aarto	156
KT	0
Palta ry	0
Teknoliateollisuus	0
PAU	18
Teollisuusliitto	0
Markku Jalonen	7
Jaakko Hirvola	32
Heidi Nieminen	47
Riku Aalto	60
Silja Paavola	16

Kokonaisuutena työmarkkinajärjestöjen vuorovaikutteisuus oli Twitterissä rajoittunutta, kun tarkastelemme järjestöiden keskusteluun osallistumista sekä sitä, kuinka paljon vastauksia niiden tviitit keräsivät. Tulosten mukaan työmarkkinajohtajien tviitit keräsivät huomattavasti enemmän vastauksia kuin työmarkkinaliittojen tviitit. Johtajien omista tviiteistä 40 tviittiä oli kerännyt yli 10 vastausta. Eniten keskustelua johtajien tviiteistä herättivät kunta-alan neuvotteluihin liittyvät tviitit, erityisesti Millariikka Rytösen tviitit. Rytösen tviittien lisäksi Markku Jalosen ja Silja Paavolan kunta-alan neuvotteluihin liittyvät tviitit nousivat 40:n eniten vastauksia keränneen tviitin joukkoon. Myös Tuomas Aarton useampi Postin neuvotteluita koskeva tviitti herätti keskustelua.

Eniten vastauksia keräsi Markku Jalosen tviitti palkankorotusvaatimuksista neuvottelupöydässä. Alla olevan tviitin mukaan neuvottelupöydässä on esitetty vaatimus 10 % palkankorotuksista. Keskustelussa näkemykset jakautuivat kahteen leiriin. Toinen puoli puolusti hoitajia, eikä heidän mukaansa tällaista vaatimusta ollut pöydässä edes esitetty. Muun muassa Millariikka Rytönen pyytää vastauksessaan tarkentamaan, kuka tällaista vaatimusta on esittänyt. Toinen puoli puolestaan kritisoi vaatimuksia näin suurista palkankorotusvaatimuksista. Markku Jalonen ei itse vastannut yhteenkään tviittiin tulleen vastaukseen, vaan jätti vastaajat spekuloidaan keskenään, oliko tällaista vaatimusta todellisuudessa esitetty.

Markku Jalonen: 19.3.2020

KT:lle on esitetty vaatimus 10 %:n pysyvistä palkankorotuksesta. Tällä hetkellä ei ole edellytyksiä jatkaa neuvotteluja.

Vastauksia: 61 Tykkäyksiä: 261 Uudelleentviittauksia: 36

Markku Jalosen kaikki eniten vastauksia keränneet tviitit liittyivät kunta-alan neuvotteluihin ja niiden etenemiseen. Yhdessä vastatuimmassa tviitissä Jalonen kritisoi Tehyn ja SuPerin toimintaa niiden kieltäytyessä valtakunnansovittelijan esityksestä. Suuri osa Jalosen tviitteihin vastanneista ovat kunta-alan palkansaajia, kuten hoitajia, opettajia, tai palkansaajien edustajia. Jalonen ei itse vastannut tviitteihin tulleisiin vastauksiin.

Tehy ry:n Millariikka Rytkönen oli kerännyt muun muassa hoitajien palkkaukseen, huonoihin sopimusesityksiin sekä koronaan liittyvillä tviiteillään paljon vastauksia. Vastauksien lähettäjiä ei ole havaittavissa selkeää linjaa; niissä on esimerkiksi hoitoalan ihmisiä, mutta myös järjestöaktiiveja sekä paljon henkilöitä, joilla ei lukenut esittelyissään tietoa itsestään. Hänen eniten vastauksia saanut tviitti koski korona-aikana tapahtunutta vesipaperin hamstraamista.

Työmarkkinajärjestöiden tviiteistä vain 8 kappaletta keräsi yli 10 vastausta. Näistä yhtä tviittiä lukuun ottamatta kaikki liittyivät kunta-alan neuvotteluihin tai sosiaali- ja terveysalan kuvaamiseen. Eniten vastauksia keräsi Tehy ry:n tviitti, jossa herätellään keskustelua kysymällä syitä alan kiinnostavuuden vähenemiselle. Tviitissä he viittaavat Opetushallituksen tilastoon, jonka mukaan alan opiskelijoiden määrä on laskenut.

Tehy ry 30.3.2020

Opetushallinnon tilastopalvelun mukaan hoitajaopintoihin pyrkineiden määrä laskee. Minkä arvelet olevan merkittävin syy alan kiinnostavuuden vähenemiseen? #tehyfakta #tehy #tehyopiskelijat #opetushallitus 🙋🏻 🗳️ 🇫🇮 <https://t.co/CGuvgZ0B4X>

Vastauksia: 18 Tykkäyksiä: 67 Uudelleentviittauksia: 22

Työmarkkinatoimijoiden tviiteistä johtajien tviitit herättivät tulosten mukaan enemmän keskustelua kuin järjestöiden. Keskustelua herätti erityisesti kunta-alan ja Postin neu-

votteluihin liittyvät tviitit ja muutamat ajankohtaisiin aiheisiin liittyvät tviitit. Keskustelua herättäneitä tviittejä ei välttämättä voida kutsua kantaaottaviksi, mutta tviiteissä oli yhtenäistä se, että niiden aiheista on monia erilaisia näkemyksiä. Näiden tviittien aiheet ovat herättäneet laajasti keskustelua myös perinteisessä mediassa. Useissa keskustelua herättäneissä tviiteissä myös kannustettiin keskusteluun esimerkiksi esittämällä kysymyksiä tai haastamalla lukijoita.

6.2.2 Tviiteissä ilmenneet maininnat

Työmarkkinatoimijoiden mainintoja (@mention) sisältävät omat tviitit on luokiteltu sen mukaan keitä he ovat tviiteissä maininneet. Luokat on muodostettu lähtökohtaisesti henkilöiden Twitter-profiilien avulla. Näin tehdessä voidaan nähdä, millaisten tahojen kanssa toimijat ovat vuorovaikutuksessa, ja kuinka paljon tätä vuorovaikutusta tukevaa toimintoa hyödynnetään.

Työmarkkinajohtajista SuPerin Silja Paavola ja PAU:n Heidi Nieminen eivät olleet käyttäneet mainintoja ollenkaan, minkä vuoksi heitä ei sisällytetä analyysiin. He hyödynsivät mainintojen sijaan hashtagia, mutta niihin ei perehdytä tässä tutkielmassa.

TAULUKKO 4. Johtajien mainitsemat käyttäjätilit luokittain.

Toimija	Organisaatiot, yritykset	Työmarkkinajärjestöt	Järjestöiden työntekijät ja edustus	Politiikka	Media	Asiantuntija
Jaakko Hirvola	6	3	1	3	0	4
Markku Jalonen	1	0	19	4	0	1
Millariikka Rytkönen	29	268	55	18	15	14
Riku Aalto	1	35	3	1	0	0
Tuomas Aarto	2	12	3	0	0	0
Yht.	39	318	81	26	15	19

Yllä olevasta taulukosta 4 voidaan nähdä johtajien mainitsemat tilit luokittain. Millariikka Rytkösellä on selvästi eniten mainintoja tviiteissään muihin johtajiin verrattuna, joka voi johtua myös hänen suuresta tviittimäärästään. Tämä vaikuttaa aineistosta nousuviin luokkiin, sillä esimerkiksi median edustajia tai medioita ei ollut maininnut kukaan muu johtajista, mutta se nousi taulukkoon Rytkösen mainittua näitä 15 kertaa.

Alla olevassa taulukossa 5 on esitetty työmarkkinajärjestöjen mainitsemat käyttäjätilit luokittain. Työmarkkinajärjestöt olivat hyödyntäneet mainintoja huomattavasti tasaisemmin kuin johtajat, eikä järjestöistä noussut sama järjestö useaan kertaan esiin. Eniten mainintoja järjestöiltä keräsivät järjestöjen työntekijät ja edustus, työmarkkinajärjestöt ja organisaatiot sekä yritykset. Muiden luokkien mainintoja on lähinnä yksittäisiä kappaleita. Teollisuusliitto oli hyödyntänyt mainintoja tviiteissään lähinnä mainitessaan toisia työmarkkinajärjestöjä, työntekijöitä tai edustusta.

TAULUKKO 5. Työmarkkinajärjestöjen mainitsemat käyttäjätilit luokittain.

Toimija	Organisaatiot, yritykset	Työmarkkinajärjestöt	Järjestöjen työntekijät ja edustus	Politiikka	Media	Asiantuntija
PAU	35	54	45	2	3	7
Palta ry	22	3	34	1	8	8
KT	13	18	25	0	6	3
Tehy ry	63	72	180	2	7	8
SuPer	29	13	65	3	16	19
Teollisuusliitto	2	32	45	1	0	3
Teknologia-teollisuus	17	20	31	5	5	10
Yht.	181	212	425	14	45	58

Organisaatioihin ja yrityksiin lukeutuu kaikki muut organisaatio- ja yritystilitt, paitsi liitot. Siihen sisältyy myös hallinnon organisaatiot kuten ministeriöt sekä valtakunnansovittelijantoinimisto. Liittojen työntekijöihin ja edustukseen lukeutuu muun muassa liittojen johtajat, asiantuntijat sekä muu edustus, kuten luottamusmiehet. Asiantuntijoihin kuuluu alojen liittojen ulkopuoliset asiantuntijat. Asiantuntijaksi on laskettu muun muassa ministeriöiden virkamiehet sekä aloilla työskentelevät henkilöt, jotka voitiin liittää tviitin kontekstissa asiantuntijaksi.

Eniten mainintoja työmarkkinajohtajilta keräsivät työmarkkinajärjestöt 318 maininnalla. Näissä maininnoissa johtajat mainitsivat esimerkiksi liitot, joiden neuvottelujen kulkua he kommentoivat. Millariikka Rytönen hyödynsi @Tehy_ry -mainintaa pääsääntöisesti jokaisessa Tehy ry:n toimintaan liittyvässä tviitissä ja hänellä työmarkkinajärjestöjen mainintoja onkin aineistossa 268 kappaletta. Markku Jalonen ei puolestaan ollut mai-

ninnut järjestöjä kertaakaan tviiteissään vaan hänelle oli tyypillisempää mainita tviiteissään työmarkkinajärjestöiden työntekijöitä ja edustusta. Alla olevassa esimerkissä Teollisuusliiton Riku Aalto mainitsi sekä Teollisuusliiton että Teknologiateollisuuden neuvottelujen jatkumista valtakunnansovittelijan toimistossa koskevassa tviitissään.

Riku Aalto: 17.12.2019

@finindustrial ja @TechFinland välinen sovittelu jatkuu Valtakunnansovittelijan toimistossa.

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 16 Uudelleentviittauksia: 1

Työmarkkinajärjestöiden muita järjestöitä mainitsevia tviittejä oli 212 kappaletta. Palta ry mainitsi harvoin muita työmarkkinajärjestöjä tviiteissään. Sen sijaan sille oli tyypillisempää mainita tviiteissään järjestön työntekijöitä tai edustajia. Kokonaisuudessaan työmarkkinajärjestöt olivat tulosten mukaan maininneet eniten työmarkkinajärjestöiden työntekijöitä ja edustusta (425 kpl). PAU:ta lukuunottamatta kaikki järjestöt olivat maininneet eniten järjestöjen työntekijöitä ja edustusta. Johtajien tviiteissä liittojen työntekijät sekä edustus oli mainittu 81 kertaa. Työmarkkinajärjestöjen työntekijöitä oli mainittu esimerkiksi järjestöjen ajankohtaissisältöjen jakamisen yhteydessä. Yleinen tapa mainita työntekijöitä ja edustajia oli mainita heidät tviiteissä, joihin oli liitetty heidän kirjoittamansa ajankohtaissisältö.

Kolmanneksi suurin luokka maininnoissa sekä johtajilla että järjestöillä oli erilaiset organisaatiot sekä yritykset. Johtajista eniten näitä mainintoja hyödynsi Jaakko Hirvola, jolla tämä oli hänen omista tviiteistään isoin luokka. Johtajat käyttivät organisaatioiden ja yritysten mainintoja joko kiitellessään tai kritisoidessaan oman alansa yrityksiä ja niiden toimintaa. Työmarkkinajärjestöt mainitsivat organisaatioita ja yrityksiä 181 kertaa tarkasteltavana aikana. Teollisuusliittoa lukuun ottamatta kaikki järjestöt olivat hyödyntäneet näitä mainintoja kymmeniä kertoja.

Politiikan toimijoiden maininnat oli kohdistettu pääsääntöisesti eri ministereille, mutta se sisälsi myös puolueiden ja kunnallispoliitikkojen mainintoja. Tämän luokan hyödyntäminen oli tyypillisempää johtajille kuin järjestöille. Johtajista ainoastaan Tuomas Aarto

ei ollut maininnut tätä politiikan edustajia kertaakaan, mutta hän hyödynsikin mainintoja yleisesti melko vähän. Medioiden ja median edustajien mainitseminen oli puolestaan huomattavasti tyypillisempää järjestöille kuin johtajille. Johtajista vain Millariikka Rytkönen oli maininnut medioita ja niiden edustajia tviiteissään. Järjestöt mainitsivat medioita muun muassa jakaessaan näiden sisältöjä.

