



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

Johanna Kaukovaara

## **Ministerin hyväksymä, median tuomitsema**

Postilakko Postin mainetta haastamassa

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö  
Organisaatioiden viestinnän pro gradu -tutkielma  
Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Vaasa 2020

---

**VAASAN YLIOPISTO****Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Johanna Kaukovaara		
<b>Tutkielman nimi:</b>	Ministerin hyväksymä, median tuomitsema: Postilakko Postin mainetta haastamassa		
<b>Tutkinto:</b>	Filosofian maisteri		
<b>Koulutusohjelma:</b>	Viestinnän monialainen maisteriohjelma		
<b>Opintosuunta:</b>	Organisaatioiden viestintä		
<b>Työn ohjaaja:</b>	Merja Koskela		
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2020	<b>Sivumäärä:</b>	99

---

**TIIVISTELMÄ:**

Yritysten maine rakentuu ulkoapäin kuluttajan kokemusten perusteella. Maineella on yrityksille suuri arvo, koska se määrittää yrityksen yleistä mielikuvaa kuluttajien keskuudessa. Yritykselle maine on aineetonta pääomaa, jota se ei pysty itse muokkaamaan. Maine rakentuu kokemuksista ja näkemyksistä sekä se muovaantuu jatkuvasti ajan ja tapahtumien myötä.

Syksyllä 2019 Posti uhkasi siirtää 700 pakettilajittelijaa eri työehtosopimuksen piiriin, ja Posti- ja logistiikka-alan unioni PAU koki Postin haluavan maksaa työntekijöilleen vähemmän palkkaa. Tästä alkoi koko syksyn mittainen työtaistelu, jonka aikana Postin työntekijät ehtivät mennä lakkoon kahdesti. Postilakon ja tukilakkojen seurauksena Suomi lähes pysähtyi. Postilakon tilanne on haastanut Postin maineen kuluttajien silmissä.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten Postin maine rakentuu Twitterissä #postilakko-aihetunnisteen alla käytävissä keskustelussa. Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin, millaisena Postin maine näyttäytyy lakon jälkeen ja miten yrityksen maine rakentui kohun aikana mediassa. Tviiteistä selvitetään julkaisupiikit, joita tarkastellaan maineen teorioiden avulla. Tviiteistä tarkastellaan maineriskejä ja tviiteissä jaetuista uutisista analysoidaan, miten maine rakentui kohun aikana uutisoinnissa. Tviittejä on yhteensä 3930, joista 1827 tviittiä tarkasteltiin laadullisella analyysillä. Julkaisupiikeissä julkaistuista tviiteistä poimittiin 74 jaettua uutista, joita tarkasteltiin laadullisesti maineen teoriaa hyödyntäen.

Tutkimuksessa selvisi, että postilakon keskeisimpiä ajankohtia oli yhteensä kahdeksan. Tutkimuksessa selvisi, että Postin maine näyttäytyy aineiston tviiteissä negatiivisena. Tutkimuksessa käy ilmi, että Postin mainetta heikentää Postin palveluiden ja tuotteiden kritisoiminen julkisesti mediassa sekä se, että työntekijöiden kohtelusta puhutaan työntekijöiden hyväksikäyttönä. Twitterissä käyty keskustelu oli ajan tasalla mediassa esitettyjen uutisten kanssa syksyn edetessä, ja keskustelu lisääntyi Twitterissä postilakon edetessä. Aktiivista vuorovaikutusta ei ollut havaittavissa aineistossa, vaan Twitterin käyttäjät kirjoittivat oman tviittinsä kommentoimatta muiden julkaisuja aiheesta. Tutkimuksesta kuitenkin selvisi lisääntyneen keskustelun perusteella, että kohun aikana keskusteleminen ja negatiivisten asioiden esille tuominen voi olla helpompaa silloin, kun keskustelu on aktiivista aiheen ympärillä. Maineenhallinnan merkitys yrityksille on suuri, joten aktiivinen panostaminen sekä toiminnan että viestinnän osalta olisi kannattavaa.

---

**AVAINSANAT:** Maine, kohu, lakot, Twitter, Posti, media

## Sisälllys

1	Johdanto	5
1.1	Tavoite	7
1.2	Aineisto	9
1.3	Menetelmä	12
2	Posti yrityksenä muuttuvan maailman haasteissa	14
2.1	Posti yrityksenä	14
2.2	Valtionyhtiöiden vaatimukset ja viestintä	17
2.3	Postilakko	18
3	Maine sidosryhmien esittämien arviointien summana	22
3.1	Maineen muotoutuminen	22
3.1.1	Maineriskit	24
3.1.2	Maineen rakentuminen	27
3.2	Mediakohu	30
3.2.1	Kohun rakentuminen	32
3.2.2	Kohut mediassa	34
3.2.3	Maineen ja mediakohun suhde	37
4	Postin maineen rakentuminen kohun tuottamassa mediajulkisuudessa	39
4.1	Kohun vaiheet Twitterissä	39
4.2	Maineriskit kohun aikana Twitterissä	42
4.2.1	Sosiaaliset ja poliittiset maineriskit aineistossa	44
4.2.2	Yritys- ja kauppatoimintaan liittyvät maineriskit aineistossa	55
4.3	Maineen rakentuminen uutisissa julkaisupiikkien aikana	62
4.4	Yhteenveto	72
5	Päätäntö	74
	Lähteet	78
	Kirjallisuuslähteet	78
	Aineistolähteet	83
	Liitteet	99

## Kuvat

Kuva 1	Maineen rakentuminen Aulan ja Heinosen (2011) nelikenttää mukailten	28
--------	---	----

## Kuviot

Kuvio 1	Tutkimusaineisto ja julkaisupiikkien osuudet koko aineistosta	10
Kuvio 2	Aikajana postilakon tapahtumista mediassa	19
Kuvio 3	Postilakko aiheutunnisteen esiintyminen Twitterissä esitettynä kuviossa.	40
Kuvio 4	Tviittien määrät julkaisupiikkien aikana	41

## Taulukot

Taulukko 1	Tviiteissä jaettujen uutisten määrä esitettynä julkaisupiikeittäin	11
Taulukko 2	Julkaisupiikkien tviitit jaettuna maineriskien kategorioihin sekä aineistoon sopeuttamattomiin tviitteihin.	43
Taulukko 3	Sosiaalisten ja poliittisten maineriskien teemoittelu tviiteissä prosentuaalisesti	46
Taulukko 4	Yritys- ja kauppatoiminnan maineriskien teemoittelu tviiteissä prosentuaalisesti	56
Taulukko 5	Julkaisupiikeissä jaettujen uutisten määrät eriteltynä eri lehtien välillä	63

# 1 Johdanto

Sosiaalisen median merkitys yhteiskunnallisissa asioissa on korostunut viime vuosina suuresti. Sosiaalinen media on läsnä vaaleissa, kampanjoissa sekä lähes jokaisen ihmisen arjessa. Yksityishenkilöt pääsevät mukaan yhteiskunnalliseen keskusteluun sosiaalisissa medioissa, jos eivät muuten esimerkiksi ole tai edes halua olla julkisuudessa puhumassa asioista. Sosiaalisessa mediassa on mahdollisuus puhua nimimerkin takaa tai oman itsensä. Myös yksityishenkilön on julkisuuden henkilön tavoin mahdollista vaikuttaa ja osallistua julkiseen keskusteluun sosiaalisessa mediassa.

Perinteisessä mediassa ja sosiaalisessa mediassa käytävät keskustelut ajankohtaisista aiheista ovat nykypäivänä yleisiä. Keskustelut voivat koskea jokapäiväisiin asioihin tai niistä voi syntyä suuri kohu jonkun asian ympärille. Kohu ei itsessään liity keskusteltavan olevaan aiheeseen vaan on viestinnällinen ilmiö, joka voi nousta kasvaneesta julkisesta keskustelusta näkyväksi puheenaiheeksi mediassa (Ikonen ja Mäkilä 2011, s. 193). Kohujen aiheet ovat Saaren (2010, s. 18) mukaan mediassa keskiössä niin kauan kuin aihe on kiinnostava ja kohun aikana aiheesta keskusteleminen on runsasta. Vuorovaikutusta sosiaalisen median ja perinteisen median välillä kutsutaan hybridimediaksi. Chadwick (2017, s. 4) määrittää hybridisen median toimivan niin, että sovelletaan perinteisempää mediaa ja uudempaa mediaa sekaisin. Hybridissä mediassa eri taustaiset mediat sopeutuvat viestintään ja kehittyvät uuden median mukana.

Kosonen ja muut (2018, s. 122) määrittävät sosiaalisen median vuoropuheluksi. Yleisön voi tavoittaa vain osallistumalla olemassa oleviin keskusteluihin tai luomalla omia keskustelun aloituksia. Partasen (2009) mukaan taas sosiaalinen media tarkoittaa sitä, että yhteisöllisesti tuotetaan ja jaetaan sisältöä, mutta erona perinteiseen mediaan, esimerkiksi printtimediaan, on se, että sama henkilö voi olla samanaikaisesti sisällöntuottaja ja osa yleisöä. Sosiaalinen media onkin monipuolinen alusta, jossa tuotetaan vuorovaikutteisia sisältöjä.

Sosiaalinen media on nykypäivänä osana valtaosalle ihmisistä ja yrityksistä. Yritysten on kannattavaa siksi luoda omaa yrityskuvaansa myös sosiaalisessa mediassa. Jos yritys ei ole sosiaalisessa mediassa, se voi olla maineen rakentumisen kannalta suuri riski. Sosiaalisessa mediassa keskustelu on nopeatempoista ja alustoilla voi tapahtua väärän todellisuuden rakentumista, jota esimerkiksi Aula (2009, s. 65) on kuvaillut. Jos yritys ei ole läsnä kertomassa omaa näkökulmaa asiaan, voi yrityksen maine kokea kovan kolauksen sidosryhmien silmissä. Yritysten kannattaisi olla mahdollisimman avoimia toimissaan ja osallistua heihin koskevaan keskusteluun, koska sidosryhmät odottavat yrityksiltä aina jotain (Aula 2009, s. 65).

Loppusyksystä 2019 valtion omistajaohjaama yritys Posti Group Oyj, myöhemmin Posti, joutui mediakohun keskelle 700 työntekijän työehtosopimuskiistasta. 700 pakettilajittelijaa oltiin siirtämässä Posti- ja logistiikka-alan unionin PAU:n työehtosopimuksesta Teollisuusliiton työehtosopimuksen piiriin, joka aiheuttaisi palkan ja muiden työehtojen alenemista (Hara 2019). Lakko aiheutti postin kulun keskeytymisen ja tapahtumaa seurattiin mediassa tarkasti.

Postia syytettiin työehtoshoppailusta, minkä takia yritys joutui keskustelun keskipisteeksi perinteisessä ja sosiaalisessa mediassa. Lisäksi yrityksen työnantajakuva otti kovan kolauksen. Työehtoshoppailulla tarkoitetaan sitä, kun yritykset yrittävät vaihtaa työnantajaliittoa päästäkseen eri työehtosopimuksen piiriin. Usein uusi työehtosopimus on työntekijälle epäedullisempi kuin työnantajalle (Saloheimo 2019). Valtakunnansovittelijan pitämässä neuvottelussa Posti- ja logistiikka-alan unioni PAU uhkasi useaan otteeseen lakkolla, kun neuvottelut eivät edenneet. Lopulta lakkoon päädyttiin ja tätä lakkoa tuettiin valtakunnallisesti esimerkiksi tukilakoilla.

Talouselämässä (2020) kirjoitetaan Postin tuloksesta ja mahdollisesta kirjepostin vähenemisestä tulevista ongelmista. Talouselämässä pohditaan ja toivotaan sitä, ettei Postille kävisi samoin kuin PostNordille. PostNord on Ruotsin ja Tanskan postilaitoksista ja

yksityisistä yrityksistä 2010-luvulla yhdistynyt suuri posti ja logistiikkayhtiö, joka toimii myös Suomessa. PostNord koki Talouselämän mukaan suuret tappiot tuloksessaan vuosina 2016–2018 ja tähän suurena syynä oli Tanskassa toimiva kilpaileva pakettimarkkinoilla toimiva yritys. PostNord on Postin tapaan valtio-omisteinen yritys, mutta sen omistaa Ruotsi ja Tanska.

Yhteiskunnallisesti kuljetaan koko ajan modernimpaan suuntaan, missä kaikki toimii verkossa ja ympäristöä kuluttavia papereita ja pakkausmateriaaleja vältetään. Verkossa asiominen lisää myös verkko-ostosten tekemistä, mikä lisää pakettiliikennettä. Pakettipalvelutarjoajan valintaan vaikuttaa usein esimerkiksi läheisimmän tai läheisimpien noutopisteiden tarjonta. Postin (2019d) palvelupisteverkkoa on uudistettu lisäämällä toimipisteitä pienempiin kaappoihin ja lisätty runsaasti itsepalvelulla toimivia pakettiautomaatteja.

## 1.1 Tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten Postin maine rakentuu Twitterissä #postilakko-aihetunnisteen alla käytävässä keskustelussa. Posti oli syksyllä 2019 keskustelun keskiössä mediassa pitkään, joten on kiinnostavaa tarkastella, kuinka kohun edetessä keskustelu Twitterissä ja perinteisessä mediassa rakentaa käsitystä Postin maineesta.

Tutkimuskysymykset ovat

- 1) Mitkä olivat postilakkoa koskevan keskustelun keskeisimmät tapahtuma-ajankohdat Twitterissä?
- 2) Mitä Postin maineesta voi päätellä aineistossa olevien tviittien perusteella?
- 3) Miten Postin maine rakentuu julkaisupiikeissä jaetuissa uutisissa?

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni keskittyy #postilakko-aihetunnisteella Twitterissä käydyn keskustelun julkaisupiikkeihin eli päiviin, jolloin aihetunnisteelle on kertynyt

huomattava määrä tviittejä. Selkeät julkaisupiikit Twitterissä ilmentävät keskustelun suurta kasvua tiettyinä päivinä ja nämä julkaisupiikit merkitsevät kohun keskeisimpiä ajankohtia. Julkaisupiikeissä keskustelun aktiivisuus lisää todennäköisesti keskustelijoiden määrää, joten näissä kohdissa maineen rakentamiseen osallistuu suurempi määrä keskustelijoita, ja keskustelulla on näin enemmän merkitystä yrityksen maineen kannalta. Samalla pitää ottaa huomioon, että julkaisupiikeissä keskustelu käy kiivaimmillaan, joten siellä on myös todennäköisesti negatiivisin sisältö.

Toinen tutkimuskysymykseni käsittelee tviittejä julkaisupiikeissä. Julkaisupiikeissä olevista tviiteistä selviää, millaista keskustelu oli julkaisupiikkien aikana ja miten keskustelu vaikuttaa postin maineeseen. Tviittien määrä julkaisupiikeissä on korkeampi, mitä muina aikoina keskustelussa, minkä takia maineesta saadaan kattavampi käsitys, kun analysoidaan useampia tviittejä samalta ajanjaksolta.

Kolmannessa tutkimuskysymyksessä keskitytään hybridimedian luomaan kuvaan Postin maineesta. Keskustelun käydessä kuumimmillaan hybridimediaa käytetään keskustelun tehokeinona. Mediassa kirjoitetaan uutisia ja tviittaajat haluavat keskustella kyseisistä aiheista tai levittää tietoa. Sosiaalisen median ja perinteisen median sekoittumista kutsutaan hybridimedian vuorovaikutukseksi. On kiinnostavaa tarkastella, onko uutisissa samanlainen käsitys Postista ja sen maineesta, mitä tviiteissä. Jos uutisissa ja tviiteissä Postin maine näyttäytyy samanlaisena, se voi kertoa siitä, kuinka media ja yleisö ovat samaa mieltä Postin maineesta.

Tutkimukseni on ajankohtainen, koska mediatapahtuma on tuoreessa muistissa ja tapahtuman vaikutukset olivat laajat. Postin lakko vaikutti myös lähes jokaisen suomalaisen arkeen myöhässä tulevien laskujen, myöhästyneiden tukipäätösten tai vähäisten joulukorttien määrässä. Tutkimusta aiheesta on mielenkiintoista tutkia, koska perinteisen median ja sen kautta sosiaalisen median aiheuttaman mediahuomion takia juuri kukaan ole ei voinut vältyä aiheelta. Yleisön tietoisuus johti siihen, että asiaa ei voinut jättää huomiotta.



## 1.2 Aineisto

Tutkimuksen aineisto koostuu 3930 tviitistä, joista 1827 tviittiä on tarkemman analyysin kohteena. Tarkemman analyysin kohteena olevat 1827 tviittiä esiintyivät julkaisupiikeissä. Aineistoon kuuluu myös Twitterissä julkaisupiikeissä jaetut uutiset, joita on 74 kappaletta.

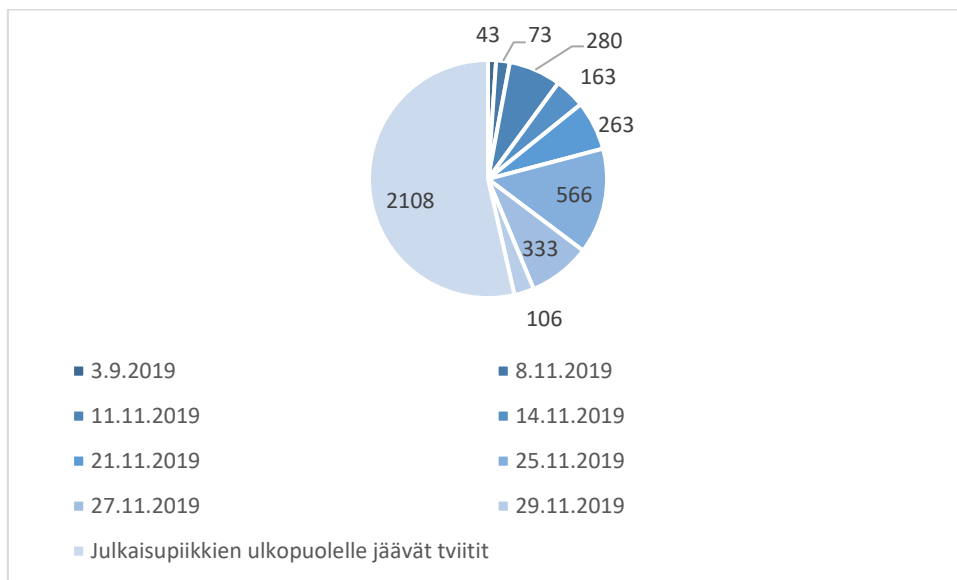
Tutkimusaineisto koostuu #postilakko-aihetunnisteella merkityistä tviiteistä. Tutkimuksen aineisto on kerätty 28.-30.8.2020 Twitteristä. Aineisto jakautuu 1.9.-4.12.2019 väliselle ajalle. Aineisto on kerätty manuaalisesti käsin Twitteristä. Aineiston hakua on helpottanut Twitterin hakukone, johon asetin tviittien julkaisuajan-kohdan määritteet ajalle 1.9.-4.12.2019. Hakukoneen käyttö helpotti tviittien löytämistä Twitteristä.

Aineistossa ei todennäköisesti tule olemaan kaikkea postilakkoon liittyvää viestintää Twitterissä, koska #postilakko-aihetunniste ei välttämättä kata kaikkia aiheesta julkaistuja tviittejä. Julkaisut, joissa ei ole #postilakko-aihetunnistetta jää pois tutkimuksen aineistosta. Alkuperäiseen aineistoon tunnisteiden #postilakko alle osui myös englannin ja ruotsin kielellä kirjoitettuja tviittejä. Nämä ovat mukana määrällisessä tarkastelussa, mutta olen jättänyt ne pois laadullisesta analyysistä, koska analyysi keskittyy suomenkieliseen sisältöön. Tällaisia tviittejä oli yhteensä 60.

Aineiston rajaaminen alkoi tutkimalla aihetunnisteita liittyen postilakon aikaiseen keskusteluun. Keskeisimpiä aihetunnisteita olivat #posti ja #postilakko. Posti aihetunnisteena olisi ollut liian laaja, koska #posti-aihetunnisteiden alla on yrityksen päivittäisviestintää sekä paljon muuta yritykseen liittyvää viestintää, mikä ei kuitenkaan liity postilakkoon. Tämän takia rajasin aineiston #postilakko-aihetunnisteella merkittyihin tviitteihin.

Tviittejä on aineistossa yhteensä 3930, joita analysoin määrällisesti. Aineistosta poimituja julkaisupiikeissä julkaistuja tviittejä, mitä analysoin laadullisesti maineen

teoreettisen viitekehyksen kautta, on yhteensä 1827. Aineisto on esitettyä kuviossa 1. Tviiteistä osa on eri kielillä. Perehdyn tutkimuksessani vain suomenkielisiin tviitteihin.



**Kuvio 1** Tutkimusaineisto ja julkaisupiikkien osuudet koko aineistosta

Tutkimusaineistoksi valitsin tviitit ja niissä jaetut uutiset, koska Isotaluksen, Jussilan ja Matikaisen (2018, s. 7–8) mukaan Twitter nähdään ensisijaisesti viestinnän välineenä. Twitterissä käyttäjät ovat usein aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä, koska Twitter alustana perustuu vuorovaikutuksellisuuteen. Twitter on Matikaisen (2019, s. 37) sekä Isotaluksen ja muiden (2018, s. 9) mukaan avoin kenttä yksityishenkilöille vaikuttaa ja saada ääntään kuuluviin. Twitterissä aktivoidutaan Isotaluksen ja muiden (2018, s. 10–18) mukaan usein isompien uutistapahtumien aikana, mikä tarkoittaa aktiivista keskustelua aiheesta. Isotalus puhuu erityisesti uutistapahtumista, jonka takia päätin sisällyttää tviiteissä lainatut uutiset aineistooni.

Tviiteissä oli jaettu paljon uutisia, joista osa oli poliittisten lehtien uutisia tai lehtien analyysejä aiheen ympärillä. Otin tarkasteluun vain Ylen uutiset, iltapäivälehtien uutiset, maakuntalehtien uutiset sekä taluslehdet. Tällä rajauksella saadaan aineistosta laaja, mutta samalla karsitaan selkeästi arvottuneet kirjoitukset sekä mielipidekirjoitukset.

Taulukossa 1 on esitetty uutisten määrä lähteittäin, joita oli jaettu tviiteissä. Uutisia on yhteensä 74 kappaletta.

**Taulukko 1** Tviiteissä jaettujen uutisten määrä esiteltyinä julkaisupiikeittäin

Julkaisupiikit	Uutiset (lkm)
3.9.2019	6
8.11.2019	8
11.11.2019	12
14.11.2019	7
21.11.2019	14
25.11.2019	9
27.11.2019	9
29.11.2019	9
Yhteensä (lkm)	74

Uutisilla tarkoitetaan tietoa ajankohtaisista asioista. STT (2020) mukaan uutinen voi olla luotettava, sen voi saada nopeasti tai se voi olla kattava. Uutisen määritelmässä uutisen laatu on eri tasoinen. Luotettava uutinen perustuu puolueettomasta faktasta, nopeassa uutisessa asiat kerrotaan varhaisessa vaiheessa ja kattava uutinen kertoo laajasti aiheesta eri näkökulmista. Uutinen käsitetään tässä tutkimuksessa tietona ajankohtaisista asioista. Julkaisupiikkien aikana lehdissä julkaistut mielipidekirjoitukset jäävät aineiston ulkopuolelle, koska kirjoitus ei ole uutinen.

Twitterissä huomasin eniten keskustelua postilakko-aiheesta, mikä vaikutti myös tutkimusaineiston valintaan. Twitterissä on paljon poliittista ja yhteiskunnallista keskustelua, mikä vahvisti uskomukseni siitä, että siellä on luultavasti paras aineisto tutkimukseeni.

Aineiston tutkiminen julkaisupiikkien ajalta antaa oletettavasti hyvän kuvan keskustelusta sen keskeisimpinä ajankohtina. Julkaisupiikkien aikana keskustelu Twitterissä #postilakko-aihetunnisteella on ollut huomattavasti ahkerampaa, kuin muulloin kohun aikana.

Tutkimusaineisto on kerätty julkiselta sosiaalisen median alustalta, mutta yksityishenkilöiden tviitit on anonymisoitu. Finlexistä (731/1999) löytyvässä Suomen perustuslaissa on säädetty henkilön yksityisyyden suojasta, joka kieltää levittämästä julkisesti toiseen ihmiseen liittyvää tietoa, josta voisi aiheutua hänelle haittaa. Anonymisoitua aineistoa voidaan käyttää tutkimuksessa, koska tutkimuksesta ei suoraan pysty tunnistamaan tviitin julkaisijaa. Tutkimuksessa on muutoin noudatettu tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2012) ohjetta tieteellisestä tutkimuksesta.

### **1.3 Menetelmä**

Käytän tutkimuksessani määrällistä sekä laadullista menetelmää. Määrällistä analyysiä käytän hyväkseni postilakon julkaisupiikkien paikantamiseen. Tämä on ensimmäinen vaihe tutkimustani, koska vasta kohun vaiheiden tunnistamisen jälkeen aineistoa voidaan analysoida laadullisesti piikkien osalta. Laadullista menetelmää käytän julkaisupiikeissä olevien tviittien ja niissä jaettujen uutisten analysoimisessa teorialähtöisen sisälönanalyysin avulla maineen teoreettisen viitekehyksen kautta.

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni vastaan määrällisellä analyysillä. Tutkin postilakon aikana #postilakko-aihetunnisteella julkaistuja tviittejä ja tarkastelen, minä päivinä aiheetunnisteelle on kertynyt huomattava määrä tviittejä. Selkeät julkaisupiikit Twitterissä ilmentävät keskustelun suurta kasvua tiettyinä päivinä ja nämä julkaisupiikit merkitsevät kohun keskeisimpiä ajankohtia. Julkaisupiikeissä keskustelun aktiivisuus lisää todennäköisesti keskustelijoiden määrää, joten aineisto on laajempi. Laajemman kuvan saamiseksi julkaisupiikeissä esiintyvien tviittien tarkastelu on kannattavaa.

Vien aineiston helposti tulkittavaan muotoon kaavioiksi, joista selkeästi on havaittavissa julkaisupiikit keskustelussa ja mediassa. Jaan tviitit päiväkohtaisesti, jotta julkaisupiikkien aikana julkaistut tviitit ovat helposti hallittavissa ja havaittavissa.

Postilakon keskeisimmät tapahtumat Twitterissä selviävät #postilakko-aihetunnisteella kerättyjen tviittien laskemisella päiväkohtaisesti. Päivät tai ajanjaksot, jolloin tviittien määrä edellä mainitulla aihetunnisteella on suurempi kuin postilakon aikana muina päivinä voidaan tulkita keskeiseksi ajanjaksoksi. Kun aineiston julkaisupiikit ovat määriteltä, käyn läpi keskeiset tapahtumat mediasta julkaisupiikkien ympärillä. Tapahtumien avaaminen ja ymmärtäminen helpottaa aineiston analysoimista.

