

VAASAN YLIOPISTO

Filosofinen tiedekunta

Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Saara-Mari Kontiokoski

EU-ohjelman kansallisen tason viestintä Twitterissä osana eurooppalaista
julkisuutta

Organisaatioiden viestinnän pro gradu -tutkielma

Vaasa 2016

SISÄLLYS

TAULUKOT	2
KUVAT	3
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tavoite	8
1.2 Aineisto	10
1.3 Menetelmä	12
2 EU-OHJELMA UNIONIN POLITIIKAN TOTEUTTAMISESSA	15
2.1 Ohjelmarahoituksella poliittisiin tavoitteisiin	16
2.2 Lippulaiva Erasmus+	17
2.2.1 Edeltävät ohjelmat	17
2.2.2 Aloina koulutus, nuoriso ja urheilu	19
2.2.3 Toteutus eurooppalaisella ja kansallisella tasolla	20
3 EUROOPPALAINEN JULKISUUS JA EU-ASIOISTA VIESTIMINEN	22
3.1 EU-kansalaisuus	23
3.2 Eurooppalaisen julkisuuden muodostuminen	26
3.3 Näkökulmia unionin viestintästrategioihin	28
3.4 Kansallisen tason EU-viestinnän tutkimuksia	31
4 JULKISHALLINNON VIESTINTÄ DIGITAALISEN MEDIAN AIKAKAUDELLA	34
4.1 Sähköinen hallinto ja verkko-osallistuminen	34
4.2 Sosiaalinen media	37
4.2.1 Sosiaalinen media sähköisen hallinnon välineenä	38

4.2.2 EU sosiaalisessa mediassa	39
4.3 Twitter toisen ja kolmannen sektorin toimijoiden käytössä	41
5 ERASMUS+-OHJELMAAN LIITTYVÄ KANSALLISEN TASON VIESTINTÄ	
TWITTERISSÄ	44
5.1 Kansalliset toimistot ohjelmamaissa	45
5.2 Ohjelmasta kansallisella tasolla viestivät tilit Twitterissä	48
5.3 Sisällöllinen analyysi kolmen tilin viestinnästä	53
5.3.1 Profiilit	53
5.3.2 Julkaisujen teemat ja sisältötyypit	55
5.3.3 Julkaisujen aihetunnisteet	69
5.3.4 Jaettua sisältöä tuottavat ja näkyvyyttä saavat tahot	75
5.4 Viestintä kansalaisia ja sidosryhmiä palvelevana eurooppalaisena julkisuutena	91
6 PÄÄTÄNTÖ	95
LÄHTEET	101
LIITTEET	
Liite 1. Erasmus+:sta kansallisella tasolla viestivät tilit ohjelmamaissa	108
Liite 2. Uudelleentviitatus ja mainitut tilit ja sivustojen ylläpitäjät kategorioittain tarkastelluilla tileillä	111
TAULUKOT	
Taulukko 1. Esimerkkejä ohjelmamaista, joissa on yksi kansallinen toimisto	45
Taulukko 2. Esimerkkejä ohjelmamaista, joissa on kaksi kansallista toimistoa	46
Taulukko 3. Italian kolme kansallista toimistoa	47
Taulukko 4. Saksan ja Belgian neljä kansallista toimistoa	47
Taulukko 5. Esimerkkejä eri tilityypeistä	50
Taulukko 6. Esimerkkejä useammalle tilille jakautuvasta ohjelmaviestinnästä, osa 1	51

Taulukko 7. Esimerkkejä useammalle tilille jakautuvasta ohjelmaviestinnästä, osa 2	52
Taulukko 8. Julkaisujen teemat ja sisältötyypit sekä teemojen osuus julkaisuissa	56
Taulukko 9. Tilikohtaiset aihetunnistemäärät aineistossa	70
Taulukko 10. Aihetunnistekategoriat ja niiden tilikohtaiset osuudet, osa 1	71
Taulukko 11. Aihetunnistekategoriat ja niiden tilikohtaiset osuudet, osa 2	73
Taulukko 12. Aihetunnistekategoriat ja niiden tilikohtaiset osuudet, osa 3	74
Taulukko 13. Tilikohtaiset uudelleentviitattujen julkaisujen määrät aineistossa	76
Taulukko 14. Uudelleentviitatut tahot ja niiden tilikohtaiset osuudet uudelleentviitatusta sisällöstä	77
Taulukko 15. Tilikohtaiset linkkimäärät aineistossa	80
Taulukko 16. Linkitettyjä sivustoja ylläpitävät tahot ja niiden tilikohtaiset osuudet linkeistä	81
Taulukko 17. Tilikohtaiset mainintamäärät aineistossa	84
Taulukko 18. Mainitut tahot ja niiden tilikohtaiset osuudet maininnoista	87

KUVAT

Kuva 1. Tilien nimet, profiilikuvat, tiedot ja kuvaukset	54
Kuva 2. Esimerkki tarjontateemaisesta rahoitusmahdollisuuksia esittelevästä julkaisusta	57
Kuva 3. Esimerkki tulosteemaisesta osallistujaa esittelevästä julkaisusta	58
Kuva 4. Esimerkki merkitysteemaisesta ohjelman hyötyjä listaavasta julkaisusta	59
Kuva 5. Esimerkki neuvontateemaisesta hakuneuvontaa sisältävästä julkaisusta	60
Kuva 6. Esimerkki tapahtumateemaisesta jälkiraportointia sisältävästä julkaisusta	61
Kuva 7. Esimerkkejä EU:n teemaviikot ja -päivät -teeman julkaisuista	62
Kuva 8. Esimerkki koulutusalan ilmiöt -teeman henkilötarinaa esittelevästä julkaisusta	65
Kuva 9. Esimerkki Eurooppalaisuus-teeman julkaisusta	66
Kuva 10. Esimerkki Arvot ja yhteiskunta -teeman kantaaottavasta julkaisusta	67
Kuva 11. Esimerkki toivotusteemaisesta julkaisusta	68
Kuva 12. Esimerkki kommentoivasta uudelleentviittaamisesta	76
Kuva 13. Erityyppisiä mainintoja sisältäviä julkaisuja	85

VAASAN YLIOPISTO**Filosofinen tiedekunta**

Tekijä:	Saara-Mari Kontiokoski
Pro gradu -tutkielma:	EU-ohjelman kansallisen tason viestintä Twitterissä osana eurooppalaista julkisuutta
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Koulutusohjelma:	Viestinnän monialainen maisteriohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	Organisaatioiden viestintä
Valmistumisvuosi:	2016
Työn ohjaaja:	Merja Koskela

TIIVISTELMÄ:

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten EU-ohjelmasta viestitään kansallisella tasolla Twitterissä ja millaista eurooppalaista julkisuutta tällä viestinnällä luodaan. Tarkastelussa on EU:n koulutus-, nuoriso- ja urheiluohjelma Erasmus+. Eurooppalainen julkisuus määritellään Niemisen käsitteellistuksen mukaisesti lukuisten eurooppalaisten verkostojen ja niiden julkisuuksien liittymäksi.

Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa kartoitetaan 33 ohjelmamaan kansallisten toimistojen ohjelmasta viestiviä tilejä ja määritetään tilityyppensä sen perusteella, mikä niiden suhde ohjelmaan on. Toisessa vaiheessa analysoidaan Suomen, Yhdistyneen kuningaskunnan ja Ranskan toimistojen eri tilityyppensä edustavien tilien profiileja ja julkaisusisältöjä kuukauden ajalta. Julkaisuista eritellään, mitä teemoja ne käsittelevät, minkä tahojen tuottamaa sisältöä jaetaan uudelleentviittaamisen ja linkkien kautta ja mitkä tahot saavat näkyvyyttä maininnoissa. Näkökulmana on, miten viestinnällisillä valinnoilla palvellaan kansalaisia ja muita sidosryhmiä osallisuudessa EU-asioissa.

Kartoituksen perusteella suurimmalla osalla kansallisista toimistoista on ohjelmasta viestivä tili Twitterissä. Ohjelmaviestintää myös hajautetaan useammalle tilille. Analysoiduilla tileillä esitellään ohjelman tarjontaa ja tuloksia ja tarjotaan käytännön ohjelmaneuvoitusta. Lisäksi kerrotaan tapahtumista, unionin ajankohtaisaiheista, ohjelman alojen politiikasta ja päätöksenteosta. Verkko-osallistumista aktivoidaan kyselyillä, kilpailuilla ja seuraamis- ja keskustelukehotuksilla. Aihetunnisteilla merkitään kontekstia, promotoidaan tapahtumia ja kampanjoita ja suositetaan keskusteluita. Jaettua sisältöä tuottaviin ja näkyvyyttä saaviin tahoihin kuuluu monipuolisesti eri toimijoita unionin instituutioiden edustajista kansalliseen hallintoon ja medioihin ja ohjelman alojen toimijoista sitä paikallisesti toteuttaviin yhteistyötahoihin ja siihen osallistuviin yksilöihin.

Tulokset viittaavat siihen, että Twitterillä on suuri potentiaali kansalaisia palvelevan verkostomaisen eurooppalaisen julkisuuden alustana. Kansallisella tasolla vaikuttaa olevan paljon annettavaa kohderyhmien tarpeisiin räätälöidyssä viestinnässä ja yhdessä ohjelmakontekstin kanssa myös unionin ja kansalaisten tuomisessa lähemmäs toisiaan. Haasteeksi muodostuu se, missä määrin sidosryhmiä tavoitetaan kanavassa, jonka hyödyntämiseen kaikilla yhteiskuntaryhmillä ei ole kaikkialla samoja edellytyksiä.

AVAINSANAT: Erasmus+, eurooppalainen julkisuus, sähköinen hallinto, Twitter

1 JOHDANTO

Euroopan unionin toiminnalla on suora vaikutus yli puolen miljardin ihmisen elämään 28 jäsenmaassa. Deweyn (1927/2006: 184) mukaan julkinen toiminta edellyttää sen kansalaisiin vaikuttavia seurauksia koskevaa julkisuutta eli sitä, että kansalaisia koskeviin asioihin on pääsy ja niistä keskustellaan. Nieminen (2006: 108) toteaa, että vaikka julkisuus erityisenä sosiaalisten suhteiden järjestämisen tapana on ilmiönä moderni, on se sittemmin omaksuttu osaksi modernin liberaalin demokratian itseymmärrystä niin demokraattisen hallinnon keinona kuin sen ohjenuorana. Lingenberg (2006: 122) puolestaan toteaa, että koska Euroopan unioni määrittelee itsensä demokraattiseksi järjestelmäksi, on tärkeää tarkastella eurooppalaisen julkisuuden saavutettavuutta tällä moninaisten kielten, kulttuurien ja mediajärjestelmien pirstaloittamalla alueella.

Lingenbergin (2006: 122–123) mukaan juuri yhteiskunnallisen moninaisuuden valossa eurooppalaisen julkisuuden syntymisen mahdollisuuksiin on suhtauduttu epäilevästi, mutta sittemmin siitä on esitetty optimistisempia arvioita. Niiden mukaan Euroopassa on jo käynnissä julkisen keskustelun prosesseja, jotka kehittyvät kun yleisöt keskustelevat samoista aiheista samanaikaisesti ja samasta merkityskehiksestä. Dewey (1927/2006: 54, 204) korostaa, että kun yhteisen toiminnan seuraukset havaitaan, siihen syntyy yhteinen intressi. Kun eurooppalaista julkisuutta lähestytään näin yleisötason kautta, voidaan se nähdä moninaisena ja aihelähtöisenä verkostona, jossa keskustelussa mukanaolevien kansalaisten kokoonpano vaihtelee aiheiden mukaan (Lingenberg 2006: 128). Esimerkiksi maaseudun aluekehittämistä koskevat asiat saavat liikkeelle erilaisia yleisöjä kuin vaikkapa luovien alojen tukemiseen liittyvät. Osallisuus itseä koskeviin asioihin on kuitenkin yleisöille tärkeää aiheista riippumatta.

Internetin ja sosiaalisen median merkitys viestinnän alustoina kasvaa jatkuvasti. Verkopohjaisten teknologioiden käyttöönotosta on tullut yleinen elementti läntisten demokratioiden julkisen hallinnon modernisoinnissa (Pina, Torres & Royo 2009: 1138). Johdettavaksi ajatukseksi on muodostunut, että koska kansalaiset vuorovaikuttavat ja toimivat enenevässä määrin verkossa, tulee myös hallinnon etsiä keinoja hyödyntää uutta mediaa

kansalaisten tavoittamisessa. Internetin myötä myös kansalaisuuden ja julkisuuden merkitykset ovat muutoksessa (Vesnic-Alujevic 2012b: 91). Eurooppalaiselle julkisuudelle ei ole itsestäänselviä rajoja, vaan rajat määritellään diskursiivisessa vuorovaikutuksessa (Lingenberg 2006: 127). Papacharissin (2002: 9) mukaan teknologioiden katsotaan pitävän sisällään lupauksen elvyttää julkisuus muun muassa tuomalla keskusteluun muutoin saavuttamattomissa olevaa tietoa ja mahdollistamalla keskustelun eri puolilla maailmaa olevien ihmisten välillä. Aihelähtöisyyden kannalta sosiaalisella medially on potentiaali yhdistää samoja intressejä jakavia ihmisiä tehokkaasti strukturoiduiksi tietojenvaihdon verkostoiksi. Khanin, Yoonin, Kimin ja Parkin (2014) mukaan ihmiset ovat myös vastaanottavaisempia sosiaalisen median viestien suhteen ja pitävät niitä rehellisempinä.

Monille Euroopan kansalaisille internet ja osallistavat mediat ovat suurin tie unionin asioihin (Koskinen 2013: 84). EU:n sosiaalisen median viestintää on kuitenkin kritisoitu byrokraattisesta tyylistä ja puutteista erilaisten yleisöjen odotuksiin vastaamisessa (ks. Karantzeni & Gouscos 2013: 484). Papacharissi (2002: 9) muistuttaakin, että vaikka teknologiat ovat luoneet uuden julkisen tilan keskustelulle, se kehittykö tämä julkinen tila julkisuudeksi, ei ole kiinni teknologiasta itsestään.

1.1 Tavoite

Tutkimukseni tavoite on selvittää, miten EU-ohjelmasta viestitään kansallisella tasolla Twitterissä ja millaista eurooppalaista julkisuutta tällä viestinnällä luodaan. Eurooppalaisen julkisuuden määrittelyssä ja sen myötä tutkimusasetelmani rakentamisessa otan lähtökohdakseni Niemisen (2006, 2009) käsitteellistyksen eurooppalaisesta julkisuudesta lukuisten erilaisten eurooppalaisten verkostojen ja niiden julkisuuksien liittymänä. Nieminen (2006: 109; 2009: 1) toteaa Euroopan aina koostuneen lukuisista valtioidenvälisistä yhteistyön verkostoista, jotka yhdistävät yksilöitä ja ryhmiä luomalla muodollisia tai epämuodollisia siteitä jäsentensä välille. Voidakseen toimia kutakin verkostoa tukee sen oma julkisuus, joka palvelee verkoston yhteisöllisyyden ja tahdonilmauksen tavoitteita. Julkisuus koostuu viestintäkanavista ja toimii sisäisten sääntöjen

pohjalta. Yhdessä eurooppalaisten verkostojen julkisuudet muodostavat julkisen neuvottelun tilan, verkostomaisen eurooppalaisen julkisuuden. (Nieminen 2006: 116; 2009: 2.)

Tutkimuskohteenani on Euroopan unionin koulutus-, nuoriso- ja urheiluohjelma Erasmus+, johon viitataan jatkossa myös pelkällä ohjelma-sanalla. Erasmus+:lla on laajasti vaikuttava perustehtävä koulutuksen, elinikäisen oppimisen ja nuorisoalan kehittämisessä. Se kokoaa yhteen pitkät perinteet omaavia aikaisempia ohjelmia, jotka ovat eurooppalaisten keskuudessa tunnetuimpia EU-politiikan toteutusmuotoja. Esimerkiksi Elinikäisen oppimisen ohjelman alaista korkeakoulutukselle suunnattua opiskelijavaihto-ohjelma Erasmusta (1987–2014) on nimetty EU-ohjelmien lippulaivaksi (Euroopan unioni 2010, 2013). Ei siis ole sattumaa, että tunnettua brändiä hyödynnettiin nimeämällä uusi ohjelmakauden 2014–2020 ohjelma Erasmus+:ksi, mutta samalla nimi tuo mukanaan tarpeen viestiä tehokkaasti uuden ohjelman moninaisemmista sisällöistä ja tavoitteista koko sen suurelle kohderyhmälle Euroopassa ja muualla maailmassa. Tämä tekee Erasmus+:n viestinnän tutkimisesta erityisen kiinnostavaa.

EU-ohjelmista saatava rahoitus ja sen avulla toteutetut hankkeet ja projektit ovat kansalaisille yksi keskeisimmistä tavoista hyödyntää EU-kansalaisuuttaan. Tietoisuus saatavilla olevista vaihtoehdoista on ratkaiseva tekijä yhtälössä. Constantin (2012: 4234) tiivistää asian sanoen, että jos ihmiset eivät hae tai saa EU-rahoitusta, sen pitäisi johtua siitä, etteivät he halua sitä, eikä siitä, etteivät he tiedä sen olemassaolosta tai tavoitteista. Kansallisen tason viestinnällä on kansalaisille ymmärrettävästi ja läheisesti viestimissä kieleen ja kulttuuriin liittyviä etuja.

Myös EU-asioista viestitään yhä enenevässä määrin sosiaalisen median kanavissa. Tiedon avoimuuden ja saavutettavuuden ja keskustelun monipuolisuuden ihanteiden valossa on tärkeää tutkia, miten EU:n tarjoamista vaihtoehdoista viestimistä sosiaalisessa mediassa toteutetaan. Tässä tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena on ohjelmamaiden kansallisen tason viestintä Twitterissä, joka on yksi suosituimmista sosiaalisen median sovelluksista politiikan ja hallinnon alalla (Waters & Williams 2011: 353; Guo & Saxton 2012: 4). Dynaaminen ja vuorovaikutteinen Twitter on omiaan verkostomaisen vies-

tintäkentän kartoittamiseen, minkä lisäksi sen tutkiminen antaa edellytyksiä arvioida sosiaalisen median potentiaalin toteutumista laajaa kohderyhmää koskevan ohjelmaviestinnän kontekstissa. Kansallisten Twitter-tilien kartoittaminen ja vertailu tarjoavat tietoa Twitterissä tapahtuvan ohjelmaviestinnän maakohtaisista eroista ja yhtäläisyyksistä, joiden pohjalta voidaan tehdä johtopäätöksiä viestinnän toimivuudesta eri maissa asuvien kohderyhmien kannalta ja sen osaltaan luomasta eurooppalaisesta julkisuudesta. Tutkimuskysymyksiäni ovat:

- 1) Miten kansalliset toimistot ovat järjestäneet kansallisen tason viestinnän Erasmus+-ohjelmasta Twitterissä?
- 2) Millaista sisältöä tileillä tuotetaan liittyen ohjelmaan ja sen toimialoihin ja mitä muita teemoja tilien viestintä kattaa?
- 3) Minkä muiden tahojen tuottamaa sisältöä tileillä jaetaan ja mitkä tahot saavat julkaisuissa näkyvyyttä?
- 4) Miten näillä viestinnällisillä valinnoilla luodaan kansalaisia ja muita sidosryhmiä palvelevaa eurooppalaista julkisuutta?

Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä haluan kartoittaa Erasmus+-ohjelman verkoston virallisten kansallisen tason toteuttajien läsnäoloa Twitterissä. Selvitän siis verkoston julkisuuden rakentumista Twitterissä kansallisten toimistojen ohjelmasta viestivien tilien osalta. Toinen ja kolmas tutkimuskysymys keskittyvät ohjelman ympärille muodostuvan julkisuuden erityispiirteisiin ja reunaehtoihin: millaisia sisältöjä tuotetaan ja mitkä tahot ovat äänessä ja saavat näkyvyyttä ja otetaan näin osaksi verkostoa. Neljännellä tutkimuskysymyksellä muodostan kuvan edellä mainittujen viestinnällisten valintojen pohjalta syntyvästä verkostomaisesta eurooppalaisesta julkisuudesta siitä näkökulmasta, miten niillä palvellaan kansalaisia ja sidosryhmiä osallisuudessa EU-asioissa.

1.2 Aineisto

Tutkimuksen aineisto koostuu Erasmus+-ohjelman kansallisen tason viestintään tarkoitetuista Twitter-tileistä, joita kartoitan tutkimukseni ensimmäisessä vaiheessa. Tarkaste-

len ohjelmaan liittyvää Twitter-viestintää varsinaisten ohjelmamaiden osalta, joita ovat EU-maat, Norja, Islanti, Liechtenstein, Turkki ja Makedonia (CIMO 2014a). Näissä 33 maassa ohjelmaa toteutetaan kokonaisuudessaan. Osaan Erasmus+:n toiminnoista voi lisäksi osallistua muita maita EU:n lähialueilta ja ympäri maailmaa (CIMO 2014a), mutta aineiston rajaamiseksi näiden maiden Twitter-tilit jäävät tutkimuksen ulkopuolelle.

Tutkimukseni toisessa vaiheessa otan kolme tiliä tarkempaan sisällölliseen analyysiin. Aineistona on tällöin tilien niin sanotut profiilit sekä julkaisut. Analyysissäni erittelen tviittien sisältöä, minkä vuoksi niiden tulee olla kielillä, joita osaan. Tämä luonnollisesti rajaa osaltaan vaihtoehtoja tarkasteltavista tileistä. Toisena valintaperusteenani on, että tilit edustavat mahdollisimman laajasti kartoituksessa luokittelemiani eri tilityyppejä (ks. luku 5.2). Kolmanneksi on tärkeää, että tilit ovat aktiivisia ja niillä on keskenään samanlainen päivitystahti, jolloin tietyn aikavälin julkaisujen vertaileminen on mielekästä. Näillä perusteilla valitsemani tilit ovat Suomen kansallisen toimiston *CIMOn* tili (@*CIMOfin*), Ranskan nuorisoalan toimiston erillinen alakohtainen Erasmus+-tili *Erasmus+ Jeunesse* (@*ErasmusplusJeun*) sekä Yhdistyneen kuningaskunnan toimiston erillinen koko ohjelmakokonaisuuden kattava Erasmus+-tili *Erasmus+ UK* (@*erasmusplusUK*).

Valituilla tileillä on keskenään erilainen suhde Erasmus+-ohjelmaan. Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus *CIMOn* tili on organisaatiotili, minkä vuoksi sen viestintä ei keskity samalla tavoin Erasmus+-ohjelmaan kuin Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen juuri Erasmus+-ohjelmaviestintään tarkoitetut tilit, vaan kattaa organisaation muutkin vastuualueet. Kahdesta viimeksi mainitusta taas ensimmäinen vastaa ohjelman kaikista aloista viestimisestä ja jälkimmäinen vain nuorisoalasta, minkä vuoksi painotukset ovat erilaiset. Lisäksi tulee huomioida, ettei Twitterillä ole samanlainen asema maiden mediakentässä, jolloin kanavan keskeisyydessä osana organisaatioiden viestintää voi olettaa olevan eroja, jotka heijastuvat siellä viestimiseen. Suomessa kanavan suosio on kahta muuta maata vähäisempi. Esimerkiksi DNA Oy:n (2015) somebarometrin mukaan 16 prosenttia suomalaisista (15–24-vuotiaista 32 prosenttia) käyttää Twitteriä, kun taas Sysomosin (2014) selvityksen mukaan Yhdistynyt kuningaskunta on

toisena ja Ranska kahdeksantena Twitterin käyttäjien absoluuttisessa määrässä maailmassa. Erilaisista tilityypeistä ja Twitterin roolista johtuen tämän tutkimuksen tuloksia ei tule lukea suorana vertailuna, vaan kuvauksena Twitterissä tapahtuvan kansallisen tason Erasmus+-ohjelmaan liittyvän viestinnän piirteistä.