Työmarkkinatoimijat hyödynsivät Heidi Niemistä ja Silja Paavolaa lukuunottamatta mainintoja laajasti vuorovaikutuksen tukena. Erityisesti työmarkkinajärjestöille maininnat olivat merkittävä keino olla vuorovaikutuksessa sidosryhmiensä kanssa. Mainintojen avulla työmarkkinatoimijat olivat vuorovaikutuksessa erityisesti toisten työmarkkinajärjestöjen, järjestöjen työntekijöiden ja edustajien sekä erilaisten organisaatioiden kanssa.

6.3 Tykättyimmät sisällöt

Johtajien omista tviiteistä 50 tykättyimmän joukosta selvästi eniten tykkäyksiä keräsi Tehy ry:n Millariikka Rytkösen tviitit. Näistä viidestäkymmenestä tviitistä kaikilla on yli 187 tykkäystä. Tykättyimpien tviittajien joukkoon nousi Rytkösen rinnalle Markku Jalonen, Tuomas Aarto sekä Silja Paavola. Millariikka Rytkösen tykättyimpien tviittien aiheet koostuivat ajankohtaisista aiheista kuten koronasta, hoitajien yhteishengen kohottamisesta, neuvottelujen käännteistä sekä uutisten kommentoinneista. Eniten tykkäyksiä keräsi Rytkösen 13.3.2020 julkaistu korona-aikaa kuvaava vessapaperin hamstraukseen liittyvä tviitti.

Millariikka Rytkönen: 13.3.2020

Olen terveydenhuoltoalan ammattilainen. Vallan Valviralta saanut oikeuden toimia laillistettuna terveydenhuollon ammattihenkilönä. Lisäksi olen käynyt maanpuolustuskurssin. Kummassa olen nukkunut tunnilla, koska en tiedä, miksi mun pitäisi hamstrata vessapaperia? 📄 #korona

Vastauksia: 59 Tykkäyksiä: 1146 Uudelleentviittauksia: 44

Millariikka Rytkösellä on yli 8000 seuraajaa, mikä voi vaikuttaa suuriin tykkäysmääriin. Hoitajien työ ja heidän työehtosopimuksensa ovat myös aiemminkin nousseet mittavan yhteiskunnallisen keskustelun kohteeksi. Rytkösen tviitit sisältävät myös useita viittauk-

sia koronaan, joka oli erittäin ajankohtainen aihe hoitajien neuvotteluiden aikaan Twitterin keskusteluissa. Näihin tviitteihin tykkäyksiä on voinut kerääntyä työmarkkinapiirien ulkopuoleltakin.

SuPerin Silja Paavolan suosituin tviitti linkittyi samoihin teemoihin kuin Rytkösen tviitit. Silja Paavolan suosituin tviitti liittyi liiton jäsenten työn arvostamiseen ja sen kautta hoitajien yhteishengen kasvattamiseen.

Silja Paavola: 30.4.2020

Miksi meitä pidetään vastuuttomina? Superilaiset tekevät työtä, joka kohdistuu kaikkiin kansalaisiin, me hoidamme, hoivaamme, kasvatamme ja kuntoutamme. Tämä työ on arvokasta kaikkien kansalaisten mielestä. Nyt sen pitäisi myös näkyä muussakin kuin juhlapuheissa. #SuPerLiitto

Vastauksia: 4 Tykkäyksiä: 274 Uudelleentviittauksia: 21

Tuomas Aarton tykätymät tviitit koskivat kaikki Postin neuvotteluita, kuten neuvotteluiden kulkua, valtakunnan sovittelijan kiittämistä sekä ministerien puuttumista posti-kiistaan. Eniten tykkäyksiä hänen tviiteistään keräsi tviitti, jossa hän kritisoi silloisen omistajaohjausministerin Sirpa Paateron kommentteja Helsingin Sanomien artikkelissa. Tviittiin on linkitetty kyseinen artikkeli.

Tuomas Aarto: 13.11.2019

En ole ikinä ennen edes kuullut kenenkään vaativan, että yrityksen normaali vuokratyövoima pitäisi pistää kilometritehtaalte lakon ajaksi. Yhtä perusteetonta on nimittää heitä rikkureiksi. Tässä ovat menneet puurot ja vellit pahasti sekaisin. #postilakko <https://t.co/AixVbfmluJ>

Vastauksia: 40 Tykkäyksiä: 421 Uudelleentviittauksia: 49

50 tykätymmän johtajien tviitin joukkoon sisältyi useampi tviitti neuvotteluissa sopuun pääsystä. Tykätym tviitti neuvottelutuloksen saavuttamisesta oli Kuntatyönantajien Markku Jalosen tviitti kuntasektorin uusista syntyneistä työ- ja virkasopimuksista.

Markku Jalonen: 14.3.2020

Olen saanut nyt kaikilta kunta-alan pääsopijajärjestöiltä määräaikaan mennessä ilmoituksen, että neuvottelutulokset on hyväksytty hallinnoissa. Se merkitsee sitä, että kunta-alan uudet työ- ja virkaehtosopimukset ovat syntyneet.

Vastauksia: 21 Tykkäyksiä: 824 Uudelleentviittauksia: 43

Nämä johtajien tviitit ovat nousseet tykkäyksiin tviitteihin niiden sisältöjen ajankohtaisuuden, kantaaottavuuden sekä yhteiskunnallisuuden vuoksi. Tykkäyksillä ja uudelleentviittauksilla on tuettu käyttäjien mielestä merkittäviä tai muuten hyvin ilmaistuja tviittejä. Yleistä tykkäyksiä tviiteille oli se, että ne eivät koskettaneet vain työmarkkinatoimijoita vaan laajemmin suomalaisia. Ivailu vessapaperin hamstraamiselle ja tviitti hoitajien työn arvostamisesta poikkeusaikoina sai Twitterin käyttäjät osoittamaan tukensa tykkäyksillä. Toisaalta tykkäyksiä keräsivät myös neuvotteluissa yhteistä onnistumista juhlivat tviitit.

Työmarkkinajärjestöiden 50 tykkäyimmällä tviitillä oli kaikilla yli 81 tykkäystä. Suurin osa järjestöiden tykkäyimmistä tviiteistä käsitteli neuvotteluiden kulkua. Eniten tykkäyksiä tviittejä oli Tehy ry:llä ja myös eniten tykkäyksiä saanut tviitti oli Tehy ry:n. Alla olevassa tykkäyimmässä tviitissä Tehy vetoaa työehtosopimusneuvotteluiden nopeaan ratkaisuun. Perusteluna on Suomen tulevat haasteet ja hoitoalan kriisi. Haasteilla viitataan luultavasti tuolloin puhjenneseen koronapandemiaan.

Tehy ry 23.3.2020

SuPer ja Tehy neuvottelevat hoitoalan tulevaisuudesta. Suomi on suurten haasteiden edessä, hoitoalalla kriisi on jatkunut pitkään. Hoitajat tarvitsevat työrauhan, työehtosopimusneuvottelut on ratkaistava. <https://t.co/Zc4Pa9kvh8> #meolemmerratkaistu #liittokierros #kohtitasaarvoa

Vastauksia: 17 Tykkäyksiä: 477 Uudelleentviittauksia: 63

Tykkäyimmissä Tehyn tviiteissä oli useita tviittejä koronaan liittyen. Nämä keräsivät suuren määrän tykkäyksiä aiheen ajankohtaisuuden ja sen koko kansaa koskettavan luonteen takia. Tehyllä ja sen jäsenistöllä oli keskeinen asema koronaan liittyen, koska sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset työskentelivät pandemian etulinjassa. Työmarkkinajärjestöiden tykkäyimpien tviittien joukkoon sisältyi myös muun muassa PAU:n ilmoitus lakkojen päättymisestä:

PAU 27.11.2019

PAUn lakot päättyvät heti. Töihin on palattava mahdollisuuksien mukaan seuraavaksi alkavaan työvuoroon. Toivomme, että työpaikoille palautuisi mahdollisimman pian työrauha. Kiitämme kaikkia PAUn työtaistelujäseniä tukeneita liittoja, kansalaisia ja ennen kaikkea omia jäseniämme. #posti

Myös Teknologiateollisuuden kaksi tviittiä nousi 50 tykätymmän järjestöiden tviittien joukkoon. Näistä toinen oli nimitysuutinen ja toisessa Teknologiateollisuus puolusti toimintaansa neuvotteluihin liittyen.

Työmarkkinajärjestöiden tykätymmien tviittien joukkoon nousi erityisesti työehtosopimusneuvotteluihin kantaaottavat tviitit. Useissa tykätymmissä tviiteissä vedotaan ratkaisujen löytämiseen, toivotaan työrauhaa tai puolustellaan omaa toimintaansa neuvotteluihin liittyen. Yhteistä sekä työmarkkinajärjestöiden että työmarkkinajohtajien tykätymmille tviiteille oli laaja levinneisyys. Tykätymmillä tviiteillä oli myös huomattavia määriä uudelleentviittauksia. Johtajien tykätymmät tviitit olivat usein keränneet myös monia vastauksia, kun taas järjestöillä vastauksia oli tykätymmissä tviiteissä vähemmän.

6.4 Työmarkkinatoimijoiden tviittien aiheet

Tässä luvussa tarkastellaan työmarkkinatoimijoiden tviittien aiheita. Yhtenä tutkimuskysymyksenä tutkielmassa oli, mistä aiheista työmarkkinatoimijat tviittaavat. Analyysissä työmarkkinajärjestöjen johtajien omat tviitit on ensin jaettu työmarkkinatoimintaan liittyviin sekä henkilökohtaiseen elämään liittyviin tviitteihin. Näistä työmarkkinatoimintaan liittyvät tviitit on sisällytetty tyypittelyyn teeman mukaan. Alla olevassa taulukossa 6 on esitetty johtajien omien tviittien jakautuminen työmarkkinatoimintaan liittyviin tviitteihin sekä henkilökohtaisiin tviitteihin.

TAULUKKO 6. Työmarkkinajärjestöjen johtajien omien tviittien jakautuminen työmarkkinatoimintaan liittyviin ja henkilökohtaisiin aiheisiin.

Toimija	Työmarkkinatoiminta	Henkilökohtaiset
Millariikka Rytkönen	251	40
Tuomas Aarto	38	12
Markku Jalonen	77	7
Riku Aalto	27	1
Heidi Nieminen	13	1
Silja Paavola	35	0
Jaakko Hirvola	28	18

Työmarkkinajärjestöjen omia tviittejä ei rajattu, sillä katsottiin, että niiden kaikki tviitit liittyvät työmarkkinatoimintaan järjestöiden toiminnan luonteen vuoksi.

6.4.1 Tviittien aiheiden jakautuminen

Analyysissä työmarkkinatoimijoiden omat tviitit (1953 kpl) on jaettu aineistolähtöisesti kuuteen eri tyyppiin sen mukaan, mistä teemoista on tviitattu. Nämä tyypit olivat neuvottelut, ajankohtaiset, alan toiminta, poliittiset, järjestötoiminta ja tapahtumat.

Työmarkkinatoimijoiden tviitit tyypeittäin on jaettu kahteen taulukkoon: johtajien tviittien teemat luokittain ja työmarkkinajärjestöiden tviittien teemat luokittain. Alla olevassa taulukossa 7 näiden luokkien määrät on esitetty johtajakohtaisesti.

TAULUKKO 7. Johtajien omat tviitit teemoittain.

Toimija	Neuvottelut	Ajankohtaiset	Alan toiminta	Poliittiset	Järjestötoiminta	Tapahtumat
Heidi Nieminen	8	0	5	0	0	0
Jaakko Hirvola	7	0	4	13	0	4
Markku Jalonen	44	7	9	13	1	3
Millariikka Rytkönen	90	33	77	17	30	4
Riku Aalto	25	0	0	1	0	1
Silja Paavola	22	2	5	5	1	0
Tuomas Aarto	25	0	1	11	1	0
Yht.	221	42	101	60	33	12

Johtajien tviiteissä tavallisin aihe oli neuvottelutoiminta (221 kpl). Lähes kaikille johtajille tästä aiheesta tviittaaminen oli yleisintä. Jaakko Hirvolalle kuitenkin yleisintä oli tviitata poliittisista aiheista. Alan toiminnasta tviittaaminen oli myös yleinen johtajien tviittien aihe (101 kpl). Esimerkiksi Heidi Nieminen tviittasi vain neuvottelutoimintaan ja alan toimintaan liittyen. Sen sijaan alan toiminnasta eivät tviittaneet Riku Aalto ja Tuomas Aarto. Riku Aallon tviiteissä painottui lähinnä neuvotteluiden kommentoiminen. Tuomas Aarto puolestaan osallistui mielellään poliittiseen keskusteluun. Järjestötoiminnasta sekä ajankohtaisista aiheista tviittaaminen oli melko harvinaista kaikille johtajille. Näistä aiheista tviittasi lähinnä Millariikka Rytkönen. Tapahtumista tviitattiin johtajien kesken vain yksittäisiä kertoja.

Alla olevassa taulukossa 8 on kuvattuna työmarkkinajärjestöiden omien tviittien teemojen jakautuminen luokittain. Yleisin aihe myös järjestöiden keskuudessa oli neuvottelutoiminta. Tästä aiheesta tviittasi erityisesti PAU. Alan toiminnasta tviittaaminen oli myös järjestöille toiseksi tyypillisin aihe. Alan toiminnasta tviittasivat erityisesti hoitajia edustavat liitot. Sen sijaan Teollisuusliitto ei tviitannut alan toiminnasta kuin vain muutamia kertoja. Se oli sen sijaan tviitannut paljon tapahtumista.

TAULUKKO 8. Työmarkkinajärjestöjen omat tviitit teemoittain.

