

POLEMIA

Pekka Sauri

Julkishallinto ja sosiaalinen media 2020

Julkishallinto ja sosiaalinen media 2020

Pekka Sauri

Julkishallinto ja sosiaalinen media 2020

KAKS – KUNNALLISALAN KEHITTÄMISSÄÄTIÖ

JULKISHALLINTO JA SOSIAALINEN MEDIA 2020

Kieliasun tarkistus:

Sirpa Ovaskainen

Kunnallisalan kehittämissäätiön

Polemia-sarjan julkaisu nro 115

© Pole-Kuntatieto Oy ja kirjoittajat

Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu 2019

978-952-349-039-0 (nid.)

978-952-349-040-6 (pdf)

ISSN 1235-6964

Sisällys

ESIPUHE	7
TÄHÄN MENNESSÄ ON TAPAHTUNUT	9
HYVINVOINTIVALTIO: PALVELUKONEESTA YHTEISÖKSI	12
MAAILMA KOMMUNIKAATION VALLANKUMOUKSEN JÄLKEEN	24
SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ: AVOIMIA KYSYMYKSIÄ	35
@RAKENNUSVIRASTO: ANKEUTTAJASTA LYHDYKANTAJAKSI	42
MIKÄ SOSIAALISESSA MEDIASSA PELOTTAA?	65
MIKSI TWITTER?	71
TWITTER VASTA-ALKAJALLE.....	89
SOSIAALISEN MEDIAN 10 DIREKTIIVIÄ – VERSIO 2020	90
KIRJALLISUUTTA	91

Esipuhe

Ei ole enää suljettua. On avointa. Ei ole enää virkaroolia. On ihmisen rooli. Ei ole enää hierarkioita. On arki. Ei ole enää yksityisyyttä. On jaettua julkisuutta. Kaikki tämä siksi, että media ja maailma, molemmat ovat taskussa tai laukussa. Aina saatavilla ja käytettävissä.

Kunta- ja muut päättäjät ovat päässeet enemmän tai vähemmän sinuiksi sosiaalisen median kanssa erityisesti tällä vuosikymmenellä. Miten suhtautua someen töissä ja vapaa-ajalla? Miten hallita sitä? Miten käyttää sitä hallinnon ja kansalaisten vuoropuhelun välineenä? Entä yhteisöllisyyden vahvistajana ja innovoinnin apurina? Minkälaisen roolin ja painoarvon itse siinä ottaa ja antaa?

Some-hallinto ja mediamaailma. Näihinkin sanoihin voisi kietyttää työelämäprofessori Pekka Saurin Polemia-sarjan kirjan ”Julkishallinto ja sosiaalinen media 2020”. Kirjassa Sauri jatkaa siitä, mihin hän aihepiiriä käsitelleessä, vuonna 2015 julkaistussa Polemiassa ”Julkishallinto ja sosiaalinen media” jäi. Matka jatkuu...

Saurin pohdiskelun ja esimerkkien ohella kirjassa pääsevät ääneen somea keskimääräistä enemmän käyttävät kuntajohtajat omine kokemuksineen ja esimerkkeineen.

Kirja on hyvin käytännönläheinen johdatus someen kaikille, jotka työssään tai vapaa-ajallaan haluavat verkottua, jakaa näkemyksiään ja olla yhteydessä toisiin ajasta ja paikasta riippumatta. Antoisia ja toisten kanssa jaettuja lukuhetkiä toivottaen!

Joulukuussa 2019

Antti Mykkänen

asiamies

KAKS – Kunnallisan alan kehittämissäätiö

Tähän mennessä on tapahtunut

Kirjoittamani Polemia ”Julkishallinto ja sosiaalinen media” ilmestyi talvella 2015. Tuohon aikaan sosiaalinen media oli julkishallinnolle vielä verrattain uusi viestintäalusta. Kirja herätti yllättävän vilkasta kiinnostusta ja näyttää herättävän vieläkin – kaikkien näiden vuosien jälkeen. Ilmeisesti aihe oli ajankohtainen.

Viidessä vuodessa julkishallinnon viestintäkulttuuri on monin tavoin muuttunut. Osa julkishallinnon organisaatioista on ottanut sosiaalisen median rohkeasti käyttöön, osa vähemmän rohkeasti, ja osa on vieläkin lähtötelineissä aprikoimassa, pitäisikö tähän villitykseen ylipäätään lähteä mukaan.

Tämän kirjan tarkoitus on toisaalta päivittää aiemman esitykseni tiedot ja arviot ajan tasalle, toisaalta taas avata uusia keskustelunaiheita julkishallinnon viestintään liittyen – ja miksei yksityisenkin sektorin, sillä tasan samat ongelmat koskevat kumpakin, muutettavat muuttuen. Näkökulmani perustuu ensi sijassa pitkään kokemukseeni kunnallishallinnon toimintakentästä, mutta käsittääkseni samat periaatteet pätevät yhtä lailla valtion organisaatioihin.

Läpikäyvänä tavoitteenani on kannustaa julkishallintoa niin paikallisella kuin valtakunnallisellakin tasolla tulemaan mukaan sosiaalisen median mahdollistamaan kaksisuuntaiseen, monenkeskiseen ja reaaliaikaiseen vuorovaikutukseen, jossa julkishallinnon luottamusta, demokratian oikeutusta ja viime kädessä ihmiskunnan tulevaisuutta rakennetaan.

Syksyllä 2017 julkaistiin kirjoittamani Polemia ”Kunnat jälkeen soten”, jossa koetin hahmotella kuntien elinvoimatehtävää sosiaali- ja terveystalouden siirtyessä maakuntien järjestämistä vastuulle.

Silloin tekeillä ollut sote-ratkaisu kaatui keväällä 2019, ja uusi prosessi on tätä kirjoittaessani vasta lähdössä liikkeelle. Joka tapauksessa kuntien on syytä varautua tehtäviensä painopisteen muutokseen sote-uudistuksen jonakin kauniina päivänä toteutuessa.

Kunnan elinvoimatehtävän korostuminen edellyttää kunta-yhteisön kaikkien jäsenten osaamisen mobilisointia yhteiseksi hyväksi. Avainasemassa on yhteisyyden, yhteisön rakentaminen. Tämä puolestaan tapahtuu kommunikaation – viestinnän, vuorovaikutuksen, dialogin, keskustelun, miksi sitä kulloinkin kutsutaankin – avulla. Jos ylipäätään on tapahtuakseen.

Digitalisaation aikakausi ymmärretään edelleen usein sijassa teknologian ja uusien sähköisten palvelujen näkökulmasta. Kysymys on kuitenkin perustavampi: miten digitalisaatio muuttaa ihmiskunnan toimintakulttuuria ja valtarakenteita?

Jaakko Lindgren, Roope Mokka, Alekski Neuvonen ja Antti Toponen kirjoittavat kirjassaan Digitalisaatio – murroksen koko kuva:

”Digitalisaatio ei ole myöskään yksilölle välttämättä miellyttävä murros. Kun yhä useamman työ automatisoidaan ja kun pääomat kasautuvat yhä harvemmillä, moni putoaa kelkasta. Ajatus työstä ja mahdollisuudet palkkatyöhön muuttuvat perustavanlaatuisesti. Väkivallalle, syrjinnälle, sodalle ja vihalle syntyy uusia kanavia ja ne saavat uusia muotoja. Edustuksellinen demokratia ajautuu kaaokseen, kun sosiaalinen media rikkoor julkisen keskustelun vanhat areenat, ihmiset eriytyvät omiin kupliinsa ja äänestäjien kohdennetusta manipuloinnista

tulee digiyhtiön mahdollistama palvelu. Tämä herättää jo nyt ansaittua huolta. Digitalisaatiossa on kyse vallan ja resurssien todellisesta uudelleenjaosta.”

Ihmisen ainoa mahdollisuus hallita jatkuvasti monimutkaistuvaa todellisuutta on sinnikäs yhteisen ymmärryksen rakentaminen keskustelun, vuorovaikutuksen ja argumentoinnin avulla. Digitalisaatio tarjoaa tähän ymmärryksen rakentamiseen uusia välineitä, joiden käyttöä sivilisaatio on vasta harjoittelemassa. Vakaa uskomukseni on, että ihmiskunta oppii niiden välineiden käytön ja kehittyy edelleen kohti demokraattista, tasa-arvoista ja kestävää tulevaisuutta.

Vielä disclaimer ennen kuin jatketaan: En ole nyt kahteen ja puoleen vuoteen ollut kunnallishallinnon palveluksessa, ja oma-kohtaiset kokemukseni Helsingin kaupungin toiminnasta ja viestinnästä alkavat olla yhä himmeämpiä muistoja. Mutta yritän siltäkin uhalla tiivistää tähän kirjaseen ymmärrykseni sosiaalisen median merkityksestä ja mahdollisuuksista erityisesti julkishallinnon kannalta.

Hyvinvointivaltio: palvelukoneesta yhteisöksi

Maailmassa ja Suomessa on tapahtumassa samaan aikaan suuri määrä erillisiä mutta toisiinsa liittyviä muutosprosesseja, joiden hahmottaminen kokonaisuutena ei ole helppoa. Yritän tässä kirjassa yhdistää julkisen palveluntuotannon tilanteen meneillään oleviin tiedon ja viestinnän vallankumouksiin. Tiedän täsmälleen, että tehtävä on vaikea. Toivon kuitenkin, että puheenvuoroni lisää ymmärrystä hyvinvointiyhteiskunnan tulevaisuuden mahdollisuuksista.

Suomessa kunnat ja kaupungit järjestävät kaikki peruspalvelut. Maailmankuulu suomalainen hyvinvointivaltio tarkoittaa käytännössä hyvinvointikuntia, jotka toteuttavat valtiovallan niille säilyttämiä 535:tä lakia, asetusta tai muuta säädöstä. Suomi on todennäköisesti maailman kaikista valtioista paikallishallintovaltaisimman. Useimmissa muissa maissa ainakin osan peruspalveluista järjestää joko aluehallinto tai peräti valtiolta.

Suomalaisten kuntapalvelujen historia ulottuu yli 150 vuoden taakse. Helsingissä palokunta eli nykyinen pelastuslaitos aloitti toimintansa vuonna 1861, ja muut kunnalliset palvelut seurasivat yksi kerrallaan perässä. Tänäpäin Helsingin kaupunki on Suomen suurin työnantaja 40 000 työntekijänsä voimin.

Tästä on seurannut myös kuntayhteisön eli kaupunkilaisten ja palveluntuotanto-organisaation kasvaminen erilleen: ”kunta” tai ”kaupunki” viittaa vuoden 2015 puhekielessä palveluntuotanto-organisaatioon, ei asukkaiden yhteisöön. Asukkaat odottavat kunnalta ja kaupungilta yhä enemmän ja yhä parempia palveluja. Kuntalaisten ja kaupunkilaisten yhteisö on ikään kuin ulkoistanut omat tehtävänsä palveluntuotanto-organisaatiolle – joskus siihen mittaan asti, että aiemmin yksilön velvollisuuksina pidetyt toimet ovat siirtyneet kunnalle. Kaupunkilaisten sirottelemien pakkausjätteiden kerääminen kaduilta tai puistoista on tästä ehkä kuvaavin esimerkki.

Palveluiden yksilöllisyyden vaatimukset ovat vuosikymmenten varrella myös kasvaneet. Tämä on koulutuksen ja vaurastumisen luonnollinen seuraus.

Kuntayhteisön ja kunnallisen palveluorganisaation vastakkainasettelu on murtumassa kahdesta eri suunnasta. Toisaalta palveluorganisaatio ei enää kykene ottamaan itselleen lisää yhteisön tai yksilöiden tehtäviä, toisaalta taas avoin kommunikaatio tuo valitsevat palveluntuotantokäytännöt arvioinnin kohteeksi.

Vaurauden lisääntyessä kansalaiset hankkivat palveluita enenevässä määrin yksityiseltä sektorilta ja voivat helposti vertailla julkisen ja yksityisen palvelun laatua.

Julkinen palveluntuotanto ei enää voi jatkaa etääntymistä asukkaiden yhteisöstä eikä asukkaiden yhteisö palveluntuotannosta. Avoimella kommunikaatiolla ja osallistumalla keskusteluun voidaan palauttaa kunnallinen palveluorganisaatio osaksi yhteisöä.

Tällä en tietenkään tarkoita sitä, että kansalaiset ryhtyisivät leikkaamaan omia umpisuoliaan tai paikkaamaan omia hampaitaan. Kysymys ei ole hyvinvointivaltion peruuttamisesta jonkin aikaisemman vuosikymmenen tasolle, vaan päinvastoin sen päivittämisestä vastaamaan suomalaisten koulutuksen, osaamisen, vaurauden, elinajanodotuksen ja parantuneen terveyden nykytasoa.

Kun palveluntuotantokoneisto palautuu takaisin kaupunki-yhteisön osaksi tai sen sisään, palveluntuotannon uudistusideoilla on paremmat mahdollisuudet päästä yhteiseen harkintaan. Näin käsittääkseni turvataan suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan tulevaisuus.

Hyvinvointivaltion tulevaisuus hajautuvassa maailmassa

Tampereen yliopiston kunnallispolitiikan professori Arto Haveri ja Kuntaliiton emerita-tutkimusjohtaja Kaija Majoinen luonnehtivat globalisaation aiheuttamia muutoksia Tulevaisuuden kunta-kirjassaan:

”Hallinnon uudistusten ja velvoitteiden ylikuorman ohella murroksen aikakaudelle on ollut leimallista hallinnan kompleksisuus eli monimutkaistuminen. Kompleksisuus on sekä toimintaympäristön ominaisuus että niiden keinojen seuraus, joilla muutoksiin yritetään vastata. Monimutkaisuuden lähtökohta on verkottuneessa maailmassa, globalisaatiossa ja teknologian kehityksessä. [–] Siihen liittyy instituutioiden rajojen murtuminen, mm. lisääntyvät konfliktit julkisen ja yksityisen sfäärin välillä, moninaisuutta heijastava kulttuuri, elämäntapojen erilaistuminen, mielikuvien merkitys ja median kasvava valta sekä karisman, ideologioiden ja retoriikan uusi nousu.”

Listaan voisi lisätä myös populismin nousun, jota on 2010-luvulla saatu todistaa niin Euroopassa kuin Yhdysvalloissakin. Ilmiölle on tyypillistä mustavalkoisten, yksinkertaisten ratkaisujen esittäminen monimutkaisiin ongelmiin ja ihmisten karsinoiminen puolesta tai vastaan -menetelmällä. Tämä toimintatapa vetoaa tunteisiin ja harhauttaa osan kansalaisista uskomaan, että yksinkertaiset ratkaisut monimutkaisiin ongelmiin ovat mahdollisia.

Eivät ne ole, mutta selvää on, että asiantuntijoiden ja päättäjien on kyettävä kertomaan monimutkaisista ongelmista ja niiden ratkaisuvaihtoehdoista niin selkeästi, että maallikotkin pystyvät ne ymmärtämään.

”Ne asiat, joiden kanssa kunnat toimivat, ovat yhä epäselvempiä, vaikeampia ja kietoutuvat yhteen yhä monimutkaisemmin. Toimintapolitiikkojen sisältöön myös pyrkivät vaikuttamaan monet erilaiset tahot pyrkimyksineen. Ydin on siis yhtäältä hallinnan kohtaamisissa ilkeissä ongelmissa mutta toisaalta hallinnon edellyttämässä vuorovaikutuksessa ja verkottumisessa, joka puolestaan lisää tunnetta monimutkaisuudesta.”

Tämä analyysi on aivan oikea. Ratkaisu ilkeisiin ongelmiin piilee avoimessa vuorovaikutuksessa, tiedon jakamisessa ja ratkaisuhakuisessa keskustelussa.

Palvelukoneen asiakkaasta aktiiviseksi toimijaksi

Digitalisaatio muuttaa myös kansalaisen roolia. Hallinto ei enää voi suhtautua kansalaisiin päätösten kohteina ja palvelukoneen asiakkaina, vaan aktiivisina ja vaativina osanottajina kunnan, kaupungin ja valtion kehityksessä.

Ei voi, mutta monessa tapauksessa edelleen suhtautuu. Hallinnon ja kansalaisten toimintakulttuurien törmäykset herättävät yhä rankempaa kritiikkiä.

Syväjärvi ja Kivivirta kirjoittavat:

”Kuntalainen ei ole enää niinkään passiivinen toimija, vaan enemmän partneri ja yhteistoimija. Kuntalainen tuo digitalisaation aikakaudella aiempaa selvemmin omat kokemukset ja mieltymykset osaksi kunta-arkea ja toisaalta valitsee vapaammin, miten, koska ja kenen kanssa hän asioi. Hän odottanee kuntalaissuhteen hallintaa, jossa esimerkiksi tietoihin ja palveluihin pääsee osalliseksi hänen omien mieltymystensä mukaisesti. Tulevaisuuden kunta kohtaa siten tarpeita, jotka yhä enemmän edellyttävät digikunnan prosessien virtaviivaistamista, kehittyneitä tiedon hallinnan käytänteitä sekä itsepalvelun ja -ohjautuvuuden hyödyntämistä. Konkreettisesti kyse voi olla esimerkiksi tieto- ja viestintäteknologian, sosiaalisen median tai tulevaisuudessa vaikka robotiikan haltuunotosta.”

Miten kuntien ja muun julkishallinnon siis pitää muuttaa toimintakulttuuriaan?

”Keskeistä lienee se, miten kunnissa kyetään hoitamaan ja osittain määrittelemään uudella tavalla kuntalaiskeskeistä digitaalista toimintaympäristöä ja missä määrin kunta on potentiaalinen digitoimija. Kunta ja kuntalainen ovat digitalisaation myötä osallisina, tai ainakin niillä on mahdollista olla, yhä useamman verkoston ja sidosryhmän kanssa. Digitalisaation

myötä aika-, paikka- ja tilakäsitykset muuttuvat, jolloin yhteistyön, yhteistoiminnan, vuorovaikutuksen ja osallisuuden merkitykset tulevat korostumaan asianosaisten välillä. Tälle vuorovaikutuksen kokonaisuudelle digitalisaatio antaa uudenlaisen foorumin. Digitaalisuus luo edellytyksiä ja niin haluttaessa mahdollistaa aktiivista ja reaaliaikaisempaa kuntaa ja kuntalaisuutta. Samalla voi syntyä myös kunnan ja kuntalaisen kannalta epäedullisia, ilkeitä digihaasteita ja digihallitsemattomuutta, jotka tulee kunnissa kohdata ja ratkoa tai ainakin sietää ja ymmärtää osana yhteiskunnan laajempaa digitalisoitumista.”

Yhteistyön, yhteistoiminnan, vuorovaikutuksen ja osallisuuden merkitykset tulevat siis korostumaan. Ja jottei olisi yhtään liian helppoa, ratkaisua vaativat ongelmat ovat yhä selvemmin planeetanlaajuisia.

Globalisaatio lisää keskinäisriippuvuutta

Osallistuin joulukuussa 2015 YK:n ilmastokonferenssiin Pariisissa. Varsinainen kokous oli järjestetty parinkymmenen kilometrin päähän Pariisista Le Bourget’n lentokentälle, mutta Pariisin tarmokas ja visionäärinen kaupunginjohtaja Anne Hidalgo oli kutsunut kaupungintalolle rinnakkaistapahtuman – kaupunginjohtajien ilmastokongressin.

Hidalgo oli onnistunut keräämään paikalle maailman suurimpien kaupunkien johtajien lisäksi vaikuttavan joukon kansainvälisiä tähtiä, muun muassa Leonardo DiCaprion, Robert Redfordin ja Al Goren. Goren esiintymisestä muistan lähinnä sen, että tilaisuuden juontaja pyörtyi hänen syliinsä.

Mutta kaupunginjohtajien ilmastokokouksen komeimman puheenvuoron piti New Yorkin entinen kaupunginjohtaja, media-miljardööri Michael Bloomberg, joka totesi:

”Mitä tahansa päätöksiä kansallisvaltiot tuolla YK:n kokouksessa tekevätkin, se kaikki jää kuitenkin paikallistason – kaupunkien, kuntien, yritysten, kansalaisjärjestöjen, kotitalouksien – toteutettavaksi.”

Näinhän se on mennyt. Ilmastonmuutoksen torjunnan kärjessä on ollut paikallishallinto. Kunnat ja kaupungit suorastaan kilpailevat hiilineutraaliusaikatauluillaan ja päästövähennyksillään. Valtiot tarpovat kaukana paikallistason jäljessä.

Tekniikan kehityksen aiheuttama tai ainakin mahdollistama globalisaatio lisää maapallon asukkaiden – kylien, kaupunkien, valtioiden, kulttuurien – keskinäisriippuvuutta. Kun toisaalta julkishallinnon jäsenten eli kansalaisten ja toisaalta yritysten sidosryhmien eli asiakkaiden vastuullisuusvaatimukset koko ajan kasvavat, millään organisaatiolla ei ole varaa olla ottamatta niitä huomioon. Vastuullisuudesta on tullut kilpailuvaltti. Ja vastuullisuuden osoittaminen riippuu mitä suurimmassa määrin viestinnästä niin hallinnon ja kansalaisten välillä kuin kansalaisten kesken.

Tuottavuuden parantaminen on toimintakulttuurin uudistamista

Hyvinvointivaltion tulevaisuuden turvaaminen tulorahoitusta lisäämällä – veronkorotuksilla tai lisälainalla – näyttää tänä päivänä ongelmalliselta. Verotuksen kiristäminen pääomien ja työvoiman vapaan liikkuvuuden maailmassa ei välttämättä tuota toivottuja tuloksia, ja valtion velkaantumista on yritetty Suomesakin jo pitkään saada aisoihin. Tämä tarkoittaa käytännössä myös paineita peruspalveluiden tuotannosta vastaavien kuntien valtionosuuksiin. Kuten kunnanjohtajat ja paikallispäätäjät hyvin tietävät, tämän yhtälön ratkaisu käy yhä vaikeammaksi.

Varmempi keino on tuottavuuden parantaminen, joka tarkoittaa uusia teknisiä ja miksei sosiaalisiakin keksintöjä. Tämä puolestaan edellyttää tuottavuuden käsitteen uudelleenmäärittelyä ja uudelleenbrändäystä.

Kunnallisessa päätöksenteossa tuottavuus-sanan mainitseminen avaa yleensä mielikuvamaailman, jota hallitsevat veri, hiki ja kyynleet ja työntekijöiden selkänahka. Tuottavuutta voidaan tietysti näennäisesti nostaa edellyttämällä samaa tai isompaa suoritetta samalla, kun resursseja vähennetään.

Tämä on kuitenkin tuottavuuden irvikuva. Tuottavuuden parantamisen pitää viedä yhteiskuntaa eteenpäin, ei taaksepäin.

Tuottavuus paranee uusilla toimintatavoilla, ja uusille toimintatavoille luodaan parhaiten edellytyksiä avoimella tiedolla ja vuorovaikutuksella kaikkien asianosaisten kesken.

Saman asian voisi kuvata niinkin, että sattuma otetaan yhteiseen kehittelyyn piiriin. Yksittäisten ihmisten satunnaiset ideat ja mielleyhtymät saadaan laajemman yhteisön puntaroitaviksi, jos kommunikaatio on avointa, kaksisuuntaista ja monenkeskistä ja jos siinä on mukana mahdollisimman suuri joukko. Uudet keksinnöt syntyvät usein sellaisten asioiden tai ilmiöiden yhdistämisestä tai suhteuttamisesta toisiinsa, joita ei ole aiemmin tullut yhdistetyksi tai suhteutetuksi.

Kamppailu huomiosta

Tiedon avoin ja sujuva kulku kansalaisilta hallintoon ja hallinnolta kansalaisille on demokraattisen yhteiskunnan perusedellytys. Tämä vaatii julkishallinnolta uutta asennoitumista viestintään.

Julkishallinto joutuu taistelemaan yleisön huomiosta valtavan ja yhä kasvavan sisältötulvan keskellä. Vanha fraasi kaiken kirjoitetun tekstin perimmäisestä tarkoituksesta – tulla luetuksi – käy koko ajan haastavammaksi.

Ihmisten tietoisuuden ulottuville tulvii koko ajan enemmän erilaisia viestejä ja sisältöjä lukuisilta eri kanavilta, ja yhä suurempi osa niistä jää väistämättä näkemättä, kuulematta ja lukematta. Julkishallinnon viestit kilpailevat samalla viivalla mainonnan, viihteen ja uutismedioiden klikkiotsikoiden kanssa. Jos viesti on tylsä, se ei kiinnosta ketään. Jos taas viesti on hauska tai draamaattinen, se kiinnostaa kaikkia. Julkishallinnon pitää löytää roolinsa viestinnän yhä monenkirjavammilla markkinoilla.