Tilien profiilit kuvaillaan tarkemmin luvussa 5.3.1. Analysoitavat julkaisut on kerätty kunkin tilin julkisesti näkyvältä Tviitit ja vastaukset -sivulta aikaväleiltä 1.-15.5. ja 1.-15.9.2015. Yhteensä kuukauden mittaisen ajanjakson voi katsoa tarjoavan yleistettäviä tuloksia aineiston pysyessä kuitenkin analyysivaiheiden määrään nähden hallittavissa. Olen hajauttanut tarkasteluvälit keväälle ja syksyille, jotta välttyttäisiin tietyn sesongin tai ajankohtasidonnaisten tilanteiden mahdollisilta vääristäviltä vaikutuksilta. Aineisto koostuu kaikille julkisesti näkyvistä tilien omista ja niiden uudelleentviittaamista julkaisuista, joten se ei kata esimerkiksi yksityisviestejä tai mahdollisia rajoitettuja julkaisuja. Koen julkisten viestien kuitenkin olevan tutkimuskysymyksen kannalta tarkoituksenmukaisin tutkimuskohde ja niistä koostuvan aineiston sopivan laajuinen. Vastausviestien kohdalla olen käyttänyt tarvittaessa tulkinnan apuna muiden käyttäjien julkaisuja, joihin vastausviestissä vastataan, mutta en ole laskenut niitä osaksi aineistoa, vaan itse analyysi keskittyy tilien omiin ja uudelleentviitatun jakamiin julkaisuihin. Julkaisulla tarkoitan viestikokonaisuutta, joka koostuu itse laaditusta tai uudelleentviitatusta tviittitekstistä ja mahdollisista saatekommenteista (ks. kuva 11 sivulla 68 ja kuva 12 sivulla 76) ja kuvista tai videoista. Näin laskettuna julkaisuja on tarkasteltavilta aikaväleiltä aineistossa CIMOn tililtä 81, Erasmus+ UK:n tililtä 113 ja Erasmus+ Jeunessen tililtä 197. Esimerkkeinä käytetyt kuvat julkaisuista ovat kuvakaappauksia tileiltä.

1.3 Menetelmä

Tutkimukseni ensimmäisessä vaiheessa kartoitan Erasmus+-ohjelman kansallisen tason toteutuksesta vastaavien tahojen läsnäoloa Twitterissä. Etsin kansallisten toimistojen (*national agencies*) Twitter-tilejä niiden verkkosivujen kautta sekä Twitterin hakukentässä. Lisäksi etsin mahdollisia ohjelmalle omistettuja erillisiä, kansallisten toimistojen

tai muiden virallisten tahojen ylläpitämiä maakohtaiseen viestintään tarkoitettuja tilejä eri hakusanoilla. Kerään kartoituksen tuloksia taulukoihin. Ensimmäisessä vaiheessa siis selvitän, onko ohjelmamailla ohjelmaan liittyvää kansallisen tason viestintää Twitterissä ja jos on, miten se on järjestetty tilien osalta. Lisäksi määritän löytämäni tilien luonnetta sen perusteella, mikä niiden suhde ohjelmaan on. Kartoitusvaiheen yksityiskohdat kuvataan tarkemmin luvussa 5.2.

Guo ja Saxton (2013: 2, 5) huomauttavat, että erityisesti voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden sosiaalisen median viestintää on enimmäkseen tutkittu siitä näkökulmasta, missä määrin organisaatiot käyttävät sosiaalista mediaa. Sen sijaan itse sisällöistä tiedetään vähän. Tutkimukseni toisessa vaiheessa otan kolme tiliä tarkempaan sisällölliseen analyysiin. Ensin taustoitan analyysiä tarkastelemalla tilien proliileja: nimeä, ylläpitävästä tahosta annettuja tietoja, kuvausta sekä profiili- ja taustakuvaa. Näiden seikkojen perusteella voidaan arvioida esimerkiksi tilien löydettävyyttä ja potentiaaliselle seuraajalle tarjottavan hyödyn vaikutelmaa.

Guo ja Saxton (2013: 2, 5) kuvailevat ”statuksia” ja päivityksiä sosiaalisen median tärkeimmäksi dynaamiseksi toiminnoksi, ja sosiaalisen median roolin ymmärtämiseksi viestitason analyysille onkin tarvetta. Seuraavaksi tutkin julkaisujen aiheita ja muodostan niistä teemaluokituksen. Erittelen myös, millaista sisältöä eri teemat sisältävät. Julkaisusisältöjen analysoinnin perusteella päästään käsiksi siihen, millaista tietoa seuraaja saa ohjelman tarjoamista vaihtoehdoista ja mitä muuta sisältöä tilien viestinnässä jaetaan kuin suoraan ohjelmaan tai sen aloihin liittyviä viestejä. Lasken myös eri teemoja käsittelevien julkaisujen osuudet kunkin tilin julkaisuista. Lisäksi käyn läpi julkaisuissa käytettyjä aihetunnisteita (*hashtag*), joiden avulla tilit voivat liittää julkaisunsa eri aiheista käytäviin keskustelujatkumoihin sekä edistää niiden päätymistä käyttäjien hakutuloksiin ja näin saavuttaa yleisöjä. Jaottelen myös aihetunnisteet kategorioihin aihepiirien mukaan selvittääkseni, millaisista aiheista sisältöä etsivät voisivat käyttää niitä hakusanoina ja lasken kunkin kategorian aihetunnisteiden tilikohtaiset osuudet kaikista julkaisujen aihetunnisteista.

Seuraavaksi tarkastelen, minkä muiden tahojen tuottamaa sisältöä tileillä jaetaan uudelleentviittaamalla ja linkkejä jakamalla ja mitkä tahot saavat julkaisuissa näkyvyyttä tilimainintojen kautta. Ryhmittelen uudelleentviitattuja ja mainittuja tilejä ja jaettujen sivustojen ylläpitäjiä sen perusteella, mitä tahoja ne edustavat. Näin selvitän, mitkä tahot saavat tileillä näkyvyyttä ja äänensä kuuluviin ja pääsevät näin osaksi verkostoa. Lasken myös eri tahojen saamat tilikohtaiset osuudet uudelleentviitattujen julkaisujen, linkkien ja mainintojen kokonaismääristä.

Viimeiseksi vedän aiempien vaiheiden tuloksia yhteen ja esitän arvioni kansallisen tason Erasmus+-ohjelmaan liittyvän Twitter-viestinnän luomasta eurooppalaisesta julkisuudesta viestinnällisten valintojen kansalaisten ja sidosryhmien palvelemiseen liittyvien seurausten perusteella.

2 EU-OHJELMA UNIONIN POLITIIKAN TOTEUTTAMISESSA

Euroopan unionin juuret ovat kuuden maan toisen maailmansodan jälkeen aloittamassa, vakautta ja rauhaa tavoitelleessa taloudellisessa hiili- ja teräsyhteistyössä. Vuosikymmenten kuluessa tämä yhteistyö on laajentunut 28 jäsenmaan muodostamaksi taloudelliseksi ja poliittiseksi liitoksi, joka kattaa suuren osan Euroopan mantereesta ja yli puoli miljardia kansalaista. Unionin kaikki toiminta perustuu jäsenvaltioiden yhdessä sopimiin perussopimuksiin, joissa määrätään tavoitteet eri aloilla. (Eurooppatiedotus 2016a; Euroopan unioni 2015.)

EU-päätöksentekoa hoitavat unionin omat toimielimet, joilla kullakin on omat tehtävänsä ja intressiryhmänsä. Toimielimistä välittömällä vaaleilla valittu Euroopan parlamentti edustaa EU-kansalaisia, kun taas jäsenmaiden hallitusten valitsemien komissaarien muodostama Euroopan komissio ajaa koko unionin etuja. Eurooppa-neuvosto, johon kuuluvat EU-maiden päämiehet, neuvoston puheenjohtaja ja komission puheenjohtaja, määrittelee yleiset poliittiset painopisteet. Kunkin jäsenmaan eduista huolehtivat niiden omat ministerit Euroopan unionin neuvostossa (myös *ministerineuvosto*). Euroopan unionin tuomioistuin on riippumaton toimielin, jonka tehtävänä on valvoa, että EU:n lainsäädäntöä tulkitaan ja sovelletaan kaikissa jäsenmaissa yhdenmukaisesti. Niin ikään riippumaton Euroopan tilintarkastustuomioistuin valvoo EU:n varainkäytön moitteettomuutta. Yhteistyössä kaikkien jäsenmaiden keskuspankkien kanssa toimiva Euroopan keskuspankki ylläpitää hintavakautta ja rahoitusjärjestelmän vakautta. (Eurooppatiedotus 2016a.)

Tässä luvussa keskitytään tarkemmin EU:n politiikan toteuttamiseen EU-rahoituksen kautta. Ensin käyn läpi rahoituksen periaatteita ja rahoitustapoja sekä EU-ohjelmien asemaa rahoituskausien tavoitteita edistävien hankkeiden kehyksenä. Sitten esittelen tutkimukseni kohteena olevan Erasmus+-ohjelman taustan, tavoitteet ja toteutustavat sekä vastuunjaon ohjelmaa eurooppalaisella, kansallisella ja paikallisella tasolla toteutavien tahojen välillä.

2.1 Ohjelmarahoituksella poliittisiin tavoitteisiin

EU-politiikkaa toteutetaan erilaisten ohjelmien ja rahastojen kautta, joilla tuetaan taloudellisesti laajaa kirjoa edunsaajia aina maanviljelijöistä opiskelijoihin ja tieteentekijöihin ja järjestöistä ja yrityksistä kaupunkeihin ja alueisiin (Euroopan komissio 2014d). Unionin ensisijaisia poliittisia tavoitteita varten tarvittava rahoitus määritellään pidemmälle aikavälille monivuotisessa rahoituskehyksessä, jossa asetetaan enimmäismäärät kaikille menoryhmille. Kehys on ollut osa EU:n toimintaa vuodesta 1988 lähtien, ja rahoituskaudet ovat vaihdelleet viidestä seitsemään vuoteen. Kirjoitushetkellä meneillään oleva kausi on järjestyksessään viides ja kattaa vuodet 2014–2020. (Euroopan unioni 2011.)

Yli 76 prosenttia unionin talousarviovaroista hallinnoidaan yhteistyössä kansallisten ja alueellisten viranomaisten kanssa viiden rakenne- ja investointirahaston kautta. Nämä rahastot ovat aluekehitysrahasto, sosiaalirahasto, koheesiorahasto, maaseudun kehittämisen maatalousrahasto ja meri- ja kalatalousrahasto. Muussa rahoituksessa, jota EU hallinnoi suoraan, on kaksi päätyyppiä. (Euroopan unioni 2015.) Hankekohtaisia avustuksia (*grants*) myönnetään yksittäisten hankkeiden toteuttamiseen. Niitä haetaan julkisesti ilmoitettujen ehdotuspyyntöjen (*call for proposal*) perusteella. Julkisia hankintoja koskevat sopimukset (*public contracts*) puolestaan tehdään tarjouspyyntöjen perusteella, ja niiden tarkoituksena on hankkia tavaroita ja palveluita tai toteuttaa rakennusurakoita, joita tarvitaan EU:n toimielinten toimintaan tai EU-ohjelmien toimeenpanemiseen. Näiden pääasiallisten rahoitustapojen lisäksi tarjolla on myös lainoja, takauksia ja palkintoja. (Euroopan komissio 2016b).

Hankkeita rahoitetaan ohjelmien kautta, joille on asetettu tietyt päämäärät ja tavoitteet. Euroopan unionin eri aihealueilla rahoittamat hankkeet ja ohjelmat perustuvat jäsenvaltioiden yhdessä asettamiin poliittisiin tavoitteisiin. Ennen rahoituksen hakemista edunsaajan tulee valita ohjelma, josta rahoitusta haetaan, ja selvittää siitä vastaava taho. EU-tukea haetaan hankkeen luonteesta riippuen joko suoraan Euroopan komissiolta tai kansallisten viranomaisten, kuten ministeriöiden ja virastojen, välityksellä. EU-rahoitus on

aina täydentävää, eli tuen saaminen edellyttää valtion, kuntien ja projekteihin osallistuvien organisaatioiden omaa rahoitusosuutta. (Eurooppatiedotus 2016b; Euroopan komissio 2016b; Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

2.2 Lippulaiva Erasmus+

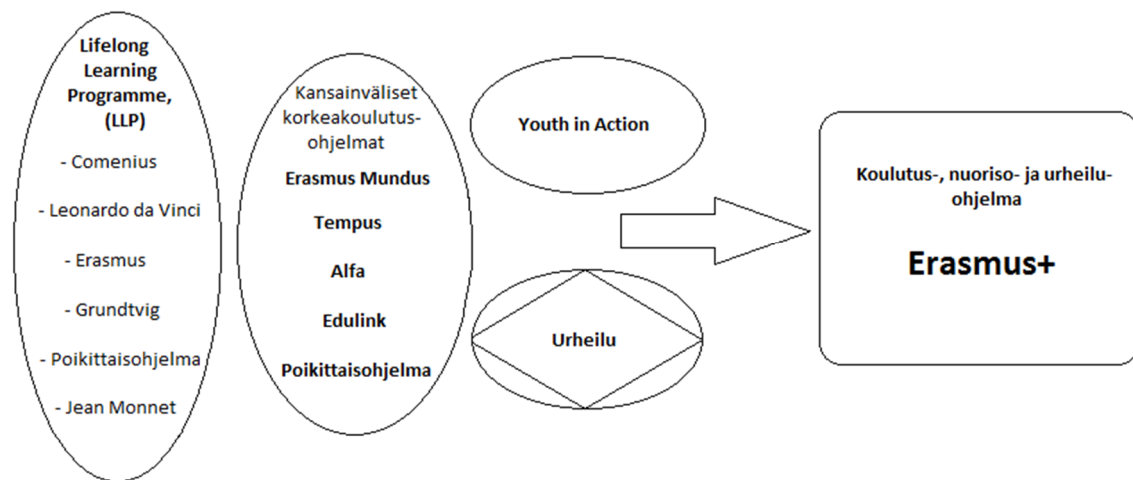
Erasmus+ on Euroopan unionin koulutus-, nuoriso- ja urheiluohjelma ohjelmakaudella 2014–2020. Sen pohjana on yli 25 vuoden aikana toteutettuja koulutus- ja nuorisoalan ohjelmia. Erasmus+ yhdistää aiempia EU-ohjelmia jatkaen niiden toimintaa.

2.2.1 Edeltävät ohjelmat

Erasmus+ rakentuu seitsemän Euroopan komission ohjelmakaudella 2007–2013 toteutetun eurooppalaisen ohjelman integraatiosta. Elinikäisen oppimisen ohjelmaan (*Lifelong Learning Programme*, LLP) kuului neljä koulutusalaakohtaista alaohjelmaa: kouluopetuksen Comenius, ammatillisen koulutuksen Leonardo da Vinci, korkeakoulutuksen Erasmus ja aikuiskoulutuksen Grundtvig. Lisäksi se sisälsi alakohtaisten ohjelmien yhteistyötä ajavan poikittaisohjelman sekä Euroopan yhdentymistä koskevaa tutkimusta tukevan Jean Monnet -ohjelman. (CIMO 2013.) Ohjelman tavoitteena oli mahdollistaa oppimiskokemusten hankkiminen Euroopan laajuisesti kaikissa elämänvaiheissa oleville muun muassa liikkuvuuden, kansainvälisten hankkeiden, verkostojen ja kehittämissyhteistyön avulla (EACEA 2013). Alaohjelmista jo vuonna 1987 alkanut, koulutusohjelmien lippulaivaksikin nimetty Erasmus lienee koko EU:n tunnetuin ohjelma (Euroopan unioni 2010, 2013).

LLP:n lisäksi koulutuksen alalla toimi kansainväliseen korkeakoulutukseen erikoistuneita ohjelmia ja korkeakoulutusalan yhteistyöohjelmat teollisuusmaiden kanssa. Erasmus Mundus pyrki kohottamaan eurooppalaisen korkeakoulutusalueen maailmanlaajuista profiilia ja edistämään Euroopan ja muun maailman korkeakoulujen välistä yhteistyötä yhteisin maisteri- ja tohtorinkoulutusohjelmin ja vaihtoverkostoin. Tempus-ohjelma

toimi yli 20 vuoden ajan tavoitteena tukea korkeakoulutuksen uudistamista EU:n lähi-alueilla. Alfa-ohjelma puolestaan keskittyi EU:n ja Latinalaisen Amerikan välisiin opetuksen ja hallinnon kehittämishankkeisiin ja Edulink voimavaroja ja tiedonvaihtoa vahvistavaan korkeakouluysteistyöhön Euroopan ja Afrikan, Karibian ja Tyynenmeren alueen valtioiden kesken. (CIMO 2014b.)



Kuvio 1. Erasmus+-ohjelman rakentuminen edeltävien ohjelmien pohjalta

Youth in Action -nuorisotoimintaohjelman tarkoituksena oli tukea nuorten koulun ulkopuolista, käytännön tekemisen kautta tapahtuvaa oppimista tarjoamalla mahdollisuuksia vaikuttaa omaan elinympäristöönsä ja hankkia kansainvälisiä kokemuksia yhdessä muiden nuorten kanssa kotimaassa ja Euroopassa. Toimintoihin kuului kansainvälisiä (vaihto)projekteja ja vapaaehtoisjaksoja, lähiympäristössä toteutettavia nuorisoaloitteita ja demokraiahankkeita sekä nuorisotoimijoiden koulutusta ja verkostoitumista. (CIMO 2014b.) Erasmus+-ohjelma kokoaa yhteen aiemmat koulutus- ja nuoriso-ohjelmat ja tuo ensimmäistä kertaa tuen piiriin myös urheilun (kuvio 1).

2.2.2 Aloina koulutus, nuoriso ja urheilu

Seitsenvuotisen Erasmus+-ohjelman tavoitteena on osaamisen ja työllistyvyyden parantaminen sekä koulutuksen ja nuorisotyön uudistaminen. Budjetti on 14,7 miljardia euroa. Määrärahoilla tuetaan nuorten, opiskelijoiden ja opetushenkilöstön liikkuvuutta, kansainvälistä yhteistyötä koulutus-, nuoriso- ja urheilualan organisaatioiden välillä sekä alojen toimintapolitiikan uudistamista. (Euroopan komissio 2014a.) Ohjelmalla on kolme avaintoimea (*key actions*), oppimiseen liittyvä henkilöiden liikkuvuus, innovointia ja hyvien käytäntöjen vaihtoa edistävät yhteistyöhankkeet ja toimintapolitiikan uudistamisen tuki sekä erityistoimina Jean Monnet ja urheilu (CIMO 2014a).

Koulutuksen alalla Erasmus+ kattaa yhteisesti koulutuksen eri osa-alueet: yleissivistävän, ammatillisen, korkeakoulutuksen ja aikuiskoulutuksen. Koulutustoimijoille tarjotaan mahdollisuuksia henkilöstön ammattitaidon kehittämiseen, kansainvälisiin strategisiin kumppanuushankkeisiin eri organisaatioiden ja yritysten kanssa, oppilaitosten keskinäiseen yhteistyöhön ja koulutuksen uudistamiseen. Opiskelijoille tarjotaan mahdollisuus hakea opiskelu-, oppisopimus- ja harjoittelupaikkoja ulkomailla, saada tukea kielen oppimiseen vaihdon aikana sekä rahoittaa ulkomailla suorittamiaan maisteriopintoja ohjelman lainatakauksen avulla. Lisäksi ohjelman koulutusalaan kuuluu Euroopan yhdistymistä edistävät Jean Monnet -toimet, joilla pyritään edistämään ja monipuolistamaan EU-opintoja ja -tutkimusta maailmanlaajuisesti ja lisäämään korkeakoulujen ja poliittisten päättäjien välistä vuoropuhelua. (Euroopan komissio 2014c.) Erasmus+ tukee myös Euroopan unionin välineitä taitojen ja tutkintojen tunnustamiseen ja validointiin osallistujamaiden sisällä ja välillä, tieto- ja viestintätekniikan hyödyntämistä opiskelussa sekä kielten opetusta ja muiden kulttuurien tuntemusta unionissa (Euroopan komissio 2014b).

Nuorisoalalle suunnatussa Erasmus+:n Youth in Action -osiossa painopiste on nuorisoalan yhteistyön ja nuorisotyön laadun kehittämisessä, nuorisopolitiikan uudistamisessa ja nuorten ja nuorisotyöntekijöiden liikkuvuuden edistämisessä (CIMO 2014a). Toimetustapoja ovat paikallinen, kansallinen ja kansainvälinen kehittämis-yhteistyö, toimin-

tapolitiikan uudistamisen tukeminen, nuorisoaloitteet sekä nuorisovaihdot, vapaaehtoisprojektit ja työelämäjaksot ulkomailla. Niiden kautta nuorisotoimintojen rahoitus pyrkii parantamaan 13–30-vuotiaiden nuorten osaamista, työllistettävyyttä, sosiaalista osallisuutta ja hyvinvointia. (Euroopan komissio 2014g.)

Urheilun alalla ohjelman tavoitteita ovat muun muassa yhtäläisten urheilumahdollisuuksien ja terveystietoisuuden lisääminen, urheilun hyvän hallinnon ja urheilijoiden kaksoisurien edistäminen, urheilun integriteetin suojeleminen sekä urheilu- ja liikuntaorganisaatioiden kannustaminen eurooppalaiseen yhteistyöhön (Euroopan komissio 2014e; CIMO 2014a). Erasmus+ toteuttaa yhteistyökumppanuuksia ja voittoa tavoittelemattomia urheilutapahtumia ja tukee ruohonjuuritason hankkeita, joilla pyritään ehkäisemään dopingia, urheilutulosten manipulointia, väkivaltaa ja syrjintää (Euroopan komissio 2014a, b).

2.2.3 Toteutus eurooppalaisella ja kansallisella tasolla

Erasmus+-ohjelmassa ovat mukana EU-maat, Norja, Islanti, Liechtenstein, Turkki ja Makedonia (*ohjelmamaat*). Osaan toiminnoista voi lisäksi osallistua muita maita EU:n lähialueilta ja ympäri maailmaa (*kumppanuusmaat*). Ohjelman toteuttamisesta vastaa viimekädessä Euroopan komissio ja sen koulutus-, audiovisuaali- ja kulttuurialan toimeenpanovirasto EACEA. Kullakin ohjelmamaalla on yksi tai useampi kansallinen toimisto (*national agency*), joka tiedottaa ohjelmasta ja toteuttaa sitä kansallisella tasolla. Lisäksi toteutukseen osallistuvat erilaiset eurooppalaiset verkostot ja kansainväliset ja kansalliset keskuskeskukset sekä ohjelman ulkopuolisissa kumppanuusmaissa kansalliset Erasmus+-toimistot (*Erasmus+ offices*) (Euroopan komissio 2014a, b; CIMO 2014a).

Euroopan komissio vastaa ohjelman suunnittelusta ja varmistaa, että se vastaa EU:n päämääriä koulutuksen, nuorison ja urheilun aloilla. Se tuottaa tietoa ja asiakirjoja haku- ja projektien hallintaan sekä ohjeistaa kansallisia toimistoja ja viranomaisia. EACEA hallinnoi Erasmus+:n niin sanottuja keskitettyjä toimintoja ja vastaanottaa niihin kuuluvat rahoitushakemukset. Tällaisia toimintoja ovat esimerkiksi yhteiset maiste-

riohjelmat ja maisterilainajärjestelmä, tietoyhteenliittymät (*knowledge alliances*), aloitteet, Jean Monnet -projektit ja urheilun yhteistyökumppanuudet. (Erasmus+ UK National Agency 2015a.)

Ohjelman kansallisella tasolla toteutettavia hajautettuja toimintoja koordinoivat komission ja kansallisten viranomaisten valvomat kansalliset toimistot. Kansalliset toimistot vastaavat projektien arvioinnista ja valinnasta, projektirahoitusten maksamisesta ja varojen käytön tarkkailusta. Toimistojen tehtävänä on myös promotoida Erasmus+ ohjelmaa maassaan, tarjota tietoa, neuvontaa ja ohjausta sekä seurata hankkeiden etenemistä. Niiden tulee myös levittää ja hyödyntää hankkeiden tuloksia ja arvioida niiden vaikuttavuutta. (Erasmus+ UK National Agency 2015a, b.)

