

Eva Hokkanen

KRIISIVIESTINTÄ OSANA KAUPUNGIN KRIISIJOHTAMISTA

Tampereen kaupungin viranhaltijoiden ja viestintäasiantuntijan kokemuksia kriisiviestinnästä sosiaalisessa mediassa koronapandemian aikana

Johtamisen ja talouden tiedekunta
Kandidaatin tutkielma
Huhtikuu 2022

TIIVISTELMÄ

Hokkanen, Eva: Kriisiviestintä osana kaupungin kriisijohtamista: Tampereen kaupungin viranhaltijoiden ja viestintäasiantuntijan kokemuksia kriisiviestinnästä sosiaalisessa mediassa koronapandemian aikana.

Kandidaatin tutkielma, 35 sivua, 1 liite (1 sivu)

Tampereen yliopisto

Hallintotieteiden tutkinto-ohjelma, kunta- ja aluejohtamisen opintosuunta

Huhtikuu 2022

Kriisiviestintä on keskeinen osa kriisinhallintaa. Sosiaalisen median merkitys kriisiviestinnän toteuttamisessa on korostunut yhä enemmän digitalisoituvassa maailmassa. Tässä tutkielmassa tarkastellaan kriisiviestintää sosiaalisessa mediassa osana kaupungin kriisijohtamista. Tutkielmassa selvitetään ja muodostetaan ymmärrystä siitä, miten sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää kaupungin kriisiviestinnässä. Lisäksi käsitystä halutaan lisätä siitä, millaisia mahdollisuuksia ja haasteita sosiaalisen median kriisiviestintään kytkeytyy. Tutkielmassa pyritään selvittämään kokemusten kautta, tarjokaako sosiaalisen median kriisiviestintä mahdollisuuden kansalaiskeskusteluun.

Tutkielman tarkastelussa ovat Tampereen kaupungin kriisiviestinnän toimijoiden kokemukset sosiaalisen median hyödynnettävyydestä kriisiviestinnässä koronapandemian aikana. Tämä muodostaa tärkeimmän tutkimustehtävän. Tutkielma on luonteeltaan kvalitatiivinen tutkimus, jossa aineiston keruu tapahtui puolistrukturoitujen teemahaastatteluiden avulla. Haastatteluihin osallistui kaksi Tampereen kaupungin viranhaltijaa sekä viestinnän asiantuntija. Tutkielman teoreettinen viitekehys koostuu kahdesta osasta. Ensimmäiseksi tarkastellaan kriisitilaa, kriisijohtamista ja kriisiviestintää käsitteinä. Tämän jälkeen teoria syvenyy kriisiviestinnän erityispiirteisiin ja sen toteuttamiseen sosiaalisessa mediassa osana digitaalista julkisuutta Aineiston analyysi suoritettiin teoriaohjaavana sisällönanalyysinä.

Tutkimuksen analyysistä johdetut tulokset osoittavat, että sosiaalinen media nähdään pääasiassa myönteisenä työvälineenä kriisiviestinnässä. Erityinen hyöty muodostuu siitä, että sosiaalinen media mahdollistaa laajojen joukkojen tavoittamisen kriisitilanteessa nopeutensa ja reaaliaikaisuutensa vuoksi. Keskeisimmät haasteet liittyvät disinformaation leviämiseen sekä siihen, ettei sosiaalinen media tavoita kaikkia väestöryhmiä.

Jatkotutkimuksena sosiaalisen median kriisiviestintää koskevaan ilmiökenttää koskien olisi hyvä tutkia myös kansalaisten kokemuksia sosiaalisesta mediasta informaation lähteenä. Jatkossa aiheetta voisi tutkia nyansoidummin kansalaiskeskustelua koskevan tematiikan ympärillä, jotta voitaisiin luoda käsitystä sosiaalisen median toimimisesta dialogin mahdollistajana.

Avainsanat: kriisitila, kriisijohtaminen, kriisiviestintä, sosiaalinen media, digitaalinen julkisuus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

Sisällys

1 JOHDANTO	4
2 TUTKIMUSASETELMA JA TUTKIMUSONGELMA.....	6
3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA KÄSITTEET	7
3.1 Kriisitila.....	7
3.2 Kriisijohtaminen.....	8
3.3 Kriisiviestintä	8
3.4 Kriisiviestinnän kolme perusmallia: siirto, yhteisyys ja levittäminen	11
3.5 Sosiaalinen media ja kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa	12
4 TUTKIMUKSEN METODOLOGISET VALINNAT	15
4.1 Laadullinen tutkimus tutkimusmenetelmänä.....	15
4.2 Aineiston keruu	15
4.3 Teoriaohjaava sisällönanalyysi analyysimenetelmänä.....	17
4.4 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	18
5 ANALYYSIN TULOKSET.....	19
5.1 Hyvän kriisiviestinnän piirteet	19
5.2 Sosiaalisen median hyödynnettävyys ja mahdollisuudet kriisiviestinnässä.....	21
5.3 Haasteet sosiaalisen median kriisiviestinnässä.....	24
5.4 Kriisiviestinnän kanavat sosiaalisessa mediassa	26
5.5 Dialogin ja kansalaiskeskustelun mahdollistuminen kriisiviestinnässä	27
6 TULKINTA	28
7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	31
LÄHTEET.....	33
LIITTEET	35
Liite 1: TEEMAHAASTATTELURUNKO.....	35

1 JOHDANTO

Tämän tutkielman aihe valikoitui koronaviruspandemian aiheuttaman yhteiskunnallisen kriisin myötä. Joulukuussa 2019 Kiinassa Wuhanin kaupungissa varmistui uusi tuntematon koronavirus ensimmäistä kertaa. Virus sittemmin nimettiin taudiksi nimeltä COVID-19. Kyseinen virus aiheuttaa hengitystieinfektion, mutta vaarallisuutensa vuoksi se luokiteltiin yleisvaaralliseksi tartunta- taudiksi 14. helmikuuta 2020. (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2020.) Keväästä 2020 lähtien aihe on ollut esillä jatkuvasti erilaisissa viestinnän kanavissa. Maailmanlaajuinen pandemia on saanut osakseen monenlaista huomiota. Kriisijohtaminen ja siten kriisiviestintä on juuri nyt varsin ajan- kohtainen aihe tutkittavaksi. Myös kriisien monimuotoisuuden vuoksi aiheen tutkiminen on tärkeää. Kriisejä on kohdattu aiemminkin historiassa. Näistä esimerkkejä ovat Aasian hyökyaalto- kriisi, Nokian vesikriisi sekä Jokelan ja Kauhajoen koulusurmat. (Seeck, 2009, 11.) Koska yhteis- kunnalliset kriisit ovat aina julkisia, on toiminnan merkitykset ja toimijoiden työskentelytavat rat- kaisevassa asemassa (Hakala & Huhtala, 2007, 172).

Kyky hallita kriisejä vaatii taitoa tehdä päätöksiä tarkoituksenmukaisesti tilanteeseen nähden. Tämä edellyttää, että organisaatio on valmistautunut kriiseihin. Kriisin aiheuttamien haittojen mi- nimoiminen on toiminnassa keskeistä. Kriisijohtamisen strategia ja kriisiviestintä yhdessä raken- tavat kriisinhallinnan kokonaisuuden. (Huhtala & Hakala, 2007,13.) Kriisitilanteissa sosiaalinen media on uhka ja mahdollisuus samanaikaisesti. Parhaimmillaan sitä voidaan hyödyntää kriisi- viestinnässä vaikuttavasti, koska sanoma leviää reaaliaikaisesti ja nopeasti. Haasteeksi tässä ym- päristössä voi kuitenkin muodostua verkkokäyttäjien normien puuttuminen sekä liiallinen sovelluskeskeisyys sosiaalisen median viestintästrategioissa. (Korpiola, 2011, 23.) Kriisiviestintä usein kavennetaan turhaan käsittämään pelkästään kriisin aikaista viestintää. Juholin (2013, 367) täsmentää, että olisi järkevämpää puhua kriisijohtamisesta, johon kriisiviestintä tiiviisti kietoutuu. Johdolta vaaditaan kriisitilanteessa kykyä hallita jatkuvasti muuttuvaa tilannetta. Se vaatii reagoin- tikykyä ja hyvää otetta viestintään sekä johtajuuteen. (Seeck 2009, 5.)

Kriisitilanne vaikuttaa merkittävästi organisaation kommunikaatioon (Coombs 1998, 178). Eri toi- mijoiden välinen kohtaaminen kriisitilanteessa on erityisen tärkeää, koska ilman kohtaamista ei synny myöskään viestintää. Kriisin keskellä tarve tiedolle sekä kuulluksi tulemiselle kansalaisten ja viranomaisten välillä on ilmeisen korostunut. Kriisitilanteissa tiedottaminen on tärkeää, jotta kansalaiset osaavat toimia oikein. Mikäli tiedottamisessa epäonnistutaan, on paniikin ja siten lisä- vahinkojen syntyminen todennäköistä. Kriisiviestinnän haasteena on kuitenkin tiedon oikea-

aikaisuus ja julkisen sekä salaisen tiedon rajapinnoilla työskenteleminen. Suurena kuvana kriiseissä on siirrytty tiedottamisen sijaan strategiseen viestintään, jossa myös julkisuuskuvan hahmottaminen korostuu. Avoimuuden ja läpinäkyvyyden periaatteiden nojalla kommunikoinnille on asetettu lisää vaatimuksia, mutta tieto julkisuudessa on nykyisin varsin pirstoutunutta erilaisten tiedotusfoorumien lisääntyessä. (Huhtala & Hakala, 2007, 16–18, 20–22.)

Tämän tutkielman tavoitteena on tarkastella kriisiviestintää sosiaalisessa mediassa osana kaupungin kriisijohtamista. Aiheen laajempänä ilmiökenttänä on erityispiirteet kriisitilanteessa viestinnän näkökulmasta sekä sosiaalisen median hyödynnettävyys osana kriisiviestintää. Aihe on kiinnostava tutkittavaksi, koska koronapandemia on ajankohtaisesti haastanut tiedotusta ja kriisiviestintää yli kahden vuoden ajan. Kriisiviestintää on mielekästä tutkia sosiaalisen median näkökulmasta, koska uskon sen merkityksen korostuvan lisää tulevaisuudessa. Tarkastelujakso sijoittuu keskeisimmin koronapandemian kriisiviestinnän hoitoon sosiaalisessa mediassa vuosina 2020–2021. Tutkimuksessa on kiinnostavaa selvittää, millainen rooli sosiaalisella medialla on kriisiviestinnän työkaluna ja miten sosiaalista mediaa on hyödynnetty koronapandemian aikana. Lisäksi kiinnostavaa on, mikä viestintäkanava on osoittautunut keskeisimmäksi tiedotuksessa ja vuoropuhelussa sosiaalisen median ympäristössä. Muun muassa näihin seikkoihin haetaan syvempää ymmärrystä Tampereen kaupungin kriisiviestintään osallistuneiden työntekijöiden haastattelujen avulla.

Tutkielman tarkoituksena on selvittää, millaisena Tampereen kaupungin kriisiviestintätoimijat kokevat sosiaalisen median käytettävyyden kriisitilanteessa. Taustalla kokemuserustana on koronapandemian hoitaminen digitaalisessa julkisuudessa. Tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää niitä tekijöitä, jotka ovat keskeisiä sosiaalisessa mediassa viestiessä. Ennen sitä selvitetään, mitä kriisitila, kriisijohtaminen, kriisiviestintä, sosiaalinen media ja digitaalinen julkisuus tarkoittavat. Tämän jälkeen esitellään tutkimuksen metodologiset valinnat, jossa aineiston keruuta avataan tarkemmin. Sen jälkeen siirrytään tutkimustulosten analysointiin teemoittain ja sitä seuraavaan tulkinta osioon. Lopuksi tutkittavaa ilmiötä tarkastellaan johtopäätöksissä tehden yhteenvetoa saadut tutkimustulokset huomioiden.

2 TUTKIMUSASETELMA JA TUTKIMUSONGELMA

Digitaalinen julkisuus mahdollistaa viestien leviämisen sosiaalisessa mediassa nopeasti, jonka vuoksi se haastaa myös kriisiviestintää (Juholin, 2017, 253). Digitaalinen julkisuus on pirstaloittanut ihmisten verkosto. Ihmiset tekevät nopeasti tulkintoja, jonka vuoksi tiedonlähteiden luotettavuutta pitäisi pystyä arvioimaan kriittisesti. Voidaankin sanoa, että digitaalinen julkisuus on luonut kriiseistä myös mediakriisejä, joiden hallinta on vaikeampaa kriisiviestinnän toteutuessa yhä useammin mediajulkisuuden rajapinnoilla. Kriisiviestinnän tulisi olla avointa ja totuudenmukaista. Samalla sen pitäisi tavoittaa kohderyhmä nopeasti ja tarjota tietoa, joka on helposti saavutettavissa. (Korpiola 2011, 13–20.) Nähdäkseni juuri sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden tiedon nopeaan välittämiseen luoden samalla saavutettavuutta.