Sosiaalinen media on keskeinen yhteisöviestinnän väline, ja julkishallinnon on kyettävä sitä mahdollisimman tehokkaasti hyödyntämään. Some antaa pienellekin organisaatiolle mahdollisuuden nousta kokoaan suuremmaksi.

Tämä pätee erityisesti kuntiin. Kuntayhteisö on brändättävä houkuttelevaksi asuin- ja työympäristöksi. Tämä on merkittävää nimenomaan nyt, kun kaupungistuminen etenee vinhaan ja pienet kunnat tyhjenevät ja muuttuvat ikärakenteeltaan taka-

painotteisiksi. Viestinnän merkitys kunnissa kasvaa entisestään, jos sote-ratkaisu saadaan jossakin vaiheessa aikaan ja kuntien elinvoimatehtävä korostuu sosiaali- ja terveyspalvelujen siirtyessä maakunnille (tai minne ne nyt sitten siirtyvätkin).

Sosiaalinen media tarjoaa tähän tehokkaan alustan.

Osallisuudesta elinvoimaksi

Osallisuus ja osallistaminen on nähty tähän saakka ensi sijassa demokratian näkökulmasta: kuka päättää, keneltä kysytään, millaisessa prosessissa päätökset syntyvät. Tämä on sinänsä hyvä ja oikein. Määritelmä ei kuitenkaan riitä. Osallisuuden käsitettä on kyettävä laajentamaan demokratiasta eli päätöksenteon legitimitetistä ihmisten osaamisen, ideoiden ja kapasiteetin valjastamiseen yhteisen hyvän eli koko yhteisön parhaaksi.

En tiedä, onko jossakin yritetty mitata yhteisön osaamis- ja kokemuspotentiaalin hyödyntämisprosenttia, mutta valistunut arvaukseni on, että se on niin Suomessa kuin missä tahansa muuallakin murto-osa käytettävissä olevasta potentiaalista.

Tämä inhimillisten resurssien hukkaaminen on ensi sijassa kommunikaatiokysymys. Ihmisten osaaminen ja ideat jäävät käyttämättä puutteellisen tai tyystin puuttuvan vuorovaikutuksen takia. Ihmisten tajunnan läpi kulkee joka päivä ja miksei yökin ääretön määrä mielenkiintoisia ideoita ja oivalluksia, jotka kommunikaation puutteen vuoksi jäävät unholaan. Minun tavanomaisena tai tylsänä pitämäni idea voisi sopia jonkun toisen kehittelemään konseptiin kuin palapelin viimeinen laatta, jos se joku toinen vain saisi sen tietoonsa.

Tähän tiedoksi saamiseen tarvitaan vuorovaikutusta, kommunikaatiota, keskustelua, dialogia – olipa nimitys mikä tahansa. Yksittäinen idea muuttuu innovaatioksi ainoastaan, jos se jaetaan riittävän monen osallistujan kesken ja löytää jonkun, joka osaa kehittää sitä eteenpäin. Kaikki viisaus ja innovatiivisuus eivät voi olla, eivätkä ole koskaan olleetkaan, julkishallinnon viranhaltijoiden korvien välissä. En väitä, että sosiaalisen median käyttö automaattisesti johtaisi yhteisön ja yhteiskunnan osaamispotentiaalin toteutumiseen, mutta väitän kyllä, ettei minkään organisaation kannata jättää sitä kokeilematta.

Edellisen Polemiani lukeneille tässä tekstissä on varmasti jonkin verran toistoa, mutta pidän tätä perusteltuna uusien lukijoiden kannalta. Perusasioiden kertaus ei ehkä ole muillekaan turhaa.

Aloitan, kuten nykyään pitää, tarinasta.

Kaikki alkoi lumisodasta

Moni muutos alkaa kriisitilanteesta, jossa muutokselle ei ole vaihtoehtoa eikä sitä voi enää lykätä tulevaisuuteen.

Toimin Helsingin rakennus- ja ympäristötoimen apulaiskaupunginjohtajana vuosina 2003–2017, ja yksi monista vastuualueistani oli yleisten alueiden kunnossapito, jota käytännössä hoiti Helsingin kaupungin rakennusvirasto.

Kuten varttuneemmat muistavat, vuosituhannen ensimmäisellä vuosikymmenellä ei Helsingissä eikä etelärannikolla nähty lunta juuri lainkaan. Talvet olivat enimmältään mustia, ja sekä kaupunkilaiset että kaupungin lumiorganisaatio saattoivat jo hiukan tuudittautua ajatukseen, että ehkä tässä ei enää lunta nähdäkään, kun on tämä ilmastonmuutos ja kaikki.

Toisin kävi. Joulukuussa 2010 Helsinkiin satoi parissa päivässä puolisen metriä lunta. Rakennusviraston kapasiteetti nitisi liitoksissaan, ja kaupunkilaiset olivat erittäin tyytymättömiä kaupungin lumiosaamiseen – osittain ehkä aiheesta, osittain ehkä monen vuoden tottumisesta lumettomuuteen.

Kuten tyyppillistä poikkeustilanteissa, liikkeellä oli nopeasti myös urbaaneja legendoja: kaupunki oli kuulemma myynyt pois kaiken lumikalustonsa, kun oli uskonut hippien vouhkaamista ilmastonmuutoksesta. Kaupungin lumihemmot istuivat varikolla pelaamassa korttia tai pyörittelemässä peukaloitaan, kun kalustoa ei enää ollut. Koko Mannerheimintien pituudelta ei näkynyt ainuttakaan lumiauraa ja niin edelleen.

Kesti jonkin aikaa, ennen kuin oivalsin tämän huhun alkuperän. Helsingin kaupungilla oli ja on kai vieläkin käytäntönä myydä huutokaupalla pois käytöstä poistettua, vanhentunutta kunnossapitokalustoa. Huutokaupasta ilmoitettiin lehdissä keran vuodessa. Käsittääkseni huhu oli lähtenyt tästä liikkeelle.

Lumitöistä vastaavana apulaiskaupunginjohtajana sain tuon talven suoriutumisesta yli 500 sähköpostipalautetta, joista moni

oli ilmaisultaan verrattain värikästä. ”Mitä sä viherhörhö luulet näistä insinöörihommista tietäväsi? Mene takaisin radioon pitämään Yölinjaa.” Tämä oli lievemmästä päästä. Minut erotettiin tehtävästäni noin 25 kertaa ja vielä useammin kehoitettiin ”häpeämään”.

Viestien railakkuus oli tietysti ymmärrettävää. Kun veronmaksaja kaivaa autoaan lapsensa hiekkalapparilla kaupungin piiruttuaan auraaman lumivallin alta ja antaa toisella kädellä puhelimestaan palautetta kaupunginjohtajalle, tyyllilaji on helposti skaalan suorasukaisemmasta päästä.

Minun piti sitten virkamiehenä ratkaista: vastatako vai jättääkö vastaamatta viiteensataan sähköpostiviestiin? Tuolloin oli vielä vallalla koulukunta, jonka mukaan alatyyliseen palautteeseen ei pidä vastata, koska se saattaa vain vahvistaa lähettäjän asennetta ja tunnetilaa.

Ratkaisu oli nopea ja helppo. Kaupunkilaiset olivat työnantajani, ja työnantajan viesteihin on tapana vastata. Ellei virkamies vastaa työnantajan kysymyksiin, hän on pian entinen virkamies. Istuin sitten ilta- ja vähän yökaudetkin vastaamassa näihin satoihin viesteihin parhaani mukaan paremmalla tai huonommalla menestyksellä.

Yleisesti ottaen sain kuitenkin käsityksen, että kannatti vastata. Monet aggressiivista palautetta lähittäneet kommentoivat vastaustani jo huomattavasti asiallisemmin.

Ymmärsin, että usein kansalaisilla on päässään vahva tehtaan asetus, jonka mukaan julkishallinto on jonkinlainen Bermudan kolmio, jonne voi lähettää millaista tekstiä hyvänsä, kun ei kukaan sitä kuitenkaan lue saati sitten vastaa siihen. Kun joku sitten kuitenkin vastaa, keskustelu muuttuu kuin taikaiskusta kahden ihmisen väliseksi – ja aika harva kehtaa jatkaa alatyylistä viestintää toiselle ihmiselle.

Selvää silti oli, ettei ollut mitään järkeä kaupunginjohtajan istua yökausia sepittämässä satoihin yksittäisiin viesteihin yksittäisiä vastauksia. Se saattoi onnistua yhden lumisodan ajan, muttei missään tapauksessa soveltunut pysyväksi käytännöksi tässä uudessa maailmassa, jossa sähköisen palautteen lähettäminen viranomaisille ja päättäjille on nopeaa ja helppoa. Jotakin uutta piti keksiä.

Ja keksittiinkin. Seuraavana syksynä otin käyttöön Twitterin kaupungin viestintäkanavana, ja lumitöistä vastaava Rakennusvirasto teki samoin. Yritimme yhteistuumin kertoa ennen seuraavaa lumitalvea, millä periaatteilla kaupunki lumen aurauksen ja kuljetuksen hoitaa, missä järjestyksessä kadut aurataan ja niin edelleen. Rakennusviraston legendaarisesta some-viestinnästä kerron tuonnempana.

Ja kas ihmettä. Vaikka seuraava lumitalvi oli kaikinensa yhtä vaikea kuin edellinenkin, sain omaan sähköpostiini enää noin sata palautetta, ja mukana oli myös positiivisia viestejä – kiitoksia siitä, että kaupunki oli kertonut jo ennen talven tuloa, miten lumihommat on suunniteltu.

Varmasti osasyynä kritiikin vähenemiseen oli se, että kaupunkilaiset olivat jälleen tottuneet lumentuloon mustien talvien jälkeen ja sopeutuneet talviolosuhteiden aiheuttamiin hankaluuksiin.

Päättelin kuitenkin, että muutokseen vaikutti myös keskustelun siirtäminen yksittäisiin palautteisiin vastaamisesta monenkeskiseen vuorovaikutukseen. Kaupunkiorganisaatio oli tullut mukaan kaupunkiyhteisön keskusteluun.

Ymmärrys oli lisääntynyt molemmin puolin ja vastakkainasettelu vähentynyt. Kaupunkilaiset olivat oppineet jotakin kaupungin lumitöiden periaatteista ja toteuttamisjärjestyksestä, ja kaupunkiorganisaatio oli saanut aiempaa paremman käsityksen kaupunkilaisten tarpeista ja toiveista. Lumitöistä vastaavat virastot olivat myös parantaneet toimintaansa lumitalvien kokemusten pohjalta.

Lumisodan opetukset

Vuosien 2010–2011 lumikriisistä opin kantapään kautta seuraavat organisaatioviestinnän periaatteet:

- Jos alatyyliseen palautteeseen jaksaa vastata asiallisesti, palautteen lähettäjä muuttuu asialliseksi. Harva lähettäjä jaksaa jatkaa alatyylisiä kanssakäymistä kovin pitkään.

- Ihmiset sopeutuvat mihin tilanteeseen hyvänsä, jos he tietävät, miten vastuulliset tahot tilannetta hoitavat. Elleivät tiedä, he eivät sopeudu mihinkään.
- Yhdellä sähköpostilla tavoittaa yhden ihmisen – sosiaalisen median kautta tasan samalla vaivalla tuhansia tai, jos niikseen tulee, miljoonia.

Nämä opetukset pitävät edelleen paikkansa. Mutta pieni kertaus maailman ja sivilisaation viime vuosikymmenten muutoksiin on käsittääkseni edelleen aiheellinen.

Maailma kommunikaation vallankumouksen jälkeen

Elämme nyt maailmassa, joka on lyhyessä ajassa – noin neljännesvuosisadassa, pääosin ehkä viimeksi kuluneiden 15 vuoden aikana – käynyt läpi sivilisaation perusteita mullistaneen ja edelleen mullistavan kommunikaation vallankumouksen.

Vallankumous-sanan käyttö ei ole ylidramatisointia eikä liioittelua. Kysymys on nimenomaan vallan kumouksesta, jonka perinpohjaisuutta ei ole edelleenkään yleisesti ymmärretty.

Kommunikaation vallankumous on kaksijakoinen. Sen toinen puoli on tiedon vallankumous, toinen taas varsinainen viestinnän, kanssakäymisen, vuorovaikutuksen vallankumous. Ensimmäinen kumous näyttää tällaiselta:

Kommunikaation vallankumous 1

- Miltei jokaisella kansalaisella on taskussaan kaikki maailmassa julkaistu tieto.
- Tiedon monopoli on murtunut: julkishallinnon ja kansalaisten välinen kuilu on sulkeutunut.
- Viranomainen tai vallanpitäjä ei enää kykene valvomaan, mitä tietoa kansalaisille annetaan – ja erityisesti, mitä ei anneta.

Tiedon monopolin murtuminen

Julkishallinnolla ei enää ole eikä pitkään aikaan ole ollut tiedon monopolia. Hallinto ei enää voi perustua tiedon saatavuuden sääntelyyn. Kaikki julkishallinnon tuottama tieto on julkista ja avointa, ellei sitä ole jonkin lakipykälän nojalla määrätty salassa pidettäväksi. Salassapitopykälä on varsin vähän. Salassapito kattaa lähinnä yksityisyyden suojan, valtakunnan turvallisuuden ja liikesalaisuudet. Kaikki muu tieto on kenen tahansa käytettävissä ja hyödynnettävissä.

Kaupungit ovatkin avanneet ja avaamassa tuottamaansa dataa yleiseen käyttöön. Hyvä esimerkki tästä on Helsinki Region Infoshare (www.hri.fi).

Totuuden jälkeinen aika

Tiedon monopolin murtumisella on varjopuolensa. Kun tiedolla ei enää ole selkeää portinvartijaa, tietoa tai ”tietoa” on liikkeellä ääretön määrä ja lisää tulee kaiken aikaa logaritmisella kasvuprosentilla. Tiedon totuudenmukaisuuden kriteerit nitisevät liitoksissaan. Kokemusasiantuntemus ajaa usein perinteisen tutkimusasiantuntemuksen yli. Vanha habermasilainen ”paras argumentti voittakoon” -periaate alkaa näyttää aikansa eläneeltä: Kun lisää tietoa ja ”tietoa” tulee ulottuvillemme joka hetki ja kun keskusteluja on koko ajan käynnissä rajaton määrä, ei ole olemassa mitään korkeinta tuomioistuinta, joka määrittelisi väittämien ja uskomusten totuudellisuuden.

Antto Vihma, Jarno Hartikainen, Hannu-Pekka Ikäheimo ja Olli Seuri kirjoittavat erinomaisessa ja liian vähälle huomiolle jääneessä kirjassaan ”Totuuden jälkeen” näin:

”Viestintäteknologiset innovaatiot ovat aina johtaneet laajoihin yhteiskunnallisiin murroksiin. Kirjapainotaidon kehittyminen mursi kirkon vuosisataisen yksinoikeuden määritellä, mitä kirjoitettiin ja kenellä oli oikeus päästä pyhien tekstien äärelle. Erilaisten ajatusten ja ideoiden välittäminen helpottui, mikä laajensi käsitystä siitä, mitä ylipäätään pidettiin tietona. [- -] Kirjapainotaidon ja sanomalehdistön mahdollistama julkisuus oli silti avointa vain harvoille, ja tiedon portinvartijoiden valta säilyi suurena.”

Mutta nyt tilanne on kokonaan toinen.

”Internet mursi tämän vuosisataisen järjestyksen parissa vuosikymmenessä. Miljardit ihmiset ovat päässeet ajantasaisen ja monipuolisen tiedon äärelle. Datansiirron nopeutuminen ja helppokäyttöisten julkaisualustojen yleistyminen mahdollistavat kenelle tahansa miljoonien ihmisten huomion tavoittelun. Internetistä on kasvanut maailman suurin joukkojen tuottama kirjasto. Perinteisistä kirjastoista internetin kuitenkin erottaa se, ettei sisältöjä ole ollut valikoimassa, järjestämissä ja ylläpitämässä kriittisin silmin tietoa arvioivia ammattilaisia.”

”Nyt murros koskee sitä, kuinka asiantuntijuus ja tieto tulisi ymmärtää globalisoituneessa ja avoimessa tietoyhteiskunnassa, jossa tieto- ja informaatiovirrat ovat yhä keskeisempi osa ihmisten elämää ja yhteiskunnan toimintaa. Käynnissä oleva tieto-valtarakenteiden murros näyttäytyy perinteisen asiantuntijuuden ja valtainstituutioiden yhä vahvempana haastamisena. Hierarkkiset tietorakenteet toimivat huonosti aikana, jolloin tieto on avointa ja virtaa vapaasti. Tiedontuotannon paikat ja välineet ovat muuttuneen, media- ja viestintäympäristöt ovat muuttuneet. Niiden mukana koko yhteiskunnallinen julkisuus muuttaa muotoaan.”

Sanotaan, että internet on demokratisoinut tiedon: kaikilla on pääsy kaikkeen tietoon – mutta saman pesuveden mukana on mennyt tiedon luotettavuus. Yksilön omakohtaisten tuntemusten painoarvo on kasvanut tutkittuun tietoon verrattuna.

”Totuudenjälkeisyys kukoistaa siellä, missä julkisen keskustelun periaatteet hämärtyvät, asiantuntemusta halveksutaan ja tuntemukset hyväksytään sinällään, ilman kehystystä, suvereenina tulkintoina todellisuudesta.”

Onko peli siis menetetty? Onko enää mahdollista pitää yllä yleisiä tiedon totuudenmukaisuuden kriteerejä?

”Paluuta perinteisten tiedon portinvartijoiden hallitsemaan julkisuuteen ei ole näköpiirissä, joten tiedeyhteisöjen, asiantuntijaorganisaatioiden, viranomaisten ja median on löydettävä uusia keinoja ansaita luottamuksensa ja auktoriteettinsa.”

Tämä tarkoittaa suomeksi sitä, että tiedeyhteisöjen, asiantuntijoiden, viranomaisten ja median on kyettävä osallistumaan keskusteluun siellä, missä sitä käydään ja kyettävä perustelevaan näkemysensä parhaalla mahdollisella tavalla.

Vaikka väittämien ja uskomusten kriteerit olisivatkin internetin aikakaudella pirstaloituneet ja keskusteluforumien määrä räjähtänyt äärettömäksi, jotkut tiedon kriteerit ovat kuitenkin parempia kuin toiset. Painovoima on edelleenkin paras selitys sille, että kun päästän kiven kädestäni, se putoaa kohti maan keskipistettä. En ole havainnut kenenkään esittäneen vaihtoehtoista selitystä painovoimalle.

Tämä tietenkäin sillä edellytyksellä, että keskustelua voidaan käydä jollakin yhteisellä foorumilla. Mutta edelleenkin viimesijainen uskomuksen tai väittämän totuudenmukaisuuden kriteeri on tieteen parhaiden periaatteiden mukainen tutkimustieto, joka perustuu parhaan argumentin periaatteelle. Jürgen Habermasin ei tarvitse vielä kääntyä haudassaan, jossa hän ei tätä kirjoittaessani onneksi ole.

Kommunikaation vallankumous 2

- Miltei jokaisella kansalaisella on taskussaan tehokas joukkoviestintäväline.
- Kommunikaatio on vapautunut ennakkosensuurista.
- Jokainen voi olla oman mediansa vastaava päätoimittaja.

Kommunikaation vallankumouksen toinen osa on se varsinainen kommunikaation tai viestinnän vallankumous. Kumouksellista siinä on se, että vallanpitäjän tai viranomaisen harjoittama viestinnän ennakkosensuuri ei enää ole mahdollista. Ei kukaan eikä mikään mahti maailmassa pysty valvomaan tai estämään mitään viestiä, jonka katson perustelluksi lähettää seuraajakunnalleni sosiaalisessa mediassa.

Totta kai voin jälkikäteen joutua rikosoikeudelliseen vastuuseen lähettämistäni päivityksistä, jos joku niistä tekee tutkintapyyntöä. Mutta ennakkosensuuri ei enää ole mahdollinen.

On jotenkin tragikoomista seurata viime aikojen keskustelua siitä, että ”mitään ei enää saa sanoa”. Useimmiten kommentaattori on juuri äsken sanonut tasan mitä on halunnut sanoa. Mikään viranomainen ei ole estänyt häntä sanomasta ja käyttämästä omaa muotoiluaan. Hän on sanonut sen aivan vapaasti. Hän on vain loukkaantunut siitä, että hänen kommenttinsa on herättänyt normaalia keskustelua, jossa esiintyy myös kriittisiä näkemyksiä. Tämä kriittinen keskustelu on jokaisen vapaan, liberaalin, kansanvaltaisen yhteiskunnan peruskallio. Sitä suojelkaamme, verin varjelkaamme.

Monenkeskisyys, kaksisuuntaisuus, reaaliaikaisuus

Hallinnon viestintä on perinteisesti ollut ensi sijassa yksisuuntaista tiedottamista – kansalaisille lähetetään eri kanavien kautta tiedonantoja, joiden perusteella kansalaisten tulisi osata muuttaa käyttäytymistään uusien päätösten mukaiseksi tai muistaa noudattaa aikaisempia päätöksiä. Hallinnon kaksisuuntainen viestintä on ollut ensi sijassa yksilökohtaista palautteeseen reagoimista, oikaisuvaatimusten tai valitusten käsittelyyn liittyvää kirjeenvaihtoa tai kysymyksiin vastaamista.

Uudet kommunikaatiovälineet ovat lyhyessä ajassa avanneet maailman monenkeskiselle, kaksisuuntaiselle ja reaaliaikaiselle vuorovaikutukselle: viestit kulkevat useiden henkilöiden kesken dialogisesti molempiin suuntiin.

Tämä muutos on ihmiskunnan historiassa mullistava. Monenkeskistä, kaksisuuntaista vuorovaikutusta on tietenkin harrastettu aina, mutta se on rajoittunut fyysisiin tapaamisiin, kokouksiin ja muihin tilaisuuksiin, joihin osanottajien on pitänyt hankkiutua paikalle. Uudet digitaaliset viestintämahdollisuudet ovat nyt muuttaneet tämän maiseman perin juurin.

Entinen kirkonmäki, kauppatori, asukasilta tai kaupunkisuunnitteluviraston järjestämä kuulemistilaisuus on pääsääntöisesti vaihtunut virtuaaliseksi osallistumiseksi tietokoneen tai äly-

puhelimien välityksellä. Paitsi paikalle matkustamisen aiheuttaman vaivan katoamista, myös keskusteluun osallistumisen käytännön ongelmat ovat vähentyneet huomattavasti – virtuaaliseen keskusteluun voi jokainen osallistua milloin parhaiten sopii, eikä tarvitse odotella puheenjohtajan jakamaa suunvuoroa.

Kansalaiskeskustelua käydään lukemattomilla eri foorumeilla, ja uusia foorumeita nousee kaiken aikaa vanhojen tilalle. Keskustelun rajoittaminen ja hallitseminen ei enää ole mahdollista. Ainoa mahdollisuus vaikuttaa keskusteluun on osallistua siihen. Tämä koskee yhtä lailla yksittäisiä ihmisiä, yrityksiä ja julkishallintoa. Jos jollakin foorumilla esimerkiksi levitetään organisaation toiminnasta vääriä tietoja, ainoa tapa oikaista ne on mennä mukaan kyseiseen keskusteluun.

Parasta tietenkin on olla keskustelussa mukana jo ennen kuin mitään vääriä tietoja levitetään. Tämä edellyttää jonkinlaista käsitystä siitä, millä foorumeilla käydään julkishallinnon – kaupungin, kunnan, viraston, valtion eri toimijoiden – kannalta merkittävää keskustelua.

Jos tällaiset keskustelut halutaan löytää, ne kyllä löytyvät.

Julkishallinnon on tultava nähdyksi ja kuulluksi

Jokaisen missä tahansa keskustelussa ja millä tahansa foorumilla esitetyn puheenvuoron – olipa kyse yksilöstä tai organisaatiosta – ensimmäinen tarkoitus on tulla havaituksi ja kuulluksi.

Ellei puheenvuoroa havaita tai kuulla (sosiaalisessa mediassa lueta), sillä ei ole mitään merkitystä eikä vaikutusta. Kun puheenvuoro herättää reaktioita, kommentteja ja vastalauseita, se on onnistunut tarkoituksessaan. Puheenvuoron esittäjä saa silloin tilaisuuden vastata kommentteihin ja vastalauseisiin, ja keskustelu etenee.