Tviittien jaottelun jälkeen tarkastelen aineistoa tarkemmin ja käyn tviittejä yksitellen läpi määrittäen niitä maineen teoreettisen viitekehyksen avulla. Teemoittelen tviittejä O'Callaghanin (2007) maineriskien mallin mukaan. O'Callaghan jakaa maineriskit sosiaalisten ja poliittisten maineriskien sekä yritykseen ja liiketoimintaan liittyviin riskeihin. Lyhyesti selitettynä sosiaaliset ja poliittiset maineriskit ovat ulkopuolisten sidosryhmien asettamia tavoitteita yritykselle. Tällaisia maineriskejä yritykselle on muun muassa ympäristövastuu ja työvoiman hyväksikäyttö. Yritykseen ja liiketoimintaan liittyvät riskit taas ovat yrityksen omista käsissä ja tarkoittavat esimerkiksi virhettä tuotteessa tai palvelussa. Käsittelem O'Callaghanin maineriskien teoriaa tarkemmin luvussa 3.1.1.

Tarkastelen tviiteissä jaettuja uutisia Aulan ja Heinosen (2011) nelikentän avulla. Aulan ja Heinosen (2011) nelikenttä jakaa yrityksen maineen muodostumisen mukaan neljään eri kategoriaan. Aulan ja muut kutsuvat tätä maineen nelikentäksi. Nelikentässä on neljä eri kulmaa, missä on erilaiset maineprofiilit. Maineprofiileja ovat maineensa, tavoitemaine, toiminnallinen ongelma sekä viestinnällinen ongelma. Maineensa maine on positiivinen, mutta yrityksen tuottamat palvelut eivät ole maineensa veroisia. Viestinnällinen ongelma päinvastoin on saanut huonomaineisen kuvan, vaikka palvelut ovatkin hyviä. Toiminnallisessa ongelmassa yritys on todennäköisesti kriisissä, koska palvelut sekä maine ovat huonoa. Tavoitemaineella tarkoitetaan positiivista mainetta, joka kumpuaa positiivisista tuotteista ja palveluista. Käsittelem maineen rakentumista tarkemmin luvussa 3.1.2.

## 2 Posti yrityksenä muuttuvan maailman haasteissa

Posti on toiminut Suomessa usean sadan vuoden ajan. Postilaitokset ovat monessa maassa valtion hallinnoimia instituutioita, eli postin asema on ollut tärkeä yhteiskunnassa siis kauan. Digitalisaation kautta postin, erityisesti paperisten kirjeiden ja korttien, lähettäminen on vähentynyt merkittävästi. Digitalisaation mukana on kehitetty e- laskuja, verkkoasiointipalveluita ja sosiaalisia medioita, joissa voi olla yhteyksissä tuttaviiin ja sukulaisiin. Postissa tulevien paperisten laskujen, kirjeiden ja lomakkeiden edes- takainen lähettäminen on vähentynyt. Pakettipalveluiden käyttö on kasvanut esimerkiksi verkko-kauppojen ja nettikirpputorien myötä. Digitalisaatio on vaikuttanut myös kivijalkamyymälöihin. Nykyään lähes jokaisessa isossa kaupassa ja kauppakeskuksessa on Postin pakettipiste tai PostNordin palvelupiste.

Posti yrityksenä joutui kohun keskelle, kun suunniteltu työntekijöiden työehtosopimuksen siirtäminen epäedullisemmän työehtosopimuksen piiriin joutui median keskipisteeksi. Postin liikkeenluovutus ei ole ensimmäinen laatuaan, vaan Posti on ennekin yrittänyt siirtää työntekijöitään eri työehtosopimuksen piiriin, mikä olisi ollut yritykselle edullisempaa.

### 2.1 Posti yrityksenä

Posti Group Oyj (2019a) on nimensä mukaisesti postinjakeluun ja logistiikkapalveluihin erikoistunut yritys, joka on ollut toiminnassa jo vuodesta 1638. Postin omistaa Suomen valtio ja Valtion Kehitysyhtiön Vake. Posti on Suomen johtava posti- ja logistiikka-alan palveluyritys, joka palvelee yrityksiä, yksityisiä henkilöitä sekä julkista sektoria. Postilla on yleisvelvoite ylläpitää kirje- ja pakettipalveluita arkisin jokaisessa Suomen kunnassa (Finlex 2011).

Posti on hallituksen ohjailema yritys ja Sirpa Paatero toimi kunta ja omistajaohjausministerin tehtävissä syksyllä 2019 Postin ja hallituksen välisenä linkkinä (Posti Group Oyj,

2019c). Postin toimitusjohtajana toimi postilakon aikana Heikki Malinen, joka kuitenkin erosi tehtävistään ja hänen tilalleen virkaa tekeväksi toimitusjohtajaksi valittiin Turkka Kuusisto, joka sittemmin nimitettiin toimitusjohtajaksi (Posti Group Oyj 2019a, s. 13).

Postin liiketoimintaan kuuluu edellä mainitut kirje- ja pakettipalvelut, joiden lisäksi palveluihin kuuluu verkkokauppa sekä logistiikkaratkaisut (Posti Group Oyj 2019a, s. 3). Posti Group Oyj:n (2019b) palveluihin on kuulunut muun muassa koti- ja hoivapalvelut sekä nurmikon leikkaus. Postin pitkään historiaan mahtuu paljon erilaisia kokeiluja ja muutoksia. Näkyvin muutos viimeisten vuosikymmenten aikana on ollut yrityksen nimen muuttaminen Itella Oyj:ksi. Yrityksen nimenvaihdoksella pyrittiin pääsemään paremmin ulkomaankauppaan mukaan, missä Itella onnistuikin. Pitkällä aikavälillä lama ja sen aiheuttama taloudellinen tilanne vaikuttivat Itellan liiketoimintaan. Uuden strategian myötä yrityksen nimi vaihdettiin takaisin Postiksi vuonna 2014.

Digitalisaation aikana monet yritykset, julkiset laitokset ja palvelut ovat siirtyneet paperittomaan laskutukseen, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että monet laskut, tiedotteet ja muut kirjeet siirtyvät verkkoon ja tietoa välitetään sähköpostin avulla. Tämä vaikuttaa suoraan Postiin, kun kirjeitä lähetetään vähemmän ja vähemmän. Postilakon aikana tilanne vain heikkeni, kun tiedossa oli, ettei kirjeet liiku mihinkään moneen viikkoon. Postia alettiin toimittamaan entistä vähemmän paperisena, joulukortteja ei lähetetty siinä uskossa, ettei ne ehtisi jouluksi perille ja pakettipalveluitakin haettiin muualta, kun oli epävarmaa, kulkeeko paketit normaalisti vai ei.

Posti on hallituksen omistajaohjailema yritys ja Sirpa Paatero toimi kunta- ja omistajaohjausministerin tehtävissä Postin ja hallituksen välisenä linkkinä. Postin hallituksen puheenjohtaja Markku Pohjolan tiedotteessa 700 Postin työntekijän työehtomuutoksella on ollut Postin omistajaohjauksen tuki (Posti Oyj, 2019). Useiden mielestä Paatero ei onnistunut kertomaan asiasta eduskunnan kyselytunnilla.

Postin tilinpäätöksessä (2019a, s. 7) kerrotaan, kuinka yrityksen tulokseen vaikuttaa eniten vuoden viimeinen neljännes, mutta postilakon takia paljon kirjeitä, paketteja sekä erityisesti joulukortteja jäi lähettämättä ja lehtien tilauksia lakkautettiin tai niitä jouduttiin keskeyttämään. Posti ei luonnollisesti saa rahaa lähettämättömistä joulukorteista tai toimittamattomista lehdistä, joten Postin tulos jäi huomattavasti suunnitellusta tuloksesta.

Postin (2019d) puolivuotiskatsauksessa kerrotaan postin noudattaneen vuonna 2019 kustannussäästöohjelmaa sopeuttaakseen toimintaansa vähentyneillä markkinoilla. Postin puolivuotinen oli kuitenkin tuloksellisesti mennyt hyvin, mihin yritys olikin pyrkinyt.

Posti on Ilta Sanomien (2010) mukaan ollut vuoden 2019 kaltaisissa työehtoshoppailuun liittyvissä ongelmissa myös vuosina 2010 ja 2015. Vuonna 2010 kiistaa Postin ja työntekijöiden välillä aiheutti yötyön tarpeellisuus, määräaikaisten työntekijöiden käyttö sekä alihankinta. Postin työntekijät uhkasivat lakoilla ja toteuttivat pistelakkoja, jotka alkoivat Turun lajittelukeskuksesta.

Kalevan (2015) ja Turun Sanomien (2015) mukaan vuonna 2015 Postialan työehtosopimus oli päättynyt ja uuden solmimisessa tuli ongelmia, koska Posti olisi halunnut heikentää sopimusehtoja. Sopimusehtojen heikentäminen olisi ollut työntekijöiden kannalta erittäin epäedullinen ja Posti ja logistiikka-alan unioni PAU yritti samaan aikaan parantaa työehtoja joustavampaan suuntaan. Tällöinkin Postin työntekijät menivät lakkoon ja muiden alojen liitot ja unionit lakkoilivat heidän kanssaan. Tällöin Posti yritti välttää ongelmia postiliikenteessä palkkaamalla SOL Henkilöstöpalvelusta vuokratyöntekijöitä, mutta työtaistelutilanteessa ole-vaan yritykseen ei vuokrattu työntekijöitä.

Jokaisesta liikkeenluovutukseen liittyvästä tapauksesta ei ole kehittynyt kohua. Vuonna 2017 Posti siirsi yli 2000 varhaisjakelijaa alhaisemman työehtosopimuksen piiriin, joten



työntekijöiden palkat ja työehdot kokivat huomattavan laskun. Tästä ei kuitenkaan tullut kovin suurta kohua tai tapahtuman takia ei lakkoiltu.

## **2.2 Valtionyhtiöiden vaatimukset ja viestintä**

Valtionyhtiöt ovat Valtioneuvoston kanslian (2020) mukaan valtion ohjauksessa olevia yhtiöitä, jotka ovat valtion enemmistöomisteisia yhtiöitä. Tällaisia yhtiöitä ovat muun muassa Alko Oy ja Finnair Oyj. Valtionyhtiöt voivat olla myös vähemmistöomisteisia yhtiöitä. Valtionyhtiöitä ohjaa omistajaohjausministeri, joka noudattaa toiminnassaan lainsäädäntöä ja hyvää hallintotapaa. Omistajaohjausministeri on raportointivelvollinen hallitukselle ja omistajaohjausta määrittää hallitusohjelma.

Valtiolla on Kankaanpään ja muiden (2010, s. 33) mukaan yhtiöitä, jotka ovat olemassa vain tietyn yhteiskunnallisen tehtävän hoitamista varten. Tällaisten yhtiöiden omistajaohjaus on jaettu eri ministeriöille. Valtioneuvoston kanslian (2020) mukaan tällaisia valtionyhtiöitä säännellään myös oman alan erikoislainsäädännöllä.

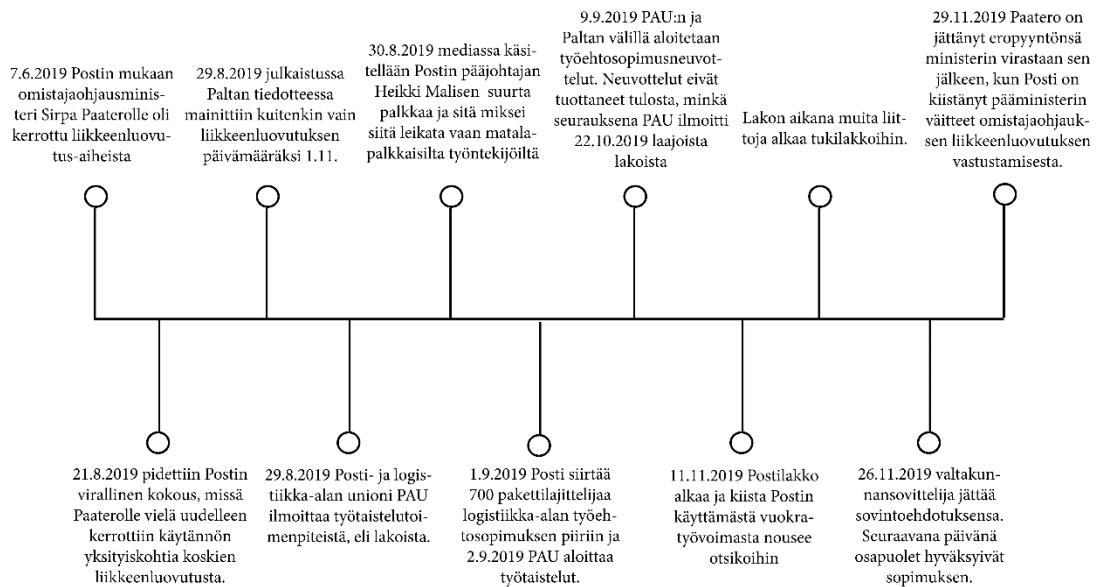
Valtioneuvoston kanslian (2020) mukaan valtion yhtiöiden omistajaohjauspolitiikka perustuu valtioneuvoston kanslian omistajaohjausosaston linjauksiin. Valtionyhtiöiden omistajaohjauspolitiikka perustuu aktiivisuuteen, avoimuuteen ja pragmaattisuuteen. Näitä peruspilareita omistajaohjauksesta vastaava henkilö vie valtionyhtiöihin. Eduskunta viimekädessä päättää valtionyhtiöihin koskevista toimista.

Valtiolla toimivat tahot noudattavat Valtioneuvoston kanslian (2016) antamaa viestintäsuositusta. Viestintäsuosituksessa määritellään viestinnän noudattamia ohjeistuksia, eli avoimuutta, yhdenvertaisuutta sekä sananvapautta. Viestintäsuosituksessa määritellään valtionhallinnollisten organisaatioiden viestinnän arvoja ja tukipilareita. Viestintäsuositus toimii viestinnän pohjana ja ohjenuorana, jota noudattamalla viestintä voi olla

mitä vain. Valtion omistamien yritysten ei tule noudattaa Valtioneuvoston kanslian viestintäsuositusta, mutta viestinnän tulee olla avointa ja yhdenvertaista.

## 2.3 Postilakko

Postilakko oli Postin ja PAU:n välinen työehtosopimuskiista. Posti olisi halunnut siirtää 700 pakettilajittelijaa liikkeenluovutuksella eri työehtosopimuksen piiriin. Tämä kyseinen työehtosopimus olisi laskenut työntekijöiden palkkaa ja muiden etujen tasoa huomattavasti ja tästä muodostui kiista.



**Kuvio 2** Aikajana postilakon tapahtumista mediassa

Postin mukaan omistajaohjausministeri Sirpa Paaterolle oli kerrottu liikkeenluovutusaiheista jo 7.6.2019 (Uusi Suomi 2019). Minilexin (2020) mukaan liikkeenluovutuksella tarkoitetaan yritystoiminnan tai yrityksen luovuttamista toiselle toimijalle. Uuden Suomen (2019) mukaan tässä tapauksessa työntekijöiden siirtäminen toisen työehtosopimuksen piiriin. Postin mukaan asiaa käytiin myöhemmin läpi uudelleen ministerin ja tämän avustajien kanssa. Postin mukaan ministeri Paaterolle oli kerrottu Postin suunnitelmista

siirtää 700 pakettilajittelijaa toisen työehtosopimuksen alaisuuteen. Työehtosopimusta on pidetty työntekijöille epäedullisempänä kuin aiempaa työehtosopimusta.

Uuden Suomen (2019) mukaan 21.8.2019 pidettiin Postin virallinen kokous, missä Paaterolle vielä uudelleen kerrottiin käytännön yksityiskohtia koskien liikkeenluovutusta. Paatero ei kuitenkaan ollut omien sanojensa mukaan tarpeeksi tarkkana, koska häneltä oli mennyt ohi tieto liikkeenluovutuksen suunnitellusta aikataulusta. 29.8.2019 julkaisussa Paltan tiedotteessa mainittiin kuitenkin vain liikkeenluovutuksen päivämääräksi 1.11., mistä päivämäärästä Ministeri Paatero oli ollut omien sanojensa mukaan tietoinen (Palvelualojen työnantajat, 2020).

29.8.2019 Posti- ja logistiikka-alan unioni PAU ilmoittaa työtaistelutoimenpiteistä, eli lakosta, johtuen Postin pakettilajittelijoiden siirtämisestä epäedullisemmän työehtosopimuksen piiriin (Uusi Suomi 2019). Lakot eivät kuitenkaan Paltan (2019) mukaan ole laillisia, koska Paltan ja PAU:n välinen työehtosopimus oli voimassa lokakuuhun 2019 asti.

Kauppalehti (2019) julkaisee 30.8.2019 uutisen, jossa käsitellään Postin pääjohtajan Heikki Malisen erityisen suurta palkkaa. Tämän pääjohtajan palkkaa koskevan uutisen kanssa samanaikaisesti julkaistaan uutinen 700 pakettilajittelijan työehtosopimuksen muuttamisesta. Syyksi kerrotaan alhaisemmat palkkakulut. Uutisten myötä kohu Postin ympärillä alkaa kasvaa.

1.9.2019 Posti siirtää 700 pakettilajittelijaa logistiikka-alan työehtosopimuksen piiriin ja 2.9.2019 PAU aloittaa työtaistelut. PAU pysäyttää Postin käsittely- ja lajittelutoiminnot. Lakko kestää kolme päivää. PAU:n lakon aikana ministeri Paatero esitti aikalisää työtaisteluihin. Ministerin mukaan asia ratkotaan työehtosopimusneuvotteluissa. Postin (2019) mukaan omistajaohjausministeri ei ollut kommentoinut tai vaatinut muutosta Postin toimintaan tämän jälkeen. Ministeri ei pyytänyt tai vaatinut perumaan liikkeenluovutusta missään vaiheessa tämän kohun aikana.

Uuden Suomen (2019) mukaan työehtosopimusneuvottelut PAU:n ja Paltan välillä aloitetaan 9.9.2019. Neuvottelut eivät tuottaneet tulosta, minkä seurauksena PAU ilmoitti 22.10.2019 laajoista lakoista 11.-24.11.2019 väliselle ajalle. Lakkoilmoituksen seurauksena osapuolet tapaavat valtakunnansovittelijan. Tukilakkoihin ryhtyviä unioneja ja liittoja alkaa ilmoittautua.

Uuden Suomen (2019) mukaan liikkeenluovutus astuu voimaan 1.11.2019. Päivää ennen lakkojen alkamista PAU ilmoittaa uusista lakoista. Postilakko alkaa 11.11.2019, jonka välittömänä seurauksena osapuolille tulee kiistaa siitä, että rikkooko Posti lakkoa käyttämällä vuokratyövoimaa lakon aikana.

Uuden Suomen (2019) mukaan tukilakkoilijoita ilmoittautuu lisää. Tukilakkoon on ilmoittautunut Ilmailualan Unioni IAU, Rautatiealan unioni RAU, Suomen Merimies-Unioni SMU, Auto- ja Kuljetusalan Työntekijäliitto AKT, Palvelualojen ammattiliitto PAM, Suomen Elintarviketyöläiset SEL ry ja Sähköliitto.

Ministeri Paatero kertoo Uuden Suomen (2019) mukaan 21.11.2019 selvitystyöryhmästä, joka työstää ehdotusta ratkaistakseen tämän pulman. Selvitysryhmä esittää liitoille ehdotuksen 24.11.2019 kiistan ratkaisemiseksi, mutta ehdotus hylätään ensin Medialiiton toimesta, jonka jälkeen PAU kumoaa myös ehdotuksen.

Valtakunnansovittelija jättää osapuolille oman ehdotuksensa kiistan ratkaisemiseksi 26.11.2019 ja seuraavana päivänä osapuolet hyväksyvät tämän sovintoehdotuksen (Uusi Suomi 2019). Lakot loppuvat sovintoehdotuksen hyväksymisen jälkeen välittömästi.

Uuden Suomen (2019) mukaan ministeri Paatero myöntää medialle, että tieto liikkeenluovutuksesta on ollut tiedossa ja tarjolla jo elokuun loppupuolella, mutta tämä on keskittynyt vain marraskuun päivämäärään, jolloin liikkeenluovutus astui voimaan. Valtaosa oppositiopuolueista päättää jättää välikysymyksen vaatiessa pääministeriltä ulostuloa

Posti-kohun takia. Pääministerinä toiminut Antti Rinne sanoo eduskunnassa, että Posti olisi toiminut liikkeen- luovutuksessa omistajaohjauksen vastaisesti.

Uuden Suomen (2019) mukaan 29.11.2019 Paatero on jättänyt eropyyntönsä ministerin virastaan sen jälkeen, kun Posti on kiistänyt pääministerin väitteet omistajaohjauksen liikkeenluovutuksen vastustamisesta. Posti kertoi tiedotteessaan, että omistajaohjausministerinä toiminut Paatero ei missään tilanteessa tuonut esille tahtotilaa vastustaa liikkeenluovutusta.

### **3 Maine sidosryhmien esittämien arviointien summana**

Maineella tarkoitetaan ison joukon käsitystä tietyistä asiasta, henkilöstä tai yrityksestä. Maineella on vaikutus siihen, miten henkilö tai yritys nähdään. Henkilö voi olla hyvämaineinen liikemies tai huonomaineinen yritys. Yrityksiä voidaan nähdä maineen kautta menestyvinä ja luotettavina tai yrityksen huonot palvelut ovat yleisesti tiedostettuja, mikä vaikuttaa maineeseen negatiivisesti. Maine on usein hyvä tai huono ja siihen vaikuttaa henkilön tai yrityksen tekemät päätökset ja toiminta.

Tässä tutkimuksessa mediakohulla tarkoitetaan hybridimediassa tapahtuvaa keskustelua Postin lakosta. Hybridimedialla tarkoitetaan uutisointia ja sosiaalisen median päivityksiä sekä näiden kahden vuoropuhelua.

#### **3.1 Maineen muotoutuminen**

Maine koetaan usein hyvänä tai huonona. Maineen voi menettää ja mainetta voi kerryttää. Maine muotoutuu eri käsitysten ja kokemusten kautta. Mielipiteet muovaavat mainetta positiivisesti tai negatiivisesti. Maine rakentuu koko ajan ja maineen eteen on tehtävä töitä, vaikka esimerkiksi yritys ei voi ostaa mainettaan.

Maine on Aulan (2009, s. 59) mukaan yritysten aineetonta pääomaa. Maineen aineettomuus ja maineen mittaamisen hankaluus kuitenkin tekee maineesta yritykselle vaikean pääoman käyttää esim. markkinoinnissa. Maineen keräämisessä yrityksen ottamalla vastuulla on suuri rooli. Yrityksen kannattaa tehdä tekoja, joiden kautta sidosryhmien käsityksen yrityksestä muovaantuvat positiivisiksi. Aulan ja Heinosen (2011, s. 12) mukaan maine on joko hyvä tai huono.

Maine on Aulan ja Heinosen (2011, s. 11–12) mukaan osa jokapäiväistä elämää yritys- ja liikemaailmassa. Maineen saavuttaminen, menettäminen ja siihen kuuluvat riskit ovat huomioituina monien yritysten toiminta- strategioissa. Yrityksen maineen muodostamisesta on vastuussa yrityksen ulkopuoliset tekijät ja toimijat, koska maine rakentuu kokemuksista ja tarinoista. Heidän mukaansa yrityksen asiakkaat, sidosryhmät tai jokin muu joukko, joka on yhteyksissä yritykseen, ovat maineen muodostajia. Yrityksen maine muodostuu sidosryhmien kokemuksista. Kokemus voi olla hyvä tai huono, minkä lisäksi yrityksen arvot ja kulttuurit voivat vaikuttaa maineeseen.

Maine vaikuttaa kuluttajien ja sidosryhmien mielipiteisiin, ostopäätöksiin ja yrityksen valintaan suuresti. Onko yritys luotettava yhteistyökumppani, kannattaako yritykseen sijoittaa, tavallisen kuluttajan ostopäätös voi riippua yrityksen maineesta sekä rekrytoinneissa hakijoita riittää enemmän hyvämaineisella yrityksellä, mitä huonomaineisella. Yrityksen maine rakentuu koko ajan, joten hyvän ja luotettavan yrityksen maineen saavuttamiseen voi kulua kymmeniä vuosia. Sosiaalisen median aikakaudella hyvä maine voi kuitenkin tuhoutua pienessä hetkessä kohun tai skandaalin saattelemana.

Aulan ja Heinosen (2002, s. 53–55) sekä Helmin ja muiden (2011, s. 28–29) mukaan maine voi helposti sekoittua imagon ja brändin kanssa. Brändi on tuotteen tai yrityksen olemukseen liittyvä ilmiö. Brändillä identifioidaan yritystä tai tuotetta tietynlaiseksi. Kuluttaja voi pitää tuotteen tai yrityksen brändistä, mikä vaikuttaa kuluttajapäätökseen. Brändi on yrityksen muokattavissa ja rakennettavissa, ja brändi on se, minkälaisena yritys haluaa näyttäytyä. Imago ja maine taas jäävät ulkopuolisten tapahtumien varaan ja yritys pystyy vain omilla teoillaan yrittää vaikuttaa niihin. Heidän mukaansa maineen rakentamiseen menee kauan ja mainetta on rakentamassa sidosryhmät. Maineen rakentamiseen tarvitaan julkista keskustelua, jotta maineesta tulee yleinen käsitys yrityksestä. Imago taas on yksittäisen ihmisen ymmärrys ja käsitys yrityksestä. Vaikka yritys koittaisi luoda positiivista brändiä, mutta maine on huono, ei brändistäkään saa positiivista kuvaa.

### 3.1.1 Maineriskit

Maineen muodostuminen tapahtuu ihmisten näkemysten kautta. Ihmisten näkemykset taas riippuvat monista eri asioista, jotka ovat heille tärkeitä. Maineen kannalta riskitekijöitä ovat esimerkiksi ihmisten arvot ja jos yrityksen arvot eivät kohtaa kuluttajien kanssa, voi muodostua maineriski. Maineriskeillä tarkoitetaan poikkeavia mielipiteitä esimerkiksi yrityksestä tai sen palveluista.

O'Callaghanin (2007, s. 109) mukaan maineriski viittaa suoraan uhkiin, jotka voivat vahingoittaa yrityksen kykyä toimia. Tällaiset riskit voivat vaarantaa yrityksen asemaa yhteisössä ja heikentää yrityksen kaupallista toimintaa. O'Callaghan (2007, s. 109) jakaa maineriskit kahteen ryhmään: sosiaaliset ja poliittiset maineriskit sekä yritystoimintaan ja kaupalliseen toimintaan liittyvät maineriskit.