Tutkielmaan muodostui tältä pohjalta tutkimustehtävä ja tutkimusongelma, jossa selvitetään: *”Miten sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää kaupungin kriisiviestinnässä?”*. Mielekästä onkin tutkia juuri sitä, miten kaupungin kriisiviestintätoimijat ovat kokeneet sosiaalisen median hyödynnettävyyden kriisiviestinnässä koronapandemian aikana. Tältä pohjalta on mahdollista tarkastella sosiaalisen median käyttöpotentiaalia kriisiviestinnän näkökulmasta ajatellen myös tulevia kriisejä. Tutkimuksen osakysymyksiä pyritään selvittämään vastauksia kysymyksiin:

- Millaisia kokemuksia viranhaltijoilla ja viestintäasiantuntijalla on sosiaalisen median käytöstä kaupungin kriisiviestinnässä?
- Millainen haasteita ja mahdollisuuksia sosiaalisen median käyttöön kriisiviestinnässä sisältyy?
- Millaisia mahdollisuuksia sosiaalinen media tarjoaa kriisiviestintään liittyvälle kansalaiskeskustelulle?

Tutkimuksessa peilataan teoreettisessa viitekehyksessä esitettyjen kriisiviestinnän mallien toteutumista ja erityispiirteitä sosiaalisen median kriisiviestinnässä Tampereen kaupungilla. Tutkimukseen haastatellaan kolme henkilöä, joilla on asiantuntemusta ja kokemusta kriisiviestinnästä ja sen johtamisesta. Haastateltavat valitaan nimenomaisesti viestinnästä vastaavien toimijoiden joukosta, koska heidän oletetaan osallistuneen aktiivisimmin kriisiviestintään niin koronapandemian aikana kuin sosiaalisen median välityksellä. Viestinnästä vastaavilla tahoilla on myös todennäköisimmin paras ja ajantasaisin tietämys kaupungin viestintästrategiasta sekä sen erityispiirteistä.

3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS JA KÄSITTEET

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu keskeisistä käsitteistä, kriisiviestinnän erityispiirteiden kuvaamisesta ja katsauksesta kriisiviestintään digitaalisessa julkisuudessa sosiaalisessa mediassa. Kokonaiskuvan muodostamiseksi on syytä avata kriisitila ja kriisijohtaminen käsitteinä. Tutkimuksen ytimessä ovat kriisiviestintä ja sosiaalinen media sen työvälineenä, joten teoreettinen viitekehys rakentuu erityisesti näiden käsitteiden ja teemojen ympärille. Käsitteellistämisen lisäksi esitetään kriisiviestinnän kolme mallia, joiden merkitystä osana kriisiviestintää sosiaalisessa mediassa voidaan ymmärtää paremmin tutkimuksen myötä.

3.1 Kriisitila

Kriisi saapuu organisaatioon usein yllättäen. Myös kriisien kiihtyminen tapahtuu yleensä nopeasti eikä tällöin välttämättä kaikkiin sen erityispiirteisiin ehditä reagoimaan välittömästi. Kriisin seuraukset ovat täten vaikeasti ennakoitavia. (Seeck, 2009, 5.) Käsitteenä kriisi mielletään jonkinlaiseksi uhkaksi. Kriisi on kohtalokas äkillinen muutos tai häiriötila organisaatiossa. Kriisi on yleensä väliaikainen, mutta aiheuttaa monenlaista hämmennystä ja epäjärjestystä päivittäiseen toimintaan. Ongelmanratkaisukeinot, jotka olivat aiemmin käytössä eivät siis välttämättä päde kriisitilanteessa. Siksi tarvitaan nopeasti uusia ratkaisukeinoja. Kriisi kuluttaa organisaation inhimillisiä voimavaroja ja uhkaa toiminnan vakautta sekä jatkuvuutta. Toisaalta kriisi voi olla organisaatiolle myös mahdollisuus tai ratkaiseva käänne. Parhaimmillaan kriisi voi johtaa merkittäviin uudistuksiin. (Saarelma-Thiel, 2009, 10–13, 94.)

Roux-Dufort (2007) viittaa Pearsonin ja Clairin (1998) määrittelyyn kriisitilasta, joka on epänormaali tapahtumien sarja organisaatiossa. Kriisitila on arvaamaton ja odottamaton. Se häiritsee organisaation toimintaa tietyllä aikavälillä ja tietyillä sektoreilla. Epätasapainotila tulisi korjata mahdollisimman nopeasti ennen tilanteen vaikeutumista. Kriisit eivät tapahdu koskaan samalla tavalla, mikä tekee jokaisesta kriisiratkaisusta ainutkertaisen. (Roux-Dufort 2007, 106–109.) Kriisillä on vaikutusta organisaation sidosryhmiin ja kansalaisiin. Kriisitila uhkaa myös organisaation asettamia tavoitteita. Kriisistä aiheutuu usein väistämättä taloudellisia seurauksia, kuten organisaation suorituskyvyn heikkenemistä ja uusia kulueriä. Kriisitila voi koetella rankasti myös organisaation mainetta. Kriisi tuo epävarmuutta ja uhkaa organisaation toimintaedellytyksiä. Kriisit ovat myös sosiaalisesti rakentuneita, jonka vuoksi ne vaikuttavat ihmisten käyttäytymiseen. Kriisi voidaan nähdä laajempänä prosessina erillisten tapahtumien sijaan. (Bundy ja muut, 2017, 1662–1663.)

3.2 Kriisijohtaminen

Kriisijohtaminen ei ala vasta kriisitilan puhjettua, vaan se perustuu suunnitelmalliseen ja pitkäjänteiseen toimintaan. Kriisijohtamisessa on yleisesti kolme eri vaihetta. Ensimmäinen vaihe on kriisiin varautuminen. Kriisisuunnitelman teko, avainhenkilöiden valinta ja kouluttaminen lukeutuvat varautumisvaiheeseen. Lisäksi kriisiviestintästrategian rakentaminen ja harjoitusten suunnittelu sekä toteutus ovat varautumisvaiheen keskeisintä sisältöä. Toisessa vaiheessa keskiössä on itse kriisitilanne. Tällöin ensisijaista on laadittujen suunnitelmien käyttöönotto, tilannekuvan jatkuva seuranta, päivittäminen ja toimiminen sen edellyttämällä tavalla. Lisäksi tiivis viestintä ja vuorovaikutus kriisin kohdanneiden sekä eri sidosryhmien välillä on tärkeää. Kolmas vaihe käsittää kriisin jälkeisen ajan, jolloin keskitytään arvioimaan toimia. Tällöin kysymykset siitä, miten kriisiajan toiminta on toteutunut ja onnistunut ovat ajankohtaisia läpikäytäväksi. Kriisijohtaminen voi toteutua myös neljän vaiheen mallilla. Tällöin kriisiin varautuminen, kriisitilanteen ja kriisin jälkeisen tilanteen lisäksi huomioitavaksi tulee ennakointi. Ennakointi on kykyä tunnistaa ajoissa kriisin varoitusmerkit ja ennakkovihjeet. (Seeck, 2009, 5,8.) Myös Coombs ja Holladay (2012, 408) toteavat, että parhaimpiin kriisinhallintatapoihin kuuluu estää kriisin syntyminen.

Kriisijohtaminen on kuvattu prosessina Ian Mitroffin (1988) mallissa. Kriisinvaiheet ovat tällöin: 1) signaalien ja varoitusmerkkien havaitseminen, 2) ennaltaehkäisy ja valmistautuminen, 3) kriisihallinta ja vahinkojen rajaaminen 4) kriisistä palautuminen sekä viimeisenä 5) kriisistä oppiminen. (Mitroff, 1988, 18–19.) Myös tässä mallissa korostuu erityisesti kriisin varhaisten signaalien ja varoitusmerkkien havaitsemisen merkitys. Puolestaan kriisistä palautuminen on jaettu lyhyeen ja pitkään aikaväliin. Palautumisen keinot tulisi olla ennalta määriteltyjä, jotta ne voidaan tehokkaasti käyttöönottaa välittömän akuutin kriisivaiheen väistyttyä. Kriisivalmiuden kehittämiseksi on tärkeää, että kriiseistä ammennetaan oppia tulevaan. Oppimista tulisi tapahtua organisaatiotasolla, mutta aina myös yksilötasolla. (Mitroff, 1988, 17–19; Seeck, 2009, s.8.)

3.3 Kriisiviestintä

Kriisiviestinnässä hyödynnetään organisaation luomaa normaaliolojen viestintästrategiaa. Kuitenkin kriisitilanteessa joitakin erityispiirteitä nousee esille. Muutokset koskevat usein esimerkiksi eri sidosryhmille ja kohderyhmille viestimistä. Viestinnän kohteet kriisitilanteessa siis usein muuttuvat, sillä poikkeustilanne laukaisee lisääntyntä tarvetta tiedolle. Tällöin viestinnän osapuolina voivat olla niin koko yhteiskunta kuin kriisiin joutuneet uhrit ja heidän läheisensä. Niin kriisijohtaminen kuin kriisiviestintä vaativat vankkaa yhteistyötä. Organisaation sisällä yhteen hiileen puhaltamisen merkitys korostuu. Tarvittaessa on järkevää pohtia kriisiryhmän tarpeellisuutta.

Kriisiryhmä voi keskittyä kriisinhoitamisen lisäksi ennakointiin, tilannekuvan päivitykseen, viestintään sekä uusien strategioiden luomiseen ja ratkaisujen etsimiseen. Lisäksi he voivat seurata laadittujen toimintatapojen noudattamista sekä päivittää uusia ohjeita ja neuvoja. (Juholin, 2017, 258–260.).

Kansalaisten tiedontarpeeseen vastaaminen on haastavaa, koska useimmiten tietoa halutaan heti. Viestintä joudutaankin monesti rakentamaan palasista. Koska luottamus kulkee yhdessä avoimuuden kanssa, voi tietojen tiputtelu vähitellen julkisuuteen olla kohtalokas virhe. Tietojen valuminen julkisuuteen kierteitä pitkin sosiaalisen median kautta voi olla organisaation maineelle erittäin haitallista ja asioiden oikeellisuuden korjaaminen on usein haastavaa. Kriisiviestinnän tärkeä osa-alue on eri sosiaalisen median kanavien haltuunotto riippumatta siitä, onko kriisiviestinnän painopiste siellä. (Korpiola, 2011, 22.) Marran (1998, s.469) mukaan viestintäosaajalla tulisi olla organisaatiossa autonominen asema. Viestinnän ammattilaisten autonominen tila takaa sen, että kriisin sattuessa he pääsevät välittömästi työskentelemään osaamisalallaan, eikä aikaa kulu hukkaan selvittäessä eri toimijoiden vastuunjakoa. Ensimmäiset reaktiot kriisin tapahtuessa tulisi olla nopeita ja johdonmukaisia, etteivät muut toimijat ehdi ensin vastaamaan julkisuudessa kysymyksiin tapahtumista.

Kriisiviestintää kuvataan prosessina, jossa eri vaiheet sisältävät toiminnan -ja viestinnän elementtejä. Toimintaa ja viestintää ei ole mielekäästi erotella toisistaan, koska ne nivoutuvat monin tavoin tiukasti yhteen. Kriisin puhjettua tulee saada nopea hahmotus tilanteesta ja ryhtyä välittömiin ensimmäisiin toimiin. Tilannekuvan ja ymmärryksen muodostaminen tapahtuneesta on tehtävä viivymättä. Nopean alkuvaiheen toiminnan turvaamiseksi on järkevää hyödyntää tarkistuslistoja, joissa varmistetaan viestinnän päälinjat sekä kuka tekee, mitä ja milloin. Tämän jälkeen käynnistetään toiminta viestintästrategian mukaisesti. Ensimmäisen julkisen tiedotteen tulisi olla muodoltaan lyhyt ja informatiivinen. Tietojen tulee olla ajantasaisia ja varmennettuja. Hyvä tiedote vastaa keskeisiin kysymyksiin, kuten: mitä on tapahtunut, mitä siitä seuraa ja kuinka toimia. Viestintä vaatii jatkuvaa päivittämistä. Tämä viestintäprosessin vaihe voi kestää useista tunteista jopa kuu-kausiin. Se voi pitää sisällään myös haastatteluja ja erilaisia lausuntoja. Keskeistä on, että vastauksia kysymyksiin antavat henkilöt ovat tehtävänsä valtuutettuja asiantuntijoita. Spekuloinnin sijaan tulee pitäytyä varmistetussa tiedossa. Kriisiviestinnässä kommentoimatta jättäminen koetaan useimmiten salailuksi, joten kysymyksiin tulee pyrkiä aina vastaamaan. Mikäli asiaan ei ole riittävästi tietoa, on asiaan kuuluvaa palata tähän mahdollisimman pian. Ongelmatilanteiden rehellinen tunnustaminen on kriisiviestinnässä hyvin tärkeää. Kriisin hiipumisvaiheessa kriisiviestintä

hiljalleen vähenee ja päättyy. Tämän jälkeen tehdään kriisiviestinnän loppuarvio ja aloitetaan jälkihoito. (Juholin, 2017, s.261–264.)