Parhaassa tapauksessa keskustelu voi päättyä yhteisymmärryksen käsillä olevan ongelman ratkaisusta. Ellei tällaista yhteisymmärrystä synny, joka tapauksessa osanottajat ovat saaneet uutta tietoa tai uusia näkökulmia oman näkemyksensä muodostamiseen. Saattaa toki olla, että uusikin tieto voi pelkästään vahvistaa osanottajan aiempaa vakaumusta, mutta joka tapauksessa avoin

keskustelu antaa mahdollisuuden sen tarkistamiseen tai muuttamiseen.

Keskeinen ymmärrys tässä on se, että niin pieni kuin suurikin organisaatio on tasan samalla viivalla: pienimmänkin organisaation puheenvuoro on vaikutusvaltainen, jos se saa aikaan keskustelua. Suurimmankin organisaation puheenvuoro jää merkityksettömäksi tai jopa negatiiviseksi, ellei kukaan siihen reagoi. Jos organisaatio ei ole mukana yhteisessä keskustelussa tai jos sen puheenvuorot jäävät vaille vastakaikua, sen tulevaisuus on kyseenalainen.

Mitä kansalaiset edellä, sitä hallinto perässä

Kommunikaation vallankumouksen jälkeisessä maailmassa on tyypillistä, että kansalaiset oppivat käyttämään uusia viestinnän ja tiedon hankinnan mahdollisuuksia ennen hallintoa – ja joskus paljonkin ennen, kuten sosiaalisen median voittokulku osoittaa.

Kovin usein hallinto laahustaa aktiivisten kansalaisten perässä ja yrittää sekalaisin ja joskus vastahakoisin tuntein pysyä kartalla uusista sovelluksista.

Usein hallinto tekee myös sen virheen, että uusia kommunikaatiokanavia ajatellaan ensi sijassa teknologiana eikä niinkään sosiaalisena ilmiönä ja mahdollisuutena. Kuten Antti Syväjärvi ja Ville Kivivirta toteavat:

”Julkinen hallinto ja kunnat ovat vasta mukautumassa digitaalisen toimintatodellisuuden vaatimuksiin. Mukautuminen ilmenee sähköisen hallinnan rakenteissa ja prosesseissa, mutta ei vielä niinkään kehittyneenä, vuorovaikutteisena kuntien toiminnassa, hallinnassa ja johtamisessa.”

”Digitalisaation myötä uudistukset voivat olla nopeita, sillä kuntalainen tai joku globaali toimija saattaa kyetä paljon nopeampaan muutokseen kuin kunnan organisaatio. [--] Vaikuttaa siltä, että paikoin kuntaorganisaatiot tulevat digitalisaatiokehityksessä kuntalaisten jäljessä, joten kuntien on lähivuosina kurottava kuilua löytääkseen uudelleen haastettu toimijuutensa.”

Kommunikaatio menee menojaan – meidän kanssamme tai ilman meitä

Monessa organisaatiossa piilee tiedostamaton tai tietoinen asenne, jonka mukaan todellisuutta voitaisiin hallita rajoittamalla kommunikaatiota tai suorastaan pidättäytymällä siitä. Kommunikaatio on ikään kuin ylimääräinen rasite, joka on pois normaalista työstä, jota on ilmeikään aivan riittävästi. Kaksisuuntaisen, reaaliaikaisen, monenkeskisen vuorovaikutuksen pelätään tuovan lisää työtaakkaa – ei ainoastaan vuorovaikutuksen itsensä muodossa, vaan siitä mahdollisesti seuraavien lisäpalveluiden myötä. Asukkaat tai asiakkaat yleensä valittavat jostakin tai vaativat jotakin, pöydälle kasaantuu aina lisää selvitettävää ja vastattavaa, ja ylitöiksi menee.

Tämä asenne kannattaa viimeistään nyt tunnistaa ja kääntää nurin. Vuorovaikutus tuo julkishallinnon organisaation – ja minäkä hyvänsä organisaation – käyttöön valtavan resurssin: koko yhteisön osaamisen ja kapasiteetin. Yhteisön aivot ovat sen jäsenten aivot. Kommunikaatio ja sosiaalinen media voivat yhdistää ne superaivoiksi, jotka etsivät ja löytävät ratkaisut kaikkiin ongelmiin. Vuorovaikutus myös lisää vastaavasti kansalaisten ymmärrystä hallinnon toimintaa ohjaavista sopimuksista ja periaatteista, ja ymmärryksen lisääntyminen vähentää tarvetta ärtyneisiin yhteydenottoihin tulevaisuudessa.

Todellisuutta voidaan hallita vain kommunikoimalla, ei rajoittamalla kommunikaatiota. Tai voimmehan me sitä tietysti yrittää rajoittaa, mutta siinä tapauksessa todellisuus menee joka tapauksessa omia menojaan ilman meitä.

Paluuta entiseen ei ole

Joskus kuuluu vielä eri puhujien ja kirjoittajien rivien välistä toivetta, että tämä sosiaalisen median hössötys menisi kohta ohitse kuin jojo, hulavanne ja muut muotivillitykset ja yhteiskunta voisi vielä jonakin kauniina päivänä palata perinteiseen, turvalliseen toimintakulttuuriin, jossa ihmiset eivät häiritseisi organisaatioiden toimintaa.

Ei se mene, eikä paluuta ole. Tätä henkeä ei mikään mahti enää saa tungetuksi takaisin lamppuun. Jotkut yksinvaltiaat ja diktatuurit

voivat sitä aikansa yrittää, mutta se on tappioon tuomittua viivytystaistelua. Avoin kommunikaatio löytää aina tiensä pienestäkin raosta.

Kohut ja mainetappiot vältetään vain osallistumalla keskusteluun

Osallistuminen kansalaiskeskusteluun eli nykyään sosiaaliseen mediaan on julkisen sektorin jos ei nyt henki- niin ainakin tapaturmavakuutus myös maineenhallinnan kannalta. Jos organisaatio on aktiivisesti mukana keskustelussa, erilaisten kohujen ja niistä johtuvien mainetappioiden todennäköisyys vähenee.

Organisaation ainoa tapa ennaltaehkäistä kohut ja mainetappiot on olla mukana keskustelussa siellä, missä sitä käydään. Luottamus rakennetaan hyvän sään aikana. Ellei sitä ole onnistuttu rakentamaan ennen kohua, maineenhallinta kohun keskelä on tuomittu epäonnistumaan.

Some-kohu voi syntyä muutamassa sekunnissa ja leviää kulovalkeana. Sen pysäyttäminen mahdollisimman varhaisessa vaiheessa on organisaation maineen kannalta elintärkeää.

Nettikohut perustuvat yleensä siihen syvälle juurtuneeseen ja laajalle levinneeseen vakaumukseen, että hallinnolta ja virkamiehiltä voidaan odottaa minkälaisia idioottimaisuuksia hyvänsä. Mitä järjettömämpi esimerkki hallinnon mielivallasta netissä kerrotaan, sitä hanakammin osa kansalaisista pitää sitä totuutena.

Sosiaalisessa mediassa on onneksi tägäystoiminto, joka välittää asianomaiselle tiedon siitä, että hänet tai hänen edustamansa taho on mainittu jossakin keskustelussa. Ellei merkkaustietoa tule, joku ystävällinen käyttäjä kyllä nykäisee asianomaista. Väärän tiedon oikaisussa tai kerrotun tapauksen selittämisessä on joskus kyse sekunneista: sosiaalisessa mediassa huhu lähtee salamana kiertämään sitä mukaa, kun käyttäjät sen lukevat, pöyristyvät ja jakavat siltä istumalta edelleen.

Vain kriittinen palaute vie eteenpäin

Vaikka julkishallinto (tai meistä jokainen) voi kokea yhä vilkkaamman palautteen ylimääräisenä rasitteena ja usein kokeekin,

suunta on väistämätön. Tiedon saatavuuden ja avoimuuden paraneminen lisää myös kriittistä palautetta, ja sen kanssa on julkisyhteisöjen yksinkertaisesti pakko oppia elämään ja kääntämään se rasitteesta resurssiksi.

Tämä puolestaan edellyttää sitä, että viestintä ja vuorovaikutus nähdään kaiken työn olennaisena osana, ei erillisenä tai ylimääräisenä velvoitteena. Kun toiminta on joka tapauksessa yhä läpinäkyvämpää, myös toiminnan perusteiden tulee olla läpinäkyviä – ja ne tehdään läpinäkyviksi viestinnällä ja vuorovaikutuksella.

Kriittisen palautteen aiheuttamaa tuskaa saattaa helpottaa se havainto, että etenkin julkisissa palveluissa vain puutteet ja laiminlyönnit herättävät käyttäjien huomiota. Niin kauan kuin kaikki menee hyvin ja palvelu toimii odotusten mukaisesti, se ei herätä mitään kiinnostusta tai herättää vain poikkeuksellisesti, kun joku hyväsydäminen kansalainen havahtuu huomaamaan julkisten palveluiden kattavuuden ja kaikesta huolimatta korkean laadun.

Tyytymättömästä palautteesta syntyy helposti vääristynyt käsitys, että mikään ei toimi ja kaikki on pielessä. Tämähän ei lainkaan pidä paikkaansa. Negatiivisuusharha syntyy siitä vääjäämättömästä lainalaisuudesta, että vain normaalista poikkeava tapaus on uutinen. Otsikot kertovat onnettomuuksista, virheistä ja epäonnistumisista, eivät normaalista suunnitelman mukaisesta toiminnasta.

Mutta tästä pitää palautteen vastaanottajan alituisesti itseään muistuttaa jo oman motivaationsa ja mielenrauhansa ylläpitämiseksi.

Johtaminen on viestintää

Johtajan persoona on jokaisen organisaation keskeinen resurssi. Johtajan tehtävänä on viestiä omilla kasvoillaan organisaation strategisista valinnoista – ei joka aidanseipästä vaan strategisista ratkaisuista. Totta kai viestintä voidaan aina delegoida viestintäyksikölle, mutta tällöin menetetään olennainen resurssi eli johtajan persoona. Jokainen organisaatio voi miettiä, onko tällaiseen valintaan varaa.

Hyviä, tai huonoja, esimerkkejä johtajan merkityksestä viestintäresurssina on nähty vuoden 2019 aikana ainakin kaksi: Posti

Groupin ja Veikkauksen toimintaan kohdistuneet kohut. Postin osalta kyse oli toisaalta johdon kohtuuttomiksi koetusta palkitsemisesta ja toisaalta valtionyhtiön pyrkimys siirtää entuudestaan pienipalkkaisia työntekijöitä vielä pienipalkkaisemman työehtosopimuksen piiriin, Veikkauksen osalta taas peliongelmaisten ja erityisesti peliautomaatteja käyttävien asema.

Molemmissa tapauksissa toistui sama toimintatapa. Yhtiön toimitusjohtajia oli selvästi vaikea saada kertomaan tilanteesta julkisesti, eikä hallitusten puheenjohtajakaan liiemmästi julkisuudessa näkynyt. Tämän menettelyn voisi hyvällä tahdolla ymmärtää yksityisen yrityksen kohdalla, mutta kun kyseessä olivat kansalaisten yhteisesti omistamat valtionyhtiöt, asia on kokonaan toinen.

Millainen olisi mahtanut olla molempien yhtiöiden mainetta vakavasti heikentänyt prosessi, jos johto olisi jo hyvän sään aikana rakentanut luottamusta yhtiön arvoihin ja toimintakulttuuriin sosiaalisessa mediassa?

Veikkaisin (sic), että jos organisaatioiden johto olisi jo aiemmin ollut läsnä sosiaalisessa mediassa tai muissa viestintäkanavissa ja rakentanut luottamusta organisaatioon jo ns. rauhan aikana, kriisiviestintä olisi ollut huomattavasti helpompaa ja tuloksellisempaa. Jos luottamusta ei ole rakennettu normaalissa arjessa, sen rakentaminen kriisitilanteessa on mahdotonta.

Sosiaalisen median käyttö: avoimia kysymyksiä

Joukkoistaminen on aikamme avainkäsitteitä. Niinpä kysyin lokakuussa 2019 seuraajiltani Twitterissä, mitä asioita olisi tässä kirjassa erityisesti tarpeen ottaa esille.

Vastauksia tuli muutamassa päivässä runsaasti niin julkishallinnon työntekijöiltä kuin yksityishenkilöinäkin twiittaajilta. Alla satunnainen valikoima saamiani vastauksia, jotka antanevat jonkinlaisen käsityksen suomalaisten sosiaalisen median käyttäjien kokemuksista, näkemyksistä ja huolista. Jotteivät pyytämäni kommentit tulisi ohitetuiksi, vastaan jokaiseen lyhyesti. Toivottavasti keskustelu valaisee.

”Voiko/uskaltaako julkishallinnon virkamies tai työntekijä tuoda omalla nimellään julki poliittista ja yhteiskunnallista maailmankuvaansa sosiaalisessa mediassa? Ja jos uskaltaa, niin kuinka suorasanaisesti ja kärjekkäästi hän voi sen tehdä? Missä menisi raja?”

– Organisaation kannattaa sopia tästä pelisäännöt. Olennaista on, että työntekijä ei toimi organisaation etujen ja tavoitteiden vastaisesti. Tietysti voidaan ajatella, että jos organisaatio luottaa työntekijään siinä määrin, että on ottanut hänet töihin, häneen voisi luottaa myös sosiaalisen median käyttäjänä.

”Yksi uusi näkökulma voisi myös olla se, että todellisuudessa moni aikojen saatossa jo ’pelannut läpi’ varsinkin FB:n ja Twitterin. Ollut mukana aikansa, vuosiakin, ja itselleen merkityksettömäksi havainnut. Ts. ’Miksi et vielä ole’ -mantran sijaan ’miksi et enää ole?’”

– Varmaan nykyään jo näinkin. Sosiaalinen media ei enää ole uusi ilmiö. Mutta kirjo on laaja: jotkut eivät ole vielä aloittaneet somen käyttöä, jotkut käyttävät sitä passiivisemmin ja toiset aktiivisemmin, ja jotkut ovat ehkä jo kyllästyneet koko touhuun. Mutta julkishallinnon kannalta some on edelleen tärkeä viestintäalusta, ja on vaikea kuvitella, että tilanne tästä ratkaisevasti muuttuisi.

”Viestintä niin somessa kuin toimitetussa mediassa on myös parhaimmillaan toteutuessa strategisen vallankäytön ytimessä. Sitä ei kannata luovuttaa viestintäihmisille.”

– Kyllä. Erityisesti on tärkeää, että organisaatioiden johtajat näkevät roolinsa keskeisenä viestintäresurssina.

”Some pitää nähdä mahdollisuutena, ei ainoastaan viestimiseen, vaan myös dialogiin ja asiantuntijuuden vahvistamiseen ja auktorisoimiseen. Dialogin käyminen lisää ymmärrystä ja luottamusta, puolin ja toisin. On siis tärkeää keskustella siellä missä ’kahvipöydät’ on.”

– Kyllä. Tämä perustelee myös edellisen kohdan.

”Julkishallinnon viranhaltijan sananvapaus koskee myös somea. Tästä näyttää ajoittain olevan epäselvyyttä. Toisaalta punnittava työntekijän lojaliteettivelvoitetta, josta voi tulla rajoitteita. Mutta sananvapaus sisältää myös oikeuden kritisoida omaa työnantajaa julkisesti.”

– Tässä olennaista ovat yhteisesti sovitut säännöt ja yhteinen toimintakulttuuri.

”Voiko/uskaltaako julkishallinnon virkamies tai työntekijä tuoda omalla nimellään julki poliittista ja yhteiskunnallista maailmankuvaansa sosiaalisessa mediassa? Ja jos uskaltaa, niin kuinka suorasanaisesti ja kärjekkäästi hän voi sen tehdä? Missä menisi raja (esimerkki)?”

– Kuten edellä.

”Miten kannustetaan virkamiehiä ottamaan paikkansa julkisessa keskustelussa: monelle Twitter saattaa näyttäytyä kinasteluna, epäasiallisena keskusteluna ja maalittamisena. Moni viestintämyönteinen virkamies ei välttämättä uskalla lähteä mukaan. Hyviä, kannustavia esimerkkejä esiin.”

– Tuonnempana esitän muutamia hyviä, kannustavia esimerkkejä.

”Myös rohkaisua siihen, että vaikka työelämän tahti on kiihtynyt kaikkialla, somen ei tarvitse hallita elämää 24/7 tai olla taakka muiden töiden lisäksi. Se voi tukea omaa työtä, oman asiantuntijuuden ja verkoston kasvattamista. Ennen kaikkea se on enemmän mahdollisuus kuin uhka.”

– Ei lisättävää.

”Itse olettaisin, että suurena esteenä on myös riskit. Kun muotoilet yhden twiitin huonosti ja se ymmärretään vieläpä tahallaan mahdollisimman väärin, voi olla työpaikka katkolla.”

– Vaatii kyllä melko dramaattisen huonon muotoilun, jos yhdestä twiitistä on työpaikka katkolla. Jälleen yhteiset säännöt ja yhteinen toimintakulttuuri avainasemassa.

”Voiko hallinnossa työskentelevä blokata?”

– Itse olen aina välttänyt blokkaamista, mutta jatkuvaa aggressiivista hyökkäystä tai nimittelyä ei tietenkään tarvitse loputtomiin sietää. Aina kannattaa kuitenkin yrittää vastata asia edellä. Yllättävän usein aggressiivinen kommentoija muuttuu asialliseksi saadessaan asiallisen vastauksen.

”Julkishallinnon edustaja yksityishenkilönä.”

– Kannattaa mahdollisuuksien mukaan olla yksi ja sama persoona sekä töissä että siviilissä. Ei välttämättä helppoa, mutta se on viime kädessä ainoa lopullinen ratkaisu tähän ongelmaan.

”Dialogia, asiakkaiden palvelua, tärkeiden teemojen nostoa, tietoisuuden parantamista, tutkitun tiedon esiin nostamista.”

– Tästä on kysymys.

”Ole oma (virka-)jitsesi. Tee sitä, miksi tulit someen. Vastaa kun kysytään. Valitse taistelusi. Älä ruoki trolleja. Älä blokkaa mielipiteen vuoksi. Näe yli oman kuplasi. Jokainen kuvaton seuraaja ei ole botti, eikä jokainen kriitikko ole kommari, fasisti tai putintrolli.”

– Hyvää osviittaa.

”Muiden hallinnassa olevan median käyttö yhteiskuntamme kannalta tärkeän tiedon jakamisessa ja kansalaisten ohjaaminen käyttämään ja luottamaan näihin ’palveluihin’ voi olla riski (vaikka vaikuttaisi hyvinä ja vakaina aikoina helpolta, halvalta ja tehokkaalta).

– Tämä on epäilemättä yksi sosiaalisen median ja kaikkien viestintäalustojen ratkaisematon kysymys. Internetin ”keksijä” Tim Berners-Lee vaati taannoisessa puheessaan netin vahvempaa yhteiskunnallista regulaatiota. Tämä jää nähtäväksi. Euroopan unionin GDPR-asetus on jo pieni askel tällä tiellä.

”Sometoiminta on strategista. Nykyisenä disinformaation ja valeutisten sekä mutuilun aikana voi jo pitää viranomaisen velvollisuutena viestiä myös somessa aktiivisesti. Vihapuhe ja maalittaminen yms. pitää ottaa vakavasti ja suunnitella tuki henkilöstölle niissä tilanteissa.”

– Sometoiminta, kuten viestintä ylipäättään, on mitä suurimmassa määrin strategista toimintaa. Organisaatioiden on kyettävä tukemaan työntekijöitä selviytymään vihapuheesta ja maalittamisesta.

”Kuplautumisen riski vaanii tässäkin. Toivotetaan uutta porukkaa, esim. kuntakentältä ja muutenkin laajemmin mukaan!”

– Kuplautumisen riski on aina olemassa, kun suljemme toisia ihmisiä piirimme sisäpuolelle ja toisia ulkopuolelle. Erilaiset näkemykset ja mielipiteet eivät ole kestävä syy ulkopuolelle sulkemiseen.

”Miksi julkishallinto käyttää somea pääosin vain yhteen suuntaan – tiedottamiseen?”

– Tätä sopii kysyä. Ei somen käyttö yksisuuntaiseen tiedottamiseen ole väärin, mutta jos sitä käytetään ainoastaan siihen, kyse ei ole enää sosiaalisesta mediasta.

”Dialogi ja kaksisuuntaisen viestinnän merkitys erityisesti.”

– Ks. ed.

”Some pitäisi ymmärtää julkishallinnon ihmisten arkiseksi työkaluksi/toimintaympäristöksi. Vielä on paljon avartamista sekä julkishallinnon toimijoiden että kansalaisten asenteissa. Ei ole yhtä somea. On erilaisia alustoja ja laaja kirjo toimintatapoja ja genrejä.”

– Juuri näin. Siksi kirjoitin tämän kirjan.

”Että jos siellä somessa ovat, niin vastaisivat oikeasti, muillekin kuin heitä kehuville. Olen paljon twiitannut julkishallinnolle asiaa ja tärkeääkin asiaa. Yleensä ei saa koskaan mitään vastausta eikä keskustelua.”

– Sosiaalisen median pitää olla kaksisuuntaista, muuten se ei ole sosiaalista.

”Luo julkisorganisaatiollesi omat some-pelisäännöt. Tilanetajua aina ja sopivassa määrin huumoria. Oikaise väärät väitteet, mutta älä jää väittelemään, ole rehellinen. Tunnista, mitä organisaatiostasi puhutaan somessa (tekoäly). Ole ylpeä organisaatiostasi ja sano se kun aihetta.”

– Hyviä ohjeita.

”Miten erottaa hallintominä ja siviiliminä? Pitänee valita jompikumpi lähestymistapa sosiaalisen median käyttöön ettei mene vallan sekamelskaksi.”

– Tämä kysymys askarruttaa monia somen käyttäjiä. Viestintä voi olla persoonallista ilman, että tarvitsee avata yksityiselämänsä julkisuudelle.

”Tee sisällöt vastaanottajille, älä organisaatiolle. Panosta vuorovaikutukseen ja ole valmis kestämaan kaikenlaiset äänenpainot. Hyödynnä Twitteriä reaaliaikaisena häiriöviestinnän kanavana. Kannusta virkahenkilöt Twitteriin – yksilötaso toimii monesti paremmin kuin organisaatiotaso.”

– Organisaatio tarvitsee kasvot. Johtaja on keskeinen viestintäresurssi. Ellei johtaja ole aktiivinen sosiaalisessa mediassa, tämä resurssi hukataan.

”Kuinka paljon Twitter-tilin päivittäjä voi panna persoonallisuutensa peliin?”

– Ks. edellä.

”Kohupelko ja ajankäytön (24/7) haasteet tuntuvat olevan monelle esteitä matkalla someen. Näiden selättämiseksi kun tarjoat konkreettisia ohjeita, niin otamme kirjasi omassa organisaatiossa heti hyötykäyttöön.”

– Kohuja ennaltaehkäistään olemalla mukana keskustelussa ja hyvän sään aikana. Näin organisaatio (tai miksei yksityishenkilökin) rakentaa luottamusta, jonka pohjalta on mahdollista harjoittaa menestyksellistä kriisiviestintää kohun kohdatessa. Luottamuksen rakentaminen vasta kriisin keskellä on myöhäistä.

”Julkisille organisaatioille toimintaohjeet sen varalle, että työntekijä joutuu somevihan kohteeksi työstä somettaessaan. Silloin ei pidä jäädä yksin! Ohjeet myös vihamielisen vaikuttamisen/informaatiovaikuttamisen varalle ja tunnistamiseen.”

– Nimenomaan somettajaa ei pidä jättää yksin. Siksi organisaation puolesta somettaja tarvitsee tuekseen tiimin, jonka kanssa vaikeita tilanteita voidaan käydä läpi. Vihamieliseen vieraan vallan informaatiovaikuttamisen tunnistamiseen ei asiantunteukseni riitä.

”Kannattaa kokeilla erilaisia somepalveluita ja päättää, mikä itselle sopii parhaiten. Ei tarvitse olla läsnä 24/7. Somea voi käyttää ammatillisesti eikä yksityiselämästä tarvitse tehdä julkista. Kaikkien ei tarvitse olla somessa, mutta on hyvä ymmärtää, että monet asiakkaat ovat.”

– Kenenkään yksittäisen henkilön ei tarvitse olla läsnä 24/7, mutta organisaation on hyvä päästä kiinni potentiaaliseen mainetappioon mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Tekoäly tarjoaa tällaiseen päivystykseen koko ajan parempia mahdollisuuksia.

”Some pölyyttää viranomaisten asemaa ja asennetta aina oikeassa olevana ja ilman vuorovaikutusta pärjäävänä kasvottomana toimijana. Täällä täytyy puhua kuin ihminen ihmiselle.”