Toimija	Neuvottelut	Ajankohtaiset	Alan toiminta	Poliittiset	Järjestötoiminta	Tapahtumat
KT	23	12	22	5	32	13
PAU	107	0	23	13	5	0
Palta ry	40	0	25	24	9	12
Teknologiateollisuus	30	2	45	70	14	24
Teollisuusliitto	24	1	3	14	26	66
SuPer	71	101	149	28	14	30
Tehy ry	95	95	102	25	52	45
Yht.	390	211	369	179	152	190

Ajankohtaisten tviittien kokonaismäärää tarkastellessa järjestöille oli tyypillisempää tviitata ajankohtaisiin aiheisiin liittyen kuin johtajille (211 kpl). Kuitenkin nämä tviitit ovat jakautuneet lähinnä SuPerin sekä Tehyn kesken. Järjestöt tviittasivat johtajiin verrattain vähemmän poliittisiin aiheisiin liittyen (179 kpl) ja enemmän tapahtumista (190 kpl). PAU oli järjestöistä ainut, joka ei ollut tviitannut tapahtumista. Vähiten järjestöt tviittasivat järjestötoimintaan liittyen. Kuitenkin KT:lle tämä oli yleisin tviittien aihe.

Työmarkkinatoimijoiden neuvotteluiden aikaisten tviittien yleisimmät aiheet olivat neuvottelutoiminta ja alan toiminta. Tämä ei ollut yllättävää, koska näiden tviittien avulla tiedotettiin neuvotteluista ja kehystettiin omia neuvottelutavoitteita. Suurimmat erot havaittiin työmarkkinajohtajien ja työmarkkinajärjestöiden vähiten tviitattujen aiheiden välillä. Johtajille oli ominaisempaa tviitata poliittisista aiheista, kun taas järjestöt tviittasivat enemmän tapahtumista. Johtajien voidaan katsoa ottaa matalammalla kynnyksellä kantaa poliittisiin aiheisiin, kun taas järjestöjen tulee muotoilla kannat yhteisten linjojen mukaisesti.

6.4.2 Neuvotteluihin ja alan toimintaan liittyvät tviitit

Neuvottelutoimintaan liittyvät tviitit olivat yleisempiä sekä johtajien että järjestöjen keskuudessa. Neuvottelutoimintaan liittyvissä tviiteissä toimijat kommentoivat esimerkiksi neuvotteluiden kulkua, kuten mahdollisia lakkoja, neuvotteluajoja tai sovitteluita. Näissä tviiteissä toimijat perustelivat myös valintojaan tai tavoitteitaan neuvotteluihin liittyen. Neuvottelutoimintaan liittyvissä tviiteissä neuvottelupöydän keskustelu jatkui Twitterissä. Seuraavassa esimerkissä Teknologiateollisuus kommentoi sovittelun etene- misestä ja toivoo, että neuvotteluita jatkettaisiin ilman häiriöitä eli työtaistelutoimenpi- teitä.

Teknologiateollisuus: 20.12.2019.

Sekä @finindustrial että @TechFinland ovat hylänneet valtakunnansovittelijan sovintoeh- dotuksen teknologiateollisuuden työmarkkinaratkaisuksi. Teknologiateollisuus toivoo, että osapuolet voisivat jatkaa neuvotteluja ilman työmarkkinahäiriöitä. <https://t.co/7mzpyBT4Lb>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 10 Uudelleentviittauksia: 5

Neuvottelutoimintaan liittyvissä tviiteissä toimijat saattoivat myös kommentoida kriitti- sesti vastapuolen toimintaa. Alla olevassa esimerkissä Paltan Tuomas Aarto tuomitsee PAU:n suunnittelemat lakot toteamalla, että ratkaisut neuvotteluihin syntyvät neuvot- telupöydissä, eivätkä lakkoilemalla.

Tuomas Aarto: 4.11.2019

Postin ongelmat eivät ratkea millään muulla tavalla kuin sillä, että neuvotteluteitse löy- detään ratkaisut ongelmiin. Lakkoilemalla sahataan omaa oksaa. #työmarkkinat <https://t.co/zq3v8XpUvE>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 16 Uudelleentviittauksia: 4

Myös neuvotteluiden päättymiseen ja neuvottelutuloksen saavuttamiseen liittyvät tviitit olivat yleisiä toimijoiden keskuudessa. Näissä tviiteissä oli mukana sekä tiedotukset sekä neuvottelupöydissä saavutetuista tuloksista että järjestöjen hallintojen päätöksen sopimusten hyväksymisistä.

Palta ry: 27.11.2019

Postin pitkittyneeseen työehtokiistaan on vihdoin löytynyt ratkaisu sekä postialan varsi- naisen työehtosopimuksen että 700 pakettilajittelijan työehtojen osalta. Työrauha palaa

postialalle, ja tukilakot päättyvät. #postilakko #työmarkkinat #posti
<https://t.co/T5DopUFYGZ>

Vastauksia: 2 Tykkäyksiä: 56 Uudelleentviittauksia: 21

Neuvotteluita kommentoivissa tviiteissä oli tyypillistä linkittää tviittiin ajankohtainen artikkeli, jota toimija referoi tai kommentoi. Kaikki neuvottelutoimintaan liittyvät tviitit eivät välttämättä käsitelleet toimijan omia neuvotteluita, vaan esimerkiksi Tuomas Aarto kommentoi aktiivisesti myös muiden alojen neuvotteluita. Hän kommentoi muun muassa julkisen alojen neuvotteluita edeltävään keskusteluun omia näkemyksiään. Myös tähän tviittiin on linkitetty aiheeseen liittyvä artikkeli.

Tuomas Aarto: 16.10.2019

On päivän selvää, etteivät julkisen puolen liitot voi saada enempää kuin muut. Jokaisen alan pitää ottaa vastuu myös kokonaisuudesta. Katteettomat lupaukset vain vaikeuttavat asioita. Kun odotukset eivät toteudu, seurauksena on pettymys. #työmarkkinat
<https://t.co/r0CABaVI10>

Vastauksia: 2 Tykkäyksiä: 41 Uudelleentviittauksia: 4

Alan toimintaan liittyvät tviitit olivat aineiston toiseksi suurin luokka (470 kpl) ja toiseksi tyypillisimpiä sekä johtajien että järjestöiden keskuudessa. Näissä tviiteissä kuvattiin laajasti alan toimintaa, esimerkiksi merkittävyyttä yhteiskunnallisesti, työoloja tai alan yritysten toimintaa. Alan kuvaava toiminta kietoutui osittain neuvotteluita kommentoiviin tviitteihin, sillä alaa kuvaavia tviittejä käytettiin myös perusteluina, miksi alalle tarvitaan paremmat työehdot. Alla olevassa esimerkissä Millariikka Rytönen ottaa kantaa sosiaali- ja terveysalan työhyvinvointii ja toivoo siihen muutosta.

Millariikka Rytönen: 19.1.2020

#Kiky pidensi työaika puoli tunti viikossa ilman, että palkka nousi. #Työhyvinvointi on valmiiksi heikko ja henkilöstö uupuu. Työvuorojen muuttaminen ja venyminen on jatkuvaa. #tehy #liittokierros #kohtitasaarvoa @Tehy_ry #työpahoinvointi #sote
<https://t.co/7w3Dx3XQ4c>

Vastauksia: 1 Tykkäyksiä: 91 Uudelleentviittauksia: 7

Työnantajaliitoille oli tyypillistä jakaa tarinoita alan yrityksistä esimerkiksi heidän jäsenyrityksistään. Näiden avulla liitot kuvasivat käytännön läheisesti alan toimintaa. Alla olevassa esimerkissä Palta ry on linkittänyt julkaisemansa yritystarinansa ja jutussa haastatellun T-Median toimitusjohtajan sitaatin.

Palta ry 2.10.2019

"Jos palvelukonsepti on aidosti kansainvälinen, miksi tyytyä Suomen markkinoihin", pohtii @HarriLeinikka, @TMedia_Advisory. T-Median vienti on käynnistynyt luontevasti suomalaisyritysten kautta, jotka toimivat kansainvälisillä markkinoilla. <https://t.co/b8G6rtf880> #palveluvienti

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 5 Uudelleentviittauksia: 1

6.4.3 Ajankohtaiset ja poliittiset tviitit

Ajankohtaiseksi luokiteltuja toimijoiden omia tviittejä oli aineistoissa yhteensä 254 kappaletta. Ajankohtaisista aiheista tviittaminen oli tyypillisempää työmarkkinajärjestöille kuin johtajille. Ajankohtaisiksi aiheiksi luokiteltiin tviitit, jotka käsittelivät kansainvälisiä ja kansallisia ajankohtaisia aiheita, jotka eivät sopineet suoraan mihinkään muuhun luokkaan.

Aineistosta nousseet, koronaan liittyvät tviitit luokiteltiin ajankohtaisiin tviitteihin. Koronaan liittyviä tviittejä oli aineistossa huomattavasti, koska koronapandemia jylläsi kunta-alan neuvotteluiden aikana. Koronaan liittyville tviiteille ei kuitenkaan tehty omaa luokkaa, sillä tutkielmassa ei perehdytä siihen aiheena tarkemmin. Raja kunta-alan toimijoiden alan toimintaa kuvaavien ja ajankohtaisten tviittien oli häilyvä, sillä korona sävytti kaikkea tekemistä keväällä 2020. Jos tviitissä selkeästi mainittiin korona, se luokiteltiin ajankohtaiseksi.

Millariikka Rytkönen 16.3.2020

Toimi vastuullisesti. Noudata Suomen hallituksen ja viranomaisten suosituksia. 🦠 Etäkoukset ja etätö mahdollistavat työn jatkumisen meillä @Tehy_ry:ssä myös poikkeustilanteessa. 🦠 Pidetään huolta itsestämme ja muista! 🦠 #tehy #korona #COVID2019 <https://t.co/isWtsdPzyl>

Vastauksia: 2 Tykkäyksiä: 83 Uudelleentviittauksia: 9

Työmarkkinajohtajista vain kunta-alan neuvotteluihin osallistuneet tviittasivat ajankohtaisista aiheista, ja tviiteistä suurin osa käsitteli koronaan liittyviä aiheita. Järjestöistä PAU:ta ja Paltaa lukuunottamatta kaikki olivat tviittaneet ajankohtaisista aiheista. Näistäkin kunta-alan neuvotteluihin osallistuneet järjestöt tviittasivat lähinnä koronaan liittyen.

Poliittisiin aiheisiin lukeutuvia twiittejä oli aineistossa 239 kappaletta. Nämä twiitit olivat tyypillisempiä työmarkkinajärjestöjen johtajille kuin järjestöille. Poliittisiin aiheisiin lukeutui toimijoiden elinkeinopolitiikkaan liittyvät twiitit, poliitikkojen tapaamisiin liittyvät twiitit, lakien valmisteluihin liittyvät twiitit sekä hallituksen toimintaa kommentoivat twiitit. Näihin sisältyi myös puolueiden ja poliittisten henkilöiden kommentoinnit liittyen neuvottelutoimintaan.

Elinkeinopoliittiset twiitit liittyivät esimerkiksi työllisyyteen ja osaamiseen. Näissä twiiteissä oli usein viittauksia myös talouteen. Elinkeinopolitiikkaan liittyvissä twiiteissä oli myös joitakin kommentteja EU:hun liittyen.

Teollisuusliitto 9.10.2019

Jos hallituksen uudistukset toteutuvat, on työttömäksi jääneellä nykyistä paremmat mahdollisuudet päästä tehokkaampien työllistymistä tukevien toimien piiriin, kirjoittaa #Teollisuudentyöttömyyskassa:n johtaja Irene Niskanen #Tekijä-lehden blogissa. <https://t.co/6eLinrmdv>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 8 Uudelleentwiittauksia: 2

Poliittisissa twiiteissä otettiin myös kantaa ilmastopoliittisiin aiheisiin. Jaakko Hirvola twiittaa aiheesta seuraavasti:

Jaakko Hirvola 29.9.2019

"Ilmastopoliitikka onkin enemmän kestävyyslaji kuin pikamatka - saati kamppailulaji". Systemaattisella työllä ja viisaasti investoiden teollisuuskin puhdistuu koko ajan, vaihe vaiheelta. #ilmastoratkaisut <https://t.co/YDdAT9BFlo>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 0 Uudelleentwiittauksia: 0

Hallitukseen toimintaa kommentoivissa twiiteissä kommentoitiin esimerkiksi hallituksen hankkeita, miten hallituksen tulisi toimia tai hallitusohjelmaa. Alla olevassa esimerkissä Markku Jalonen kommentoi sote-uudistusta ja sen vaikutuksia.

Markku Jalonen 3.3.2020

Marinin hallituksen sote-uudistus on toteutuessaan Suomen suurin liikkeenluovutus: puolet nykyisestä kunta-alan henkilöstöstä ja palkkasummasta siirtyisi itsehallintoalueiden vastuulle. <https://t.co/zSuxJ9luZu>

Vastauksia: 1 Tykkäyksiä: 20 Uudelleentwiittauksia: 11

Postin neuvottelut herättivät paljon keskustelua myös puolueiden kesken, ja ne osoittivat tukensa Postin työntekijöille sekä PAU:lle. Nämä PAU:n jakamat tuen osoitukset luokiteltiin myös poliittisiin tviiteihin, vaikkei työmarkkinaneuvotteluiden tulisi sisältää poliittista keskustelua.