Sosiaalisiin ja poliittisiin maineeseen vaikuttaviin riskeihin O'Callaghanin (2007, s.109) mukaan kuuluu muun muassa ympäristökysymykset, työvoiman hyväksikäyttö, välinpitämättömyys terveyteen ja turvallisuuteen liittyvissä kysymyksissä ja ihmisoikeuksien kunnioitus. Edellä mainitut riskit ovat yrityksen ulkopuolisia riskitekijöitä, joihin liittyy vahvasti sidosryhmien käyttäytymiseen. (O'Callaghan, 2007, s. 109)

Sosiaalisiin riskeihin kuuluu työvoiman hyväksikäyttö ja Posti yritti siirtää työntekijöidensä työehtosopimuksia halvemman työehtosopimuksen piiriin. Tällainen toiminta on suuri riski yritykselle ja Postin tapauksessa yritys joutui suuren media uutisoinnin kohteeksi usean kuukauden ajaksi sen takia, että yritti säästää rahaa työntekijöiden kustannuksella.

O'Callaghanin (2007, s. 109) mukaan yrityksen sisäisesti aiheuttamia riskejä ovat yritystoimintaan ja kaupalliseen toimintaan liittyvät riskit. Tällaisia riskejä ovat muun muassa



sidosryhmien kanssa käydyt kiistat ja oikeudenkäynnit, tuotteiden tai palvelun epäonnistuminen, huonojen valintojen tekeminen sekä yleisesti huonot toimintatavat.

Olivatpa riskit sosiaalisia ja poliittisia tai yritystoimintaan liittyviä, O'Callaghanin (2007, s. 109) mukaan riskien uhkien sattuessa yritys voi joutua kriisiin tai kohun keskelle. Negatiivinen julkisuus ympäröi yrityksen, mikä vie uskottavuuden yritykseltä. Yrityksen maine on aineetonta pääomaa, mutta maineen menettämistä ei pysty mittaamaan rahassa. Äärimmäisissä tapauksissa yritykset kärsivät suuriakin taloudellisia tappioita, jopa konkurseja. Postin tilinpäätöksessä (2019a, s. 7) kerrottiin postin menettäneen ennustettuja tuloja loppuvuoden lehti-, kirje- ja pakettiliikenteestä huomattavasti.

Meltwaterin (2020) mukaan sosiaalisessa mediassa käytetään paljon Word-of-mouth viestintää, mitä voi verrata nykyaikaiseen puskaradioon. WOM-viestinnän ideana on, että hyvää palvelua käytettyään siitä kertoo eteenpäin, esimerkiksi ystäville ja sosiaalisessa mediassa. Seuraavalla kerralla kuulija saattaa hyvän kommentin perusteella valita juuri kyseisen palvelun, tai välttää negatiivisen kommentin saanutta palvelua.

Meltwaterin (2020) ja Harrison-Walkerin (2001, s. 60–61) mielestä kuluttajilla on WOM-viestinnän kautta isompi alusta vaikuttaa siihen, miltä yrityksen näyttävät julkisuudessa. Positiivista mainetta yritys voi yrittää kerätä kampanjoimalla kuluttajien positiivisista palautteista, nostamalla positiivisia kuluttajien palautteita esiin esimerkiksi markkinoinnissa. Kuluttajalta kuluttajalle viestintä on toimivammaksi todettu tapa vaikuttaa kulu- tuspäätökseen mitä yritykseltä kuluttajalle.

Sosiaalisessa mediassa on valtava määrä WOM-viestintää, koska sen voi yksinkertaisesti pelkkiin mielipiteisiin yrityksistä. Tällainen viestintä voi olla myös julkinen asiakas- palautte, joita nykypäivänä näkee todella paljon sosiaalisessa mediassa. Tällainen viestintä voi vaikuttaa monien sosiaalisen median käyttäjien mielikuvaan yrityksistä, joista annetaan tällaisia mielikuvia julkisesti. Tällaisia mielikuvia on esimerkiksi erittäin voimakkaan

kannanotot palveluista tai tuotteista. Oli WOM-viestintä sitten positiivista tai negatiivista, se vaikuttaa maineen rakentumiseen.

Joynerin ja Paynen (2002) mukaan yritysvastuu jaetaan usein taloudellisen, laillisen, eettisen sekä harkinnanvaraisen toiminnan osioihin. Kaikki liiketoimintaan ja päätöksentekoon liittyvät osiot yrityksissä laskeutuvat sosiaalisen vastuun alle. Valtaosa asiakkaista ei ostaisi yrityksen tuotteita tai palveluita, jos yritys ei toimisi sosiaalisen vastuun mukaisesti. Selznickin (1984) mukaan sosiaalinen vastuu sisältää ihmisten oikeuksien huomioonmisen, sosiaalisen rakenteen muodostamisen sekä yrityksen saaman kritiikin puolustamisen arvot.

Aula ja Heinosen (2011, s. 11–14) jakaa maineen nelikentän avulla problemaattisuuden perusteella kentän eri kulmiin. Aulan ja Heinosen (2011, s. 12–14) nelikentän kulmat ovat tavoitemaine, mikä tarkoittaa positiivisen yrityskuvan olevan realistinen kuva yrityksen toiminnasta. Toinen Aulan ja Heinosen nelikentän kulmista on maineen viestinnällinen ongelma. Kokemus yrityksestä ja sen palveluista ovat hyviä ja positiivisia, mutta mielikuvat jostain syystä ovat huonoja. Kolmantena nelikentän kulmana Aulan ja Heinosen mukaan on maineen toiminnallinen ongelma. Tällöin yritys on kriisissä, koska kokemukset yrityksestä sekä mielikuvat siitä ovat huonoja. Neljäs Aulan ja Heinosen nelikentän kulmista on maineensa, jolloin yrityksen palvelut ovat huonoja, mutta maine jostain syystä positiivinen.

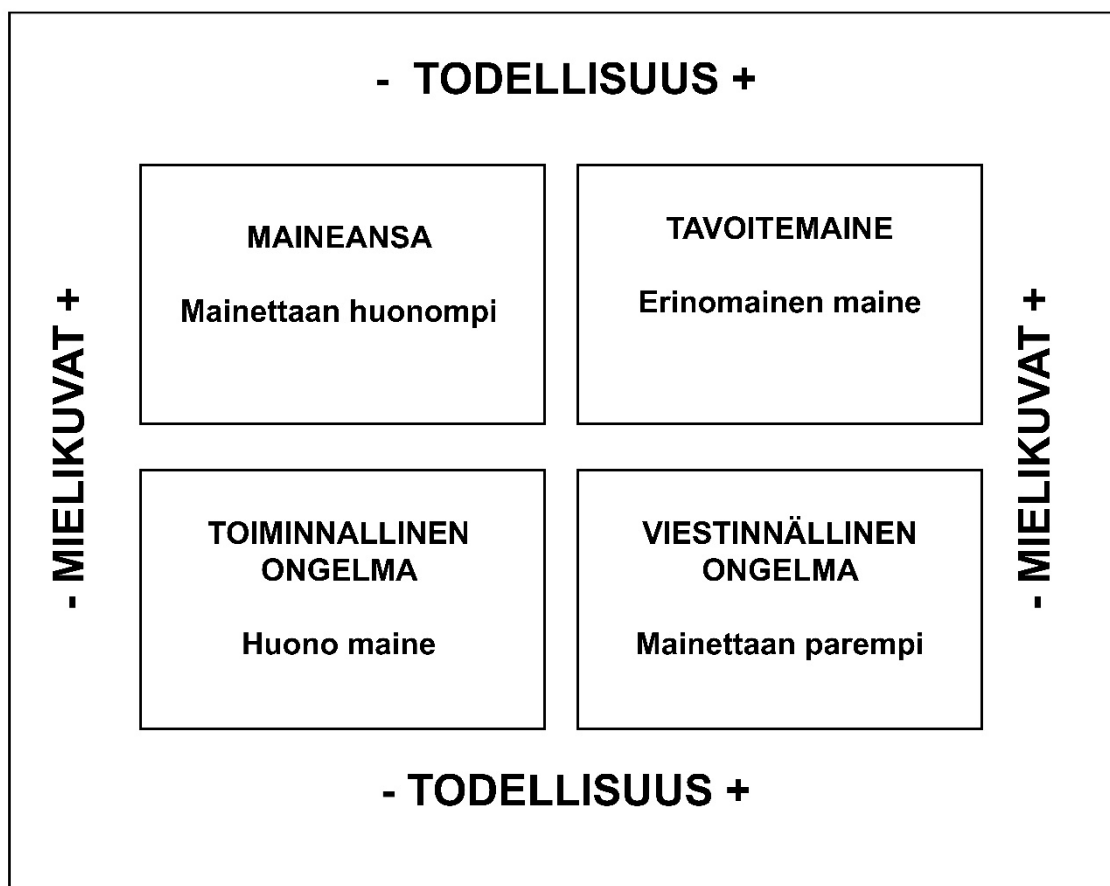
Eccles ja muut (2007, s. 114) jakavat maineriskiin johtavat tekijät kolmeen eri kategoriaan. Ensimmäisenä tekijänä maine on parempi, mitä todellisuus. Toisena tekijänä pidetään sitä, kun ulkoisten sidosryhmien ajatukset ja oletukset eroavat suuresti keskenään. Todellisuuden ja odotusten välinen kuilu vaihtelee. Kolmantena tekijänä on kuluttajien mielipiteiden muuttuminen yrityksen toiminnan takia.

### 3.1.2 Maineen rakentuminen

Maine rakentuu keskusteluissa, olivat keskustelut sitten yksityisiä kahvipöytäkeskusteluja tai julkisilla keskustelupalstoilla käytyjä keskusteluja. Yritysten maine rakentuu kuluttajan kokemusten kautta sekä niin sanotun puskaradion kautta. Hyviä että huonoja kokemuksia jaetaan tuttujen kesken ja nämä tutut kertovat tarinaa taas eteenpäin. Maine rakentuu monista pienistä paloista, jotka voivat liittyä joko palveluun, kokemukseen, näkemykseen tai vaikka kuulopuheeseen. Yrityksillä on mahdollisuus vaikuttaa omaan maineeseensa toimimalla ja viestimällä esimerkiksi vastuullisesti, mutta maine tosiasiallisesti rakentuu kuluttajien kautta.

Aula ja Heinonen (2011, s. 11–14) kuvaavat maineen ongelmallisuutta mielikuvien voimakkuudella suhteessa todellisiin kokemuksiin. Miten omat kokemukset ovat suhteessa siihen, millaisia mielikuvia aiheista on. Tätä he avaavat maineen rakentumisen nelikentän avulla.

Maineen rakentumisen nelikentästä kuvasta 1 löytyy problemaattisia mielikuvia yrityksen maineesta. Nelikentältä löytyy Aulan ja Heinosen (2011, s. 12–13) mukaan tavoitemaine, maineen viestinnällinen ongelma, maineen toiminnallinen ongelma sekä maineansa. Tavoitemaineella kuvataan nimensä mukaisesti sitä, mihin tavoitellaan pääsevän. Tavoitemaine on todella hyvä, mikä johtuu siitä, että kokemukset vastaavat positiivisia mielikuvia. Esimerkiksi yrityksen tarjoama palvelu on oman kokemuksen mukaan yhtä hyvä, mitä muilta kuulemat mielipiteet yrityksestä.



**Kuva 1** Maineen rakentuminen Aulan ja Heinosen (2011) nelikenttää mukaillen

Aulan ja Heinosen (2011, s. 12–13) toinen maineen rakentumisen nelikentän mainetyyppi on viestinnällinen ongelma. Tällaisessa tapauksessa yrityksen toiminta on sujuvaa ja hyvää, omakohtaiset kokemukset yrityksestä ovat olleet positiivisia. Syystä tai toisesta yrityksen maine on huono sidosryhmien keskuudessa. Kokemukset muuttavat yrityksen mainekuvaa asiakkaan tai sidosryhmän silmissä. Viestinnällinen ongelma ei ole kriisin arvoinen ongelma, ennen kuin toiminta alkaa olemaan huonon maineensa veroinen.

Kolmantena maineen tyyppinä maineen rakentumisen nelikentässä on Aulan ja Heinosen (2011, s. 13) mukaan maineen toiminnallinen ongelma. Tässä tilanteessa yritys on jo kriisissä tai ajautumassa kriisiin. Yrityksen toiminta ei vastaa odotuksia, eli kuluttajien kokemukset yrityksestä ovat huonompia mitä ennakko-oletukset. Huonojen kokemusten jälkeen myös mielikuvat yrityksestä huononee ja sidosryhmille tieto leviää nopeasti. Tällaisessa tilanteessa yrityksen on tehtävä kaikkensa sen toiminnan pelastamiseksi, tai

yritys on mennyttä. Resursseja ei kannata tilanteessa käyttää edes kriisiviestintään tai maineenhallintayrityksiin viestinnässä ja mainonnassa.

Neljäntenä Aulan ja Heinosen (2011, s. 14) nelikentän malleista on maineensa. Maineansassa oleva yritys on oikeasti huono, mutta jostain syystä yritys tunnetaan hyvämaineisena. Ansana siis se, että mielikuva yrityksestä on positiivinen, mutta kuluttaja joutuu pettymään, koska maine oli parempi mitä yrityksen tarjoamat palvelut. Maine oli parempi, mitä sen pitäisi olla ja yritys on todellisuudessakin huono.

Aula ja Heinonen (2011, s. 11–14) kuvaa maineen rakentumista kuvalla, jossa nelikentän neljä mallia on sijoitettu neliön eri kulmiin. Mallin reunoille sijoittuvat erilaiset mielikuvat yrityksistä. Jos mielikuva yrityksestä on hyvä, malli on kuvion yläkulmassa ja jos mielikuvat yrityksestä on taa huonoja, yritys on mallin alakulmissa. Nelikenttämallin ylä- ja alareunassa kuvataan taas todellisuutta. Jos todellisuus yrityksestä on positiivinen, niin yritys kuuluu mallin oikeaan reunaan ja jos todellisuus yrityksestä on negatiivinen, kuuluu se vasempaan reunaan.

Mainetta voidaan miettiä myös läpinäkyvyyden kannalta. Yrityksillä on vastuu näyttäytyä tietyllä tavalla julkisuudessa. Maine voi muuttua positiivisemmaksi, jos yritys viestii asioistaan läpinäkyvästi. Monesti yritykset luovat raportteja, joilla voivat todentaa luotettavuuttaan ja likviditeettiään.

Toimivaa vastuullisuusviestintää tehdään Halmen ja Joutsenvirran (2011, s.251–266) mukaan herkällä otteella, koska yritykset eivät halua, että lukija ymmärtäisi viestin väärin. Vastuullinen viesti esittää todellisuutta, mutta tekee sen niin hienovaraisesti, että lukija ei pysty ymmärtämään viestin tarkoitusperää yritykselle haitallisena.

Yritysten tavoitteiden julkisesti ilmaiseminen on vastuullista viestintää. Tällaisten tavoitteiden ilmaiseminen on kuitenkin oltava vuorovaikutteista ja lukijoiden sekä asiakkaiden kysymyksiin on vastattava, jotta läpinäkyvyys ja uskottavuus pysyy (Halme & Joutsenvirta

2011, s. 251–266). Yritykset puhuvat kuitenkin kaunopuheisesti esim. ympäristön puolesta, mutta kuitenkin on pelko, että puheet ovat vain korulauseita ja tyhjiä lupauksia, tai puheilla piilotellaan yrityksen oikeaa agenda (Halme & Joutsenvirta 2011, s. 251–253; Kallio & Nurmi 2006, s. 11).

Kallion ja Nurmen (2006, s. 11) mukaan yrityksestä pyritään luomaan parempi kuva ulkomaailmaan, mitä se oikeasti on. Todellisten motiivien peittely hyvillä ajatuksilla ja teoilla on kannattavampaa kuin kertoa aikeista ja teoista suoraan.

### **3.2 Mediakohu**

Mediakohulla tarkoitetaan monissa eri medioissa puheen keskiössä olevaa aihetta. Mediakohu vaatii monimediaisen alustan ollakseen kohu. Monimediaisella alustalla tarkoitetaan perinteisen median ja sosiaalisen median yhdistelmää sekä mahdollisia muita viestintäalustoja.

Ikonen ja Mäkelä (2011, s. 193) määrittävät mediakohun julkiseksi keskusteluksi, joka saa suurta huomiota ja näkyvyyttä. Tällainen kohu on heidän mukaansa pelkästään viestinnällinen ilmiö, eikä ole kytköksissä itse kohun aiheeseen. Saaren (2010, s. 18) ja Bodystunin (2014, s. 511–512) mukaan kohut ovat keskustelun keskipisteenä ja kohut nousevat pyörremyrskyn lailla nopeasti. Kohu voi taantua hetkellisesti, eli keskustelun määrä vähenee, mutta jatkuu taas runsaana myöhemmin samasta aiheesta (Bodystun ja muut 2014 s. 511–512).

Viime aikoina mediakohut ja somekohut ovat yleistyneet. Sosiaalisessa mediassa asiat ja tapahtumat leviävät nopeasti ja moraalisesti kyseenalaiset asiat puhuttavat ihmisiä. Jos esimerkiksi poliitikko tai julkisuuden henkilö joko tekee itse jotain kyseenalaista tai tarttuu sellaiseen asiaan julkisesti, mikä vaatisi parannusta, somekohu on todennäköinen. Somekohujen yleistyttyä niitä syntyy useammin, mutta ne myös laantuvat nopeasti, kun

esille tulee uusi kohu, vanha kohu unohtuu. Yksityishenkilöt ja yritykset ovat joutuneet somekohujen kohteeksi, jos heidän toiminnassaan on ollut isomman joukon mielestä parannettavaa. Sosiaalisessa mediassa tapahtuva kuohunta leviää nopeasti ja yrityksen tai yksityishenkilöt kasvojenmenetys on mahdollista.

Mediakohuilla tarkoitetaan Arjorannan (2017) mukaan tapahtumia, jotka saavat paljon huomiota ja keskustelua siitä, kuka on oikeassa ja kuka väärässä. Mediakohussa on Arjorannan mukaan toistuvia kaavoja, joita ovat esimerkiksi ristiriitaiset tapahtumat, uutiskierrokset sekä sosiaalisessa mediassa kuohunta. Mediakohu alkaa tapahtumasta, jota varjostaa mahdollisesti moraaliset kysymykset ja tapahtuma voi olla ristiriitainen. Media uutisoi aiheesta ja keskustelu sosiaalisessa mediassa alkaa käydä aktiivisena. Mediakohuissa kiertää Arjorannan mukaan usein uutisten ja informaation lisäksi disinformaatiota, jolla tarkoitetaan asioiden vääristymistä. Sosiaalisessa mediassa disinformaatio saattaa levitä nopeasti. Toinen uutiskierros tapahtuman ympärillä käsittelee sosiaalisessa mediassa käytävää keskustelua. Valtamedialla on taustalla koneisto, jota pyöritetään rahalla. Mediassa käsitellään niitä asioita sellaiseen tyyliin, mitä lukijat haluavat nähdä.

Kohun keskelle joutuminen voi aiheuttaa yksityishenkilölle tai yritykselle merkittävää haittaa. Suurta huomiota saavat kohut voivat vaikuttaa henkilön tai yrityksen maineeseen niin vakavasti, että seuraa taloudellisia haittoja. Esimerkiksi vaikutusta voi olla työnantajakuvan heikentymiseen, yhteistyömahdollisuuksien peruuntumiseen tai yksityishenkilöiden työllistymiseen.

Kortesuon (2016, s. 49–50) mukaan somekohun voi tunnistaa viiden eri kriteerin avulla. Kriteerejä kohun tunnistamiselle ovat jaettavuus esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, aiheen iskevyyden ja helppolukuisuus, samaistuttavuus sekä äkillinen tunnetila. Sosiaalinen media on nopea ja helppo alusta jakaa sisältöjä sekä iskevät sisällöt, kuten kuvat ja videot, herättävät huomion ja kertovat enemmän kuin tuhat sanaa. Kuvia ja videoita on myös helpompi jakaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, mitä pidempiä tekstejä. Tilanteeseen

samaistuminen ja tunteiden herääminen ilmiötä kohtaan vaikuttavat lukijan empatiakykyyn. Mitä useampi kriteeri täyttyy, sitä todennäköisemmin kyseessä on kohu.

Kortesuon (2016, s. 49–50) ja Saaren (2010, s. 18) mukaan kohu on nopeatempoinen ja kaiken kattava. Eli kohu nousee nopeasti ja siitä puhutaan saman aikaisesti monikanavaisen median jokaisella alustalla, mutta kohu myös laantuu nopeasti. Kohulla on kuitenkin useampia vaiheita, Saaren (2010, s. 18) mukaan pyörremyrskyjä. Pyörremyrskyt nousevat ja aiheuttavat kaaosta, jonka jälkeen laantuvat hetkeksi ennen kuin taas palaavat. Eli kohu on usein monivaiheinen, mutta välissä saattaa olla hiljaisempaa (Bodystun ja muut 2014, s. 511–512).

Seuraavaksi käsittelen kohuja ja kohun rakentumista. Tarkastelussa erityisesti media-kohu, koska tutkimuksessa keskiössä on monikanavaisessa mediassa kehittynyt kohu, jota tarkastelen Twitterin osalta. Seuraavassa luvussa käsitellään sitä, kuinka kohut rakentuvat, miten ne kehittyvät kohuiksi ja millaisina ne ilmenevät. Luvussa 3.2.2 käsittelen kohua Twitterissä sekä yleisemmin sosiaalisessa mediassa. Pääpainona on kohu Twitterissä, koska tutkimusaineistona toimii tviitit.

### **3.2.1 Kohun rakentuminen**

Uutisointi erilaisissa medioissa nykypäivänä on erittäin aktiivista ja eri medioita on todella paljon. Toisilla medioilla on tiettyjä tavoitteita, kuten viestiä maakunnan asioista tai keskittyä talousuutisiin. Isoilla mediayhtiöillä uutisoinnin takana on kuitenkin raha. Uutisoinnit ja keskustelujen taustat on otettava kohujen muodostumisessa ja rakentumisessa huomioon.

Bodystunin ja muiden (2014, s. 509–510) mukaan uutisoinnissa noudatetaan usein samaa kaavaa niin, että uutiset saavat tietyn ajan ja näkyvyyden mediassa. Uutiset ikäänntyvät ja unohtuvat nopeasti muutamassa päivässä, eikä tällaisiin unohtuviin aiheisiin tarvitse palata mediassa. Medialla ja lehdillä on kuitenkin suuri rooli kohujen kehittämisessä,



sillä uutisten uudelleen huomion keskiöön nostamisella vaikutetaan lukijaan. Päivittäis-uutisointi eroaa paljon mediakohun uutisoinnista. Normaali uutisointi ei herätä juuri huomiota tai suurempaa värähtelyä mediassa, eikä uutisia päivitetä eri näkökulmista uudelleen. Kohun aikana taas uutisointi on paljon dynaamisempaa. Asioita tarkastellaan pienillä muutoksilla lyhyempien ajanjaksojen välein ja uutisointi on kattavampaa.

Media saa aikaan paljon uutisia, kun on jotain mehekasta kirjoitettavaa. Mehukkailla uutisilla myydään iltapäivälehtiä ja saadaan aikaan keskustelua netissä (Dahlgren ja muut 2011, s. 7). Dahlgrenin ja muiden (2011, s. 7) mukaan skandaalit ja kohut ovat kuin heittäisi bensaa median liekkeihin. Kohu merkitsee asian ympärillä olevaa huomiota ja kohinaa. Skandaalin taustalla taasen on kansan tuohtumus, joka syntyy väärintekojen ja normien rikkomisen vuoksi. Poliittisten kohujen ytimessä on usein valta ja raha, Postin työehtosopimusneuvotteluissa molemmat ovat keskiössä.

Kortesuon (2016, s. 32–33) mukaa kohu muodostuu ilmiöstä nousseen ongelman seurauksena. Ilmiöön liittyvä ongelma ei kuitenkaan ole itsestään kohu, vaan kohu muodostuu mediassa. Mediassa ja sosiaalisessa mediassa ilmiöstä muodostuneen ongelman pointti rakentuu kohuksi tarpeeksi suureen mittakaavaan päästyään. Keskustelu eli tuleva kohu lähtee leviämään sidosryhmien kautta nopealla ja suurella volyyymilla ja kohu kasvaa ja muotoutuu, kunnes siitä muodostuu valtakunnallinen kohu.

Postin hallituksen puheenjohtaja Markku Pohjolan tiedotteessa 700 Postin työntekijän työehtomuutoksella on ollut Postin omistajaohjauksen tuki, sillä Paaterolle ja hänen avustajilleen liikkeenluovutus oli esitelty jo vuonna 2019 kesäkuussa ja elokuussa asia oli käsitelty perusteellisesti (Posti Oyj, 2019). Postin ongelmat olivat Pohjolan mukaan olleet jo jonkin aikaa eduskunnan tiedossa ja hyväksyttynä.

Sosiaalisessa mediassa, erityisesti Twitterissä, keskustelu postilakosta ja siihen johtaneista syistä alkoi kasvamaan huomattavasti aineiston mukaan vasta 11.11.2019. Keskustelua postilakosta oli jo syyskuussa, mutta se oli niin vähäistä ja kohun tyyppillisen tyylin

mukaan se keskustelu laantui. Twitterissä #postilakko-aihetunnisteella ei keskusteltu juurikaan ennen 5.11.2019.

Matikaisen (2019, s. 7) mukaan yleisön aktivoituessa se alkaa käyttämään mediaa aktiivisemmin. Yleisö tykkää, jakaa sekä luo omaa mediaa. Verkossa viestiminen on tehnyt julkaisemisesta demokraattista eivätkä kaikki julkaisualustat, ja julkaisuvalta ole vain isojen mediayhtiöiden omistuksessa. Yksityishenkilön julkaisu ei usein ole näkyvyydeltään samanarvoinen kuin suuren mediayhtiön uutinen, mutta yksityishenkilöiden joukolla on huomattavasti enemmän valtaa. Yksityishenkilöt voivat olla mukana muun muassa yhteiskunnallisten prosessien kommentoinnissa tai mediailmiöiden kritisoinnissa. (Matikainen 2019, s. 7–10) Postilakon aikana tunteet kävivät kuumana liikkeenluovutuksen takia ja postityöntekijöiden puolesta. Aihe oli valtamediassa sekä sosiaalisessa mediassa koko ajan pinnalla.

### **3.2.2 Kohut mediassa**

Tässä luvussa käyn läpi kohun rakentumista Twitterissä. Sitä ennen on hyvä tietää sosiaalisen median perustoiminnasta, siitä mikä sosiaalinen media on ja miten se toimii. Kerron tässä luvussa myös Twitteristä mikroblogipalveluna ja sen toimintatavoista. Tämän jälkeen on helpompi ymmärtää, kuinka kohun muodostuminen sosiaalisessa mediassa tapahtuu ja miten se eroaa mahdollisesti perinteisestä kohusta.

Isotaluksen ja muiden (2018, s. 9–10) mukaan Twitter on yhteisö- ja mikroblogipalvelu, jossa viestintä kiteytyy lyhyisiin 280 merkin pituisiin viesteihin, tviitteihin. Twitter -viestintä eroaa muista kanavista, koska kaikki on julkista. Tviittejä voi nähdä, vaikka ei olisi itse rekisteröitynyt Twitteriin (Isotalus ja muut, 2018, s. 10; Murthy, 2011, s. 781). Twitterin ollessa kaikille avoin alusta kynnys tuntemattomien henkilöiden kanssa keskusteleminen madaltuu.