– Kyllä: ihminen molemmissa päissä viestintäkanavaa.

”Viestinnän lisäksi kannattaa huomioida sosiaalisen median kautta saatava ymmärrys. Miten some-dataa voidaan hyödyntää julkishallinnon kehittämisessä ja johtamisessa. Lisäksi miten some- viesteihin voidaan reagoida seurannan ja analytiikan avulla.”

– Kyllä. Viestintä ja ymmärrys kulkevat käsi kädessä.

”Esille persoonat, ei auktoriteetti. Hallinnon ja virallisuuden sijaan arkisuus ja epävirallisuus. Kyse on mielipiteiden ja asenteiden muokkauksesta. Siksi vero- yms. auktoriteetit voivat onnistua hyvin.”

– Kyllä. Hierarkkisuus ei nykymaailmassa enää toimi. Organisaatioiden on kyettävä avaamaan toimialaansa kuuluvia asioita arkikielellä ja persoonallisesti.

”Kannusta keinoksi kohdata, kuulla, nähdä, jakaa asiantuntijuutta, verkottua kuplissa ja/tai laaja-alaisesti. 10 vuotta dialogia kentän kanssa ja somesta tullut mm. nopean tilannekuvan monikanavainen antaja ja tilaisuuksien oivalluksien tallentaja.”

– Sama kokemus.

”Sitä voisi pohtia, että sanoma pitää tuoda esiin mielenkiintoa herättävästi. Pelkät faktat, virkamieskieli jne. eivät somessa riitä. Mielikuvitusta, huumoria ja uskallusta mukaan!”

– Täsmälleen näin!

”Vuorovaikutus yleis-/selkokielellä, hallinnon prosessien ymmärrettäväksi tekeminen ja läpinäkyvyyden lisääminen. Somealustat tarjoavat ylipäätänsä hyvän mahdollisuuden lisätä oikeaa dialogia kansalaisten ja viranomaisen välillä.”

– Hyvin muotoiltu.

”Organisaation, myös julkishallinnon, kannattaa määrittää tavoitteensa ja sitten realistisesti resursoida se. Onko tavoite antaa tietoa, olla vuorovaikutteinen, vaikuttaa mielipiteisiin (miksi, kenen, mihin suuntaan)? Viralliselle organisaation tilille riittävän iso ylläpitotiimi.”

– Niin kannattaa. Ja some-tilin hoitajaa ei koskaan pidä jättää yksin kohun riepotehtavaksi.

@rakennusvirasto: ankeuttajasta lyhdyntajaksi

Helsingin kaupungin rakennusvirasto on monen helsinkiläisen muistoissa pimeässäkin loistava esimerkki rohkeasta julkishallinnon viestinnästä.

Rakennusvirastoa ei enää ole, sillä se sulautettiin Kaupunkiympäristön toimialaan Helsingin kaupungin siirtyessä toimialaja pormestarimalliin 1. kesäkuuta 2017. Rakennusviraston Twitter-profiili ehti kuitenkin polkea latua myös muun julkishallinnon viestinnälle niin kuntien ja kaupunkien kuin valtionkin organisaatioissa. Kun @rakennusviraston merkitys sosiaalisen median laajemmalle käyttönotolle julkishallinnossa oli epäilemättä melkoinen, käyn tässä lyhyesti läpi tapausten kulun ja näytän pienen valikoiman esimerkkejä viraston Twitter-päivityksistä.

Rakennusviraston julkikuva ei vuonna 2011 ollut kaksinen. Virastoa kutsuttiin yleisesti ”ankeuttajavirastoksi”. Kuten edellä kerroin, kaupunkilaisten mielestä viraston suoriutuminen edellistalven lumitöistä jäi kauniisti sanottuna arvosteluasteikon alapäähän.

Eikä tässä kyllin. Virasto oli myös lupaviranomainen: Jos halusit järjestää jonkin tapahtuman yleisellä alueella, puistoissa, toreilla

tai kaduilla, jouduit hakemaan tähän lupaa rakennusvirastolta. Lupaviranomainen saattaa aina olla myöntämättä lupaa tai jos myöntääkin, voi liittää lupaan kaikenlaisia ikäviä velvoitteita, kuten tapahtuma-alueen siivoamisen tilaisuuden päätyttyä.

No, ankeuttajaviraston kanssa mietittiin tilannetta ja todettiin, että tästä ei varmaankaan paljon syvemmälle voida vajota. Päätettiin kokeilla, olisiko sosiaalisen median käyttöönosta jotakin hyötyä viraston julkikuvalle ja viestinnälle. Ei ollut juurikaan menetettävää. Päätettiin siis perustaa rakennusviraston Twitter-tili.

Jonkin sallimuksen armosta muuan viraston tiedottaja ilmoitautui vapaaehtoiseksi @rakennusviraston Twitter-tilin hoitajaksi. Tämä oli onnekas sattumus. Tilin hoitaja onnistui lyhyessä ajassa luomaan humoristisen, itseironisen ja ehkä jonkin verran ärsyttävyyden rajan harmaalla vyöhykkeellä operoivan rooli-hahmon, joka herätti nopeasti niin kaupunkilaisten kuin perinteisen mediankin kiinnostuksen.

Miten organisaation some-tiliä valvotaan?

@rakennusvirasto-tiliä Twitteriin perustettaessa mietittiin tovi, miten sen sisältöjä voitaisiin valvoa. Ainahan oli mahdollista, että tili alkaisi elää omaa elämäänsä ja pahimmassa tapauksessa irtautuisi kaupungin ja viraston strategioista ja tavoitteista.

Tätä ei kuitenkaan tarvinnut pitkään miettiä. Nopeasti kävi selväksi, ettei tällainen valvonta ole mitenkään mahdollista. Sosiaalinen media on niin nopeatempoista, ettei mikään valvontakomissio ehdi siinä pysyä mukana.

Ainoa mahdollisuus oli luottamus – luottamus siihen, että tilin hoitaja tekisi työnsä vastuullisesti eikä lähtisi sooloilemaan. Jos ongelmia ilmenisi, niihin puututtaisiin sitten tilanne kerallaan.

Sellaisia ongelmia ei juuri tullut, joihin olisi pitänyt puuttua. Jonkin kerran lähetin tilin hoitajalle privaattiviestiä, ettei hedelmättömiin keskusteluihin kannata jäädä jänkkäämään, mutta siinä kaikki.

Seuraavassa muutama esimerkki @rakennusviraston Twitterpäivityksistä – ei ehkä Greatest Hits -kokoelma, mutta se varmasti antaa jonkinlaisen käsityksen viraston viestintäkulttuurista.

Helsingissä ja ehkä muissakin kaupungeissa niin sanotut A-ständit eli siirrettävät, kokoon taitettavat mainostelineet olivat jatkuva riesa. Liikkeet sijoittivat telineitä jalkakäytävälle niin, että ne vaikeuttivat kulkua ja aiheuttivat erityisesti näkövammaisille hankaluuksia. Lopulta kaupunki päätti, että telineitä saa sijoittaa korkeintaan 80 senttimetrin etäisyydelle liikerakennuksen seinästä.

Rakennusvirasto kävi määräyksen voimaan tulon jälkeen asianmukaisella tarkastuskierroksella ja totesi, että muuan Aleksanterinkadun vaateetusliike oli kuuliaisesti noudattanut uutta määräystä.

 **Rakennusvirasto**
@Rakennusvirasto

Esimerkki oikein sijoitetusta mainostelineestä. Ostakaa talvitakkinne tuolta! #esteettömyys #helsinki

← ↻ ☆ ...



RETWEETS 14 FAVORITES 37

9:42 AM - 22 Oct 2014

Odotin, että jokin taho tulee heti lankoja pitkin kysymään, millä oikeudella kaupunki mainostaa yhtä yritystä muiden kustannuksella. Mitään yhteydenottoja ei kuitenkaan tullut, ja todennäköisesti tämä päivitys levitti tehokkaasti sanaa uudesta määräyksestä.

Toinen iänikuinen murheenkryyni Helsingissä – ja varmaan monessa muussakin kaupungissa – on katujen suolaus talvisaikaan.

En tässä lähde avaamaan suolauksen ongelmia, mutta @rakennusvirasto antoi tiedotteen penkkariajelujen reitistä. Virasto oli päättänyt kokeilla vaihtoehtoa suolaukselle.



Rakennusvirasto

@Rakennusvirasto

Olemme saaneet kritiikkiä katujen suolauksesta. Ok, tänään kokeilemme sokeria. Testireitti kuvassa. #penkkarit #helsinki



LUDELLEENTWITTAUKSET TYKKÄYKSET

410

1 977



8.00 - 16. helmikuuta 2017

21 410 2,01

Minultakin kesti muutaman sekunnin, ennen kuin tajusin vitsin. Olin ilmeisesti täysin valmis uskomaan, että sokerikokeilu oli oikeasti talvikunnossapidon uusi avaus.

Seuraava twiitti oli ehkä uskaliaimpia lumipäivitysten sarjassa – ja myös nerokkaimpia. Lumiauraa odottavalta kansalaiselta kesti ehkä muutaman sekunnin, ennen kuin huumori aukesi.



Rakennusvirasto

@Rakennusvirasto

Varoitellaan mekin: Lunta tulossa, paljon. Liikenteessä vaikeuksia. Sinun kotikatusi aurataan taas viimeisenä. #talvi #lumi #helsinki

UUDELLEENTWITTAUKSET TYKKÄYKSET

342

978



16.26 - 7. marraskuuta 2016

↩ 21

↻ 342

♥ 978



Viranomaisia moititaan usein liiallisesta varovaisuudesta: byrokratti ei uskalla tehdä mitään poikkeuksia pykälistä tai määräyksistä, olivat ne kuinka älyttömiä hyvänsä, kun siitä saattaa joutua edesvastuuseen. @rakennusvirasto päätti avata asiaa Twitterissä.



Rakennusvirasto

@Rakennusvirasto

Miksikö virkamies (yli)varovainen? Nyt: meiltä haetaan korvausta siitä, että koira törmännyt koirapuistossa valotolppaan. #helsinki



RETWEETS

480

FAVORITES

278



1:13 PM - 7 Jan 2015

Tilanne oli ilmeisesti ollut sellainen, että kansalainen oli vienyt lemmikkinsä koirapuistoon ja päästänyt sen juoksemaan vapaasti, jolloin raukka oli juossut päänsä pahki lyhtypylvääseen. Vamma oli vaatinut paikkausta eläinlääkärissä, ja kansalainen oli lähettänyt laskun kaupungille. Valotolppa oli ollut väärässä paikassa. Laskua ei tiettävästi maksettu, mutta jälleen saatiin kerrotuksi kuvaava esimerkki kaupungin virkamiesten moninaisista haasteista.

Edelleen: Rakennusvirasto oli julkaissut tutkimuksen kaupungin puistopuiden lahottajasienistä ja -kävistä. Twitter-tili riensi innokkaasti tiedottamaan julkaisusta omalla väärentämättömällä tyylillään.



Rakennusvirasto
@Rakennusvirasto

Helsingissä havaittuja: karstasyylä, verinahakka, ryppynahakka ja pörrökääpä. Ei, eivät ole sukupuolitauteja.
hel.fi/static/hkr/jul...

View translation

Reply Delete Favorite More

16 RETWEETS 2 FAVORITES

1:10 PM - 8 Feb 13

Ja lopuksi ehkä legendaarisin @rakennusviraston Twitter-päivityksistä. Muistatte ehkä muutama vuosi sitten sen juhannuksen, joka oli kylmempi kuin edellinen joulukuukuu. Rakennusvirasto otti tilaisuudesta vaarin ja ilmoitti valmiudestaan palvelukseen pari päivää ennen juhannusta.



Rakennusvirasto

@Rakennusvirasto

Olemme valmiina. #sää #helsinki #juhannus

Reply Delete Favorite More



RETWEETS
1,143

FAVORITES
705

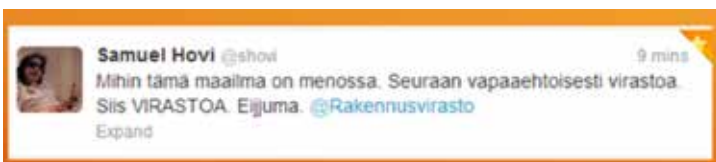


11:29 AM - 17 Jun 2014

Flag media

Hauskaa – mutta kannattaa huomata viraston rohkean viestinnän syvempi merkitys: myös julkishallinto voi viestiä persoonallisesti ja parhaassa tapauksessa luoda kiinnostavan viestintäkanavan, jota ihmiset käyvät seuraamassa vapaaehtoisesti ja omasta halustaan. Kun yleisön kiinnostus on saavutettu, sen huomioon on mahdollista saada myös arkisia, kaupungin toiminnan moninaiisiin rutiineihin liittyviä viestejä ja tiedotteita.

Ja miten @rakennusviraston uuteen viestintäkulttuuriin reagoitiin? Tässä varsin tyyppinen kommentti Twitterissä:



Kansalainen hämmästelee, että hän seuraa ”vapaaehtoisesti VIRASTOA”. Kommentista heijastuu se perusasetus, että kukaan normaali ihminen ei omasta halustaan suin surminkaan seuraa viranomaisten ja julkishallinnon viestintää – kunnes jokin organisaatio ottaa riskin ja uskaltautuu tuottamaan kiinnostavaa sisältöä.

@rakennusvirasto sai some-viestinnästään useita valtakunnallisia tunnustuksia, ja Helsingin Sanomat kirjoitti tammikuussa 2015: ”Rakennusvirastosta onkin kehkeytynyt eräänlainen kaupunginsovittelija.” Aika hyvä saavutus entiseltä ankeuttajavirastolta.

Riskinottoa ja luovuutta: virastobrändin salaisuus

On varmaan hyödyllistä vielä kierrättää @rakennusviraston Twitter-profilin keskeisen kehittäjän Lauri Hännisen lyhyt haastattelu alkuperäisestä Julkishallinto ja sosiaalinen media -kirjastani. Hännisen näkemykset ovat tänään yhtä ajankohtaisia kuin 2015.

Mitä hyötyä Twitter-aktiivisuudesta on mielestäsi ollut viraston toiminnalle?

– Olemme paremmin saaneet omia näkökantojamme esiin, pystyneet perustelevaan toimintaamme, oikomaan väärinkäsityksiä ja näin ollen ”sammuttamaan kohuja”. Olemme myös voineet tuoda itsestämme hauskemman ja inhimillisen puolen esiin, mikä on tuonut paljon myönteistä julkisuutta. Pysymme Twitterin avulla hyvin perillä siitä, mitä kaupungissa tapahtuu, ja saamme tietoa meitä koskevista asioista. Lisäksi, kuten joku kaupunkilainen Twitterissä totesi, ”virasto on muuttunut minulle helpommin lähestyttäväksi”, eli myös kaupunkilaiset ovat hyötynet.

Millaista kritiikkiä olet saanut twiittaamisestasi?

– On selvää, että jos saa vyöryn myönteistä palautetta, joukossa on myös muutama kielteinen. Toinen vaihtoehto olisi olla varovainen: silloin ei saisi kumpaakaan. Kielteistä palautetta olen saanut silti vain muutaman kerran. Silloin joku on loukkaantunut eli kokenut, että virasto naljailee hänelle. Selkeällä anteeksi-

pyynnöllä on aina selvitty. Nyt meillä on jenkkityylinen klausuuli Twitterin esittelytekstissä: ”Jos loukkaannuit, ymmärsit väärin.” Sillä näin se on, tarkoitus ei ole loukata.

Onko virasto harkinnut muita sosiaalisen median kanavia Twitterin ohella?

– Meillä on ollut pitkään puistoihin keskittyvä Facebook ja sitten ihan uutena kokeiluna melko persoonallinen Instagram-tili (@gunuhelsinki).

Onko Twitter-aktiivisuus vaikuttanut mitenkään viraston perinteisten kanavien kautta saaman palautteen määrään?

– Toivon, että se olisi helpottanut asiakaspalvelumme taakkaa. Minulla ei kuitenkaan ole tästä dataa, koska palautteen määrään vaikuttaa kaikkein eniten muut asiat, esimerkiksi talven ankaruus.



Mutta Rakennusvirastoa ei siis enää ole – eikä @rakennusvirastoa. Viraston Twitter-käyttäjänimi on jäädytetty kuin Teemu Selänteen pelipaita Areenan kattoon. Kaupunkiympäristötoimiala on jatkanut kunniakasta perintöä kesästä 2017 nimellä @helsinki-kymp.

Julkishallinnon some-keulakuvia

Sitten alkuperäisen Julkishallinto ja sosiaalinen media -kirjani ilmestymisen jälkeen on sosiaalisesta mediasta alettu Suomessa tehdä myös akateemista tutkimusta. Antti Syväjärvi, Jaana Leinonen, Anu Pruikkonen ja Rauno Korhonen julkaisivat 2017 Kunnallisalan kehittämissäätiön julkaisusarjassa tutkimuksensa Sosiaalinen media kuntajohtamisessa. Tulokset eivät ehkä aivan tue sitä toiveajattelua, että kuntajohtajat olisivat ritirinnan rientäneet ottamaan sosiaalisen median johtamisensa välineeksi.

”Tällä hetkellä esimerkiksi kunnat ovat hyvin eri vaiheessa sosiaalisen median hyödyntämisessään ja käyttäjätkin jakautuvat mediarikkaisiin ja -köyhiin. Osalla kunnista voi olla jo vuosien kokemus, kun taas suuri osa kunnista tekee vasta ensimmäisiä kokeilujaan.”

Tämä vastaa omia kokemuksiani eri puolilta maata. Erot kuntien ja ylipäätään julkishallinnon eri yksiköiden välillä ovat varsin suuret.

”Huolimatta siitä, että sosiaalinen media on saattanut olla osa kuntaorganisaation arkipäivää jo vuosia, sitä varsin usein käytetään lähinnä yksisuuntaisena tiedon jakamisen kanavana [--] sosiaalisen median avulla ei ole juurikaan kyetty vahvistamaan paikallishallinnon ja kansalaisten välistä vuorovaikutusta sekä ylipäätänsä ihmisten osallisuutta.”

”Kunnista puuttuu riittävä ymmärrys ja kokemus sosiaalisen median kautta tapahtuvan viestinnän ja vuorovaikutuksen mahdollisuuksista, seurauksista ja vaikutuksista, eikä kunnilla välttämättä ole riittäviä resursseja sosiaalisen median palveluiden hyödyntämiseen saatikka selkeitä organisaatiotason suunnitelmia sosiaalisen median käytön asemoimiseen.”

Korutonta kertomaa. Mistä tämä asiointi sitten mahtaa johtua?

”Hallinnon toiminnan voidaan nähdä monimutkaistuvan liikaa tai kontrollin ja vallan menettämisen uhka koetaan liian suureksi. Ylipäätään sosiaaliseen mediaan liitettävä hallitse-

mattomuus, pirstaleisuus, nopeus ja reaaliaikaisuus voidaan kokea uhkaavina perinteiselle kuntaorganisaation toiminnan järjestelmällisyyttä ja hallintaa korostavalle toimintakulttuurille. Asioiden tuntemattomuus, muutosvastaisuus sekä juurutetut, totutut toimintatavat toimivat usein kitkatekijöinä sosiaalisen median omaksumisessa ja sen hyödyntämisessä.”

En epäile. Mutta tämä ei suinkaan ole koko totuus. Sekä paikallishallinnossa että valtion organisaatioissa on jo paljon esimerkkejä rohkeasta, ennakkoluulottomasta ja persoonallisesta sosiaalisen median käytöstä.

Kysyin muutamalta julkishallinnon toimijalta sosiaalisen median merkityksestä heidän organisaationsa kannalta: Kuhmon kaupunginjohtajalta, Hailuodon ja Tammelan kunnanjohtajilta sekä Helsingin Pelastuslaitoksen Twitter-tilistä vastaavalta palo-päälliköltä. Seuraavassa heidän vastauksiaan.

Kuhmo: Tytti Määttä

Kuhmon kaupunginjohtaja, aiemmin Vaalan kunnanjohtaja Tytti Määttä on ehkä viestinnällisesti aktiivisin ja monipuolisin Suomen kunnanjohtajista. Määttä on myös valaiseva esimerkki monikanavaisen viestintäprofiilin tietoisesta ja järjestelmällisestä suunnittelusta.

Miten käytät eri viestintäkanavia kaupunkisi elinvoiman ja menestyksen edistämiseen?

”Käytän niitä kuntaorganisaation tuottamien palveluiden ja tekemisen tuomiseen esille. Yhtenä keinona tässä toimii eri ammattiryhmien työn näkyväksi tekeminen sekä kuntajohtajatyöni varsin avoin avaaminen julkiseksi. Käytän niitä myös kuntayhteisön yhteisöllisyyden parantamiseen ja kunnan tunnettuuden nostamiseen. Yhtenä keinona tässä toimii paikallisten yritysten ja yhteisöjen asioista sekä tekemisistä viestiminen. Käytän kanavia myös harvaan asutun maaseudun monipuolisesta elämästä ja toimintaympäristöstä kertomiseen – Kuhmo osana tätä.”

Kuinka suuri osa viestinnästäsi kohdistuu oman kaupunkisi asukkaisiin ja kuinka suuri taas kaupungin ulkopuolelle – Kuhmon profiilin ja brändin kirkastamiseen?

”Se riippuu kanavasta: Twitter asiantuntijoille ja toimittajille. Facebook ja Instagram paikallisille. Pysin käyttämään kaikkia kanavia tasapuolisesti. Lehtiartikkelien kautta näkyvyys kasvaa.”

Mikä merkitys sosiaalisella medialla on viestinnässäsi?

”Olen oivaltanut, miten medialisuminen vaikuttaa johtajuuteen. Olen etsinyt keskeiset some-kanavat, määrittänyt tärkeimmät viestintäteemat sekä hahmottanut itselleni luontevimman viestintätavan. Olennaista oli pohtia omia arvoja, johtajuusfilosofiaa ja tavoitteita. Luontevimmiksi viestintätavoiksi minulle ovat muodostuneet ratkaisuja etsivän rakentavan vuoropuhelun edistäminen, myönteisten asioiden ja ehkä jopa itseltään selvien asioiden nostaminen silmien eteen niin, että ne tulevat nähdyksi. Hyvän mielen tuominen ja oman persoonan tuominen osaksi virallista viestintää.”

Kuinka tavoitat ne kaupunkilaiset, jotka eivät ole digitaalisen viestinnän piirissä?

”Kirjoitan myös kolumneja eri lehtiin ja paikallislehti Kuhmolaiseen. Kaupungin nettisivu ja tiedotteet medialle ovat tärkeitä. Lisäksi tapaan ihmisiä kasvotusten erilaisissa tilaisuuksissa. Kanavien osalta olen päätenyt hyvin monikanavaiseen viestintään. Facebookissa olen valinnut viestintäkanavaksi oman kuntajohtaja-sivun. Se on ollut minulle luonteva tapa erottaa oma profiili ja työkanava. Facebookissa korostuu vuorovaikutuksellinen viestiminen kunnan jäsenten kanssa.

Twitterissä viestin kuntajohtajana, mutta myös omista henkilökohtaisista asioistani. Osallistun keskusteluihin, jotka koskettavat teemojani. Pysin pysymään poissa muista keskusteluista, jotta aikaa ei menisi kohtuuttomasti. Twitterissä korostuvat yhteydet asiantuntijoihin ja johtajiin, suhteet mediaan ja ajankohtaisten keskusteluteemojen seuraaminen.

Twitter korvaa pitkälti lehtien lukemisen. Twitter ja Facebook toimivat loistavasti kriisiviestinnässä. Lisäksi niillä tavoittaa niin sanottuja Kuhmon ystäviä ja entisiä kuhmolaisia.

Instagram-sovellus perustuu hyviin kuviin. Pidän kuvien ottamisesta ja suosin niitä myös muissa päivityksissäni. Sovelluksen oma päivä -osioita olen kokeillut viime aikoina oman työpäiväni näkyväksi tekemiseen. Se soveltuu siihen, samoin kuin Snapchat. Molempia kanavia käytän, koska ne ovat erityisesti nuorten suosiossa. Lisäksi ne ovat hauskoja ja antavat mahdollisuuden pieneen hullutteluun.

YouTube-kanavan käyttöni on ollut vaihtelevaa. Toivon, että sen käyttö lisääntyy, kun olen nyt oppinut editoimaan videoita. Minulla on myös LinkedIn-profiili, mutta se ei ole aktiivisessa käytössä. Olemme Kuhmossa päättäneet, että otamme kanavan haltuun. Organisaatiolla on tarve rakentaa työnantajakuvaa ja tulevaisuuden rekrytoinneissa se vain korostuu.