Kinnusen (2019, 48–50, 131, 135) mukaan kriisiviestinnässä yhdistyvät niin dynaamisen kuin integroivan organisaatioviestinnän näkökulmat. Dynaamisella organisaatioviestinnän teorialla tarkoitetaan epäjärjestystä luovaa viestintämallia, joka on parhaimmillaan uutta luovaa ongelmia ratkaistessa. Verkostoissa toimiessa dynaamisen organisaatioviestinnän merkitys korostuu. Puolestaan integroiva organisaatioviestintä on jatkuvuuden tunnetta lisäävää. Tällöin ihmiset ovat tietoisia siitä, että asioita on joku hoitamassa ja ne ovat hallinnassa. Tämä organisaatioviestinnän teoria sopii yhdistävyyttä luovana mallina kriisienkin keskelle, jolloin se luo tunnetta jatkuvuudesta ja kontrollista. Tämä voi auttaa kriisinsietokyvyn muodostumisessa. Näiden viestintäteorioiden yhteisvaikutuksesta voidaan löytää nopeastikin ratkaisumalli kriisin aikaiseen toimintaan tai heijastaa uusi ideointiprosessi käyntiin oikeiden ratkaisujen löytämiseksi. Sosiaalinen media haastaa sosiaali- ja terveyspalvelujen ammattilaisia ja johtajia. Kansalaisille ei enää riitä yhdensuuntainen tieto, vaan he odottavat keskustelemaa otetta erilaisilla palstoilla ja sovelluksissa. Tämä korostaa viestinnän vastuullisuutta entisestään, sillä samanaikaisesti avoimuus kansalaisille viestiessä tulee huomioida. Johtajan tuleekin ymmärtää viestinnän uutta aikakautta, jossa toimintaympäristön tarkkailu korostuu. Haasteeksi voi muodostua, miten nopeus ja luotettavuus toimivat yhtäaikaaisesti. Sosiaalinen media ei myöskään itsessään takaa vuorovaikutteista otetta viestintään. Toisinaan sosiaalista mediaa käytetään selvästi yksisuuntaisen viestinnän välineenä. Johtajille viestintä on tehtävänä enemmän tai vähemmän tasapainottelua toisaalta valtion rajapinnalla ja toisaalta suhteessa sidosryhmiin sekä kansalaisiin. Johtajat tarvitsisivatkin tiivistä yhteistyötä viestinnän ammattilaisten kanssa.

Kunnan tehtävänä erityistilanteissa on jakaa tietoa muutoksista sekä antaa toimintaohjeita. Kriisitilanteissa viestinnän selkeys ja monipuoliset jakelukanavat korostuvat. Kunnan verkkosivuille tulee koota erityistilannetta koskeva keskeinen informaatio siten, että se on helposti löydettävissä. Kuntalaisten tiedonsaannin lisäksi on keskeistä, että tieto annetaan useilla kielillä huomioiden monikulttuurisuus. Lisäksi on hyvä määritellä erikseen, kuka vastaa sosiaalisen median seurannasta ja keskeisimpien internetsivujen päivittämisestä. Kunnan yhteistyö suhteessa mediaan on olennaista, jotta ensimmäiset uutiset saavat riittävästi huomiota ja painoarvoa. Viestinnän jatkuvuus ja julkisen keskustelun mahdollistaminen toteutuvat tätä kautta. Nopea viestintä mahdollistuukin helposti sosiaalisen median ja verkkoviestinnän avulla. Tämä asettaa kuitenkin myös vaatimuksia keskustelun seuraamiseen väärän informaation ja tahallisen häirinnän estämiseksi.

Kriisitilanteiden viestinnässä keskiössä on informoitu kuntalainen. Viestinnässä on olennaista tiedottaa mahdollisista muutos- ja häiriötilanteista. Sosiaalinen media on kriisin alkuvaiheessa yksi tärkeimmistä tiedotusvälineistä seuraajakunnan vuoksi. Kriisitilanteessa viestinnän sisällöstä vastaa aina toimintaa johtava viranomainen. Mikäli kriisissä tarvitaan monitahoista viranomaistoimintaa, viime kädessä valtioneuvosto päättää viestintävastuusta erikseen valtioneuvostosta säädetyn lain (175/2003) mukaisesti. Puolestaan aluehallintovirastot ja ELY-keskus vastaavat alueensa väestön ja elinkeinotoiminnan tarpeellisista toimenpiteistä sekä viestinnästä, mikäli turvallisuusuhka ihmisille ja ympäristölle on merkittävä. Työnjaon kunnan sisällä tulee olla selkeä, jotta vastuut ja olosuhteiden seuranta toteutuvat asianmukaisesti. On suositeltavaa, että kunnassa on kriisitilannetta varten ennalta tehty strategia. (Kuntaliitto, 2020, 6, 10–13, 29.)

3.4 Kriisiviestinnän kolme perusmallia: siirto, yhteisyys ja levittäminen

Kriisiviestintää voidaan jäsenellä kolmella eri tavalla. Ensimmäinen on viestin siirtomalli, joka on ollut varsin yleisesti käytössä julkishallinnossa. Siirtomallissa viestinnän keskiössä on koossa pitävät elementit, jotka yhdistävät organisaation toimijat vertikaalisesti. Näin ollen siirtomalli voidaan nähdä suoraviivaisena, ylhäältä alaspäin toteutuvana ja lähettäjakeskeisenä. Siirtomallissa viestin nopea ja luotettava kulku ylimmiltä päättäjiltä operatiivisen toimeenpanon kautta kohde-ryhmälle on luonteeltaan mekaanista. Siirtomalli kuvaakin linjaorganisaation toimintamallia, jota perinteisesti on hyödynnetty esimerkiksi poliisissa. Tämän viestintämallin toimivuuden perustana on jatkuva harjoittelu, jonka myötä tiedonkulusta olisi tultava aukotonta luoden luotettavuutta. (Huhtala & Hakala, 2007, 30–31.)

Toinen kriisiviestinnän jäsentelytapa korostaa yhteisyys näkökulmaa (rituaalinen viestintä). Tällöin kriisiviestintä nähdään osana yhteisyyden rakentamista, jakamista ja ylläpitämistä. Yhteisyysmallissa keskeistä on ymmärrys viestinnästä rituaalisena ja jaetusti yhteishengen kokemisenä. Yhteisyysjäsenyydessä yhteiskunnan nähdään muodostuvan alhaalta ylöspäin, joka muodostaa kansalaisten yhteisen toimijuuden. Mallia viestinnästä yhteisyyden rakentajana on kritisoitu liiallisesta informaatiotehtävän huomiotta jättämisestä yhteisöllisyyden luomisen ja yhteisymmärryksen muodostumisen nojalla. (Hakala & Huhtala, 2007, 31–32.) Yhteisyysmalli tunnistaa viestinnän yhteenkuuluvuutta luovan ja vuorovaikutteisen ulottuvuuden, jotka voidaan nähdä ihmisten perustarpeina. Sosiaalinen media luo virtuaalista yhteisöllisyyttä, kun ihmiset voivat olla osallisina viestinnässä ylipaikallisesti ja kansainvälisesti. Viestintä voidaan nähdä puutteelliseksi, jos ihmiset eivät pysty muodostamaan yhteistä pohdintaa ja sen pohjalta käsityksiä. (Juholin, 2017, 25, 251).

Kolmantena viestinnän jäsentelytapana toimii viestinnän disseminaatiomalli, joka on kehittynyt viestinnän siirtomallin ja yhteisyysmallin kritiikistä käsin. Tässä mallissa kriisiviestintä ymmärretään pääasiallisesti sanoman leviämisenä, joka on mallin olennaisin lähtökohta. Mallissa viestintää ei nähdä lähettäjakeskeisesti, vaan vastaanottaja on aktiivinen osapuoli. Ongelmallista tässä mallissa on, että viestin lähettäjän ja vastaanottajan välillä voi olla merkittävä kuilu tulkintoja tehdessä ja merkityksiä luodessa. Osapuolten välillä voi olla huomattavia eroja siinä, missä kontekstissa tieto tuotetaan ja vastaanotetaan. Disseminaatiomallissa viestit leviävät nopeasti verkostoissa. (Hakala & Huhtala, 2007, 33–35.) Viestien eteneminen julkisuudesta toiseen viestin aktiivisen jakamisen eli levittämisen myötä onkin disseminaation ydin. Se voi olla tarkoituksenmukaista ja pyrkiä hyvään, mutta se voi olla myös haitallista ja johtaa huhujen tai vääristyneen informaation leviämiseen. Nämä kolme viestinnän perusmallia voivat olla kerrostuneita, jonka myötä niiden samanaikainen esiintyminen viestinnässä on mahdollista (Juholin, 2017, 26.) Näin ollen viestintä on tiedonsiirtoa, yhteisöllisyyden rakentamista sekä sanomien levittämistä. Yhteisöllisyyttä korostava elementti näkyy erityisesti sosiaalisen median nousuna viestinnässä. Kriiseissä tarvitaan kahden-suuntaista viestintää ja merkitysten jakamista. Kriiseissä tulisi ottaa kaikki viestinnän keinot käyttöön tilanteen ratkaisemiseksi. (Korpiola, 2011, 63.)

3.5 Sosiaalinen media ja kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa

Käsitteenä sosiaalinen media kattaa kaikki ne omaehtoiset palvelut, joiden kautta syntyy vuorovaikutteisuutta riippumatta siitä, toimiiko ympäristössä viestijänä, sisällöntuottajana vai vastaanottajana. Henkilö voi olla näitä myös samanaikaisesti. Sosiaalisessa mediassa yhteys muodostuu verkko- tai mobiiliviestintäympäristössä. Jokaisella käyttäjällä on mahdollisuus viestinnän aktiiviseen vastaanottamiseen. Sosiaalinen media tuo mahdollisuuden viestiä kansalaisille ja sidosryhmille suoraan ja tehokkaasti kriisitilanteissa. Parhaimmillaan sosiaalinen media voi luoda läsnäolon- ja turvallisuuden tunnetta keskelle epävarmuutta. Tämä johtuu lyhyistä viestintäsykleistä. Jotta sosiaalista mediaa voitaisiin hyödyntää kriiseissä tehokkaasti, tulee sen käyttöönotto tapahtua aivan kriisin alkuvaiheessa. (Korpiola, 2011, 12, 23.)

Sosiaalisen median alustat mahdollistavat käyttäjille henkilökohtaisen profiilin tai ryhmän luomisen, jossa alustasta riippuen on viestinvaihto ominaisuuksia. Sosiaalisen median ympäristössä on mahdollista reaaliajassa luoda ja jakaa sisältöä vuorokauden jokaisena tuntina. (Hornmoen & Backholm, 2018, 2–3.) Lisäksi ympäristössä on mahdollisuus toimia anonyymisti. Sosiaalisen median viestinnässä syntyvä tieto on laajaa, mutta myös kiertäessään muuntuva. (Juholin, 2017, 183.) Nykyisin sosiaalinen media on osa yhteiskunnallisia rakenteita perinteisten

joukkoviestintäkeinojen rinnalla. Siksi kriisijohtajien tulee ymmärtää sosiaalisen median toimintalogiikka ja hyötypotentiaali. Lisäksi on tärkeä huomata tiedonkeruun näkökulma, jolloin kriisin kehityskulkua voidaan arvioida. Voidaan siis sanoa, että sosiaalinen media tarjoaa viestien kulkeamisen perinteisen ylhäältä alaspäin tiedottamisen sijaan alhaalta ylöspäin kansalaisilta johtajille. Yhteyslementti mahdollistaa kaksisuuntaisen vuoropuhelun kriisin keskellä. Tällöin käyttäjien huolenaiheet tulevat näkyviksi ja toimijolla on mahdollisuus reagoida yhteisöstä nouseviin tarpeisiin. Tämä mahdollistaa esimerkiksi kriisiavun tarjoamisen kiireellisimminkin apua tarvitseville kansalaisille. Sosiaalinen media voi antaa kriisijohtajille käsitystä siitä, mihin asioihin ihmiset kaipaavat tietoa kriisitilanteessa. (Hornmoen & Backholm, 2018, 2–3, 11.)

Digitaalinen julkisuus tarkoittaa julkista tilaa, joka muodostuu valtavirtamediasta, hakukoneista ja uusista mediasovelluksista sekä sosiaalisesta mediasta. Digitaalinen julkisuus laajemmassa merkityksessä tarkoittaa kohtaamispaikkaa erilaisille toimijoille, verkostoille ja yhteisöille – myös sosiaalisessa mediassa. Se toimii reaaliajassa vuorokauden jokaisena tuntina. Siksi kriisiviestinnältä vaaditaan toimintavalmiutta välittömästi kriisin puhjettua. *Sirkulaatio* on termi, jolla kuvataan medioissa kiertäviä sisältöjä, joissa toinen media lainaa toistaan rakentaen uutisen päälle uuden uutisen. *Remediaatio* liittyy läheisesti sirkulaatioon. Se tarkoittaa mediasisällön haltuunottoa ja sen muokkaamista uuteen näkökulmaan. Tällöin sisältö muokataan uuteen asiayhteyteen tai siirretään toiselle medialle. Tällöin vaarana on kriisiviestinnän kannalta kadottaa alkuperäinen asiayhteys. Viestinvälitys on nopeaa digitaalisessa julkisuudessa, jonka vuoksi viestit myös leviävät laajalle. Tämä tuo viestinnälle vaikuttavuutta, kunhan sivustot ovat tunnettuja ja käytettyjä entuudestaan. Julkisuuden areenat voivat myös muuttua kriisin aikana, joka voi synnyttää uuden joukon sosiaalisen median keskusteluita. (Korpiola, 2011, 12–13; Juholin, 2017, 254, 259.)