Edunsaajan eli ohjelmaan osallistuvan rahoitusta saavan tahon vastuulla on projektin käytännön toteutus, seuranta ja raportointi. Edunsaajan tulee huolehtia projektin sisällön tarkoituksenmukaisuudesta ja tavoitteiden määrittelystä, osallistujien valinnasta sekä asianmukaisista valmisteluista, tukitoimista ja sopimuksista. Lisäksi myös edunsaaja osallistuu hankkeen arviointiin ja tulosten jakamiseen. (Erasmus+ UK National Agency 2015b.)

3 EUROOPPALAINEN JULKISUUS JA EU-ASIOISTA VIESTIMINEN

Euroopan unionin toiminnalla on suora vaikutus yli puolen miljardin ihmisen elämään 28 jäsenmaassa, ja lisäksi se vaikuttaa globaalina toimijana laajasti myös unionin ulkopuolisilla alueilla. Sen lisäksi, että unionin moninaisten, lukuisia eri aloja kattavien toimintojen ylläpitäminen itsessään edellyttää tehokasta viestintää, myös unionin vaikutuspiiriin kuuluvat sidosryhmät luonnollisesti vaativat näin vaikutusvaltaiselta organisaatiolta avointa, kaksisuuntaista viestintää – niin informoiduksi kuin kuulluksi tulemisesta. Tämä on käynyt ilmi myös unionin kansalaisten mielipiteitä kartoittavissa Eurobarometri-tutkimuksissa, joissa EU-kansalaiset ovat toivoneet parempaa tiedotusta ja osallisuutta valistuneeseen dialogiin (Morganti & Van Audenhove 2012: 122–123). Morganti ja Van Audenhoven (2012) mukaan EU:n informaatio- ja viestintäpolitiikka on muodollisesti aina ollut läsnä eurooppalaisella agendalla, mutta sen todellinen tärkeys tunnistettiin vasta Maastrichtin sopimuksen suoraviivaista hyväksymistä seuranneen kriisin jälkeen. (Emt. 124–125.)

Euroopan unionin perustana ovat oikeusvaltion periaatteet. Sen toiminnan oikeutus pohjaa jäsenvaltioiden vapaaehtoisesti ja demokraattisesti sopimiin perussopimuksiin. (Euroopan unioni 2015.) Vaikka perussopimuksissa ei ole määräyksiä viestintäpolitiikasta, löytyy tehokkaan viestinnän tarpeelle oikeusperusta EU:n perusoikeuskirjasta, joka turvaa kaikkien kansalaisten oikeuden saada tietoa unionia koskevista asioista (Prutsch 2015). Lingenberg (2006: 122) toteaa, että usein julkisuus ajatellaan demokratian välttämättömäksi elementiksi, sillä se mahdollistaa läpinäkyvyyden, ideoiden ja mielipiteiden liikkumisen ja intressien sovittelun. EU:n viestinnästä käydyssä keskustelussa ja sitä koskevassa kirjallisuudessa kuitenkin törmää usein informaatiokuilun tai kommunikaativajeen käsitteisiin. Niin kutsutun eurooppalaisen julkisuuden määrittely ja arviointi onkin erityisesti 2000-luvulla saanut huomiota niin politiikan ja hallinnon kuin viestinnän alan tutkijoiden keskuudessa. Tämän julkisuuden luonteesta ja muodostumisesta on esitetty eriäviä käsitteellistyksiä, mutta yksimielisyys tuntuu vallitsevan ensinnäkin sen tärkeydestä ja toiseksi siitä, että sen toteutumisessa on kehitettävää kansalaisten osallisuuden parantamiseksi.

Tässä luvussa syvennytään eurooppalaisen julkisuuden käsitteeseen ja sitä ympäröiviin EU-viestinnän teemoihin, joiden kokonaisuuteen EU-rahoitusta ja hankemahdollisuuksia valottava EU-ohjelmaviestintäkin kuuluu. Ensin käyn läpi EU-kansalaisuutta, jonka voi katsoa olevan koko tehokkaan viestinnän tarpeen perusta. Seuraavaksi käsittelen eurooppalaisen julkisuuden käsitettä ja siitä esitettyjä määritelmiä. Selitän myös tarkemmin oman tutkimukseni pohjana soveltamani Niemisen (2009) teorian eurooppalaisesta julkisuudesta erilaisten eurooppalaisten verkostojen julkisuuksien risteystenä. Sitten etenen eurooppalaisen julkisuuden toteutumisen edellytyksiin ja tuloksiin erittelemällä ensin tutkijoiden EU:n viestintästrategioista esittämiä analyysejä ja kehittämissuosituksia ja lopuksi muutamien kansallisen tason EU-viestintää tarkastelleiden tutkimusten lopputulemia. Luvun teemojen läpikäynnissä painotan tutkimustavoitteisiini ja -aineistooni liittyvää digitaalisuuden ja sosiaalisen median näkökulmaa.

3.1 EU-kansalaisuus

Jokaiselle Euroopan unionin jäsenmaan kansalaiselle myönnetään automaattisesti EU-kansalaisuus, joka täydentää jäsenvaltion kansalaisuutta. EU-kansalaisuuden haltijalla on unionin lainsäädännössä määrättyjä oikeuksia, joista keskeisimpiä ovat liikkumis- ja oleskeluvapaus unionin alueella, oikeus äänestää ja asettua ehdolle Euroopan parlamentin vaaleissa, oikeus minkä tahansa jäsenvaltion diplomaatti- ja konsuliapuun sekä oikeus vedota parlamenttiin ja kannella Euroopan oikeusasiamiehelle. EU-kansalainen on oikeutettu myös ottamaan yhteyttä mihin tahansa unionin toimielimeen ja saamaan vastauksen millä tahansa EU:n virallisella kielellä sekä tietyin edellytyksin saamaan tietoja parlamentin, komission ja ministerineuvoston asiakirjoista. Lisäksi kaikilla EU-kansalaisilla on oikeus tasapuoliseen mahdollisuuteen päästä EU:n virkamieheksi. (Euroopan komissio 2016a; Eurooppatiedotus 2016b.)

Niemisen (2006: 112–113) mukaan kansalaisuuden käsite sisältää sen kelpoisuuden ja kompetenssin, jota yksittäinen yhteiskunnan jäsen tarvitsee voidakseen toimia järkevästi etujensa mukaisesti. Täysi kansalaisuus viittaa kansalaiseen autonomisena subjektina,

jolla on valmiudet erotella sosiaalisen elämän eri alueita ja soveltaa niitä merkityksellisellä tavalla. Ongelmana on Niemisen mukaan se, että kansalaisuuden käsite olettaa kaikkien yhteiskunnan jäsenten jakavan samanlaisen taustatietämyksen, vaikka todellisuudessa sosiaalisten ryhmien välillä on suuriakin eroja. Kansalaisuuden toteuttamiseen vaadittaviksi, yksilöiden valmiuksia lisääviksi ja rajaaviksi tekijöiksi Nieminen mainitsee koulutuksen sekä kielen ja kulttuurin. Jälkimmäisiin liittyy hiljaista tietoa, kuten ääneen sanomattomia arvoja, normeja ja myyttejä, jotka saattavat vaikeuttaa niitä tuntemattoman täyden kansalaisuuden kokemusta. (Emt.)

Niemisen (2006: 107–108) mukaan tietty historiallinen taustatieto kuitenkin yhdistää eurooppalaisia, ainakin löyhässä kulttuurisessa merkityksessä. ”Meidän Eurooppa” ei ole moderni keksintö, vaan käsitykset Euroopasta ja eurooppalaisuudesta muodostavat erottamattoman osan eurooppalaisten maailmaa koskevasta taustatiedosta. Myös Vesnic-Alujevic (2012b: 85) toteaa eurooppalaisen identiteetin olleen aina osa eurooppalaista ideaa. Eurooppalaisen poliittisen agendan kärjessä sen luominen on ollut jo toisen maailmansodan lopusta ja ensimmäisen Euroopan yhteisön muodostamisesta saakka, mutta väittely voimistui Euroopan unionin muodostamisen jälkeen. Vuonna 1992 solmitussa Maastrichtin sopimuksessa oli erityinen osio omistettuna EU-kansalaisuudelle, ja sitä korostettiin entisestään Lissabonin sopimuksessa vuonna 2007. (Emt.)

Euroopan unioni on Rissen (2004: 6-7) mukaan kansalaisille vielä yleisesti kansallisvaltiota etäisempi yhteisö ainakin kolmesta syystä. Ensinnäkin, vaikka EU-laki ylittää kansallisvaltion lain, sääntöjä eivät toimeenpane EU-viranomaiset vaan kansalliset ja paikalliset. Toiseksi Euroopalla on epäselvät rajat, ja kolmanneksi eliittien diskurssi EU:sta on monimerkityksistä jaetuista arvoista ja yhteisestä kohtalosta puhuttaessa. Risse (emt. 4) sanoo tutkimusten kuitenkin osoittavan, että lojaliteetin siirtäminen Euroopalle ja EU:lle on mahdollista ilman, että luovutaan omista kansallisista ja alueellisista identiteeteistä. Eurooppa ja kansallisvaltio ovat kuvitteellisia yhteisöjä, joihin voi tuntea kuuluvansa samanaikaisesti ilman ristiriidan kokemusta. ”Maa ensin, mutta Eurooppa myös”, on Rissen mukaan yleisin näkökanta useimmissa EU-maissa, ja esimerkiksi Eurobarometrien mukaan suurella enemmistöllä EU-kansalaisista on kaksoisidentiteetti,

eurooppalaistunut kansallinen identiteetti. Keskimääräistä yleisempää Eurooppaan identifioituminen on saksalaisten, ranskalaisten, italialaisten, espanjalaisten, kreikkalaisten ja puolalaisten keskuudessa, kun taas Iso-Britanniassa on peräti 60 prosenttia pelkästään kansallisvaltioon identifioituneita kansalaisia. (Risse 2004: 5; 2014: 1208–1209.)

Eurooppalainen identiteetti omaksutaan Niemisen (2006: 107) mukaan useiden toisiaan tukevien institutionaalisten käytänteiden kautta, joita ovat muun muassa lapsuuden sosi alistuminen, koulutus, media ja muut symbolisen ympäristön muodot. Moore ja McDonald (2012: 66) toteavat, että EU ei voi olettaa eurooppalaisuuden tunteen piilevän kaikissa kansalaisissa ilman, että sitä herätellään tai jopa luodaan alusta alkaen. Myös Thiel (2008: 342–343, 346) pitää viestinnän parantamista välttämättömänä identifioitumisen ja unionin hyväksymisen jatkon kannalta. Erityisesti uusien jäsenvaltioiden kansalaisia tulisi Thielin mukaan informoida jäsenyyden merkityksestä ja unionin instituutioiden ja toimintojen vaikutuksesta heidän elämäänsä. Myös Eurobarometreissä on havaittu korrelaatio informoiduksi tulemisen ja positiivisen EU-kuvan välillä (Morganti & Van Audenhove 2012: 121).

Käsitykset suvereniteetin, identiteetin ja rajojen rooleista ovat muuttuneet lukuisia kertoja aikojen saatossa, ja luonnollisesti myös Internet on tuonut muutoksia eurooppalaisen identiteetin rakentamiseen (Moore & McDonald 2012: 51; Vesnic-Alujevic 2012b: 91). Moore ja McDonald (2012: 51, 65) toteavat teknologian luovan uudenlaisia identiteettejä ohittamalla maantieteelliset kriteerit ja ylittämällä nykyiset kansallisten ja ylikansallisten rajojen käsitteet. Se luo uusia alueita, jotka ovat virtuaalisia, epävakaita ja usein tilapäisiä ja jotka torjuvat helposti viralliset yritykset hallita ja omistaa niitä. Näille virtuaalisille alueille syntyvät yhteisöt ovat houkuttelevampia kuin ”tosielämän” usein monimutkaisissa, huonosti johdetuissa ja ongelmallisissa valtiomuodoissa. Yhteisöissä muodostuvat verkkoidentiteetit ovat yleensä ei-poliittisia ja määräytyvät jaetun harrastuksen, uskomuksen tai tunteen perusteella. Mooren ja McDonaldin (emt.) mukaan EU:n kyky välittää ihanteitaan ja yhteisten rajojensa legitimitettä onkin yhä enemmän riippuvainen sen tehokkaasta toimimisesta tällä kartoittamattomalla ja kontrolloimattomalla virtuaalisella alueella.

3.2 Eurooppalaisen julkisuuden muodostuminen

Eurooppalaiselle julkisuudelle on annettu useita määritelmiä. Siitä on esitetty erilaisia teoreettisia malleja, ja sitä on jaoteltu erilaisiin tasoihin. Käsitteistöä lisäksi erimielisyyttä on julkisuuden muotoutumisen vaiheesta. Thiel (2008: 345) toteaa, että osa tutkijoista on sitä mieltä, että on olemassa tiukasti hitsautunut yhtenäinen eurooppalainen julkisuus, kun taas toiset kieltävät tämän ja kuvailevat julkisuuksien rajoittuvan edelleen kansallisvaltioihin. Thielin (emt.) mukaan mielipiteiden ero on merkittävä, koska se muuttaa olettamuksia, joiden varaan viestintästrategioita luodaan.

Niemisen (2006: 105–106) mukaan tutkimuskirjallisuudesta voidaan eritellä ainakin neljä yleistä tapaa ymmärtää eurooppalaisen julkisuuden käsite. Ensimmäisen näkemyksen mukaan eurooppalainen julkisuus on kaikille Euroopan kansalaisille avoin kriittisen keskustelun ja mielipiteenmuodostuksen tila, eräänlainen agora, jolla on vakiintuneet rakenteet ja toimintatavat. Toisen määritelmän mukaan käsite kuvaa Euroopassa ajan myötä muotoutunutta erityistä tapaa järjestää yksilön ja yhteiskunnan välisiä suhteita. Kolmas, EU:n asiakirjoissa usein esiintyvä luonnehdinta on, että eurooppalainen julkisuus on kansallisista julkisuuksista erillinen tila, joka käsittää kaikki Eurooppaa ja sen asioita koskevat julkiset keskustelut. Laajin, neljäs näkemys laskee eurooppalaisen julkisuuden sisällöksi kaikki eurooppalaisten medioiden tuottamat julkiset representaatiot. (Emt.)

Niemisen (2006: 105–107) mukaan kolmas ja neljäs määritelmä ovat saaneet osakseen vähemmän teoreettista kehittelyä kuin kaksi ensimmäistä, joita hän nimittää normatiivis-preskriptiiviseksi (1) ja kulttuuris-diagnostiseksi (2) lähestymistavaksi. Normatiivis-preskriptiivisestä näkökulmasta eurooppalainen julkisuus näyttäytyy ohjailevana ja sääntelevänä lähtökohtana. Se on ihanne, joka ei ole koskaan täysin toteutettavissa, mutta joka voi toimia kehyksenä kriittiselle arvioinnille. Tämän lähestymistavan mukaan tärkein kysymys on, kuinka voitaisiin parhaiten luoda olosuhteet ja institutionaaliset puitteet mahdollisimman laajalle ja osallistavalle eurooppalaisen mielipiteen muodostamiselle, ja mikä EU:n roolin tulisi olla tässä. Kulttuuris-diagnostisesta näkökulmasta

eurooppalainen julkisuus nähdään yhteiskunnallisten suhteiden ja keskustelun historiallisina ja sosiologisina reunaehtoina. Tällöin huomio kiinnittyy sellaisiin kysymyksiin, kuin mikä on jaettu käsitys Euroopasta ja eurooppalaisuudesta, miten niistä puhutaan verrattuna muihin maihin ja yhteisöihin ja miten niitä koskevia diskursseja tuotetaan. (Emt.)

Lingenberg (2006: 123) puolestaan erittelee eurooppalaisen julkisuuden ympärillä käydyistä akateemisesta keskustelusta kolme teoreettista mallia. Ensimmäinen on ylikansallisen eurooppalaisen julkisuuden malli, jossa kansalliset julkiset areenat toisinnetaan eurooppalaisella tasolla. Tällainen julkisuus vaatisi Euroopan laajuista mediajärjestelmää, eurooppalaista identiteettiä ja yhteistä kieltä. Koska nämä edellytykset eivät ainkaan kansalliseen tilanteeseen verrattuna täyty eurooppalaisessa kontekstissa, ei tämän lähestymistavan mukaan eurooppalaista julkisuutta ole. Toinen malli kuvaa kansallisten julkisuuksien eurooppalaistumista. Tässä mallissa eurooppalaisen julkisuuden nähdään syntyvän, kun eurooppalaisista asioista raportoidaan kansallisessa mediassa eurooppalaisen näkökulman pohjalta, ja olemassaolevat kansalliset areenat toimivat näin sen institutionaalisen koneiston. Kuitenkin myös tästä näkökulmasta eurooppalainen julkisuus näyttää vajavaisena, sillä pitkäaikaiset tutkimustulokset osoittavat eurooppalaisista asioista keskusteltavan paitsi vähemmän kuin muista poliittisista uutisista, myös hallitsevassa määrin kansallisesta näkökulmasta eurooppalaisen sijaan. Kolmas malli puolestaan kyseenalaistaa edellisten kaltaiset puutediagnoosit ja esittää eurooppalaisen julkisuuden moninaisena aihepähtöisten yleisöjen kokonaisuutena, joka on olemassa, kun samoista aiheista keskustellaan samanaikaisesti ja samasta merkityskehyksestä. Tämän kolmannen mallin, yhdistettynä filosofi John Deweyn julkisuusteoriaan, Lingenberg ottaa myös oman määritelmänsä lähtökohdaksi. Eurooppalainen julkisuus on hänen lopputulemansa mukaan pluralistinen aihepähtöisten yleisöjen verkosto, jonka kansainväliset diskurssit sitovat yhteen. Sen syntyminen ei edellytä yhteisiä identiteettejä, eivätkä keskusteluissa syntyvät konfliktit ja vastakkaiset näkökulmat estä sitä, vaan toimivat pikemminkin sen katalysaattoreina. (Emt. 128–130.)

Myös Nieminen (2006, 2009) esittää, että eurooppalainen julkisuus tulisi nähdä verkostomaisena. Hänen mukaansa sellaista eurooppalaista julkisuutta ei ole, että voitaisiin päästä eurooppalaisen yhteisen mielipiteen tai tahdonilmauksen muodostamiseen, sillä näihin toimintoihin ei ole institutionaalisia rakenteita tai demokraattisia menettelytapoja. Myöskään yhteisten Euroopan ja eurooppalaisuuden määritelmien muodostamiseen ei ole tarpeeksi jaettua taustatietämystä käsitteiden ollessa jatkuvassa muutostilassa. Sen sijaan on useita erilaisia eurooppalaisia, valtioidenvälisiä verkostoja, jotka toteuttavat omia julkisuuksiaan ja tuovat esiin elementtejä eurooppalaisista diskursseista. Nämä sosiaaliset verkostot ovat sidosteisia järjestelmiä, jotka yhdistävät yksilöitä ja ryhmiä. Ne voivat olla epämuodollisia yhdistyksiä, virallisempia kansallisia tai kansainvälisiä organisaatiota tai vaikkapa verkkoyhteisöjä. Kunkin verkoston oma julkisuus palvelee sen sosiaalisia ja tahdonilmaisun tavoitteita ja koostuu viestintäkanavista ja sisäisistä säännöistä, jotka määrittelevät muun muassa mitä aiheita käsitellään ja kenen ääni kuuluu. Eurooppalainen julkisuus on Niemisen määritelmän mukaan näiden lukuisten eurooppalaisten verkostojen julkisuuksien yhteenliittymä. (Nieminen 2006: 114–116; 2009: 1–3.)

Omassa tutkimuksessani otan lähtökohdakseni juurikin ajatuksen eurooppalaisesta julkisuudesta erilaisten verkostojen julkisuuksien risteyskentänä. Tutkimusasetelmassani keskeinen valtioidenvälinen verkosto on EU:n Erasmus+-ohjelma, ja verkoston toteuttama julkisuus muodostuu ohjelmaviestinnästä. Tämä ohjelmaviestintä on osa verkostomaista eurooppalaista julkisuutta. Kiinnostuksen kohteena on, millaisia erityispiirteitä ja sisäisiä säännönmukaisuuksia siihen liittyy ja miten se osaltaan toteuttaa tavoitetta EU-kansalaisten paremmasta osallisuudesta.

3.3 Näkökulmia unionin viestintästrategioihin

Kuten edellä on todettu, Eurobarometrien tulokset osoittavat, että EU-kansalaiset haluaisivat tulla paremmin informoiduiksi Euroopan unioniin liittyvistä asioista sekä osallistua laajemmin dialogiin sen instituutioiden kanssa. Myös tutkijoiden keskuudessa vallit-

see yksimielisyys siitä, että avoin kaksisuuntainen viestintä on niin kansalaisten kuin unionin edun mukaista. Constantin (2014: 2010–2011) huomauttaa, että eurooppalaisten kansalaisten ja EU:n suhde muodostuu oikeuksien ja velvollisuuksien yhdistelmästä. Hyötyäkseen EU-kansalaisuudestaan ihmisten tulee olla kunnolla informoituja. Samalla perustieto unionista ja eurooppalaisista tavoitteista voi saada ihmiset ymmärtämään niitä ja näkemään jäsenmaana olemisen hyödyt. (Emt.) Muun muassa Morganti ja Van Audenhove (2012: 121–123) toteavat, että kansalaisten ja Brysselin instituutioiden välillä on kuitenkin yhä informaatiokuilu, jonka myötä kansalaisilla ei ole tarpeeksi tietoa voidakseen kunnolla arvioida EU:ta ja mielekkäästi osallistua siihen liittyviin julkisiin keskusteluihin. Ongelma kehystetään usein puhumalla EU:n informaatiovajeesta.

Thielin (2008: 342–344, 346) mukaan tiedonpuute poliittisista instituutioista ja niiden toimintatavoista vaikuttaa vahvasti yleiseen mielipiteeseen erityisesti, kun on kyseessä EU:n kaltainen toissijainen poliittinen organisaatio. Informaatiovajeen aiheuttaa Thielin mukaan unionin kommunikaatiovaje eli riittämätön ja tehoton tiedonjako. Se vaikeuttaa ihmisten identifioitumista monimutkaiseen kokonaisuuteen. Unionilla onkin vahva paine vastata vaatimuksiin tilivelvollisuudesta ja läpinäkyvyydestä, ja sen tulisi parantaa viestintäänsä ja pyrkiä yhteyteen kansalaisten kanssa. (Emt.) Ottaen huomioon, että useimmilla kansalaisilla ei näyttäisi olevan motivaatiota itse etsiä tietoa tai osallistumismahdollisuuksia ja että käytännössä ei ole olemassa mediaa, jolla olisi laaja eurooppalainen yleisö ja Eurooppaan keskittynyt sisältö, on unionin viestintästrategioilla ratkaiseva rooli eurooppalaisen julkisuuden toteutumisessa (Morganti & Van Audenhove 2012: 121, 124).

Euroopan komissio on 2000-luvulla esittänyt erilaisia aloitteita virikkeeksi laajemmalle keskustelulle kansalaisten ja toimielinten väliselle keskustelulle. Yksi näistä on vuonna 2005 julkistettu ”K-suunnitelma”, jonka nimi tulee sanoista kansanvalta, kuunteleminen ja keskustelu. Suunnitelma liittyi läheisesti komission toiminnasta tiedottamisen tehostamista tavoittelevaan toimintasuunnitelmaan (*Action Plan to improve communicating Europe*). Aloitteiden yhteiseksi pitkän aikavälin tavoitteeksi asetettiin edistää eurooppa-

laisen keskusteluareenan syntymistä ja vahvistaa kansalaisten Euroopan rakentamisen omaksi asiakseen kokemista. (Euroopan komissio 2005: 2.)