Kirjoitan tiedotteita ja sisältöjä myös kaupungin nettisivuille. Uuden Suomen blogialustalla julkaisen blogia. Asiantuntijatekstien kirjoittaminen erilaisiin julkaisuihin on lisääntynyt, mitä enemmän olen esillä sosiaalisessa mediassa ja perinteisessä mediassa. Olen myös ymmärtänyt, että vaativan työn ohella ihan kaikki ei minulta luonnistu. Laadukkaita blogitekstejä ja kolumneja ei voi kirjoittaa liukuhihnalta. Siihen tarvitaan aikaa.

Lopputulema on, että viestin hyvin monikanavaisesti. Haluan korostaa, että kouluttautuminen kannattaa. Viestinnästä tulee jouhevampaa ja helpompaa, kun ymmärtää erilaisen sovellusten käyttäjäryhmät ja toimintalogiikan. Lisäksi monet apuohjelmat kuvien käsittelyyn ja editointiin helpottavat työtä.”

Hailuoto: Aki Heiskanen

Kunnan tai organisaation koolla ei ole sosiaalisen median käytön kannalta merkitystä. Pienestä voi taitavan viestinnän avulla tulla suuri. Kuhmossa on asukkaita 8300, Hailuodossa noin tuhat.

Näin vastaa Hailuodon kunnanjohtaja Aki Heiskanen:

Olet varsin pienen kunnan (tuhat asukasta) kunnanjohtaja. Miten käytät eri viestintäkanavia kunnan elinvoiman ja menestyksen edistämiseen?

”Pyrin tuomaan esille Hailuotoa ja Hailuodon erityisyyttä mahdollisimman paljon eri kanavissa omien henkilökohtaisten sometilieni kautta.

Ajatukseni on, että pyrin tuomaan Hailuodon vahvuuksia esille päivityksissäni, hailuotolaista tapaa elää ”elämää saassa”, Hailuodon luontoa, rauhallisuutta ja kauneutta sekä luontosuhteen merkitystä ihmisille, yhteisöllisyys myös tärkeänä teemana. Lisäksi päivitän tunnelmia Hailuodon tapahtumista ja välitän tapahtumien päivityksiä eteenpäin.

Tuon myös esille hailuotolaisia yrityksiä ja heidän onnistumisiaan sekä jaan myös yritysten itse tekemiä päivityksiä eteenpäin.

Lisäksi meillä on kunnan sometilitt, joiden kautta välitämme tunnelmia Hailuodosta ja tiedotamme tapahtumista.

Kirjoitan säännöllisesti kunnan kuulumisista ja asioista, joita haluan edistää, kuntatiedotteeseen. Kuntatiedote on kuukausittain ilmestyvä kunnan toimittama lehtinen, joka jaetaan jokaisen vakituiseen asukkaan kotiin. Tämä on hyvin pidetty formaatti kuntalaisten keskuudessa, ja sitä kautta tieto tavoittaa hyvin hailuotolaiset.

Kevästä 2019 alkaen olemme ottaneet uuden käytännön, että jokainen palvelualue vuorollaan kirjoittaa artikkelin omasta näkökulmastaan kuntatiedotteeseen.

Kirjoitan säännöllisesti kolumnin paikallislehti Rantalakeuteen ajankohtaisesta temasta. Uskon yhteisöllisyyden voimaan ja pyrin vahvistamaan yhdessä tekemistä ja kaikkien aktiivisuutta päivityksissäni ja kirjoituksissani. Yhdessä tekemisellä uskon olevan merkittävä voima kunnan elinvoiman ja menestyksen kannalta.

Osallistun myös eri keskusteluihin, joita sosiaalisessa mediassa käydään, kommentoimalla ja tuomalla omia näkemyksiäni keskusteluihin.”

Kuinka suuri osa viestinnästäsi kohdistuu oman kuntasi asukkaisiin ja kuinka suuri taas kunnan ulkopuolelle – Hailuodon profiilin ja brändin kirkastamiseen?

”On vaikea prosentuaalisesti arvioida, kuinka suuri osa viestinnästä kohdistuu kunnan asukkaisiin ja kuinka suuri osa kunnan ulkopuolelle. Hailuodon kuntatiedote ja Rantalakeuden kirjoitukset tavoittavat oman kunnan asukkaat hyvin, samoin esimerkiksi Facebookin Hailuodon ilmoitustaulun kommentointini. Twitter tavoittaa enemmän yleisöä kunnan ulkopuolella, ja siellä pystyn hyvin tuomaan esille ja tekemään tunnetuksi Hailuodon profilia ja brändiä.”

Julkaiset joka aamu Twitterissä Hailuodon sääpäivityksen ja valokuvan kotisi ikkunasta merelle päin. Mikä merkitys sosiaalisella medially on viestinnässasi?

”Sosiaalisella medially on iso merkitys viestinnässäni. Somen kautta saa hyvin Hailuodon brändiä tuotua esille sekä nostatettua kiinnostusta Hailuotoon. Pidän sitä erityisen merkittävänä välineenä ja olen käytännössä huomannut, kuinka somen kautta saa näkyvyyttä kunnalle ja asioille, joita täällä teemme. Hailuoto on some-viestintään hyvä paikka: täältä löytyy paljon kiinnostavia asioita, joita päivittää. Saari sinällään on monelle kiinnostava kaikkine ilmiöineen (esim. sää) ja elämäntapana. Lisäksi kunnan pieni koko tarjoaa mahdollisuuden erilaisiin uusiin kokeiluihin.”

Kuinka tavoitat ne kuntalaiset, jotka eivät ole digitaalisen viestinnän piirissä?

”Kuntalaiset ovat suoraan yhteydessä minuun joko tapaamalla, soittamalla tai sähköpostilla. Käydessäni syömässä palvelukodillamme tapaan myös kuntalaisia ja he kertovat siinä samalla asioitaan. Asun Hailuodossa ja osallistun aktiivisesti eri tilaisuuksiin, joita meillä on paljon, ja siellä ihmiset tulevat myös juttelemaan kanssani ja kyselevät kuulumisia.

Lisäksi pyrin olemaan itse läsnä eri kunnan järjestämissä tilaisuuksissa ja tilaisuuksissa, joihin kunta osallistuu, kuten Siikamarkkinoilla, omaisten illassa palvelukodilla, Naisten parlamentissa, Rakentajamessuilla, Bättre Folk -festivaalilla yms. tilaisuuksissa.

Uutena toimintamallina pidimme ensimmäisen avoimen kunnanhallituksen kokouksen, ja suunnitelmissa on aloittaa säännölliset keskustelutilaisuudet kuntalaisille uuden kunnan-talon Luototuvassa. Luototuvasta haluaisin tulevaisuudessa muodostuvan tilan, johon ihmiset kokoontuvat yhteen eri asioiden parissa keskustelemaan ja tekemään asioita yhdessä.”

Tammela: Kalle Larsson

Kolmantena kuntajohtajana kysymyksiini vastasi eteläsuomalaisen Tammelan (asukasluku noin 6000) Kalle Larsson.

Miten käytät eri viestintäkanavia kuntasi elinvoiman ja menestyksen edistämiseen?

”Sosiaalisen median kanavien osalta käytän Twitteriä, LinkedIniä ja Facebookia. Instagram- ja YouTube-tilejä käytän henkilökohtaiseen, harrastukseeni liittyvään julkaisuun. Eri kanavien luonteen erilaisuudesta johtuen sisältöjen teemat painottuvat kanavan luonteen mukaisesti. Twitter on aktiivisin kanavistani – Twitterissä haluan kertoa kunnan mahdollisuuksista, tulevaisuuden haaveista ja samalla osallistua käytävään yleiseen keskusteluun Suomen kunnista. LinkedIn on myös puhtaasti ammatillinen: tällä kanavalla haluan viestiä Tammelan ja Forssan kaupunkiseutukunnan strategisista kehittämishankkeista sekä omasta johtamisestani ja päivittäisistä havainnoista laajemmin. Facebook on jäänyt hitaasti vähemmälle huomiolle ja todennäköisesti poistuu viestinnällisenä kuntaan liittyvänä kanavana käytöstä kokonaan, tilalle tulee YouTube. Facebookin voima on toki edelleen vahva etenkin viestittäessä kuntalaisten suuntaan.

Vaikka Facebook on sosiaalisen median kanavista suurin, koen viestinnällisesti vahvimpana ja ammatillisesti vahvimpana sosiaalisen median kanavina Twitteriä ja LinkedIniä, erityisesti kanavien helpon reagointimahdollisuuden ja vahvan vuorovaikutusroolin takia. Kunnan oma Facebook-kanava toimii hyvin viestittäessä kuntalaisten suuntaan.”

Kuinka suuri osa viestinnästäsi kohdistuu oman kuntasi asukkaisiin ja kuinka suuri taas kunnan ulkopuolelle – Tammelan profiilin ja brändin kirkastamiseen?

”Koska olen aktiivisin Twitterissä, painopiste on selkeästi kunnan brändin ja mahdollisuuksien rakentamisessa, erityisesti viestittäessä kunnan ulkopuolelle. Samaa painotusta tukee LinkedInin käyttö. Facebook olisi tällä hetkellä tehokkain ja suurin kanava kuntalaisten suuntaan tehtävään viestintään. Uskon, että siirtymällä YouTubeen saadaan mukavasti myös tavoitettua kuntalaiset, ainakin nuoremmat väestöosuudet.”

Mikä merkitys sosiaalisella medially on viestinnässäsi?

”Valtava. Käytännössä kaikki ulospäin suuntautuva viestintä rakentuu sosiaalisen median kanavien varaan. Myös Tammelan kunnan omat sosiaalisen median kanavat tukevat kokonaisvaltaista viestintää some-strategian mukaisesti, ja esimerkiksi omalla Twitter-tililläni julkaistuja sisältöjä jaetaan aktiivisesti kunnan kanavassa. Sisäinen viestintä on sitten eri asia.”

Kuinka tavoitat ne kuntalaiset, jotka eivät ole digitaalisen viestinnän piirissä?

”Tapaan säännöllisesti kuntalaisia ja pyydän aktiivisesti eri sidosryhmiä kahville. Kierrän kenttää myös jonkin verran.”

Kaikki kolme kunnanjohtajaa ovat selvästi sisäistäneet monikanavaisen viestinnän periaatteen: kaikki kunnan asukkaat eivät ole yhden yhteisen viestintäkanavan piirissä, ja jotta mahdollisimman suuri osa asukkaista tavoitettaisiin, viestintää tehdään siellä, missä ihmiset ovat.

Helsingin kaupungin Pelastuslaitos: Taisto Hakala

Otin mukaan myös Helsingin kaupungin Pelastuslaitoksen esimerkkinä kunnallisesta peruspalvelusta, joka käyttää sosiaalista mediaa viestinnässään. Pelastuslaitoksen @brankkarit-tili on jo

vuosia ollut erittäin aktiivinen Twitterissä (tätä kirjoitettaessa 12 500 seuraajaa). Tilin hoitaja, nykyinen palopäällikkö, aiemmin viestintäpäällikkö Taisto Hakala vastasi kysymyksiini.

”Pelastuslaitoksen viestintästrategian tavoitteena on ollut:

- tehdä pelastuslaitoksesta vahva turvallisuusvaikuttaja
- vahvistaa kansalaisten riskitietoisuutta, onnettomuuksien ja tapaturmien ehkäisyä, varautumista sekä osaamista toimia oikein hätätilanteissa
- tukea toiminnan vaikuttavuuden ja tuottavuuden kehittämistä
- tukea turvallisuusverkoston yhteistyötä
- tehdä työmme ja tuloksemme näkyväksi sekä vahvistaa mainettamme ja luottamusta sidosryhmissämme.

Sosiaalinen media ja erityisesti Twitter valikoitui strategian toteuttamisessa keskeiseksi välineeksi, koska sen kautta tavoitettiin erinomaisesti keskeiset vaikuttajaryhmät ja heidän kauttaan edelleen erilaiset kohderyhmät. Kun strategian jalkauttaminen alkoi, kasvoi Helsingin pelastuslaitoksen Twitter-tili varsin nopeasti seuraajamäärältään pelastustoimen suurimmaksi ja yli 2,5 kertaa suuremmaksi kuin seuraavaksi seuratuin tili.

Huomasimme myös ilmiön, että pelastustointa tai ensihoidtoa koskevat yleiset kysymykset osoitettiin usein meille eikä niistä muodollisesti vastaaville tahoille. Voidaan sanoa, että pelastuslaitos brändäytyi uudelleen systemaattisen viestintästrategian avulla, jonka terävin instrumentti oli Twitter. Tätä edesauttoi varmasti jo aikaisemmin omattu vahva tunnettuus ja arvostus, asema pääkaupungin pelastuslaitoksena sekä monet siihen liittyvät erityistehtävät ja vaatimukset. Näiden tekijöiden lisäksi viestinnässä oli havaittavissa myös muista pelastustoimen ja ensihoidon toimijoista eroavia viestintätaktisia toimintamalleja, joista tärkeimpiä olivat ehkä seuraavat tekijät.

Aktiivisuus: Twitter-tilillä oli joka päivä, myös viikonloppuisin ja juhlapyhinä, jotain uutta sisältöä, vähintään yksi viesti, mutta yleensä enemmän.

Sisällön laajuus: aihekirjo oli huomattavasti laajempi, kuin muilla alan toimijoilla.

Ajoitus: tärkeissä aiheissa pyrittiin olemaan ensimmäisiä, jolloin päästiin suuntaamaan keskustelua tai aihetta turvallisuuden kannalta oleelliseen suuntaan.

Sisällön laatu: viestinnän sisällöt ja visualisointi on saanut seuraajilta erittäin hyvän vastaanoton, ja ne ovat olleet usein esimerkiksi eri kampanjapäivien tykätymiä viestejä.

Tyyli: viestinnän tyyli on perustehtävän ja arvojen mukainen, ja siinä korostuu se, että kohtaamme asiakkaamme ja potilaamme useimmiten vakavien hätätilanteiden yhteydessä. Toinen keskeinen kriteeri on huolehtia siitä, että jokaisessa viestintätilanteessa huomioimme tasa-arvoisesti kaikki väestöryhmät.

Pelastuslaitoksen viestintästrategian keskeisenä tavoitteena on ollut integroida viestintä kaikkiin toimintoihin. Tämän mahdollistamiseksi luotiin uudenlainen viestinnän suunnittelu-malli, jossa jokainen pelastuslaitoksen sisäinen ja ulkoinen palvelu laati oman sisäisen ja ulkoisen viestintäsuunnitelman osana toiminnan ja talouden suunnitelmaa. Tämä suunnitelma loi myös keskeisen sisällön some-viestinnälle, johon näin saatiin kytkettyä laitoksen johto, keskijohto ja asiantuntijat. Lisäksi perustettiin some-tiimi, jossa oli edustajat kaikista ulkoisista palveluista sekä viestinnän edustajat. Pelastuslaitoksella kanavat nähdään ikään kuin julkaisuina ja some-tiimi toimittuksena, jossa tiimin jäsenet ovat toimittajia ja viestintäpäällikön rooli on toimia päätoimittajana.

Sosiaalinen media on lisännyt merkittävästi kommunikaatiota eri sidosryhmien kanssa sekä kytkenyt eri toimijoita yhteen asiakas- ja sidosryhmätarpeiden toteuttamiseksi. Ehkä tärkein lisäarvo on kuitenkin se, että se on mahdollistanut vuorovaikutuksen aikaisemman hyvin yksisuuntaisen kommunikaation sijaan sekä laittanut roolit uuteen ja oikeaan järjestykseen, jossa entiset hallintoalamaiset ovat valtaantuneet, ja heitä palvelevat organisaatiot ovat orientoituneet palvelemaan kansalaisia (omistajia) ja asiakkaita yhdessä kumppaneidensa kanssa. Maalissa ei kuitenkaan olla, vaan vasta alkutaipaleella.”

Valtionhallinto sosiaalisessa mediassa

Valtakunnallisista julkishallinnon organisaatioista pitää nostaa esiin verohallinto, jonka monikanavainen viestintä on jo muutama vuoden ajan ollut luovaa, rohkeaa ja kiinnostavaa. ASMR-verokuiskaaja Osku on ihastuttanut ja ärsyttänyt veronmaksajia. Instagram-päivitys sivutuloverokortin poistumisesta oli omaa luokkaansa.

Lokakuussa 2018 brittiläinen katutaiteilija Banksy myi taidehuutokaupassa 1,4 miljoonalla punnalla ”Girl With Balloon”-maalauksen, jonka kehyksen alalaitaan hän oli asentanut kauko-ohjattavan silppurin. Jonkin ajan päästä kaupan jälkeen maalaus vajosi silppurin läpi lattialle, mikä tietenkin herätti maailmanlaajuisia huomiota ja nosti taiteilijan markkina-arvoa entisestään.

No, mitä tekee verohallinto? Verohallinto hakee jonkin remonitin siirtolavalta taulunkehukset, leikkaa sivutuloverokortin alapuolen siistiksi silpuksi ja postaa tuloksen sosiaaliseen mediaan.



Veronmaksajille kävi tehokkaasti selväksi, että sivutuloverokorttia ei enää tarvita vuoden 2019 alusta alkaen.

Verohallinnon saavutukset eivät rajoitu pelkästään sosiaalisen median käyttöön. Veronmaksajan asiointi verokarhun kanssa on muutaman vuoden mittaan helpottunut tavattomasti. Ne meistä, jotka ovat takavuosina juosseet veroilmoituksen ja sen kaikkien liitteiden kanssa henki huuruten postiin tammikuun 31. päivänä viime hetkellä ennen konttorin sulkemista, voivat tuskin uskoa nykyistä ”asiakasrajapintaa”: netissä kansalainen voi säätää veroprosenttiaan ja tilata uuden verokortin yksinkertaisesti ja vaivattomasti – ja jos ongelmia tulee, näytön oikeassa alalaidassa on chatti, jossa elävä ihminen neuvoo asiakasta reaaliajassa.

Myös valtioneuvoston kanslia on edennyt rohkeasti sosiaalisen median käytössä. Antti Rinteen hallitus on ensimmäistä kertaa Suomen historiassa laatinut valtioneuvoston viestintästrategian. On hämmästyttävää, että tasavallan hallitus on yli sadan vuoden ajan kyennyt toimimaan ilman viestintästrategiaa. Olisivatko asiat menneet toisin, jos jokin viestintästrategia olisi ollut olemassa?

Valtioneuvoston viestintästrategian johdannossa tunnistetaan kommunikaation vallankumous varsin suorasanaisesti:

”Viestintäympäristö on muuttunut viime vuosina voimakkaasti. Perinteisen median rinnalle on kasvanut sosiaalisen median, uusien toimijoiden ja kanavien vaikutusvaltainen joukko. Media-kulttuuri on muuttunut polarisoidummaksi, ja disinformaation määrä on lisääntynyt. Viestintätyhjiöt myös täyttyvät entistä nopeammin.”

Viestinnän merkitys johtamisen kannalta on strategiassa myös selkeästi ilmaistu.

”Viestintä on johtamisen väline. Hallituksen viestinnällä tuetaan hallitusohjelman ja siinä mainittujen isojen uudistusten toteuttamista. Hallitus viestii proaktiivisesti, säännöllisesti, avoimesti ja vuorovaikutteisesti työstään laajalle kohderyhmälle niin kotimaassa kuin ulkomailla. Hallituksen viestintä perustuu oikeaan tietoon. Omalla luotettavalla viestinnällä ehkäistään disinformaatiota, valeuutisia ja informaatiovaikuttamista.

Hallituksen viestinnässä otetaan huomioon se, että ihmisten tavassa käyttää mediaa on suuria eroja. Viestintää tehdään sekä päivittäin perinteistä mediaa seuraaville että vain sosiaalista mediaa tietolähteenä käyttäville.”

Viestintästrategia ylittää paikoitellen suorastaan korkealentoisuuteen:

”Valtionhallinnon viestintäsuosituksessa hyväksytyt arvot – avoimuus, luotettavuus, tasapuolisuus, ymmärrettävyys, vuorovaikutteisuus ja palveluhenkisyys – sekä periaatteet ovat selkänöja strategialle. Tämän lisäksi ennakoitavuus, säännönmukaisuus ja vuoropuhelu korostuvat. Hallituksen viestinnän arvot ovat kiteytettyinä luotettavuus, avoimuus, selkeys, rohkeus ja vuorovaikutteisuus. Hallitus viestii niin, että ihmiset voivat luottaa saavansa oikeaa ja luotettavaa tietoa tasapuolisesti ja oikea-aikaisesti. Luottamusta rakennetaan ja ylläpidetään johdonmukaisella viestinnällä.”

On jännittävää nähdä, kuinka nämä erinomaiset tavoitteet tulevat hallituksen työskentelyssä toteutumaan.

”Tärkeistä asioista kerrotaan myös niiden ollessa vielä kesken-eräisiä. Tavoitteet ja vaikutukset kerrotaan selkeästi ja monimutkaisista asioista luodaan kokonaiskuva. Kansalaisille ja muille sidosryhmille on olennaista tietää, miksi asioita tehdään, ei vain mitä ja miten. Kun hallitus pystyy viestimään selkeästi, miksi asioita tehdään, se auttaa kansalaisia ymmärtämään syitä ja sitomaan yksittäiset asiat kokonaiskuvaan. Hallitus viestii avoimesti ja läpinäkyvästi valmistelusta ja päätöksenteosta. Viranomaistiedon on oltava helposti löydettävää, ymmärrettävää ja saavutettavaa. Panostamme uudenlaisen vuorovaikutuksen lisäämiseen. Kerromme asioista hyvällä ja selkeällä kielellä, lyhyesti ja ytimekkäästi. Panostamme tähän kaikissa viestintäkanavissamme.”

Marraskuussa 2019 on epäilemättä liian varhaista arvioida loka-kuussa 2019 päätetyn viestintästrategian toteutumista, mutta demokratian ja vallankäytön legitimaation kannalta olisi erinomaista, jos se todella muuttuisi konkreettiseksi todeksi.

”Viestinnän avulla kansalaisille annetaan hallituksen työstä, tavoitteista ja niiden toteutumisesta selkeä ja ymmärrettävä kuva, jonka avulla jokainen voi muodostaa oman näkemyksensä yhteiskunnasta. Valtioneuvosto ministereidensä johdolla joutuu tekemään vaikeita päätöksiä, joista on tärkeää viestiä ja käydä keskustelua. Käytämme rohkeasti uudenlaisia vuorovaikutuksen keinoja. Asiat pitää pystyä perustelemaan. Vaikka vuorovaikutuksen lopputulos ei aina olekaan samanmielisyys, avoimessa demokratiassa avoin vuoropuhelu on paras tapa lisätä luottamusta. Myös keskeneräisestä voi ja pitää viestiä. Viestinnän tavoitteena on edistää vuorovaikutusta hallituksen ja muun yhteiskunnan välillä. Hallitus käyttää rohkeasti erilaisia vuorovaikutuksen keinoja ja kanavia.”

Hyvä esimerkki uudesta asennoitumisesta viestintään olivat kevään 2019 hallitusneuvottelut, joista valtioneuvoston kanslia raportoi reaaliaikaisesti Twitterissä – myös suorien videolähetysten kautta. Koskaan ennen tasavallan historiassa eivät kansalaiset olleet päässeet seuraamaan hallitusneuvottelujen etenemistä näin läheltä ja suoraan.

Monet muutkin valtionhallinnon organisaatiot ovat ottaneet sosiaalisen median kiitettävästi haltuun, kuten poliisitoimi – erityisesti monet alueelliset poliisilaitokset ja muutamat yksittäiset komisariat. Helsingin poliisilaitoksen (@Helsingipoliisi) Twitter-viestintä Yhdysvaltain ja Venäjän presidenttien tapaamisen aikana kesällä 2018 oli aktiivista ja ajantasaista neljällä kielellä. Viestintäoperaatio on epäilemättä vaatinut isoa panostusta kielenkäännöksineen kaikkineen.

Rautateiden kaukoliikennettä monopoli-asemassa hoitava VR (@VRmatkalla) vastaa urhoollisesti matkustajien kysymyksiin ja valituksiin junien myöhästymisistä ja muista ongelmista. Tilastokeskus (@tilastokeskus) viestii aktiivisesti Twitterissä ajankohtaisista tilastojulkistuksista ja tutkimuksista.

Muitakin hyviä esimerkkejä epäilemättä on, mutten tässä pysty luettelemaan enempää. Mainitsemiani organisaatioita seuraamalla saa kuitenkin jonkinlaisen käsityksen sosiaalisen median mahdollisuuksista valtionhallinnon viestinnässä.