Tässä tutkielmassa keskitytään tarkastelemaan sosiaalista mediaa osana digitaalista julkisuutta. Aiempi tutkimus osoittaa, että digitaalisen kuilun huomioiminen sosiaalisen median käytössä on vähäistä. Digitaalisella kuilulla tarkoitetaan sitä eriarvoisuutta väestössä, jossa esiintyy haasteita laitteiden saatavuuden, yhteyksien ja käytettävyyden osalta. Siksi kriisiviestinnän toteuttaminen sosiaalisen median välityksellä tulee huomioida digitaalinen kuilu esimerkiksi vammaisten henkilöiden osalta. Lisäksi sosiaalisen median saavutettavuus edellyttää älypuhelimien ja internetin omistamista. Tuleekin muistaa, ettei kaikilla tietoa tarvitsevilla ole välttämättä näitä laitteita tai palveluita. (Rasmussen & Ihlen, 2017, 11, 13.)

Sosiaalisen median verkostojen rakentaminen tulee tehdä ennen varsinaista kriisitilannetta. Alustojen käytön hallitseminen on välttämätöntä, jotta kriisiviestintää voidaan tehokkaasti toteuttaa tositalanteessa. Kuten kriisiviestinnässä yleisestikin, myös sosiaalisessa mediassa viestinnän tulee olla nopeaa, avointa ja luotettavaa. Sosiaalisessa mediassa kriisiviestinnän tulee olla täsmällistä ja ketterää, vaikka se vaatii asiantuntijoilta nopeaa reagointia. Lisäarvo sosiaalisen median hyödyntämisessä tulee sen viestintätiheydestä ja reaaliaikaisuudesta. Niukka viestintä saattaa antaa vaikutelman, ettei ihmisistä välitetä. Sosiaalisen median avulla voidaan luoda lyhyiden sanomien ansiosta yhteyden tunnetta nopeasti. Julkisuuden hallinta asettaa kriisiviestinnälle digitaalisessa julkisuudessa kuitenkin haasteita, kuten vihapuhetta, rinnakkaisjulkisuutta ja remedaation tuomaa sisältöjen muuntumista. Sosiaalinen media voi toimia myös informaatioidon alustana. Sosiaalisen median tulevaisuus julkisena tilana tulee yhä merkittävämmäksi tulevaisuudessa. Monikanavaisuuden hyödyntäminen sirkulaation avulla voi käynnistää toivotun mediakierteen. Organisaatioiden tulee seurata sosiaalisen median sovellusten yleisöpohjaa ja suosiota sekä niissä esiintyviä laajempia verkostoja. Kriisiviestinnässä tulee olla ohjeistus, kuinka viesteihin vastataan ja mihin jätetään vastaamatta. Vastuuhenkilön tulisi hallita myös kirjoitustyyli ja moderointi. Täysin sosiaalisen median varaan kriisiviestintää ei tule rakentaa, eikä strategian saa olla sovellusriippuvainen. (Korpiola, 2011, 28.)

4 TUTKIMUKSEN METODOLOGISET VALINNAT

4.1 Laadullinen tutkimus tutkimusmenetelmänä

Tutkielma on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa tutkimuskohteena olevan Tampereen kaupungin kriisiviestintää sosiaalisessa mediassa pyritään ymmärtämään laajemmin viestinnästä vastaavien asiantuntijoiden ja viranhaltijoiden kokemuksia tarkastelemalla. Kokeuksellista näkemystä sosiaalisen median käytettävyydestä on mahdollista tutkia intensiivisemmin laadullisen tutkimuksen mahdollistamalla haastattelulla. Tutkimusmetodin valintaa tukee hyvin se, että laadullisessa tutkimuksessa tutkittavien oma ääni tulee esille (Hirsjärvi ja muut, 2009, 164). Laadullisessa tutkimuksessa pyritään lisäämään ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Näin ollen se on luonteeltaan myös ihmistieteellinen tutkimus. Siihen liittyy keskeisesti fenomenologishermeneuttinen lähtökohta, jossa ihmisen oleminen määrittelee osin sitä, millaisena todellisuus nähdään. (Sarajärvi & Tuomi, 2018, 51–53.)

4.2 Aineiston keruu

Tutkimusaineisto on kerätty hyödyntämällä teemahaastattelumenetelmää. Haastattelututkimuksen valintaa puoltaa mahdollisuus päästä syvemmälle ymmärryksen tasolle haastateltavan kokemusmaailmasta kuin esimerkiksi kyselytutkimus mahdollistaisi. Haastattelu mahdollistaa niiden näkökulmien tunnistamisen, joita kyselytutkimuksissa ei välttämättä ole osattu ottaa huomioon. Teemahaastattelun keskusteluteemojen rajaaminen tapahtuu ennalta, mutta haastattelut etenevät haastateltavan tahtisesti. Sen vuoksi kysymys- ja keskustelujärjestys voivat vaihdella. Teemahaastattelun toteutuminen puolistrukturoituna mahdollistaa oman äänen tulemisen kuuluviin, joka kokemusmaailmallisessa tutkimuksessa on keskeistä. Toisaalta puolistrukturoitu haastattelu jäsentee haastattelua teemoittain ja siten ohjaa haastattelun etenemistä. (Juholin, 2017, 298–299.) Haastattelumuotona teemahaastattelu on luonteeltaan keskusteleva (Hirsjärvi ja muut, 2009, 208). Aineisto koostuu Tampereen kaupungin viranhaltijoiden ja viestintäasiantuntijan haastatteluista.

Tavoitteena oli saada haastattelujen avulla kokemusperäistä tietoa. Sen vuoksi haastatteluissa oli olennaista, että haastateltavat saavat kertoa omista kokemuksistaan ja näkemyksistään. Mahdollisimman informanttisen kokonaiskuvan saamiseksi haastattelut kohdennettiin sellaisille Tampereen kaupungin työntekijöille, jotka olivat keskeisesti osallistuneet kriisiviestinnän toteuttamiseen koronapandemian aikana hieman erilaisissa tehtävissä. Kokemus kriisiviestinnästä koronapandemian ajalta oli yksi haastateltavien valintakriteeri. Haastateltavat työskentelevät Tampereen kaupungin palveluksessa osallistuen omien työtehtäviensä mukaisesti kriisiviestintään. Henkilöillä oli

erilaisia vastuualueita, jotka kohdentuivat sosiaali- ja terveystalouteen sekä viestintään. Tarkkoja tehtävämikkejä ei julkaista tutkimuksessa haastateltavien anonymiteetin turvaamiseksi. Haastattelun tutkimusta varten kolme henkilöä, joista kaikilla oli vähintään 10 vuoden työkokemus kaupungin palveluksessa virka- tai työsuhteessa. Kahdella haastateltavista oli virkavastuinen kriisijohdollinen asema osana kriisiviestinnän toteutusta koronapandemian aikana. Tämä mahdollisti käsityksen muodostamisen myös tarkemmin tematiikkaan liittyvistä kriisijohtamisen erityispiirteistä ja kokemuksista. Yhdellä haastateltavista oli kokemusta painottuen kriisiviestinnän toteuttamiseen sosiaalisessa mediassa, joka oli omiaan rikastuttamaan käsitystä kriisiviestinnästä digitaalisessa julkisuudessa. Kaiken kaikkiaan haastattelupyynnöt lähetettiin kahdeksalle ennalta tarkoin harkitulle soveltuvalle informantille, joista nämä kolme valikoituivat haastateltavaksi myös aikataulujen sopiessa yhteen.

Haastattelut toteutettiin maaliskuussa 2022 etähaastatteluina hyödyntäen Microsoft Teams-palvelua. Haastattelut nauhoitettiin ääninauhurilla myöhempää litterointia ja analysointia varten. Jokainen haastateltava antoi suullisen suostumuksensa haastattelun nauhoittamiseen. Haastatteluissa käytettiin ohjenuorana ennalta suunniteltua haastattelurunkoa (LIITE 1). Kysymysten kysymisjärjestys ja laajuus vaihtelivat haastateltavien kokemusten mukaisesti. Temaattisten kysymysten painoaluetta tarkennettiin lisäkysymyksillä tarvittaessa kunkin haastateltavan työtehtävät ja kokemusperusta huomioon ottaen. Tarkentavilla kysymyksillä saatiin syvennettyä ymmärrystä aiheeseen, johon ennalta suunnitellun haastattelurungon kysymykset yksinään eivät tuoneet kattavaa vastausta. Puolistrukturoitu teemahaastattelu mahdollisti sen, että haastateltava pystyi vastaamaan halutessaan kysymyksiin varsin laajasti. Tämän vuoksi kysymykset painottuivat eri tavoin jokaisen haastateltavan kohdalla riippuen siitä, mistä aiheesta heillä oli enemmän ajatuksia ja kokemuksia. Haastattelumetodin valinta osoittautui hyväksi, sillä se antoi vapauksia niin haastateltaville kuin haastattelijalle. Sen ansiota aineistoon kertyi runsaasti rikastuttavaa tietoa juuri sellaisista aiheista, jotka haastateltavaa eniten puhutteli. Haastattelujen keskimääräinen kesto oli noin 35 minuuttia ja niistä syntyneen materiaalin yhteiskesto oli 1 tunti ja 38 minuuttia. Nauhoitettujen haastattelujen pohjalta aineisto kirjoitettiin tekstimuotoiseksi. Litteroidun aineiston määrä haastatteluista oli litteroinnin valmistuessa yhteensä 22 sivua. Litteroidun aineiston käsittelyä tarkastellaan lähemmin seuraavaksi kohdassa teoriaohjaava sisällönanalyysi.

4.3 Teoriaohjaava sisällönanalyysi analyysimenetelmänä

Tutkimuksessa saatuun aineistoon tehtiin teoriaohjaava sisällönanalyysi. Saatu aineisto ja teoreettinen viitekehys muodostavat yhdessä ne lähtökohdat, joista tulkintoja ja johtopäätöksiä voidaan muodostaa. Aineistoa peilataan kriisiviestinnän erityispiirteisiin, jolloin voidaan samalla arvioida kriisiviestinnän perusmallien esiintyvyyttä Tampereen kaupungin sosiaalisen median kriisiviestinnässä koronapandemian aikana. Kaupunkien kriisiviestinnän strategiat voivat joiltain osin poiketa toisistaan, jonka vuoksi on perusteltua tutkia ja tulkita aineistoa tapaustutkimuksena. Tapaustutkimus voi tuottaa kaupungille kuvaa käsiteltävästä ilmiöstä ja auttaa kriisiviestinnän jatkokehittämisessä. Analyysimetodina teoriaohjaava sisällönanalyysi on perusteltavissa myös sillä, että kriisiviestinnästä ja sen toteuttamisesta sosiaalisessa mediassa osana digitaalista julkisuutta on jo ennalta olemassa olevaa teoriapohjaa.

Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä teorialla on kytkentöjä aineistoon, mutta analyysi ei kuitenkaan nojaudu yksiselitteisesti teoriapohjaan. Aikaisempi tieto siten ohjaa analyysin etenemistä. Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä ei ole tarkoitus testata teorian toimivuutta tapauksen tutkittavaan ilmiöön. Pikemminkin sen tarkoitus on avata tutkijalle uusia tulokulmia käsiteltävään aiheeseen. Analyysivaihe etenee osin aineistolähtöisesti, mutta teoria nivoutuu osaksi sitä. Teoriaohjaava sisällönanalyysi on luonteeltaan abduktiivista päättelyä eli lopputuloksesta lähtevää. Tällöin aineistolähtöisyyttä pyritään tietoisesti yhdistämään teoriaan. Tämän tuloksena voidaan saada uutta tietoa. (Sarajärvi & Tuomi, 2018, 81,85.)

Tutkimusaineisto itsessään tarjoaa rajallisen käsityksen ilmiöstä, joka perustuu tässä tutkimuksessa Tampereen kaupungin kriisiviestintään osallistuneiden työntekijöiden kokemuserustaan. Kerätty aineisto muodostaa näkemyksellisyyttä, jonka pohjalta aineistoa analysoidaan objektiivisesti. Tämän myötä on mahdollista saada käsitystä sosiaalisen median hyödynnettävyydestä osana kriisiviestintää. Todenmukaisen kuvan saamiseksi aineistoa peilataan kriittisesti teoreettisessa viitekehyksessä esitettyihin kriisiviestinnän perusmalleihin ja sosiaalisen median erityispiirteisiin kriisiviestinnässä.