EU:n perustuslakisopimuksen kaaduttua vuonna 2006 komissio julkaisi *White Paper on a European Communication Policyn*, jossa se linjasi, että menestyvän informointi- ja viestintäpolitiikan takaamiseksi on tärkeää varmistaa kaikkien tasojen mukanaolo: kaikkien EU-instituutioiden ja toimielinten, kansallisten, alueellisten ja paikallisten viranomaisten, poliittisten puolueiden sekä kansalaisyhteiskunnan (Morganti & Van Audenhove 2012: 125). Morgantin ja Van Audenhoven (emt.) mukaan *White Paperin* myötä otettiin ensimmäinen askel koordinoitun yhteisen linjan puutteen korjaamiseksi, mutta hyvät tarkoitusperät eivät kuitenkaan ole toteutuneet käytännössä. Tuloksena on yhä väljä lähestymistapa, jossa pääinstituutioilla on edelleen itsenäiset ja heterogeeniset informointilinjat rajallista yhteistyötä lukuunottamatta.

Yhteisen linjan lisäksi tutkijat peräänkuuluttavat EU:lta muun muassa Internetin ja sosiaalisen median strategisempaa käyttöä, kansallisen tason ja kielipolitiikan parempaa huomioimista sekä sisältöjen tyylin hiomista. Esimerkiksi Vesnic-Alujevic (2012b: 92–93) on tullut tutkimuksessaan siihen lopputulokseen, että sosiaalisen median käyttö voi olla hyvä keino edistää eurooppalaista julkisuutta, identiteettiä ja kansalaisuutta. Lisäksi Internetin kautta saavutettava läpinäkyvyys ja avoin tiedon saatavuus voivat edistää tehokasta dialogia kansalaisten ja EU-instituutioiden välillä. Constantin (2014: 2010) muistuttaa, että informaation saavutettavuuden helpottaminen ei kuitenkaan itsessään vielä takaa eurooppalaisen viestin ymmärrystä, vaan informaatiokäytännöt tulee sovittaa tapauskohtaisesti kohderyhmän odotushorisonttiin ja täsmällisen tiedon tarpeeseen. Myös Vesnic-Alujevicin (emt.) mukaan instituutioiden tulisi kehittää strategisempi lähestymistapa kansalaisiin pyrkimällä luomaan selkeä digitaalinen identiteetti ja verkostoja ja verkkoyhteisöjä EU-kansalaisille.

Myös Koskinen (2013: 89–91) esittää, että eurooppalaisessa julkisuudessa voisi olla paljon saavutettavissa blogosfäärin ja muun sosiaalisen median alueella. Hän kuitenkin kritisoi EU-instituutioiden lisääntyneen sosiaalisen median käytön vaikutuksia niiden

virtuaaliseen kielimaisemaan. Tarkan kielipolitiikan puuttuessa foorumeilta käytännöt ovat johtaneet monikielisyyden muotojen merkittävään vähenemiseen ja englannin hallitsevuuden lisääntymiseen. Koskinen toteaa, että vaikka Englantiin perustuva hegemoninen kielipolitiikka kenties tukeekin eurooppalaisen julkisuuden luomisen poliittista tavoitetta, on tällainen julkisuus samalla elitistinen rakenne, johon kieltä taitamattomilla ei ole pääsyä ja jossa sen natiivipuhujilla on etulyöntiasema. (Emt.) Tästä näkökulmasta katsottuna tutkimuskohteenani oleva kansallisen tason, pääosin kansalliskielillä tapahtuva viestintä EU-asioista sosiaalisessa mediassa on myös tasa-arvon kannalta merkittävää.

Moore ja McDonald (2012: 65–66) puolestaan kiinnittävät huomionsa tunteiden laajaan huomiotta jättämiseen EU:n viestintänäkemyksissä. Heidän mukaansa EU:n viestintä on siinä suhteessa vajavaista, että siinä tunteita kohdellaan hairahduksina, joita tulee lääkittää logiikalla ja rationalisuudella. Kuitenkin tunteilla on roolinsa esimerkiksi verkkoidentiteettien muodostumisessa. Unionin tulisikin Mooren ja McDonaldin (emt.) mukaan viestiä mielikuvituksellisemmin ja sisällyttää virtuaaliseen presenssiinsä enemmän uusia ideoita, visuaalista suunnittelua ja interaktiivisuutta.

3.4 Kansallisen tason EU-viestinnän tutkimuksia

Komissio korostaa sen viestintätoiminnan tarkoituksena olevan synnyttää ja edistää tietojenvaihtoa, keskustelua ja tietämystä niin unionin tasolla kuin kansallisella, alueellisella ja paikallisella tasolla (Euroopan komissio 2007: 4). Ottaen huomioon jäsenmaiden kielellisen ja yhteiskunnallisen heterogeenisyyden sekä vaihtelun unionijäsenyyden pituudessa, on kansallinen taso avainasemassa EU-viestinnässä. Kansallisella tasolla toteutettavaa viestintää on myös tutkittu niin viestintätoimien tarkkailun kuin kansalaisten kokemusten kartoittamisen kautta. Esittelen seuraavaksi muutamien tutkijoiden havainnot kentästä.

Pollak ja Slominski (2014) sekä Auel ja Raunio (2014) kohdistavat huomionsa kansallisten parlamenttien EU-viestintään. Pollak ja Slominski (2014: 110, 122) selvittivät Itävallan parlamenttia esimerkkitapauksenaan käyttäen, miten parlamentit viestivät EU-asioista kansalaisilleen. Keskiössä oli, kuka niistä tarjoaa tietoa ja miten tietoa välitetään. Parlamenttia toimijana tarkasteltiin kolmella tasolla, jotka olivat parlamentti instituutioon, parlamentin puolue ryhmät ja yksittäiset parlamentin jäsenet. Tuloksista selvisi, että parlamentti kollektiivisena toimijana ei erityisesti näe vaivaa ylikansallisen tason yhdistämiseksi kansalliseen äänestäjään. Puolue ryhmät puolestaan pidättäytyvät kommentoimasta EU-asioita lehdistötiedotteita enempiä, ja nekin ovat usein reaktioita toisten puolueiden tiedotteisiin. Yksittäiset parlamentin jäsenet ovat haluttomia keskustelemaan Euroopasta, sillä sitä ei palkita puolueen toimesta eikä sitä pidetä hyödyllisenä äänen voittamisen kannalta. Pollakin ja Slominskin (emt.) johtopäätöksen mukaan EU-politiikassa viestintä suuntautuu ylhäältä alas eikä tähtää neuvotteluun kansan kanssa.

Myös Auel ja Raunio (2014: 1, 6-7) tutkivat, viestivätkö kansanedustajat, poliittiset puolueet ja lainsäätäjainstituutiot kansalaisten kanssa EU-politiikasta ja jos, niin miten. Heidän katsauksensa mukaan tärkeimpiin parlamenttien keinoihin tarjota tietoa ja viestiä EU-asioista kansalaisille kuuluvat täysistunnot, valiokuntatyön läpinäkyvyys ja kirjalliset kysymykset. Keinoihin lukeutuu myös äänestäjäkunnan informointi asiakirjojen saataville saattamisen, tiedotustoimien, tapahtumien ja julkisten puheiden kautta sekä mediajulkisuuden tavoittelu. Auel ja Raunio (emt.) arvioivat kansanedustajien osallistuvan EU-keskusteluun vain, mikäli he odottavat siitä palkkiota poliittisen vaikutuksen ja kontrollin muodossa. Puolueet taas eivät välttämättä aina ole sisäisesti yksimielisiä integraatiosta, jolloin keskusteluun osallistumista saattaa rajata pelko puolueen yhtenäisyyden ja sitä mukaa äänestäjien suosion vähenemisestä. Auel ja Raunio (emt. 10) tulevat Pollakin ja Slominskin tavoin siihen tulokseen, etteivät parlamentit näytä toteuttavan tehtävänsä tuoda unionia lähemmäs kansalaisia.

Parlamentit ovat EU-viestinnässä siltä kannalta haastavassa asemassa, että puolueet ja edustajat joutuvat miettimään uudelleenvalintaansa, johon EU-keskusteluun osallistumisella voi olla vaikutuksia. Tutkimukseni kohteena olevat ohjelman kansalliset toimistot

eivät asetettuina virastoina ole sidottuja tällaiseen suosiopohdintaan, ja lisäksi rahoitusmahdollisuuksiin keskittyvän ohjelmaviestinnän voi nähdä olevan sisällöltään kiitollisempi viestittävä kansalaisille; sisältyyhän siihen selkeästi hahmotettava hyötynäkökulma. Constantin (2012, 2013) on tutkinut EU-rahastoihin liittyvää viestintää Romaniassa selvittääkseen, onko maan alhainen rahoituksen käytön osuus seurausta viestinnän laadusta. Hänen kyselytutkimuksensa kartoittavat opiskelijoiden (2012) ja pienten maatilojen omistajien (2014) tietoutta EU:sta ja sen rahoitustarjonnasta sekä kokemuksia niitä koskevasta viestinnästä.

Constantinin (2012: 4135; 2014: 2012) mukaan tulokset osoittavat viestintäkatkoksen. Rahoituksesta ei olla kiinnostuneita tiedonpuutteen vuoksi. Romanianlaisnuorilla on enimmäkseen hyvä käsitys unionin tavoitteista, mutta he eivät tiedä tarpeeksi EU-rahoituksesta nähdäkseen sen hyötyjä ja tehdäkseen päätöksiä. Maaseudun väestölle viranomaisten käyttämät kanavat eivät ole olleet sopivia, ja lisäksi eurooppalainen terminologia tekee tarjotusta tiedosta vaikeasti ymmärrettävää. EU-rahoituksesta viestimisen onnistumiseksi viranomaisten tulisikin sovittaa viestintä yleisön ominaisuuksiin ja tarpeisiin käyttämällä asianmukaisia strategioita ja kohderyhmälle sopivia viestintäkanavia. (Constantin 2012: 4134; 2014: 2011–2012, 2014.)

4 JULKISHALLINNON VIESTINTÄ DIGITAALISEN MEDIAN AIKAKAUDELLA

Digitaalisuuden trendi on yksi yhteiskuntien toimintaa perustavanlaatuisimmin muokkaavista muutoksista. Sen myötä myös hallintoa kohtaan kohdistuu monenlaisia vaatimuksia, jotka asettavat julkiset hallintokoneistot ympäri maailman paineeseen muuttaa tapojaan lähestyä kansalaisia (Pina ym. 2009: 1137). Verkkopohjaisten teknologioiden käyttöönotto on yleinen elementti demokratioiden julkisen hallinnon modernisoinnissa (emt. 1138). Tässä luvussa käsittelen julkishallinnon viestintää digitalisoituvassa maailmassa. Ensin pohjustan aihetta käymällä läpi sähköisen hallinnon ja verkko-osallistumisen käsitteitä ja niiden saamia käytännön toteutusmuotoja ja vaikutuksia. Sitten siirryn määrittelemään sosiaalista mediaa ja tarkastelemaan sen käytöstä esitettyjä arvioita organisaatioviestinnän, sähköisen hallinnon ja EU-viestinnän konteksteissa. Viimeiseksi esittelen mikroblogipalvelu Twitterin ja tutkimusten havaintoja sen hyödyntämisestä toisen ja kolmannen sektorin toimijoiden käytössä.

4.1 Sähköinen hallinto ja verkko-osallistuminen

Kaikilla tämänhetkisen hallinnon tasoilla digitaalista mediaa käytetään laajasti kansalaisten kanssa kommunikointiin, osallistavan hallinnon edistämiseen ja hallinnoivan instituution legitimitetin parantamiseen (Koskinen 2013: 84). Tätä ilmiötä kuvaa sähköisen hallinnon (*e-government*) käsite. Käsitteellä on monia merkityksiä ja sitä ovat määritelleet eri tavoin niin tutkijat kuin ammattiharjoittajat, mutta yksi yleinen määritelmien aines on sähköisen hallinnon kyky muuttaa hallintoa reagoivammaksi ja vastuullisemmaksi kansalaista kohtaan (Reddick 2010: vii). Bertotin, Jaegerin ja Grimesin (2012: 83, 86) mukaan esimerkiksi monet hallitukset käyttävät sosiaalisen median palveluita levittääkseen kohdistettua informaatiota erilaisille sosiaalisille ryhmille, millä voi olla lukuisia hyötyjä läpinäkyvyyden edistämässä ja korruption vastustamisessa. Sähköisellä hallinnolla pyritään muun muassa valottamaan hallinnon prosesseja, asettamaan valtion virkamiesten toimet julkisesti tarkasteltaviksi ja tarjoamaan kanavia yleisön ehdotuksille. Gonzalez, Gasco ja Llopis (2007: 848–849) listaavat sähköisen

hallinnon merkittävimiksi hyödyiksi läpinäkyvyyden ja vastuullisen imagon välittämisen lisäksi kustannusten säästämisen sekä palvelun tehokkuuden ja vaikuttavuuden parantamisen. Sen avulla voidaan tuottaa kansalaisten toivomia palveluita heidän suosimiin tapoja ja kanavia käyttäen (emt. 858).

Sähköiseen hallintoon liittyy olennaisesti verkko-osallistumisen (*e-participation*) käsite, jonka Karantzeni ja Gouscos (2013: 482) määrittelevät informaatio- ja viestintäteknologian tukemaksi osallistumiseksi prosesseihin, joissa kansalaiset otetaan mukaan hallintoon. Bertotin ym. (2012: 86) mukaan teknologialla onkin suuri potentiaali mullistaa hallinnon ala edistämällä demokraattista osallistumista, helpottamalla hallinnoivien tahojen ja yleisön välistä materiaalien yhteistuottamista ja käyttämällä yleisöä ratkaisujen ja innovaatioiden lähteenä.

Sähköisen hallinnon tutkimus alkoi 1990-luvun puolivälissä Internetin nousun ja kaupallistumisen myötä. Sähköinen hallinto on globaali ilmiö, mutta sen soveltamisen aste vaihtelee maittain niiden sosiaalisten ja demografisten ominaisuuksien sekä taloudellisen kehittyneisyyden mukaan. Lisäksi sen vaikutus on joissain maissa suurempi verrattuna toisiin. (Reddick 2010: vii–viii.) Sähköisen hallinnon kehittämisessä kärkimaita ovat olleet Yhdysvallat, Kanada, Tanska, Norja, Suomi, Ranska, Australia ja Japani (Gonzalez ym. 2007: 851).

EU:n alueen sähköisen hallinnon kehitystä tutkineiden Pinan ym. (2009) mukaan sähköisen hallinnon kehittyneisyyden vaihteluita selittävät myös internetin käytön levinneisyys, verkkokaupankäynti ja sähköisen hallinnon aloitteet. He tarkastelivat tutkimuksessaan 15 EU-maan kaupunginhallitusten edistysaskeleita sähköisessä hallinnossa vuosina 2004–2007 vertailemalla 75 kaupungin verkkosivujen kehitystä läpinäkyvyydessä, avoimuudessa ja vastuullisuudessa. Tutkijat havaitsivat tarkasteluvälillä merkittäviä parannuksia verkkosivuilla erityisesti läpinäkyvyyden ja käytettävyyden osa-alueilla, kun taas vuorovaikutus oli alikehittyneempi osa-alue. Tutkimuksen mukaan julkisen hallinnon tyylin ja sähköisen toteutuksen välillä ei ollut suoraa yhteyttä, eivätkä byrokraattiset julkisen hallinnon tyylit näin ollen estä sähköisen hallinnon kehitystä. Toisaal-

ta Pina ym. toteavat, ettei tämä myöskään vahvista toivoa teknologian voimasta muuttaa byrokraattisia hallinto-organisaatioita tai mullistaa niiden ja kansalaisten välistä suhdetta, ja että monia hallituksia näyttäisikin kiinnostavan enemmän mielikuvan luominen modernisaatiosta ja kansalaisten vaatimukseen vastaamisesta kuin oikeiden muutosten tekeminen. Jotkin sähköisen hallinnon lupaamat edut kuitenkin voivat tuottaa tulosta vain, jos verkkosivujen sisältö on kansalaiskeskeistä ja suunniteltu erityisesti verkkoa varten. (Emt. 1138, 1158–1162.)

Euroopan unioni on lähestynyt sähköisen hallinnon ja verkko-osallistumisen kehittämistä erityisesti erilaisten aloitteiden ja projektien kautta. Komissio on 2000-luvulla rahoittanut yli 20 kehittämistä edistävää, joko tiettyihin jäsenmaihin keskittyvää tai koko unionin laajuista aloitetta. Esimerkiksi LexiPation-aloitteessa (2007) luotiin integroitu ICT-alusta moderoidun keskustelun käymiseen lakiehdotuksista ja eCommittee (2008) tarjosi kansalaisille mahdollisuuden seurata EU-parlamentin ympäristökomiteassa käsiteltäviä asioita ja keskustella meppien kanssa erityisesti ilmastonmuutoksesta. (Koussouris, Charalabidis & Askounis 2011: 9–10.)

Panopoulou, Tambouris ja Tarabanis (2014: 196) toteavat tutkimusten osoittaneen, että useimmat unionin aloitteet keskittyvät tarjoamaan informointi-, keskustelu- ja konsultointimahdollisuuksia. He arvioivat niiden toimivan lähinnä vaihtoehtoisina lisäviestintäkanavina, joiden tavoitteena on pikemminkin legitimisointi kuin aktiivinen kansalaisuus. Viimeaikainen verkko-osallistumisen vaikutusta arvioiva tutkimukseen ei ole todistanut merkittävää muutosta osallistumisen kentällä eurooppalaisella tasolla (Karantzeni & Gouscos 2013: 482). Koussourisin ym. (2011: 15–16) mukaan verkossa keskusteltavat aiheet tulisi räätälöidä paikallisiin tarpeisiin ja kansalaisten osallistumista motivoitua sitouttamalla päätöksentekijöitä keskusteluihin, jotta lupaus kansalaisten kuulluksi tulemisesta voitaisiin täyttää. Karantzeni ja Gouscos (2013: 483) suosittavat korkealaatuisemman ja kestävämmän osallistumisen saavuttamiseksi myös hyvin rajatun, mahdollisimman homogeenisen yleisön tavoittelemista kerrallaan laajan ja strukturoimattoman joukon sijaan. Lisäksi he ehdottavat useiden toisiaan täydentävien osallistumismetodien käyttämistä verkostona.

4.2 Sosiaalinen media

Sosiaalisella medialla tarkoitetaan joukkoa Internet-pohjaisia sovelluksia, jotka perustuvat Web 2.0:n teknologisiin ja ideologisiin periaatteisiin ja mahdollistavat käyttäjälähtöisen sisällöntuotannon ja -vaihdannan (Kaplan & Haenlein 2010: 61). Sosiaalisen verkostoitumisen sivuille (*social network sites*) on tyypillistä, että niissä käyttäjät voivat rakentaa julkisen tai puolijulkisen profiilin ja pitää listaa verkostoitumisestaan muiden käyttäjien kanssa. Palveluissa on yleensä myös erilaisia viesti- ja kommentointiominaisuuksia sekä mahdollisuus jakaa kuvia ja videoita. (Boyd & Ellison 2007: 211, 213–214.) Suosituimpia sosiaalisen verkostoitumisen sivustoja ovat verkkoliikenteen seurantaohjelmisto Alexa.comin listauksen mukaan Facebook, Twitter, LinkedIn ja MySpace (Karantzeni & Gouscos 2013: 487). Usein sosiaaliseen mediaan lasketaan myös erilaiset medianjakamispalvelut eli verkkoalustat, joilla käyttäjät voivat katsella, kommentoida, ladata ja jakaa digitaalista sisältöä sosiaalisessa ympäristössä. Esimerkkejä suosituista kuvan- ja videonjakopalveluista ovat Flickr, Photobucket, Picasa, YouTube ja Vimeo. (Bertot ym. 2012: 83.)

Badea (2014: 70) toteaa, että koska sosiaalisella medialla on nykyään suuri vaikutus siihen, miten informaatiota hankitaan ja vaihdetaan, täytyy myös organisaatioiden lähestyä viestintäänsä uusilla tavoilla sen avulla. Uusi media kasvattaa viestinnän volyymia, nopeutta ja jatkuvaa muutosta sekä yhdistää ihmisiä antamalla heille äänen ja kannustamalla keskusteluun. Sosiaalisen median kautta voidaan tavoittaa merkittäviä kohdeyleisöjä, jotka eivät tyydy enää vain vastaanottamaan tietoa, vaan tulkitsevat ja kommentoivat sitä itse. (Emt. 71.) Lovejoy, Waters ja Saxton (2012: 313) korostavat sosiaalisen median avanneen organisaatioille uusia mahdollisuuksia sidosryhmäviestintään reaaliaikaisen palautteen ja keskustelun muodossa. Lovejoyn ja Saxtonin (2012: 337–338) mukaan sivustojen ilmaisuus ja sisäänrakennettu interaktiivisuus tekevät niistä perinteisiä verkkosivuja helpompia käyttää vuorovaikutteisina verkostoitumistyökaluina. Strategisesti kohdistetun sisällön avulla sosiaalisessa mediassa voi saada sidosryhmät liikkeelle, luoda merkityksellisiä suhteita ja edistää yleisön luottamusta. Watersin ja Williamsin (2011: 353) mukaan sosiaalisista verkostoitumispalveluista hyötyvät myös

poliittiset toimijat, sillä niissä voi itse edustaa itseään (*self-presentation*) ja vaikuttaa siihen, miten esittää itsensä yleisölle.

4.2.1 Sosiaalinen media sähköisen hallinnon välineenä

Erityisesti nuorten 18–35-vuotiaiden aikuisten keskuudessa merkittävä osa kansalaiskeskustelusta tapahtuu nykyään verkossa, mutta silti heidän osallisuuttaan pidetään riittämättömänä (Vesnic-Alujevic 2012a: 467). Bertotin ym. (2012: 87) mukaan sosiaalisella medialla on useita avainrooleja yhteistyöhön perustuvan sähköisen hallinnon välineenä. Myös Karantzeni ja Gouscos (2013: 484) toteavat sen tarjoavan merkittäviä mahdollisuuksia verkko-osallistumiseen poliittisissa ja institutionaalisissa koneistoissa. Sosiaalinen media parantaa pääsyä hallinnon informaatioon tarjoamalla sitä useilla dynaamisilla ja vuorovaikutteisilla kanavilla, joilla on hyvä näkyvyys ja massiivinen osallistujien joukko. Se mahdollistaa vuorovaikutuksen kansalaisten kanssa ja yhteyksien luomisen ja ylläpitämisen kustannustehokkaasti. Lisäksi sosiaalinen media on “tunkeutunut” käyttäjien jokapäiväiseen elämään ja näin myös saavuttaa helpommin muuten vaikeasti tavoitettavissa ja kategorisoitavissa olevia yleisöjä. (Bertot ym. 2012: 87; Karantzeni & Gouscos 2013: 484.)

Mergel (2012: 112–114) erittelee julkisen hallinnon sosiaalisen median käytöstä kolme tapaa edistää läpinäkyvyyttä, osallistumista ja yhteistyötä. *Push*-strategiassa sosiaalinen media toimii muiden kanavien jatkeena viestien välittämisessä. Tällaista edustaa esimerkiksi lehdistötiedotteiden jakaminen. *Pull*-strategiassa sosiaalisen median sovelluksia käytetään ohjaamaan yleisöjä organisaation verkkosivuille käyttäen jonkinasteista vuorovaikutusta. *Networking*-strategiassa kanavien käyttö taas on hyvin interaktiivista. Sidosryhmien kanssa vuorovaikutetaan tiedonvaihtoa ja yhteistuottamista tavoitellen.