Murthy (2011, s. 783) kuvaa Twitterin käyttäjiä kansalaisjournalisteiksi, jotka tarpeen tullen levittää tietoa ajankohtaisista asioista ja kertovat omia näkemyksiään niistä. Murthyn mukaan kansalaisjournalistit ovat valmiita lyhyellä varoitusaajalla jakamaan informaatiota, ja Twitterissä tieto leviää laajalle nopeasti. Kansalaisjournalistit ovat tärkeässä asemassa informaation jakajina esimerkiksi kriisien, erilaisten katastrofien sekä vaalien aikana.

Twitterillä on Isotaluksen ja muiden (2018, s. 9,17) mukaan suuri yhteiskunnallinen merkitys, koska sitä käytetään paljon pääasiallisena viestintäkanavana. Merkittävyystään viestintäkanavana kertoo se, että Yhdysvaltojen presidentti Donald Trump käyttää Twitteriä ensisijaisena tiedotuskanavanaan. Merkittävää siinä on suuren valtion päämiehen erikoinen valinta, koska aiemmin Yhdysvaltojen presidenttien pääasiallisena viestintäkanavana on käytetty muita tiedotusvälineitä. Trumpin lisäksi monet muut käyttävät pääasiallisena viestintäkanavanaan Twitteriä. Yhteiskuntatieteen ja informaatiotieteen tutkijat ovat Van Dijckin (2012, s. 8) mukaan kiinnostuneita Twitterin optimaalisesta käyttötavasta. Tutkijoita kiinnostaa kuinka alusta toimisi eri ihmisille hyödyllisenä työkaluna.

Toisille Twitter on enemmän työhön liittyvä alusta, kun taas toiset jakavat arkielämäänsä Twitterissä. Twitterissä käydään poliittista keskustelua sekä keskustelua ajankohtaisista aiheista. Isotaluksen ja muiden (2018, s.12–13) mukaan Twitterin käyttäjistä ei kuitenkaan ole varmaa tietoa, joten kattavan käyttäjäprofiilin luominen ei ole mahdollista.

Twitterissä voi seurata ketä tahansa, eikä joudu lähettämään erillistä pyyntöä. Kaikki viestit ovat näkyvissä kaikille ja kaikkien Twitterin käyttäjien viesteihin voi vastata. Tviitteistä voi myös tykätä, niitä voi jakaa eteenpäin, niihin voi merkitä muiden tviittaajien nimi- merkkejä ja tviitteihin voi lisätä aihetunnisteita (Isotalus ja muut 2018, s. 10–11).

Aihetunnisteet merkitään risuaitamerkillä eli hastagilla #. Aihetunnisteita käytetään samojen teemojen ympärillä, jolloin se voi toimia hyperlinkkinä saman aihetunnisteen keskusteluihin ja aihetunnisteiden avulla asioiden esittäminen on kätevämpää sekä asioiden löytäminen helpottuu (Isotalus ja muut 2018, s. 10–11; Haavisto 2009, s. 29–30).

Postilakon aikana käytettiin paljon erilaisia aihetunnisteita, mutta yleisemmäksi muodostui #postilakko. Koskelan ja Sihvosen (2018, s. 31) mukaan aihetunnisteet pelaavat tärkeää roolia julkaisuissa. Aihetunnisteita käytettäessä kampanjan sisältö saattaa nousta aihetunnisteiden avulla merkitykselliseksi, vaikka yksittäiset twiitit eivät kaikkia asiasta kiinnostuneita tavoittaisi.

Van Rulerin (2004, s. 138–139) mukaan uutisointi tai tiedon jakaminen ei ole koskaan puolueetonta tai objektiivista. Tieto on hänen mielestään aina kohdistettu jollekin vastaanottajalle tai kuulijalle. Uutisissa tavoitellaan jotain yleisöä ja uutiset kirjoitetaan yleisö mielessä pitäen.

Kohut ovat Bodystunin ja muiden (2014, s. 525) mukaan usein pitkäkestoisia tapahtumia, jotka eivät viikossa laannu. Kohuun vaaditaan monikanavaista viestintää, mikä kattaa tavallisen median otsikoita sekä sosiaalisen median eri kanavien laajaa keskustelua aiheesta. Kohu mediassa kestää Bodystunin ja muiden (2014, s. 525) mukaan noin kolme viikkoa ennen kuin se saavuttaa huippunsa ja näin kävi myös #postilakko-aihetunnisteen kanssa. Marraskuussa 2019 #postilakko-aihetunnisteella tviitattiin jo kuun alussa, mutta vasta lähempänä kuun loppua tviittejä julkaistiin useita satoja päivässä.

Medianäkyvyys monissa eri lehdissä samasta aiheesta osoittaa aiheen olevan ”mediahypetyksessä”. Jokaisen lehden kiinnostusta samaan aiheeseen ei tapahdu perinteisessä mediassa usein, joten kriteereitä näkyvästä media-aiheesta on alennettu (Bodystun ja muut 2014, s. 525). Postilakosta lehdet kirjoittivat päivittäin ja iltalehdet kirjoittivat aiheesta moneen otteeseen päivän aikana. Maakuntalehdet, aikakauslehdet ja jopa viranomaisviestintä puhuivat postilakosta. Postilakko koski kaikkia, koska lakon takia ihmiset eivät saaneet postejaan: laskut, Kelan päätökset ja aikakauslehdet jäivät saamatta. Postilakon takia myöskään yritykset eivät saaneet tavaraa ulkomaan vientiin, koska rahtilaitivat lakkoilivat. Lakko koski kirjaimellisesti kaikkia, minkä takia kaikki julkaisualustat olivat täynnä keskustelua aiheesta.

Bodystunin ja muiden (2014, s. 526) mukaan kohut mediassa koskettavat yleisöä siinä määrin, että tulee ajatelleeksi, mikä on oikeasti tärkeää ympäröivässä maailmassa. Kohujen myötä on tärkeää ymmärtää, että mediatekstit voivat informatiivisuuden lisäksi olla mielipiteitä muokkaavia. Onkin tärkeää ajatella kriittisesti sitä, mikä on median rooli kohussa. Bodystun ja muut vihjaavat, että kohut eivät aina nouse niin tärkeistä asioista, mitä median antama huomion määrä implikoi. Media saattaa manipuloida yleisöä reagoimaan haluamallaan tavalla saadakseen kohun aikaiseksi. Esimerkiksi Posti on ennenkin siirtänyt työntekijöitään työehtosopimuksesta toiseen niin, että työntekijä on saanut epäedullisemmän sopimuksen.

### **3.2.3 Maineen ja mediakohun suhde**

Tässä luvussa pohdin maineen ja mediakohun suhdetta. Mediakohulla tarkoitetaan monikanavaisessa mediassa tapahtuvaa aktiivista keskustelua tietystä aiheesta, joka on vaikuttanut ihmisiin niin, että siitä keskustellaan runsaasti. Keskustelun kohteena ollut tapahtuma tai yritys kärsii varmasti mainehaittoja, koska mediakeskustelua ei pysty kontrolloimaan.

Uimonen (2009) pohtii useaan otteeseen, kuinka suuri valta medially on asioiden saamassa näkyvyydessä. Medially on mielipidevaltaa, jota se käyttää hyväkseen kansan avulla. Median valitsemista aiheista keskustellaan myös sosiaalisissa medioissa ahkerasti. Bodystun ja muut (2014, s. 526) ovat tarkastelleet kriittisesti mediassa käsiteltävien aiheiden tärkeyttä ja yleisön manipulaatiota.

Kortesuon (2016, s. 49–50), Saaren (2010, s. 18) sekä Bodystunin ja muiden (2014, s. 511–512) mukaan somekohun voi tunnistaa viiden eri kriteerin avulla. Kriteerejä kohun tunnistamiselle ovat jaettavuus esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, aiheen iskevyyden ja helppolukuisuus, samaistuttavuus sekä äkillinen tunnetila. Sosiaalinen media on nopea ja helppo alusta jakaa sisältöjä. Iskevät sisällöt, kuten kuvat ja videot, herättävät käyttäjien huomion. Kohu on usein monivaiheinen, mutta välissä saattaa olla hiljaisempaa.

Kortesuon, Saaren sekä Bodystunin ja muiden teorioiden perusteella postilakosta käytyä keskustelua mediassa voidaan kutsua kohuksi.

Uutisten jakaminen tviiteissä on Arjorannan (2017) mukaan tyypillistä kohun aikana tapahtuvaa informaation jakamista. Kohussa on Bodystunin ja muiden (2014, s. 511–512) mukaan useita eri alustoja, eli niin sanottu hybridimedia, alustana keskustelulle. Keskustelua käydään sosiaalisen median palveluissa ja valtamedian viestimissä. Arjorannan (2017) mukaan kohuja ei syntyisi ilman yksityishenkilöitä keskustelijoina. Yksityishenkilöt puhuvat sosiaalisessa mediassa kärkkäästi kohun aiheesta, mikä kasvattaa aiheen nosetta. Ahjorannan mukaan ihmiset lähtevät kohuihin mukaan ja osallistumisella voi olla erilaisia rooleja. Jotkut ihmisistä liittyvät keskusteluun kasvattaakseen kohua ja toiset ihmiset pysyvät asian ytimessä tai yrittävät laannuttaa keskustelua.

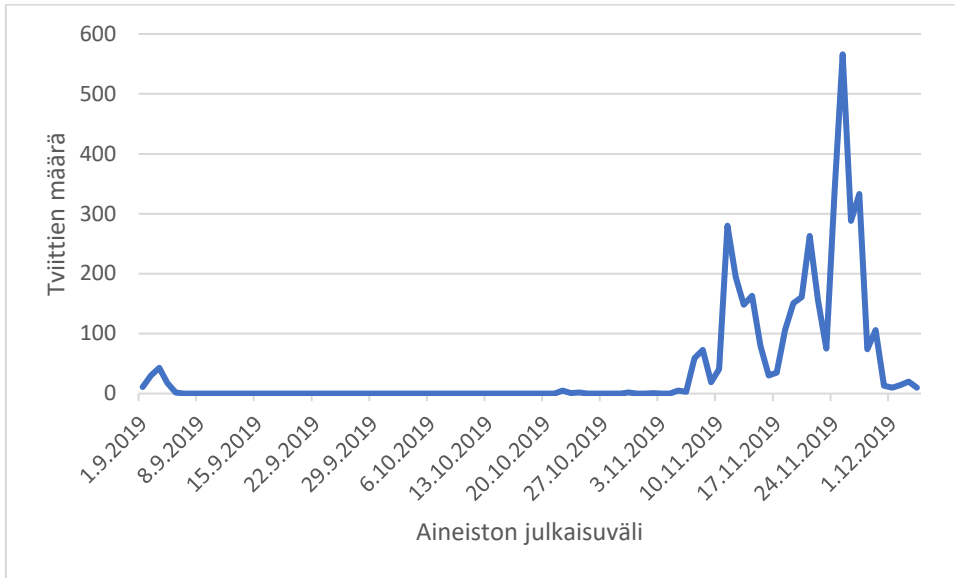
## **4 Postin maineen rakentuminen kohun tuottamassa mediajulkisuudessa**

Tässä luvussa tarkastellaan postilakkoa Twitterissä ja pohditaan löydösten merkitystä Postin maineen kannalta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten Postin maine rakentuu Twitterissä aihetunnisteen #postilakko alla käydyssä keskustelussa. Aineistona tutkimuksessa on postilakon aikana #postilakko-aihetunnisteen alla käyty keskustelu Twitterissä. Aineistosta etsitään julkaisupiikit, joiden aikana keskustelu on ollut aktiivisempaa. Julkaisupiikkien aikana käytyjä twiittejä sekä niissä jaettuja uutisia tutkin maineen teorioiden avulla.

Twiittejä analysoidaan O'Callaghanin (2007) maineriskien teorian kautta ja twiitit jaetaan maineriskeittäin eri teemoihin. Teemoittelulla selvitetään minkä tyylistä viestintää twiiteissä on. Tämä jälkeen tarkastellaan twiiteissä jaettuja uutisia Aulan ja muiden (2011) maineen rakentumisen nelikentän avulla.

### **4.1 Kohun vaiheet Twitterissä**

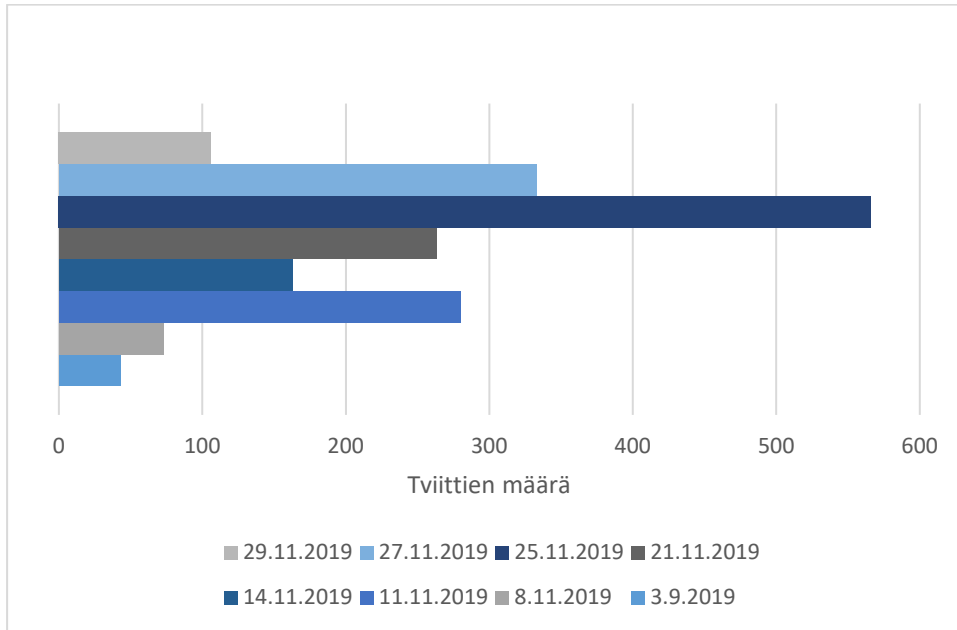
Aineisto on kerätty manuaalisesti 29.9.-31.9.2020 välisenä aikana Twitteristä aihetunnisteella #postilakko. Aineisto on kerätty kaikki kyseisellä aihetunnisteella merkityt twiitit, jotka on julkaistu 1.9.2019-4.12.2019 välisellä ajalla. #postilakko-kohun vaiheiden tunnistaminen on aloitettu jakamalla twiitit päiväkohtaisesti omiin kansioihin ja tämän jälkeen syötetty Exceliin, jotta saadaan havainnollistava taulukko kohun vaiheista. Excelistä voi havaita millä ajanjaksoilla on julkaistu huomattavasti enemmän twiittejä, kuin muina päivinä. Kuviosta 3 on nähtävissä julkaisupiikkien ajankohdat ja samalla kohun tärkeimmät vaiheet.



**Kuvio 3** Postilakko aiheutunneen esiintyminen Twitterissä esitettyä kuviossa.

Kohu on Bodystunin ja muiden (2014, s. 511–512) mukaan pidempiaikainen tapahtumajakso, jonka keskiössä on yksi paljon puhuttava aihe, joka voi olla kohun keskiössä eri näkökulmista. Bodystunin ja muiden mukaan kohu myös vaatii monimediaisuutta ja mediassa aikaa kuluu useampi viikko, ennen kuin aihe saa korkeimman kapasiteettinsa ja huomionsa. Postilakko aiheutunneella keskusteltiin Twitterissä jo syyskuun alussa muutamien sadan tviitin verran, mutta aiheutunneen käyttö alkoi kunnolla vasta marraskuun alussa. Keskustelu pysyi aktiivisena koko marraskuun ajan sopimusneuvotteluiden päätymiseen sovuissa. Tämän jälkeenkin Twitterissä riitti keskustelua aiheutunneella, mutta kiinnostus aiheeseen oli jo hieman vähäisempää.





**Kuvio 4** Tviittien määrät julkaisupiikkien aikana

Kuvioista 3 ja 4 on huomattavissa, että kohun eri vaiheiden julkaisupiikeissä ei selkeästi kaikissa ole yli 300 tviittiä, vaan julkaisupiikit määräytyvät 1 kuvion mukaan. Julkaisupiikiksi määritellään piikki kuviossa 1, julkaisupiikki on verrattavan suuri erottuakseen kuviossa. Kohun julkaisupiikki on sen hetkisen #postilakko-aihetunnisteen käytössä poikkeuksellinen kasvu. Esimerkiksi ensimmäinen julkaisupiikki aineistossa oli 3.9.2019, jolloin tviittejä oli 20 kappaletta. Tämä määrä tviittejä riitti muodostamaan selkeän julkaisupiikin aikajanelle, mutta se johtui siitä, että sitä päivää edeltävinä tai seuraavina päivinä aihetunnisteella ei ollut kovin montaa tviittiä.

Ensimmäinen julkaisupiikki aineistossa oli erittäin varhaisessa vaiheessa postilakon etenemisessä. Ensimmäinen piikki tapahtui 3.9.2019. Posti oli juuri paria päivää ennen siirtänyt 700 työntekijäänsä epäedullisemmän työehtosopimuksen piiriin, koska edeltävä työehtosopimus oli tulossa loppuunsa. Ihmiset reagoivat Twitterissä selkeästi Postin lakkoilun lopetukseen ministeri Paateron pyytämän aikalisän takia sekä Pekka Rinteen Ylelle antamiin kommentteihin liittämällä Posti osaksi sote-ratkaisua (De Fresnes & Stenroos 2019).

Toinen julkaisupiikki aineistossa tapahtui 8. marraskuuta 2019. Postin lakko on luvattu alkavaksi 11.11.2019. Verkkokauppojen myyntiä pohditaan Helsingin Sanomissa ja aiheesta käydään keskustelua myös Twitterissä. Viranomaiset ja julkiset palvelut viestivät Twitterissä mahdollisista viivästyksistä tai poikkeusmaksuajoista laskuissa. Monet Twitterin käyttäjät ovat huolissaan siitä, että Kelan päätöksien kanssa voi tulla ongelmia. Selvitykset eivät mene postitse perille ajallaan tai päätökset eivät saavu postiluukkuun, mutta Kelan verkkopalvelut koetaan tilanteessa hyödyllisiksi. Esimerkiksi selkeästi suurimpana julkaisupiikkinä tviittien määrässä oli 25.11.2019, kun tviittejä #postilakko-aihetunnisteella oli julkaistu 566 kappaletta.

Julkaisupiikit ajoittuvat luvun 2.3 perusteella liikkeenluovutuksessa tapahtuneiden käännteiden kanssa samalle päivälle tai sitä seuraavalle päivälle. Osa julkaisupiikeistä edelsi tällaista suurempaa tapahtumaa aikajanalla. Media kirjoitti postilakosta ahkerasti, jonka takia on vaikea arvioida, johtuiko julkaisupiikit tietystä uutisesta tai käännteestä, mutta lienee sopivaa olettaa, että niillä on ollut suuri merkitys kasvaneessa keskustelussa. Kohun loppuvaiheessa tapahtuma-ajankohdat olivat niin lähekkäin toisiaan ja luvusta 2.3 voi päätellä, että uutisointikin on tihentynyt.

## 4.2 Maineriskit kohun aikana Twitterissä

Tässä alaluvussa sovellan maineriskien teoriaa aineistooni. Mainetta tutkitaan aineistosta rajatuista julkaisupiikkien tviiteistä. Tutkin julkaisupiikkejä, joissa #postilakko-aihetunnisteen alla käyty keskustelu on ollut kiivasta. Lisääntyneen keskustelun perusteella voidaan pitää todennäköisenä, että julkaisupiikeistä ilmenee myös maineriskejä. Tutkin tviittien sisältöjä O'Callaghanin (2007) maineriskiteorian kautta.

Teoria ohjaa aineistosta etsittäviä sisältöjä, kuten aineistosta nousevia selkeitä maineeseen vaikuttavia kommentteja. Teorialähtöisen sisällönanalyysin avulla tarkastellaan

julkaisupiikkien aikana julkaistuja tviittejä. Nämä tviitit ovat laadullisen tutkimuksen aineisto.

Tviitit jaetaan teemoihin tarkastelemalla viestin sisältöä ja sanavalintoja. Tviittejä teemoitellaan teoriassa esitetyn O’Callaghanin (2007) maineriskien mallin mukaan. Teemoittelulla tarkoitetaan aineiston ryhmittelyä eri aihepiirien mukaan (Tuomi & Sarajärvi 2018, s. 121). Aineistoa käydään läpi julkaisupiikki kerrallaan, joten tähän kohtaan tulee avaus siitä, kuinka maineriskit näyttäytyivät aineistossa. Tviittejä analysoidaan O’Callaghanin (2007) maineriskien teorian avulla ja tviitit jaetaan sen mukaan sosiaalisen ja poliittisen maineriski ja yritystoiminnan ja kaupallisen toiminnanmaineriskin välillä. Tutkimuksessa tarkastellaan vielä eri maineriskiryhmistä riskien tyyppejä.

**Taulukko 2** Julkaisupiikkien tviitit jaettuna maineriskien kategorioihin sekä aineistoon sopimattomiin tviitteihin.

Julkaisupiikit	Sosiaaliset ja poliittiset riskit (lkm)	Yritys- ja kauppatoiminta riskit (lkm)	Aineistoon sopimattomat tviitit (lkm)	Tviitit yhteensä julkaisupiikissä (lkm)
3.9.2019	19	20	3	43
8.11.2019	16	48	8	73
11.11.2019	110	165	5	280
14.11.2019	90	71	2	163
21.11.2019	71	183	9	263
25.11.2019	186	359	21	566
27.11.2019	126	201	6	333
29.11.2019	19	81	6	106

Tviittien jakautuminen maineriskien välillä julkaisupiikeissä on havainnollistettu taulukossa 2. Taulukossa 2 esitetään laadullisella tutkimusmenetelmällä analysoitavaan aineistoon sopimattomien tviittien määrät julkaisupiikeittäin. Maineriskien jakautuminen teemoittain on kuvattuna taulukkoihin luvuissa 4.2.1 ja 4.2.2.

Maineriskien analysointi perustuu teoriaan. Twiittien jakaminen maineriskien kategorioihin tapahtui vertaamalla tviitin sisältöä teoriaan ja etsimällä tviitistä O'Callaghanin maineriskien piirteisiin liittyviä viitteitä.

#### **4.2.1 Sosiaaliset ja poliittiset maineriskit aineistossa**

Sosiaalisia ja poliittisia riskejä sekä yritystoimintaan ja kauppa toimintaan liittyviä riskejä löytyi tviiteistä runsaasti. Tviitit eivät aina sopineet täydellisesti jompaankumpaan riskien kategoriaan, mutta aineisto on jaettu sopivamman riskiryhmän mukaan. Taulukossa 2 esitetään riskien jakautuminen julkaisupiikeissä riskien välillä. Aineistoon sopimattomat tviitit olivat usein eri kielellä kirjoitettuja, jonka takia en niitä ei analysoitu. Aineistoon sopimattomien twiittien määrä kasvoi mitä pidemmälle kohu eteni. Tästä voi päätellä, että postilakko puhutti ihmisiä myös suomen ulkopuolella.

Taulukosta 2 on havaittavissa, että sosiaaliset ja poliittiset riskit olivat tviiteissä vähemmän näkyvä riski. Sosiaaliset ja poliittiset riskin näkyivät enemmän kohun alkupuolella, mutta kohun edeteritystoimintaan ja kauppa toimintaan liittyvät riskit lisääntyivät ja sosiaaliset sekä poliittiset riskit vähenivät aineistossa.

Tviittien jaottelua maineriskien välillä hankaloitti se, että maineriskit eivät jokaisen tviitin kohdalla sopinut täydellisesti yhteen. Maineriskin valinta kuitenkin perustui johdonmukaiseen ajatteluun maineriskien teoriaa peilaten tviitteihin.

Sosiaalisia ja poliittisia maineriskejä aineistossa olivat muun muassa työvoiman hyväksikäyttöön liittyvät kirjoitukset. Poistin pakettilajittelijoiden työehtosopimuksen vaihtoa ja mahdollista palkan alentamista pidettiin röyhkeänä työntekijöiden työn arvon vähättemisenä. Tviittien kirjoittajat asettuivat Postin työntekijöiden asemaan, eivätkä toivoisi kenellekään noin suurta palkanalennusta. Tviittien kirjoittajat pitivät palkanalennusta kohtuuttomana. Sosiaalisia ja poliittisia maineriskejä aineistossa olivat myös

ympäristöön liittyvät kysymykset. Postilakon aikana monet yritykset siirtyivät sähköiseen laskuttamisen teen ja lehdet siirtyivät verkkoon. Tätä pidettiin suurena ympäristötekona, vaikka Posti ei siitä kunniaa voi yrityksenä ottaa. Myös postin jakamisesta aiheutuvat autojen päästöt jäivät kuluttamatta. Monet aineiston tviitit koskivat myös Postinen-lehteä, joka jäi lakon aikana painamatta. Tviittien kirjoittaja olivat iloisia, että Postinen-lehteä ei paineta eikä siitä synny päästöjä ympäristöön.

Yritystoimintaan ja kauppatoimintaan liittyvien maineriskien aiheina aineistossa olivat muun muassa Postin toimitusjohtajan korkea palkka, Postin tuotteiden ja palvelujen epäonnistuminen sekä huonot toimintatavat postin hallituksen ja ministereiden toimesta. Yritys ja kauppa toimintaan liitettiin myös ristiriitainen uutisointi ja tiedottaminen asioiden etenemisestä. Ministeri Paateron mukaan hän ei ollut tietoinen oikeasta aikataulusta, mutta Postin ja Paltan tiedotteissa kerrottiin hänen olleen ajan tasalla asioista. Tällainen aineistossa valehtelemiseksikin kutsuttu käytös ei tuntunut Twitterin käyttäjistä oikealta.

Taulukossa 3 on esitettyä kuinka sosiaaliset ja poliittiset maineriskit jakautuvat aineistossa julkaisupiikkien välillä prosentuaalisesti. O' Callaghanin maineriskien teoria jakaa maineriskit kahteen eri osaan.

**Taulukko 3** Sosiaalisten ja poliittisten maineriskien teemoittelu tviiteissä prosentuaalisesti

Julkaisupiikit	Ympäristökysymykset (%)	Työvoiman hyväksikäyttö (%)	Välinpitämättömyys terveyteen tai turvallisuuteen liittyvissä kysymyksissä (%)	Ihmisoikeuksien kunnioitus (%)	Sosiaalisiin ja poliittisiin maineriskeihin kuuluvien tviittien määrä julkaisupiikeittäin (%)
3.9.2019	0	57	26	17	19
8.11.2019	6	69	25	0	16
11.11.2019	5	72	18	5	110
14.11.2019	1	90	7	0	90
21.11.2019	3	93	0	4	70
25.11.2019	6	89	2	3	187
27.11.2019	3	76	19	2	12
29.11.2019	5	42	47	5	19

Riskien teemoittelu on toteutettu vertaamalla tviitin sisältöä O'Callaghanin maineriskien teoriaan. Tviiteistä on etsitty aiheita, jotka voidaan mieltä tietyn teeman mukaiseksi.