4.4 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tapaustutkimuksen ominaispiirre on, että tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä (Juholin, 2017, 300). Siten saadut tutkimustulokset eivät tähtää yleistettävyyteen, vaan tarkoituksena on nimenomaisesti kartoittaa haastateltavien näkemystä ja kokemuksia kriisiviestinnästä sosiaalisessa mediassa sekä sen hyödynnettävyydestä kriisitilanteissa. Aineiston huolellinen analysointi sisältää litteroinnin ja kriittisen tarkastelun keskeisesti nousevista teemoista. Näiden pohjalta voidaan muodostaa myöhemmin tulkintoja, jotka objektiivisesti arvioiden ovat mahdollisimman totuudenmukaisia. Otannan perusteella temaattisesti keskeisimmät seikat voivat olla kaupungin kriisiviestinnän ja sosiaalisen media käyttämisen näkökulmasta arvokkaita. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta aineiston analyysi ja tulkinta suoritetaan huolellisesti. Huolellinen analyysi voikin mahdollistaa sellaisten asioiden esille tulemisen, joita itse teemahaastattelurungossa ei ole erityisesti painotettu.

Tutkimuseettisesti on otettu huomioon haastateltavien anonymiteetin säilyttäminen. Jokaiselle haastateltavalle on kerrottu jo haastattelukutsussa tutkimuseettisestä anonymiteetistä. Lisäksi aiheesta käytiin keskustelua jokaisen haastateltavan kanssa haastattelutilanteissa. Tutkimukseen osallistuneet haastateltavat eivät toivoneet asemansa julkituomista, sillä samoilla nimikkeillä työskentelee verrattain vähän tai ainoastaan yksittäisiä henkilöitä. Näin ollen haastateltavien anonymiteetin suojaamiseksi tarkkoja virkanimikkeitä, tehtävänimikkeitä tai muita tunnistetietoja ei julkaista. Haastattelut nauhoitettiin analyysin toteuttamisen vuoksi. Tähän jokaiselta haastateltavalta pyydettiin lupa ja kerrottiin myös mahdollisuutta kieltäytyä nauhoituksesta. Jokaisen haastattelun litterointi toteutettiin välittömästi haastattelun jälkeen. Tämän jälkeen tallenteet hävitettiin asianmukaisesti korkean tutkimuseetiikan varmistamiseksi.

5 ANALYYSIN TULOKSET

Seuraavaksi esitellään tutkimuksessa saadun aineiston pohjalta johdettuja analyysyjä. Jokaisella haastateltavalla oli yli 10 vuoden kokemus tehtävästä ja jokainen heistä oli osallistunut Tampereen kaupungin kriisiviestinnän tehtäviin. Kysyttäessä sosiaalisen median alustojen aiemmasta tunteuksesta kokemukset olivat niin arkisia kuin tuttuja myös työelämästä. Kaikki haastateltavat olivat saaneet myös koulutusta sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa kriisiviestintää varten. Haastatte- luissa painottuivat tietyn osin samankaltaiset asiat. Analysoinnin alkuvaiheessa aineistoa pelkisi- tettiin, jotta tutkittavaa ilmiötä oli mahdollista tutkia tarkemmin teemoittain. Aineistossa haasta- teltavat (H) on kuvattu numeerisesti (H1, H2, H3) anonymiteetin suojaamiseksi.

5.1 Hyvän kriisiviestinnän piirteet

Aineiston syvemmän analyysin muodostamiseksi halusin selvittää, millaisena haastattelemani henkilöt kokevat hyvän kriisiviestinnän. Tulkitakseni sosiaalisen median hyödynnettävyyttä on mielestäni keskeistä ensin selvittää kriisiviestinnän tärkeimmäksi nousseita näkökohtia. Koen, että tämä taustakysymys oli sikäli olennainen. Aineistossa nousi esille samoja kriisiviestinnässä tärkeänä pidettyjä lähtökohtia, joita teoreettisessa osiossa käsiteltiin. Jokainen kolmesta haastatel- tavasta kuvasi hyvän kriisiviestinnän olevan nopeaa, oikea-aikaista, saavutettavaa, selkeää ja or- ganisaation sisällä keskitettyä. Avoimuuden kytkentä koettuun epäluottamukseen on tyypillinen syy-seuraussuhde, mikäli ihmiset eivät saa tietoa kriisitilanteessa. Viivästyneeseen, vähäiseen tai vaikeaselkoiseen viestintään liittyy myös informatiivisen vaikuttavuuden ongelmia. (Juholin, 2017, 251.) Aineistossa pidettiin tärkeänä varmennettua ja yhtäläistä tietoa eli tiedon luotetta- vuutta. Kaikki haastateltavat nostivat huomioitavaksi viestinnän toteuttamisen erilaisissa kana- vissa ja eri muodoissa. Viestinnässä voidaan puhua kohderyhmistä, mikäli on ilmeistä, että tiedo- tusta on kohdennettava tietyille väestöryhmälle (Juholin, 2017, 259). Tarkoin harkittu viestintä sen kohderyhmä ja mahdolliset erityistarpeet huomioiden koettiin olennaiseksi, jotta tiedotus saavut- taa kaikki kuntalaiset sekä väestöryhmät. Kohderyhmän tunnistamisen tärkeyttä luonnehdittiin muun muassa seuraavasti:

”Mut kuitenkin et se ydin, mikä kriisiviestinnässä on olennaisinta, että kohderyhmä on ikään kuin ymmärretty ja sen kohderyhmän viestintä tunnistettu, että millä tavalla viesti- tään. Kaikille ei voi kriisitilanteessa viestiä samalla tavalla samastakaan asiasta, vaan pitää niinkun hahmottaa, että keille se viestintä on tarkoitettu.” -H2

Yleisesti tarkastellen viestintä on toimintana rajoja ylittävää, jolloin sillä on vaikutusta erilaisiin sidosryhmiin. Karkeasti viestintä voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen viestintään, mutta käytännössä ne toimivat kiinteästi suhteessa toisiinsa. Tämä on korostunut erityisesti julkishallinnossa, jota sosiaalisen median nousu edelleen mutkistaa. Sosiaalinen media tuokin uudenlaisia haasteita organisaation johtajille viestinnän kentällä, jossa työskennellään moninaisilla rajapinnoilla. (Kinnunen, 2019, 47.) Ylin johto on kuitenkin päävastuussa kriisitilanteissa ja siksi yhteistyön viestinnän kanssa tulee olla saumatonta (Juholin, 2017, 259). Selkeys organisaation sisällä siitä, kuka ottaa viestinnästä vastuun kriisitilanteessa nousi yhtäältä aineistossa vahvasti esille tärkeänä lähtökohtana. Tällä nähtiin olennainen kytkentä siihen, että jokainen organisaation toimija tietää oman roolinsa kriisitilanteessa. Sen vuoksi myös sisäisen viestinnän toimiminen kriisiviestinnässä nähtiin erittäin tärkeänä, jotta kriisiviestinnässä voidaan isossa kuvassa onnistua. Saadun aineiston perusteella haastateltavat korostivat viestinnän keskitettyä luonnetta organisaatiossa. Myös Juholin (2017, 244) mukaan edellä esitetyt elementit ovat kenties keskeisimpiä kriisiviestinnässä onnistumiseksi. Jokaisen työntekijän tulee tietää ja ymmärtää oma paikkansa työyhteisössä myös kriisitilanteessa. Yksimielistä oli se, että strategian päivittämiselle oli ollut koronapandemian aikana tarvetta. Tämä näyttäytyi muun muassa erilaisten uusien pandemia- ja kriisiryhmiä perustamisena. Aineistossa noussut ilmaisu jäljittelee myös tarkoin kriisijohtamisen- ja viestinnän perusteita:

”Se keskittäminen siinä on aika tärkeää, että pystytään sitten muun muassa siihen nopeuteen ja siihen et se viesti on yhtäläinen. Et ei esimerkiksi lähde eri viestejä. Mutta sit siinä kyllä sellanen nopeus on et siinä ei voi jäädä jähkailemaan, että tiedotetaanko tänään vai viikon päästä. Sitä leimaa kyllä sellanen ajatus, että pitää saada nopeesti oikeeta tietoa maailmalle ja eri muodoissa et se saavuttaa mahdollisimman laajasti.” - H1

Viestinnän pysyminen ajantasaisena ja läpinäkyvänä koettiin tärkeäksi osana hyvää kriisiviestintää. Haastateltavat korostivat reaaliaikaisuuden ulottuvuutta kriisiviestinnän erityispiirteenä. Jokainen haastateltava korosti myös laajan tietolähdeverkoston merkitystä osana kriisiviestintää. Viestinnässä on tärkeää, että henkilöstö pysyy jatkuvasti tietoisena tapahtumista kriisin keskellä. Sen vuoksi erilaisten muutosfoorumien, kuten Intranetin käyttö tukee tiedon hakemista ja tarkistamista. Tämä edellyttää, että henkilöstö on sitoutunut seuraamaan uutisvirtaa tiedotusfoorumilla ja tarvittaessa valmis myös hankkimaan lisätietoja avoimen keskustelun kautta. (Juholin, 2017, 244.) Tampereen kaupungilla oli ollut aktiivisesti käytössä omien verkkosivujen kautta toteutuva viestintä. Viestintää toteutettiin sisäisesti muun muassa Intranetissä ja ulkoisesti eli kuntalaisille

kaupungin verkkosivuilla. Lisäksi sisäisessä viestinnässä oli hyödynnetty Microsoft Teamsia ja Whatsapp-sovellusta. Näissä toteutuneet palaverit ja ryhmäkeskustelut koettiin hyvin tärkeiksi mahdollistajiksi kriisinhallinnassa. Kaupungin ikääntyneitä ihmisiä tavoiteltiin kirjeillä ja puhelimitse, jotta tieto varmasti tavoittaa kohderyhmän. Tampereen kaupungin kriisiviestintä oli niin laaja-alaista, että se kattoi myös julkisten tilojen mainospaikat ja julkisen liikenteen infotaulut. Toisaalta myös perinteistä viestintää oli ylläpidetty julistepaikoilla. Viestintää pyrittiin jalkauttamaan erilaisiin palveluihin, joissa työntekijöillä olisi käytettävissä viimeisin ajantasainen tieto.

5.2 Sosiaalisen median hyödynnettävyys ja mahdollisuudet kriisiviestinnässä

Tutkimuksen tärkeimpänä tutkimustehtävänä oli selvittää, miten sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää osana kriisiviestintää. Seuraavaksi tarkastellaan sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia kriisiviestinnän toteuttamisessa. Tähän teemaan haastattelut toivat runsaasti näkemystä haastateltavien omien kokemusten kautta. Sosiaalisen median hyödynnettävyys kriisiviestinnässä koettiin pääasiassa myönteisenä mahdollisuutena. Aineistossa sosiaalisen median koettiin mahdollistavan nopea, reaaliaikainen ja helposti saavutettava tieto. Kriisitilanteessa tiedotteiden näkyvyyden lisääminen oli mahdollista sosiaalisen median kautta. Myös lyhyiden viestien ansioista tieto oli helposti ymmärrettävää ja toisaalta muokattavissa. Kriisiviestinnän työkaluna sosiaalinen media koettiin hyväksi helppokäyttöisyytensä ansiosta. Kriiseissä tiedottaminen kilpailee kuitenkin aikaa vastaan. Nopeudella voidaan vaikuttaa olennaisesti väärän tiedon leviämiseen estämällä sen pääsy mediaan ennen virallista tiedotetta. (Juholin, 2017, 259).



Kuvio 1. Keskeisimmät teemat kuvattuna sosiaalisen median hyödyistä.

Sosiaalisen median käyttökyky kriisiviestinnässä kuvautui aineistossa verrattain matalana, koska sen potentiaali liitettiin nimenomaisesti nopeaan ja tiivisluotoiseen tiedottamiseen. Hyöty nähtiin olevan ilmeinen, koska iso osa ihmisistä on jo valmiiksi viestintään käytetyissä sovelluksissa. Koronapandemian aikana oli huomattu, että yhä useammat ihmiset olivat löytäneet Tampereen kaupungin sosiaalisen median tilit. Sosiaalinen media koettiin hyväksi lähteeksi saada tietoa rajoituksista ja suosituksista, koska se kulki valtaosalla mukana puhelimissa. Pandemian alkuvaiheessa tällä koettiin olleen isompi merkitys, koska useat ihmiset eristäytyivät koteihinsa. Koke-musta sosiaalisen median potentiaalista informaation lähteenä kuvattiin muun muassa seuraavasti:

”Mun mielestä se toimii kyllä hyvin niille, jotka käyttää sitä. Et täytyy vaan huomioida, et se ei tavota kaikkia. Mutta tota se on nopea väylä viestiä asioista. Ja sitten esimerkiksi jos tulee joku yllättävä juttu niin sinne niinkun hyvin pienellä kynnyksellä saa viestittyä jostakin asiasta. Ja se, että esimerkiksi koronassakin niin ihmiset sitten niinkun jakoi niitä viestejä ja muuta. Että mun mielestä se on kyllä siihen [kriisiviestintään] tosi hyvä. Ja sitten se, että kun somessa luonnostaan tulee tiivistettynä se viesti, niin se on monesti niinkun valmiiks semmoinen lyhyt ytimekäs, joka on monelle helpompi ymmärtääkin.” - H3

Edellä oleva ilmaisu mukailee Huhtalan ja Hakalan (2008, 35) kriisiviestinnän perusmalleista disseminaation mukaista viestien leviämistä. Korpiola (2011, 28) kuvasi viestien sirkulaatiota ja remedaatiota, jotka niin ikään nousevat esille uutisten uudelleen jakamisen muodossa. Myös uusien näkökulmien syntyminen uutisvirtaan niiden jakamisen kautta esiintyy aineistossa.