OECD:n julkisen vallan sosiaalisen median käyttöä kartoittavan tutkimuksen (Mickoleit 2014) mukaan hallinnon instituutiot kaikilla tasoilla ovat yhä edustetumpia ja aktiivisempia sosiaalisissa medioissa. Kartoituksen perusteella OECD:n 34 jäsenmaasta 26 maassa tärkeimmällä toimeenpanovaltaa käyttävällä instituutiolla oli Twitter-tili ja

21:ssä Facebook-sivu. Lisäksi ministeriöt, virastot ja alueelliset ja paikalliset organisaatiot käyttävät sosiaalista mediaa. (Emt. 2.) EU:n mittakaavassa unionin instituutioilla, niin toimitelmilla kuin henkilöillä, on vahva presenssi maailman suosituimmilla sosiaalisen median sivustoilla. Karantzenin ja Gouscosin (2013: 484, 489) mukaan sosiaalinen media voi yhdessä muiden viestintävälineiden kanssa tarjota kansalaisille mahdollisuuden toimia vastuullisena osana eurooppalaista julkisuutta, jossa heitä rohkaistaan mieliteidensä ilmaisuun, etujensa edistämiseen ja toteuttamiskelpoisten ratkaisujen vaatimiseen.

Huomionarvoista kuitenkin on, ettei sosiaalinen media automaattisesti luo tasapuolisia edellytyksiä kaikille yhteiskuntaryhmille. Sen potentiaali tehdä päätöksentekoprosesseista osallistavampia toteutuu parhaiten maissa, joissa väestön sosiaalisen median käyttö ei riipu koulutustasosta. Tällaisia maita ovat OECD:n raportin mukaan esimerkiksi Saksa, Itävalta ja Pohjoismaat. Sen sijaan esimerkiksi Espanjassa, Portugalissa, Yhdistyneessä kuningaskunnassa, Unkarissa, Kreikassa ja Turkissa sosiaalisen median käyttö on huomattavasti yleisempää korkeasti koulutetun väestön keskuudessa kuin kouluttamattomien tai alhaisen koulutustason omaavien keskuudessa. Käyttöasteessa voi olla jopa 50 prosenttiyksikön kuilu. (Mickoleit 2014: 2–3.) Tämän lisäksi hallinnon sosiaalisen median hyödyntämisessä on viestinnän volyyymiin ja painotuksiin liittyviä haasteita. Karantzeni ja Gouscos (2013: 483) mainitsevat vältettäväksi sudenkuopiksi ainakin jatkuvan epäyhtenäisen informaatiotykytyksen luoman hämmennyksen, kansalaisten todellisten tarpeiden hukkimisen sekä epätasapainon ja monitulkintaisuuden suuremman sosiaalisen osallisuuden ja toisaalta sääntelemättömän päätöksentekoprosesseihin välittämisen välillä. EU:n kohdalla unionin näkökulmasta vaarana voi olla myös kansallisten etujen intensiivinen edistäminen ylikansallisten kustannuksella ja fokuksen siirtäminen pois eurooppalaiseen näkökantaan identifioitumisesta (emt.).

4.2.2 EU sosiaalisessa mediassa

Myös Euroopan unionin instituutiot ovat enenevissä määrin aktiivisia useissa osallistavissa medioissa, ja monille Euroopan kansalaisille internet onkin suurin tie instituutioi-

hin (Koskinen 2013: 84). Euroopan komission (2014f) mukaan sosiaalista mediaa käytetään unionin viestinnässä poliittisista prioriteeteista viestimiseen sekä sidosryhmä- ja kampanjaviestintään. Edellinen nojaa virallisiin ilmoituksiin, lehdistötiedotteisiin ja lausuntoihin, jälkimmäisen tavoitteet vaihtelevat kansalaisten tiedottamisesta ja toimintaperiaatteiden ja kampanjoiden edistämisestä kokemusten jakamiseen ja vuoropuheeluun (emt.). Vesnic-Alujevicin (2012b: 85, 92) mukaan kansalaisten osallistuminen sosiaalisessa mediassa on tuonut uusia mahdollisuuksia eurooppalaisen julkisuuden rakentamiseen, ja viestintää sosiaalisessa mediassa tulisikin kannustaa lisää.

Frame ja Brachotte (2014: 4) toteavat, että sosiaalisen median käyttö on tapa tavoittaa erityisesti nuoret, jotka eivät yleensä lue raportteja tai perinteistä poliittista tiedotusta, mutta todennäköisesti lukevat esimerkiksi tviittejä. Myös Karantzenin ja Gouscosin (2013: 484) mukaan nuoret kansalaiset muodostavat poliittisesti aktiivisina ja merkittäväällä tasolla digitaalisesti lukutaitoisina erityisen kohderyhmän. He kuitenkin arvioivat, että EU:n instituutioiden sosiaalisen median presenssiä vaivaa kasvoton ja byrokraattinen tyyli ja todellisen vuorovaikutuksen puute. Erilaisten yleisöjen odotuksiin ei vastata ja seuraajia pommitetaan lukuisilla lehdistötiedotteilla, jolloin on vaarana, että he tuntevat olevansa keskellä EU:n saavutuksiin keskittyvää julkisuusprojektia. Mitäänsanomaton imago johtaa kiinnostuksenpuutteeseen ja nuorten kansalaisten aliedustukseen. (Emt. 491, 493, 496.)

Vesnic-Alujevic (2012b) puolestaan havaitsi Euroopan parlamentin Facebook-postauksia ja -vastauksia tarkastelleessa tutkimuksessaan, että kaksisuuntaista viestintää on olemassa. Osallistujien kommentteja luetaan ja arvostetaan, ja keskusteluun ja vuorovaikutukseen kannustetaan kysymysmuotoisin viestein. Ottaen kuitenkin huomioon Facebookin käyttäjien määrän Euroopassa, suurempi joukko kansalaisia voisi osallistua profiileihin. Profiileja tulisi promotoida enemmän klassisin mainostuskeinoin ja julkaisusisältöä mukauttaa seuraajien tarpeisiin. (Emt. 88–89, 92.)

4.3 Twitter toisen ja kolmannen sektorin toimijoiden käytössä

Mikrobloggaus on bloggauksen muoto, jossa käyttäjät julkaisevat lyhyitä, yleensä 140 merkkiin rajoitettuja viestejä ystäviensä tai kenen tahansa luettavaksi (Brown 2009: 36; Aalto & Uusisaari 2009: 66). Mikrobloggaus yhdistää elementtejä bloggauksesta, pikaviestinnästä ja sosiaalisesta verkostoitumisesta (Mayfield 2008: 27). Suosituin mikroblogipalvelu on vuonna 2006 julkaistu Twitter (Lovejoy ym. 2012: 313), joka on Alexa.comin listauksessa sijoittunut maailman kymmenenneksi suosituimmaksi verkkosivuksi (Merry 2014: 329). EU:n alueella Twitteriä käyttää 19 % internetin käyttäjistä. Iältään 18–24-vuotiailla on palvelussa yliedustus muuhun Internetiä käyttävään väestöön nähden. (Karantzeni & Gouscos 2013: 488.)

Twitterissä julkaistaan enintään 140 merkin mittaisia kirjoituksia, joita kutsutaan tviiteiksi. Merkinnät kertyvät aikajärjestyksessä käyttäjän profiiliin uusin päällimmäiseksi ja niitä voi ohjata myös muualle, esimerkiksi Facebook-palveluun (Aalto & Uusisaari 2009: 67). Van Dijck (2013: 76) kuvailee tviittiä globaalin julkisen verkkokommentin muodoksi, joka on tiiviin ilmaisunsa puolesta verrattavissa sitaattiin. Tämän päätyökäslun lisäksi Twitterin ominaisuuksiin kuuluu toisten käyttäjien seuraaminen, heidän tviittiensä jakaminen uudelleentviittaamalla, @-symbolilla ja käyttäjänimellä osoitetut julkiset viestit, yksityisviestit sekä #-symbolilla merkityt aihetunnisteet, joilla käyttäjät liittävät viestinsä tietystä aiheesta käytyyn keskustelujatkumoon ja joiden avulla he voivat etsiä itseään kiinnostavaa sisältöä. Palvelussa voi jakaa myös kuvia ja videoita sekä tarjota hyperlinkkejä muille sivuille. (Lovejoy ym. 2012: 314.) Pidemmät verkko-osoitteet voidaan kierrättää osoitteenlyhennyspalvelujen kautta, jotta myös teksti mahtuu merkki-tilaan (Aalto & Uusisaari 2009: 66).

Organisaatiot voivat hyötyä monin tavoin Twitterin ominaisuuksista. Palvelu auttaa tarkkailemaan yleistä mielipidettä, vuorovaikuttamaan erilaisten sidosryhmien kanssa sekä levittämään informaatiota (Frame & Brachotte 2014: 1). Kiinnostavaa sisältöä jakamalla on mahdollista saavuttaa laaja seuraajakanta, joka myös parhaassa tapauksessa jakaa organisaation viestejä eteenpäin. Molemminpuolisia seuraussuhteita muodosta-

malla voi osoittaa kiinnostusta sidosryhmien intresseihin ja linkkien avulla ohjata seuraajia lisätietoon muille sivuille (Lovejoy ym. 2012: 314–315). Uudelleentviittaamalla voi tuoda esille yhteyden toiseen käyttäjään tai organisaatioon, ja julkisten viestien avulla esimerkiksi vastata seuraajien kysymyksiin, jolloin useampi saa kerralla vastauksen. Aihetunnisteet toimivat parhaiten, kun organisaatio itse suosittaa tiettyä tunnistetta seuraajien käytettäväksi tietystä aiheesta. (Lovejoy ym. 2012: 314.) PR-asiantuntijat kuitenkin painottavat, että Twitter on arvokas työkalu ainoastaan jos sitä käytetään osana kokonaisvaltaista PR-strategiaa (Frame & Brachotte 2014: 1).

Julkisen sektorin ja järjestösektorin viestintä Twitterissä on saanut osakseen paljon huomiota eri alojen tutkijoiden keskuudessa. Esimerkiksi kyseisten tahojen Twitterin käytön tavoitteita ja keskeisimpiä viestintätoimia on luokiteltu eri tavoin. Lovejoy ja Saxton (2012) tutkivat, mihin viestinnän tehtäviin nonprofit-organisaatiot käyttävät Twitteriä, ja muodostivat kolmen pääfunktion mallin organisaatiomikrobloggauksen tehtävistä, joita ovat informointi, yhteisöllisyyden luominen ja toimintaan osallistaminen (emt. 341–343). Frame ja Brachotte (2014), jotka haastattelututkimuksessaan selvittivät, miten ranskalaiset poliitikot käyttävät Twitteriä PR-työkaluna, puolestaan määrittelevät Twitterin käytön kolmeksi tärkeimmäksi viestintätoimeksi tarkkailun, vuorovaikutuksen ja informaation levittämisen. Näiden lisäksi Twitter on myös tärkeä mielikuvien hallinnan media, jossa sisällön lisäksi kiinnitetään huomiota tyyliin. Esimerkiksi huumori oikein käytettynä voi toimia tyyllillisenä tehokeinona. (Emt. 3, 5.)

Myös Twitterin teknisten ominaisuuksien ja viestintätyökalujen käyttöä on selvitetty. Guo ja Saxton (2013) tarkastelivat tutkimuksessaan kansalaisjärjestöjen tapoja käyttää Twitterin työkaluja ja havaitsivat niiden muun muassa tviittaavan keskimäärin 3,5 kertaa päivässä, lähettävän viestejä muille käyttäjille keskimäärin kerran viidessä päivässä ja uudelleentviittaavan noin 23 viestiä kuukaudessa (emt. 7–9). Lovejoy ym. (2012) tutkimuksessa puolestaan selvisi, että järjestöt ovat ahkeria seuraajia ja jakavat linkkejä yksilökäyttäjii huomattavasti enemmän, mutta uudelleentviittaavat vähemmän verrattuna Twitterin käyttäjiin yleensä (emt. 315–316).

Lisäksi tutkijat ovat esittäneet saatujen tuloksien pohjalta erilaisia suosituksia Twitterin käyttöön strategisena työkaluna. Valtion virastojen tviittauskäytäntöihin perehtyneet Waters ja Williams (2011) suosittavat parhaiksi toimintatavoiksi tilin personalisoimista riittävin tiedoin luotettavan ja läpinäkyvän ilmapiirin luomiseksi, säännöllistä päivittämistä, hyödyn tarjoamista seuraajille esimerkiksi neuvoja ja opastusta jakaen sekä muiden käyttäjien seuraamista ja muiden tuottamien sisältöjen uudelleentviittaamista merkiksi avoimuudesta kuunnella ja keskustella. Lisäksi tärkeää on liiallisen promootion välttäminen, kysymyksiin ja viesteihin vastaaminen, palautteen pyytäminen ja ajoittainen muihin organisaation sosiaalisen median tileihin linkkaaminen verkoston laajentamiseksi. (Emt. 360–361.)

Vuorovaikutteisuuden lisääminen on myös laajasti tutkijoiden suosituslistalla. Esimerkiksi Framen ja Brachotten (2014: 9) mukaan klassinen ylhäältä alas suuntautuva tiedottamisen strategia on aikansa elänyt, ja yksi avain Twitter-menestykseen onkin suora ja välitön kommunikointi sidosryhmien kanssa. Toisaalta muun muassa Waters ja Williams (2011: 361) ja Lovejoy ja Saxton (2012: 349) muistuttavat, että dialogi on vain yksi olennainen osa viestintäkokonaisuutta ja organisaatioilla on paljon muutakin viestinnällisellä tarvelistallaan kuin interaktiivisuuteen ja keskusteluun keskittyminen. Lisäksi vuorovaikutukseen pyrkivillä toimilla ei joidenkin tutkimusten mukaan ole havaittu niille kaavailtuja seurauksia. Esimerkiksi Merryn (2014) etujärjestöjen Twitter-vuorovaikutusta tarkastelevassa tutkimuksessa selvisi, ettei interaktiivisten toimintojen käyttö johtanut merkittävään uudelleentviittausaktiivisuuteen, eikä niiden ja seuraajamäärien välillä myöskään ollut korrelaatiota (emt. 338). Korean hallituksen ministeriöiden Twitterin käyttöä tutkineet Khan ym. (2014) taas havaitsivat, että vastavuoroisilla seuraussuhteilla kansalaisten kanssa ei juurikaan ollut vaikutusta seuraajamääriin, kun taas instituutioiden keskinäinen uudelleentviittaus vaikutti seuraajamääriin positiivisesti. Kansalaisten tilien seuraamista ja heidän kanssaan viestimistä tehokkaampaa vaikuttikin olevan instituutioiden välisen yhteistyön edistäminen ja viestisisällön rakentaminen kansalaisten tarpeita vastaamaan. (Emt. 107–110.)

5 ERASMUS+-OHJELMAAN LIITTYVÄ KANSALLISEN TASON VIESTINTÄ TWITTERISSÄ

EU:n koulutus-, nuoriso- ja urheiluohjelma Erasmus+ kokoaa yhteen ohjelmia, jotka ovat eurooppalaisten keskuudessa tunnetuimpia EU-politiikan toteutusmuotoja. Erasmus+:sta myös viestivät lukuiset tahot. Ylikansallisella tasolla päävastuussa on Euroopan komissio ja sen koulutus-, audiovisuaali- ja kulttuurialan toimeenpanovirasto EACEA, joiden lisäksi erilaiset ohjelman toteutukseen osallistuvat kansainväliset verkostot ja keskuksot tarjoavat tietoa ohjelmasta. Kansallisella tasolla taas vastuu ohjelmasta tiedottamisesta on kansallisilla toimistoilla ja usein myös Eurodesk-toimistoilla, mikäli toimintoja ei koordinoi sama yksikkö. Niiden lisäksi Erasmus+:sta ja sen toimintoista viestivät muun muassa Euroopan komission ja parlamentin edustustot jäsenmaissa, ohjelman aloihin liittyvät ministeriöt ja niiden virastot sekä aloilla toimivat organisaatiot. Koulutustoimijoista esimerkiksi oppilaitokset tarjoavat informaatiota erityisesti ohjelman liikkuvuusmahdollisuuksista koululaisille, opiskelijoille ja henkilökunnalle sekä kansainvälisistä yhteistyöhankkeista. Nuorisotoimijat taas osallistuvat tahoillaan erityisesti Youth in Action -nuorisotoiminnoista informoimiseen, kuten esimerkiksi Suomessa valtakunnalliset nuorisokeskukset, jotka tekevät kansainvälistä nuorisotyötä osin ohjelman puitteissa. Lisäksi erilaiset kansainvälistymis- ja vapaaehtoistyömahdollisuuksia välittävät organisaatiot kertovat tiedotuskanavissaan myös Erasmus+:n vaihtoehtoista, kuten EVS-vapaaehtoispalvelusta. Suomessa tällaisia toimijoita ovat esimerkiksi Maailmanvaihto ry ja Kansainvälinen vapaaehtoistyö ry KVT.

Tässä tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena on nimenomaan virallinen maakohtainen ohjelmaviestintä eli virallisen vastuutahon ohjelmaan keskittyvä viestintä Twitterissä. Näin ollen analyysi keskittyy ohjelmamaiden nimeämien ja komission kanssa yhteistyössä toimivien kansallisten toimistojen ja mahdollisten erillisten Eurodesk-toimistojen toteuttamaan viestintään, ja sitä täydentävä muiden (muun muassa edellä mainittujen) tahojen ohjelmaa tai sen osa-alueita koskeva viestintä on jätetty tarkastelun ulkopuolelle, paitsi siltä osin kuin tileillä mahdollisesti uudelleentviitataan niiden tuottamaa sisältöä. Aineiston rajoittamiseksi myöskään Erasmus+:n rahoituksen piiriin kuuluvien yk-

sittäisten toimintojen, kuten ohjauksen ammattilaisille suunnatun Euroguidance-verkoston ja aikuiskoulutukseen ja kouluyhteistyöhön keskittyvien EPAL- ja eTwinning-hankkeiden maakohtaiset tilit eivät kuulu aineistoon, sillä niiden toimiala ja kohde-ryhmä ovat huomattavasti suppeammat.

5.1 Kansalliset toimistot ohjelmamaissa

Ennen Twitter-tilien kartoittamiseen siirtymistä on tarpeen pohjustaa hieman kansallisten toimistojen kenttää ohjelmamaissa. Erasmus+:aa kokonaisuudessaan toteuttavilla 33 ohjelmamaalla on vaihtelevasti yhdestä neljään kansallista toimistoa. Tässä luvussa esitelen esimerkkien avulla yleisesti toimistoja ja niiden vastuunjako komission listauksen (Euroopan komissio 2015) ja kansallisten toimistojen verkkosivujen pohjalta.

Taulukossa 1 on esimerkkejä maista, jotka ovat nimenneet maastaan yhden kansallisen toimiston, joka vastaa ohjelman kansallisesta toteutuksesta kokonaisuudessaan. Kansallisten toimistojen toimialakokonaisuudet vaihtelevat maittain: osan toiminta keskittyy tiukemmin juuri EU-ohjelmien toteuttamiseen maassaan, osalla se taas on yksi monista vastuualueista.

Taulukko 1. Esimerkkejä ohjelmamaista, joissa on yksi kansallinen toimisto

Ohjelmamaa	Kansallisen toimiston nimi
Kroatia	<i>Agency for Mobility and EU Programmes / Agencija za mobilnost i programme Euopske unije (AMPEU)</i>
Puola	<i>Foundation for the Development of the Education System / Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji</i>
Tanska	<i>Styrelsen for Videregående Uddannelser</i>

Esimerkiksi Kroatian kansallinen toimisto *AMPEU* on tarkoitettu tiede-, koulutus- ja nuorisoalan EU-ohjelmien toteuttamiseen, ja se koordinoi Erasmus+:n lisäksi unionin tutkimuksen ja innovoinnin ohjelma Horisontti 2020:a (*AMPEU* 2015). Tanskan kan-

sallisena toimistona toimiva *Styrelsen for Videregående Uddannelser* puolestaan on Tanskassa (korkea)koulutussektorista kokonaisuudessaan vastaava hallinnoiva ja toimeenpaneva organisaatio (UFM 2015), jonka toimenkuvasta Erasmus+ muodostaa verrattain pienen osan. Puolan kansallinen toimisto taas keskittyy kansainvälisen yhteistyön hoitamiseen Puolassa, mutta toteuttaa EU-ohjelmien lisäksi Itä-Euroopan ja Kaukasuksen maiden välistä keskinäistä yhteistyötä (FRSE 2015).

Taulukko 2. Esimerkkejä ohjelmamaista, joissa on kaksi kansallista toimistoa

Ohjelmaa	Kansallisten toimistojen nimet	Vastuualat
Irlanti	- <i>Léargas the Exchange Bureau</i> - <i>The Higher Education Authority HEA</i>	- yleissivistävä, ammatillinen ja aikuiskoulutus, nuoriso - korkeakoulutus
Islanti	- <i>Icelandic Centre for Research Rannís</i> - <i>The Icelandic Youth Organisation UMFÍ</i>	- koulutus, urheilu - nuoriso
Ranska	- <i>Agence Erasmus+ France/Education Formation</i> - <i>Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire</i>	- koulutus - nuoriso

Taulukossa 2 on esimerkkejä maista, joissa on kaksi Erasmus+-ohjelmasta vastaavaa kansallista toimistoa. Näissä maissa toimistojen vastuualueet jakautuvat alan mukaan. Yleisin jako toimistojen välillä on, että toinen vastaa ohjelman koulutusalan ja toinen nuorisoalan toiminnoista, kuten Ranskassa. Poikkeuksena on Irlanti, jonka toimistoista Léargas vastaa yleissivistävästä, ammatillisesta ja aikuiskoulutuksesta sekä nuorisoalasta ja HEA puolestaan vain korkeakoulutuksesta. Islanti on ainoa maa, jonka kohdalla komission sivulla mainitaan vastuualana myös kolmas Erasmus+:n ala urheilu.

Italia on jakanut Erasmus+:n toteuttamisen kolmen kansallisen toimiston kesken, joista ensimmäinen koordinoi ammatillisen koulutuksen toimintoja, toinen muita koulutuksen osa-alueita ja kolmas nuorisoalaa. Toimistot vastuualoineen esitellään taulukossa 3.

Taulukko 3. Italian kolme kansallista toimistoa

Ohjelma- maa	Kansallisten toimistojen nimet	Vastuualat
Italia	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Agenzia Nazionale - Erasmus+ - ISFOL</i> - <i>Agenzia Nazionale Erasmus+ - INDIRE</i> - <i>Agenzia nazionale per i giovani</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - ammatillinen koulutus - yleissivistävä, korkea- ja aikuiskoulutus - nuoriso

Belgiassa ja Saksassa on kummassakin neljä kansallista toimistoa. Saksassa vastuualat jakautuvat muutaman muun edellämainitun esimerkin tavoin koulutus/nuoriso-jaon lisäksi eri koulutusasteiden mukaan. Belgiassa puolestaan toimistoja määrittävät alue ja kieli. AEF on ranskankielisen Belgian koulutuspainotteinen kansallinen toimisto, BIJ ranskankielinen Wallonia-Brysselin alueen nuorisoalan toimisto, EPOS flaamilaisen alueen toimisto ja Jugendbüro saksankielisen. Belgian ja Saksan toimistot vastuualoineen ovat taulukossa 4.

Taulukko 4. Saksan ja Belgian neljä kansallista toimistoa

Ohjelma- maa	Kansallisten toimistojen nimet	Vastuualat
Belgia	<ul style="list-style-type: none"> - <i>AEF-EUROPE</i> - <i>EPOS vzw</i> - <i>Jugendbüro der Deutschsprachigen Gemeinschaft V.o.G.</i> - <i>BIJ - Bureau International Jeunesse (BIJ)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - koulutus - koulutus - koulutus ja nuoriso - nuoriso
Saksa	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Nationale Agentur für EU-Hochschulzusammenarbeit im Deutschen Akademischen Austauschdienst (NA-DAAD)</i> - <i>Nationale Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung</i> - <i>Pädagogischer Austauschdienst der Kultusministerkonferenz, Nationale Agentur für EU-Programme im Schulbereich</i> - <i>JUGEND für Europa</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - korkeakoulutus - ammatillinen ja aikuiskoulutus - yleissivistävä koulutus - nuoriso

Yleisesti ottaen vastuualojen jakautuminen useampiin kansallisiin toimistoihin heijastaa vanhaa ohjelmarakennetta, jossa koulutusalan toimintoja toteutettiin Lifelong Learning -ohjelman ja sen alaohjelmien puitteissa ja nuorisoalan toimintoja erillisessä Youth in Action -ohjelmassa. Uuden ohjelmakauden Erasmus+:n yhdistäessä alat saman ohjelman alle ja lisätessä mukaan urheilun jatkuu toteutus pitkälti erillisissä yksiköissä, millä voi olettaa olevan vaikutusta myös ohjelman viestintään.