PAU 21.11.2019

Vasemmistoliiton eduskuntaryhmä: Ei työehtoshoppailulle! <https://t.co/MFZD6ETH2O>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 30 Uudelleentviittauksia:4

6.4.4 Tapahtumiin ja järjestötoimintaan liittyvät tviitit

Tapahtumiin liittyviä tviittejä oli aineistossa yhteensä 202 kappaletta, joista 192 kappaletta oli liittojen tviittejä. Tapahtumiin liittyviä tviittejä olivat tapahtumien markkinoinnit, tviitit tapahtumista sekä tviitit erilaisista juhlapäivistä. Tapahtumista tviittaaminen oli tyypillisesti puhujien referointia. Alla olevassa esimerkissä Millariikka Rytönen tviittaa STTK:n edunvalvontawebinaarista.

Millariikka Rytönen 24.1.2020

.@STTKMikonkatu edunvalvontaseminaari starttaamassa ja työministeri @TuulaHaatainen puheenvuoro alkamassa. Mielenkiintoinen työpäivä edessä! #tehy #edunvalvonta #ayliike @Tehy_ry#työelämä <https://t.co/MZeyliE55X>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 34 Uudelleentviittauksia:2

Tapahtumiin liittyviin tviitteihin laskettiin toivotukset juhlapäivinä:

Tehy ry 27.4.2020

Hyvää kansallista veteraanipäivää! 🇫🇮 @sotaveteraanit @sotainvalidit #veteraanipäivä <https://t.co/3YKKGWcvMB>

Vastauksia: 1 Tykkäyksiä: 23 Uudelleentviittauksia: 2

Aineistossa oli vähiten järjestötoimintaan liittyviä tviittejä (185 kpl). Järjestöiden tviiteistä nämä olivat pienin luokka ja johtajien tviiteistä toiseksi pienin. Järjestötoimintaan liittyvät tviitit olivat järjestöiden toimintaa kuvaavia, liittojen nimitysuutisia ja henkilöstöön liittyviä tviittejä sekä liiton jäsenistön etujen markkinointeja. Tyypillisiä aiheita jär-

jestötoimintaan liittyvissä tviiteissä oli muun muassa hallinnon ja järjestöjen erilaiset nimitysuutiset sekä rekrytointi-ilmoitukset. Alla olevassa esimerkissä Palta ry tiedottaa uuden hallituksensa valinnasta sekä puheenjohtajasta.

Palta ry 15.11.2019

Elokuva- ja TV-tuotantoalalle valmistui ajanmukainen ja kattava työsuojeluopas, joka huomioi alan erityispiirteet. ”Olemme hyvin tyytyväisiä, että nyt ohjeisto on kaikkien alalla työskentelevien hyödynnettävissä”, Paltan asiantuntija @HeidiAho2 sanoo. <https://t.co/aRzh9HdTUw>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 7 Uudelleentviittauksia: 1

Palkansaajaliittojen järjestötoimintaan liittyviin tviitteihin sisältyi myös jäsenistöä koskettavat aiheet. Tällaisia oli muun muassa liittojen jäsenpalveluihin liittyvät tviitit. Seuraavassa esimerkissä Millariikka Rytkönen mainostaa Linnanmäen hupirannekkeita ja kertoo niiden olevan edullisempia Tehyn jäsenille.

Tehy ry 29.2.2020

Haudi sinä #tehy'läinen! 🎉🎊🎊 Nappaa nyt ennakkoon Linnanmäen hupirannekkeet. Säästät euroja ja aikaa! Rannekkeet voit noutaa myöhemmin. Rannekkeen hinta tehyläisille on huippuedullinen. Hinnan näet, kun kirjaudut ensin sisään sivuillemme. @Tehy_ry <https://t.co/EZXDiZnmeh>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 30 Uudelleentviittauksia: 6

6.5 Neuvottelutoimintaan liittyvien tviittien funktiot

Työmarkkinatoimijoiden neuvottelutoimintaan liittyvät tviitit on luokiteltu viiteen luokkaan niiden funktioiden mukaan. Luokittelu toteutettiin funktionaalisen teorian luokkien mukaan. Funktionaalisen teorian kolme väittelyn funktiota ovat kehu, hyökkäys ja puolustus. Aineistosta nousi näiden kolmen rinnalle kaksi uutta luokkaa, jotka ilmenevät neuvotteluihin liittyvässä keskustelussa. Nämä luokat ovat yhteistyö ja tiedottaminen.

Neuvottelutoimintaan liittyviä tviittejä oli yhteensä 611 kappaletta. Näiden luokittelut funktioihin on jaettu kahteen eri taulukkoon: johtajien tviittien funktiot ja järjestöjen tviittien funktiot. Alla olevassa taulukossa 9 on esitettynä johtajien tviittien funktiot henkilöittäin.

TAULUKKO 9. Johtajien työehtosopimusneuvotteluita koskevien tviittien funktiot.

Toimija	Kehu	Hyökkäys	Puolustus	Yhteistyö	Tiedottaminen
Heidi Nieminen	0	4	3	0	1
Jaakko Hirvola	0	3	1	0	3
Markku Jalonen	3	4	5	10	22
Millariikka Rytönen	19	9	14	14	34
Riku Aalto	0	2	1	1	21
Silja Paavola	4	1	1	5	11
Tuomas Aarto	0	19	1	3	2
Yht.	26	42	26	33	94

Sekä johtajien että työmarkkinajärjestöiden neuvottelutoimintaan liittyvien tviittien yleisin funktio oli tiedottaminen. Näitä oli johtajien tviiteistä 96 kappaletta ja järjestöiden tviiteistä 196 kappaletta. Tiedottaminen ei ollut yleistä PAU:lle ja PAU:ta edustavalle Heidi Niemiselle. Toiseksi yleisin funktio toimijoiden tviiteissä oli hyökkäys. Erityisesti Tuomas Aarton neuvottelutoimintaan liittyvät tviitit olivat usein hyökkäviä. Myös Heidi Niemisen sekä PAU:n tviitit sisälsivät usein hyökkäyksiä.

Johtajilla kolmanneksi tyypillisin funktio oli yhteistyö, kun taas järjestöillä puolustus. Johtajista erityisesti kunta-alaa edustavien Jalosen ja Rytösen tviitit sisälsivät usein yhteistyön kuvaamista. PAU:n nosti tviiteissään useasti esiin yhteistyön merkityksen erityisesti palkansaajapuolella. Järjestöistä palkansaajapuolelle oli tyypillisempää, että neuvottelutoimintaan liittyvä tviitit sisälsivät puolustuksia.

Kehuminen oli harvinaista kaikille muille toimijoille paitsi Millariikka Rytöselle. Alla olevasta taulukosta nähdään, että työmarkkinajärjestöjen neuvottelutoimintaan liittyvissä tviiteissä oli vain yksittäisiä kehuja.

TAULUKKO 10. Työmarkkinajärjestöjen työehtosopimusneuvotteluita koskevien tviittien funktiot.

Toimija	Kehu	Hyökkäys	Puolustus	Yhteistyö	Tiedottaminen
KT	0	3	4	0	16
PAU	2	21	14	20	5
Palta ry	3	4	2	1	30
Teknoliateollisuus	1	10	7	0	12
Teollisuusliitto	1	3	3	0	17
SuPer	2	4	11	3	51
Tehy ry	2	9	12	7	64
Yht.	11	54	53	31	195

Kehussa toimija kommentoi omaa neuvottelutoimintaa ja tavoitteitaan positiivissävytteisesti. Näissä tviiteissä muun muassa kerrottiin, mitä neuvottelupöydässä lähdetään tavoittelemaan ja kenen hyväksi. Kehuissa kerrottiin myös mahdollisista saavutuksista neuvottelupöydissä. Eniten kehuja ilmeni Millariikka Rytkösen tviiteissä. Suuri määrä selittyä sosiaali- ja terveystalouden liittojen lausahduksella ”*Me emme ole ongelma. Me olemme ratkaisu*”, jota Rytkönen hyödynsi aktiivisesti neuvotteluita koskevissa tviiteissä.

Hyökkäyksissä funktiona oli kritisoida vastakkaisen puolen toimintaa liittyen neuvotteluihin. Useissa tviiteissä ilmaistiin erityisesti pettymystä toisen puolen toimintaan. Hyökkäävissä tviiteissä työnantajapuolella kritisoitiin esimerkiksi työntekijäpuolen käyttämiä työtaistelukeinoja, kuten lakkoja. Sen sijaan palkansaajapuoli kritisoi esimerkiksi työnantajan toimia ja tavoitteita, jotka heikentäisivät työntekijöiden oikeuksia. Johtajien muutamissa hyökkäävissä tviiteissä tviitti kohdennettiin suoraan vastapuolen johtajalle mainitsemalla hänet.

Eniten hyökkääviä tviittejä oli PAU:n neuvotteluita käsittelevissä tviiteissä (21 kpl). Alla olevassa esimerkissä PAU tuomitsee Postin toimet, jotka halpuuttaisi pakettilajittelijoiden työehtoja.

PAU 11.1.2019

@Postigroup voisi ottaa tästä mallia. #Arkea valmis neuvottelemaan, Posti halpuuttamassa yhä pakettilajittelijat. Tämä ei käy. #työehtoshoppailu <https://t.co/4YCnG3rB0l>

Vastauksia: 0 Tykkäyksiä: 3 Uudelleentviittauksia: 0

Puolustuksissa toimijat perustelivat valintojaan tai toimintojaan liittyen neuvotteluihin. Puolustuksissa työntajapuolella vedottiin useasti talouden tilaan tai työllisyyteen. Yleisesti vedottiin siihen, että työmarkkinaratkaisuiden tulee olla sellaisia, etteivät ne negatiivisesti vaikuta talouteen ja työllisyyteen. Näiden tukena oli liittojen omia laskelmia liittyen esimerkiksi sopimuksissa määräytyviin palkankorotuksiin.

Työntekijäpuolella puolustuksissa vedottiin työntekijöiden oikeuksiin ja heidän arvoonsa yhteiskunnalle. Puolustuksissa ilmeni myös väitteitä vastapuolen valheellisista kommentista. Puolustuksia oli aineistossa eniten PAU:lla (14 kpl) ja Millariikka Rytkösellä (14 kpl). Alla olevassa esimerkissä Millariikka Rytkönen tuo esiin, ettei kukaan, myöskään he, ole esittänyt 10 prosentin palkankorotusvaatimusta. Tämä liittyy Markku Jalosen väitteeseen, jossa hän väittää, että vastapuoli on esittänyt pöydässä 10 prosentin palkankorotusvaatimuksen.

Millariikka Rytkönen 19.3.2020

Mekin @Tehy_ry ja @SuPerLiitto @SiljaPaavola näemme kuten @MarkkuJalonen, että tes-neuvotteluita ei ole edellytyksiä jatkaa. Neuvottelupöydässä kukaan ei ole esittänyt 10% palkankorotusvaatimusta. #liittokierros #meolemmerratkaistu

Vastauksia: 5 Tykkäyksiä: 149 Uudelleentviittauksia: 80

Aineistossa yhdeksi funktioksi neuvotteluihin liittyvissä tviiteissä nousi yhteistyön osoittaminen. Näissä tviiteissä osoitettiin yhteistyötä vastakkaisen neuvotteluosapuolen kanssa, mutta myös yhteistyötä saman puolen eri liittojen kanssa. Eli esimerkiksi kuntalan neuvotteluista nousi tviittejä, joissa puhuttiin yhteistyöstä työnantajapuolen ja palkansaajapuolen välillä sekä tviittejä, joissa korostettiin yhteistyötä palkansaajaliittojen välillä. Tyypillistä näissä tviiteissä oli myös palkansaajapuolen muiden liittojen tukilakkojen esiintuminen. Näissä kiiteltiin solidaarisuudesta ja tuesta. Yhteistyötä osoittavat tviitit olivat yleisempiä PAU:lla (20 kpl). Heidän tviiteistään suuri osa oli juuri solidaarisuutta kiitteleviä tviittejä, kuten alla olevassa esimerkissä. Näissä tviiteissä usein linkattiin oheen tiedotteita.

PAU 19.11.2019

Kiitos solidaarisuudesta @sahkoliitto! <https://t.co/UqkULjczWC>

Vastauksia: 1 Tykkäyksiä: 18 Uudelleentviittauksia: 3

Viides funktio neuvotteluihin liittyvissä tviiteissä oli neutraali tiedottaminen. Näissä tviiteissä funktiona oli neutraalisti tiedottaa neuvotteluiden kulusta ilman kritiikkiä toisten toiminnasta tai oman toiminnan kehumista. Tviiteissä tyypillisesti kerrottiin neuvotteluiden etenemisestä. Tiedottaminen oli funktioista suurin luokka sekä järjestöiden että johtajien kesken. Järjestöistä neutraaleita tiedottavia tviittejä oli lähettänyt vähiten PAU (5 kpl) ja eniten Tehy ry (64 kpl). Johtajista vähiten tiedottavia tviittejä oli julkaissut Heidi Nieminen (1 kpl) ja eniten Millariikka Rytönen (34 kpl).