Taulukossa 3 esitetään, että ympäristökysymykset sekä ihmisoikeuksien kunnioittamiseen liittyvät teemat sosiaalisissa ja poliittisissa riskeissä olivat vähäisiä verrattuna

muihin teemoihin. Ihmisoikeuksiin liittyvien tviittien teemoittelu oli hankalaa, koska tviittien pääaiheena olivat postilakko ja ihmisoikeuksiin liittyvät kysymykset sekä työvoiman hyväksikäyttöön liittyvät kysymykset ovat hyvin samankaltaisia. Ihmisoikeuksien kunnioittamiseen teemoittelin erityisesti sellaisia tviittejä, joissa mainittiin erikseen ihmisoikeudet. Ympäristökysymyksiä aineistosta löytyi hieman enemmän ja niistä puhuttiin useasti positiivisella asenteella, mutta kuitenkin sarkasmin pystyi aistimaan sellaisissa tviiteissä, jossa esimerkiksi kiitettiin Postin ilmastotoeista. O’Callaghanin (2007) maineriskien teorian mukaan maine toimii tekijänä, joka negatiivisessa mielessä rajoittaa yrityksen toimintaa tai positiivisessa mielessä mahdollistaa toimintaa. Positiivisena näyttäytyvät maineriskit voivat parantaa yrityksen markkinavoimaa.

Ympäristökysymyksiin liittyvien tviittien aiheina olivat paperilaskujen muuttaminen verkkolaskuiksi, lehtien lukeminen e-lehtinä lakon jälkeenkin sekä joulukorttien lähettämättä jättämisestä että postin työnteon aiheuttamien päästöjen säästäminen. Ympäristökysymysten teemoittelu tapahtui hieman laajemmalla rajauksella, koska esimerkiksi e-palveluiden käyttöönotto ei sinänsä ole yrityksen palvelun tai tuotteen epäonnistumista, vaikka tässä yhteydessä se on suora johdannainen. Tviitit, joissa puhe on e-palveluissa ja ei erikseen mainita Postin takia siirtyneensä tähän ratkaisuun, ovat teemoiteltu ympäristökysymyksiksi.

Sosiaaliset ja poliittiset riskit liittyvät useammin mielipiteeseen ja aatteeseen. Ympäristökysymykset voivat olla toiselle poliittisia kysymyksiä ja toiselle ne ovat elämäntapaan liittyviä valintoja.



(1)



Esimerkissä (1) kerrotaan postilakon tukilakkojen olleen paras ilmastoteko pitkään aikaan. Tviitti ottaa huomioon postilakkoa tukevat lakot, jotka liittyvät vahvasti kulkemiseen ja kuljettamiseen, jotka luovat paljon päästöjä. Tviitissä suhtautuminen postilakon tilanteeseen on toissijaista ja Leskelä keskittyy ympäristökysymyksiin, jotka ovat kokeneet positiivisen käänteen lakkoilun myötä.

Esimerkissä (1) olevaa tviittiä analysoitiin sanavalintojen ja viestin teeman käsittelytävasta. Ilmastoteoista mainitseminen vei tviitin automaattisesti ympäristökysymysten teeman alle ja tviitti erottui aineistosta yhtenä selkeimmistä ympäristökysymyksiin kohdistuvista tviiteistä. Postia kohtaan tviitti on neutraali, mutta kohun kannalta tviitin sisältö on positiivinen. Maineriskeiltään Postia kohtaan neutraaleja viestejä ovat sellaiset viestit, joissa ei suoraan kritisoida tai kehuta yrityksen toimintaa, mutta tviitti liittyy kohtuun.

Taulukosta 2 havaitaan, että ympäristöön liittyvät kysymykset olivat sosiaalisten ja poliittisten maineriskien toiseksi pienin prosentuaalinen osa tviiteistä. Ympäristökysymykset eivät puhuttaneet lakon aikana hirveästi ja monet tviitit ympäristöaiheista olivat kirjoitusasuun ja aiheutunnisteiden perusteella kirjoitettu huumorimielessä. Esimerkin (1) tviitti oli selkeästi suurin viittaus ympäristötekoihin aineistossa.

Ihmisoikeudet sosiaalisten ja poliittisten maineriskien teemana olivat taulukon 2 mukaisesti vähiten keskusteltu teema koko aineistossa. Yritystoimintaan ja kauppatoimintaan liittyvien riskien teemoistakaan mikään teema ei ollut vähemmän esillä tviiteissä kuin ihmisoikeudet. Ihmisoikeuksien teemaan liitettyjen tviittien määrään vaikutti varmasti työvoiman hyväksikäyttö -teeman olennainen rooli osana kohua. Kohu alkoi työntekijöiden työehtosopimusten siirtoaikella eri sopimuksen piiriin.

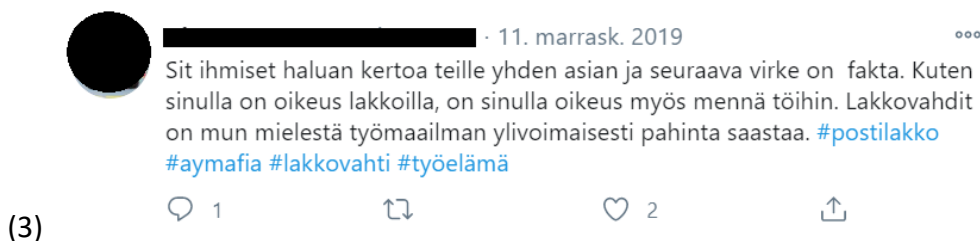
Ennako-oletuksena oli, että ihmisoikeuksiin liittyvissä kysymyksissä puolustettaisiin Postin työntekijöitä, joiden työehtosopimuksia ollaan siirtämässä eri sopimuksen piiriin, mutta yllätyksenä ihmisoikeusteemaan liittyvät tviitit olivat valtaosa lakkoa vastaan.



Esimerkissä (2) tviittaaja kertoo kritisoineensa lakkoja, eikä nytkään ymmärrä postilakkoa. Tviitti kuitenkin päättyy pohdiskelulla siitä, että jos kaikkialla olisi oikeus lakkoilla ja vaatia oikeuksiaan, ei välttämättä olisi olemassa halvalla myytäviä vaatteita ja ”ikea-roskaa” tai ympäristökatastrofia. Tviitistä jää sanavalintojen perusteella mielikuva siitä, että tviittaaja ei ymmärrä lakkoja, mutta lakoilla olisi voinut päästä eroon halpatuotannosta ja saasteista. Tviitin lopettaminen aihetunnisteella #justsaying viittaa siihen, että tviittaaja haluaa tuoda mielteitään esiin kevyenä pohdiskeluna.



Esimerkin (3) teemana on lakkovahtien olemassaolon kiroaminen. Tviittaajan mukaan ihmisillä on oikeus lakkoilla ja oikeus mennä töihin lakon aikana. Tviittaaja puhuu huonoon sävyyn lakon aikana työntekijöiden liikkeitä työmaalla vahtivista lakkovahdeista. Hänen mielestään tällaiset vahdit ovat ylivoimaisesti pahinta saastaa. Tviittaajan asenne lakon vahtimisesta on selkeä.



Ihmisoikeusteemaan jaotellut tviitit olivat valtaosa negatiivisia lakkoilua kohtaan. Ihmisoikeuksien puolesta puhuminen rajoittui puheeseen oikeudesta käydä töissä lakon

aikana. Ihmisoikeuksista kirjoittavat henkilöt eivät juurikaan suoraan kritisoineet postilaisten lakkoa tai postia, mutta tviiteistä selvisi, ettei lakon tarvetta ymmärretty, koska tviittien kirjoittajien mukaan muissakin logistiikka-alan yrityksissä käytetään alemman palkkaluokan työehtosopimusta.

Matkahuollon toimitusjohtaja kertoo 8.11.2019 Ylen (2019f) haastattelussa, että väitteet Matkahuollon ja PorstNordin työntekijöiden Postia huonommista työehtosopimuksista ei pidä paikkaansa. Tässä ihmisoikeuksien teemassa huomaa selkeästi Arjorannan (2017) viittauksen siihen, että kohun aikana pyritään jakamaan informaatiota, mutta myös disinformaation jakaminen kuuluu kohuun.

Sosiaaliin ja poliittisiin maineriskien teemoihin kuuluu välinpitämättömyys terveyteen ja turvallisuuteen liittyvissä kysymyksissä. Terveys ja turvallisuus olivat toiseksi puhutuin sosiaalinen ja poliittinen maineriskiteema. Terveystestä ja turvallisuudesta puhuttiin monesta eri näkökulmasta. Turvallisuudesta puhuttiin paljon tviiteissä, jotka koskivat Liedossa olevan Postin jakelukeskuksen aitaan tehtyä reikää. Uutisoinnissa reikää väitettiin oviaukkona lakkorikkureita varten ja reikää aidassa väitettiin turvallisuusriskiksi.

Turvallisuutta enemmän teeman tviiteissä puhu terveys. Terveys- ja sosiaalipalveluiden kirjeet, lähetteet ja palvelut eivät toimi lakon aikana. Kaikki palvelut toimivat normaalisti verkossa, mutta tviiteissä ollaan huolissaan niistä, jotka eivät pääse e-palveluihin käsiksi. Tviiteissä kehoitetaan vastaamaan tuntemattomiin numeroihin postilakon aikana, koska asioita hoidetaan puhelinten ja netin välityksellä. Sosiaali- ja terveysasioihin liittyi myös tviittejä siitä, kun pääministeri Rinne ehdotti postilaisten liittämistä osaksi sote-ratkaisua.



Esimerkissä (4) tviittaaja kertoo postilakon vaikuttaneen julkisen puolen palveluiden digiloikkaan. Etenkin sosiaali- ja terveyspalveluja tarjoavien organisaatioiden on ollut tarpeellista miettiä palvelurakennettaan uudelleen, kun tavallisesti käytetyt kirjeet eivät kulje. Tviitti on positiivinen ja kirjoittaja kehuu tehtyjä ratkaisuja TAYS:n organisaatiossa. Esimerkin (4) tviitissä kontekstina on yleisötilaisuus FCG:n koulutustilaisuudesta. Yritys kouluttaa työntekijöitä digitaalisten ratkaisuiden tekemisessä. On oletettavissa, että tviittaaja on itse osallistumassa koulutukseen ja pitää sitä hyvänä, tai on töissä yrityksessä. Tviittaajan asemasta suhteessa yritykseen oleellisempaa on se, että hän kuitenkin kirjoittaa tviittinsä postilakon näkökulmasta.

Digitalisaatiosta ja palveluiden sähköistämisestä keskusteltiin julkaisupiikkien tviiteissä reilusti. Monet lehdet, yritykset sekä organisaatiot ilmoittivat omilla tileillään siirtyneensä verkkoon kokonaisvaltaisesti postilakon aikana tai ilmoittivat esimerkiksi mahdollisuudesta lukea lehdistä digiversioita.



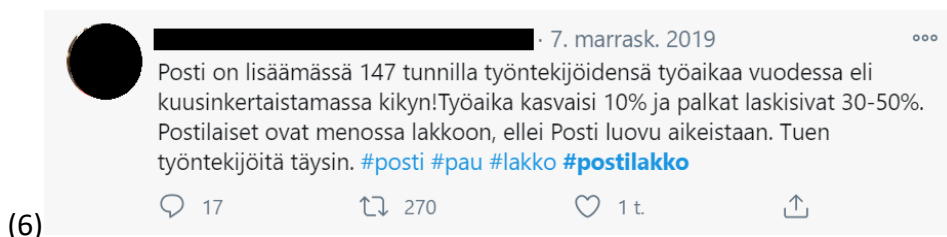
Tviittaaja viittaa esimerkissä (5) Rinteen ehdotusta leikkimielisesti joululauluun. Tviittaaja on jakanut uutisen, jossa kerrotaan Rinteen ehdottaneen postilaisten osallistumista sote-ratkaisuihin kurkkaamalla ikkunoista, onko kodeissa kaikki hyvin. Tviittaaja käyttää satiiria hyväkseen naurellakseen Rinteen ehdotukselle. Rinteen ehdotus ei muutenkaan saanut mediassa eikä aineistotviiteissä hyvää palautetta. Postin työntekijät ovat vuosien varrella tehneet logistiikkapalveluiden ohessa monenlaisia työtehtäviä, mutta Twitte-rissä koettiin absurdina, että postinjakajat alkaisivat kurkkimaan ihmisten ikkunoista sisään varmistaakseen asioiden olevan kunnossa.

Tyypillisiä tviittejä terveysteemalla olivat Kelan tukien ja sairaanhoitoon liittyvien palveluiden saavutettavuuteen liittyvät kirjoitukset. Terveysteen liittyvät tviitit eivät suoraan koskeneet postilakkoa tai Postia yrityksenä, mutta Postin ja postilakon seuraukset heijastuivat tviitteihin. Osasta tviiteistä pystyi huomaamaan ongelmallisen tilanteen syyn vierittämistä kuitenkin Postin toiminnan syyksi.

Sosiaalisten ja poliittisten maineriskien ryhmään kuuluvien tviittien yleisin teema oli työvoiman hyväksikäyttö. Aihetunnisteella #postilakko keskustellaan työtaisteluihin liittyvistä asioista, joten työvoiman hyväksikäyttöön liittyvien tviittien suuri määrä oli oletettavissa.

Työvoiman hyväksikäyttö -teemaan sopivia tviittejä olivat sosiaalisten ja poliittisten maineriskien tviiteissä ehdoton enemmistö. Tviiteissä tuetaan postilakkoa ja työntekijöitä lakon aikana. Monen tviittaajan mielestä on kohtuutonta leikata jo valmiiksi matalista

pakettilajittelijoiden palkoista. Keskustelua käydään siitä, haluaisiko joku vapaaehtoisesti saada 30 % pienempää palkkaa samasta työstä lisätyillä työtunneilla. Tviiteissä käytetään laajasti retorista kysymystä. Tviittien kirjoittajat pyrkivät vaikuttamaan lukijan tunteeseen kysymällä olisiko tällainen tilanne omalle kohdalle toivottavaa.



Esimerkissä (6) nähdään tviitti, jossa tviittaaja tilastojen kautta käy tilannetta läpi. Postin lakko on vasta tulossa, mutta tviittaaja on työntekijöiden puolella täysin. Lienee selvää, että tviitin tarkoituksena on ollut moralisoida Postin toimintaa työntekijöitä vastaan. Tviitissä mainitaan kiky, eli 2016 solmittu työehtosopimus, joka asetettiin parantamaan Suomen kilpailukykyä ja työllisyyttä. Kiky-sopimus näkyi työntekijöiden elämässä lisätyinä minuutteina työpäivään ja julkisen sektorin lomarahoja vähentämällä parin vuoden ajaksi. Tviittaajan mukaan uuden työehtosopimuksen myötä postin työntekijöiden työaika tulisi olemaan kuin kiky-sopimuksen vaikutukset moninkertaisena.

Esimerkin (6) tviitti on saanut paljon huomiota twitterissä, mikä kertoo monien Twitterin käyttäjien olleen tviittaajan kanssa samaa mieltä. Aineistossa oli paljon esimerkin (6) tviitin tyyllisiä julkaisuja. Monet tviittaajat olivat tuoneet postin työntekijään kohdistuvien muutosten muuttajat esille kirjoituksissaan. Työntekijöihin liittyvä hyväksikäyttö tuotiin esille selkeinä numeroina, jotta lukijat ymmärtäisivät työntekijöitä vastaan tapahtuvan vääryyden.



(7)

Tviittaaja kirjoittaa esimerkissä (7) näkyvässä tviitissä, kuinka hän yksityishenkilönä sekä työn puolesta odottaa paketteja saapuvaksi Postin palveluiden kautta. Tviittaaja kuitenkin kertoo tukevansa täysin Postin työntekijöiden lakkoa, vaikka omiin suunnitelmiin tulisikin vaikeuksia. Hänen tviitti edustaa sitä ryhmää tviiteissä, jotka eivät välitä siitä saavatko tilaamansa tuotteet ajallaan, koska lakossa on kyse toisten ihmisten toimeentulosta. Tviiteistä paistoi oma positiivinen asia elämässä, jossa pystyy antaa omien asioiden odottaa toisten hyväksi. Monet tviittejä kirjoittaneista koki tilanteen epäreiluksi.



(8)

Epäreiluna tapahtumana kokeneet henkilöt kirjoittivat myös politiikassa mukana olevien henkilöiden reaktioista postilakkoon. Muun muassa tviittaaja kirjoittaa esimerkin (8) tviitissä, kuinka Perussuomalaisia ei ollut eduskunnan kyselytunnilla kiinnostanut postin

työntekijöitä koskevat leikkaukset. Hän jakoi tviitissään myös meemikuvan Perussuomalaisten puheenjohtajasta Halla-ahosta, jossa lainataan Halla-ahon lausuntoa Kreikan yleislakosta. Tviitin meemikuvassa annetaan ymmärtää, että Halla-ahon johdolla Perussuomalaiset haluaisivat lakkoilijoiden olot kiinnosta ryhmää tai ryhmän puheenjohtajaa ollenkaan.

#### **4.2.2 Yritys- ja kauppatoimintaan liittyvät maineriskit aineistossa**

Yritystoimintaan ja kauppatoimintaan liittyvien maineriskien aiheina aineistossa olivat muun muassa Postin toimitusjohtajan korkea palkka, Postin tuotteiden ja palvelujen epäonnistuminen sekä huonot toimintatavat postin hallituksen ja ministereiden toimesta. Yritys ja kauppa toimintaan liitettiin myös ristiriitainen uutisointi ja tiedottaminen asioiden etenemisestä. Ministeri Paateron mukaan hän ei ollut tietoinen oikeasta aikataulusta, mutta poistin ja Paltan tiedotteissa kerrottiin hänen olleen ajan tasalla asioista. Tällainen aineistossa valehtelemiseksikin kutsuttu käytös ei tuntunut Twitterin käyttäjistä oikealta.

Taulukossa 4 esitetään miten yritystoiminnan ja kaupallisen toiminnan maineriskit ovat jakautuneet julkaisupiikkien aikana. Melkein kaikissa julkaisupiikeissä suurin osa riskeistä koskee tuotteiden tai palveluiden epäonnistumista. Taulukossa 4 on esitettyä julkaisupiikeistä löydettyt yritystoimintaan ja kaupalliseen toimintaan viittaavien maineriskien määrä prosentteina. Maineriskit ovat taulukon 3. tapaan jaettu teemoihin ja teemoihin kuuluvien tviittien määrät on esitetty prosentuaalisessa muodossa. Taulukosta selviää myös kokonaisuudessaan yritystoimintaan ja kauppatoimintaan liittyvien maineriskejä sisältävien tviittien määrät julkaisupiikeittäin.

Yritystoimintaan ja kauppatoimintaan liittyviä maineriskejä löytyi tviiteistä huomattavasti enemmän mitä sosiaalisia ja poliittisia maineriskejä. Yritystoiminnan ja kauppatoiminnan maineriskien teemojen rajat olivat hieman väljemmät, mitä sosiaalisissa ja poliittisissa. Huonojen valintojen tekeminen sekä yleisesti huonot toimintatavat ovat

teemoina aika laajoja, jonka takia niihin päätyi sellaisia tviittejä, jotka olivat maineriskejä, mutta selkeään teemaan sopimattomia. Yritystoiminnan ja kauppatoiminnan maineriskien selkeästi suurimpana teemana on näkynyt tuotteiden tai palvelun epäonnistuminen. Teema on postilakon kannalta ymmärrettävästi suurin teema. Pienimpänä teemana näkyy yleisesti huonot toimintatavat sekä sidosryhmien kanssa käydyt kiistat. Molemmissa teemoissa on ainakin prosentuaalisesti enemmän tviittejä, mitä sosiaalisten ja poliittisten maineriskien vähiten osuvissa teemoissa (vrt. taulukko 3 ja taulukko 4.).

**Taulukko 4** Yritys- ja kauppatoiminnan maineriskien teemoittelu tviiteissä prosentuaalisesti

Julkaisu- piikit	Sidosryh- mien kanssa käydyt kiistat (%)	Tuotteiden tai palvelun epäonnistu- minen (%)	Huonojen valintojen tekeminen (%)	Yleisesti huonot toimintatavat (%)	Yritys- ja kauppatoiminta maineriskeihin kuuluvien tviittien määrä julkaisu- piikeittäin (lkm)
3.9.2019	20	15	55	10	20
8.11.2019	9	77	8	6	48
11.11.2019	9	47	35	9	167
14.11.2019	7	42	37	14	71
21.11.2019	19	20	55	6	184
25.11.2019	16	33	41	10	358
27.11.2019	13	28	51	8	201
29.11.2019	17	19	53	11	81



Sidosryhmien kanssa käydyt kiistat -teemaan kuului tviitit, joissa puhutaan PAU:n työtaisteluista Paltaa vastaan. PAU on Postin sidosryhmä, koska se edustaa yrityksen työntekijöitä. PAU:n toimintaan liittyviä tviittejä on jaoteltu tähän teemaan, koska ne ovat olennainen osa koko kohua. Tähän teemaan liitettiin myös tviitit, joissa käsiteltiin PAU:n työtaisteluun liittyneiden liittojen tukilakkoja. Tviittien jaottelu sidosryhmäteemaan oli hankalaa, koska O’Callaghanin (2007) maineriskien teorian mukaan sidosryhmät kuuluvat yritystoiminta ja kauppatoiminta maineriskeihin, kun kyse on kiistasta. Sidoryhmätoiminta ei varsinaisesti muuten liity näihin maineriskeihin.

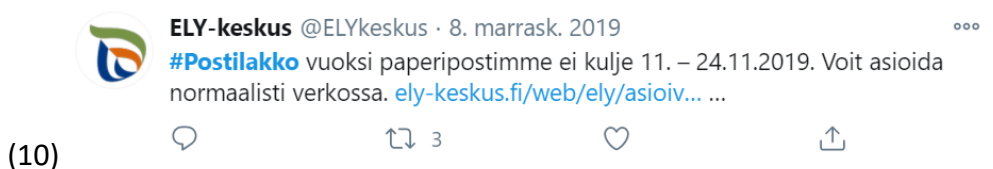


(9)

Esimerkissä (9) Ammattiliitto PAU (2019) tviittaa sidosryhmien välisen kiistan päättymisestä sovintoon. Postin ja postintyöntekijöiden ammattiliiton PAU:n välisen työtaistelun loppuminen sovintoon oli loppukaneettina sidosryhmien kanssa käydyt kiistat -teeman tviiteille. Teeman mukaiset tviitit olivat pääasiallisesti työntekijöiden puolella ja Posti näyttäytyi selkeänä vastapuolena.

Suurimpana teemana kaikista maineriskien teemoista aineistossa näyttäytyi tuotteiden tai palvelun epäonnistuminen. Lakkoilevan työvoiman takia yrityksen toiminta on harvoin sujuvaa ja mutkatonta. Lakon seurauksena muun muassa kirjeet, paketit sekä aikausjulkaisut eivät liikkuneet lajittelukeskuksesta eteenpäin tai jos liikkuvat, niin paljon normaalia tahtia hitaampaa. Lakolla ei olisi ollut mitään vaikutusta tai merkitystä, jos se ei olisi vaikuttanut ihmisten elämiin ja tätä kautta luonut keskustelua ja pientä kaaosta.

Tviittien sisällöt vaihtelivat informatiivisista sisällöistä vitsailuihin sähköpostin toiminnasta. Iso osa julkisista organisaatioita ilmoitti Twitterissä, kuinka postilakon vaikutusten takia paperiposti ei kulje organisaatioon tai sieltä ulos. Esimerkissä (10) on malliesimerkinä ELY-keskuksen (2019) informatiivinen tviitti postilakon vaikutuksista organisaation paperipostiin ja kuinka palvelut ovat kuitenkin saatavilla verkossa. Osa samankaltaisista julkaisuista teemoiteltiin sosiaalisten ja poliittisten maineriskien terveys ja turvallisuus teeman alle, koska sairaanhoito-organisaatiot julkaisivat digipalveluistaan, mutta tviittien ytimessä oli terveyshuollon saumaton jatkumo lakon aikana.



Tuotteiden ja palveluiden epäonnistumisesta tviitattiin paljon kuluttajan näkökulmasta, mutta myös yrittäjän näkökulmasta. Kuluttajat eivät saaneet tilaamiaan paketteja ajallaan, jos olivat valinneet toimittajaksi Postin. Toiset tviitit käsittelivät yrittäjien ja varsinkin pienyrittäjien ahdinkoa siinä mielessä, että he eivät pysty toimittamaan tuotteitaan. Monet pienyrittäjät tukeutuvat postin kirjapalveluihin, koska tuotteet ovat esimerkiksi niin pieniä, että kirjekuori riittää toimitukseen. Toiset pienyrittäjät joutuivat nostamaan tuotteidensa toimitushintaa, koska oli vaihdettava toimittajaksi toinen pakettipalveluja tarjoava yritys. Pakettien toimittaminen on yrittäjälle huomattavasti kalliimpaa, kuin kirjeiden lähettäminen ja tätä tuli kompensoida toimitusmaksuissa. Suuret toimitusmaksujen nousut taas vaikuttavat monesti kuluttajan ostopäätökseen, jonka takia pienyrittäjät olivat vaikeuksissa. Suuremmilla yrityksillä oli myös hankaluuksia, jos pääasiallisena logistiikkayrityksenä toimi Posti.



Esimerkissä (11) tviittaaja kommentoi Helsingin Sanomien uutista verkkokauppojen suurista menetyksistä liikevaihdossa. Tviittaaja toivoo tviitissään muiden logistiikkapalveluiden tarjoavan edullisempaa toimitustapaa pienessä muodossa, etenkin Black Fridayn ja joulumyyntien aikana. Hänen tviitin julkaisuaikana ei ollut tiedossa, koska lakko saataisiin päätökseen lopullisesti, jolloin yrittäjien epätoivo on ollut suurta.

Tviiteissä oli suurta kritiikkiä ja valtavaa epätoivoa, mutta aineistosta löytyi myös humoristisia tviittejä, varsinkin koskien Postin palveluiden epäonnistumista. Esimerkin (12) tviitissä kysytään sarkastisesti, että kannetaanko sähköpostit perille postilakosta huolimatta? Tällaisia tviittejä huumorikuvien kera aineistosta löytyi useampiakin.



Vakavista asioista puhuminen humoristiseen sävyyn ei poista tviitin arvoa siinä mielessä, että se tuo esiin epäkohdan Postin palvelussa. Huumori sosiaalisen median kirjoituksissa on aika yleistä, mutta vakavissa asioissa, kuten postilakossa, huumoria nähdään vähemmän.