Aineiston perusteella sosiaalisen median alustoista Twitter mahdollisti kriisiviestinnän toimijoiden välisen viestinnän ja muodostui siksi tärkeäksi tiedon foorumiksi jatkuvasti muuttuvassa tilanteessa. Eri julkishallinnon toimijat ja kaupungit olivat pystyneet sosiaalisen median avulla päivittämään ja seuraamaan alati muuttuvaa tilannekuvaa. Muun muassa valtioneuvoston päätösten seuraaminen oli vaivatonta esimerkiksi Twitterissä. Twitterin kautta myös viranhaltijat ja viranomaiset olivat pystyneet seuraamaan tiedotteita. Sosiaalisen median kautta tapahtuva tiedottaminen kriisitilanteessa koettiin pääosin myös luotettavana. Aineiston perusteella sosiaalinen media voi mahdollistaa luotettavan viestinnän, kun sen tuottajana toimii kaupunkiorganisaatio tai julkishallinnon yksikkö. Eräs haastateltavista kuvaili kriisiviestinnän olevan luotettavaa, kun se tapahtuu vaakunan alta.

Yksi tärkeä ja vaativa tehtävä koronapandemian aikana oli ollut ulkomaalaistaustaisten suomalaisten ja muiden erityisryhmien tavoittaminen. Sen vuoksi sosiaalisen median mahdollistaman maksetun markkinoinnin kautta tapahtunut viestintä nousi aineistossa tärkeäksi väyläksi kohdistaa viestintä tietyille väestöryhmälle ja eri kieliselle väestölle. Aineiston perusteella sosiaalisella medialla oli olennainen rooli eri kieliryhmien tavoittamisessa. Tämän lisäksi annettuja tiedotteita oli helppo korjata ja päivittää tarvittaessa, mikäli tiedotteessa havaittiin puute tai virhe. Viestintää oli mahdollista mukauttaa kuntalaisille tarvelähtöisesti sosiaalisen median avulla. Toisaalta sieltä oli mahdollista saada myös aitoa palautetta, jonka ansiosta uusia näkökulmia kriisissä puhututtaviin asioihin havaittiin. Aineistossa ilmenee, että sosiaalinen media mahdollisti vuorovaikutuksellisen näkökulman takia tiedontarpeen uusien ulottuvuuksien havaitsemisen. Tämän myötä tärkeäksi koettuja aiheita oli ollut mahdollista korostaa ja jakaa myös muihin viestinnän kanaviin. Eräs haastateltavista kuvasikin viestinnän olevan osin ”kansanpulsilla” tapahtuvaa. Yhteisyyssmallin toimijuutta korostava ominaisuus muodostaakin viestinnän rakentumisen myös alhaalta ylöspäin. (Huhtala & Hakala, 2008, 32.) Tässä tapauksessa kuntalaisilta kriisiviestinnän johtajille ja tuottajille oli kyetty viestittämään erilaisista tiedontarpeista, joita aiemmin ei ehkä ollut riittävästi huomioitu tai tunnistettu.

Aineistossa perusteella sosiaalisella medialla on ”Me-henkeä” luova luonne. Tätä perusteltiin sillä, että sosiaalinen media on kaikille avoin julkisuuden tila. Sosiaalisen median koettiin luovan yhteisöllisyyttä kriisin keskellä erityisesti sen koskettaessa koko väestöä, kuten koronapandemiassa. Kriisitilanteen tuominen näkyväksi sosiaalisessa mediassa teki siitä yhteisen. Alustoilla jaetun sisällön kommentoiminen tai tykkäysten antaminen nähtiin luovan yhteisöllisyyttä. Haastateltavat kuvasivat, että sosiaalisessa mediassa oli voitu jakaa kannustusta ja kuvitettuja tiedotteita, joissa muun muassa rohkaistiin pitämään huolta toinen toisistaan. Yhteisöllisyyden rakentaminen on yksi kriisinviestinnän ratkaisu kriisiviestinnän perusmallissa. Koska viestinnässä sosiaaliset suhteet korostuvat, on sosiaalisen median nousu yhteisyyttä luovana tilana voimakkaassa kasvussa. (Korpiola, 2011, 63.) Viestinnän kokeminen yhteisyyttä vahvistavana voi parhaimmillaan kannustaa kansalaisia ilmaisemaan omia tarpeitaan. Tämä voi laajemmin yhteiskunnallisesti vaikuttaa siihen, miten kriisiviestintä voidaan kokea koossapitävänä lujittajana. (Huhtala & Hakala, 2008, 31.) Aineisto ja teoria peilaantuvat tältä osin ja näyttävät luovan sosiaalisia suhteita vahvistavaa vuorovaikutusta sosiaalisessa mediassa osana digitaalista julkisuutta.

5.3 Haasteet sosiaalisen median kriisiviestinnässä

Aineistossa sosiaalisen median kriisiviestinnässä nousi esille erityisesti mahdollisen disinformaation leviäminen ja siten sen vaikutukset viestinnän uskottavuuteen. Koronapandemian aikana disinformaatiota oli kohdistunut erityisesti koronarokotuksiin. Väärän tiedon levittämisen ehkäisyyn oli pyritty vaikuttamaan aktiivisesti seuraamalla sosiaalisen median keskustelua. Haastateltavien mukaan havaittavissa oli myös rokotevastaisuutta laajempänä ilmiönä. Epäonnistunut kokemus sosiaali- ja terveystalvelujen viestinnästä vuonna 2010 kosketti sikainfluenssa aallossa nimenomaisesti rokotuksia. Tällöin sosiaalisessa mediassa tilan ottivat pääasiassa rokotteisiin kriittisesti suhtautuvat henkilöt eikä viranomaisten tarjoama tieto ehtinyt kiritä tätä takaisin. (Kinnunen, 2019, 49.) Aineiston perusteella Tampereen kaupunki oli koronapandemian kohdalla onnistunut allokoiimaan resursseja sosiaalisessa mediassa käydyn keskustelun seurantaan ja onnistunut siten myös taklaamaan väärän tiedon leviämistä.

Toisena riskinä esille nousi tietoturvalisuuden näkökulmat, koska sosiaalisessa mediassa on mahdollista esiintyä toisena henkilönä tai jonkin organisaation nimissä. Riskiksi tunnistettiin myös mahdollinen hakkeroituminen organisaation tilille. Kolmanneksi haasteena koettiin tavoitettavuus, sillä kaikki kansalaiset eivät käytä sosiaalista mediaa. Tämän vuoksi kansalaisviestinnän toteuttaminen myös perinteisin keinoin, kuten lehdistä ja kirjein, koettiin tärkeäksi tiedon saavutettavuuden näkökulmasta. Kriisiviestinnässä tarvitaan digitaalisen julkisuuden ja sosiaalisen median lisäksi muitakin viestintäkanavia kansalaistiedotukseen. Perinteinen media, kuten yleisradio on yhä keskeisessä roolissa kriisitilanteissa tiedotusvastoineen. (Korpiola, 2011, 29.) On huomattava, että kaikki eivät muutoinkaan halua tuoda omaa ääntään kuuluvin. Tällöin rohkeat äänensä esille tuovat saavat enemmän tilaa sosiaalisessa mediassa, eräs haastateltavista summasi.

Kriisitilanteessa haasteellisimmaksi asiaksi sosiaalisessa mediassa koettiin väärän, virheellisen tai ristiriitaa aiheuttavan tiedon leviäminen. Osaltaan se oli omiaan synnyttämään pelkoa ihmisten keskuudessa. Sen vuoksi nopeus kriisiviestinnässä kytkeytyy myös viestien leviämisen kielteisiin seurauksiin tilanteessa, jossa tieto on väärää tai jopa valheellista. Haaste käsitteenä nousi yhdessä haastattelussa lähempään tarkasteluun. Haastateltavan mukaan asioista tulisikin joissain tilanteissa puhua rohkeasti myös suoraan ongelmina tai uhkakuvina.

”Mä voisin ehkä käyttää sanaa uhka tai ongelma tai vaikeus niin voi olla niinkun sellanen näkökannan kaventuminen, vain yhden tietyn asian esiin nostaminen, kokonaiskuva saattaa hävitä, koska sinne voi kirjoittaa kuka tahansa mitä tahansa. Ja se voi myös polarisoida niinkun sanotaan ihmisiä, kansakuntaa, kaupunki -maaseutu. Se voi tehdä tällaista erilaisuuden korostamista, et millä tavalla siellä ollaan siellä sosiaalisessa mediassa.” – H2

Aineistossa nousi esille, että pahimmillaan sosiaalinen media voi toimia kahtia jakavana ja siten aiheuttaa isojakin vastakkainasetteluja. Kriisiviestintä sosiaalisessa mediassa nähtiin ikään kuin kaksiteräisenä miekkana. Sosiaalinen media koettiin nousevan viestinnän kanavien keskiöön ja nähtiin ennen muuta isona vaikutuskanavana. Toisaalta kaikki haastateltavat tunnistivat sen asettamia riskejä. Aineistossa korostettiin, että sosiaaliseen mediaan viestiessä tulee olla hyvin tarkkana, mitä ja miten kirjoittaa tai asian muotoilee. Eräs haastateltavista korosti, että keskustelut voivat kasvaa valtaviksi vain yhdestä huonosta ilmaisusta. Sen vuoksi viesteihin vastaamiseen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Lisäksi annetuilla vastauksilla kerrotaan laajempaa kaupungin linjaa. Kriiseihin tulisikin vastata johdonmukaisesti ja pysyä valitussa argumentointimallissa. Kriisin olemassaolon vähättelyllä tai kieltämisellä ei saavuteta digitaalisessa julkisuudessa hyviä tuloksia, vaikka nämä ovatkin eräitä tapoja vastata kriisiin. Sen sijaan hyvien asioiden vahvistamisella ja vastuunotolla voidaan saavuttaa myönteisiä tuloksia kriisinhallinnassa myös kriisiviestinnän osalta. (Korpiola, 2011, 59.) Aineisto peilaa vastuunkannon ottamista kriisiviestintää toteuttaessa, joka ilmenee muun muassa tarkoin harkittuna toimimisena tiedottajan roolissa haastavassa ja laajassa ympäristössä.

Kokonaiskuvan ymmärrys kriiseissä nähtiin varsin tärkeänä kaikkien haastateltavien kokemuksissa. Tässä korostui erityisesti tarve tiedolla johtamiseen ja asiantuntijoiden kuulemiseen. Kriiseillä on vaikutusta myös organisaatioiden maineeseen ja imagoon. Sen vuoksi julkisuuskuvasta tulee huolehtia mainekriisin välttämiseksi. Mainekriisissä organisaatiolle muodostuu sellaista kielteistä julkisuuskuvaa, joka ei ole totuudenmukainen. Riski ei kohdistu ainoastaan maineeseen, vaan se voi vaikuttaa myös koko organisaation uskottavuuteen ja luottamukseen. (Korpiola, 2011, 34.) Aineistossa nousi esille, että sosiaalisessa mediassa eri alustojen suosio vaihtelee ja sen trendien perässä pysyminen voi olla haastavaa. Tämän huomioiminen koettiin tärkeäksi osaksi kriisiviestinnän kehittämistä. Tällä havainnolla on tärkeä merkitys kaupungin mahdollisten mainekriisien välttämiseksi kriisitilanteen keskellä, koska tiedolla johtamisen vaikuttavuuden ulottuminen viestintään edellyttää sosiaalisen median alustojen tuntemista.

5.4 Kriisiviestinnän kanavat sosiaalisessa mediassa

Haastatteluissa eniten käytettyinä sosiaalisen median alustoina näyttäytyivät Instagram ja Twitter. Myös Facebookissa ja LinkedInissä oli jaettu sisältöä, mutta nämä kanavat eivät nousseet haastatteluissa esille kuin maininnan tasoisesti. Fokus kriisiviestinnän alustoissa oli Instagramissa tuotettu sisältö ja toisaalta Twitteristä helposti saavutettavat tiedotteet. Twitter koettiin enemmänkin sekä viranomaisten että kansalaisten yhteisenä alustana ja Instagram lähes yksinomaan kansalaisviestintään painottuvana alustana. Sosiaalisen median kriisiviestinnän kanavia kuvailtiin muun muassa seuraavasti:

”Sanoisin et Twitter muodostui äärettömän tärkeeks paitsi kansalaisviestinnässä niin myös viranomaisten välisessä viestinnässä.”

-H1

”Jännä huomata se, että kun on ollut korona niin Twitterissä on paljon niinkun siihen liittyvää viestintää ollut ja tilannekuvaa ja siihen niinkun ... siellä on käyty sitä dialogia”

– H2

Vaikka tutkimuksen keskeisin fokus oli sosiaalisessa mediassa, on syytä mainita haastateltavien korostaneen myös verkkosivujen ja intranetin merkityksellisyyttä tiedottamisen lähteenä koronapandemian aikana. Verkkosivut tarjosivat mahdollisuuden viestien jakamiseen suoraan eri kanaviin, kuten Twitteriin, Facebookiin, LinkedIniin tai sähköpostiin. Jakelukanavat olivat vakiooituja. Puolestaan sisäisessä viestinnässä käytetty Intranet koettiin varsin tärkeäksi, jotta tilannekuvaa pystyi monialaisesti seurata. Myös mediyhteistyötä korostettiin keskeiseksi informaation lähteeksi koronapandemian aikana, josta jokainen haastateltava antoi erityistä kiitosta saumattoman yhteistyön sujumisesta. On huomattava, että elämämme online-aika tuo väistämättä haasteita kriisiviestintään. Tämä ulottuvuus tulisikin olla huomioituna niin kriisinhallinnassa kuin viestintästrategiassa. (Juholin, 2017, 257.)