5.2 Ohjelmasta kansallisella tasolla viestivät tilit Twitterissä

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni on, miten kansallisen tason viestintä Erasmus+-ohjelmasta on järjestetty kansallisten toimistojen toimesta Twitterissä. Analyysini ensimmäisessä vaiheessa siis selvitän, onko ohjelmamailla kansallisten toimistojen ylläpitämiä Twitter-tiliä, jotka on joko tarkoitettu Erasmus+-ohjelman maakohtaiseen viestintään tai joissa se on muutoin tärkeässä osassa. Niiltä osin kuin ohjelmamaissa Eurodesk-toiminnosta vastaa muu kuin Erasmus+:n kansallinen toimisto, on kartoituksessa huomioitu myös mahdolliset erillisten Eurodesk-toimistojen ylläpitämät tilit, joilla viestitään keskeisesti ohjelmasta. Kartoitus on tehty tammi-helmikuun 2015 aikana, ja kriteerinä tilien huomioimiseen on se, että ne ovat olleet aktiivisia kahden kuukauden sisällä kartoitushetkestä. Etsin tilejä kansallisten toimistojen verkkosivuilta, Erasmus+:n ja Eurodeskin maakohtaisilta sivustoilta sekä toimistojen nimillä ja erilaisilla Erasmus+- ja Eurodesk-hakusanavariaatioilla Twitterin hakukentässä.

Ohjelmamaista kuudelta, Itävallalta, Kroatialta, Makedonialta, Slovakialta, Slovenialta ja Tshekiltä, en löytänyt kartoituksessani lainkaan kansallisella tasolla Erasmus+:sta viestiviä tilejä. Kroatialla, Slovakialla ja Slovenialla on kullakin olemassa oma Eurodesk-tili, mutta niiden viimeisimmät tviitit ovat vuosilta 2011–2013, jolloin Erasmus+-ohjelma ei vielä ollut alkanut. Kaikilla kuudella maalla on kuitenkin kansallisen toimiston ylläpitämää ohjelmaviestintää Facebookissa. Kartoituksen perusteella kymmenellä ohjelmamaalla on yksi virallisen tahon ylläpitämä Erasmus+:sta keskeisesti viestivä Twitter-tili ja lopuilla 18 ohjelmamaalla puolestaan kahdesta viiteen tiliä. Erasmus+:aan

liittyvä maakohtainen Twitter-ohjelmaviestintä on siis tilien osalta järjestetty hyvin eri tavoin eri ohjelmamaissa. Tilin ovat luonteeltaan erityyppisiä ja niillä on erilaisia painotuksia ja rooleja ohjelmaviestinnässä. Kuvioon 1 on koottu kartoituksessa luokittelemani tilityypit.



Kuvio 2. Erityyppiset Erasmus+:sta viestivät tilin Twitterissä.

Kansallisen toimiston ja alakohtaisen kansallisen toimiston tilin ovat organisaatiotilejä, joilla toimistot viestivät ohjelman lisäksi mahdollisesti myös muista vastuualueeseensa kuuluvista aiheista. Myös Eurodesk-viestintä saattaa sisältyä tällaisiin tileihin, jos toimia koordinoi sama toimisto. Erilliset Erasmus+-tilin ja alakohtaiset Erasmus+-tilin on puolestaan tarkoitettu nimenomaan ohjelmaan keskittyvään viestintään. Eurodesk-tileillä keskiössä on EU:n nuorille tarjoamat mahdollisuudet, joista Erasmus+-ohjelman puitteissa toteutetaan merkittävä osa. Näiden tilityyppien lisäksi esiintyy erilaisia yhdistelmävariaatioita.

Yleisesti ottaen pintapuolisen selauksen perusteella useammille tileille jakautunut ohjelmaviestintä pitää sisällään erilaisia painotuksia. Mikäli ohjelmamaalla on sekä yksi tai useampi kansallisen toimiston tili että erillinen Erasmus+-tili, on jälkimmäinen usein luonnollisesti keskittyneempi Erasmus+:aan ja edeltävien ohjelmaviestintä on sitä täydentävää, esimerkiksi määräaika muistutuksia ja uudelleentviittauksia.

Taulukko 5. Esimerkkejä eri tilityypeistä

Ohjelmamaa	Tilejä	Tilin nimi	Tilin luonne
- Suomi	1	<i>CIMO(@CIMOfin)</i>	Kansallisen toimiston tili
- Liechtenstein	1	<i>aha (@ahaf1)</i>	Kansallisen toimiston tili / nuorisoala
- Romania	1	<i>ErasmusPlus Romania (@ErasmusPlusRO)</i>	Erillinen Erasmus+-tili
- Islanti	1	<i>Evrópa unga fólksins (@EUFstyrkir)</i>	Erillinen Erasmus+-tili / nuorisoala
- Liettua	1	<i>JTBA (@JTBAErasmusPlus)</i>	Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / nuorisoala
- Belgia	1	<i>Go Strange (@GoStrange)</i>	Eurodesk-tili (hollanninkielinen)
- Unkari	1	<i>ErasmusPlus HU (@FLPeurodesk)</i>	Yhdistetty Erasmus+- ja Eurodesk-tili / nuorisoala

Taulukossa 5 on maakohtaisia esimerkkejä eri tilityypeistä. Esimerkiksi Suomen tili edustaa kansallisen toimiston tilin tyyppiä, jossa ohjelmaa kokonaisuudessaan toteuttava kansallinen toimisto viestii organisaationsa nimellä ohjelmasta sekä muista toimialansa asioista. Liechtensteinin tili on puolestaan esimerkki alakohtaisen kansallisen toimiston tilistä, jossa Erasmus+:aan liittyvä viestintä keskittyy sen nuorisolle suunnattuihin toimintoihin. Romanialla taas on erillinen Erasmus+:aan keskittyvä tili *ErasmusPlus Romania*, ja Islannilla alakohtainen, nuorisoalaan keskittyvä erillinen Erasmus+-tili, mikä tulee ilmi *Youth in Actionia* tarkoittavasta nimestä *Evrópa unga fólksins* sekä tilin kuvauksesta. Liettuan nuorisotoiminnoista vastaavan kansallisen toimiston ylläpitämällä tilillä on toimiston nimi, mutta tunnuksessa siihen on liitetty ohjelmaan viittaava *ErasmusPlus*, mistä voi tulkita tilin olevan eräänlainen yhdistelmä kansallisen toimiston tilistä ja ohjelmatilistä. Ainoa Belgialta kartoituksessa löytynyt tili oli hollanninkielinen Eurodesk-tili *Go Strange*. Unkarin tili sen sijaan näyttää nimensä ja tunnuksensa perusteella yhdistävän Erasmus+:n ja Eurodeskin, ja lisäksi tilin kuvauksesta käy ilmi, että kyseessä on ohjelman nuorisoalan toimiston tili.

Taulukko 6. Esimerkkejä useammalle tilille jakautuvasta ohjelmaviestinnästä, osa 1

Ohjelmaa	Tilejä	Tilien nimet	Tilien luonne
- Kreikka	2	- <i>IKY (@IKY_Erasmusplus)</i> - <i>Erasmus+YouthGreece (@EplusYouthGR)</i>	- Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / koulutusala - Erillinen Erasmus+-tili / nuorisoala
- Malta	2	- <i>EUPA-Malta (@EUPAI)</i> - <i>Eurodesk Malta (@eurodeskmt)</i>	- Kansallisen toimiston tili - Eurodesk-tili
- Luxemburg	2	- <i>SNJ.lu (@snj_lu)</i> - <i>EURODESK Luxembourg (@EURODESKlu)</i>	- Kansallisen toimiston tili / nuorisoala - Eurodesk-tili
- Alankomaat	2	- <i>Erasmusplus-NL (@ErasmusplusNL)</i> - <i>Eurodesk Nederland (@go_europe)</i>	- Erillinen Erasmus+-tili - Eurodesk-tili

Erasmus+-ohjelmasta keskeisesti useammalla tilillä viestivissä ohjelmamaissa on vaihtelevasti erilaisia edellä kuvattuja tilityyppejä. Taulukoissa 6 ja 7 on maakohtaisia esimerkkejä useammalle tilille jakautuvasta ohjelmaviestinnästä. Kahden tilin maista esimerkiksi Kreikalla on yksi koulutusosalalle ja yksi nuorisoalalle suunnattu tili. Malta ja Luxemburg taas ovat esimerkkejä maista, joiden tileistä toinen on ohjelmaa kokonaisuudessaan tai alakohtaisesti toteuttavan kansallisen toimiston tili ja toinen erillinen Eurodesk-tili. Alankomaat ja Puola viestivät ohjelmasta erillisellä Erasmus+-tilillä ja Eurodesk-tilillä. (Taulukko 6.) Mailla, joilla ohjelmaviestintää on kolmella tilillä, on tyypillisesti kaksi alakohtaisen kansallisen toimiston tiliä ja niiden lisäksi joko erillinen Erasmus+-tili, kuten Latviassa, tai Eurodesk-tili, kuten Norjalla. Irlannin neljä tiliä edustavat jokaista edellämainittua tyyppiä. Ranskalla taas on kaksi erillistä Erasmus+-tiliä koulutusosalalle ja yksi nuorisoalalle, joiden lisäksi nuorisoalan kansallisella toimistolla on oma organisaatiotilinsä. Kirjavin tilien kirjo on Italiassa, jonka viiden ohjelmaviestintää sisältävän tilin joukossa on kolme alakohtaista tiliä, yhdistetty Erasmus+- ja Eurodesk-tili sekä erillinen Eurodesk-tili. (Taulukko 7.)

Taulukko 7. Esimerkkejä useammalle tilille jakautuvasta ohjelmaviestinnästä, osa 2

Ohjelmamaa	Tilejä	Tilien nimet	Tilien luonne
- Latvia	3	- <i>VIAA (@VIAA_LV)</i> - <i>JSPA (@Jaunatne)</i> - <i>Erasmus+ Latvija (@ErasmusPlusLV)</i>	- Kansallisen toimiston tili / koulutusala - Kansallisen toimiston tili / nuorisoala - Erillinen Erasmus+-tili
- Norja	3	- <i>SIU (@SIUnytt)</i> - <i>Aktiv Ungdom (@AktivUngdom)</i> - <i>Eurodesk Norway (@EurodeskNorway)</i>	- Kansallisen toimiston tili / koulutusala - Kansallisen toimiston tili / nuorisoala - Eurodesk-tili
- Irlanti	4	- <i>Leargas (@Leargas)</i> - <i>HEA (@hea_irl)</i> - <i>Erasmus+ Ireland (@ErasmusIreland)</i> - <i>Eurodesk Ireland (@EurodeskIreland)</i>	- Kansallisen toimiston tili - Kansallisen toimiston tili - Erillinen Erasmus+-tili - Eurodesk-tili
- Ranska	4	- <i>Erasmus+ Educ & Form (@ErasmusplusFR)</i> - <i>Génération Erasmus (@gen_erasmus)</i> - <i>Erasmus+ Jeunesse (@ErasmusplusJeun)</i> - <i>INJEP (@Injep)</i>	- Erillinen Erasmus+-tili / koulutusala - Erillinen Erasmus+-tili / koulutusala - Erillinen Erasmus+-tili / nuorisoala - Kansallisen toimiston tili / nuorisoala
- Italia	5	- <i>AgenziaErasmus+Isfol (@ErasmusPlusIsf)</i> - <i>Erasmus+ Indire (@ErasmusPlusInd)</i> - <i>Agenzia Giovani (@AgenziaGiovani)</i> - <i>Erasmus+ Eurodesk.IT (@ErasmusPlusIT)</i> - <i>Eurodesk Italy (@euk_it)</i>	- Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / ammatillinen koulutus - Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / yleissivistävä, korkea- ja aikuiskoulutus - Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / nuorisoala - Yhdistetty Erasmus+- ja Eurodesk-tili - Eurodesk-tili

Kartoitus kuvaa alkuvuoden 2015 tilannetta ja on luonteeltaan suuntaa-antava. Se antaa yleiskuvan maakohtaisesta ohjelmaviestinnän järjestämisestä Twitterissä, mutta tilien etsintämenetelmät eivät ole aukottomat, joten esimerkiksi kielitaidon rajoitusten vuoksi on mahdollista, että joitakin ohjelmasta keskeisesti viestiviä tilejä puuttuu. Myös tilityyppien määrittelemine on tiettyjen tapausten kohdalla haastavaa, joten niitä ei tule lukea ehdottomina rajauksina vaan suuntaviivoina erilaisista funktioista ja painotuksista. Täydellinen tilien kartoittaminen ja määrittelemine vaatisi kyselyn tekemistä kaikkien ohjelmamaiden kansallisille toimistoille, mikä ei tämän tutkimuksen puitteissa ole mahdollista, sillä kartoitus muodostaa vain taustoittavan osan tavoitteesta, ja fokus on valittujen tilien tarkemmassa sisällöllisessä analyysissä.

5.3 Sisällöllinen analyysi kolmen tilin viestinnästä

Analyysini toisessa vaiheessa erittelen tarkemmin ohjelmaviestinnän sisältöjä ja käytänteitä Suomen kansallisen toimiston organisaatiotilillä, Yhdistyneen kuningaskunnan toimistojen yhteisellä Erasmus+tilillä ja Ranskan nuorisotalan toimiston alakohtaisella Erasmus+-tilillä. Seuraavissa alaluvuissa tarkastelen tilien profiileja, julkaisujen teemoja ja käytettyjä aihetunnisteita sekä sisältöjen tuottamiseen osallistettuja ja näkyvyyttä saavia tahoja.

5.3.1 Profiilit

Sosiaalisessa mediassa profiilit ovat tärkeä osa viestintäkokonaisuutta. Profiilien harkittulla nimeämisellä ja niissä annetuilla tiedoilla ja kuvilla palvellaan vastaanottajaa muun muassa viestien löytämisessä, luotettavuuden kokemisessa ja seuraamispäätöksissä. Profiilin rakentamisessa tehdyillä valinnoilla on siis oma merkittävä roolinsa oikeiden kohderyhmien tavoittamisessa.

Tarkasteltavien tilien nimissä ja käyttäjätunnuksissa on kansalliseen toimistoon, Erasmus+-ohjelmaan ja sen aloihin sekä maahan viittaavia elementtejä. Suomen CIMOn

tilin nimi on sama kuin organisaation, mikä on luonnollista, kun kyseessä on organisaatiotili. Käyttäjätunnukseen on lisätty pääte *-fin*, sillä *@cimo*-tunnus on varattu aiemmin toiselle käyttäjälle. Yhdistyneen kuningaskunnan ja Ranskan ohjelmatilien nimet alkavat ohjelman nimellä, jonka perässä ensimmäisellä on maatunnus *UK* ja jälkimmäisellä nuorisoa tarkoittava sana *Jeunesse*. Käyttäjätunnukset noudattavat samaa kaavaa, mutta koska välimerkit eivät ole niissä sallittuja, on +-merkki kirjoitettu muotoon *plus*. Ranskan tilin kohdalla *Jeunesse* on lyhennetty muotoon *Jeun* tunnuksen maksimipituuden ollessa 15 merkkiä.



Kuva 1. Tilien nimet, profiilikuvat, tiedot ja kuvaukset

Tilien profiilit ovat kansi- ja profiilikuvien ja annettujen tietojen puolesta melko samankaltaisia (kuva 1). Analyysihetkellä kullakin kolmella tilillä on profiilikuvanaan kuvaa ja tekstiä yhdistävä kansallisen toimiston logo. Logoista ohjelmaviestinnän kontekstissa informatiivisin on Ranskan Erasmus+ Jeuessella, jonka logossa on Euroopan lippu ja tekstinä ohjelman nimi, maa sekä toimiston vastualat nuoriso ja urheilu. Kansikuvat ovat promootiokuvia, joissa esiintyy nuoria aikuisia opiskelu- ja työharjoittelu- sekä

ystävyysskonteksteissa. Tiedoissa CIMO ilmoittaa sijainniksi kaupungin (Helsinki), Erasmus+ UK maan ja Erasmus+ Jeunesse molemmat (Paris, France). Kukaan tarjoaa myös linkin sivuilleen, CIMO organisaation verkkosivuille ja Erasmus+ UK ja Erasmus+ Jeunesse ohjelmisivuilleen.

Tilien kuvauksissa kuvaillaan ylläpitävää organisaatiota ja ohjelmaa sekä niiden tavoitteita. CIMOn kuvauksessa luonnehditaan organisaation päätehtävää, joksi määritellään kansainvälisen yhteistyön ja liikkuvuuden edistäminen Suomessa, eikä siinä nimetä tarkemmin sen hallinnoimia ohjelmia tai kansallisena toimistona toimimista. Erasmus+ UK- ja Erasmus+ Jeunesse -ohjelmatileillä puolestaan kuvauksissa kerrotaan kyseessä olevan Erasmus+-ohjelman kansallisen toimiston tili. Edellinen lisäksi määrittelee lyhyesti Erasmus+:n uudeksi EU:n rahoitusohjelmaksi koulutuksen, nuorison ja urheilun alalla ja kertoo kansallisen toimiston muodostuvan British Councilin ja Ecorysin kumppanuudesta. Jälkimmäinen kuvailee toimiston promotoivan ja hallinnoivan Erasmus+:n nuorisotoimintoja ja tiedottavan urheilutoiminnoista. Lisäksi kuvauksessa on aihetunniste #ErasmusPlus.

5.3.2 Julkaisujen teemat ja sisältötyypit

Selvittääkseni, millaista sisältöä Erasmus+:sta viestivät tilit jakavat, olen muodostanut niiden julkaisuista teemaluokituksen. Olen eritellyt yhteensä kuukauden julkaisut käsittevästä aineistosta yhteensä 14 teemaa, joita julkaisut käsittelevät, ja määritellyt kunkin teeman kohdalla sen keskeisimmät sisältötyypit, jotka kuvaavat tarkemmin viestisisältöjä. Suurinta osaa teemoista esiintyy kaikilla kolmella tilillä. Muutama teema kuitenkin rajoittuu erityisemmin yhteen tai kahteen tiliin. Taulukkoon 8 on kerätty luokittelemani teemat, niiden sisältötyypit sekä kunkin teeman osuudet tarkasteltavien tilien julkaisuissa. Prosenttiosuudet kuvaavat, kuinka suuressa osassa aineistoa käsitellään kyseistä teemaa. Joidenkin julkaisujen olen tulkinnut liittyvän kahteen teemaan, joten osuuksien summa on yli 100 prosenttia. Kunkin tilin kolmen yleisimmän teeman osuudet on lihavoitu. CIMOn kohdalla kolmas sija jakautuu kahden teeman kesken.

Taulukko 8. Julkaisujen teemat ja sisältötyypit sekä teemojen osuus julkaisuissa

Teemat	Sisältötyypit	CIMO (n=81) %	E+ UK (n=113) %	E+ Jeun (n=197) %
Ohjelman tarjonta	a) rahoitusmahdollisuuksien esittelyt	1,2	0,9	6,6
	b) toimintokuvaukset			
Ohjelman tulokset	a) projekti- ja osallistujaesittelyt	11,1	18,6	18,8
	b) osallistujien kokemukset			
	c) raportit, tilastot ja julkaisut			
Ohjelman merkitys	a) tavoitekuvaukset	8,6	1,8	2,5
	b) hyötylistaukset			
Ohjelma- neuvonta	a) hakuneuvonta	2,5	20,4	17,3
	b) tietolähde-, työkalu- ja verkosto- vinkit			
	c) tiedoksiannot			
Tapahtumat	a) esittelyt ja kutsut	23,5	5,3	4,1
	b) tilanne- ja jälkiraportit			
EU:n teema- viikot ja -päivät	a) kampanjapromootiot	33,3	17,7	46,2
	b) tapahtumaesittelyt ja -kutsut			
	c) tilanne- ja jälkiraportit			
	d) oheissisällöt			
Koulutus- politiikka	a) raportit, julkaisut ja linjaukset	3,7	3,5	-
	b) lausunnot ja kannanotot			
Nuoriso- politiikka	a) raportit, julkaisut ja linjaukset	-	-	4,1
	b) lausunnot ja kannanotot			
	c) prosessikuvaukset			
Koulutusalan ilmiöt	a) uutiset	-	26,5	-
	b) henkilötarinat			
	c) vinkit			
Verkko- osallistumis- mahdollisuu- det	a) kyselyt	2,5	8,0	16,2
	b) kilpailut			
	c) äänestykset			
	d) seuraamis- ja keskustelukehotukset			
Eurooppalai- suus	a) eurooppalaisuuden määritelmät	1,2	0,9	2,0
	b) vinkit			
Toivotukset	a) tervehdykset ja toivotukset	12,3	1,8	7,1
	b) kiitokset ja tunnustukset			
Arvot ja yhteiskunta	a) kannanotot	12,3	0,9	-
Muut ohjelmat	a) tarjonta- ja tulosesittelyt	7,4	1,8	1,0
	b) tapahtumakutsut ja -raportit			
Muut	-	1,2	-	1,5

Taulukon neljä ensimmäistä teemaa kytkeytyvät tiiveimmin Erasmus+-ohjelmaan, ja niihin lukeutuvien julkaisujen voi sanoa olevan ohjelmaviestintää kirjaimellisimmillaan. Ohjelman tarjonnan, tulosten ja merkityksen teemoissa olen CIMOn kohdalla laskenut mukaan myös yhteisesti eri kansainvälisen yhteistyön ohjelmia käsitteleviä tviittejä, sillä Erasmus+ on ohjelmien joukossa merkittävässä roolissa, mutta useita ohjelmia hallinnoivan viraston organisaatiotilillä on luontevaa puhua ohjelmista ja niiden parissa tehtävästä työstä myös yhtenä kokonaisuutena. Myös muiden tilien kohdalla esimerkiksi hakuneuvontaa koskevissa tviiteissä on muutamia useampaan ohjelmaan viittaavaa tviittejä. Suurin osa näiden teemojen julkaisuista kuitenkin koskee juuri Erasmus+-ohjelmaa.

Ohjelman tarjontaan keskittyvissä julkaisuissa käsitellään Erasmus+:n kohderyhmilleen tarjoamia mahdollisuuksia. Olen laskenut teemaan julkaisut, joissa kerrotaan ohjelman kautta saatavasta rahoituksesta ja sen eri aloilla toteutettavista toimintomuodoista yleisellä tasolla, menemättä tarkemmin yksittäisiin projekteihin. Teeman julkaisuissa siis keskitytään luonnehtimaan sitä, millaisia vaihtoehtoja ohjelmassa on tarjolla ja kenelle. Niissä esimerkiksi kerrotaan Erasmus+:n tukevan jäseneltyä vuoropuhelua ja rahoittavan urheiluprojekteja (rahoitusmahdollisuuksien esittely) tai tarjoavan koulu yhteistyötä eTwinning-hankkeessa tai väli vuoden ulkomailla EVS-projektin muodossa (toimintokuvaukset). Kuvan 2 esimerkki havainnollistaa ohjelman tarjonnan teemaa ja sen rahoitusmahdollisuuksien esittelyn sisältötyyppiä. Tviitissä Erasmus+ Jeunesse nostaa esiin Erasmus+:n nuorille, järjestöille ja yhteisöille tarkoitetun urheilutuen ja antaa linkin lisätietoon aiheesta.