6.6 Työmarkkinatoimijoiden argumentointi Twitterissä

Työmarkkinatoimijoiden omista tviiteistä 153 kappaletta sisälsi argumentin, eli selkeän väitteen ja perustelun väitteelle. Nämä argumentit sisälsivät vetoamuksen joko *ethokseen* (7 kappaletta), *pathokseen* (15 kappaletta), *logokseen* (96 kappaletta), yleiseen mielipiteeseen (20 kappaletta) tai analogiaan (15 kappaletta). *Logokseen* vetoavista tviiteistä tarkemmin asiantuntijaan vetoavia tviittejä oli aineistossa 32 kappaletta. Työmarkkinatoimijoiden omista tviiteistä selkeän väitteen ilman perusteluita sisälsi 29 kappaletta. Näitä tviittejä ei käsitellä tässä tutkielmassa.

6.6.1 Ethos

Ethokseen vetoavissa tviiteissä väitteen perusteluksi on tuotu esiin omaa uskottavuutta väitteen kontekstissa esimerkiksi jonkun aiheen asiantuntijana. Perusteluissa korostetaan omaa osaamistaan alalla tai tuodaan esiin aiempaa kokemusta, jonka myötä henkilön esittämästä väitteestä tulee uskottava.

Ethokseen vetoamista tapahtui seitsemässä tviitissä. Näistä viisi oli Tehy ry:n Millariikka Rytönen lähettämiä. Muut johtajat eivät olleet perustelleet argumenttejaan ethokseen vedoten. Näissä tviiteissä Rytönen tuo esiin muun muassa omia kokemuksiaan sairaanhoitajana sekä kätilönä. Alla olevassa esimerkissä Rytönen vetoaa tviittiketjussa tyttöjen silpomisen lopettamiseksi.

Millariikka Rytönen: 6.2.2020

Olen suomalainen #sairaanhoitaja ja #kätilö sekä ammattiliitto @Tehy_ry puheenjohtaja. Olen itse ammatilaisena kohdannut silvottuja tyttöjä ja naisia. Silpomisen lopettaminen

onnistuu moniammatillisella yhteistyöllä. 1/ #seissilpomiselle #pelastapimppi @World-VisionFI <https://t.co/BMQcX3YkhG>

2/ On tärkeää lisätä tietoisuutta silpomisesta meidän sote- ja varhaiskasvatusalan ammattilaisten keskuudessa, koska silvottujen kohtaamisen lisäksi silpomisen ennaltaehkäisy on äärimmäisen tärkeää. #seissilpomiselle #pelastapimppi #tehy

3/3 Kannustan meitä ammattilaisia katsomaan rohkeasti kohti myös vaikean aiheen äärellä. Meidän on saatava silpominen loppumaan. #seissilpomiselle #pelastapimppi #tehy

Rytkönen pyrkii tviiteissään rakentamaan uskottavuutta tuomalla esiin omaa historiaansa alan ammattilaisena. Esimerkissä Rytkönen listaa tehtäviä, joissa on toiminut ja sen jälkeen väittää, että silpomisen lopettaminen onnistuu moniammatillisella yhteistyöllä. Hän painottaa myös yhteenkuuluvuutta muiden sosiaali- ja terveysalan ammattilaisten kanssa ja näin pyrkii muistuttamaan, että hän ei ole pelkästään Tehyn puheenjohtaja, mutta myös sosiaali- ja terveysalan ammattilainen.

Työmarkkinajärjestöistä Teollisuusliiton ja Tehy ry:n tviiteistä yhdessä rakennettiin kuvaa uskottavuudesta. Teollisuusliiton argumentin väite on, että ammattiliitoilla on tärkeä rooli lapsityön kitkemisessä. Tätä väitettä perustellaan ammattiliittojen tehtävien listauksella. Alla olevassa esimerkissä Teollisuusliitto luo uskottavuutta heidän roolistaan lapsityön kitkemisessä kertomalla, että ammattiliittojen toimintaan kuuluu lakien ja sopimuksien valvominen.

Teollisuusliitto: 15.9.2019.

Ammattiliitot paitsi neuvottelevat työpaikoilla, myös valvovat, että lakeja ja sopimuksia noudatetaan. Ammattiliitoilla on tärkeä rooli lapsityön kitkemisessä. #Sanoelapsityölle ja lahjoita SASKin lapsityön vastaiseen työhön: <https://t.co/jNexxWlfCj>

Tehy ry pyrki luomaan kuvaa uskottavuudesta kertomalla tilin suuresta seuraajamäärästä. Tehy kertoi 20 000 suomalaisen seuraavan heitä Twitterissä. Tämä tviitti ei sisältänyt väitettä, mutta yksittäisenä tviittinä sen funktion voidaan nähdä olevan uskottavuuden pönkittämistä.

6.6.2 Pathos

Tviiteissä, joiden argumenteissa vedottiin pathokseen, pyrittiin vaikuttamaan tviitin lukijan tunteisiin voimakkailla ilmaisuilla tai tarinallistamisella. Pathokseen vetoavissa tviiteissä lukija saatettiin myös asettaa tiettyyn hypoteettiseen tilanteeseen.

Pathokseen vetoavia tviittejä oli aineistossa 15 kappaletta. Näistä seitsemän oli Millariikka Rytkösen, neljä Tehy ry:n tviittejä, kolme SuPerin ja yksi ammattiliitto PAU:n. Rytkösen, Tehyn ja SuPerin tviiteissä pathoksen avulla pyrittiin rakentamaan sympatiaa hoitajia kohtaan ja perusteltiin, miksi hoitajat tarvitsevat paremman työehtosopimuksen. Alla olevassa esimerkissä Millariikka Rytkönen kysyy tviitissään, että olisivatko lukijat hyväksyneet sovintoesitystä. Tällä hän perustelee Tehyn ja SuPerin päätöstä hylätä sovintoesitys.

Millariikka Rytkönen: 30.4.2020

Miksi @Tehy_ry ja @SuPerLiitto eivät hyväksyneet valtakunnansovittelijan ratkaisuesitystä? Olisitko Sinä ollut valmis hyväksymään tämän setin? Me emme ole ongelma. Me olemme ratkaisu. #liittokierros #tehy <https://t.co/qyUBP5e2>

Pathokseen vedottiin myös Tehyn ja SuPerin neuvotteluihin liittyvissä tviiteissä. Esimerkkiviitissä Tehy ry tiedottaa neuvottelevansa SuPerin kanssa lastenhoitajien työehdoista. Näiden työehtojen kehitys vaikuttaa heidän mukaansa siihen, onko suomalaisilla jatkossakin ammattilaisia huolehtimassa lapsistamme. Pathos ilmenee tviitissä ”*meistä*” ja ”*meidän lapsistamme*” puhumisena. Vaikka lapset liittyvät lastenhoitajien työehtoihin, niiden nostaminen erikseen neuvotteluista tiedottavassa tviitissä luultavasti hakee lukijoiden myötätuntoa, sillä lapsien koetaan herättävän tunteita.

Tehy ry: 24.3.2020

SuPer ja Tehy neuvottelevat nyt lastenhoitajien parempien työehtojenpuolesta. Kysymys on siitä, onko meillä jatkossakin koulutettuja varhaiskasvatuksen ammattilaisia huolehtimassa lastemme hyvinvoinnista. <https://t.co/Zc4Pa9kvh8> #varhaiskasvatus #meolemmekratkaisu #liittokierros

6.6.3 Logos

Työmarkkinatoimijoiden tviiteissä ilmeni eniten vetoamuksia logokseen (97 kappaletta). Logos ilmeni työmarkkinatoimijoiden tviiteissä havainnollistavina kuvina ja tilastoina,

kyselyiden tuloksina, viittauksina eri tahojen tutkimuksiin tai lausuntoihin sekä asiantuntijaan vetoamisena. Logokseen vetoaminen ilmeni siis rationaalisina perusteluina väitteelle.

Työmarkkinajärjestöjen johtajista logokseen vetosivat argumentoidessaan Teollisuusliiton Riku Aaltoa lukuun ottamatta kaikki. Logokseen vetoavia perusteluita löytyi eniten KT:n Markku Jalosen tviiteistä (15 kappaletta) ja toiseksi eniten Millariikka Rytköselältä (14 kappaletta). Vähiten logokseen vetoavia perusteluita oli Silja Paavolalla (2 kappaletta).

Työmarkkinajärjestöistä PAU:ta lukuunottamatta kaikkien järjestöiden argumenteista löytyi vetoamista logokseen. Yleisempiä logokseen vetoavat perustelut olivat Teknolohioteollisuudella, jolla näitä perusteluita ilmeni 19 tviitissä. Myös Palta ry hyödynsi logokseen pohjautuvia perusteluita 13 tviitissä. Vähiten tällaisia tviittejä oli SuPerilla, jolla logokseen perustuvia argumentteja oli vain yksi.

Tyypillistä logokseen vetoavissa tviiteissä oli käyttää numeraalisia ilmauksia. Useissa logokseen vetoavissa tviiteissä perusteluina käytettiin talouteen liittyviä esimerkkejä, kuten talouden tilan ja toiminnan kuvausta tai tilastoja ja kuvaajia. Nämä tviitit liittyivät muun muassa alan kuvaukseen tai elinkeinopoliittiseen vaikuttamiseen. Alla olevassa esimerkissä Teknolohioteollisuus perustelee kustannuskilpailukyvyn tärkeyttä talouskasvun hidastuessa. Tviittiin on liitetty kuvaaja yksikkötyökustannuksista.

Teknolohioteollisuus: 17.10.2019

Miksi #kustannuskilpailukyky tulee yhä tärkeämmäksi #talouskasvu'n hidastuessa? Siksi, että yritykset joutuvat kisaamaan kaupoista entistä kovemmin kysynnän vähentyessä. #työehtosopimus #hallitus #työllisyys <https://t.co/2EMpMvuy5M>

Alla olevassa esimerkissä Jaakko Hirvola perustelee väitettään korkeakoulutuksen resurssipulasta ja yritys yhteistyötä sillä, että teknolohioteollisuuteen rekrytoitavista jo 60 prosenttia on korkeakoulutettuja. Tviitin yhteyteen on linkitetty Ylen aiheesta kertova artikkeli. Taustalla on luultavasti teknolohioteollisuuden osaamistarpeen muutos, jonka myötä pyritään saamaan enemmän korkeakoulutettua työvoimaa, minkä vuoksi Hirvola pyrkii argumentoimaan resurssien puolesta.

Jaakko Hirvola: 26.10.2019

Korkeakoulutus kaipaa lisää resursseja, rahoitusta ja yhteistyötä yritysten kanssa. Teknologia-alan yrityksiin rekrytoitavista jo 60% on korkeakoulutettuja ja tarve kasvaa edelleen. <https://t.co/ST0fU7fPlw>

Alaa kuvaavissa tviiteissä logoksella perusteltiin muun muassa alan merkittävyyttä yhteiskunnallisesti. Näissä tviiteissä kerrottiin esimerkiksi, kuinka paljon ala työllistää suomalaisia tai, kuinka paljon alan osuus on Suomen bruttokansantuotteesta.

Elinkeinopoliittisten sekä alan toimintaa kuvaavien tviittien lisäksi logokseen vedottiin myös neuvottelutoimintaan liittyvissä tviiteissä. Näissä muun muassa perusteltiin taloudellisilla vaikutuksilla, miksi neuvottelukumppanin vaatimuksen sopimuspöydässä eivätkä voi mennä läpi. Paltan Tuomas Aarto kommentoi myös muiden kuin oman alansa neuvotteluita ja tviittasi muun muassa kunta-alan neuvotteluita edeltävään keskusteluun oman mielipiteensä. Tviitissä hän toteaa, ettei Tehyn vaatimukseen tule suostua. Tätä hän perustelee talouden kantokyvyllä.

Tuomas Aarto: 2.11.2019

Tehyn vaatimusten perään ei pidä lähteä juoksemaan. Suomi on vientivetoinen talous eikä viennin kantokyvyn ylittäviä ratkaisuja voida tehdä. Myös julkisen talouden tilaan viitaten julkisen sektorin palkkajohtajuus on sula mahdottomuus. #työmarkkinat <https://t.co/aDH6pMo63J>

Logokseen vetoavista tviiteistä 32 kappaletta vetosi asiantuntijaan. Näissä tviiteissä asiantuntijan mielipide tai lausunto tuotiin esiin suoraan tviitissä tai tviitin yhteyteen linkitettyssä artikkelissa. Tätä varten analyysia tehdessä tviittien lisäksi käytiin läpi karkeasti myös niiden yhteyteen liitetyt linkit ja artikkelit erityisesti argumentteja tarkastellessa.

Asiantuntijoihin vedottiin kaikissa muissa teemoissa paitsi liittotoiminnassa. Asiantuntijat, joiden lausuntoihin vedottiin, olivat sekä järjestöjen omia asiantuntijoita tai ulkopuolisia asiantuntijoita. Näihin tviitteihin ei kuitenkaan laskettu sellaisia, joissa oli pelkästään jonkun asiantuntijan kommentti lainausmerkeissä ja linkki artikkeliin, kuten liiton oman asiantuntijan.

Ulkopuoliset asiantuntijat olivat yksittäisiä asiantuntijoita, mutta myös erilaisia organisaatioita, kuten esimerkiksi Suomen Pankki, tasa-arvo valtuutettu sekä Finnwatch. Esimerkissä Tehy ry vetoaa asiantuntijansa näkemykseen varhaiskasvatuksen kuormitustekijöihin, jotka vaikuttavat alan työntekijöiden sairauspoissaoloihin.