Mikä sosiaalisessa mediassa pelottaa?

Sosiaaliseen mediaan liittyy edelleen paljon ennakkoasenteita, huolia ja suoranaisia pelkoja. Käyn tässä läpi niistä muutamia.

Tahosta persoonaksi – kauhistus!

Kaksisuuntainen vuorovaikutus edellyttää persoonaa kummasakin päässä keskusteluyhteyttä. Ei riitä, että julkishallinnon edustaja kopipeistaa otteita päätöspöytäkirjoista vastaukseksi ihmettelevän tai kiukkuisen kansalaisen kysymykseen – hänen on kyettävä selostamaan asia ymmärrettävästi ja omin sanoin eli persoonallisesti.

Persoonallisen viestinnän vaatimus on käsittääkseni kaksisuuntaisen, reaaliaikaisen, monenkeskisen keskustelun suurimpia haasteita julkishallinnolle ja sen viranhaltijoille: raja työntekijän ja yksityisen (todellisen) identiteetin välillä hämärtyy.

Pelko yksityisyyden menettämisestä on kuitenkin turha. Vaikka virallisen ja epävirallisen persoonan välinen kuilu kapenisikin, ei tämä suinkaan tarkoita sitä, että yksityisiä asioita pitäisi kertoa julkisesti. Jokaisella on täysi vapaus määritellä yksityisyytensä

rajat sosiaalisessa mediassa yhtä lailla kuin perinteisessäkin kanssakäymisessä.

Persoonallinen viestintä ei tarkoita sitä, että organisaation viestijä hehkuttaa hehkuttamasta päästyäänkin yleisölle harrastuksistaan, lemmikkieläimistään tai perheestään. Vaikka joskus saattaa olla terveellistä muistuttaa, että vallanpitäjä on pohjimmiltaan samanlainen ihminen kuin kaikki muutkin tai että hän juoksee pirteän puolimaratonin jo ennen aamuseitsemää, ei sitä tarvitse koko ajan toivottaa.

Persoonallisuus viestinnässä tarkoittaa sitä, että kertoo käsillä olevista asioista oman persoonansa kautta. Kukin tietysti kertoo asioista omalla tyylillään, eikä ole yhtä oikeaa tyylilajia tai viestinnän tapaa. Persoonallinen viestintä on kiinnostavaa ja saa huomiota osakseen, ja sen avulla organisaatio saa näkemyksensä paremmin kohderyhmänsä tietoisuuteen kuin perinteisellä tiedottamisella.

Demokratian ja osallisuuden näkökulmasta kansalaiset ovat – tai ainakin heidän kannattaisi olla – kiinnostuneempia enemmänkin siitä, miten vallanpitäjä tekee ymmärrettäväksi ja perustelee käsillä olevia ratkaisuja tai linjauksia. Vallanpitäjän arkielämän puuhat ovat lopulta kuitenkin triviaa, joka pahimmillaan nousee savuverhoksi käsillä olevien asioiden eteen.

Viime kädessä kysymys kipristyykin siihen, onko ihmisen virkattai työminä eri henkilö kuin yksityinen minä. Ennen maailmassa viestintä tapasi hiljentyä työajan päättyessä, ja työt saattoi kaikessa rauhassa jättää virkahuoneeseen seuraavaan aamuun asti. Nyt viestintä jatkuu kanavalla jos toisellakin vuorokauden ympäri, ja omaan vastuualueeseen kuuluvista asioista saatetaan jollakin foorumilla keskustella kaiken aikaa. Totta kai asiasta vastaava virkamies tai päättäjä voi mennä offline-tilaan ja palata asiaan virka-ajan taas alkaessa, mutta keskustelu on jo silloin saattanut mennä menojaan.

Tässä kohdassa lukijan kuuluu älähtää, ettei koko vuorokausi sentään saa muuttua työajaksi – että kai tässä uudessa uljaassa maailmassa jotain työsuojelua vielä harrastetaan. Tämä on aivan oikea huomautus. Olen kuitenkin tässä asiassa huono opettaja. Asia ei ole yksinkertainen, eikä minulla ole siihen tarjota välitöntä ratkaisua. Jollekulle sopii reaaliaikainen viestintä miltei kaiken

valveillaoloajan, toiselle taas rajatumpi online-elämä. Jokainen tekee omat ratkaisunsa oman elämän- ja työelämäntilanteensa mukaan.

Persoonallinen, yksilöllinen viestintä tuo vuorovaikutukseen tiedon lisäksi tunnetason. Joku on nokkelasti sanonut, että tulevaisuuden demokratia on emokratiaa, emootioiden valtaa. Tunnetaso on sitoutumisen ja sitouttamisen kannalta olennainen ja välttämätön. Sitoutuminen ja sitouttaminen voi onnistua pelkän tiedonkin varassa, mutta innostuminen edellyttää tunnekokemusta, ja innostumiseen perustuva sitoutuminen on varmasti syvällisempää kuin pelkkään tietoon pohjautuva. Innostaminen ja sitoutuminen ovat tarttuvia: Jos organisaation johtaja on innostunut ja sitoutunut asiaansa, myös muun yhteisön on helpompi innostua ja sitoutua. Johtajan pitää kyetä välittämään innostuksensa uskottavalla tavalla. Siihenkin tarvitaan kaksisuuntaista, monenkeskistä viestintää.

Arvosi piirtyvät näkyviin – hui!

Aktiivisessa vuorovaikutuksessa piirtyy väistämättä näkyviin myös organisaation ja sen edustajien arvomaailma, joka puolestaan heijastuu koko organisaation toimintakulttuuriin joko tietoisesti tai tiedostamatta. Mitä aktiivisemmin ja avoimemmin organisaation edustaja (tai kuka hyvänsä) osallistuu julkiseen keskusteluun, sitä varmemmin hänen arvonsa ja asenteensa näkyvät ja – mikä ehkä olennaisinta – sitä vaikeampaa hänen on teeskennellä toisenlaisia arvoja kuin minkä pohjalta hän valtaansa päivästä toiseen käyttää.

Jos olet vaikkapa sovinisti, se tulee kyllä ennen pitkää näkyviin sitä varmemmin, mitä enemmän ja avoimemmin kommunikoit. Aktiivisesti keskusteluun osallistuva vallankäyttäjä joutuu myös vastaamaan kysymyksiin ja perustelemaan näkemyksiään useammin kuin keskustelusta pidättäytyvä. Hän antaa keskusteluun enemmän materiaalia, johon muut voivat reagoida tai jota voidaan kommentoida. Viime kädessä ainoa tapa varmistaa maine-riski on tietenkin se, ettet ole sovinisti.

Keskustelusta pidättäytyvä voi lyhyellä aikavälillä päästä vähemmällä, mutta vuosien saatossa avoimempi keskustelija

todennäköisesti saavuttaa kansalaisten vankemman luottamuksen – etenkin, jos hän kykenee keskustelussa arvioimaan uudelleen omia näkemyksiään ja muuttamaan ajatteluaan varteenotettavan palautteen perusteella. Hänet tunnetaan paremmin, ja hänelle ehkä annetaan myös helpommin anteeksi.

Mokaamisen pelko

Kaksisuuntaisen, monenkeskisen vuorovaikutuksen maailmassa muodollinen asema ei enää takaa vaikutusvaltaa tai painoarvoa. Olet tasan yhtä uskottava kuin viimeisin puheenvuorosi. Vuosikymmenen aikana rakentunut hyvä maine saattaa olla mennyttä yhden onnettoman möläytyksen myötä, ja sitä voi olla erittäin vaikea tai mahdoton jälleenrakentaa. Pahimmassa tapauksessa möläys on niin mieleenpainuva, että se jää päästäjänsä taakaksi tai suorastaan liikanimeksi muistokirjoitukseen saakka.

Viestinnällinen harhalaukaus tulkitaan helposti niin, että tässä paljastui henkilön todellinen arvomaailma siihen asti pystyissä pysyneen kulissin takaa. Ja niinhän asia voi tietysti olla – jostain tietoisuuden kerrostumasta se harkitsematon lausumakin on peräisin.

Mutta some-mokan pelko ei ole riittävä syy olla osallistumatta keskusteluun. Kannattaa pitää huolta siitä, että oma toiminta kestää kriittisen arvioinnin ja pystyt sitä puolustamaan ja perustelemaan. Ja ennen kaikkea: jos olet rakentanut luottamusta keskustelussa jo hyvän sään aikana, pystyt selviytymään virheistä ja kohuista paljon paremmin kuin jos ellet ole.

Maailma – tai kunkin yhteisön maailma – rakentuu vapaassa keskustelussa esitetyn parhaiten perustellun näkemyksen varassa. Ellet ole siinä keskustelussa mukana, joku muu kyllä esittää sen parhaiten perustellun näkemyksen, ja sen pohjalta yhteisö jatkaa matkaa. Siitä et voi koskaan olla etukäteen varma, että juuri sinun näkemyksesi on se paras argumentti, mutta jos olet keskustelussa mukana, todennäköisyys paranee huomattavasti. Sama koskee tietysti kaikkia muitakin, ja oppia ikä kaikki.

Paras argumentti on aina koko yhteisön omaisuutta – se on kehkeytynyt esiin yhteisessä keskustelussa, ja kaikki osanottajat kokevat sen riittävän vankasti perustelluksi ja hyödylliseksi.

Vuorovaikutus ja ”oikeat työt”

”Koska sä oikein ehdit tehdä niitä sun oikeita töitä, kun olet aina siellä Twitterissä?” Tämän kysymyksen olen todellisuudessa kuullut ainoastaan yhden kerran, mutta oletan sen edustavan tiettyä laajemminkin vallitsevaa asennetta. Vastaus on yksinkertainen: viestintä, vuorovaikutus ja keskusteluun osallistuminen on organisaation johtajan oikeata ja peräti tärkeintä työtä.

Etenkin julkishallinnossa, jonka toiminnan oikeutus on alituisesti riippuvainen kansalaisten hyväksynnästä, viestintä on olennainen osa johtajan työtä kaikilla organisaation tasoilla. Kaikki toiminta on kyettävä perustelemaan kansalaisille prosessin jokaisessa vaiheessa.

Kun vuorovaikutukseen voi älypuhelimien kautta osallistua missä ja milloin tahansa, se ei ole enää missään mielessä ajankäyttökysymys. Internetin viihdekäyttö työaikana on aivan toinen asia, eikä se kuulu tähän.

Joskus kysytään myös, kuinka monta tuntia päivässä vietän sosiaalisessa mediassa. Kysymys on hassu sikäli, että ei sosiaalinen media ole mikään erityinen viestintähuone, johon hiivittää harjoittamaan vuorovaikutusta; periaatteessa sosiaalinen media on auki vuorokauden ympäri, ja keskusteluun osallistutaan silloin, kun siihen on mahdollisuus.

Tämä kysymyksenasettelu kumpuaa siitä menneestä maailmasta, jossa oikeat työt ja viestintä ovat kaksi eri asiaa. Eivät ne ole, ja ne, jotka yhä niin uskovat, putoavat ennemmin tai myöhemmin vankkureista. Todennäköisesti ennemmin. On merkillistä, että tähän asenteeseen voi törmätä vielä vuonna 2019.

Kun sosiaaliseen mediaan voi osallistua älypuhelimella, keskustelua on mahdollisuus käydä käytännöllisesti katsoen missä ja milloin hyvänsä: kadulla kävellessä, raitiovaunussa tai junassa, jopa kokouksessa niinä hetkinä, kun omaa panosta ei pöydän ympärillä tarvita. Aikaa sosiaaliseen mediaan löytyy, jos löytyy asennetta ja halua. Aikakysymys se ei ole. Samalla vaivalla ja samassa ajassa kuin kirjoittamalla yhden sähköpostiviestin yhdelle vastaanottajalle voit sosiaalisen median kautta tavoittaa tuhat- tai satatuhatkertaisen määrän vastaanottajia. Tämä kannattaa muistaa aina, jos esiin nousee epäily sosiaalisen median hyödyistä.

Sosiaalisen median hallitsemattomuus huolestuttaa

Syväjärven ja kumppaneiden mukaan ”sosiaalisen median foorumeilla tapahtuva vuorovaikutus voi ottaa ennakoimattoman suunnan, jota on vaikea hallita. Pelko ja huoli vuorovaikutuksen keskittymisestä kielteisiin näkökulmiin ja asiattomuuksiin on vahvasti läsnä ja määrittelee osaltaan kuntajohtajien liikkumavaraa sosiaalisen median käytössä”.

Tämä huoli on epäilemättä merkittävä kynnys sosiaalisen median käytölle. Kukaan ei halua elämäänsä lisää huolta ja vaivaa entisten lisäksi, ja jos sosiaalinen media näyttäytyy ensisijaisesti alatyylisenä mölinänä ja ”paskamyrskyinä”, vastahakoisuus sen käytön aloittamiseen on ymmärrettävää.

Some-keskustelujen laatu riippuu kuitenkin siitä, millaisen seuraajakunnan käyttäjä itselleen rakentaa ja millaista keskustelukulttuuria sen piirissä tukee. Oman profiilini keskusteluvirta on miltei poikkeuksetta kiinnostavaa, hauskaa ja rakentavaa. Kirjan loppusivuilta löydät ohjeita Twitter-aloittelijalle – toivon mukaan ne pikemminkin kannustavat sosiaalisen median käyttöön kuin kavahduttavat.

Kokemukseni mukaan sosiaalisella medially on ansiotaan huonompi maine. Somessa esitetty vihapuhe saa isomman julkisuuden kuin positiivinen ja rakentava kommentointi. Tämä vääristää sosiaalisen median julkikuvaa. Jonkin lukemani tiedon mukaan myrkyllinen Twitter-komentointi tulee enimmältä osin pariltasadalta tililtä, jotka on helppo estää tai vaientaa, jos niiden repivyyttä ei jaksaa. Ylivoimainen enemmistö sosiaalisen median keskustelijoista tarkoittaa hyvää. Kannattaa uskoa tähän.

Miksi Twitter?

Sosiaalisen median alustoista olen käyttänyt ensi sijassa Twitteriä. Facebookin käyttöni on jäänyt vähemmälle erityisesti sen jälkeen, kun Twitter-päivitysten automaattinen ohjaaminen Facebookiin lopetettiin.

Harto Pönkä on esittänyt suomalaisten sosiaalisen median kanavien jakauman näin:



Pöngän arvion mukaan Suomen suosituin some-kanava on WhatsApp, toiseksi käytetyin YouTube, sen jälkeen Facebook ja Twitter vasta viidentenä. On kuitenkin vaikea nähdä WhatsAppia ja YouTubea merkittävänä yhteiskunnallisen keskustelun välineenä. Facebook toimii enimmäkseen tuttavapiirien kuulumisten välityskanavana.

Twitter on tällä hetkellä niin Suomessa kuin maailmallakin tehokkain tiedon jakamiskanava ja keskustelualusta nimenomaan vaikutusvaltaisten organisaatioiden ja ihmisten kesken. Jotkut kommentaattorit ovat kutsuneet tätä mikroblogisovellusta ehkä hiukan sarkastisesti demokratian ylähuoneeksi.

Sarkasmia tai ei, nimityksessä on vinha perä. Vaikka Twitterin käyttäjämäärä on vain noin kymmenesosa esimerkiksi Facebookin käyttäjäkunnasta, Twitterissä viestivät päättäjät, viranomaiset, mediat ja merkittävimmät yritykset. Twitterin kautta viestin saa nopeasti tiedoksi omille seuraajilleen, jotka voivat välittää sitä edelleen omille seuraajilleen.

Muutama esimerkki.

Maaailman varmasti kuuluisimmalla Twitterin käyttäjällä presidentti Donald Trumpilla on tätä kirjoittaessani 66,3 miljoonaa seuraajaa, hänen edeltäjällään Barack Obamalla peräti 110 miljoonaa. Intian pääministeri Narendra Modilla on 51 miljoonaa seuraajaa (mikä tosin ei ole järin suuri osuus Intian koko väestöstä), Kanadan pääministeri Justin Trudeaualla 4,3 miljoonaa. Brasilian presidenttiä Jair Bolsonaroa seuraa 5,4 miljoonaa twitteristiä, Ranskan presidenttiä Emmanuel Macronia 4,3 miljoonaa. Europarlamentin puheenjohtaja Donald Tuskillä seuraajia on vajaat 1,2 miljoonaa.

Vaatimattomammassa päässä YK:n pääsihteeri Antonio Guterresilla on vain 685 000 seuraajaa, vaikka potentiaalinen yleisö olisi seitsemän miljardia. Saksan liittokansleri Angela Merkel ei selvästikään ole panostanut sosiaaliseen mediaan: Twitter-seuraajia on vain 54 000, ja viimeisin päivitys on tammikuulta 2017.

Suomen presidentti Sauli Niinistöllä on 182 000 seuraajaa – Niinistö on muuten vuoden 2019 aikana rakentanut aktiivisesti persoonallista ja helposti lähestyttävää Twitter-profilia, mikä ei varmaankaan ole merkityksetöntä hänen kansansuosionsa kanalta.

Paikallishallinnon puolella Pariisin kaupunginjohtaja Anne Hidalgo on 1,5 miljoonaa Twitter-seuraajaa, Lontoon kollegalla Sadiq Khanilla 1,06 miljoonaa. Helsingin pormestari Jan Vapaavuorella seuraajia on 72 200.

En käy tässä pidemmälti listaamaan koti- tai ulkomaisia Twitter-auktoriteetteja, mutta nämä esimerkit kuvaavat osaltaan tämän alustan merkitystä.

Entäs Twitterin ”elitistisyys”? Iris Ruoho ja Jaana Kuusipalo ovat tutkineet politiikan ja median eliittiverkostoja Suomi-Twitterissä. Kävi ilmi, että Suomessa poliitikot ja journalistit ovat tiiviisti toisiinsa yhteydessä Twitterin välityksellä.

”Twitteristä on tullut uusi foorumi eliittien väliselle viestinnälle ja verkostoitumiselle. Samalla se ilmentää uudenlaista verkkojulkisuutta, jossa eliitin keskinäinen kanssakäyminen on julkista. Avoimuus ei ole kuitenkaan johtanut siihen, että kaikilla ihmisryhmillä olisi samanlaiset mahdollisuudet tulla kuulluiksi. Näillä vinoumilla on todennäköisesti seurauksia myös julkisen keskustelun rakentumiseen, kuten siihen, miten eri politiikan alueita ja näkökulmia julkisessa keskustelussa painotetaan ja ensisijaistetaan.”

Twitterin leimaaminen pelkästään eliitin keskustelualustaksi on kuitenkin yksipuolista. Twitteriä tietenkin käyttää eliitti – mitä sillä sitten tarkoitetaankin – mutta samalla Twitter antaa kenelle hyvänsä kansalaiselle mahdollisuuden seurata eliittiä ja osallistua samaan keskusteluun kuin eliittikin.

Tässä juuri on Twitterin ydin: kuka tahansa voi alkaa seurata ketä hyvänsä kysymättä tältä lupaa ja mennä mukaan mihin keskusteluihin tahansa. Toinen asia tietenkin on, missä määrin yksittäinen kommentoija voi keskustelujen suuntaan vaikuttaa.

Twitterin käyttäjien kokemuksia

Lisää joukkoistamista. Kysyin marraskuun alussa 2019 seuraajiltani, missä tarkoituksessa he käyttävät Twitteriä ja mitä hyötyjä he kokevat keskusteluista saavansa. Vastaukset olivat yllättävän positiivisia sitä taustaa vasten, että Twitterin myrkyllisyyttä ja

kaikenkarvaista trolloamista on pidetty julkisuudessa ahkerasti esillä.

Alla valikoima saamistani vastauksista.

”Työ: Tonttini on vuorovaikutus ja kuunteleminen. Twitter keskeinen osa. Vapaa-aika: Maailmankuvan avartamista. Ihania ihmisiä, joita en muuten tapaisi. Uusinta tietoa. Apua ja neuvoja. Uuden oppimista. Inspiroivia keskusteluja. Iloa, hyvää mieltä, yhteenkuuluvuuden tunnetta.”

”Uusin tieto saatavilla. Jonkinlainen kokemus löyhästä yhteisöstä.”

”Saan täältä iloa päivääni huumorivideoiden kautta, vertaistukea ja sosiaalisuutta keskustelujen kautta, uusimpia vinkkejä työelämään alan tähtien kautta. Twitter nostaa feediin juuri itseä kiinnostavaa sisältöä paremmin kuin mikään muu some.”

”Nopein uutismedia, mielenkiintoisia näkökulmia ihmisiltä joita ei ehkä livenä niin helposti tapaisi, kiva kommentoida ja jakaa kommentteja.”

”Saan uusimmat tiedot tutkimusjulkaisuista, seuraan koulutusta ja kestäväää kehitystä koskevaa ammattilais- ja kansalaiskeskustelua, keskustelen tutkijoiden kanssa (uusimmat julkaisut), seuraan poliittista keskustelua suorana (esim. EU-poliitikot)”

”Uutiskanava; mahdollisuus jakaa & ladata hyviä sisältöjä; poleemisen yhteiskunnallisen keskustelun mahdollistaja; mikroblogi omien sisältöjen ja näkemysten jakamiseen; ajatusten testialusta; ikkuna muiden maiden älykköjen ja vaikuttajien keskusteluihin; viestikanava; viihdelähde.”

”Uutisia, vaikuttamista, vertaistukea.”

”Tietoa, missä maailma makaa. Irti kuplasta. Näkökulmia. Dialogia. Päivän polttavat. Ammatillista tietoa. Piristystä. Uusia tuttavuuksia.”

”Linkkejä mielenkiintoisiin artikkeleihin, uutiset monesti nopeammin kuin muualta, mielenkiintoisia henkilöitä, joiden mielipiteitä on kiinnostavaa lukea.”

”Kohtaan täällä kiinnostavia ihmisiä, joita en ikinä arkielämässä kohtaisi. Löydän asioihin uudenlaisia ja täysin omistani poikkeavia näkökulmia, jotka laventavat omaakin ajatteluaani.”

”Monta eri syytä. Tutut ihmiset, viihde, ammatilliset jutut nopeasti, kirjaskenen seuraaminen ja siihen osallistuminen, omien podcastien promoaminen, yhteiskunnallisen keskustelun seuraaminen, huonojen ideoiden keksiminen.”

”Tärkein syy: uuden oppiminen, mielenkiintoisten ihmisten seuraaminen, laaja ja välitön uutisvirta. Toiseksi tärkein: mahdollisuus osallistua, kysyä, kyseenalaistaa ja olla kontaktissa vaikuttajiin, tekijöihin. Kolmanneksi tärkein: puhdas viihdearvo.”

”Valtavasti oppia, inspiraatiota, tukea, tietoa, taitoa ja uusia ihmissuhteita.”

”Twitterissä saan kontaktin vaikuttajiin, asiantuntijoihin tai ylipäätään keneen tahansa. Tiedon jako ja uuden tiedon löytäminen.”

”Tällä hetkellä tärkeä uutislähde. Erityisesti se, että löytyy pätevää analyysiä erilaisten irrallisten tapahtumien yhteyksistä ja merkityksestä. Kahvihuone, sosiaaliset kontaktit. Ja tää on ihan älytöntä: oppinutta keskustelua tuoreista tutkimuksista.”

”Twitter on minulle • uutiskanava: täältä saan tiedon nopeiten • virtuaalinen kahvipöytä: täällä voi keskustella mielenkiintoisten ihmisten kanssa • signaalintiväline medialle: ’tiedän tästä asiasta, jos haluat kysyä’ • faktantarkistuskanava: ’ping, jutusasi oli pieni virhe.’”

”Nopea tsekki uutisvirtaan, muihin kansakuntaa järkyttäviin asioihin, hömppään sekä ihmisiin. Joskus viisaitakin ajatuksia ja tietoa omaksi hyödyksi. Yritän jakaa vastavuoroisesti omiani.”

”Maailmantilanteen seuraamiseen ja poliitikoille vittuiluun”

”Haluan olla kartalla, että mistä puhutaan. Mukavaa nähdä, että muutkin näkee asioita kuten itse ne näen ja kasvattavaa nähdä niitä omasta poikkeavia mielipiteitä ja yrittää oppia niistä.”

”Minulle twitter on politiikkaa, keskusteluita, väittelyitä, uutisvirtaa, asiantuntijoiden näkemyksiä, vertaistukea, kevyttä jutustelua ja vastakkaisten näkemysten tarkastelua. Paras, informatiivisin ja viihdyttävien some-kanava. Face on jäänyt jo aivan lapsipuolen asemaan.”