5.5 Dialogin ja kansalaiskeskustelun mahdollistuminen kriisiviestinnässä

Aineistossa esiintyi eniten hajontaa sen kokemuksen osalta, että tarjoaako sosiaalinen media mahdollisuuden kansalaiskeskusteluun ja kahdensuuntaiseen dialogiin. Kiinnostavaa on se, ettei haastattelujen perusteella voida sanoa, tarjoaako sosiaalinen media kriisiviestinnässä mahdollisuuden kahdensuuntaiseen vuoropuheluun ja kansalaiskeskustelun muodostumiseen ainakaan tämän tapaustutkimuksen kohdalla. Osaltaan aineisto puoltaa kokemusta siitä, että sosiaalinen media mahdollistaa vuoropuhelun kansalaisten kesken kriisiviestinnässä. Kaksi haastateltavista kokivat, että sosiaalinen media toteuttaa kahdensuuntaista vuoropuhelua osana kriisiviestintää. Toinen heistä oli johtamisvastuinen viranhaltija ja toinen viestinnän asiantuntija. Kansalaiskeskustelun näkökulmasta olennaisimpana muotona nähtiin mahdollisuus kysyä tai kommentoida kaupungin tiedotteisiin ja käydä siten keskustelua sosiaalisessa mediassa. Yksi haastateltavista korosti tärkeäksi tietojen tulemisen asiantuntijoilta, jotta viesteihin voidaan vastata. Aineistossa kuitenkin ilmenee, ettei laaja-alainen pintatasoa syvempi keskustelu mahdollistu sosiaalisessa mediassa. Päinvastoin keskustelu koettiin jäävän verrattain vähäiseksi, vaikka alustat periaatteessa keskustelun mahdollistavatkin.

Puolestaan yksi haastateltavista koki, ettei sosiaalinen media anna isoa sijaa kansalaiskeskustelun syntymiselle. Pikemminkin hän koki sosiaalisen median tarjoavan mahdollisuuden kannanottoon esimerkiksi antamalla tykkäyksen tai sydämen julkaisuun. Siten sosiaalisessa mediassa tapahtuva dialogisuus näyttäytyi hänelle enemmänkin yhdensuuntaisena tiedottamisena ja siitä reaktiivisena emootioiden osoittamisena. Tämä viittaisi kriisiviestinnän perusmalleista lähinnä tiedonsiirtoon sosiaalisen median avulla. Vuorovaikutuksellisuuden hän koki toteutuvan lähinnä mielipiteiden ilmaisuna julkaisuissa. Aktiiviseen keskusteluun osallistumisen haastateltava koki kohdistuvan pääasiassa sosiaalisen median vaikuttajapersooniin ja vahvoihin puhujiin. Osaltaan sen vuoksi se ei haasta myöskään julkiseen dialogiin kuntalaistasolle saakka. Eräs haastateltavista nosti esiin myös visuaalisen viestinnän korostumista kriisiviestinnässä. Nähdäkseni emootioiden syntymisellä ja visuaalisella viestinnällä voi potentiaalisesti olla yhteys toisiinsa.

6 TULKINTA

Tässä osiossa tulkitaan aineistosta nousseita havaintoja suhteessa teoriaan. Näin ollen teoria toimii eräänlaisena peilinä aineistolle. Kriisijohtamisen elementit näyttäytyvät Tampereen kaupungilla tässä aineistossa kolmen mallin kautta, koska kriisiin on varauduttu valmius- ja viestintäsuunnitelmin, kriisinhallinta ja tilannekuvan päivittäminen on ollut jatkuvaa sekä toiminnan arviointia on toteutettu aktiivisesti. Mitroffin (1988, 18–19) mallin mukaisesti kriisijohtamisessa on otettu huomioon myös kriisistä oppiminen, vaikka itse kriisitilanne ei ole vielä täysin ohi. Lisäksi kriisijohtamisessa sosiaalisessa mediassa tunnistettiin juuri nopeuden ja reaaliaikaisuuden vahvuudet ja heikkoudet. Havainnot aineistossa tukevat aiemmin tehtyä tutkimusta kriisijohtamisen systematiikasta. Kriisiviestinnässä on siten varsin tärkeää tunnistaa se kohderyhmä, jolle on tarkoitus viestiä. Viestintätapa voi vaihdella paljonkin kohderyhmää mukailen.

Sosiaalisen median käyttäminen osana kriisiviestinnän toteuttamista on painottunut yhä enemmän. Tätä tulkintaa puoltaa aineiston perusteella saamani ymmärrys siitä, miten suuria ihmismassoja sosiaalisen median avulla voidaan nopeasti, tehokkaasti ja reaaliajassa tavoittaa. Myös Korpiolan (2011, 70) kuvailemat ominaisuudet sosiaalisen median ketteryydestä ja täsmällisestä viestinnästä kuvautuvat aineistossa selvänä. Sosiaalinen media näyttäytyy aineistossa yleisesti varsin hyödynnettävänä kriisiviestinnän kanavana. Samalla kuitenkin kuvautuu se, ettei sen varaan voida rakentaa kokonaan viestintäsuunnitelmaa. Viestinnän monikanavaisuus osana kansalaistiedotusta ja kriisiviestintää on tärkeää. Myös Korpiolan (2011, 28) mukaan viestintäsuunnitelmaa ei voida rakentaa pelkästään sosiaalisen median nojalle, vaan sosiaalinen media pikemminkin täydentää muuta kriisiviestintää. Uusi viestintäsuositus kuitenkin huomioi viestinnän erityisalueena sosiaalisen median. Erityisen hyvin sosiaalinen media mahdollistaa tiedon leviämisen. Tällä on suora kytkentä kriisiviestinnän ja tiedotteiden saavutettavuuteen sekä kuntalaisten tavoittamiseen. Sosiaalinen media oli omiaan lisäämään kriisiviestinnän näkyvyyttä, jolla on keskeinen yhteys siihen, miten hyvin ihmiset pysyvät tilanteen tasalla. Tulevaisuudessa sosiaalisella medialla on kriisien kartoittamisessa merkittävä asema (Korpiola, 2011, 26).

Aineistosta johdettuna näyttää siltä, että sosiaalinen media on ollut aktiivisessa käytössä Tampereella koronapandemian aikaisessa kriisiviestinnässä. Käytetyimmät informaatiokanavat sosiaalisessa mediassa ovat aineiston perusteella olleet Twitter ja Instagram. Useiden eri kieliryhmien tavoittaminen on ollut mahdollista Tampereella sosiaalisen median avulla, mikä osoittaa edelleen sen käytön myönteisiä vaikutuksia ja myönteistä kokemusta sosiaalisen median käytöstä.

Kuntalaisten tavoittaminen väestöryhmästä riippumatta on ollut ensiarvoisen tärkeää, koska kriisitilanne on koskettanut kaikkia. Ulkomaalaistaustaisten tavoittaminen heidän ymmärtämällään kielellä ilman sosiaalista mediaa olisi nähdäkseni ollut melko hankalaa. Esimerkiksi Tampereen kaupungin verkkosivut ovat saatavissa vain suomeksi ja englanniksi.

Sosiaalisessa mediassa tapahtuvaan kriisiviestintään liittyy kuitenkin myös sellaisia haasteita, joiden huomioonottaminen kriisiviestintää toteuttaessa on välttämätöntä. Disinformaation leviäminen voi olla hyvin nopeaa sosiaalisessa mediassa, joka haastaa kriisiviestijöitä oikaisemaan väärää tietoa. Ihmiset voivat tuoda avoimesti ja anonymisti esille mielipiteitään, joka voi tarjota alustan vihapuheelle ja polarisaatiolle. Aineistossa nousee esille myös huoli tietoturvallisuudesta sosiaalisessa mediassa. Organisaation nimissä on mahdollista levittää valheellista tietoa. Digitalisoituvassa maailmassa tämä näkökulma onkin mielestäni keskeinen, eikä tietoverkkojen riskejä tulisi unohtaa. Jokainen haastateltava tunnisti myös Rasmussenin ja Ihlenin (2017, 11) esille nostaman digitaalisen kuilun, joka estää osaa väestöstä pääsemästä sosiaalisen median tiedonlähteelle kriisiviestinnässä. Aineistossa jokainen haastateltava ilmaisi useamman kerran, ettei sosiaalisen median kriisiviestintä tavoita kaikkia. Haastateltavat korostivat erityisesti ikääntyvän väestön ja erityisryhmien roolia sosiaalisen median ulkopuolella. Siksi myös muut joukkotiedotusvälineet ovat tärkeitä kriisiviestinnän väyliä.

Kriisiviestinnän prosessissa keskeistä on heti kriisin havaitsemisen jälkeen muodostaa varhaisessa vaiheessa ymmärrys käsillä olevasta kriisistä sekä pyrkiä muodostamaan ensimmäinen tilannekuva. Tämän jälkeen kriisitilanteeseen tehdään päivitystä tiedon kerryttyä ja viestintäprosessin käynnistyttyä. (Juholin, 2013, 382.) Tampereen kaupungin kriisiviestinnässä haastattelemini henkilöiden näkemys tilanteen kehittymisestä mukaillee näitä kriisin ensimmäisiä vaiheita, sillä aluksi tilanteeseen on liittynyt epävarmuutta. Saamassani aineistossa korostui alkuvaiheen tiedottamisen nopeuden tärkeys. Tämän jälkeen viestinnässä on siirrytty vaiheeseen, jossa on odotettu varmennettua tietoa valtioneuvostolta ja asiantuntijoilta. Tällöin myös viestinnän erilaisia kanavia on ryhdytty ottamaan vähitellen käyttöön mukaan lukien sosiaalinen media. Tiedon tulvaa ja jatkumoa jokainen haastateltava kuvasi vallitsevaksi piirteeksi koronapandemian aikana. Myös kriisin akuuttivaihe kuvautuu pitkänä.

Kriisiviestinnän perusmalleja peilaten aineistossa esiintyy jokaisen mallin elementtejä ja ne ovat olleet päällekkäisiä koronapandemian aikana. Nähdäkseni kriisiviestintä on ollut laadultaan osittain suoraa tiedottamista vastaanottajalle ylhäältä alas tiedon siirtomallin mukaisesti. Kuitenkin kriisin edetessä mukaan on tullut yhteisöllisyyden rakentamista tukevia elementtejä. Kinnusen (2019) esille nostamista organisaatioviestinnän teorioista nousee siksi vahvemmin esille integroiva viestintämalli, jossa yhtenäisyyttä luova piirre on ollut omiaan luomaan tunnetta tilanteen hallinnasta. Sosiaalisen median yhteisöllisyyttä luova vaikutus toistui useita kertoja ilmaisuna haastatteluissa. Siten tässä aineistossa erityisesti yhteisyyden rakentuminen ja tiedon levittäminen (disseminaatio) sekä uudelleen jakaminen näyttäytyvät voimakkaimmin. Yhteisöllisyyttä luova vaikutus kriisiviestinnässä ei ole merkitykseltään vähäinen, sillä Korpiolan (2011, 87) mukaan jaettu suru sitoo ihmisiä toisiinsa. Siten yhteisöt osallistuvat kriiseissä myös maailmankuvan rakentamiseen. Sosiaalinen media onkin alkanut toimia eräänlaisena yhteisöllisyyden keskuksena. Viestien disseminaatio on ollut isossa roolissa ja korostuu aineistossa kriisiviestinnän malleista eniten koronapandemian kriisiviestinnässä. Sosiaalisessa mediassa on toisaalta näyttäytynyt niin viestinnän sirkulaatio kuin remedaatiokin siten, että kuntalaiset ovat ryhtyneet edelleen jakamaan sosiaalisen median sisältöä ja se on saanut uusia näkökulmia. Kriisitilanteessa kaikki kriisiviestinnän keinot tulisi ottaa käyttöön (Korpiola, 2011, 64). Aineiston pohjalta tämä vaikuttaa onnistuneen Tampereella monipuolisesti.