Tehy ry: 27.5.2020

Lastenhoitajilla oli kuntatyöntekijöistä kolmanneksi eniten sairauspoissaoloja viime vuonna. Tehyn asiantuntijan mukaan varhaiskasvatuksessa on kuormitustekijöitä, jotka osaltaan varmasti vaikuttavat sairauspoissaoloihin. <https://t.co/BggHuUDcgM> #varhaiskasvatus #hoitotyö

6.6.4 Yleinen mielipide ja analogia

Aineistosta nousi *ethoksen*, *pathoksen* ja *logoksen* rinnalle kaksi tarkempaa vetoomus-tyyppiä; vetoomus yleiseen mielipiteeseen sekä vetoomus analogiaan. Vetoomuksia yleiseen mielipiteeseen oli aineistossa 20 kappaletta ja vetoomuksia analogiaan 15 kappaletta.

Argumenteissa, jotka vetosivat yleiseen mielipiteeseen, perusteluina väitteelle käytettiin muun muassa kyselytutkimuksen tuloksia, joissa enemmistö on ollut tiettyä mieltä tai jopa pelkkää olettamusta enemmistön mielipiteestä. Yleiseen mielipiteeseen vetoaminen oli tyyppillisempää järjestöille kuin johtajille. Työmarkkinajohtajista yleiseen mielipiteeseen olivat vedonneet Tuomas Aarto, Silja Paavola ja Markku Jalonen kerran. Työmarkkinajärjestöistä yleiseen mielipiteeseen olivat vedonneet kaikki muut järjestöt Paltaa ja Teknologiateollisuutta lukuun ottamatta.

Kyselyissä, joihin tviiteissä vedottiin, vastaajina oli toiminut järjestöjen jäsenistö, järjestöjen edustamien alojen yritykset tai näiden alojen työntekijät. Järjestöjen yleiseen mielipiteeseen vetoavissa tviiteissä kahta tviittiä lukuun ottamatta, perustelut pohjaavat viralliseen kyselyyn. Esimerkissä KT kertoo koronaepidemian vaikuttavan kuntien tarpeeseen lomauttaa henkilöstöä. Perusteena tälle käytetään heidän teettämäänsä kyselyn tuloksia.

Kuntatyönantajat: 26.3.2020

#Koronaepidemia lisää kuntatyönantajien tarvetta lomauttaa henkilöstöä. Arviomme ovat tarkentuneet tänään, sillä olemme saaneet lisää vastauksia kyselyymme. Nyt #lomauttaminen tai palkanmaksun keskeyttämisen piiriin jää jo 29 400 #kuntatyöntekijä'ä. <https://t.co/ADX2kBcrd> <https://t.co/O581RK5Bv7>

Kyselyiden ohella yleisenä mielipiteenä nähtiin Tuomas Aarton tviitti, jossa hän kirjoittaa perusteluksi, ettei koskaan ole kuullut kenenkään vaativan vuokratyövoiman poistamista lakkojen aikana.

Tviittejä, joissa vedottiin analogiaan, ilmeni aineistossa 15 kappaletta. Näistä 12 kappaletta oli työmarkkinajohtajien tviiteissä ja kolme kappaletta järjestöjen tviiteissä. Vetoavuuksissa analogiaan väitteen perusteluina käytettiin esimerkkejä, miten muissa maissa toimitaan, kuinka aiemmin on toimittu tai vertauksia muihin ammatteihin. Analogiaan vetoavista tviiteistä suurin osa oli neuvotteluihin liittyviä tviittejä. Esimerkissä Heidi Nieminen perustelee PAU:n lakkoilua aiemmin toteutettujen lakkojen saavutetuilla tavoitteilla.

Heidi Nieminen: 22.10.2019.

Postinjakajat ja -käsittelijät ovat olleet viimeksi pitkässä ja laajassa lakossa vuonna 1963. Silloin haettiin 12 % yleiskorotusta ja lakko toi tavoitteen. Tänään ilmoitetulla laajalla lakolla yritetään puolustautua työnantajan palkka- ja työehtoromutukselta. #postilakko <https://t.co/QhcYt3ewDR>

Analogiaan vedottiin myös alan toimintaa kuvaavissa tviiteissä. Näissä analogialla perusteltiin muun muassa alan kehittämiseen liittyviä väitteitä. Esimerkiksi Tehy ry vertasi hoitajien palkkausta Saksan ja Ruotsin palkkauksen ja palkitsemiseen.

7 POHDINTA

7.1 Tulosten tarkastelu

Tutkielmassa tarkasteltiin, miten työmarkkinatoimijat viestivät Twitterissä neuvottelukierroksen aikana. Työmarkkinatoimijoille Twitter on selkeästi yksi keskeisimmistä viestintäalustoista. Tutkielmassa tarkasteltavien kolmen eri sopimusalan työehtosopimusneuvotteluiden aikana työmarkkinatoimijat lähettivät yhteensä 6 080 tviittiä. Aineistosta 70 prosenttia muodosti kunta-alan neuvotteluihin osallistuneiden toimijoiden tviitit. Jo pelkästään Millariikka Rytkösen, Tehy ry:n ja Superin tviitit edustivat yli puolta kaikista aineiston tviiteistä. Kaikkien toimijoiden kesken Twitterin käyttö ja aktiivisuus vaihteli melko paljon ja eniten tviitanneen Rytkösen ja vähiten tviitanneen Silja Paavolaan tviittimäärien ero olikin 1 653 tviittiä.

Työmarkkinatoimijoiden aktiivisuudessa sekä vuorovaikutuksessa Twitterissä neuvotteluiden aikana havaittiin eroja. Tulosten perusteella työmarkkinatoimijoista järjestöt olivat lähtökohtaisesti aktiivisempia Twitterin käyttäjiä kuin johtajat. Aineiston aktiivisin tviittaaja oli Tehy ry:n puheenjohtaja Millariikka Rytkönen. Järjestöille Twitter toimi selvästi yhtenä päivittäisviestinnän alustana ja tviittaaminen oli suunnitellumman oloista kuin johtajilla. Uudelleentviittaaminen oli yleistä Twitterissä aktiivisimmille työmarkkinatoimijoille. Uudelleentviittaamista hyödyntämällä työmarkkinatoimijat voivat kasvat-
taa aktiivisuuttaan ilman suurempaa sisällöllistä panosta. Työmarkkinajärjestöt esimerkiksi jakoivat Twitter-viestinnässään usein omien asiantuntijoidensa sisältöjä.

Twitteriä aktiivisesti hyödyntäville työmarkkinatoimijoille oli tyypillistä tviittien aiheiden monipuolisuus uudelleentviittaamisen lisäksi. Millariikka Rytkönen tviittasi esimerkiksi myös henkilökohtaisista aiheista. Sen sijaan toimijat, jotka olivat vähemmän aktiivisia, tviittasivat lähinnä omia tviittejä neuvotteluihin ja alan toimintaan liittyen. Tällaisia käyttäjiä on ilmennyt myös aiemmissa poliitikkoja käsittelevissä tutkimuksissa (ks. Marttila 2018). Näiden tulosten perusteella voidaan todeta, että nämä toimijat hyödynsivät Twitteriä selkeästi lähtökohtaisesti työehtosopimusneuvotteluihin liittyen.

Twitter tarjoaa työmarkkinatoimijoille mahdollisuuden olla vuorovaikutuksessa sidosryhmiensä kanssa. Toimijat hyödynsivät tätä mahdollisuutta melko vaihtelevasti. Työmarkkinatoimijoista johtajat hyödynsivät Twitteriä keskustelualustana, kun taas järjestöt eivät aineiston perusteella pyrkineet luomaan vuorovaikutusta keskustelun avulla. Aktiivisimpia keskustelijoita olivat Millariikka Rytönen, Tuomas Aarto sekä Riku Aalto. Heistä Aalto hyödynsikin Twitteriä lähinnä tviitteihin vastaamiseen. Tutkielman tulokset noudattavat Marttilan (2018) tutkimuksen tuloksia kansanedustajien Twitterin käytöstä, sillä kaikki tutkielmassa tarkastellut työmarkkinatoimijat olivat melko aktiivisia Twitterin käyttäjiä, mutta vastausten määrät aineistossa rajoittuvat suurilta osin tietyille käyttäjätileille. Tässä tutkielmassa vastaukset painottuvat Millariikka Rytöksen ja Tuomas Aarton tileille.

Johtajien voidaan katsoa onnistuneen vuorovaikutuksen luomisessa aineiston perusteella, sillä heidän tviittinsä olivat keränneet huomattavasti enemmän vastauksia ja herättäneet keskustelua verrattuna työmarkkinajärjestöjen tviitteihin. Aiemmassa tutkimuksessa onkin ennustettu sosiaalisen median lisäävän muun muassa poliitikkojen ja kansalaisten välistä vuorovaikutusta (Isotalus 2017, 190). Toisaalta keskustelua herättivät myös sellaisten johtajien tviitit, jotka eivät itse osallistuneet keskusteluun tai hyödynneet Twitterin vuorovaikutuksellisia ominaisuuksia. Tämä saattaa osoittaa sen, että käyttäjille riittää pelkästään kokemus vuorovaikutuksesta, joka on suurempi johtajan kuin kasvotoman järjestön kohdalla (ks. Carr & Hayes 2015, 51). Näissä tviiteissä tviittien aiheilla oli vaikutusta keskustelun määrään. Eniten keskustelua herättivät neuvottelutoimintaan, ajankohtaisiin aiheisiin sekä alojen toimintaan liittyvät tviitit. Erityisesti vastauksia keräsivät kunta-alan neuvotteluihin ja koronaan liittyvät tviitit, joissa selvästi haettiin lukijoilta reaktioita kysymällä kysymyksiä tai vetoamalla tunteisiin.

Aiemman tutkimuksen (ks. Isotalus 2020) mukaan aktiivisella ja vuorovaikutteisella Twitterin käytöllä rakennetaan arvotusta sekä kerätään suuria seuraajamääriä. Aktiivisuutta on tviittaaminen, uudelleentviittaaminen sekä muiden tviittien kommentoiminen. Tämän määritelmän mukaan työmarkkinatoimijoista eniten arvotusta Twitterissä on on-

nistunut rakentamaan Millariikka Rytönen. Hän on hyödyntänyt Twitteriä erittäin monipuolisesti ja keskimääräistä aktiivisemmin. Myös Jaakko Hirvola oli tviitannut monipuolisesti omia tviittejä, uudelleentviittauksia ja vastauksia, jonka myötä myös hänen voidaan katsoa tviittaavan arvostusta rakentaen neuvotteluiden aikana.

Mainintojen osuus työmarkkinatoimijoiden vuorovaikutuksessa Twitterissä on merkittävä. Maininnat olivat erityisesti järjestöille yleisin tapa pyrkiä vuorovaikutukseen Twitterissä. Mainitsemalla toisia käyttäjätilejä, erilaiset organisaatiotilit voivat tehokkaasti määrittää, minkä sidosryhmän kanssa haluavat olla vuorovaikutuksessa Twitterissä. Työmarkkinatoimijoiden mainitsemista tileistä tunnistettiin kuusi eri luokkaa. Yleisemmin, tarkasteltavat johtajat mainitsivat tviiteissään työmarkkinajärjestöjä ja tarkasteltavat järjestöt niiden työntekijöitä sekä edustajia. Järjestöt ja johtajat hyödynsivät mainintoja keskinäiseen vuorovaikutukseen ja rakensivat näin yhteistä retoriikkaa.

Tutkielmassa havaittiin, että henkilöitymistä (ks. Isotalus 2017) ilmenee myös työmarkkinakontekstissa Twitterissä. Henkilöityminen oli nähtävissä muun muassa tviittien levinneisyydessä. Johtajien tviitit keräsivät huomattavasti enemmän tykkäyksiä ja vastauksia kuin järjestöiden tviitit. Henkilöitymistä tukee myös havainto siitä, että vaikka johtajilla oli vähemmän seuraajia kuin eniten seuratuilla järjestöillä, heidän tviiteistään tykättiin enemmän.

Järjestöjen suuria seuraajamääriä voi selittää se, että niitä pidetään yleisesti luotettavina ja arvostettuina tiedonlähteinä. Vaikka Twitterissä pyrkimyksenä on kerätä mahdollisimman suuri seuraajajoukko (ks. Isotalus 2020), suuri seuraajajoukko ei aina takaa laajaa tviittien levinneisyyttä. Tviittien levinneisyyttä tukee ensisijaisen yleisön reagointi niihin. Näin ollen, koska järjestöiden tviiteistä tykätään vähemmän, ne eivät leviä niin laajalle. Johtajien pienempää seuraajamäärää enemmän tviittien levinneisyyteen vaikutti näiden seuraajien korkeampi aktiivisuus.

Johtajien tykätymiä tviittejä uudelleentviitattiin myös aktiivisemmin. Työmarkkinajohtajat saivat enemmän näkyvyyttä kuin työmarkkinajärjestöt. Työehtosopimusneuvotte-
luista tiedotettiin sekä perinteisessä mediassa että Twitterissä hyvin henkilövetoisesti.

Liittojen johtajat antoivat lausuntoja ja joutuivat julkisen arvostelun kohteeksi. Myös personoitumiseen (ks. Bennet 2012) viittavia piirteitä nousi esiin tutkielman aineistosta. Erityisesti palkansaajapuolen toimijat vetosivat Twitterissä kansalaisten tunteisiin haikessaan hyväksyntää työtaistelutoimilleen tai perustellessaan, miksi työntekijät tarvitsivat parempia työehtoja.