”Pääasiallisesti vastaamaan kysymyksiin mitä maailmalla tapahtuu nyt ja mikä on päivän puheenaihe. Siinä sivussa tulee höpöteltyä arkisia asioita ja omia fiiliksiä kaikesta jonninjoutavasta. Ystävällistä ajatustenvaihtoa vieraiden ihmisten kanssa. Jotenkin niin epäsuomalaista!”

”Twitterissä on enemmän asiapohjalta tarinaa kuin muissa saiteissa. Täältä jopa voi oppia jotain.”

”Kohdatakseni ihmisiä, joita en muuten kohtaisi. Vuorovaikutus opettaa ja inspiroi.”

”Täällä on laajempi skaala kuin muussa somessa, törmää ihan vahingossa mielenkiintoisiin ihmisiin ja aiheisiin. Olen myös aina ihailut tiivistämisen jaloa taitoa. Pitää olla ytimekäs.”

”Työelämään liittyvän tiedon saaminen ja jakaminen sekä verkostoituminen. Olen saanut mm. organisaationi mukaan hankkeisiin keskustelemalla täällä.”

”Lähinnä poliitikkojen seuraamiseen. Täällä useimmista heistä paljastuu ihan toisenlainen puoli kuin lehtien haastatteluissa ja se auttaa äänestyspäätöksissä.”

”Pystyn seuraamaan itseäni kiinnostavia ihmisiä & Suomen ja maailman tapahtumia sekä viestimään minulle tärkeitä ideoita

tai argumentteja juuri niille ihmisille, jotka oletusarvoisesti haluavat kuulla niitä.”

”Twitter on mulle ikkuna tutkijan kuplasta ulkomaailmaan. Keino kertoa tieteestä ja omista tuloksista kansantajuisesti ja toisaalta kanava kuunnella mikä ihmisiä huolestuttaa.”

”Yleissivistyksen kartuttamiseen ja itseilmaisun kehittämiseen. On myös mielenkiintoista, kuinka Twitterissä tavan duunari ja esimerkiksi poliitikko on samalla viivalla. Usein vain poliitikko häviää debatin huonoilla argumenteillaan. Suomeksi sanottuna, luokkajako ei vallitse.”

”Suuntaviittoja. Mihin suuntaan ihmisajattelu on menossa. Lämpötilojen mittaaminen politiikasta. Uudet asiat ja ilmiöt, hassut ja kivat ihmiset. Olen saanut täältä myös hyviä työhön liittyviä kontakteja.”

Vastaukset luovat Twitterin keskustelukulttuurista aivan toisenlaisen kuvan kuin mitä viime kuukausien polemiikki on antanut ymmärtää. Vaikka joidenkin aiheiden ympärille epäilemättä syntyy aggressiivista ja loukkaavaa keskustelua, ylivoimaisesti suurin osa avauksista ja kommentteista on hauskoja, ystävällisiä ja asiantuntevia.

Sosiaalinen media rakentuu käyttäjiensä puheenvuoroista, ja jokainen käyttäjä voi aivan itsenäisesti päättää, mihin sävyyn keskusteluun haluaa osallistua. Ei sitä kukaan muu säätele. Tämä juuri on sosiaalisen median ydin.

Twitterin ”vaatimustaso”

Miksi sitten Twitterin käyttäjämäärä on niin paljon pienempi kuin esimerkiksi Facebookin?

Yksi vastaus on varmasti se, että Twitter edellyttää käyttäjältään vähintäänkin kohtalaisen hyvää kielellisen ilmaisun hallintaa. Siinä missä Facebookiin voi suoltaa jalostamatonta tajunnanvirtaa ilman mitään merkkimäärärajoituksia, Twitter vaatii 280 merkin rajoituksellaan melkoista kiteyttämiskykyä ja kielenkäytön taitoa, mitä korkea koulutustaso epäilemättä tukee.

Riitta Suominen kirjoittaa artikkelissaan ”Kaupunki Twitterissä”: ”Sosiaalisen median kanavista Twitter sopisi avoimuutensa ja toimintakulttuurinsa vuoksi kuntakeskustelun välineeksi paremmin kuin viihteellinen Facebook tai markkinahenkinen Instagram. [-] Twitteristä on mahdollista kehittää tila, jossa kaupunkilaiset ja päättäjät avaavat näkemyksiään asiakysymyksistä puolin ja toisin. Tällainen virtuaalinen asukastilaisuus on kaikille osapuolille hyödyllinen tiedonlähde, suorastaan kuntademokratian oppimisympäristö.”

Tämä vastaa omaa kokemustani.

Kuten Kuhmon kaupunginjohtaja Tytti Määttä edellä kertoi, monikanavaisuus takaa viestille aina laajemman levikin kuin yhden vaikka vahvankin alustan käyttö. Kannattaa ottaa selvää, mitä kanavia kohderyhmät seuraavat, ja levittää viestiä kaikkien niiden kautta. Se voi vaatia jonkin verran vaivannäköä, mutta se vaiva todennäköisesti palkitaan.

Digitaaliset keskustelualustat tulevat ja menevät. On aina mahdollista, että tulevaisuudessa joku onnistuu kehittämään uuden sosiaalisen median kanavan, joka sysää Twitterin menneisyyteen.

Mutta kuten filosofi sanoo, ”sitä vettä pitää meloa mikä kannootin alla on”. Tätä kirjoittaessani Twitter on selkeästi tehokain ja vaikutusvaltaisain digitaalisen vuorovaikutuksen kanava. En oikein pysty kuvittelemaan, mitä ominaisuuksia uusi kilpaileva alusta voisi Twitterin tarjoamiin ominaisuuksiin lisätä, mutta tämä saattaa toki olla oman mielikuvituksen rajoittuneisuutta.

In memoriam #rakentavatwiittaaja

Seuraava tarina ei ehkä välittömästi liity kirjan aiheeseen, mutta tulkoon nyt dokumentoiduksi tässä yhteydessä, jottei jää iäti dokumentoimatta. Se kertoo epäilemättä jotakin sosiaalisen median omalakisesta dynamiikasta. Ehkä kokemuksestani on hyötyä Twitterin käyttöönottoa harkitseville.

Kesäkuussa 2018 keskusteltiin eri foorumeilla paljon sosiaalisen median ja erityisesti Twitterin ”toksisuudesta” ja polarisoitumisesta. Twitterissä käyty keskustelu muuttui helposti vastakkaisten leirien nokitteluksi ja ajoittain herjaamiseksi ja peräti suorana-

seksi uhkailuksi. Moni Twitterin käyttäjä oli heittänyt pyyhkeen kehään ikävän keskustelukulttuurin vuoksi.

Mietin, miten Twitterin keskustelukulttuuria voisi parantaa. Jostakin aamuöisestä päähänpistosta aloin jakaa joka tiistai #rakentavatwiittaaja-tunnustusta, jonka tarkoitus oli rohkaista niin viranomaisia kuin muutakin julkishallintoa ja tietenkin myös yksittäisiä kansalaisia rakentamaan keskusteluun sosiaalisessa mediassa. Tässä epäilemättä kuvastui lapsenuskoni habermasilaiseen parhaan argumentin voittoon ihanteellisessa puhetilanteessa, jota ei tietenkään ole olemassakaan.

Viikkojen, kuukausien mittaan kehittyi sitten rutiini, jossa toivotin joka tiistaiamu seuraajilleni hyvää huomenta, totesin, että nyt olisi taas hartaasti odotettu #rakentavatwiittaaja-päivä ja toivoin ehdotuksia viikon rakentavaksi twiittaajaksi. Iltapäivällä julkistin ehdotusten ja omien havaintojeni perusteella kuuden nimen shortlistin ja illalla julistin The Ylituomarin lahjomattoman ratkaisun.

#rakentavatwiittaaja-perinne jatkui joka viikko vuoden 2019 heinäkuuhun asti, jolloin se aivan arvaamattani joutui kritiikin kohteeksi. Muuan Twitterin käyttäjä kirjoitti omalla tilillään, että #rakentavatwiittaaja oli ”etuoikeutetun setämiehen” kavereilleen jakama tunnustus, joka pönkitti ”porvarillista hegemoniaa”.

Myönnän auliisti, että olin täysin varautumaton tähän käänteeseen. En olisi luultavasti edes havainnut tätä kritiikkiä, ellei Ilta-Sanomien päätoimittaja olisi kirjoittanut siitä omassa Twitter-päivityksessään kriittiseen sävyyn. Typeränä etuoikeutettuna setämiehenä tein sitten sen virheen, että kopioin päätoimittajan päivityksen ja sen mukana alkuperäisen kriittisen kommentin sen viikon tiistain #rakentavatwiittaaja-avaukseen.

Tästä seurasi varsin polarisoitunut ja osittain kärjekäskin keskustelu, jossa osa kirjoittajista puolusti #rakentavatwiittaaja-tunnustusta ja osa yhtyi alkuperäiseen kritiikkiin – ja erityisesti kritisoi sitä, että olin uudelleentwiitannut sen varsin suurelle seuraajajoukolleni ja siten asettanut alkuperäisen kirjoittajan alttiiksi kommenteille ja ilmeisesti myös solvauksille ja herjauksille.

Olin tuohon asti ollut siinä uskossa, että maalittamiseksi kutsuttu some-toiminta tarkoitti kriitikkojen ja herjaajien usuttamista epämieluisista sisältöistä tuottavien twiittaajien kimppuun.

En ollut hölmönä lainkaan ajatellut, että olisin itse tällaiseen syyllistynyt jakaessani mielestäni kiinnostavia päivityksiä omalle seuraajakunnalleni.

Ymmärrän nyt, että pienen seuraajamäärän Twitter-aktiivin päivityksen nostaminen yli sadantuhannen seuraajan yleisön huomion kohteeksi voi olla epämiellyttävä ja ahdistava kokemus. Alkuperäistä kirjoittajaa lyödään ”liian isolla moukarilla”, kuten joku keskustelussa kommentoi.

Ymmärrän tämän oikein hyvin inhimillisestä näkökulmasta. Samalla kuitenkin ihmettelen, eikö sosiaalinen media ole määritelmänsä mukaan julkinen foorumi, jolla julkaistut päivitykset ovat periaatteessa julkisia kaikille foorumin jäsenille. Ellei näin ole, kannattaa olla todella varovainen sen suhteen, mitä yksittäisiä päivityksiä jakaa laajemman yleisön arvioitavaksi ja kommentoitavaksi.

Pitkä tarina lyhyeksi: Parin päivän kohinan jälkeen päätin, että #rakentavatwiittaaja-konsepti oli kääntynyt itseään vastaan, ja lopetin tunnustuksen jakamisen. Tämä siitä huolimatta, että järjestämäni Twitter-kyselyn perusteella 80 prosenttia vastaajista halusi minun jatkavan tunnustuksen jakamista, 10 prosenttia halusi lopettaa sen ja 10 prosenttia ei osannut sanoa.

En selvästikään ollut ottanut riittävästi huomioon, että yhteiskunnallisen keskustelun ei tarvitse olla rakentavaa, vaan se voi olla myös repivää – eikä etuoikeutetussa asemassa (missä en kyllä oikein kokenut olevani hikisenä yliopistonopettajana) olevien pidä edellyttää huonommassa asemassa olevilta rakentavuutta. ”Etuoikeutettu” ei voi vaatia ”sorretulta” mitään erityistä tyyliä.

En myöskään ollut tajunnut, että alun perin kepeästi aloittamistani Twitter-ohjelma- ja keskustelunumerosta oli vuoden mittaan syntynyt jonkinlainen yhteiskunnallinen instituutio, joka – kuten kaikki instituutiot – sai ennen pitkää vastaansa myös kriitikoita. Jälki- viisauden hapanimelä ymmärrys kertoo, että tämä olisi tietenkin pitänyt tajuta hyvissä ajoin ja jo koko projektia aloittaessani. Sain todella ansaitun opetuksen.

#rakentavatwiittaaja-episoodi herätti mätäkuussa myös perinteisen median huomion, ja sain kutsuja sekä television että radion ajankohtaisohjelmiin. Menin ainoastaan yhteen radiolähetykseen, kun aloin jo uupua aiheeseen.

Edelleen mietin, tarkoittiko #rakentavatwiittaaja-kohu sitä, että sosiaalisessa mediassa ja yhteiskunnassa ylipäättään on olemassa kaksi eri keskustelukulttuuria: etuoikeutetut setämiehet ja tätinaiset edellyttävät rakentavaa ja asiallista lähestymistapaa – tätä habermasilaista rationaalista, yhteisymmärrykseen pyrkivää keskustelua – kun taas vallankäytön kohteena olevat tai sellaisiksi itsensä tuntevat voivat käyttää millaista puhetapaa haluavat: ”alhaalta ylöspäin” on oikeutettua käyttää minkälaista kieltä hyvänsä, mutta ”ylhäältä alaspäin” on keskusteltava asiallisesti.

Tämä ei ole yksinkertainen kysymyksenasettelu, enkä kykene siihen mitenkään aukottomasti vastaamaan. Mutta keskustelu epäilemättä jatkuu.

Miten tästä eteenpäin

Palaan lopuksi paikallishallinnon tulevaisuuden toimintaympäristöön ja kaksisuuntaisen, monenkeskisen ja reaaliaikaisen viestinnän osuuteen siinä ympäristössä.

Ennemmin tai myöhemmin toteutuvan sote-uudistuksen jälkeen kunnat vapautuvat keskittymään elinvoimapolitiikkaan eli paikallisyhteisön menestyksen ja vireyden edistämiseen. Tämä johtaa todennäköisesti kuntien erilaistumiseen omien paikallisten olosuhteidensa ja strategisten valintojensa mukaan, ja varmasti myös kuntapäätäjien innon ja idearikkauden myötä.

Mutta erilaistumisellakin on epäilemättä rajansa. Toimivia menestyksen reseptejä ei ole ääretöntä määrää, eivätkä kaikki kunnat voi julistautua Suomen eukonkanto-, sahti-, valkosipuli- tai suojalkapallokunnaksi.

Tällaiset profiloitumiset voivat vaikuttaa lähinnä koomisilta, elleivät ne perustu johonkin olemassa olevaan perinteeseen, osaamiseen tai erikoistumiseen.

Kaupungin tai kunnan menestymisen keskeinen edellytys on kultainen leikkaus luotettavuuden ja luovuuden kesken.

Luotettavuus tarkoittaa sitä, että kaikki kansalaiset noudattavat suurin piirtein samoja sääntöjä ja saavat osakseen tasavertaisen kohtelun: liikennevälineet kulkevat ajallaan, päättäjiin saa vaivattomasti yhteyden, lapset ja nuoret saavat parhaan mahdollisen kasvatuksen ja koulutuksen, kraanasta tulee puhdasta vettä ja

niin edelleen. Sote-palvelujen pitää tietenkin toimia luotettavasti myös sen jälkeen, kun ne ovat siirtyneet maakuntien vastuulle. Tätä voi kutsua vaikkapa hyvinvointivaltioksi.

Luotettavuus ja ennustettavuus perustuvat yhteisille ja avoimesti sovituille menettelytavoille. Pahat kielet kutsuvat tätä byroslaviaksi ja Sääntö-Suomeksi ja korostavat normien ja ohjeistusten yletöntä määrää. Vaikka kaikki kansalaiset pitävät luotettavuutta suuressa arvossa, byrokratialla ja kaikkinaisella viranomaissääntelyllä on keho kaiku. Liikoja säädöksiä pitää purkaa ”normitalkoilulla”, jotta ankeita esteitä kansalaisten aktiivisuuden ja yritteliäisyyden tieltä saadaan raivatuksi.

Voisi kuvitella, että kansalaisten koulutustason jatkuvasti noustessa tarvittaisiin vähemmän esivallan ohjausta kuin ennen muinoin. Valistuneet suomalaiset osaavat omasta mielestään pitää huolta itsestään ominkin päin ja ilman alituista valvontaa ja kontrollia (samalla tavoin kuin kaikki pitävät itseään keskimääräistä parempana autoilijana tai keskimääräistä huumorintajuisempana ihmisenä, sanoisi vääräleuka).

Helposti unohtuu, että koko hyvinvointivaltio kaikkine etuuk-sineen ja oikeuksineen perustuu normeihin ja säädöksiin, jotka ovat kaikkien tiedossa ja jotka kohtelevat kaikkia samalla tavalla. Samalla yhteisön erilaisten jäsenten – esimerkiksi terassijuhlijoiden ja yörauhaa haluavien – erilaiset intressit yritetään sovittaa mahdollisimman hyvin yhteen.

Luotettavuuden ja luovuuden kesken kannattaa etsiä paras mahdollinen suhde. Hyvä kunta, kaupunki tai yhteiskunta on se, joka tämän kultaisen leikkauksen onnistuu löytämään ja säilyttämään. Vielä parempi, jos sama kultainen leikkaus toteutuu mahdollisimman monen kansalaisen korvien välissä. Normien ja säädösten sekä niiden toteutumista valvovien viranomaisten tehtävä on varmistaa, että yhteiskunnan toiminta pysyy ennustettavana ja luotettavana. Viranomaisen ei voi odottaa luovuuden nimissä poikkeavan sovituista menettelytavoista tai rikkovan lakeja ja asetuksia. Jos uudet ajatukset ja niiden pohjalta kehkeytyvät käytännöt ovat ristiriidassa vallitsevien normien ja säädösten kanssa, viranomaisen joutuu puntaroimaan, miten ristiriitaan puututaan. Jos uudet ajatukset ja käytännöt saavuttavat enemmistön suosion, normeja ja säädöksiä varmasti muutetaan.

Siispä: luovuus + luotettavuus = menestys. Tulevaisuuden kunta on asukkaidensa ja toimijoidensa yhteisö, jossa kuntalaisten kyvyt ja kokemus valjastetaan parhaalla mahdollisella tavalla yhteisen hyvän käyttöön. Tämä edellyttää paikallishallinnon organisaatiolta, johdolta ja päättäjiltä avointa tiedon jakamista, kysymyksiin vastaamista ja oma-aloitteista kommunikaatiota kansalaisten kannalta tärkeitä ja kiinnostavista asioista. Sosiaalinen media tarjoaa avoimelle kommunikaatiolle erinomaisen alustan.

Lopuksi muutama huomio sosiaalisen median tulevaisuuden näkymistä erityisesti julkishallinnon kannalta.

Monikanavaisuus vahvistaa yhdenvertaisuutta

Kaiken Twitter-innostuksen ja hypetyksen lomassa on syytä pitää mielessä, että digitalisaatio on vielä pitkälle tulevaisuuteen myös tasa-arvokysymys. Vaikka moni kansalainen elää ja hankkii tietoa digitaalisessa maailmassa, kaikki eivät elä eivätkä hanki.

Haitari on leveä: Siinä missä osa kansalaisista on varttunut pienen ikänsä digitalisaation ihmemaassa, suuri osa lukee edelleen paperilehteä ja kerääntyy uskollisesti Ylen puoli yhdeksän tv- uutisten ääreen kuulemaan, kun Matti Rönkä kertoo maailman kriiseistä ja katastrofeista rauhoittavalla baritonillaan.

Näihin muutoksiin on kyettävä vastaamaan kaikilla osallisuuden ja osallistumisen tasoilla, jos tavoitteena on pitää kiinni demokratian kunniakkaasta traditiosta globalisaation myllerryksessä. Edellä viestintästrategioistaan kertoneet kunnanjohtajat ovat hyviä esimerkkejä monikanavaisesta viestinnästä ja pyrkimyksestä tavoittaa kaikki kansalaisryhmät teknologiasta riippumatta.

Tosin uusien ja perinteisten medioiden välinen raja on nopeasti hämärtyvässä. Perinteiset mediat poimivat uutisia ja kommentteja sosiaalisen median puolelta, ja tietenkin sosiaalisessa mediassa jaetaan ja kommentoidaan perinteisen median uutisia.

USA:n presidentti Donald Trump hyödyntää tätä maisemaa täysimääräisesti: hän käyttää Twitteriä pääasiallisena tiedotuskanavanaan, ja perinteiset mediat raportoivat innokkaasti presidentin twiiteistä. Sanottiin Trumpin politiikasta mitä hyvänsä, hän on valjastanut sosiaalisen median käyttöönsä erittäin tehokkaasti.

The New York Times -lehti julkaisi marraskuussa 2019 analyysin presidentti Trumpin Twitter-aktiivisuudesta virkaan astumisesta tammikuussa 2017 lokakuun puoleenväliin 2019. Trump oli twiitannut yhteensä yli 11 000 kertaa, ja hänen aktiivisuutensa viimeisten kuukausien aikana oli rakettimaisesti lisääntynyt. Twiittien aiheet olivat mielenkiintoisia:

- ”Hyökkäsi jotakuta tai jotakin vastaan” – 5889 kertaa
- ”Kehui jotakuta tai jotakin” – 4876
- ”Hyökkäsi demokraatteja vastaan” – 2405
- ”Hyökkäsi (virkarikos)tutkimuksia vastaan” – 2065
- ”Kehui itseään” – 2026
- ”Tuki salaliittoteorioita” – 1710
- ”Hyökkäsi uutismediaa vastaan” – 1308
- ”Hyökkäsi vähemmistöryhmiä vastaan” – 851
- ”Kehui Fox Newsiä tai muuta konservatiivista mediaa” – 758
- ”Hyökkäsi maahanmuuttajia vastaan” – 570
- ”Hyökkäsi aiempien presidenttien hallintoa vastaan” – 453

Todennäköisesti sosiaalisen ja perinteisen median raja samenee edelleen, ja perinteiset ja sosiaaliset mediat muuttuvat yhä enemmän päällekkäisiksi.

Sosiaalinen media on sosiaalista vain, jos se on sosiaalista

Tietenkään kukaan ei voi koskaan olla varma, herättääkö jokin some-päivitys keskustelua. Sitä on vaikea ennustaa: joskus suurin toivein ja hartaasti kirjoitettu päivitys kohtaa korviahuumaavan hiljaisuuden, joskus taas rutiinimainen viesti herättää yllättäen ison polemiikin. Yleensä polemiikki tietenkään nousee aiheesta, josta kirjoittaja ei välttämättä olisi halunnut nousevan mitään polemiikkia.

Mutta sosiaalista mediaa voi hyvin käyttää myös perinteiseen yksisuuntaiseen tiedottamiseen. Ei siinä ole sinänsä mitään vikaa. Presidentti Trumpin Twitterin käyttö on pelkästään yksisuuntaista, hän ei havaintojeni mukaan koskaan osallistu twiittiensä herättämään keskusteluun (mikä on kyllä helppo ymmärtää).

Tiedottaminenkin antaa viestiä organisaation tekemisistä ja suunnitelmista. Vaikka tiedottaminen ei herättäisi viestintäfoorumilla vastakaikua, todennäköisesti jokin joukko ihmisiä on päivityksen luenut ja pannut sen sisällön merkille. Sosiaalisessa mediassa – kuten perinteisessäkin mediassa – on suuri hiljainen enemmistö, joka seuraa uutisia ja kommentointia, muttei itse osallistu keskusteluun. Kannattaa kuitenkin huolehtia siitä, ettei organisaation viestintä jää pelkäksi yksisuuntaiseksi tiedottamiseksi.

Sosiaalinen media toimintakulttuurina

Ja on hyvä muistaa, että sosiaalinen media on ytimeltään toimintakulttuuri, ei pelkkä viestintäteknologia. Juuri tämä tekee sen valankumoukselliseksi. Se murtaa ja ohittaa hierarkiat: samaan keskusteluun voivat osallistua kaikki organisaation tai yhteisön jäsenet muodollisesta asemasta riippumatta.

Harto Pönkä kuvaa loppuvuodesta 2014 ilmestyneessä erinomaisessa ja edelleen ajankohtaisessa perusteoksessaan ”Sosiaalisen median käsikirja” sosiaalisen median toimintakulttuuria näin:

”Sosiaalisen median toimintakulttuurissa on monia piirteitä, jotka ovat vieraita niin sanotulle perinteiselle toimintakulttuurille. Vuosikymmenten ajan olemme pitäneet yllä hierarkkisia rakenteita ja autoritäärisiä johtamistapoja niin koulutuksessa, työelämässä kuin muillakin elämänaloilla. Työtehtävät ovat perustuneet tarkkaan rajattuihin vastuualueisiin, ja jokainen on ollut vastuussa vain hierarkiassa hänen yläpuolellaan seuraavana olevalle taholle. Tällainen toimintakulttuuri ei kannusta kokeilemiseen ja uuden kehittämiseen, vaan kaavamaiseen tehtävien suorittamiseen ja oman reviirin puolustamiseen.”