Kuva 2. Esimerkki tarjontateemaisesta rahoitusmahdollisuuksia esittelevästä julkaisusta

Ohjelman tulokset -teema puolestaan käsittää toteutuneita tai toteutumassa olevia projekteja tai hankkeita käsittelevät julkaisut. Teema kuuluu Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa yleisimpien joukkoon. Sisältötyypeistä projekti- ja osallistujaesityksissä ja osallistujien kokemuskertomuksissa on esillä ohjelman yksilöosallistumisen näkökulma. Esittelyissä kerrotaan käynnissä olevista Erasmus+-projekteista, -koulutuksista, -työpajoista, -opintovierailuista ja -vaihtoista. Niissä myös jaetaan rahoitusta saaneiden organisaatioiden ilmoituksia päätöksen saamisesta ja hankesuunnittelusta sekä esitellään osallistujia, kuten kuvan 3 Erasmus+ Jeunessen kommentoidussa uudelleentviitissä puolalaisesta EVS Karolinasta, joka tekee 10 kuukauden projektia Gascognen Europe Direct -tiedotustoimistossa. Lisäksi tviiteissä on tervetuloivotuksia osallistujille ja ajantasaista tilannekuvailua ja kuvia projekteissa meneillään olevasta toiminnasta.



Kuva 3. Esimerkki tulosteellisesta osallistujaa esittelevästä julkaisusta

Tulosteeman kokemuskertomuksissa jaetaan ohjelmaan osallistuneiden sitaatteja sekä kehoitetaan tutustumaan heidän kokemuksiinsa linkitettyjen artikkelien, blogikirjoitusten, videoiden ja muiden projektidokumenttien kautta. Raporteista, tilastoista ja julkaisuista kertovissa tviiteissä taas tarjotaan luettavaksi esimerkiksi liikkuvuustilastoja ja ohjelman toimintojen vuosittaisia osallistujamääriä, yhteenvetoesitteitä menneistä hankkeista ja projekteista sekä laajempia selvityksiä toimintojen kautta saavutetuista tuloksista.

Ohjelman merkitystä käsittelevissä julkaisuissa Erasmus+:n ansioista puhutaan tulosesittelyä syvällisemmästä näkökulmasta sen toteuttamien yhteiskunnallisten tavoitteiden pohjalta. Keskiössä ovat ohjelman yhteiskuntaa rakentavat ja yksilön kasvua ja itsensäkehittämistä tukevat hyödyt. Merkitysteemaisissa julkaisuissa korostetaan muun muassa ohjelman nuorten osallisuutta edistävää strategiaa, sen kautta saatavan kansainvälisen osaamisen tärkeyttä ja avarakatseisuutta lisäävää vaikutusta sekä nuorisotyön roolia nuoren elämää mullistavissa oppimiskokemuksissa ja työllistymisessä. Lisäksi jaetaan tutkimustuloksia ulkomaankokemusten kehittävästä seurauksista. Teema ei kuulu tilien yleisimpiin, mutta CIMOn julkaisuissa sen osuus on hieman kahden muun tilin osuuksia suurempi. Kuvan 4 esimerkissä CIMO painottaa kansainvälisen osaamisen roolia erilaisuuden kohtaamisessa ja jakaa linkin blogialustalleen opiskelijaharjoittelijan kirjoitukseen, jossa tämä esittää vaihtokokemukset merkittäväksi mahdollisuudeksi erilaisuuteen ja epävarmuuteen kohdistuvien asenteiden muovaamisessa.



Kuva 4. Esimerkki merkitysteemaisesta ohjelman hyötyjä listaavasta julkaisusta

Ohjelmaneuvontaa sisältävissä julkaisuissa seuraajille tarjotaan käytännön ohjeita ja informaatiota ohjelmaan osallistumisesta. Ohjelmaneuvonnalla on merkittävä osuus Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa. Sisältötyypeistä hakuneuvonta keskittyy hanke- ja projektirahoituksen hakemiseen liittyviin ohjeisiin. Julkaisuissa esimerkiksi muistutetaan hakujen määräajoista, jaetaan linkkejä rahoitushakemuslomakkeisiin ja opastuksiin hakemusten tekemisessä ja tiedotetaan tukiwebinaareista. Lisäksi ilmoitetaan vapaista paikoista EVS-projekteissa ja vastataan seuraajien kysymyksiin maisterilainojen hakemisesta. Kuvan 5 esimerkki havainnollistaa hakuneuvontaa. Siinä Erasmus+ UK kehottaa nuorisotalon rahoitusta avaintoiminnossa 1 hakevia tutustumaan tarvittaviin asiakirjoihin ja hakuohjeisiin tarjotun linkin kautta.



Kuva 5. Esimerkki neuvontateemaisesta hakuneuvontaa sisältävästä julkaisusta

Neuvontateemaisissa julkaisuissa annetaan myös tietolähde-, työkalu- ja verkostovinkkejä ohjelmaan osallistujille. Seuraajille tarjotaan esimerkiksi linkkejä tietopaketteihin ohjelman toiminnoista ja niihin osallistumisesta sekä jo toteutuneiden projektien raportoinnista ja heitä informoidaan osallistumista tukevista verkkokursseista ja -paneeleista. Osallistujille myös vinkataan hyödyllisistä palveluista, kuten komission koulutustietoverkosto Eurydicen kouluvuosikalenterista, jota voi käyttää apuna projektien suunnittelussa, tai Otlas-partnerihakutyökalusta, josta voi etsiä yhteistyökumppaneita hankkeisiin. Lisäksi kehoitetaan liittymään erilaisiin verkostoihin, kuten Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa paljon esillä olevaan InVOLveen, toimiston lanseeraamaan EVS-vapaaehtoisten sosiaaliseen verkostoon, jossa voi jakaa kokemuksia ja tutustua muihin vapaaehtoisiihin. Kolmas sisältötyyppi tiedoksiannot sisältää sidosryhmien palvelemiseen liittyviä ilmoituksia. Esimerkiksi Erasmus+ UK tiedottaa eräässä tviitissä toimiston neuvontanumeron muuttumisesta.

Loput kymmenen jaottelemaani teemaa kytkeytyvät Erasmus+-ohjelmaan neljää ensimmäistä löyhemmin. Ne käsittävät laajemmin ohjelman aloihin, unioniin ja sen toimintaan sekä kansallisen toimiston muihin tehtäviin liittyviä julkaisuja. Lisäksi teemoihin sisältyy yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistumista, seuraajien aktivointia ja vuorovaikutussuhteiden ylläpitoa.

Tapahtumat-teemaan olen lukenut erilaisia tiedotustapahtumia, messuja, konferensseja, seminaareja, kokoontumisia ja kulttuuritapahtumia käsittelevät julkaisut. Esillä on niin ohjelmaan liittyviä kuin liittymättömiä tapahtumia. Yhteistä niille on kuitenkin se, että ne ovat yleisesti ottaen tapahtumia, joihin joko kaikella yleisöllä on pääsy tai ne on tarkoitettu jollekin tietylle laajalle kohderymälle. Näin ollen esimerkiksi suljetuista ko-

kouksista tai tapaamisista, kuten päättäjien tai työryhmien palavereista kertovat tviitit, olen laskenut muiden teemojen alle. Tapahtumatviitteihin kuuluu esittelyitä, joissa kerrotaan tulevien tapahtumien aiheista, tarjottavista aktiviteeteista ja paikallaolevista puhujista tai esiintyjistä, ja kutsuja, joissa toivotetaan seuraajat tervetulleiksi ja ilmoitetaan paikasta ja aikataulusta. Lisäksi käynnissä olevista ja menneistä tapahtumista tehdään tilanne- ja jälkiraportointia, jossa kuvaillaan ja kommentoidaan paikan päältä tai jälkikäteen tilaisuuksien kulkua ja keskeisiä puheenaiheita sekä jaetaan kuvia, videoita, puhujien sitaatteja ja linkkejä pidempiin selostuksiin. Kuvan 6 esimerkki havainnollistaa tapahtuman jälkiraportointia.



Kuva 6. Esimerkki tapahtumateemaisesta jälkiraportointia sisältävästä julkaisusta

Tapahtumia käsittelevät tviitit muodostavat lähes neljäsosan CIMOn julkaisuista aineistossa. Siinä missä Erasmus+-ohjelman tarjonta, tulokset ja ohjelmaneuvonta ovat tilillä verrokkitileihin verrattuna pienemmässä roolissa, tuodaan julkaisuissa ahkerasti esille tapahtumia, joissa ohjelmasta saa tietoa ”livenä”. Aineiston toukokuun tviiteissä korostuu ammattikoulutusyhdistys Skills Finland ry:n kansalliset Taitaja-ammattitaitokilpailut ja syyskuun tviiteissä Kuntaliiton järjestämä kunta-alan suurtapah-

tuma Kuntamarkkinat. CIMO esitteli molemmissa tapahtumissa omalla osastollaan kansainvälistymismahdollisuuksia ja hallinnoimiaan ohjelmia. Erasmus+ UK:n tapahtumajulkaisuissa esillä on muun muassa EU-rahoitukseen keskittyvä tiedotuspäivä, Erasmus+-ohjelman nuoriso-osion monitoroinnin huippukokous RAY Summit ja nuorisovaihtoiheinen kokemustenvaihdon työpaja. Erasmus+ Jeunesen käsittelemiin tapahtumiin lukeutuu esimerkiksi Erasmus+-liikkuvuutta ja EVS-toimintoa esitteleviä tiedotustapahtumia, Eurooppa ja nuoret -aiheisia järjestöfoorumeita ja konferensseja sekä nuorisovaihtoprojektin valokuvanäyttely. Tapahtumateeman prosenttiosuuksia (ks. taulukko 8) tarkasteltaessa on huomionarvoista, että EU:n teemakampanjoihin liittyviä tapahtumia käsittelevät julkaisut on laskettu EU:n teemaviikot ja -päivät -teeman alle.



Kuva 7. Esimerkkejä EU:n teemaviikot ja -päivät -teeman julkaisuista

Aikaväleille, joilta aineisto on kerätty, osui paitsi Eurooppa-päivä (9.5.), myös kaksi merkittävää *EU:n teemaviikkoa*, järjestyksessään seitsemäs eurooppalaista nuorisopoliittikkaa ja Youth in Action -ohjelmaa tunnetuksi tekevä nuorisoviikko (27.4.–10.5.2015) ja ensimmäistä kertaa järjestetty, eurooppalaisia liikkumaan kannustava urheiluviikko (7.–13.9.2015). Tämä näkyy aineistossa niihin liittyvien julkaisujen paljoutena. CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa teema nousee aineiston yleisimmäksi ja myös Erasmus+ UK:n julkaisuissa sen osuus on merkittävä. Touko- ja syyskuun ensimmäiset 15 päivää käsittävässä aineistossa teemaviikoista nuorisoviikko saa urheiluviikkoa enemmän huomiota CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa, kun taas Erasmus+ UK:n julkaisuissa urheiluviikko on nuorisoviikkoa enemmän esillä. Eurooppa-päivää käsittelevät julkaisut ovat teemaviikkoja pienemmässä roolissa, ja tileistä siihen liittyviä julkaisuja on eniten Erasmus+ Jeunessella.

Teemaviikkoja ja -päiviä koskevat julkaisut sisältävät kampanjapromootiota, tapahtumaesittelyitä ja -kutsuja, tilanne- ja jälkiraportointia sekä erilaisia oheisisältöjä. Kampanjapromootiot sisältävät muun muassa osallistumiskehotuksia sekä kuvailuja kampanjoiden tavoitteista ja keskeisistä teemoista, joihin vuonna 2015 kuuluivat kaikkien kolmen kampanjan kohdalla kehitysyhteistyön eurooppalainen teemavuosi ja YK:n ilmastomuutoskonferenssi COP21 ja nuorisoviikon kohdalla lisäksi nuorten osallisuus yhteiskunnassa. Promootiojulkaisuissa myös nostetaan esille yhteistyökumppaneita ja keskeisissä rooleissa toimivia henkilöitä omasta maasta. Lisäksi näytetään esimerkkiä kertomalla, miten kansallinen toimisto osallistuu teemaviikkoihin, ja kannustetaan seuraajia raportoimaan omasta osallistumisestaan. Kuvan 7 Erasmus+ UK:n tviitissä käytetyt kampanjasloganit ja -aihetunnisteet, promootiokuvat ja mainostava sävy ovat tyypillisiä.

Teemaviikkoihin ja Eurooppa-päivään liittyvät tapahtumakutsut ja -esittelyt sekä tilanne- ja jälkiraportit ovat selostuksineen, kuvineen, videoineen, tiimi- ja taustajoukkoesittelyineen ja sitaatteineen sisältötyyppinä samankaltaisia kuin tapahtumateemaisissa julkaisuissa. Esillä on Brysselissä pidettyjä suur tapahtumia, kuten nuorisoviikon YO!Fest, Ideas Lab -seminaari, Euroopan nuorisotyökonferenssi ja nuorisoprojektien palkitsemisseremonia (ks. kuva 7), urheiluviikon avajaiset ja Eurooppa-päivän komissi-

on avoimet ovet. Lisäksi kerrotaan maakohtaisista ja paikallisista tapahtumista. CIMO tviittaa esimerkiksi urheiluviikon Suomen päätapahtumasta ja Erasmus+ Jeunesse Pariisin Eurooppa-päivän juhlasta, nuorten vapaaehtoisten Café SVE -projektin Ranskan kiertueesta ja erilaisista nuorisorganisaatioiden tiedotustapahtumista.

Teeman oheissisältöihin kuuluu nuorisoviikon kohdalla erityisesti kehotuksia tutustua Ideas Lab -seminaarissa esiteltäviin nuorten ehdotuksiin. Varsinkin Erasmus+ Jeunesse mainostaa ahkerasti ranskalaisen Yannickin ideaa Eurooppaa kiertävästä ympäristöfestivaalista. Eurooppa-päivän oheissisältöjä ovat erilaiset faktat Euroopasta ja EU:sta, kuten kuvan 7 Erasmus+Jeunessen uudelleentviittaamassa julkaisussa Schumanin julistuksesta. Urheiluviikon ohessa jaetaan artikkeleita ja uutisia urheiluun liittyvistä tutkimutuloksista ja ilmiöistä ja muistutetaan Erasmus+:n urheilutuesta ja -toiminnoista.

Koulutus- ja nuorisopolitiikka-teemoihin olen laskenut alojen politiikkaa Erasmus+ ohjelmaa yleisemmällä tasolla tarkastelevat julkaisut. Niissä keskitytään koulutus- ja nuorisoalan yhteiskunnallisen tilanteen ja päätöksenteon suurten linjojen esille tuontiin ja kommentointiin. Tällaisia julkaisuja on aineistossa koulutuspolitiikasta CIMOn ja Erasmus+ UK:n tileillä ja nuorisopolitiikasta Erasmus+ Jeunessen tilillä.

Politiikkateemaisissa tviiteissä kerrotaan aloja koskevista raporteista, julkaisuista ja linjauksista sekä jaetaan lausuntoja ja kannanottoja. Erasmus+ UK esittelee esimerkiksi Eurydice-verkoston selvityksen kielten asemasta ala- ja yläkoulussa ja Eurostatin tilaston aikuiskoulutuksen piirissä olevien määrästä Euroopassa ja kertoo komission raporttien linjauksista suositelluista opetustuntimääristä ja eurooppalaisen koulutusyhteistyön vahvistamisesta. CIMO nostaa esiin opetusministerin lausunnon opiskelijoiden kansainvälisyysvalmiuksien tärkeydestä, nuorisoviikon puhujan kannanoton koulutuksen avainroolista tulevaisuuden menestyksessä sekä asiantuntijan arviot maahanmuuttajakoulutuksen kehittämisen paikoista. Erasmus+ Jeunesse tarjoaa luettavaksi komission raportit nuorten tilanteesta Euroopassa ja nuorten EU-kansalaisten yhteiskunnallisesta osallistumisesta ja jakaa komissaari Tibor Navracsicsin nuorisotyön tärkeyttä korostavia lausuntoja. Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa esiintyy myös päätöksentekoprosessien ku-

vaamista, kuten tilanneraportteja nuorisopoliittisista tapaamisista ja työryhmäistunnoista. Niissä kerrotaan tilaisuuksissa käsiteltävistä aiheista ja mukanaolevista tahoista.

Erasmus+ UK:lla on runsaasti erilaisiin *koulutusalan ilmiöihin* keskittyviä julkaisuja, jollaisille CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen tileillä ei aineistossa löytynyt vastineita. Tvii-
tit liittyvät erityisesti kansallisen tason koulutuskenttään ja ne koostuvat tyypillisesti saateteksteistä ja linkeistä artikkeleihin. Teeman sisältötyypeiksi olen eritellyt uutiset, henkilötarinat ja vinkit. Uutistyyppin julkaisuissa kerrotaan koulutusalan ajankohtaisista aiheista, kuten uusista loppukoevaihtoehdoista, Walesissa lanseeratusta harjoittelulähettiläskampanjasta ja älypuhelin oppimista häiritsevistä vaikutuksesta tehtävästä arvioinnista. Henkilötarinoissa esitellään jollain tavalla ansioituneiden ihmisten opintotarinoita. Niissä tutustutaan esimerkiksi neljässä vuodessa harjoittelijasta johtajaksi edenneeseen nuoreen mieheen (kuva 8), urauurtavassa tutkimuksessa mukana olevaan opiskelijaan ja neljään julkisuuden henkilöön, jotka ovat aloittaneet uransa harjoittelijoina. Vinkeissä puolestaan jaetaan koulutusmaailmaan liittyviä käytännön ohjeita eri kohde-ryhmille. Opiskelijoille annetaan neuvoja esimerkiksi tenttikaudesta selviytymiseen, erottuvan harjoitteluhakemuksen laatimiseen ja puhelinhaastattelussa onnistumiseen. Opettajille tarjotaan tietoa muun muassa koodauksen ja ohjelmoinnin opettamisesta ja teknologian hyödyntämisestä esteettömän oppimisen tukemisessa. Organisaatioita ohjeistetaan harjoittelijan palkkaamisen hyödyistä ja henkilöstön taitojen kehittämisestä.



Kuva 8. Esimerkki koulutusalan ilmiöt -teeman henkilötarinaa esittelevästä julkaisusta

Eurooppalaisuus-teeman alle olen laskenut ne muutamat tviitit, joissa tuodaan vahvemmin esiin yhteiseurooppalaista identiteettiä ja tarjotaan vinkkejä sen toteuttamiseen Eurooppa-aiheiden pariin hakeutumalla. Julkaisuissa esiintyy eurooppalaisuuden määrittelyä yhteisiä arvoja korostamalla. Kuvan 9 Erasmus+ Jeunessen uudelleentviittamassa julkaisussa komissaari Tibor Navracsics nimeää eurooppalaisiksi arvoiksi demokratian, vapauden, tasa-arvon ja keskinäisen kunnioituksen. Vinkeissä taas kehoitetaan kuuntelemaan Eurooppa-asioihin keskittyvää radio-ohjelmaa Europhonicaa ja juhlistamaan Euroopan kielten päivää.



Kuva 9. Esimerkki Eurooppalaisuus-teeman julkaisusta

CIMOn tilillä on aineistossa useita julkaisuja, joissa otetaan kantaa yhteiskunnallisiin ilmiöihin. *Arvot ja yhteiskunta* -teeman muodostavat luokituksessani sellaiset kannanotot, jotka eivät liity suoraan ohjelman aloihin (vrt. koulutus- ja nuorisopolitiikka-teemat), vaan joissa kommentoidaan laajemmin yhteiskuntaelämän eri osa-alueisiin, kuten talouteen, maahanmuuttoon ja maailmanpolitiikkaan, liittyviä aiheita. Teeman julkaisuihin tyypillisesti ilmaistaan selkeä kanta ja puolustetaan tiettyjä organisaation strategiaan läheisesti liittyviä arvoja, esimerkiksi avarakatseisuutta, avoimuutta, yhdenvertaisuutta ja maidenvälistä yhteistyötä. Ne sisältävät usein sitaatteja ja linkkejä esimerkiksi blogikirjoituksiin. Julkaisuihin muun muassa peräänkuulutetaan maahanmuuttajien osaamisen käyttöönottoa yhteiskunnan vahvistamiseksi ja kansainvälistymistä tukevia toimia hallitukselta ja yhteistyötahoilta avarakatseisen Suomen rakentamiseksi. Aineiston syyskuun tviiteissä CIMO ottaa kantaa myös syksyn yhteiskunnallista keskustelua kansainvälisesti hallinneeseen pakolaiskriisiin osoittaen tukensa turvapaikanhakijoille ja pakolaisten auttamiseen keskittyvälle *Suomi Says Welcome* -liikkeelle. Kuvan

10 esimerkissä CIMO toivottaa turvapaikanhakijat tervetulleiksi videon ja saatetekstin muodossa käyttäen liikkeen aihetunnisteita.



Kuva 10. Esimerkki Arvot ja yhteiskunta -teeman kantaaottavasta julkaisusta

Tilien viestinnässä on myös tiedon vastaanottamista aktiivisempaan verkko-osallistumiseen kannustavia julkaisuja. *Verkko-osallistumismahdollisuudet* -teema käsittelee kehotuksia osallistua erilaisiin verkon kautta toteutettaviin kyselyihin, kilpailuihin ja äänestyksiin, seurata verkkokeskusteluja ja ottaa niihin osaa sekä katsoa tapahtumien suoratoistoja. Joukossa on niin kevyempiä kuin syvempään yhteiskunnalliseen osallistamiseen tähtääviä mahdollisuuksia. Esimerkiksi Erasmus+ Jeunessen jakamiin kyselyihin lukeutuu niin seuraajien lomaviettotapoja tiedusteleva kesäkysely kuin jäsennellyn vuoropuhelun projektin nuorten kysely Euroopan kehittämisestä solidaarisemmaksi. Kilpailuihin taas kuuluu Eurooppa-kuvakisan lisäksi kantaaottavamman sisällöntuotannon mahdollistava ympäristöaiheinen EVS Film Festival -videokilpailu ja ranskalaisille suunnattu yhteiskuntainnovaatiokilpailu. Äänestyskehotukset keskittyvät erityisesti nuorisoviikon ohessa markkinoituun komission Ideas lab -innovaatiokilpailuun, johon valituista nuorten yhteiskunnallisiin haasteisiin esittämistä ratkaisuehdotuksista järjestettyä verkkoäänestystä promosi Erasmus+ Jeunessen lisäksi Erasmus+ UK.

Erasmus+ UK:n tarjoamissa verkko-osallistumismahdollisuuksissa korostuvat aineiston perusteella seuraamis- ja keskustelukehotukset. Julkaisuissa kehoitetaan tutustumaan ja liittymään aihetunnisteiden avulla esimerkiksi nuorison digitaalista osallistumista tarkastelevasta symposiumista ja aiemmin mainitusta RAY Summit -huippukokouksesta käytävään Twitter-keskusteluun. Erasmus+ UK jakaa myös useita stream-linkkejä, joista voi seurata suorana esimerkiksi urheiluviikon avajaisia, kielten päivän paneelia tai YO!Festin ohjelmaa. Myös Erasmus+ Jeunesse ja CIMO jakavat stream-linkin nuorisoviikon nuorisopoliittisen debatin ja nuorisoprojektien palkintogaalan seuraamiseen (ks. kuva 7). Lisäksi tarjottuihin verkko-osallistumismahdollisuuksiin kuuluu Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen promoama komission Erasmus+-chat ja CIMOn välittämä kehoitus jakaa oma liikuntahetki urheiluviikon *#BeActive*-aihetunnisteella.

Vuorovaikutteisia elementtejä, kuten puhuttelua, mainintoja ja vastauksia, esiintyy jossain määrin kaikkien teemojen julkaisuissa. Julkaisut, joiden pääasiallinen viestisisältö liittyy keskeisesti sosiaaliseen kanssakäymiseen ja tervehdysten, toivotusten, kiitosten ja tunnustusten välittämiseen eri tahoille, olen kuitenkin laskenut oman *Toivotukset*-teemansa alle. Julkaisuissa esimerkiksi toivotaan niin hyvää päivänjatkoa tai lomaltapaluuta kaikille kuin hyvää projektia aloittaville tai hyvää jatkoa projektinsa päättävillä osallistujille. Toivotuksia esiintyy myös yhdessä tulosteemaisten osallistujaesittelyiden kanssa. Kuvan 11 esimerkkijulkaisun uudelleentviitatussa osassa esitellään Ranskaan saapunut EVS-vapaaehtoinen Léna ja kommenttiosassa Erasmus+ Jeunesse toivottaa tälle hyvää projektia.