Työmarkkinatoimijoiden tviittien aiheet neuvotteluiden aikana keskittyivät neuvotteluiden ja alan toiminnan kuvaamiseen. Vaikka viralliset työehtosopimusneuvottelut käydään suljettujen ovien takana, toimijat jatkoivat Twitterissä neuvotteluihin vaikuttamista. Näissä tviiteissä toimijat esimerkiksi perustelivat toimintaansa ja kuvasivat tavoitteitaan sekä tiedottivat neuvottelujen kulusta. Aineiston perusteella Riku Aalto, Silja Paavola ja Heidi Nieminen hyödynsivät Twitteriä neuvotteluiden aikana lähinnä neuvotteluista tviittaamiseen. He ovat voineet saada ohjeistusta edustamiltaan järjestöiltään olla aktiivisia Twitterissä neuvottelukierroksen aikana.

Alan toimintaa kuvaamalla työmarkkinatoimijat perustelivat toimiaan ja tavoitteitaan neuvotteluissa. Toisaalta alan toimintaa kuvaavat tviitit liittyivät laajempaan kokonaisuuteen, sillä niiden avulla toimijat pystyivät avaamaan, minkä puolesta työskentelivät. Työmarkkinajärjestöt ovat lähtökohtaisesti etujärjestöjä, joten ei ollut yllättävää, että viestintää hyödynnettiin niiden alojen toiminnan kuvaamiseen, joiden etuja ajetaan. Neuvotteluiden ja toiminnan kuvaaminen olivat tyyppillisiä aiheita kaikille muille paitsi Jaakko Hirvolalle, joka tviittasi eniten poliittisista aiheista. Tämä selittyy Hirvolan muista toimijoista eroavalla profiililla. Hän ei itse osallistunut neuvotteluihin ja Teknologiateollisuuden kasvoina yleensä mielletäänkin Minna Helle.

Kunta-alan neuvottelut käytiin keskellä maailmanlaajuista pandemiaa ja tämä näkyikin neuvotteluihin osallistuneiden toimijoiden tviittien aiheissa. Kunta-alan toimijat tviittasivat yleisesti ajankohtaisista aiheista eli tässä kontekstissa koronapandemiasta. Kunta-alan neuvottelut ovat aiemminkin herättäneet laajasti yhteiskunnallista keskustelua (ks. Kunelius, Reunanen & Noppari 2010), mutta pandemian johdosta hoitajien työ tuli lähelle jokaista kansalaista. Yleisen konsensuksen mukaan ratkaisu neuvotteluihin halut-

tiin löytää nopeasti ilman työtaistelutoimia. Hoitajia edustavat järjestöt pystyivät käyttämään korona-ponnahduslautana lobbaukselleen liittyen neuvotteluihin, sillä aihe puhutti laajasti mediassa ja hoitajien työehdot oli helppo kytkeä aiheeseen. Hoitajia edustavat järjestöt ovat aiemminkin saaneet agendansa taitavasti esille mediassa (ks. Kunelius, Reunanen & Noppari 2010). Myös näihin neuvotteluihin liittyvät tviitit levisivät laajasti Twitterissä.

Toimijoiden eniten levinneet tviitit olivat ajankohtaisia, kantaaottavia sekä yhteiskunnallisia. Erityisesti työmarkkinajohtajien tviitit keräsivät suuria määriä tykkäyksiä, uudelleentviittauksia ja vastauksia. Kunta-alan toimijoiden tviittien lisäksi Twitterissä levisivät erityisesti toimijoiden neuvotteluihin liittyvät tviitit. Tykkäysten analysoinnin avulla pystyttiin tarkastelemaan työmarkkinakontekstissa tapahtuvaa henkilöitymistä.

Työmarkkinajohtajat hyödynsivät Twitteriä hyvin rajallisesti henkilökohtaiseen viestintään. He rakensivat henkilöbrändinsä asiantuntijuuden ja edustamansa organisaation ympärille. Aiemmassa tutkimuksessa nimenomaan johtajien retoriikan on huomattu rakentuvat yritysten ammattimaisten metanarratiivien kautta (ks. Grafström & Falkman 2017). Poliitikoille puolestaan on ollut tyyppisempää hyödyntää Twitteriä henkilökohtaisista aiheista tviittaamiseen kuin vaikuttamisen tukena (ks. Madestam & Falkman 2017). Järjestöt hyödynsivätkin johtajiensa vahvoja ammatillisia henkilöbrändejä viestinnässään. Henkilöbrändit menestyvät yleisesti sosiaalisessa mediassa paremmin kuin yritysbrändit (Pääkkönen 2017). Työmarkkinatoimijoiden viestinnässä Twitterissä on havaittavissa viitteitä kollektiivisesta puhumisesta (ks. Boyd ja Waymer 2011). Järjestöjen ja niiden johtajien narratiivit olivat linjassa keskenään, ja yhtenäisyyttä tuettiin mainitsemalla tviiteissä edustamansa järjestö tai johtaja. Tämä vaikuttaa positiivisesti erityisesti työmarkkinajärjestöiden uskottavuuteen (ks. Browning & Hartelius 2018).

Neuvottelutoimintaan liittyvä keskustelu Twitterissä oli kärjistynyttä. Neutraalin tiedottamisen rinnalla neuvottelutoimintaan liittyvissä tviiteissä hyökättiin usein vastapuolen kimppuun. Näkyvyyttä Twitterissä hyödynnettiin enemmän vastakkaisen osapuolen kritisointiin kuin oman toiminnan ja tavoitteiden kehumiseen. Tämä johdattelee ame-

rikkalaisten tutkimusten tuloksia, jossa erityisesti presidentinvaalikampanjoissa resursseja hyödynnetään vastakkaisen puolen kritisoimiseen (ks. Premont & Millet 2015). Suomalainen poliittinen keskustelu puolestaan keskittyy samaa mieltä ja eri mieltä olemiseen, koska ei haluta riskeerata hallitusyhteistyötä (ks. Isotalus & Aarnio 2005). Työmarkkinakontekstissa ei aineiston perusteella vältellä tai pelätä vastakkainasettelua. Toisaalta toimijat tiedostavat, että kärjistynyt keskustelu ei välttämättä lisää uskottavuutta. Esimerkiksi Millariikka Rytkönen pohti eräessä tviitissään, miltä kinastelu sosiaalisessa mediassa näyttää ulkopuolisten silmissä.

Hyökkäysten tasapainoksi keskusteluista nousi esiin yhteistyön korostaminen. Toimijat muistuttivat neuvottelutulosten syntyvän yhdessä neuvottelemalla ja ratkaisuja etsimällä. Toisaalta yhteistyöhönkin kytkeytyi polarisoituminen. Esimerkiksi PAU nosti useasti esiin palkansaajaliittojen keskinäisen solidaarisuuden työmarkkinakontekstissa. Nämä liitot tukivat toisiaan muun muassa työtaistelutoimissa.

Twitter soveltuu alustana huonosti argumentoinnille, koska merkkirajoitteet luovat haasteita kattaville perusteluille. Tätä havaintoa tukevat myös tämän tutkimuksen tulokset. Työmarkkinatoimijat argumentoivat aineiston perusteella vähän. Vain noin 7 prosenttia toimijoiden omista tviiteistä sisälsi selkeän väitteen ja perustelun. Tämä on mielenkiintoinen havainto, sillä ennako-oletuksena tutkielmassa oli, että toimijat argumentoivat tviiteissään neuvotteluihin liittyvien tavoitteidensa puolesta.

Työmarkkinatoimijat vetosivat argumentoidessaan yleisimmin rationaaliin perusteluihin. Tämä voi selittyä sillä, että toimijat ovat asiantuntijaorganisaatioita ja niiden edustajia. Logokseen vetoamisen on nähty olevan merkityksellistä esimerkiksi vertaisarviointeihin perustuvissa palveluissa (Han ym. 2019). Rationaalinen logiikkaan perustuva perustelu tekee argumentista vaikuttavan. Tällaisen argumentin sisältävän tviitin lukija voi nopeasti arvioida, pitääkö väitettä pätevänä, esimerkiksi arvioimalla asiantuntijan lausunnon uskottavuutta.

Toimijat vetosivat argumentoidessaan harvoin ethokseen ja pathokseen. Ethokseen vetoamista oli argumenteissaan hyödyntänyt johtajista ainoastaan Millariikka Rytkönen.

Hän käytti väitteidensä perusteluina omaa ammattilaisuuttaan. Hänen kokemuksensa lähihoitajana ja kättilönä lisäsivät hänen uskottavuuttansa hoitajien työehdoista puhuttaessa. Hanin ym. (2019) tutkimuksessa ethokseen vetoamista kuvasti esimerkiksi ”super host” titteli, joka vakuuttaa majoitusten varaajat majoittajan uskottavuudesta. Twitterissä vastaava eetoksen vahvistaja voisi olla tilin verifiointi. Kellään tarkasteltavista toimijoista ei kuitenkaan ollut verifioitua tiliä. Aineiston perusteella vain palkansaajapuolta edustavat toimijat vetosivat argumenteissaan pathokseen. Tähän vetoavissa tviiteissä haettiin esimerkiksi sympatiaa hoitajia kohtaan, ja pyrittiin samaan kansalaisten tukea hoitajien paremmille työehdoille.

Aineiston perusteella toimijat perustelivat väitteitään myös yleisillä mielipiteillä sekä analogialla. Erityisesti järjestöt perustelivat väitteitään esimerkiksi kyselytutkimustensa tuloksilla, joissa enemmistö oli ollut tiettyä mieltä. Työmarkkinatoimijoiden analogiaan vetoavista tviiteistä suurin osa oli neuvotteluihin liittyviä tviittejä ja näistä melkein kaikki työmarkkinajohtajien tviittejä.

Tutkielman tulokset osoittavat, että Twitter on merkittävä viestintäalusta työmarkkinatoimijoille neuvotteluiden aikana. Toimijat hyödynsivät neuvotteluidensa aikana Twitteriä monipuolisesti muun muassa neuvotteluista tiedottamiseen. Kaikki toimijat olivat tviitanneet tarkasteltavina ajanjaksoina aktiivisesti. He kuitenkin käyttivät Twitteriä vaihtelevasti vuorovaikutuksen tukena. Onkin kiinnostavaa nähdä seuraavilla neuvottelukierroksilla, tuleeko työmarkkinatoimijoiden vuorovaikutus Twitterissä lisääntymään entisestään. Työmarkkinajohtajat hyödynsivät vahvasti edustamiensa retoriikkaa ja toisaalta järjestöt hyödynsivät viestinnässään johtajiensa vahvoja henkilöbrändejä.

7.2 Tutkielman arviointi

Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan tarkka kuvaus tutkimuksen toteutuksesta parantaa tutkimuksen luotettavuutta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 232). Tässä tutkielmassa on kuvattu tarkasti tutkimusprosessi ja valinnat, joita tutkimusta tehdessä on tehty, minkä myötä tutkielma on toistettavissa. Argumentaatiota sekä funktioita analy-

soitiin teorioiden avulla, jotka ovat käytettävissä toisissakin konteksteissa ja tutkimuksissa. Tviittien aiheita tarkasteltiin aineistolähtöisesti, joka on tutkijasta tulkinnasta riippuvaista.

Haastattelujen sijaan tutkielman aineistona toimi Twitteristä kerätyt tviitit, uudelleentviittaukset ja vastaukset. Twitteristä kerätty verkkokeskusteluaineisto tarjoaa autenttisen aineiston (Hakala & Vesa 2013). Kuitenkin verkkokeskusteluaineistossa tutkielmassa ei voitu perehtyä työmarkkinatoimijoiden kokemuksiin Twitterin käytöstä neuvotteluiden aikana. Aineiston perusteella ei voida vastata tviittien tarkoituksiperiin ilman tutkijan subjektiivista tulkintaa. Kokonaiskuvan luomiseen työmarkkinatoimijoiden viestinnästä vaikuttaa myös aiemman tutkimuksen puute työmarkkinatoimijoiden viestinnästä, mikä osaltaan korostaa tulkinnan vaikutusta analyysiin.

Tarkan tutkielmaprosessin kuvauksen lisäksi tutkielman aineisto oli laaja. Aineiston muodosti toimijoiden lähettämät 6 080 tviittiä. Nämä oli kerätty tutkielmassa käsiteltävien kolmen työehtosopimusneuvotteluiden ajalta. Aineiston kerääminen koko neuvotteluiden ajanjaksoilta oli perusteltua, sillä näin saatiin aineistoa kaikista neuvotteluiden vaiheista. Huomioonotettavaa on, että neuvotteluiden kestot ovat vaihdelleet, joten ajanjaksot, joilta tviitit on kerätty, vaihtelevat hieman toimijoittain. Neuvotteluiden kestot vaihtelivat kolmen ja reilun neljän kuukauden välillä, joten erot eivät olleet suuret. Näiden ajanjaksojen ajoilta saatiin kerättyä lähes kaikki ehdokkaiden lähettämät viestit. Aineistosta yli puolet oli kunta-alan edustajien tviittejä, joten tuloksissa painottuvat kunta-alan toimijoiden tviittaustoiminta.

Tutkielman aineisto on kerätty ohjelmoidusti hyödyntäen Twint-ohjelmaa. Kuten Laaksonen ja Matikainen (2013) toteavat, jatkuvasti kehitysvaiheessa olevien ohjelmien rakenne muuttuu usein, jonka myötä keräystyökalut muuttuvat usein. Juuri ennen aineiston keruuta tutkijoiden aiemmin hyödyntämä GetOldTweets3-ohjelma oli lopettanut toimintansa Twitterin uudistettuaan koodiansa. Aineisto päädyttiin siis keräämään sitä vastaavalla Twint-ohjelmalla, joka ei hyödynnä API-rajapintaa. Twint-ohjelman avulla saatiin kerättyä viikkoa vanhempia tviittejä, toisinkuin API-rajapintaa hyödyntävillä oh-

jelmilla. Twint tulosti aineistot suoraan taulukoihin, joissa näkyi tviittien tykkäys-, vastaus- ja uudelleentviittausmäärät sekä linkki alkuperäiseen tviittiin. Tämä tehosti aineiston käsittelyä.