”Lyhyesti sanottuna sosiaalisen median toimintakulttuuri ja perinteinen hierarkkinen toimintakulttuuri eroavat toisistaan kuin yö ja päivä. Siirtyminen tarkkaan jaetuista vastuualueista ja rajoitetusta vuorovaikutuksesta avoimeen ja yhteisölliseen toimintakulttuuriin ei ole helppo. Siksi ei ole ihme, jos jähmeään toimintakulttuuriin tottuneet ihmiset eivät innostu sosiaalisesta

mediasta. Toimintakulttuurin muuttaminen on aina hidas prosessi.”

Tämä näyttää pitävän paikkansa. Mutta yhtä lailla pitää paikkansa, että kun organisaatio on aloittanut toimintakulttuurinsa muuttamisen, muutos etenee usein ripeästi ja vahvistaa itseään. Tämä edellyttää kuitenkin organisaation johdon tahdon ja tuen sekä johdon luottamuksen siihen, että jokainen organisaation jäsen viestii vastuullisesti. Ja miksei viestisi.

Viekö some koko käden?

Paljon on julkisuudessa keskusteltu siitä, että digitaaliset viestintäkanavat ovat alkaneet vallata ihmisen tajuntaa ja arkea ja syrjäyttää perinteisen arkisen kohtaamisen lähimmäisten ja tuttujen kanssa. Tämän kirjan näkökulmasta tämä huoli on toissijainen, kun tässä kysymys on pikemminkin digitaalisten viestintäkanavien käyttämättömyydestä tai vajaakäytöstä julkishallinnon toimijoiden osalta.

Mutta ehkä on paikallaan muistuttaa, että ihminen pystyy aina tekemään päätöksiä ajankäytöstään ja elämänsä merkityksistä. Viestintäteknologia ottaa vallan vain, jos sen sille annamme. Apulaisprofessori Tanja Aitamurto on kirjoittanut aiheesta tarkkanäköisesti:

”Teknologia tekee monella tapaa elämästämme helpompaa, viihdyttää ja helpottaa yhteydenpitoa. Tasapainottelu digitaalisen riippuvuuden sekä hallitun hyöty- ja huvikäytön välillä on vaikeaa.”

”Internet ja sosiaalinen media ruokkivat luontaista sosiaalisuuttamme ja uteliaisuuttamme. Jatkuva laitteilla näpertäminen ja viestittely luo kuitenkin myös vahingollisia palautekehiä. Odotamme somepäivityksillemme huomiota ja sosiaalista hyväksyntää. Huomion saaminen vapauttaa kehossamme dopamiinia, mielihyvää tuottavaa hormonia, joka koukuttaa. Olemmekin vähän aikaa tyytyväisiä, kun julkaisumme saavat klikkauksia ja tykkäyksiä. Mutta sitten huomionkipeä mieleme puskee meidät takaisin palautekehään – selaamaan ja lähettämään lisää viestejä.”

”Onkin yhä tärkeämpää valita, mihin haluamme käyttää aikamme ja missä todellisuudessa tahdomme olla läsnä. Digitaalisen teknologian mielekäs käyttö vaatii tietoisia päätöksiä. Päätösten ja valintojen tekemisestä tulee sitä vaikeampaa, mitä syvemmälle uppoamme digitaalisen maailman suohon.”

Siitä huolimatta tai juuri siksi ne päätökset tulee tehdä. Teknologia ei ole itseisarvo, vaan paremman maailman rakentamisen väline. Tämä pätee myös viestintäteknologiaan.

Lohdulliseksi lopuksi

Ehkä kaiken edellä kirjoittamani jälkeen on lohdullista todeta, että kautta aikain eniten tykkäyksiä saanut Twitter-päivitykseni (15.10.2019) kuului seuraavasti:

”Kun olin kovin nuori, isä peitteli mut joka ilta nukkumaan. Seremoniaan kuului ’mitä kivaa oli tänään’ -osasto: piti aina löytää jotain kivaa, vaikka olisi ollut kuinka huono päivä. Aina jotain löytyi. Ymmärsin tämän kauniin periaatteen merkityksen vasta aikuisena. Hyvää yötä.”

Kaikille yhteinen inhimillinen ulottuvuus on lopulta kaiken vuorovaikutuksen perusta. Tämä pätee myös sosiaaliseen mediaan. Julkishallinnonkin kannattaa pitää tämä mielessään: viime katsannossa kaikki viestintä ja vuorovaikutus tapahtuvat ihmiseltä ihmiselle – ja ihmiset ovat viime katsannossa tuntevia, kokevia ja useimmiten myös herkkiä olentoja.

Eikä monenkeskinen, kaksisuuntainen, reaaliaikainen kommunikaatio tule enää koskaan loppumaan niin kauan kuin tekniset mahdollisuudet sille ovat olemassa. Sen avulla rakentuu ihmiskunnan tulevaisuus, jos ylipäätään on rakentuakseen. Siksi julkishallinnon on välttämätöntä siihen osallistua – ja siihen sosiaalinen media antaa hyvän mahdollisuuden.

NYT KUN PYSTYN MAKSAMAAN
SÄHKÖLASKUTKIN MODEEMILLA,
KAIKKI IHMISSUHDEONGELMANI
OVAT RATKENNEET... EN JOUDU
ENÄÄ TEKEMISIIN KENENKÄÄN
KANSSA.



Pekka Saurin piirros vuodelta 1987.

Twitter vasta-alkajalle

Tässä aloitusohjeet julkisen sektorin johtajalle tai muulle työntekijälle, joka aprikoi ryhtymistä Twitterin käyttäjäksi.

- Twitterin käytön aloittaminen on helppoa: ryhdyt alkajaisiksi seuraamaan toimialasi kannalta tai yleisesti kiinnostavia tahoja ja henkilöitä. Tähän et tarvitse seurattavien lupaa, vaan voit ryhtyä kenen tahansa seuraajaksi oman valintasi mukaan.
- Aluksi voit seurata seuraamiesi tahojen tai henkilöiden ketjuissa käytävää keskustelua, jotta pääset jyvälle kulloisestakin keskustelukulttuurista.
- Ennemmin tai myöhemmin rohkaistut osallistumaan keskusteluihin omilla kommentteilläsi.
- Lopulta uskaltanut avaamaan keskusteluja tärkeiksi kokemistasi aiheista. Jos aihe herättää yleistä mielenkiintoa, se kerää varmasti kommentteja. Nyt olet jo aktiivinen Twitterin käyttäjä.
- Kannattaa myös tehdä Twitteristä uutiskanava. Ryhdy seuraamaan sinua kiinnostavia, niin kotimaisia kuin kansainvälisiäkin medioita. Näin saat twiittivirtaasi tiedon uutistapahtumista eri puolilta maailmaa heti, kun jokin seuraamasi media sen julkaisee.
- Vaikka Twitter avaa mahdollisuuden kaksisuuntaiselle, monenkeskiselle ja reaaliaikaiselle viestinnälle, sitä voi käyttää myös yksisuuntaisena organisaation tiedotuskanavana. Ei se ole väärin.
- Jos Twitter-kohut ja keskustelun ”toksisuus” huolettavat, kannattaa muistaa vanhan kansan viisaus: niin metsä vastaa kuin sinne huutaa. Asiallisuuteen ja ystävällisyyteen vastataan yleensä asiallisesti ja ystävällisesti.

Sosiaalisen median 10 direktiiviä – versio 2020

Tässä vielä kaiken varalta sosiaalisen median kymmenen kultaista direktiiviä päättäjille ja viranhaltijoille niin julkishallinnossa kuin yrityksissäkin. Jos noudatat niitä, et voi epäonnistua. Leikkaa irti ja teippaa virtuaalisen jääkaappisi oveen.

- #1 Ole mukana keskustelussa. Ellet ole, keskustelu sinusta ja organisaatiostasi käydään ilman sinua. Mieti, onko sinulla ja organisaatiollasi siihen varaa.
- #2 Jos sinulla on olennaista tietoa, jaa se.
- #3 Jos sinulta kysytään, vastaa heti. Jos et osaa heti vastata, sano, että otat selvää ja palaat asiaan pikimmiten.
- #4 Jos saat asiattomia palautteita, laske kymmeneen ja vastaa asiallisesti. Sen jälkeen palautteen antaja muuttuu asialliseksi.
- #5 Perustele päätöksesi tai organisaation toimintatavat asia-argumentein.
- #6 Tyhmiä kysymyksiä ei ole. Tyhmiä vastauksia voi olla.
- #7 Kommunikoi reaaliajassa. Jos olet lomalla tai muuten poissa kuvioista, kerro se ja delegoi viestintä kollegallesi.
- #8 Ole kokonainen persoona. Se on lopulta helpompaa kuin kaksoiselämä.
- #9 Kysy kriitikoilta toiminnan parantamisehdotuksia.
- #10 Aina lopulta paras argumentti voittaa. Kannattaa esittää se.

Kirjallisuutta

- Aitamurto, Tanja: Digitaalinen suursiivous tuo tasapainon elämään. Helsingin Sanomat 29.10.2019.
- Isotalus, Pekka, Jussila, Jari & Matikainen, Janne (2018): Twitter viestintänä – ilmiöt ja verkostot. Tampere: Vastapaino.
- Pönkä, Harto (2014): Sosiaalisen median käsikirja. Helsinki: Docendo 2014.
- Pönkä, Harto (2019): Sosiaalisen median katsaus 04/2019 (laaja versio). Slideshare.
- Sauri, Pekka (2015): Julkishallinto ja sosiaalinen media. Kunnallisanalan kehittämissäitiö Polemia-sarjan julkaisu nro 98.
- Sauri, Pekka (2017): Kunnat jälkeen sotien. Kunnallisanalan kehittämissäitiön Polemia-sarjan julkaisu nro 108.
- Syvjäärvi, Antti, Leinonen, Jaana, Pruikkonen, Anu & Korhonen, Rauno (2017): Sosiaalinen media kuntajohtamisessa. Kunnallisanalan kehittämissäitiön Tutkimusjulkaisu-sarjan julkaisu nro 101.
- Syvjäärvi, Antti & Kivivirta, Ville (2017): Tulevaisuuden kunta ja digitalisaatio – kohti digikuntaa ja digikuntalaista. Teoksessa Tulevaisuuden kunta: Nyholm, Inga, Haveri, Arto, Majoinen, Kaija & Pekola-Sjöblom, Marianne (toim.). Helsinki: Suomen Kuntaliitto, Tampereen yliopisto ja valtiovarainministeriö.
- Syvjäärvi, Antti, Leinonen, Jaana, Pruikkonen, Anu ja Korhonen, Rauno (2017): Sosiaalinen media kuntajohtamisessa. Keuruu: Kunnallisanalan kehittämissäitiön Tutkimusjulkaisu-sarja.
- Vihma, Antto, Hartikainen, Jarno, Ikäheimo, Hannu-Pekka ja Seuri, Olli (2018): Totuuden jälkeen. Miten media selviää algoritmien ja paskapuheen aikana. Helsinki: Teos.

Polemia-sarjassa ovat ilmestyneet

- 1 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 1992
- 2 Erkki Mennola
IDEA KUNNASTA (1992)
- 3 Terho Pursiainen
KRIISIAJAN ETIIKKA (1993)
- 4 Työryhmä Kyösti Urponen (pj.), Raija Julkunen, Olli Kangas,
Jorma Sipilä, Asko Suikkanen ja Petri Kinnunen (siht.)
KASVUSTA VASTUUSEEN
– sosiaalipolitiikan tulevaisuus (1993)
- 5 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 1993
- 6 Pekka Ojala–Aulis Pöyhönen
LÄHEISYYSPERIAATE – hallinnon uusjako (1994)
- 7 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 1994
- 8 Jorma Hämäläinen–Veikko Teikari
HENKILÖSTÖPOLITIikka PAKKORATKAISUJEN EDESSÄ
(1995)
- 9 Terho Pursiainen
NOUSUKAUDEN ETIIKKA (1995)
- 10 Eero Ojanen
EIPÄJOKI
Fiktiivinen reportaasimatka mihin tahansa suomalaiseen
kuntaan (1995)
- 11 Heikki Koski
KANSALAINEN, KUNTA JA KANSALAISYHTEISKUNTA
(1995)
- 12 Seppo Niemelä
MUUTOSKIRJA
Rohkaisuksi murroksen maailmaan (1995)
- 13 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 1995
- 14 Lauri Hautamäki
MAASEUTU ELÄÄ (1995)

- 15 Juha Kuisma–Heikki Haavisto
KAUPUNKI JA MAASEUTU
– avoliitto vai susipari (1995)
- 16 Olli Pusa
ELÄKEPOMMIN VARJOSSA (1996)
- 17 Satu Apo–Jari Ehrnrooth
MILLAISIA OLEMME?
Puheenvuoroja suomalaisista mentaliteeteista (1996)
- 18 Eira Korpinen
OPETTAJUUTTA ETSIMÄSSÄ (1996)
- 19 Erkki Pystynen
LIITTOKUNTA (1996)
- 20 Martti Sinisalmi
TYÖLLISTÄMISTÄ VAI PALVELUA? (1996)
- 21 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 1996
- 22 Olli Mäenpää
KUNTIEN ITSEHALLINTO EU-SUOMESSA (1997)
- 23 Tuula-Liina Varis
KRISTALLIYÖ JOENSUUN KAUPUNGINTALON TORNISSA
(1997)
- 24 Terho Pursiainen
KUNNALLISTEN KÄYTÄNTÖJEN ETIIKKA
Yhteisöopin alkeet (1997)
- 25 Siv Sandberg–Krister Ståhlberg
KUNTALAISTEN KUNTA JA VALTIO (1997)
- 26 Pertti Hemánus
KUNNALLINEN TIEDOTTAMINEN JA JASKA JOKUNEN
Tutkittua tietoa ja tutkimattomia tulkintoja (1997)
- 27 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 1997
- 28 Esko Antola
UUSI EU? (1998)
- 29 Eero Ojanen
YHTEISKUNNAN ITSEPUOLUSTUS (1998)
- 30 Pertti Kettunen
ELINKEINOPOLITIIKAN TAITO (1998)

- 31 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 1998
- 32 Torsti Kivistö
JOUTILAISUUSYHTEISKUNTA (1998)
- 33 Erkki Mennola
IDEA MAAKUNNASTA (1999)
- 34 Jorma Hämäläinen
MINÄ KUNNANJOHTAJA (1999)
- 35 SINÄ KUNNANJOHTAJA (1999)
- 36 Juha Talvitie
KUNTA VAI MAAKUNTA?
Globalisaatio ja regionalismi (2000)
- 37 Juha Sihvola
YKSILÖNÄ YHTEISÖSSÄ
Näkökulmia paikallisuuteen, globalisaatioon ja hyvään elämään
(2000)
- 38 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2000
- 39 Seppo Niemelä
TULISIELU
Verkostoajan aluekehittäjä (2000)
- 40 Kauko Heuru
ITSEHALLINNON AIKA (2001)
- 41 Heikki Eskelinen
ALUEPOLITIikka RAUTAHÄKISSÄ (2001)
- 42 Matti Wiberg
PALUU POLITIIKKAAN (2001)
- 43 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2001
- 44 Ilkka Virtanen
YLIOPISTOJEN KOLMAS TEHTÄVÄ (2002)
- 45 Arvo Myllymäki
KUNTIEN KUJANJUOKSU (2002)
- 46 Risto Eräsaari
KUINKA TURVATON ON RIITTÄVÄN TURVALLINEN?
(2002)

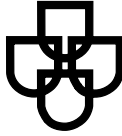
- 47 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2002
- 48 Pentti Arajärvi
PAREMMINVOINTIYHTEISKUNTA (2003)
- 49 Eero Uusitalo
MAASEUTU KANSAN VAI HALLINNON KÄSISSÄ? (2003)
- 50 Esko Juntunen
KUNNAN ELINKAARIHYPPY
– strateginen kehittäminen ja yhteistyö (2003)
- 51 Pekka Sauri
SUOMEN DEMOKRATISOIMINEN (2003)
- 52 Esko Aho
SATTUMA SUOSII VALMISTAUTUNUTTA (2003)
- 53 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2003
- 54 Seppo Rainisto
KUNNASTA BRÄNDI? (2004)
- 55 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2004
- 56 Markku Lehto
TAKAISIN TULEVAISUUTEEN
– valtion ja kuntien yhteinen taival (2005)
- 57 Tarmo Pukkila
IKÄVALLANKUMOUS (2005)
- 58 Matti Wiberg
VALTA KUNNASSA (2005)
- 59 Soili Keskinen
ALAISTAITO Luottamus, sitoutuminen ja sopimus (2005)
- 60 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2005
- 61 Samuli Skurnik
OSUUSTOIMINNASTA OPPIA?
Kuntapalvelut uudessa talousmallissa (2006)
- 62 Markku Lehto
PELASTUSRENKAAN PAIKKAUS (2006)

- 63 Pasi Holm
VEROKIRJA (2006)
- 64 Matti Virén
KANSALAISEN KUNTAUUDISTUS (2006)
- 65 Markku Lehto
OI OMA KUNTANI (2006)
- 66 KANSALAISMIELIPIIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2006
- 67 Peter Ekholm
POLEMIA – AJATUSPAJAKO? (2007)
- 68 Aatos Hallipelto
PARAS TUOTTAKOON!
Hyvinvointipalvelujen tulevat markkinat (2008)
- 69 KANSALAISMIELIPIIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2008
- 70 KUNNON VALTUUTETUT?
Ilmapuntari 2008, osa 2
- 71 Sami Borg
HILJAA HYVÄ TULEE
Puheenvuoro äänestysprosentista ja vaaliaktiivoinnista (2008)
- 72 Matti Wiberg
HALLITSEKO HALLITUS? (2009)
- 73 KANSALAISMIELIPIIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2009
- 74 Jussi-Pekka Alanen
HELSINKI
Kansakunnan pääkaupunki – ihmisten metropoli (2009)
- 75 Laura Berg–Mari K. Niemi
KENEN KUNTAVAALIT? (2009)
- 76 Esa Halme–Lauri Kuukasjärvi
UUSI KUNTA VAI KUNTALIITOS –
KUNTALAISEN ITSEHALLINTO (2010)
- 77 Esko Kalevi Juntunen
SULJETUSTA AVOIMEEN –
TALOUDEN GLOBAALIMYRSKY (2010)

- 78 Anne Luomala – Tuomo Puumala
BUDJETTI –
JULKINEN SALAISUUS VAI SALAINEN JULKISUUS? (2010)
- 79 KANSALAISMIELIPIIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2010–2011 (2011)
- 80 Terho Pursiainen
MIELEKÄS ELÄMÄ, MIELEKÄS YHTEISKUNTA (2011)
- 81 Antti Mykkänen (toim.)
KUNTAKIRJA – UUDISTUSAJATUKSIA (2011)
- 82 KANSALAISMIELIPIIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2011–2012 (2012)
- 83 Antti Mykkänen (toim.)
KUNTAYHTYMÄ PELASTAA? (2012)
- 84 Ari Mölsä (toim.)
KUNTARAKENNEKIRJA (2012)
- 85 Timo Reina
KAHDEN TULEN VÄLISSÄ –
ALUEHALLINNON TILA JA TULEVAISUUS? (2012)
- 86 Tarja Cronberg
ESTEJUOKSU LUOVAAN SUOMEEN (2012)
- 87 KANSALAISMIELIPIIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2012 (2013)
- 88 Marja-Liisa Manka, Laura Bordi ja Kirsi Heikkilä-Tammi
PERUSASIOISTA PIENIIN IHMEISIIN –
KUNTAJOHTAMISEN KUVA (2013)
- 89 Kari Välimäki
KAKKUA JAETTAVAKSI (2013)
- 90 Wille Rydman
UNELMASTA PAINAJAISEKSI?
– Kuinka hyvinvointivaltio syö itse itsensä (2013)
- 91 Yrjö Hakanen
MARKKINOIDEN VAI IHMISEN HYVÄKSI?
– Kommunistin puheenvuoro (2013)
- 92 KANSALAISMIELIPIIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2013 (2014)
- 93 Heljä Misukka
KOULUTUKSEN SUURVALTA TIENHAARASSA (2014)

- 94 Markku Lehto
MARKKINAT, SOSIAALITURVA JA YKSILÖN VOIMA (2014)
- 95 Mikael Jungner
SATTUMA, TAHTO JA KOHTALO (2014)
- 96 Juha Kuisma ja Matti Mäkelä
KYLIEN TULEVAISUUS (2015)
- 97 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2014 (2015)
- 98 Pekka Sauri
JULKISHALLINTO JA SOSIAALINEN MEDIA (2015)
- 99 Eero Ojanen
HYVÄ PÄÄTÖS?
Filosofisia näkökulmia päätöksentekoon (2015)
- 100 Kauko Sipponen
SE SUURI KUNTAUUDISTUS (2016)
- 101 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2015 (2016)
- 102 Päivi Lipponen ja Antton Rönholm
PULPETISTA TABLETTIIN
– suomalainen koulu edelläkävijäksi maailman muutoksessa
(2016)
- 103 Antti Mykkänen (toim.)
MAAKUNTAITSEHALLINTO (2016)
- 104 Heikki Saxén ja Salla Saxén
MITEN BIOETIIKKA VOI MUUTTA
SUOMALAISTA TERVEYDENHUOLTOA? (2016)
- 105 Raili Mäkitalo
SUOMESTA IKÄIHMISTEN MALLIMAA (2016)
- 106 Karina Jutila
PILAAKO ELIITTI SUOMEN? (2016)
- 107 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2016 (2017)
- 108 Pekka Sauri
KUNNAT JÄLKEEN SOTEN (2017)

- 109 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2017 (2018)
- 110 Veli-Antti Savolainen
GLOKALISAATIO – PAIKALLISEN ISO UUSI KUVA
(2018)
- 111 Anders Blom
MAAN TAPA MURROKSESSA (2019)
- 112 KANSALAISMIELIPIDE JA KUNNAT
Ilmapuntari 2018 (2019)
- 113 Jan Erola
UUSIEN IDEOIDEN SUOMI (2019)
- 114 Juha Kuisma
PAIKALLINEN ILMASTOPOLITIikka (2019)
- 114 Pekka Sauri
JULKISHALLINTO JA SOSIAALINEN MEDIA 2020
(2019)



KAKS – Kunnallisan kehittämissäätiö rahoittaa kuntia palvelevaa tutkimus- ja kehittämistoimintaa. Tavoitteena on tukea ja parantaa kuntien ja niiden organisaatioiden toimintamahdollisuuksia.

Rahoitamme hankkeita ja tutkimuksia, joiden arvioimme olevan kuntien tulevaisuuden kannalta keskeisimpiä. Tuloksien tulee olla sovellettavissa käytäntöön. Rahoitettavilta hankkeilta edellytetään ennakkoluulotonta ja uutta uraa luovaa otetta.

Säätiöllä on *Polemiikki*-niminen asiakaslehti ja kaksi julkaisusarjaa:

Polemia-sarja, jossa käsitellään kunnille tärkeitä strategisia kysymyksiä ajattelua herättävällä tavalla.

Tutkimusjulkaisut-sarja, jossa julkaistaan osa säätiön rahoittamista tutkimuksista. Pääosa säätiön rahoittamista tutkimuksista julkaistaan tekijätahon omissa julkaisusarjoissa.

Julkaisut-sarja, jossa esitellään tutkimustietoa tai yhteiskunnallisia keskustelun avauksia.

Toimintamme ja julkaisumme esitellään tarkasti kotisivuillamme www.kaks.fi.

Vuonna 1990 perustettu itsenäinen säätiö rahoittaa toimintansa sijoitustuotoilla.

Osoite Fredrikinkatu 61 A
00100 Helsinki

Asiamies Antti Mykkänen, antti.mykkanen@kaks.fi,
p. 0400 570 087

Tutkimusasiamies Veli Pelkonen, veli.pelkonen@kaks.fi,
p. 0400 815 527

Taloudenhoitaja Maarit Vaittinen, maarit.vaittinen@kaks.fi,
p. 040 716 4807

Tutustu kotisivuihimme (www.kaks.fi)!

POLEMIA

Pekka Sauri

Julkishallinto ja sosiaalinen media 2020

Millainen on tämän päivän some? Entä tuleva? Millainen rooli somella on tulevaisuuden kunnissa ja Suomessa? Miten hallita somea? Ollako työroolissa vai omana itsenään?

Työelämäprofessori Pekka Sauri kertoo kansantajuisesti ja käytännönläheisesti yhdessä muutamien kuntajohtajien kanssa somessa toimimisen malleista. Tee somesta oman näköisesi!



Otavan Kirjapaino Oy



ISBN 978-952-349-039-0 (nid)
ISBN 978-952-349-040-6 (pdf)
ISSN 1235-6964