Toiseksi keskustelluin aihe yritystoimintaan ja kauppatoimintaan liittyvien maineriskien teemoja tviiteissä olivat huonojen valintojen tekeminen. Tämä oli teemoista laajin siinä

mielessä, että huonoja valintoja voi tehdä kuka tahansa. Postin johto, Postin työntekijät, omistajaohjausministeri Paatero, Pääministeri Rinne tai postin työntekijöitä edustava ammattiliitto PAU voi tehdä huonoja valintoja. Tviiteissä puhuttiin paljon edellä mainittujen osapuolten huonoista valinnoista.

Paatero joutui omistajaohjausministerinä suuren kritiikin keskipisteeksi. Paatero muutti lausuntojaan kohun aikana moneen otteeseen ja se ei jäänyt medialta tai sosiaalisessa mediassa huomaamatta. Paateron puheita kritisoitiin useasti aineistossa kyseenalaiseksi ja valheelliseksi, ministerinä häntä ei pidetty luotettavana.

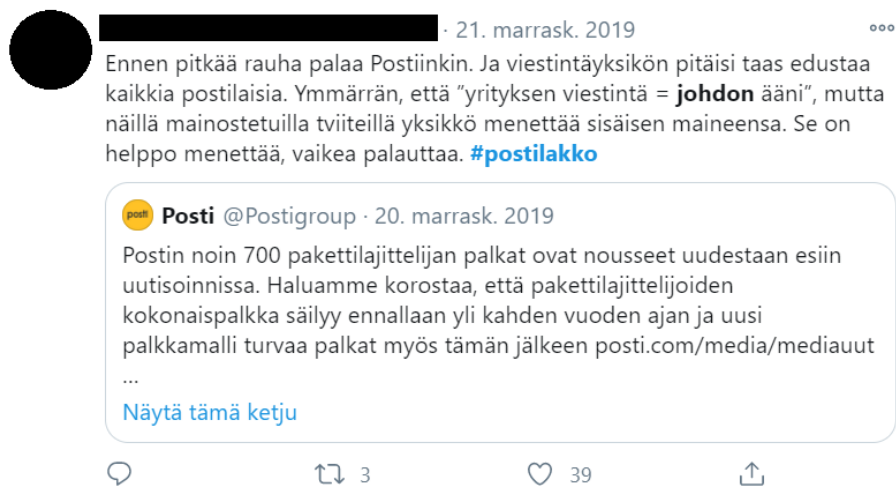


(13)

Huonoja valintoja tviiteissä oli myös hallituksen toiminnassa. Tviitit käsittelivät hallituksen ja johdon palkkioiden suuruutta ja sitä, miksi on varaa antaa järjettömiä palkkoja johdolle, mutta sitä itse työtä tekevien palkkoja tahdotaan leikata. Postin hallitusta kritisoitiin myös huonoista valinnoista, kun yritys ei toiminut omistajaohjauksen mukaisesti. Mielikuva omistajaohjauksesta oli kohun alussa toimiva ja Postin hallituksen uskottiin tahallaan toimineen ohjauksen vastaisesti. Esimerkissä (13) tviittaaja pohtii tviitissään pitäisikö Postin hallitus tai toimitusjohtaja laittaa vaihtoon omistajaohjauksen vastaisen toiminnan seurauksena.

Huonona valintana koettiin myös Postin viestintä kohun aikana. Tviiteissä nousi esiin erityisesti Postin viestinnässä yrityksen hallituksen puolustaminen. Esimerkissä (14) tviittaja nostaa esiin Postin tviitin, jossa viestin sisältö edustaa selkeästi Postin johtoa, eikä koko yrityksen henkilökuntaa. Viestinnän tyylillä tviittaajan mukaan menetetään

yrityksen sisäinen maine, mutta yrityksen ulkoinen viestintä vaikuttaa sisäiseen, että ulkoiseen maineeseen yrityksestä.



Huonojen valintojen kategoriaan jaoteltiin tviittejä muun muassa Paateron toiminnasta ja siitä, kuinka häneen ei voinut luottaa. Paateron ympärillä pyörinyt kohu postilakon loputtua kasvoi niin suureksi, että pääministeri Rinne esitti eduskunnassa syytöksiä Postin hallitusta kohtaan, kun yritys ei noudattanut omistajan tahtoa. Lopulta Paateron ura ministerinä päättyi hänen eropyyntöönsä.



Esimerkkien (15) ja (16) tviiteissä käsiteltiin Paateron eroa kahdella aineistossa tyypillisellä tavalla. Esimerkissä (15) tviittaaaja jakaa uutisen Paateron eropäätöksestä ja kertoo kirjoituksessaan uutisen ydinsisällön.



Esimerkissä (16) tviittaaaja käyttää tviitissään huumoria ja viittaa Antti Rinteen kampanjaan, jossa Rinne ajaa bussilla ja sanoo ”meillä taitaa olla sama suunta”. Osassa 29.11.2019 julkaistuissa tviiteissä spekulointiin Rinteen heittäneen Paateron bussin alle, vaikka pääministeri on vastuussa ministerien toiminnasta. Paateron eroon johti omista- jaohjauksen puutteellisuus, josta aineistossa olevissa tviiteissä vihjailtiin myös ministeri Rinteen osallisuutta ja velvollisuutta. Kampanjan iskulauseesta muodostuikin surumielinen muunnelma, jossa bussin alle jää Paatero. Bussin alle jääminen toimii vertauskuvana erolle virasta.

### 4.3 Maineen rakentuminen uutisissa julkaisupiikkien aikana

Tässä alaluvussa sovelletaan maineen rakentumisen nelikenttää aineistoon. Tviiteissä jaettu uutissisältöjä tutkitaan maineen rakentumisen nelikentän avulla Aulan ja Heinosen (2011) teorian pohjalta. Maineen rakentumisen nelikenttä jakaa maineen 4 eri osaan: tavoitemaine, maineensa, viestinnällinen ongelma ja toiminnallinen ongelma. Taulukossa 5 esitetään julkaisupiikeissä julkaistuissa tviiteissä jaettu uutisaineistoja. Uutiset ovat jaettu taulukkoon julkaisupiikkien ja julkaisualustojen perusteella.

**Taulukko 5** Julkaisupiikeissä jaettujen uutisten määrät eriteltynä eri lehtien välillä

Leh- det	3.9.201	9.11.201	11.11.201	14.11.201	21.11.201	25.11.201	27.11.201	29.11.201	Yh- teens ä (lkm)
Yle	2	5	5	1	2	3	2	2	22
Iltasa- no- mat	1	0	0	0	2	2	0	2	7
Iltta- lehti	0	0	0	1	3	0	0	0	4
Ka- leva	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Ta- lous- elämä	2	0	3	0	2	0	2	2	11
Kaup- pa- lehti	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Ilkka- Pohja- lainen	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Hel- singin Sano- mat	0	1	2	3	1	1	2	2	12
Itä- Savo	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Turun Sano- mat	0	0	2	0	1	0	0	0	3
Ta- lous- sano- mat	0	0	0	2	0	2	3	0	7
Aa- mu- lehti	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Yh- teens ä (lkm)	6	8	12	7	14	9	9	9	74

Taulukossa 5 on esitettyä eri medioiden uutiset määrittäin jaettuna julkaisupiikeihin. Huomattavasti eniten on jaettu Ylen uutisia. Ylen uutisten jakaminen voi johtua siitä, että Yle on valtio-omisteinen eli median taustalla ei ole mediajättiä, jolla on omat

taloudelliset tavoitteet. Tviittaajat voivat kokea Ylen puolueettomana ja objektiivisena mediana, mikä lisää oman tviitin uskottavuutta.

Ylen uutisia jaettiin yhteensä 22 kappaletta, mutta jos tarkastelee taulukkoa 5 tarkemmin, voi huomata talousaiheisten lehtien jaettujen uutisten määrän olevan yhteensä 20. Tviiteissä on jaettu siis runsaasti talouslehtien uutisia, minkä voidaan olettaa johtuvan siitä, että postilakkoon liittyi paljon taloudellisia kysymyksiä. Esimerkiksi työehtosopimukset ja palkat liittyvät vahvasti talouteen sekä Postin talouden tilaa analysoitiin kohun loppuvaiheessa jonkin verran.

Taulukosta 5 voi havaita, että iltapäivälehtien jakaminen ei ole ollut julkaisupiikkien aikana runsasta, vaikka iltapäivälehdet kirjoittavat usein monta uutista päivän aikana samoista aiheista kohujen aikana. Iltapäivälehdissä julkaistujen uutisten jakamisen vähyyttä voidaan tulkita niin, että tällaisia niin sanottuja keltaisen median lehtiä ei pidetä keskustelussa varteenotettavana uutislähteenä, minkä vuoksi niitä ei myöskään jaettu julkaisupiikeissä.

Maakuntalehtien uutisia jaettiin julkaisupiikeissä myös jonkin verran. Maakuntalehdistä selkeästi eniten jaettiin taulukon 5 mukaan Helsingin Sanomien uutisia. Helsingin Sanomat ovat levikiltään suuri lehti eli sitä luetaan aktiivisesti myös Uudenmaan ulkopuolella. Oletettavasti suurempi määrä ihmisiä lukee Helsingin sanomia, mitä Itä-Savo -lehteä, mikä taas lienee vaikuttavan uutisten jakamiseen.

Ensimmäisessä kohun vaiheessa Postin työntekijöiden lakko on lopetettu Postin omista jaohjausministeri Sirpa Paateron pyynnöstä 3.9.2020. Tviiteissä jaettiin seitsemää eri uutista, joista viisi koski lakon loppumista Paateron pyynnöstä. Yhdessä uutisista myös sivuttiin silloisen pääministeri Antti Rinteen ehdotusta postilaiset osana sote-ratkaisua. Kaksi uutisista koski Postin lakon vaikutuksista Kelaan lähetettyjen hakemusten käsittelyssä. Uutiset Kelan palveluiden viivästyemisestä käsittelevät erityisesti työttömyysetuuksia ja toimeentulotukia, ja olivat vain informatiivisia.



Talouselämän (2019b) uutisessa kerrotaan Ministeri Paateron käyneen Postin kanssa akuutteja keskusteluja. Hänen kerrotaan edellyttäneen Postin hallitusta suunnittelemaan yrityksen johdon palkkiot uudelleen ja ilmoittanut työehtosopimuksen vaihdon kanssa otettavasta aikalisästä. Uutisessa puhutaan Postin aiheuttamasta hankalasta tilanteesta, joka vaikuttaa toiminnalliselta ongelmalta. Postin toiminta on epäonnistunut työntekijöiden silmissä, sekä ministeri Paatero puhuu Postin toimista negatiiviseen sävyyn.

Neljä uutista käsitteli Postin johdon palkkioita kyseenalaistavaan sävyyn. Ministerit Paatero ja Rinne kommentoivat myös Postin johdon palkkioita, ja pohtivat onko viisinkertaiset palkkiot työntekijöiden palkkoihin verrattuna oikeutettuja. Posti on kriisissä, koska sen toiminta on huonoa ja ongelmallista. Posti maksaa johdolle suuria palkkioita samalla, kun pyrkii siirtämään 700 työntekijää liikkeen luovutuksella eri työehtosopimuksen piiriin, jolla yritys säästää palkanmaksusta.

Kohun toisessa vaiheessa 8.11.2019 jaettiin seitsemää uutista, jotka käsittelivät postilakon vaikutuksia eri aloilla. Sairaanhoidopiirit ja Kela ovat varautuneet postilakkoon sekä verkkokaupat ovat ottaneet käyttöön uusia pakettipalveluita. Varautuminen uutisten mukaan aloitettu, kun PAU on ilmoittanut aloittavansa kahden viikon mittaisen lakon.

Kolme seitsemästä kohun toisen vaiheen uutisesta kertoo sairaanhoidopiirien valmistautumisesta Postin lakkoon. Sairaanhoidopiirien varautumisesta kertovat uutiset ovat informatiivisia. Postilakon aikaisista poikkeustilanteista informoidaan selkeästi ja neutraalisti.

Verkkokaupat ja niiden toimitusketjut kärsivät Kauppalehden (2019a) uutisen mukaan Postin lakosta. Postin lakko hidastaa huomattavasti pakettien kulkua ja hidastunut toimitus heijastuu yritykseen ja asiakaskokemukset huononevat. Yritykset joutuvat itse vastaamaan omasta logistiikastaan tai vaihdettava logistiikkayritystä, jotta toimitukset eivät

kärsi lakon aikana. Postin palvelut eivät toimi lakon aikana ja varsinkin pienyrittäjät, jotka toimittavat tuotteitaan Postin kirjepostin kautta ovat ongelmissa.

Muut Suomessa toimivat logistiikkayritysten toimitusjohtajat kritisoivat Ylen (2019f) uutisessa Postin toimintaa. Toimitusjohtajien mukaan Postin harjoittamalla työehtoshoppailulla voi saada alalla isoja vahinkoja aikaan. Postilakko vaikuttaa toimitusjohtajien mukaan 10% Suomen työvoimasta. Matkahuollon ja PostNordin toimitusjohtajat kertoivat järkyttyneensä Postin työehtoshoppailusta, mikä ei ole heillä käynyt edes mielessä. Toimitusjohtajat selkeästi ilmaisevat Postin toiminnan olevan kehnoa. Postin toiminnassa on ongelma ja se vaikuttaa Postin maineeseen erittäin negatiivisesti.

Kohun kolmannessa vaiheessa tviiteissä pyöri yhdeksän uutista. Uutisissa käsiteltiin laajasti Liedossa Postin lajittelukeskuksen aitaan leikatusta reiästä, jonka spekulointiin olevan reitti töihin lakkorikkureita varten. Edellisen kohun vaiheen mukaisesti uutisissa käsiteltiin yrittäjien ahdinkoa pakettipalveluiden toiminnasta ja siitä, kuinka yritykset joutuvat kompensoimaan toimituksista aiheutuvia lisäkustannuksia. Ylen (2019g) uutisessa kerrottiin myös kuljetusalojen liittojen olevan valmiita tekemään päätöksiä tukitoimista Postilaisille. Yhdessä Helsingin Sanomien (2019c) uutisessa kootusti kerrottiin Postin työntekijöiden lakon vaikutuksista ja kuinka Postin pyrkimyksenä on toimittaa jouluksi kaikki kortit ja paketit perille, vaikka lakon pituus olisi neljä viikkoa.

Uutiset koskien Liedossa lajittelukeskuksen aitaan tehdystä reiästä olivat kriittisiä ja uutisissa kyseenalaistettiin Postin selityksiä siitä. PAU väittää Iltasanomien (2019a) mukaan reiän olevan Postin palkkaamaa vuokratyövoimaa varten, jotka tulevat paikkaamaan työntekijöitä lakon aikana. PAU väittää, että aitaan leikatusta reiästä olisi mennyt 20 vuokratyöntekijää lakon alkamispäivänä. Posti kieltää Talous Sanomien (2019a) uutisessa PAU:n väitteet ja kertoo aidan purkamisen olevan normaali mutta kuitenkin melko harvinainen toimenpide. Postilakko on saanut koomisia piirteitä aidan leikkaamisen takia. Mediassa spekuloidaan, miksi aitaan on leikattu uusi kulkureitti. Posti rikkoo laillista työtaistelua eli lakkoa käyttämällä vuokratyövoimaa.

Neljännän kohun vaiheen aikana uutisten jakaminen oli selkeästi runsaampaa mitä aikaisemmin. Käsittelen neljännän julkaisupiikin aineistosta 15 uutista. Tviiteissä oli myös jattu useita analyysi- ja kommenttikirjoituksia, mutta ne rajautuivat aineiston ulkopuolelle. Kuitenkin voi huomata, että informaation jakaminen on lisääntynyt.

Kuljetusalan liitot ovat kertoneet, etteivät aio hyväksyä Postin toimintaa rikkoessaan työtaistelua. Kuljetusliitot ry:n puheenjohtaja Simo Zitting kertoo Helsingin Sanomille (2019e) tukevansa Postin työntekijöiden lakkoa ja kutsuvat Postin toimintaa törkeäksi. Postin toimintatavat ovat kyseenalaisia ja lakon rikkominen ei saa Postia näyttämään paremmalta mediassa. Mediassa Postin vastauksia kutsutaan selityksiksi ja jopa 2019 opetusministerinä toiminut Li Andersson Uusi-Suomen (2019c) mukaan päivitti Facebook-sivulleen, että Posti keksii uusia meriselityksiä nolojen tilanteiden välttämiseksi. Näistä uutisista voi päätellä Postin maineen olevan heikontunut kohun aikana.

Turun Sanomat uutisoi (2019a, 2019b) Antti Rinteen ohjeistaneen Postia omistajaohjausministerin mandaateilla, että vuokratyövoimaa ei tulisi käyttää lakon purkamiseen ja ministeri Paatero vaati Postia selvittämään vuokratyövoiman käytöstä lakon aikana. Postin tulee raportoida vuokratyövoiman määrästä lakon aikana, koska pelkona on, että Posti yrittää lisätä vuokratyövoimaa ja pitää yrityksen toiminnan sujuvana. Lisäämällä vuokratyövoimaa Posti olisi voinut tehdä lakon tarpeettomaksi, mutta lakon ollessa laillinen vuokratyövoiman käyttö olisi ollut laitonta. Omistajaohjauksesta Postille annettiin myös selkeät ohjeet omistajan tahtotilasta: ei sovi käyttää vuokratyövoimaa.

Pääministerin ottaessa ohjat omistajaohjauksesta, lienee tarkoittavan, että Postin toimintaan ei olla oltu tyytyväisiä lakon aikana. Kolme ministeriä on jo kritisoinut ja vihjannut Postin toiminnan olevan kyseenalaista. Omistajaohjauksen osalta Posti on Aulan ja muiden (2011) teorian perusteella maineen rakentumisen nelikentän maineansassa. Ministeri Paatero ei ole puuttunut Postin suunnitelmiin ajoissa ja nyt omistajaohjaukseen puuttuu pääministeri. Postin asioiden kunnossa olemisen oletaminen lienee

omistajaohjauksen syytä, mutta maineansassa olevan Postin tilanne on uutisten perusteella huono.

Viides kohun vaihe oli 21.11.2019. Kohun vaihetta edeltävänä iltana Palta ja PAU olivat käyneet neuvotteluja valtakunnansovittelijan kanssa myöhän iltaan asti, mutta sovintoa ei syntynyt. Kaikki kiistan osapuolet toivoisivat lakon päättymistä, koska tukilakot lisääntyvät koko ajan. PAU ei kuitenkaan halua sopia huonoista työehdoista, koska muuten lakkolla ei olisi ollut tarkoitusta.

Neuvotteluiden päätyttyä epäonnistumiseen, PAU yritti vedota Suomen hallitukseen mielenilmauksen avulla. Mielenilmauksessa pyrittiin saada ihmiset miettimään itseään postilaisen asemassa. Mielenilmauksessa vedottiin myös omistajaohjauksen parantamiseen ainakin Postin osalta. Mielenilmaukseen osallistunut Iltalehden (2019b) haastattelema PAU:n pääluottamusmies Leo Harra on sitä mieltä, että Posti toimii sikamaisesti työntekijöitään kohtaan. Valtionyhtiönä Postin tulisi näyttää esimerkkiä työmarkkinoilla, mutta uutisista selviää, että kansalaiset ja liitot ovat erittäin pettyneitä Postin toimintaan.

Viidennessä kohun vaiheessa tviiteissä jaetaan uutisia, joissa omistajaohjausministeri Paatero kiistää tietäneensä tai hyväksyneensä Postin työehtosopimusten siirtoa (ks. Iltasanomat 2019x). Toisissa uutisissa Paatero jo pyörittää puheensa ja kertoo tietäneensä Postin aikeista, mutta ei ollut niistä aivan perillä (ks. Iltalehti 2019c, Talouselämä 2019i). Samana päivänä tviiteissä on myös jaettu uutisia, joissa käsitellään Paateron kertomana selvitystyöryhmästä, joka koostuu neljästä selvityshenkilöstä. Pääministeri Rinne on myös uutisoinnissa vahvasti mukana ja hänen mukaansa pakettilajittelijoiden työehdot turvataan.

Viidennen kohun vaiheen uutisointi oli kriittistä Postin toimintaa kohtaan, mutta kritiikkiä jaettiin myös ministereille, jotka ovat vastuussa yrityksen omistajaohjauksesta. Mielenilmaisulla esitettiin Postille, että yrityksen toimintaan ei luoteta ja kokemukset sekä mielikuvat yrityksestä ovat mielenosoittajien mielestä negatiivisia. Lienee sopivaa

olettaa, että mielenilmausta edeltävän päivän epäonnistuneet neuvottelut lisäsivät mielenosoittajien pettymystä ja ärtymystä, joka näkyi myös Iltalehden uutisessa mielenosoituksesta.

Kohun edetessä tviiteissä jaetut artikkelit lisääntyvät huomattavasti. Kuudennessa kohun vaiheessa iso osa jaetuista artikkeleista ovat kolumnistien ja toimittajien analyysyjä ja kommentteja. Mieliopidekirjoitusten tapaiset julkaisut on jätetty analysoinnin ulkopuolelle, koska on tarkoitus perehtyä siihen, miten Postin maine rakentuu uutisissa, eikä yksittäisten toimittajien mielissä.

Lakon edetessä myös liikkuminen Suomessa ja tavaroiden liikkuminen Suomen sisällä vaikeutuu, kun tukilakossa on muun muassa Merimies-unioni, Rautatiealan unioni ja Auto- ja Kuljetusalan työntekijäliitto AKT ry on ilmoittanut laajentavansa tukilakkoa. Tukilakot vaikuttavat lähes jokaisen suomalaisen elämää jollain tasolla. Posti- ja pakettipalveluiden hidastumisen lisäksi julkisen liikenteen vuorojen rajautuminen, satamatyöntekijöiden työstä pidättäytyminen ja osa risteilylaivoista jää satamiin.

Taloussanomien uutisoivat Postin taloudellisista menetyksistä. Posti ei suostunut kommentoimaan tuloksestaan, mutta loppuvuosi on joulukorttien ja verkkokauppamyyntien takia tuloksellisesti merkittävin neljännes. Vuonna 2018 vuoden viimeinen neljännes tuotti Postille Taloussanomien (2019c) mukaan lähes puolet koko vuoden tuloksesta, joten vuonna 2019 tulos tulee näyttämään heikolta.

Maineen rakentumisen näkökulmasta Posti ei juuri näyttäydy kuudennen kohun vaiheen jaetuissa uutisissa. Postin toiminta ei ole keskiössä, vaikka lakon mahdollista loppumista yhdessä uutisessa käsiteltiin. Vaikka Postia ei tässä kohun vaiheessa arvosteltu, ei sitä myöskään puolustettu. Postin maine pysyy yhä huonona ja sen tulos vuoden loputtua on ennusteiden mukaan todella huono.

Postilakko-kohun seitsemäs julkaisupiikki oli 27.11.2019, jolloin kiistan osapuolet hyväksyivät neuvotteluiden tuloksena muodostuneen sopimuksen. Sopimus syntyi alkuperäisen liikkeenluovutuksen pohjalle, mutta sopimuksen ehtoista tehtiin joustavampia. Taloussanomien (2019e) haastattelema työoikeuden professori Seppo Koskinen kertoo, että pakettilajittelijoiden kohdalla tehty ratkaisu on epätavanomainen, koska saman yrityksen työntekijöitä on kahden eri työehtosopimuksen piirissä.

Sopimuksen muodostuttua postilakko sekä tukilakot loppuivat välittömästi. Uutisissa puhuttiin Postin työilmapiirin paranemisesta päätöksen jälkeen sekä työhön palaamisen tuovan työntekijöille päätöksen työehtosopimuskiistaan.

Tviiteissä jaetut uutiset 27.11.2019 käsittelevät pääasiassa sitä, kuinka kiistaan saatiin sopu, tai kuinka sopua odotettiin. Useassa uutisessa mainittiin neljästä selvityshenkilöstä koostuneen työryhmän olleen hyödytön tämän ratkaisun kannalta. Helsingin Sanomien (2019i) mukaan selvitystyöryhmä olisikin ollut pääministeri Rinteen idea, vaikka aiheesta uutisoitiin aiemmin kiistan osapuolien toiveena.

Posti jäi kohun vaiheessa taka-alalle, koska Postin liikkeistä vastaavat ministerit Paatero ja Rinne haluttiin tilille tapahtumista. Ministerien viestintä lakon aikana oli ollut opposition mielestä erittäin sekavaa. Halla-Aho kommentoi Uusi-Suomelle (2019j) ministereiden vaihtavan mielipidettään tunnin välein. Uutisista oli selvää, että ministereiden on selvitettävä asiaa.

Viimeisessä julkaisupiikissä kohun aikana jaettiin uutisia, jotka koskivat Postin johdon kyseenalaistamista, ministeri Rinteen ja Paateron kykyä toimia virassaan, Anneli Jäätteenmäen eroa pääministerin tehtävistä 2003 vuoden Irak-muistioiden takia sekä omistajaohjauksesta vastaavan ministeri Paateron eroa.

Postilakko loppui ja kiistan osapuolien välille syntyi sovinto. Postin hallitusta kritisoitiin sovinnon jälkeen pääministerin toimesta. Pääministeri Rinne edelleen oli sitä mieltä, että

Posti oli toiminut omistajan tahdon vastaisesti. Rinne on väittänyt Iltasanomien (2019g) mukaan eduskunnassa, että ministeri Paatero on kertonut Postin hallitukselle omistajan selkeään linja siitä, että työntekijöiden työehtosopimuksia ei tulisi lähteä muuttamaan. Postin hallituksen puheenjohtajana toiminut Markku Pohjola kertoi kuitenkin, että Rinne väitteet eivät ole totta ja Postilla oli hänen mielestään täysi omistajan lupa ja luottamus. Pohjolan mukaan ainoa toimenpide omistajaohjausministeriltä on ollut aikalisäpyyntö.

Postin viesti uutisissa on selkeä. Postilla on ollut Paateron hyväksyntä, mutta pääministeri syyttää silti yrityksen hallitusta. Postin maineen pelastaminen toiminnan parantamiseen panostamisella on alkanut. Posti on selvinnyt lakosta, mutta jälkipyykkinä ministerit vierittävät vastuuta yritykselle, jonka toiminta pyörii heidän ohjeistuksensa ympärillä.

Viimeisen julkaisupiikin jaetut viimeisimmät uutiset liittyvät ministeri Paateron eropyyntöihin. Paatero on kohun keskellä jäänyt sairauslomalle ja jättänyt eropyynnön ministerin virastaan. Paateron erosta voi päätellä Postin toimineen omistajaohjauksen hyväksymänä, koska Paateron tarinat muuttuivat koko kohun aikana suuresti sekä hän itse myönsi kertoneensa muunneltua totuutta tiedoistaan. Paateron ero vahvisti sen uskomuksen, ettei omistusohtaus ole ollut sellaista, mitä sen pitäisi valtionyhtiössä olla.