Twintillä saatiin kerättyä lähes kaikki toimijoiden tviitit ongelmitta, poikkeuksena Milla-riikka Rytkösen uudelleentviittaukset ajalta 14.1.-8.3.2020. Näitä ei saatu ohjelmasta ajettua, eikä niitä pystytty myöskään etsimään Twitterin Advanced Searchin avulla sen rajoitteiden vuoksi. Rytkösen aineisto on kuitenkin niin kattava ja tviittien määrä oli yhteensä 1713, joten näiden uudelleentviittausten puuttumisen ei katsottu vaikuttavan aineiston laatuun.

Mahdollisimman tarkan kuvan luomiseksi ilmiöstä, aineistoa eriteltiin määrällisesti sekä laadullisesti. Tviittien luokittelussa hyödynnettiin osassa aineistolähtöistä menetelmää ja osassa teorian ja aineistolähtöisen luokittelun yhdistelmää. Nämä luokittelut on kuvattu tutkielmassa selkeästi, ja ne ovat toistettavissa myös muissa tutkimuksissa. Tviittien teemojen erittelyssä luokitteluun vaikuttaa tulkinta, mutta nämä tulkinnat ovat avattu tutkimuksen tuloksissa selkeästi.

Muiden toimijoiden kohdalla haut tehtiin varmuuden vuoksi useaan otteeseen, jotta voitiin varmistaa tviittimäärien oikeellisuus. Luotettavuuden vuoksi verrattiin myös toimijoiden kerättyjä omia tviittejä Twitterin Advanced Searchin tuloksiin.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tämä tutkielma keskittyi tarkastelemaan työmarkkinatoimijoiden viestintää Twitterissä. Tutkielmassa tarkasteltiin toimijoiden aktiivisuutta, vuorovaikutusta, tviittien funktioita ja argumentointia. Tutkielmassa tarkasteltiin vuorovaikutuksen osalta, kuinka paljon toimijat hyödyntävät vastaustoimintoa, mitkä tviitit keräsivät eniten vastauksia ja ketä toimijat mainitsevat tviiteissään. Tutkielmassa ei perehdytty sen tarkemmin kenelle toimijat vastaavat ja keitä he esimerkiksi seuraavat. Oletettavasti kuitenkin työmarkkinatoimijoilla on omat verkostonsa myös Twitterissä ja mielenkiintoinen jatkotutkimuskohde olisikin verkostoanalyysi työmarkkinavaikuttajien verkostoissa Twitterissä.

Tässä tutkielmassa perehdyttiin pintapuolisesti organisaatioiden retoriikkaan ja niiden kollektiiviseen retoriikkaan. Kollektiivinen retoriikka perustuu siihen, että organisaatioiden identiteetti muotoutuu sen kautta mitä sen jäsenet siitä kertovat, erityisesti jos jäsenten viestit ulospäin ovat yhteneväiset, organisaatio on uskottavampi (Browning & Hartelius 2018, 86–87). Tässä tutkielmassa tähän voitiin soveltaa vain johtajien puheet järjestöistä. Olisikin mielenkiintoista tarkastella tarkemmin järjestöjen kollektiivista retoriikkaa niin, että perehtyisi myös työntekijöiden viestintään ja siihen, onko viestit yhteneväiset heidän työnantajansa kanssa. Tälle tutkielmalle jatkoa voisi tehdä laajempi tutkimus työmarkkinatoiminnan henkilöitymisestä keskusteluaiheiden ja yleisen yhteiskunnallisen keskustelun osalta.

Tutkielman tulosten mukaan työmarkkinatoimijoille on tyypillistä tviitata neuvotteluihin liittyen. Näissä tviiteissä sekä raportointiin neuvottelujen kulusta, mutta myös ikään kuin jatkettiin neuvottelupöydän keskusteluita Twitterissä. Mielenkiintoista olisikin tutkia neuvottelupöydässä tapahtuvaa viestintää laajemmin. Millainen on keskustelukulttuuri kasvotusten, kun Twitterissä se on usein hyökkäävä. Entä, argumentoiko toimijat enemmän neuvotteluissa kuin Twitterissä.

KIRJALLISUUS

Adam, M. 2016. Personalization of Politics A Critical Review and Agenda for Re-search. *Annals of the International Communication Association*, 34(1), 213–257.

Anderson, A. 2006. *The Way We Argue Now: A Study in the Cultures of Theory*. Princeton University Press.

Bench-Capon, T. & Dunne, P. 2007. Argumentation in artificial intelligence. *Artificial Intelligence*, 171(10), 619–641.

Bennett, W. 2012. The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20–39.

Benoit, W. (2003). Topic of presidential campaign discourse and election outcome. *Western Journal of Communication*, 67(1), 97–112.

Blom, A. 2019. Maan tapa murroksessa. Kunnallisalan kehittämissäätiön Polemia-sarjan julkaisu nro 111. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Boyd, J. & Waymer, D. 2011. Organizational Rhetoric: A Subject of Interest(s). *Management Communication Quarterly* 25(3) 474–493)

Browning, L. & Hartelius, J. 2018. Rhetorical Analysis in Management and Organizational Research 2007–2017. Teoksessa. Ihlen, O. & Heath, The Handbook of Organizational Rhetoric and Communication. John Wiley & Sons; Incorporated.

Crable, R. 1990. “Organizational rhetoric” as the fourth great system: Theoretical, critical, and pragmatic implications. *Journal of Applied Communication Research: Organizational Rhetoric*, 18(2), 115–128.

Fetzer, A. 2007. Well, If That Had Been True, That Would Have Been Perfectly Reasonable: Appeals to Reasonableness in Political Interviews: Argumentation in Dialogic Media Genres - Talks Shows and Interviews. *Journal of pragmatics*, 39(8) , 1342–1359.

Fidelman, M. 2012. *Socialized!: How the Most Powerful Businesses Harness the Power of Social* (1st ed.). Bibliomotion.

Grafström, M. & Falkman, L. 2017. Everyday narratives: CEO rhetoric on twitter. *Journal of Organizational Change Management*, 30(3), 312–322.

Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B. & Lazer, D. 2019. Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science (American Association for the Advancement of Science)*, 363(6425), 374–378.

Hakala, S. & Vesa, J. 2015. Verkkokeskustelut ja sisällön erittely. Teoksessa. Laaksonen, S., Matikainen, J., & Tikka, M. (toim.) 2013. *Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Vastapaino.

Han, H., Shin, S., Chung, N. & Koo, C. 2019. Which appeals (ethos, pathos, logos) are the most important for Airbnb users to booking? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(3), 1205–1223.

Helsingin Sanomat 15.10.2019. Postin työehtosopimusneuvottelut pattitilanteessa, työehtotaistelu uhkaa. <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006273201.html>. Viitattu 13.12.2020.

Helsingin Sanomat 29.5.2020. Halu saada sopu kunta-alalle kasvoi, koska tilanne kesän jälkeen ei näyttänyt yhtään paremmalta. <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000006522296.html>. Viitattu 15.12.2020.

Huang, J., Baptista, J. & Galliers, R. D. 2013. Reconceptualizing rhetorical practicesin organizations: The impact of social media on internal communications. *Information & Management*, 50, (2-3), 112-124.

Ihlen, O. & Heath, R. L. 2018. *The Handbook of Organizational Rheotric and Communication*. John Wiley & Sons; Incorporated.

Iltalehti. 2019. Tällainen on Posti-riidan roihauttanut sopimus - ”Työnantaja haluaa, että koko työehtosopimus revitään”. <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/6fff9c5f-24af-47b5-9de9-6ba59b3a82ee>. Viitattu 17.10.2020.

Isotalus, P. & Aarnio, E. 2005. Mediodun vaalikeskustelun malli. *Puhe ja Kieli/Tal och Språk/Speech and Language*, 25(3), 155–170.

Isotalus, P. 2020. Johtajien viestintä ja arvostuksen rakennus Twitterissä. Teoksessa. Jalonen H., Helander N. & Mäkelä N. (toim.) 2020. *Arvostustalous*: Tampere: Vastapaino, 169–191.

Isotalus, P. & Paatelainen, L. 2018. Livetviittaaminen vaalikeskustelusta – Miten puolueiden puheenjohtajia arvioidaan? Teoksessa. Isotalus P., Jussila J. & Matikainen J. (toim.) 2018. *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*: Tampere: Vastapaino, 90–110.

Kaakkuri-Knuuttila, M. & Heinlahti, K. 2006. *Mitä on tutkimus? Argumentaatio ja tieteenfilosofia*. Helsinki: Gaudeamus.

Kaarkoski, M. 2019. German and British parliaments and conceptions of the global climate threat during the United Nation Earth Summit of 1992. *Parliaments, Estates & Representation*, 39(1), 47–63.

KT Kuntatyönantajat. 2020. <https://www.kt.fi/>. Viitattu 14.11.2020.

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

Lassen, D. S. & Brown, A. R. 2011yj. Twitter: The Electoral Connection? *Social Science Computer Review*, 29(4), 419–436.

Prémont, K. & Millette, C. 2015. *Social Media and American Presidential Campaigns: The Dark Side of the Electoral Prosess*. Teoksessa. Lachapelle G. & Maarek P. *Political Parties in the Digital Age: The Impact of New Technologies in Politics*.

Larsson, O. 2015. Going viral? Comparing parties on social media during the 2014 Swedish election. *Convergence (London, England)*, 23(2), 117–131.

Madestam, J., & Falkman, L. L. 2017. Rhetorical construction of political leadership in social media. *Journal of Organizational Change Management*, 30(3), 299–311.

Marttila, M. 2018. #vainkansanedustajajutut – Kansanedustajien Twitter-käyttö ja sitä selittävät tekijät. Teoksessa. Isotalus P., Jussila J. & Matikainen J. (toim.) 2018. *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*: Tampere: Vastapaino, 66–85.

Metsäteollisuus ry. 2020. Metsäteollisuus rakentaa tulevaisuuden kasvua. <https://www.metsateollisuus.fi/metsateollisuus-uudistaa-tyoelamaa/>. Viitattu 24.10.2020.

Murthy, D. 2013. *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. Cambridge: Polity Press

Nortio, E., Niska, M., Renvik, T. & Jasinskaja-Lahti, I. 2021. “The nightmare of multiculturalism”: Interpreting and deploying anti-immigration rhetoric in social media. *New Media & Society*, 23(3), 438–456.

Otterbacher, J. 2011. Being Heard in Review Communities: Communication Tactics and Review Prominence. *Journal of computer-mediated communication* 16.3 (2011): 424–444.

Page, R. 2012. *Stories and social media identities and interaction*. Routledge.

PAM. 2018. <https://www.pam.fi/wiki/tyoehtosopimusneuvottelut>. Viitattu 12.4.2021.

Pönkä, H. 2020. Sosiaalisen median katsaus 02/2020. Innowise. <https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-tilastot-suomessa-somekatsaus-022020/>. Viitattu 18.10.2020.

Palta ry 27.11.2019. Postikiistaan löytynyt sopu, lakot loppuvat. <https://www.palta.fi/tiedotteet/postikiistaan-loytynyt-sopu-lakot-loppuvat/>. Viitattu 13.12.2020.

Palta ry 2020. Palta tuomitsee IAU:laisten laittoman ulosmarssin lentokentällä. <https://www.palta.fi/tiedotteet/palta-tuomitsee-iaulaisten-laittoman-ulosmarssin-lentokentalla/>. Viitattu 17.10.2020.

Posti- ja logistiikka-alan unioni PAU 2020. <https://www.pau.fi/pau.html>. Viitattu 14.11.2020.

Pääkkönen, L. 2017. Social Selling – Henkilöbrändi, verkostot ja sosiaalinen media B”B-myyntissä. Noblea.

Ruoho, I., & Kuusipalo, J. 2019. The Inner Circle of Power on Twitter: How Politicians and Journalists Form a Virtual Network Elite in Finland.

Tehy ry 2020. <https://www.tehy.fi/fi>. Viitattu 14.11.2020.

Teknoliateollisuus ry 2020. <https://teknoliateollisuus.fi/fi>. Viitattu 14.11.2020.

Teollisuusliitto 2020. <https://www.teollisuusliitto.fi/>. Viitattu 14.11.2020.

Twitterin blogi 9/2017. Giving you more characters to express yourself. https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/Giving-you-more-characters-to-express-yourself.html. Viitattu 17.10.2020.

Walton, D. N. 2006. Fundamentals of Critical Argumentation. Cambridge University Press.

Yle 2.1.2020. Analyysi: Palkkakierroksen tärkein sopimus on vaikeassa umpisolmussa – molemmat osapuolet tehneet linjauksia, joista on vaikea perääntyä kunnialla. <https://yle.fi/uutiset/3-11139267>. Viitattu 13.12.2020.

Yle 30.4.2020. Hoitajat hylkäsivät kunta-alan sovintoehdotuksen – Tehyn Rytkönen: ” Se oli kautta linjan huono esitys”. <https://yle.fi/uutiset/3-11330159>. Viitattu 15.12.2020.