Kansalaiskeskustelun mahdollistumiseen liittyvä tematiikka nousee kiinnostavalla tavalla esille aineistossa. Se, mahdollistaako sosiaalinen media kahdensuuntaisen vuorovaikutuksen kuntalaisten ja kriisiviestijöiden välillä ei ole haastattelujen perusteella selvää. Kommentointi mahdollisuus sinänsä antaa mahdollisuuden osallistua keskusteluun, mutta aktiivista tai pitkää dialogia se ei näyttäisi haastateltavien kokemuksesta käsin mahdollistavan. Sen sijaan vuoropuhelu sosiaalisessa mediassa on toiminut informaation lähteenä kuntalaisilta kriisiviestijöille. Siten erityistä tiedontarvetta ja kuntalaisten huolenaiheita on pystytty tunnistamaan. Keskusteluteemojen nousu julkisuudessa voidaan nähdä mahdollisuutena organisaatiolle hallita kriisiä, koska sosiaalisen median aktiivisella seurannalla voidaan tunnistaa uusienkin kriisien heikkoja signaaleja. Kuntalaiset voivat myös kokea tulleen kohdatuksi vuorovaikutuksellisuuden ansiosta. (Korpiola, 2011, 61.) Siten kriisiviestinnässä niin kansalaisten tiedontarve kuin kohdatuksi tuleminen tarve läpileikkaavat parhaimmillaan toisiaan sosiaalisessa mediassa käytävässä keskustelussa kriisiviestinnässä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää, miten Tampereen kaupungilla työskentelevät viranhaltijat ja viestintäasiantuntijat ovat kokeneet sosiaalisen median hyödynnettävyyden osana kriisiviestintää. Tarkastelujaksona oli koronapandemia vuosina 2020–2021. Lisäksi haettiin ymmärrystä siihen, millaisia mahdollisuuksia ja toisaalta haasteita sosiaalisen median käyttöön liittyy. Tutkimuksen kautta pyrittiin myös muodostamaan käsitystä siitä, tarjoaako sosiaalinen media mahdollisuuden kansalaiskeskusteluun kriisiviestinnässä. Kriisiviestinnän tutkimuksen relevanssi ajankohtaistui tutkimuksen aikana kesken tutkimusprosessin, kun Venäjä aloitti hyökkäyssodan Ukrainaan. Siten tätä tutkielmaa kirjoittaessani puhkesi uusi varsin laaja-alainen kriisi, jonka ulottuvuudet ovat todennäköisesti moninaiset. Kriisiviestinnän ajankohtaisuus puhutteli myös haastateltavia tässä tilanteessa. Nähdäkseni kriiseillä on myös tapana synnyttää herkästi uusia kriisejä, ja ne voivat muodostua hyvinkin kompleksiseksi kokonaisuudeksi. Tutkimus ilmentää myös kriisitilanteen sosiaalista rakentumista yhteiskunnassa.

Haastattelujen ja teorian perusteella näyttää siltä, että sosiaalisesta mediasta on tulossa primaarinen tietolähde uutisille ja viestinnälle myös kriisitilanteissa. Siinä on suuri potentiaali vieläkin parempaan käyttöön kriisiviestinnässä. Paras hyöty sosiaalisesta mediasta näyttäisi tulevan sen nopeuden ja reaaliaikaisuuden vuoksi. Sosiaalisen median nousun vuoksi se on saavutettava tietolähde ja myös toiseen suuntaan helposti kuntalaisia tavoittava työväline kunnan kriisiviestijöille. Kriisiviestinnässä yleisesti, mutta eritoten sosiaalisessa mediassa, korostuu vastuullinen viestiminen. Tällöin on muistettava, että tiedonanto edustaa tiedon vastaanottajalle kaupungin yleistä linjaa. Sosiaalinen media mahdollistaa avoimen tilan vuoksi voimakkaidenkin tunnetilojen esille tuomisen, joka voi muodostua ongelmalliseksi. Sosiaalinen media voi tarjota hyvin erilaisia ja dominanttejakin narratiiveja kriisin keskellä, mikäli esitetyt tosiasiat ovat ristiriitaisia keskenään. (Korpiola, 2011, 41). Nähdäkseni ongelmia voi ilmetä erityisesti tiedon selkeyden osalta, jos viestien sekaan päätyy runsaasti häiriöitä aiheuttavaa viestintää. Sen vuoksi sosiaalisessa mediassa kiertäviin narratiiveihin tulisi reagoida ja vastata. Tämä puolestaan vaatii riittävää resursointia aktiivisen viestinnän toteuttamiseksi. Pohdittuani tarkemmin kriisitilanteita ja siihen liittyvää viestintää, on kenties syytä tarkastella hankalia tilanteita nimenomaisesti ongelmina. Pidän mahdollisena, että ongelmasta tai uhkasta puhuminen ilmaisulla ”haaste” voi vähätellä liiaksi asian vakavuusastetta.

Jotta toimintavarmuus kriisin kohdatessa säilyy, on viestintäsunnitelmaa testattava käytännössä säännöllisesti. Erilaiset simulaatioharjoitukset voivat auttaa pitämään yllä valmiuksia kriisijohtamiseen- ja viestintään. Harjoittelun myötä suunnitelmaa on mahdollista parantaa. (Juholin 2018,266.) Haastattelujen perusteella muotoutui vahva kuva siitä, että kriisiviestinnän toimijat ovat paikantaneet oppimisen ja kehittämisen tärkeyden osana kriisiviestinnän prosessia. Mielestäni on myös selvää, ettei kriisien ennaltaehkäisy ja valmistautuminen kriiseihin voi toteutua organisaatiossa, jolla ei ole valmiuksia tunnistaa varhaisia riskin paikkoja tai oppia kärsimistään kriiseistä. Kriisin loppuarviot ja jälkihoito ovat tutkimani perusteella tärkeitä juuri siksi, että tulevaisuudessa kriiseissä osattaisiin toimia paremmin ja välttää aiemmin tehdyt virhearviot ja suden kuopat. Saarela-Thiel (2009, 94) toteaaakin, että kriisiä ei kannata tuhlaa, vaan se tulisi hyödyntää kasvualustana.

Sosiaalisen median siivittämien haasteiden suhteen yksimielistä on se, että suurin riski liittyy väärätiedon leviämiseen. Nähdäkseni juuri disseminaatio on eräänlainen kansalaisten puskaradio, jossa viestinvälitys tietyssä kontekstissa tapahtuu jouhevasti ihmiseltä toiselle. Huhtala ja Hakala kuitenkin (2009, s.33) taustoittavat, että disseminaatio-ajattelun kompastuskiveksi voi muodostua viestin lähettäjän ja vastaanottajan liian kaukaiset lähtökohdat. Tällöin viestin sanoma ei viestintätilanteessa kohtaa. Siksi huhuilla on hedelmällinen maaperä viestien leviämisen keskellä. Tämä voi vääristää viestejä ja haitata oikeiden johtopäätösten tekoa kriisitilanteessa myös johtajuuden kentällä.

Tutkimuksen kannalta keskeistä on se, miten samassa linjassa haastatteluiden mietteet olivat sosiaalisen median kokonaishyödyistä. Toisaalta yllättävää oli, kuinka vahvasti kansalaiskeskustelun tematiikka jakoi mielipiteitä kahtia. Silti kummatkin näkemykset dialogisuudesta puolsivat sosiaalisen median periaatteessa mahdollistavan keskusteluyhteyden, mutta käytännötasolla kuitenkin sen jäävän vähäiseksi tai jopa olemattomaksi. Laajempaan ilmiönä vuorovaikutuksellisuutta olisikin syytä tutkia nyansoidummasta näkökulmasta. Jatkotutkimuksena voisi selvittää, miten kansalaiset suhtautuvat sosiaalisen median kriisiviestintään ja millaisia kokemuksia heillä on sen käytöstä informaation lähteenä. Tämä tutkimus olisi syytä toteuttaa kvantitatiivisin menetelmin, jotta otannasta saadaan riittävän suuri. Lisäksi jatkossa olisi syytä tutkia myös laajemmin kansalaiskeskusteluun liittyvää problematiikkaa sosiaalisessa mediassa, jotta voidaan muodostaa käsitystä sen dialogisista puolista. Kaiken kaikkiaan kriisijohtaminen ja kriisiviestintä ovat tutkimusaiheina dynaamisia kehittyvässä maailmassa, jonka vuoksi on tärkeää ylläpitää tämän ilmiökentän tutkimusta.

LÄHTEET

- Bundy, J., Praffer, M., Short, K. & Coombs, T. (2017). Crisis and crisis management: integration, interpretation, and research development. *Journal of management*. Vol. 43, No. 6: 1661–1692. Noudettu 2020-10 14:
<https://journalssagepubcom.proxy.uwasa.fi/doi/pdf/10.1177/0149206316680030>
- Coombs, W.T. & Holladay, S.J. (2012). The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention. *Public Relations Review*, 38 (3), 408-415. Noudettu 2020-11-30: <https://www-sciencedirect-com.proxy.uwasa.fi/science/article/pii/S036381112000689?via%3Dihub>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2009). Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Huhtala, H. & Hakala, S. (2007). Kriisi ja viestintä. Yhteiskunnallisten kriisien johtaminen julkisuudessa. Gaudeamus, Helsinki.
- Hornmoen, H. & Backholm, K. (2018). Social media use in crises and risks: an introduction to the collection (1-12). Haettu: <http://doi.org/10.1108/978-1-78756-269-120181018>.
- Juholin, E. (2013). Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Kopijyvä.
- Juholin, E. (2017). Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja. Hansaprint Oy. Turenki.
- Kinnunen, E. (2019). Yhdistävä viestintä. Viestinnän rakentuminen sosiaali- ja terveysjohtamisen rajapinnoilla. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopisto. PunaMusta Oy. Tampere.
- Korpiola, L. (2011). Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Infor.
- Kuntaliitto. (2020). Opas kunnan viestintään kriisi- ja erityistilanteissa. Noudettu 3.2.2022: <https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Opas%20kunnan%20viestint%C3%A4%20kriisi-%20ja%20erityistilanteissa.pdf>
- Marra, F.J. (1998). Crisis communication plans: Poor predictions of excellent crisis public relations. *Public Relations Review* 24 (1998) 4: 461-422. Noudettu 2022-12-03: [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80111-8](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80111-8)
- Mitroff, I. (1988) Crisis management: cutting through the confusion. *Sloan management review*, 29(2), 15-20. Noudettu: 2020-10-10: <http://search.proquest.com/helios.uta.fi/docview/224966854/fulltextPDF/9939430F9B54499FPQ/2?accountid=14242>
- Mitroff, I. (1994). Crisis Management and Environmentalism: A Natural Fit. *California Management Review*. p. 101-113. Noudettu 2020-12-02: <https://doiorg.proxy.uwasa.fi/10.2307/41165747>
- Rasmussen, J. & Ihlen, Ø. (2017). Risk, Crisis, and Social Media. A systematic review of seven years' research. *Nordicom Review* 38 (2017) 2, pp. 1-17. doi:10.1515/nor-2017-0393.

Roux-Dufort Christophe (2007). Is Crisis Management (Only) a Management of Exceptions? Journal of Contingencies and Crisis Management, 15(2), 105-114. Noudettu 2020-10-14:<http://www.projectwhitehorse.com/pdfs/Crisis%20Mgmt%20Only%20Mgmt%20of%20Exceptions%20-%20Roux-Dufort.pdf>

Saarelma-Thiel, T. (2009). Eteenpäin kriisistä. Työterveyslaitos. Helsinki.

Sarajärvi, A. & Tuomi, J. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Seech, H. (2009). Kriisit ja työyhteisöt – kriisijohtaminen työyhteisöjen tukena. Kriisi johtamisen anti työyhteisökriiseihin. Tampereen yliopistopaino Oy -Juvenes Print. Tampere.

Sosiaali- ja terveysministeriö. (2020). Uusi koronavirus lisään yleisvaarallisen tartuntatautien joukkoon – tavoitteena estää taudin leviäminen. Noudettu: 2022-12-03:<https://stm.fi/-/uusi-koronavirus-lisataan-yleisvaarallisten-tartuntatautien-joukkoon-tavoitteena-estaa-taudin-leviaminen>

LIITTEET

Liite 1: TEEMAHAASTATTELURUNKO

Taustatiedot

- Kuinka monta vuotta olette toimineet viranhaltijana?
- Onko sosiaalisen median alustat sinulle tuttuja?

Kriisiviestintä

- Kuvaile, millaista on mielestäsi hyvä kriisiviestintä.
- Mitä kanavia kriisiviestinnässä yleensä käytetään?
- Kuvaile, millaisena hahmotat oman ja yksikkösi roolin kriisiviestinnän kokonaisuudessa.
- Miten yksikkösi on ennalta varautunut kriiseihin viestinnän näkökulmasta? Kriisiryhmä, tarkistuslistat tai muuta.

Kokemus kriisiviestinnästä sosiaalisessa mediassa

- Kuvaile sosiaalisen median käyttökokemusta ja potentiaalia informaation lähteenä.
- Millaisia mahdollisuuksia sosiaalinen media tuo mielestäsi kriisiviestintään?
- Millaisia haasteita sosiaalinen media tuo mielestäsi kriisiviestintään?
- Mitä kanavia kriisiviestinnässä sosiaalisessa mediassa yleisimmin käytetään?
- Onko kriisiviestintä tarjonnut sosiaalisessa mediassa mahdollisuuden aktiiviseen vuoropuheluun tiedon vastaanottajan kanssa?
- Millaista kansalaiskeskustelun mahdollistaminen kriisiviestinnässä on sosiaalisessa mediassa?

Lopuksi:

- Millaisia kehitysehdotuksia sinulla nousee kaupungin kriisiviestinnästä sosiaalisessa mediassa?
- Haluatko vielä kertoa jotain lisää aiheesta? Vapaa sana.