Julkaisupiikeissä jaettujen uutisten kohteet vaihtelevat laidasta laitaan. Uutisissa käsitellään liittojen välistä kiistaa, joka oli kohun ydinasia. Uutisissa käsiteltiin postilakon lisäksi ministereiden pätevyyttä ja sanomisia, sekä Postin hallituksen asemaa ja palkkioita. Jaettujen uutisten sisällöt kulkivat kohun aikajanan mukaisesti, mutta kohun aikana nostettiin esiin myös aiempina vuosina tapahtuneita tapauksia.

Postin maineen rakentuminen postilakon aikana julkaistujen tviittien jakamisissa uutisissa oli monimuotoista. Kohun alkupuolella Posti sijoittui Aulan ja muiden (2011) maineen nelikentän toiminnallinen ongelma -kulmaan. Toiminnallisella ongelmalla tarkoitettiin sitä, kun yrityksen toiminta ja palvelut ovat huonoa sekä yrityksen mainekin on huono.

Tällaisessa tilanteessa yrityksellä ainoana mahdollisuutena on pyrkiä markkinoimaan yritystä paremmin ja positiivisessa mielessä ja toimintaa on kehitettävä.

Postin maine ei kuitenkaan ollut koko kohun ajan uutisissa todella huono. Postin toimintaa palveluja tarjoavana yrityksenä ei uutisissa mainittu paljoa kohun alun jälkeen, kun yritykset viestivät siitä, kuinka toimittaa paketteja asiakkailleen. Postin olisi voinut kuvitella olevan maineen rakentumisen nelikentällä jopa viestinnällinen ongelma, eli mainetaan parempia palveluita tarjoava yritys. Postin palveluita ei kuitenkaan mainittu positiivisessa mielessä uutisissa, vaan niitä ei käsitelty.

#### **4.4 Yhteenveto**

Tässä luvussa olen tarkastellut #postilakko-kohua käymällä läpi sen tapahtumia mediassa ja Twitterissä. Olen tarkastellun kohun aikana julkaistuja twiittejä #postilakko-aihetunnisteella ja selvittänyt julkaisupiikit aineistosta. Julkaisupiikit ovat kohun tärkeimpiä vaiheita Twitterissä, koska silloin keskustelu on käynyt vilkkaana muina ajankohtina käytyyn keskusteluun verrattuna.

Aineistosta voi havaita, että keskustelu Twitterissä oli erittäin vähäistä kohun alkuvaiheessa #postilakko-aihetunnisteen alla käydyssä keskustelussa. Keskustelun määrä lisääntyi tasaisesti kohun edetessä. Aineistosta pystyi kuitenkin havaitsemaan piikkejä keskustelussa, ja nämä julkaisupiikit otettiin tarkasteluun laadullisessa analyysissä.

Maineriskien kategorioista oli selkeästi huomattavissa, että yritys- ja kauppatoiminnan maineriskeihin määriteltyjä twiittejä oli enemmän, kuin sosiaalisiin ja poliittisiin maineriskeihin kategorisoituja twiittejä. Maineriskit olivat jaettu teemoihin, joista suurimpina esiin nousivat tuotteeseen tai palveluun liittyvä ongelma -teema sekä työvoiman hyväksikäyttö -teema. Aineistosta pystyi havaitsemaan runsaasti myös huonoihin valintoihin jaoteltuja maineriskejä sekä sidosryhmien kanssa käydyt kiistat. Vähiten aineistosta löytyi ympäristökysymyksiin liittyviä maineriskejä sekä ihmisoikeuksiin liittyviä maineriskejä.



Julkaisupiikeissä olevissa tviiteissä jaettiin uutisia, joita tarkastelin Aulan ja Heinosen (2011) maineenrakentumisen nelikentän avulla. Maineen rakentumisen nelikentän kaikkia piirteitä löytyi uutisaineistosta, mutta vähiten tavoitemainetta ja suurimpana aineistossa näyttäytyi toiminnallinen ongelma. Toiminnallinen ongelma näkyi aineistossa siten, että Postin maine koetaan negatiivisena sekä heidän toimintansa on myös mainettaan huonompaa. Tviiteissä keskusteltiin Postin palvelun ”pettämisestä” sekä siitä, että odotukset yritystä kohtaan olivat korkeammat. Yritys voi olla ajautumassa kriisiin, koska mielikuvat ja kuluttajakokemukset ovat negatiivisia.

Kohun viimeisimpien vaiheiden henkilöityminen ministereihin, etenkin ministeri Paateroon oli tutkimuksen kannalta haitallista, koska postilakkoon liittyvä keskustelu jäi osittain henkilöitymisen varjoon. Järvensivun (2020, s. 116) mukaan henkilöityminen voi olla positiivinen asia, kun kyseessä on esimerkiksi henkilöbrändi, mutta se voi olla myös haitallista, jos henkilöityminen jättää asian oikean ytimen varjoonsa.

Aineistossa mukana oli myös ruotsiksi ja englanniksi sekä myös kiinan ja viron kielellä kirjoitettuja tviittejä. Nämä otettiin huomioon määrällisessä tutkimuksessa, mutta jätettiin kielen perusteella pois laadullisesta analyysistä. Määrä on kuitenkin varsin pieni (xx), joten tulosten kannalta niillä on vain vähäinen merkitys.

Aineistoa kerätessä ja läpikäydessä kävi ilmi, että tviiteissä oli yllättävän vähän reaktioita. #postilakko-aihetunnisteen alla julkaistuihin tviitteihin suoraan liittyvä keskustelu oli laimeaa. Ilmeistä on, että keskustelua aiheesta käytiin muillakin alustoilla kuten sanoma-lehtien verkkosivuilla. Poikkeuksia tykkäyksien määrässä oli muutamissa tviiteissä, joissa oli satojakin tykkäyksiä. Yksittäisen ihmisen vaikutusta postilakon kohulle Twitterissä ei huomannut. Tviiteissä vuorovaikutus jäi vähälle ja ihmiset keskittyivät vain julkaisemiseen, eikä interaktiiviseen kanssakäymiseen ja keskusteluun.

## 5 Päätäntö

Tässä tutkimuksessa olen tarkastellut Postin mainetta postilakon aikana ja tavoitteenani on ollut selvittää Postin mainetta aihetunniste #postilakko alla olevien tviittien perusteella. Tutkimuksen aineistona on postilakko-kohun aikana julkaistuja tviittejä ja tviiteissä jaettu uutisia. Aineistoa tarkastelin ensin määrällisesti löytääkseni julkaisupiikit, joita analysoin laadullisesti maineriskien ja maineen rakentumisen kautta. Tutkimuksen tarkastelun kohteena on ollut siis Posti, valtamedia, Twitter ja postilakon vaiheet.

Postilakko-kohu koski syksyllä 2019 Postin aikeita siirtää 700 pakettilajittelijaa eri työehtosopimuksen piiriin. Posti- ja logistiikka-alan unioni PAU ei ollut tyytyväinen tapaan, jolla Posti uhkasi kohdella työntekijöitään. Tästä alkoi pakettilajittelijoiden työtaistelu.

Tutkimuksen pääasiallisena kohteena on ollut Posti ja sen maine. Olen tutkinut Postin mainetta keskellä erikoista syksyä yrityksen toiminnassa. Postin syksy 2019 on koostunut jatkuvista uutisoinneista, lakkojen haittojen minimoinnista, työehtosopimusneuvotteluista PAU:n ja valtakunnansovittelijan kanssa. Posti joutui keskelle kohua, kun omistaja-ohjausministeri Paateron tiedossa ollut työehtosopimuksen vaihto toiseen tuli julki.

Kohun vaiheiden määrittäminen tapahtui syöttämällä #postilakko-aihetunnisteella merkittyjen tviittien määrät syksyltä Exceliin. Kohun vaiheiden tviiteistä etsin O'Callaghanin (2007) sekä Aulan ja Heinosen (2011) teorioiden vastauksia toiseen ja kolmanteen tutkimuskysymykseeni.

Tutkimuksessa selvisi, että Twitterissä käytiin keskustelua postilakon aikana tasaisesti, mutta keskustelussa oli myös piikkejä. Nämä piikit liittyivät vahvasti postilakko-kohun tapahtumiin. Julkaisupiikit Twitterissä osuivat usein postilakon aikana tapahtuneisiin suuriin käännteisiin, eli keskustelu lisääntyi, kun kohussa tapahtui uusi käänne.

Keskustelupiikkien välissä ollut tasaisempi jakso lyheni mitä pidemmälle kohu meni. Kohun loppuvaiheessa julkaisupiikit ilmenivät joka toinen päivä.

Kohun aikana keskustelu Postista oli aktiivista. Kohun aikana oli myös oletettavaa, että keskustelu on myös jossain määrin negatiivista Postia kohtaan. O’Callaghanin maineriskien teemoista yleisimmiksi aineistossa nousivat tuotteeseen tai palveluun liittyvät ongelmat, joka oli yritys- ja kauppatoiminnan maineriski sekä työvoiman hyväksikäyttö, joka oli sosiaalinen ja poliittinen maineriski. Suurimmiksi keskustelun aiheiksi nousivat siis Postin palveluissa tai tuotteissa ilmenevät ongelmat sekä postilakon aikana Postin työvoiman hyväksikäyttö. Kohun keskellä olleen Postin nähtiin tehneen törkeästi omia työntekijöitään kohtaan ja kohun keskellä oli myös helppoa tuoda muita negatiivisia kommentteja Postista esiin.

Negatiiviset kokemukset Postin toiminnasta ja palveluista tulivat esille aineistossa, mikä johtuu mahdollisesti kasvaneen keskustelun vapauttamasta itesesensuurista. Julkaisupiikkien tviiteissä Posti näyttäytyi yleisesti negatiivisessa mielessä, koska suuri määrä tviiteistä suhtautuivat kriittisesti Postiin ja sen toimintaan. Hybridisessä mediassa negatiivisen keskustelun kierre lähtee todennäköisesti keskusteluun osallistujasta ja negatiivisten aiheiden kirjoittaminen jatkuu kuin lumipalloefekti.

Twitter alustana on matalan kynnyksen alusta, jossa kuka tahansa voi ottaa kantaa puheenaiheisiin aihetunnisteilla. Twitterissä on helppo julkaista ajankohtaisiin aiheisiin liittyviä mielipiteitä ja näkemyksiä, minkä takia tällä alustalla keskusteluun osallistui iso joukko erilaisia tviittaajia organisaatioista yksityishenkilöihin ja poliitikoista toimittajiin. Isotalus ja muut (2018, s. 12–13) eivät määritelleet Twitterin käyttäjäkuntaa, koska siitä ei ole varmistettua tietoa, mutta he kuitenkin kertoivat siellä olevan runsaasti poliittisia henkilöitä sekä julkisuuden henkilöitä.

Tutkimuksessa selvisi myös, että julkaisupiikkien aikana julkaistuissa tviiteissä jaettujen uutisten määrät eri medioittain vaihtelivat suuresti. Eniten jaettuja uutisia tuli Yleltä ja

seuraavaksi yleisimpiä jaettuja uutisia olivat talouslehtien uutiset. Maaseutulehtien uutisten jakaminen oli määrällisesti huomattavasti vähäisempää mitä esimerkiksi Ylen uutisten, mutta Helsingin Sanomien uutisia jaettiin verrattain paljon. Helsingin Sanomat ovat kuitenkin levikiltään laajempi kuin esimerkiksi maakuntalehdet, joten se oli oletettavissa. Iltapäivälehtien uutisia ei jaettu niin paljon, mitä ennako-oletuksena oli verrattessa yleisesti iltapäivälehtien julkaisemiin uutisten määriin kohujen aikana. Tämä johtuu siitä, että iltapäivälehtiä ei pidetä luotettavina lähteinä ja kyseisillä lehdillä on taustalla usein mediayhtiöt, joidenka perimmäisenä tarkoituksena on rahanteko eikä informaation jakaminen.

Bodystun ja muut (2017) ovat sitä mieltä, että media pyrkii ohjailemaan lukijoita kiinnostumaan tietyistä asioista, mistä uutislähteet uutisoivat. Postilakko-kohun edetessä huomasi, että mediassa samoista asioista oli hyvin erilaisia näkökulmia ja otsikoilla yritettiin viedä lukijaa haluttuun suuntaan. Median ohjailua ei ollut kuitenkaan selkeästi havaittavissa aineistotviiteissä.

Tutkimuksessa selvisi Postin maineen olevan Aulan ja Heinosen (2011) maineen rakentumisen nelikentän vasemmassa alakulmassa, eli Postin maine on toiminnallisessa ongelmassa. Julkaisupiikkien aikana julkaistujen tviittien jaetuissa uutisissa nähdään Postin toiminnassa ongelmia ja yrityksen viestinnässä ja ulostuloissa nähdään ongelmia.

Tämän tutkimuksen rajoitteena oli epätavallinen aineisto maineen tutkimiselle. Usein mainetutkimuksissa käytetään aineistoja kyselyiden tuloksia, eikä lyhyitä mikroblogitekstejä. Uutisten analysoiminen maineen nelikentän avulla oli toimivaa.

Valtamedian suuri huomio postilakolle ei automaattisesti tarkoita vilkasta keskustelua aiheesta. Aineisto rajattiin Twitterissä #postilakko-aihetunnisteen alle, mutta keskustelua aiheesta käytiin varmasti muuallakin. Twitterissä ei myöskään #postilakko-aihetunnisteen alla käyty vuorovaikutuksellista keskustelua aiheesta, vaan lähes jokainen aineiston tviitti oli yksittäisen henkilön oma näkemys tai viesti koskien asiaa. Harvoissa

tapauksissa tviitteihin vastattiin keskustelunluomistarkoituksessa. Tutkimus on osoittanut, että valtamediassa erittäin suurena näyttäytyvästä kohusta ei välttämättä puhuta sosiaalisessa mediassa yhtä paljon.

Maineen rakentumista hybridissä mediassa olisi mielenkiintoista tutkia lisää keskittyen eri medioiden käyttäjäkuntiin. Miten maine rakentuu tiettyjen kohdeyleisöjen mielessä ja keskustelussa perinteisessä mediassa sekä miten se eroaa esimerkiksi Twitterin perusteella kerättyyn tietoon. Aineistoa mainetutkimukseen voisi kerätä esimerkiksi asiakaskyselyiden kautta, koska aineistona olisi valmiita mielipiteitä ja mielikuvia yrityksestä. Maineen tutkimuksessa pääsisi vertailemaan negatiivisia näkemyksiä ja positiivisia näkemyksiä yrityksestä toisiinsa.

## Lähteet

### Kirjallisuuslähteet

Arjoranta J. (2017). *Mistä tänään kohistaisiin?* Jyväskylän yliopisto. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.jyu.fi/hytk/fi/laitokset/mutku/ajankohtaista/nostot/mista-tanaan-kohistaisiin>

Aula, P. (2009) Organisaatioiden maineriskit: kontekstina sosiaalinen media. *Yritysten maineriskit ja sosiaalinen media -tutkimushanke*. (s.58–69).

Aula, P. & Heinonen, J. (2011). *M2: Maineen uusi aalto*. Helsinki: Talentum.

Aula, P. & Heinonen, J. (2002). *Maine: menestystekijänä*. Helsinki: WSOY

Bhose, C. (2019). *Postin pääjohtaja tienaa 82 100 euroa kuussa - Kauppalehti kysyi, voisiko hän laskea talkoohengessä omaa palkkaansa*. Kauppalehti. Noudettu 2020-09-21 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/postin-paajohtaja-tienaa-82-100-euroa-kuussa-kauppalehti-kysyi-voisiko-han-laskea-talkoohengessa-omaa-palk-kaansa/bcee1dbf-46f5-424d-858c-ec75d2d82ff8>

Boydston, A. E., A. Hardy & S. Walgrave (2014). Two Faces of Media Attention: Media Storm Versus Non-Storm Coverage. *Political Communication*, 31(4), 509-531. <https://doi.org/10.1080/10584609.2013.875967>

Chadwick A. (2017). *The Hybrid Media System*. Politics and Power. Oxford University Press

- Dahlgren, S., Kivistö, S. & Paasonen S. (2011). Skandaalin maisema. Teoksessa: Chaden, S., Kivistö, S. & Paasonen S. (toim.) *Skandaali! Suomalaisen taiteen ja politiikan mediakohut*. (s. 7-17). Bookwell oy.
- De Fresnes, T. ja M. Stenroos (2019). *Pääministeri Antti Rinne arvostelee Postia: Johdon palkat ovat nousseet järkyttävällä tavalla*. Yle. Noudettu 2020-09-22 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10952660>
- Finlex (1999). *Suomen perustuslaki*. Noudettu 2020-10-28 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731>
- Finlex (2011). *Postilaki*. Noudettu 2020-09-22 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110415>
- Haavisto, M. (2009). *Näin käytät Twitteriä*. Esa Print Oy
- Hara, J. (2019). *Postin lakko pitkittyy ja kärjistyy: Työtaistelu uhkaa jo lentokenttiä ja pääkaupunkiseudun busseja – 5 ydinkohtaa lakon syistä ja seurauksista*. Yle. Noudettu 2020-03-24 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11073701>
- Harrison-Walker L.J. (2001). The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60–75.
- Helm, S., Liehr-Gobbers, K. & Storck, C. (2011). *Reputation Management*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg . [https://doi.org/10.1007/978-3-642-19266-1\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-642-19266-1_23)
- Ikonen, J. & Mäkilä, K. (2011). Tästä nousi kohu! Miten jatkuvat kohut rapauttavat journalismia. Teoksessa: Sanna Kivimäki (toim.) *Journalismikritiikan vuosikirja 2011* (s. 186–195). Tampereen yliopisto.

- Ilta Sanomat (2010). *Alkaako postilakko? Neuvottelut jatkuvat maanantaina*. Noudettu 2020-09-19 osoitteesta <https://www.is.fi/kotimaa/art-2000000343814.html>
- Isotalus P., Jussila, J. & Matikainen, J. (2018). Twitter viestintänä ja sosiaalisen median ilmiönä. Teoksessa: Isotalus P., J. Jussila & J. Matikainen (toim.) *Twitter viestintänä – Ilmiöt ja verkostot* ( s. 9-31). Vastapaino
- Joutsenvirta M. & Halme, M. (2011). Yritysten vastuuviestintä. Teoksessa: Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen (toim.) *Vastuullinen liiketoiminta*. Gaudeamus
- Joyner & Payne (2002) Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics* 41, 297–311, 2002. Kluwer Academic Publishers.
- Järvensivu T. (2020). *Verkostojen johtaminen: Opi ja etene yhdessä*. Books on Demand
- Kaleva (2015). *Sovittelija: Postin työriita ei ratkea nopeasti – lakko uhkaa ensi viikolla*. Noudettu 2020-09-19 osoitteesta <https://www.kaleva.fi/sovittelija-postin-tyoriita-ei-ratkea-nopeasti-lak/1802741>
- Kallio & Nurmi (2006). *Vastuullinen liiketoiminta*. Esa Print Tampere
- Kankaanpää, J., Oulasvirta, L. & Wacker J. (2011). *Valtion omistajaohjauksen valvonta ja raportointi eduskunnalle. Eduskunnan tarkastusvaliokunnan julkaisu 2/2010*. Eduskunnan tarkastusvaliokunta.
- Kortesuo, K. (2016). *Riko lasi hätätilanteessa – Kriisiviestinnän pikaopas johtajalle*. Kauppakamari



- Koskela, M. & Sihvonen T. (2018). #Hashtagin funktiot Twitterissä. Aihetunniste metadatanä, erikoiskielenä ja luovuuden välineenä. Teoksessa: Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen J. (toim.) *Twitter viestintänä - Ilmiöt ja verkostot* (s. 31-50). Vastapaino.
- Kosonen, M., Laaksonen, S., Rydenfelt, H. & Terkamo-Moisio A. (2018). Sosiaalinen media ja tutkija etiikka. *Media & viestintä* 41(1), 117–124.
- Meltwater (2020). *Miksi Word-of-Mouth-markkinointi on tärkeää?* Noudettu 2020-09-11 osoitteesta <https://www.meltwater.com/fi/blog/word-of-mouth-markkinointi>
- Murthy D. (2011). Twitter: Microphone for the masses? *Media, Culture & Society* 33(5) 779–789. <https://doi.org/10.1177/0163443711404744>
- Palvelualojen työnantajat (2019). *PAU ilmoitti laittomista työtaistelutoimenpiteistä, lakko uhkaa postin kulkua*. Tiedote. Noudettu 2020-09-20 osoitteesta <https://www.palta.fi/tiedotteet/pau-ilmoitti-laittomista-tyotaistelutoimenpiteista-lakko-uhkaa-postinkulkua/>
- Partanen, H. (2009). *Yhteisöllinen mielummin kuin sosiaalinen media*. Kotimaisten kielten keskus. Noudettu 2020-09-22 osoitteesta [https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit\\_artikkelit\\_ja\\_esitelmat/kuukauden\\_kielijuttu\\_%282003\\_2011%29/yhteisollinen\\_mieluummin\\_kuin\\_sosiaalinen\\_media](https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmat/kuukauden_kielijuttu_%282003_2011%29/yhteisollinen_mieluummin_kuin_sosiaalinen_media)
- Posti Group Oyj (2019a). *Postin tilinpäätösjulkaisu 2019*. Noudettu 2020-10-09 <https://www.posti.com/hallinnointi/raportit-ja-esitykset/vuosikertomukset/>
- Posti Group Oyj (2019b). *Lähes 400-vuotinen historia*. Noudettu 2020-16-09 osoitteesta <https://www.posti.com/posti-yrityksena/historia/>

Posti Group Oyj (2019c) *Tiedote: Postin hallituksen puheenjohtaja Markku Pohjola: Liikkeenluovutuksella on ollut omistajan tuki*. Noudettu 2020-03-24 osoitteesta [https://www.posti.com/media/mediauutiset/2019/postin-hallituksen-puheenjohtaja-markku-pohjola-liikkeenluovutuksella-on-ollut-omistajan-tukige/#\\_ga=2.11038903.2070128944.1575029939-969415895.1564727069](https://www.posti.com/media/mediauutiset/2019/postin-hallituksen-puheenjohtaja-markku-pohjola-liikkeenluovutuksella-on-ollut-omistajan-tukige/#_ga=2.11038903.2070128944.1575029939-969415895.1564727069)

Posti Group Oyj (2019d). *Puolivuosikatsaus*. Noudettu 2020-09-30 osoitteesta <https://www.posti.com/media/talousuutiset/2019/posti-puolivuosikatsaus-2019/>

Saari, H. (2010). *Median jahtaamat*. Helsinki: Moreeni.

Saloheimo, J. (2019). *Työehtosopimusshoppailu ja tukilakot*. Alma Talent. Noudettu 2020-09-22 osoitteesta <https://pro.almatalent.fi/article/tyoehtosopimusshoppailu-ja-tukilakot/11397>

Selznick, P. (1984). *Leadership in Administration: A Sociological Interpretation*. University of California Press.

Tuomi, J. & Sarajärvi A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Turun Sanomat (2015). *Kuljetusliittojen tukitoimet kuumentamassa Postin työtaistelun*. Noudettu 2020-09-19 osoitteesta <https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/830604/Kuljetusliittojen+tukitoimet+kuumentamassa+Postin+tyotaistelun>

Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2012). *Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa*. Noudettu 12020-10-14 osoitteesta [https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK\\_ohje\\_2012.pdf](https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf)

Uimonen, R. (2009). *Median mahti*. WSOY

Valtioneuvoston kanslia (2016). Avoimesti, rohkeasti ja yhdessä - Valtionhallinnon viestintäsuositus. Noudettu 2020-10-18 osoitteesta <https://vnk.fi/viestintasuositus>

Van Dijck, J. (2012). Tracing Twitter: The Rise of a Microblogging platform. *International Journal of Media and Cultural Politics* 7(3), 333-348

Van Ruler, B. (2014). The Communication Grid: and Introduction of a Model of Four Communication Strategies. *Public Relations Review* 30(2), 123-143. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2004.01.002>

## **Aineistolähteet**

Aamulehti (2019a). Postilaiset osoittavat mieltä eduskuntatalon edessä – Ministeri Paatero: "Postin tilanteeseen täytyy saada ratkaisu pikaisesti". Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.aamulehti.fi/a/f2e62383-7537-4850-9894-4ff83d3e6776?c=1522737894164>

Aamulehti (2019b). Postilakko näkyy jo yritysten arjessa – Jos vienti pysähtyy, vaikutukset voivat olla kauaskantoiset: "Jos tavaraa ei pystytäkään toimittamaan, on tilanne kiitos ja näkemiin". Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.aamulehti.fi/a/1288794f-d153-4d19-9bce-8a9702603466?c=1522737894164>

Helsingin Sanomat (2019a). Kela: Postilakko voi viivästyttää etuuksien käsittelyä. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006300599.html>

Helsingin Sanomat (2019b). *Yöllä aitaan leikattu reikä kuumentaa Postin lakkoa: Merimiesunionin puheenjohtaja uhkailee jo kauppamerenkulun pysäyttämällä.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006303885.html?share=85f35ba5c3900b2b2c13cfaeb2ac4283>

Helsingin Sanomat (2019c). *Posti pyrkii saamaan joulukortit ja -paketit perille, vaikka lakko kestäisi neljä viikkoa – HS kokosi vastauksia lakkoon liittyviin keskeisiin kysymyksiin.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006303306.html?share=a6b8ac618d9ec5efdef8bd4ecd872db1>

Helsingin Sanomat (2019d). *Levykauppa nostaa toimitusmaksua, vaateyritys ottaa toimitus vaihtoehdoksi Postin kilpailijan – Näin lakko vaikuttaa verkkokauppoihin.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://www.hs.fi/talous/art-2000006300915.html?share=61857494a46b8ee167194bc50759f347&utm\\_campaign=5909847869082f597001eea8&utm\\_content=5dc90a141d9e760001be112f&utm\\_medium=smarpshare&utm\\_source=twitter](https://www.hs.fi/talous/art-2000006300915.html?share=61857494a46b8ee167194bc50759f347&utm_campaign=5909847869082f597001eea8&utm_content=5dc90a141d9e760001be112f&utm_medium=smarpshare&utm_source=twitter)

Helsingin Sanomat (2019e). *Postilakko jatkuu, Merimies-Unionin puheen johtaja moittii valtakunnan sovittelijaa: ”Täysin noviisi, amatööri”.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006306473.html?share=f103a860ec07e04b233a8bad4eac338a>

Helsingin Sanomat (2019f). *Posti vastasi Paateron selvityspyyntöön: lupaa olla käyttämättä ylimääräistä vuokratyövoimaa lakon aikana.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006307526.html?share=06d02c296ec5eb555d9a85d22d966a65>

Helsingin Sanomat (2019g). *Neljä työmarkkina konkaria alkaa setviä Postin työehto kiistaa – 700 paketti lajittelijan työehdot turvataan, lupaa pääministeri Rinne.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006315771.html?share=b8a91c81f00de840d5388f5f656fb822>

Helsingin Sanomat (2019h). *HS koosti palkkataulukot: Tällaisia ovat Postin lakon ytimeen nousseet kiistellyt työehtosopimukset.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006318663.html>

Helsingin Sanomat (2019i). *HS näki Antti Rinteen sähköpostin, jossa ehdotetaan Posti-kiistan sovitteluryhmää – Paatero sanoi ryhmän olleen ”Postin ja Paun tahto”.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006323021.html>

Helsingin Sanomat (2019j). *Postin riitaan syntyi sopu, lakot loppuvat – 700 paketti lajittelijaa pysyvät PAU:n jäseninä.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006322171.html?share=b8a94c8518e7069a3e73b5495decb04d>

Helsingin Sanomat (2019k). *Antti Rinne syytti Postia harhauttamisesta – Postin hallituksen puheenjohtaja Markku Pohjola tyrmää HS:n haastattelussa pääministerin väitteet.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006326135.html?share=ab2dcb4c10f1eb196cad7118c3a23656>

Helsingin Sanomat (2019k). *Ministeri Paatero erosi Posti-sotkun takia, Posti kiisti Rinteen syytökset – Lue täältä kaikki uutispäivän käänteet.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006324692.html>

Ilkka-Pohjalainen (2019). *Postilakko jatkuu, ammattiliitto PAU osoittaa mieltä Eduskuntatalolla*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

<https://ilkkapohjalainen.fi/uutiset/kotimaa/postilakko-jatkuu-ammattiliitto-pau-osoittaa-mielta-eduskuntatalolla-1.3161067#.XdaMwwTyBhc.twitter>

Iltalehti (2019a). *Raju väite Postin toiminnasta lakkoamuna, katso kuva: "Tässä leikataan aitaan reikää vuokratyöläisiä varten"*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

<https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/07696280-7afe-4236-9ba9-c40ea6173f08>

Iltalehti (2019b). *SAK:ssa leimahti avoin sisällissota: "Teollisuusliitto tietoisesti haluaa sabotoida PAU:n työtaistelua"*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

<https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/5d341c15-8be3-4371-a6e2-24d3b80af262>

Iltalehti (2019c). *Ministeri Sirpa Paatero myöntää, oli tietoinen työehtosopimuksen vaihtosuunnitelmasta: "Posti on informoinut minua"*. Noudettu 2020-10-16

osoitteesta <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/e72195fb-b03e-4bbc-8960-38533ff23c32>

Iltalehti (2019d). *STT: Raju käänne – Posti-kriisin sovittelut on lopetettu toistaiseksi*.

Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/cc9fd811-238d-4efe-82aa-a439543ada3c>

IltaSanomat (2019a). *Yle: Pääministeri Rinne haluaa postinjakajat osaksi sote-ratkaisua*

– *"Kurkataan ikkunasta, onko kaikki hyvin"*. Noudettu 2020-10-17 osoitteesta <https://www.is.fi/politiikka/art-2000006226400.html>

IltaSanomat (2019b). *Rinne Posti-kiistan kipu kohdasta: 700 paketti lajittelijan työehdot tullaan turvaamaan*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

<https://www.is.fi/politiikka/art->

2000006316490.html?fbclid=IwAR137Bfmux3ziVkdJtpK9g9IHvIhmd0vWU7Bqo  
nSXraW1nM4ICSmUQd5x10

IltaSanomat (2019c). *Ministeri Sirpa Paatero MTV:llä: Kukaan ei kysynyt minulta hyväksyntää Postin pakettilajittelijoiden tes-siirrolle.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.is.fi/politiikka/art-2000006315767.html>

IltaSanomat (2019d). *Petteri Orpo tivaa IS:n tietojen jälkeen: Ovatko Rinne ja Paatero puhuneet totta eduskunnan edessä?* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.is.fi/politiikka/art-2000006320749.html>

IltaSanomat (2019e). *Lakossa olevan Merimies-unionin jäsenet suuntaavat huomenna pikkujouluristeilylle – virolaiselle laivalle.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.is.fi/kotimaa/art-2000006320821.html>

IltaSanomat (2019f). *Ministeri Sirpa Paaterosta viisi kantelua oikeuskanslerille.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.is.fi/politiikka/art-2000006324081.html>

IltaSanomat (2019g). *Pääministeri Rinteeltä kova syytös – Postin hallituksen puheenjohtaja kiistää väitteen sooloilusta, paljastaa uusia päivämääriä.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://www.is.fi/politiikka/art-2000006324689.html?utm\\_medium=social&utm\\_content=ios.is.fi&utm\\_source=facebook.com&utm\\_campaign=fb-share](https://www.is.fi/politiikka/art-2000006324689.html?utm_medium=social&utm_content=ios.is.fi&utm_source=facebook.com&utm_campaign=fb-share)

Itä-Savo (2019). *Postilakko vaikuttaa myös Sosterin toimintaan – Uusista ajanvarauksista kerrotaan tekstiviestillä, Hyviksen sähköisen asiointin kautta tai puhelimitse.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://ita-savo.fi/uutiset/lahella/ca0d4d75-c536-434e-b331-f5f73d891eb8>

Kaleva (2019). *PAU lopettaa postialan lakon – "Pystytään luottamaan siihen, että ihmisiä ei siirretä työehtosopimuksesta toiseen"*. Noudettu 2020-10-17 osoitteesta <https://www.kaleva.fi/pau-lopettaa-postialan-lakon-pystytaan-luottamaan/1687730#.XW6jIuiK5Rg.twitter>

Kauppalehti (2019a). *Verkkokaupat varautuvat Postin lakkoon: uusia kumppaneita etsitään täyttää häkää, paketteja on varauduttu lajittelemaan itse*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/verkkokaupat-varautuvat-postin-lakkoon-uusia-kumppaneita-etsitaan-taytta-hakaa-paketteja-on-varauduttu-lajittelemaan-itse/d732a60f-59d9-483f-99ff-371ce2513daa?ref=twitter:6614>

Kauppalehti (2019b). *Paatero muuttaa Posti-lausuntoaan: "Posti on informoinut minua asiaa koskevista suunnitelmista valmistelun aikana"*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/paatero-muuttaa-posti-lausuntoaan-posti-on-informoinut-minua-asiaa-koskevista-suunnitelmista-valmistelun-aikana/2c5e2626-0acb-4c5e-8015-6270f8cf11a5>

Kauppalehti (2019c). *Postin hallituksen puheenjohtaja kiistää Antti Rinteen syytöksen: Liikkeenluovutuksesta keskusteltiin suoraan ministeri Paateron kanssa*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/postin-hallituksen-puheenjohtaja-kiistaa-antti-rinteen-syytoksen-liikkeenluovutuksesta-keskusteltiin-suoraan-ministeri-paateron-kanssa/d301c039-82cb-4849-9130-50963f67990f?ref=twitter:53b5>

Talouselämä (2019a). *Kela varoittaa: Työttömyyskorvaukset ja toimeentulotuki voivat nyt myöhästyä*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/kela-varoittaa-tyottomyyskorvaukset-ja-toimeentulotuki-voivat-nyt-myohastya/ba0d46be-fdc1-4081-b332-e6e0c98828a5>



Talouselämä (2019b). *Paatero: Työehtosopimusten muutokseen "aikalisä" – johdon palkitsemiseen tulossa uusi linjaus.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/paatero-tyoehtosopimusten-muutokseen-aikalisa-johdon-palkitsemiseen-tulossa-uusi-linjaus/358afef8-fc8d-475e-99f9-3b306003a2c0>

Talouselämä (2019c). *Talouselämä palvelee lukijoitaan lakon aikana: Näköislehti on avattu ja uusinta numeroa on jaossa perjantaiamuna.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/talouselama-palvelee-lukijoitaan-lakon-aikana-nakoislehti-on-avattu-ja-uusinta-numeroa-on-jaossa-perjantaiamuna/6e000ed7-fb07-408c-a5d0-ccb01b5ae674>

Talouselämä (2019d). *Palta: Nyt tuli päätös – Postilakko onkin "osin laitton".* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/palta-nyt-tuli-paatos-postilakko-onkin-osin-laitton/a842a886-2db5-4c6c-9a12-59bfac225e38>

Talouselämä (2019e). *Kaksi isoa valtion viranomaista lyö löylyä ajankohtaisesta aiheesta: Luovutaan kokonaan paperipostista!* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://www.talouselama.fi/uutiset/kaksi-isoa-valtion-viranomaista-lyo-loylya-ajankohtaisesta-aiheesta-luovutaan-kokonaan-paperipostista/aed46396-260f-4b82-92c9-b03c9fec4fc1?fbclid=IwAR3sAAjn-7ZNHZjalxHQQIpc0D0L5ku96-GuKjo866G\\_4wAuWVvVI6pmO7s](https://www.talouselama.fi/uutiset/kaksi-isoa-valtion-viranomaista-lyo-loylya-ajankohtaisesta-aiheesta-luovutaan-kokonaan-paperipostista/aed46396-260f-4b82-92c9-b03c9fec4fc1?fbclid=IwAR3sAAjn-7ZNHZjalxHQQIpc0D0L5ku96-GuKjo866G_4wAuWVvVI6pmO7s)

Talouselämä (2019f). *Nyt tuli pääministeri Rinteeltä paljastus: Posti aikoi alun perin heikentää yli 9000 työntekijän työehtoja.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/te/a465bbec-e4f5-4cdc-ad12-14d5d9ce3fe2?ref=ampparit:230d>

Talouselämä (2019g). *Posti-riidassa odotetaan ratkaisua tänään - vastaukset valtakunnansovittelijan sovintoehdotukseen kello 10*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/posti-riidassa-odotetaan-ratkaisua-tanaan-vastaukset-valuationnsovittelijan-sovintoehdotukseen-kello-10/f63aa7fc-0814-43a7-bc9d-98ea587ecc15>

Talouselämä (2019h). *Postin työriitaan sopu – ”Kiky jää sopimukseen”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/postin-tyoriitaan-sopu/5e2bbedd-dc69-4983-8517-7d4eae3b3524>

Talouselämä (2019i). *Valtion omistajaohjauksen päällikkö: Postin hallitus piti ministeri Sirpa Paateron ”jatkuvasti informoituna”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/valuation-omistajaohjauksen-paallikko-postin-hallitus-piti-ministeri-sirpa-paateron-jatkuvasti-informoituna/bf632d9d-1d88-4a89-bc53-a845c73abe30>

Talouselämä (2019j). *Repivä postilakko jättää jälkeensä isoja kysymyksiä – Pitääkö valtion todella omistaa enemmistö yhdestä Venäjän suurimmista sähköntuottajista tai Aasiasta kasvua hakevasta lentoyhtiöstä?* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.talouselama.fi/uutiset/repiva-postilakko-jattaa-jalkeensa-isoja-kysymyksiä-pitaako-valuation-todella-omistaa-enemmistö-yhdestä-venajan-suurimmista-sahkontuottajista-tai-aasiasta-kasvua-hakevasta-lentoyhtiosta/da851f0d-57d3-4b0a-bda6-e9232193231f>

Taloussanomien (2019a). *Posti vastaa PAUn väitteeseen Liedon pakettikeskuksen tapahtumista: ”Aidan purkaminen on normaali, mutta kuitenkin melko harvinainen toimenpide”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://www.is.fi/taloussanomien/art-2000006303898.html?utm\\_medium=social&utm\\_content=android.is.fi&utm\\_source=t.co&utm\\_campaign=tweet-share](https://www.is.fi/taloussanomien/art-2000006303898.html?utm_medium=social&utm_content=android.is.fi&utm_source=t.co&utm_campaign=tweet-share)

Taloussanomat (2019b). *PAU:lta kova väite: Tästä Postin aitaan leikatusta reiästä livahdi töihin 20 vuokratyöntekijää – katso kuvat ja video*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006303719.html>

Taloussanomat (2019c). *Posti vaikenee tappioista – lakko iski tulos vuoden tärkeimpään jaksoon*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006320542.html>

Taloussanomat (2019d). *IS:n tiedot: Ratkaisu Postin kiistaan saattaa löytyä vielä tänään*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006320218.html>

Taloussanomat (2019e). *Professori varoittaa sudenkuopasta tuoreessa postisopimuksessa: ”Tässä tuli helpotettua tes-shoppailua”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006322828.html?utm\\_medium=social&utm\\_content=android.is.fi&utm\\_source=t.co&utm\\_campaign=tweet-share](https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006322828.html?utm_medium=social&utm_content=android.is.fi&utm_source=t.co&utm_campaign=tweet-share)

Taloussanomat (2019f). *PAUn Nieminen: Tiesin Postin liikkeenluovutuksen tapahtuvan 1. syyskuuta, luin tiedotteet tarkkaan – omistajaankin oltiin yhteydessä*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006323008.html?utm\\_medium=social&utm\\_content=ios.is.fi&utm\\_source=t.co&utm\\_campaign=tweet-share](https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006323008.html?utm_medium=social&utm_content=ios.is.fi&utm_source=t.co&utm_campaign=tweet-share)

Taloussanomat (2019g). *Sopu tuli postiriidassa: Lakot loppuvat välittömästi*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006322280.html?utm\\_medium=social&utm\\_content=ios.is.fi&utm\\_source=t.co&utm\\_campaign=tweet-share](https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006322280.html?utm_medium=social&utm_content=ios.is.fi&utm_source=t.co&utm_campaign=tweet-share)

Turun Sanomat (2019a). *Posti lupaa julkaista päivittäin tiedot käyttämästään vuokratyvoimasta*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

[https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/4767573/Posti+lupaa+julkaista+paivittain+ti  
edot+kayttamastaan+vuokratyvoimasta](https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/4767573/Posti+lupaa+julkaista+paivittain+ti<br/>edot+kayttamastaan+vuokratyvoimasta)

Turun Sanomat (2019b). *Sipilä puuttui Posti-peliin*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

<https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/830062/Sipila+puuttui+Postipeliin>

Turun Sanomat (2019c). *Pääministeri Rinne: Postin pakettilajittelijoiden työehdot turvataan ja työehtoshoppailu loppuu*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

[https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/4775235/Paaministeri+Rinne+Postin+paketti  
lajittelijoiden+tyoehdot+turvataan+ja+tyoehtoshoppailu+loppuu](https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/4775235/Paaministeri+Rinne+Postin+paketti<br/>lajittelijoiden+tyoehdot+turvataan+ja+tyoehtoshoppailu+loppuu)

Uusi-Suomi (2019a). *Postilakon ikävä seuraus – Kela: Työttömyyskorvaukset ja toimeentulotuki saattavat myöhästyä*. Noudettu 2020-10-16

osoitteesta [https://www.uusisuomi.fi/uutiset/postilakon-ikava-seuraus-kela-  
tyottomyyskorvaukset-ja-toimeentulotuki-saattavat-myohastya/2b649d58-  
4355-3ed2-8825-ff674e67aba4](https://www.uusisuomi.fi/uutiset/postilakon-ikava-seuraus-kela-<br/>tyottomyyskorvaukset-ja-toimeentulotuki-saattavat-myohastya/2b649d58-<br/>4355-3ed2-8825-ff674e67aba4)

Uusi-Suomi (2019b). *Jos paperilasku myöhästyy lakon takia, joutuuko maksamaan viivästyskorkoa? – ”Postilla voi periaatteessa olla korvausvelvollisuus”*. Noudettu

2020-10-16 osoitteesta [https://www.uusisuomi.fi/uutiset/jos-paperilasku-  
myohastyy-lakon-takia-joutuuko-maksamaan-viivastyskorkoa-postilla-voi-  
periaatteessa-olla-korvausvelvollisuus/5452a958-ad2c-47b1-8338-  
8d60a8b4562b?ref=twitter:8166](https://www.uusisuomi.fi/uutiset/jos-paperilasku-<br/>myohastyy-lakon-takia-joutuuko-maksamaan-viivastyskorkoa-postilla-voi-<br/>periaatteessa-olla-korvausvelvollisuus/5452a958-ad2c-47b1-8338-<br/>8d60a8b4562b?ref=twitter:8166)

Uusi-Suomi (2019c). *Li Andersson: ”Riita rikkureista sai käsittämättömän mittakaavan – Posti keksii jatkuvasti uusia meriselityksiä”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta

[https://www.uusisuomi.fi/uutiset/li-andersson-riita-rikkureista-sai-  
kasittamattoman-mittakaavan-posti-keksii-jatkuvasti-uusia-](https://www.uusisuomi.fi/uutiset/li-andersson-riita-rikkureista-sai-<br/>kasittamattoman-mittakaavan-posti-keksii-jatkuvasti-uusia-)

meriselityksia/20e32db9-0524-4bed-a4bf-caacb6788591?ref=twitter:5c29

Uusi-Suomi (2019d). *Nyt tuli ilmoitus: Saarto alkaa postilakon tueksi rautateillä*  
– *”Olemme valmiit koventamaan toimia”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta  
<https://www.uusisuomi.fi/uutiset/nyt-tuli-ilmoitus-saarto-alkaa-postilakon-tueksi-rautateilla-olemme-valmiit-koventamaan-toimia/0295aa73-f178-4c34-8608-ff7fddc7a76f?ref=twitter:583a>

Uusi-Suomi (2019e). *Palta: Ratkaisu tuli – Postin käynnissä oleva lakko ”osin laitton”*.  
Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/paltaratkaisu-tuli-postin-kaynnissa-oleva-lakko-osin-laitton/60956346-237b-4cb6-868b-45eb01703957?ref=twitter:9bca>

Uusi-Suomi (2019f). *Posti vastaa Rinteen hallituksen jyrähdykseen – Lupaus: Ei vuokratyövoimaa*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta  
<https://www.uusisuomi.fi/uutiset/posti-vastaa-rinteen-hallituksen-jyrahdykseen-lupaus-vuokratyovoimasta/012d7793-aa25-4229-8c9a-a30def0ab068?ref=twitter:68d7>

Uusi-Suomi (2019g). *”Miksi ministerit ovat hiljaa?” – Kommunistikonkari ihmettelee: Mitä tapahtui Antti Rinteen ja Sirpa Paateron Posti-lupauksille?* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/us/37cbab44-4f80-4e70-8098-96044cfbfb9>

Uusi-Suomi (2019h). *Hjallis Harkimo tylyttää: ”Kaikki vois mennä lakkoon – Sirpa Paateron ja Antti Rinteen roolit täysin hukassa”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/us/ef653261-d6d3-46a0-bd8a-8adf72d4e667?ref=twitter:e3ae>

Uusi-Suomi (2019i). *Tukilakkoja rautateille – ”Käytännössä junaliikenne tulee pysähtymään täysin”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/tukilakkoja-rautateille-kaytannossa-junaliikenne-tulee-pysahtymaan-taysin/f0b63b53-2b7e-4fe6-ac18-e1d3ad5d3838?ref=twitter:b3be>

Uusi-Suomi (2019j). *Perussuomalaiset: Antti Rinteen on tehtävä johtopäätökset – Halla-aho Posti-kriisistä: ”Tarinat muuttuneet pahimmillaan muutaman tunnin välein”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/perussuomalaiset-antti-rinteen-on-tehtava-johtopaatokset-halla-aho-posti-kriisista-tarinat-muuttuneet-pahimmillaan-muutaman-tunnin-valein/3e43dddf-6ece-4a6d-8f16-32944419a77c?ref=twitter:64c6>

Uusi-Suomi (2019k). *Tyly arvio Antti Rinteen toiminnasta – Vuorineuvos Posti-sotkusta: ”Tilanne on vakava. Tämä ylittää puoluepoliittisen taktikoinnin rajat”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/tyly-arvio-antti-rinteen-toiminnasta-vuorineuvos-posti-sotkusta-tilanne-on-vakava-tama-ylittaa-puoluepoliittisen-taktikoinnin-rajat/e45893bc-1757-49f0-82e0-db242b0a41cf?ref=twitter:8d92>

Uusi-Suomi (2019l). *Pääministeri Antti Rinne järjestää tiedotustilaisuuden – IL:n lähteet: Sirpa Paatero lähtee tänään*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/paaministeri-antti-rinne-jarjestaa-tiedotustilaisuuden/834120cc-bb58-40bf-8f72-2c09117e08ca>

Uusi-Suomi (2019m). *Valtion omistajaohjauksen päällikkö: Postin hallitus piti Paateron jatkuvasti informoituna – ”Postin osalta on noudatettu hyvää hallintotapaa”*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/valtion-omistajaohjauksen-paallikko-postin-hallitus-piti-paateron-jatkuvasti->

informoituna-postin-osalta-on-noudatettu-hyvaa-hallintotapaa/fbef5225-d3b3-429f-8892-78cd84fbecb5

Uusi-Suomi (2019n). *Ministeri Sirpa Paatero jättänyt eronpyyntönsä – jää sairauslomalle kohun keskeltä.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/ministeri-sirpa-paatero-jaa-sairauslomalle-kohun-keskelta/fde31224-69a6-446f-bbfa-28f07c31d54e?ref=twitter:e058>

Yle (2006). *Irak-vuoto johti pääministeri Anneli Jäätteenmäen eroon.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2006/10/30/irak-vuoto-johti-paaministeri-anneli-jaatteenmaen-eroon>

Yle (2019a). *Omistajaohjausministeri Paatero tarttui tiukasti Postiin: Työehtokiistaan aikalaisä, johtajien palkkoihin "merkittävä" muutos.* Noudettu 2020-16-10 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10951831>

Yle (2019b). *Pääministeri Antti Rinne arvostelee Postia: Johdon palkat ovat nousseet järkyttävällä tavalla.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10952660>

Yle (2019c). *Postilakko vaikuttaa myös Keski-Suomen sairaanhoitopiiriin toimintaan.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11057348>

Yle (2019d). *Valtakunnansovittelija: Postin lakko alkamassa maanantaina.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11056501?fbclid=IwAR1ir-W\\_mgsn6XgkOb\\_GbbLuDoEC1rYL8DTyCoF4m6XIC\\_2LfVOpIQ5zCMA&utm\\_source=twitter-share&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-11056501?fbclid=IwAR1ir-W_mgsn6XgkOb_GbbLuDoEC1rYL8DTyCoF4m6XIC_2LfVOpIQ5zCMA&utm_source=twitter-share&utm_medium=social)

Yle (2019e). *Hus varautunut jo ennakoon mahdolliseen postilakkoon: jonossa olevien varauksia purettu, lakon alkaessa tietoa potilaille puhelimitse.* Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11056964>

- Yle (2019f). *Pakettijakeluyhtiöt Postin palkka-alesta: "Jos joku toimija lähtee työehtoshoppailemaan isolla kädellä, heijastusvaikutukset voivat olla mittavat"*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10969262>
- Yle (2019g) *Kuljetusalan liitot valmiita päättämään tukitoimista, jos postilakon neuvottelut eivät keskiviikkona etene*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11063523?utm\\_source=twitter-share&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-11063523?utm_source=twitter-share&utm_medium=social)
- Yle (2019h). *"Nyt on kuollutta" – Lakko ei pysäyttänyt Postin paketteja, mutta pienten verkkokauppojen asiakkaat se karkotti*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11068774>
- Yle (2019i). *Ministeri Paatero vaatii Postia lopettamaan vuokratyövoiman käytön lakon ajaksi*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11067585>
- Yle (2019j). *Laivaliikenne uhkaa seisahtua reilun viikon kuluttua – Merimies-Unioni liittyy tukitoimiin postilakossa*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11069032?origin=rss&utm\\_source=twittershare&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-11069032?origin=rss&utm_source=twittershare&utm_medium=social)
- Yle (2019k). *Valtion omistajaohjauksikkö keskusteli Postin kanssa vuokratyön käytöstä lakon aikana – Posti ei vielä kommentoi*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11068835?utm\\_source=twitter-share&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-11068835?utm_source=twitter-share&utm_medium=social)
- Yle (2019l). *Rautatieläiset ja Merimies-Unioni lähtevät tukemaan Postin työntekijöiden lakkoa – Tavaraliikenne pysähtymässä rautateiltä ja useilta aluksilta*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11067923>



Yle (2019m). *Postilakon neuvottelut aivan takalukossa – valtakunnansovittelija ei antanut sovintoehdotusta, uusia tukitoimia voimaan torstaina*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11079335?utm\\_source=social-media-share&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=yleftiapp](https://yle.fi/uutiset/3-11079335?utm_source=social-media-share&utm_medium=social&utm_campaign=yleftiapp)

Yle (2019n). *Ministeri Paateron lääke postilakoon: Neljä selvityshenkilöä yrittää viikonlopun aikana ratkaista umpisolmun – PAU:n ja Postin pyynnöstä*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11079714?utm\\_source=twitter-share&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-11079714?utm_source=twitter-share&utm_medium=social)

Yle (2019o). *AKT laajentaa PAU:n tukitoimet satamien ahtauksiin*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11085359>

Yle (2019p). *MOT selvitti: Epäonnistuneita yrityskauppoja ja epäreilua hintakilpailua – näin Posti hukkasi miljooniaan*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/11/25/mot-selvitti-epaonnistuneita-yrityskauppoja-ja-epareilua-hintakilpailua-nain>

Yle (2019q). *Yle seurasi hetki hetkeltä Postin lakkotilannetta – mediatietojen mukaan kiistaan ei saatu ratkaisua*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11085210>

Yle (2019r). *Postilakko päättyy, oppositio vaatii demariministereitä tilille Posti-jupakasta: "Vaikuttaa vähintäänkin sekavalta"*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11088723?utm\\_source=twitter-share&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-11088723?utm_source=twitter-share&utm_medium=social)

Yle (2019s). *Postilaisten ahdistus purkautui helpotukseen, Teppo Nummela menee heti yövuoroon – "Tämä on ollut kuin Apollo 13, selvitäkö vai ei"*. Noudettu 2020-

10-16 osoitteesta [https://yle.fi/uutiset/3-11088994?utm\\_source=twitter-share&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-11088994?utm_source=twitter-share&utm_medium=social)

Yle (2019t). *Ministeri Sirpa Paatero erosi, oppositio vaatii Rinteen eroa, Rinne: osaavan ministerin ero on vaikea paikka – Yle seuraa hetki hetkeltä*. Noudettu 2020-10-16 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11093572>

## Liitteet

Liite 1. Twitteristä kerätty aineisto kokonaisuudessaan, sekä vaiheiden mukaan 1.9.-4.12.2019

Kohun vaihe	Tviittien osoite
Koko aineisto	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-09-01%20since%3A2019-12-04&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-09-01%20since%3A2019-12-04&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
3.9.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-09-04%20since%3A2019-09-03&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-09-04%20since%3A2019-09-03&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
8.11.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-09%20since%3A2019-11-08&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-09%20since%3A2019-11-08&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
11.11.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-12%20since%3A2019-11-11&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-12%20since%3A2019-11-11&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
14.11.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-15%20since%3A2019-11-14&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-15%20since%3A2019-11-14&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
21.11.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-22%20since%3A2019-11-21&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-22%20since%3A2019-11-21&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
25.11.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-26%20since%3A2019-11-25&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-26%20since%3A2019-11-25&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
27.11.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-28%20since%3A2019-11-27&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-28%20since%3A2019-11-27&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>
29.11.2019	<a href="https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-30%20since%3A2019-11-29&amp;src=typed_query&amp;f=live">https://twitter.com/search?q=(%23postilakko)%20until%3A2019-11-30%20since%3A2019-11-29&amp;src=typed_query&amp;f=live</a>