Kuva 11. Esimerkki toivotusteemaisesta julkaisusta

Tunnustuksiin lukeutuu asianosaisten onnittelu nuorisoviikon gaalassa palkitusta nuorisoprojektista ja uudelleentviittauksia kansallisen toimiston työstään saamista kehuista. Kiitoksia esitetään muun muassa tapahtumissa toimiston pisteellä vierailleille sekä tilin uusille seuraajille ja julkaisuja uudelleentviittanneille. Aineiston perusteella toivotustemaiset julkaisut ovat yleisimpiä CIMOn tilillä, jolla niiden osuus on yleisyydessä jaetulla kolmannella sijalla.

Muut ohjelmat -teemaan kuuluvat julkaisut, jotka käsittelevät muita joko kansallisten toimistojen tai muiden tahojen koordinoimia yhteistyö- ja apurahaohjelmia ja toisia EU-ohjelmia. Esillä ovat esimerkiksi EU-ohjelmat Luova Eurooppa ja Kansalaisten Eurooppa, korkeakoulujen kansainvälisen yhteistyön ohjelmia, alueellinen nuorisoliikkuvuusohjelma, globaali kansalaisaktiivisuusohjelma ja YK-asiantuntijaohjelma. Teeman sisältötyyppejä ovat tarjonta- ja tulosesittelyt ja tapahtumakutsut ja -raportit. Organisaatiotilinä CIMOn tili sisältää luonnollisesti Yhdistyneen kuningaskunnan ja Ranskan Erasmus+-tilejä enemmän muita ohjelmia koskevia tviittejä.

5.3.3 Julkaisujen aihetunnisteet

Aihetunnisteet ovat keskeinen työkalu Twitterissä, josta ne ovat levinneet käytettäväksi myös muihin sosiaalisen median kanaviin. Aihetunnisteilla julkaisut liitetään osaksi tietystä aiheesta käytyä keskustelua, jolloin viestin näkyvyys ja löydettävyyt paranee. Ne toimivat myös hakusanoina, joilla voi etsiä ja seurata itseään kiinnostavaa sisältöä. Lisäksi tietyn aihetunnisteen runsaalla käytöllä ja suosittamisella voi markkinoida tuotteita, palveluita ja brändejä tai edistää kampanjoita. Aineiston perusteella aihetunnistekäyttö on runsasta kaikilla kolmella tarkastelemallani tilillä. Tilikohtaiset aihetunnistemäärät esitetään taulukossa 9. Jokaisella tilillä tilien omista ja uudelleentviittaamista julkaisuista yhteensä yli 80 % sisältää aihetunnisteita. Julkaisumääriin verratessa tunnisteiden määrästä käy ilmi myös, että yksi julkaisu sisältää usein useampia aihetunnisteita. Erasmus+ Jeunessen aineiston aihetunnisteita sisältävissä 180 julkaisussa on yhteensä peräti 549 aihetunnistetta, jolloin yhdessä julkaisussa on keskimäärin kolme aihe-

Taulukko 9. Tilikohtaiset aihetunnistemäärät aineistossa

	CIMO	Erasmus+ UK	Erasmus+ Jeunesse
Aihetunnisteita omissa julkaisuissa	48 32 julkaisussa	133 80 julkaisussa	389 99 julkaisussa
Aihetunnisteita uudelleentviitatuissa julkaisuissa	73 40 julkaisussa	28 12 julkaisussa	154 81 julkaisussa
Aihetunnisteita yhteensä	121 72 julkaisussa	161 92 julkaisussa	543 180 julkaisussa
Erilaisia aihetunnisteita	55	75	128
Aihetunnisteita sisältävien julkaisujen osuus aineistosta	88,9 % 81 julkaisusta	85,0 % 113 julkaisusta	91,4 % 197 julkaisusta

tunnistetta. Käytettyjen tunnisteiden kokonaismäärien ja keskenään erilaisten tunnisteiden määrien vertailu taas osoittaa, että tietyt aihetunnisteet toistuvat.

Selvittääkseni, millaisiin aiheisiin tarkastelemani tilit liittävät julkaisujaan, mitä ne nostavat erityisesti esiin itse tai uudelleentviitatu sisällön kautta ja millaisilla tunnisteilla niiden viestit on löydettävissä, olen eritellyt aineistossa esiintyviä aihetunnisteita sisällöllisesti ja jaotellut ne aihealueita kuvaaviin kategorioihin. Olen myös laskenut kuhunkin kategoriaan kuuluvien tunnisteiden osuuden kaikkien tilillä käytettyjen tunnisteiden kokonaismääristä. Aihetunnisteiden joukossa on niin ilmiöitä yleistasoisesti kuvaavia yleisnimiä, kuten vapaaehtoisuutta tarkoittava sana *#volunteering*, kuin spesifejä erisnimiä, kuten ranskalaisen vapaaehtoisohjelman nimi *#ServiceCivique*. Kategorioihin sijoittamista olen lähestynyt jälkimmäisten kohdalla sen pohjalta, mihin kokonaisuuteen ne kuuluvat, ja ensiksi mainittujen kohdalla siitä näkökulmasta, mihin liittyvää sisältöä käyttäjä voisi aihetunnisteilla etsiä. Taulukoihin 10–12 on kerätty jaottelemani aihetunnistekategoriat, niiden tilikohtaiset osuudet aineiston aihetunnisteiden kokonaismääristä sekä kullakin tilillä eri kategorioihin laskemani yksittäiset aihetunnisteet. Osuudet ja tunnistelistaukset käsittävät yhteisesti tilien omat tviitit ja uudelleentviitatu sisällön. Joistakin aihetunnisteista esiintyy julkaisuissa variaatiota isojen ja pienten kirjainten käytössä (esim. *#BeActive*, *#beactive*), mutta koska kirjainkoko ei vaikuta Twitterissä hakutuloksiin, on taulukossa mainittu kustakin vain yksi kirjoitusasu. Kunkin tilin kolme yleisintä yksittäistä aihetunnistetta on alleviivattu.

Taulukko 10. Aihetunnistekategoriat ja niiden tilikohtaiset osuudet, osa 1

Kategoriat	CIMO	Erasmus+ UK	Erasmus+ Jeunesse
Kansallinen toimisto	2,5 % #CIMO	6,8 % #ErasmusPlusUK	-
Erasmus+-ohjelma ja sen toiminnot	2,5 % #erasmusplus	11,8 % #ErasmusPlus, #erasmus, #EVS, #eTwinning10, #epale2015, #lifelonglearning, #impactassessment	31,3 % #ErasmusPlus, #erasmus, #SVE, #EVS, #mobilité, #InVOLve, #PartenariatStratégique #DialogueStructuré, #otlas, #Eurodesk
Erasmus+-hankkeet ja projektit	4,1 % #sedy,#learning-throughsports	1,2 % #BristolEVS, #isaoysterproject	0,9 % #Balsika, #EVSFF
Muut EU-ohjelmat, -aloitteet ja projektit	1,7 % #Kansalaisten-Eurooppa, #luovaeurooppa	0,6 % #CreativeEurope	4,1 % #Europhonica, #euomed, #ideaslab, #EUYouthReport, #LabelParisEurope
Muut kv-yhteistyön ohjelmat	1,7 % #NSS, #Eritrea	0,6 % #ActiveCitizens	-
EU:n teemavuodet, -viikot ja -päivät	27,3 % #BeActive, #Euroopanurheiluviikon, #youthweek	16,8 % #beactive, #EWoS, #EuropeanWeekofSport, #youthweek, #EuropeDay, #edl2015, #EDLangs*	21,9 % #BeActive, #MyWeek, #EWoS, #youthweek, #9mai, #fetedeleurope, #FêtedelEurope, #AED2015,#EYD2015*
Muut teemapäivät ja -kampanjat	-	1,9 % #literacyday, #InternationalLiteracy-Day,#HappySalvageDay	0,2 % #MOVEWEEK
Unioni	0,8 % #europeanparliament	0,6 % #eurydice	1,3 % #EU, #europeanunion, #EP, #EurydiceEU, #EACEA, #Schuman
Eurooppa ja eurooppalaisuus	-	0,6 % #Europe	2,6 % #Europe, #Europeans
Tapahtumat	16,5 % #kuntamarkkinat, #Taitaja2015, #taitaja	6,8 % #Cannes2015, #YOFest, #EUopendoors, #raysummit2015, #eplusstartup, #museumsatnight, #ErasmusPlusChat, #webinar(s)	2,9 % #YOFest, #EYWC2015 (<i>European Youth Work Convention</i>), #YPDW2015, #CRJD1JOUR, #1erPPEI, #ErasmusPlusChat

*) Euroopan kielten päivä, Kehitysyhteistyön eurooppalainen teemavuosi

Taulukon 10 kategoriat liittyvät Erasmus+-ohjelmaan, muihin EU-ohjelmiin, unioniin ja sen toimintaan, muihin kansainvälisen yhteistyön toteutusmuotoihin sekä erilaisiin kampanjoihin ja tapahtumiin. Ohjelmaviestintään keskittyvillä Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen tileillä Erasmus+-ohjelmaa ja sen toimintoja edustavien aihetunnisteiden osuus on odotetusti suuri. Molemmilla tileillä *#ErasmusPlus* kuuluu myös yleisimpiin yksittäisiin aihetunnisteisiin. Ranskan tilillä yleisimpiin lukeutuu lisäksi EVS-vapaaehtoistoiminnon ranskalainen lyhenne *#SVE*. Kaikkien tilien julkaisuissa esiintyy myös yksittäisiin Erasmus+-hankkeisiin ja -projekteihin viittaavia tunnisteita. Unionitunnisteet ovat unionia kokonaisuudessaan kuvaavia ja sen instituutioita ja niiden osastoja nimeäviä. EU:n teemaviikkoja ja -päiviä koskevien julkaisujen paljous heijastuu niitä koskevien aihetunnisteiden suureen osuuteen aineistossa kaikilla tileillä. Urheiluviikon kampanjatunniste *#BeActive* on myös CIMOn ja Erasmus+ UK:n julkaisujen ja nuorisoviikon *#youthweek* CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen julkaisujen kolmen yleisimmän yksittäisen aihetunnisteen joukossa. Paljon tapahtumia julkaisuissaan käsittelevän CIMOn tilillä myös tapahtumiin liittyvät aihetunnisteet ovat merkittävässä osassa.

Taulukon 11 kategoriat kuvaavat ohjelman aloihin ja sisältöihin yleisellä tasolla liittyviä sekä yhteiskuntaelämän aihepiirejä. Erilaiset koulutusta ja opiskelua koskevat aihetunnisteet muodostavat aineistossa yhdessä lähes kolmasosan Erasmus+ UK:n tilillä esiintyvistä aihetunnisteista, kun taas nuorisoa tarkoittava *#youth* kuuluu sen yleisimpiin yksittäisiin aihetunnisteisiin. Nuorisoalan aihetunnisteet ovat aineistossa muita tilejä yleisempiä ohjelman nuorisotoimintoihin keskittyvän Erasmus+ Jeunessen tilillä. Niiden joukossa on niin nuorisoa tarkoittavia yleissanoja kuin nuorisopoliittisten aloitteiden nimiä ja sloganeita. Ohjelman kolmanteen alaan urheiluun liittyvät aihetunnisteet ovat aineistossa teemaviikon kampanjatunnisteita lukuunottamatta koulutusta ja nuorisoa koskevia harvinaisempia kaikilla tileillä. CIMOn tilillä korostuvat muita enemmän kansainvälistymistä kuvaavat tunnisteet, mikä on linjassa organisaation päätehtävän kanssa. Yhteiskunnalliset teemat -kategoriaan olen laskenut yhteiskuntaelämän eri osa-alueita, kuten työelämää, kansalaisuutta, osallisuutta ja monimuotoisuutta, sekä ajankohtaisia päivänpoliittisia puheenaiheita, kuten koulutusleikkauksia, pakolaistilannetta, Ranskan aluevaaleja ja COP21-ilmastokokousta, koskevat aihetunnisteet.

Taulukko 11. Aihetunnistekategoriat ja niiden tilikohtaiset osuudet, osa 2

Kategoriat	CIMO	Erasmus+ UK	Erasmus+ Jeunesse
Koulutus ja opiskelu	5,8 % #ammattillinen-koulutus, #ammattillinen, #aikuiskoulutus, #opiskelu, #kotoutumiskou-lutus	30,4 % #adulthoodeducation, #adulthood, #apprentice, #classroom, #education, #exam, #freshers, #fe, #HE, #graduates, #learners, #literacy, #MOOCs, #school(s), #student(s), #teacher(s), #training, #university, #universities, #VET, #vocationalqualifications	0,7 % #formation, #formateurs, #enseignement, #campus
Nuorisola	0,8 % #nuorisotyö	6,2 % #youth	9,4 % #jeunes, #jeunesse, #Youth, #young, #youthwork, #provox, #ForYouthRights, #planJeunesseOutreMer
Urheilu	-	2,5 % #Sport, #ThisGirlCan, #WeRide	2,2 % #sport
Kansainväli-syys	13,2 % #globaaliarki, #kansainvälisyys, #kansainvälistymi-nen, #kv, #kvosaaaja #maailmalle, #opiskelijavaihto, #international-student	1,2 % #yearabroad	1,7 % #échange, #EchangeDeJeunes, #youthexchange, #internationale
Vapaaehtois-työ	-	1,9 % #volunteering, #volunteers	1,3 % #volontaire(s), #volontariat, #SC, #ServiceCivique
Yhteiskunnal-liset teemat	8,2 % #cimosayswelcome, #suomisayswelcom-e, #europesayswel-come, #inclusion, #maahanmuuttajat, #koulutuslupaus, #maksutonkoulutus, #rekry, #piilotettu-osaaminen	3,1 % #accessibility, #employability, #skills, #leadership	7,6 % #citoyen(s), #inclusion, #participation, #droits, #OuiJeVote, #emploi, #compétences, #entrepreneuriat, #parcours, #climat, #COP21, #GoCOP21, #diversité, #Dialogue-InterReligieux, #animationintergene-rationelle

Taulukossa 12 esitetyt loput kategoriat sisältävät aikaa ja paikkaa edustavia sekä verkkoympäristön käytänteisiin kytkeytyviä aihetunnisteita. Maita, alueita ja kaupunkeja nimeäviä tunnisteita esiintyy aineistossa erityisesti CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen tileillä, ja niillä merkitään usein tapahtumien ja projektien tai hankkeiden paikkoja ja osallistujien kotiseutuja. Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa on lisäksi ajanmääreitä ilmaisevia aihetunnisteita esimerkiksi tapahtumien ja hakupäivien yhteydessä. Internetin, sosiaalisen median ja Twitterin lainalaisuuksiin liittyvät esimerkiksi uudet seuraajat tervetulleiksi toivottava *#Twelcome*, seurattavia tilejä *Follow Friday* -tunniste *#FF* ja tilanneraportointia merkitsevä *#happeningnow*.

Taulukko 12. Aihetunnistekategoriat ja niiden tilikohtaiset osuudet, osa 3

Kategoriat	CIMO	Erasmus+ UK	Erasmus+ Jeunesse
Maat, alueet ja kaupungit	5,8 % #Bryssel, #brussels, #Helsinki, #Turku, #Rautjärvi, #Finnish	0,6 % #Wales	5,1 % #France, #Pologne, #Roumanie, #Maroc, #régions, #Corse, #Bretagne, #BasseNormandie, #Bruxelles, #Brussels, #Paris, #Caen, #Dijon, #Bordeaux, #Nancy, #NîmesMetropole, #Rennes, #Lorient, #Mimizan, #Laigle
Internet, sosiaalinen media ja Twitter	3,3 % #thankSALL, #selfie, #happeningnow	0,6 % #newsletter	1,3 % #FF, #Twelcome, #happeningnow, #photocontest, #Votez
Ajanmääreet	-	-	0,9 % #14mai, #rentrée2015, #4daystogo, #TODAY
Muut	5,7 %	5,6 %	4,6 %

Aihetunnisteita käytetään julkaisuissa sekä lauseenjäsenenä tavallisen sanan tavoin että tiivitin alussa tai lopussa erillisinä merkitsijöinä. Kuten edellä *verkko-osallistumismahdollisuudet*-teeman käsittelyssä kävi ilmi, Twitter-käytänteiden mukaisesti tileillä

myös suositetaan tiettyjä aihetunnisteita seuraajille keskustelujen seuraamiseen ja niihin osallistumiseen. Suosittaminen korostuu kampanjoiden ja tapahtumien yhteydessä. Tviittien merkkirajoituksen huomioiden on luonnollista, että aihetunnisteissa käytetään paljon erilaisia lyhenteitä. Esimerkiksi Erasmus+ UK:n koulutukseen liittyvissä aihetunnisteissa jatkokoulutusta tarkoittava *further education* ja korkeakoulutusta tarkoittava *higher education* lyhentyvät muotoihin *#fe* ja *#HE*. CIMOn tilillä taas esimerkiksi *kansainvälinen osaaja* esitetään muodossa *#kvosaaja*. Ohjelmien, teemapäivien ja tapahtumien nimiin viittaaville sekä kampanjatunnisteille lyhenteet ovat erityisen tyypillisiä. Lyhenteiden käyttö jättää merkkitilaa muulle viestisisällölle, mutta lyhenteiden vaikiintuneisuudesta tai kontekstin vaikutuksesta riippuen ne myös vaativat vastaanottajalta tulkintaa ja pohjatuntemusta.

5.3.4 Jaettua sisältöä tuottavat ja näkyvyyttä saavat tahot

Selvittääkseni, minkä tahojen tuottamaa sisältöä tileillä jaetaan, erittelen aineistossa uudelleentviitattuja ja julkaisuissa linkitettyjen sivustojen ylläpitäviä tahoja. Sitten käsittelem aineistossa muutoin näkyvyyttä saavia tahoja tilimainintojen kautta. Lisäksi tarkastelen lyhyesti viestisisällöissä näkyvyyttä saavia ja lainattuja tahoja.

Uudelleentviittaamalla organisaatio voi täydentää omaa viestintäänsä muiden tuottamalla sisällöllä, tuoda esiin kytköksiä yhteistyötahoihin ja edistää näiden viestien leviämistä sekä osoittaa kiinnostusta ja arvostusta muiden näkemyksiä kohtaan. Tarkasteltavien tilien välillä on aineistossa eroja uudelleentviittaamisen määrässä. Taulukko 13 havainnollistaa uudelleentviitattun sisällön määriä tileillä. Aineiston perusteella julkaisujen kokonaismäärään nähden eniten uudelleentviitattua sisältöä jakoi CIMO, jonka 81 julkaisusta uudelleentviitattuja oli 60,5 prosenttia. Erasmus+ Jeunessen 197 julkaisusta uudelleentviitattujen osuus oli 48,7 prosenttia. Erasmus+ UK:n 113 julkaisusta uudelleentviitattu sisältö puolestaan muodosti ainoastaan 19,5 prosenttia. Uudelleentviitattuja tilejä kertyi yhteensä 30 päivän aikavälin aineistossa CIMOn tilillä 31, Erasmus+ UK:n tilillä 20 ja Erasmus+ Jeunessen tilillä 54. Lukujen vertaaminen uudelleentviitattujen julkaisujen määrään osoittaa, että osaa tileistä uudelleentviitataan useamman kerran.

Taulukko 13. Tilikohtaiset uudelleentviitattujen julkaisujen määrät aineistossa

	CIMO	Erasmus+ UK	Erasmus+ Jeunesse
Uudelleentviitattuja julkaisuja	43	22	75
Itse kommentoituja uudelleentviitattuja julkaisuja	3	-	20
Uudelleentviitattuja toisten kommentoimia uudelleentviitattuja julkaisuja	3	-	1
Yhteensä	49	22	96
Uudelleentviitattuja tilejä yhteensä	31	20	54
Uudelleentviitattujen julkaisujen osuus aineistosta	60,5 % 81 julkaisusta	19,5 % 113 julkaisusta	48,7 % 197 julkaisusta

Twitterin keväällä 2015 uudistuksessa helpottamaa kommentoivaa uudelleentviittausta esiintyy aineistossa CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen tileillä. Uudistuneessa kommentoivassa uudelleentviittauksessa käyttäjä voi kirjoittaa enintään 116 merkin mittaisen oman kommenttinsa uudelleentviittauksen saatteeksi, joka näkyy alkuperäisen viestin yläpuolella (Viestintätoimisto Kaiku Helsinki 2015). Erasmus+ Jeunessen uudelleentviittamista julkaisuista noin viidennes sisältää tällaisen saateen. Kuva 11 sivulla 68 havainnollistaa itse kommentoitua uudelleentviitattua julkaisua. Myös toisen kommentoiman uudelleentviitatun julkaisun voi uudelleentviitata edelleen, kuten kuvan 12 esimerkissä.

**Kuva 12.** Esimerkki kommentoivasta uudelleentviittaamisesta

Kartoittaakseni, keiden tuottamaa sisältöä tileillä jaetaan, olen ryhmitellyt aineistossa uudelleentviitattuja tilejä sen mukaan, mitä tahoja ne edustavat. Olen myös laskenut kunkin tahon julkaisujen osuuden kaikista tileillä uudelleentviitatuista julkaisuista. Taulukkoon 14 on kerätty ryhmittelemäni uudelleentviitattut tahot ja kunkin tahon julkaisujen tilikohtaiset osuudet uudelleentviitatuista julkaisuista (RT), eli kuinka suuri osa tileillä uudelleentviitattusta sisällöstä on aineiston perusteella tahon tuottamaa.

Taulukko 14. Uudelleentviitattut tahot ja niiden tilikohtaiset osuudet uudelleentviitattusta sisällöstä

Uudelleentviitattut tahot	CIMO % yht. 52 RT*	E+ UK % yht. 22 RT	E+ Jeun % yht. 97 RT*
Kansallisen toimiston osastot ja työntekijät	46,2	13,6	-
Erasmus+-ohjelman virallinen tili	7,7	4,5 (<i>1 kpl</i>)	24,7
Erasmus+-ohjelman ala- ja toimintokohtaiset tilit - sis. paikalliset	-	4,5 (<i>1 kpl</i>)	1,0 (<i>1 kpl</i>)
Erasmus+-projektit	-	4,5 (<i>1 kpl</i>)	2,1
Muut EU-ohjelmat	-	4,5 (<i>1 kpl</i>)	1,0 (<i>1 kpl</i>)
EU:n instituutiot ja niiden edustajat - toimielimet ja niiden osastot ym. - paikalliset edustustot - komissaarit	5,8	18,2	18,6
Europarlamentaarikot	7,7	-	-
EU-tieto-organisaatiot	-	-	14,4
Muut EU-toimijat	-	-	1,0 (<i>1 kpl</i>)
Kotimaan ministeriöt ja niiden virkamiehet ja laitokset	3,8	-	3,1
Kotimaan poliitikot	-	-	2,1
Hallitustenväliset yhteistyöorganisaatiot	1,9 (<i>1 kpl</i>)	-	1,0 (<i>1 kpl</i>)
Koulutusalan toimijat	11,5	22,7	2,1
Nuorisoalan toimijat	-	9,1	13,4
Urheilualan toimijat	1,9 (<i>1 kpl</i>)	9,1	-
Kansainvälisyystoimijat	1,9 (<i>1 kpl</i>)	4,5 (<i>1 kpl</i>)	1,0 (<i>1 kpl</i>)
Kulttuuritoimijat	-	-	2,1
Mediat ja toimittajat	-	-	3,1
Yksityishenkilöt	-	-	2,1
Muut	11,5	4,5	7,2

Jokainen yksittäinen uudelleentviitattu tili on laskettu vain yhteen ryhmään, jolloin kah-ta tahoja edustamaan sopivien kohdalla (esim. kansainvälisyystoimija/nuorisotoimija) olen laskenut tilin julkaisut ensisijaiseksi tulkitsemani tahon osuuksiin. CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen kohdalla kokonaisvertailuluku poikkeaa taulukon 13 yhteismääräs-tä. Tämä johtuu siitä, että kuvan 12 (s. 76) kaltaisissa uudelleentviitatuissa toisten kommentoimissa uudelleentviittauksissa on kaksi uudelleentviitattua tiliä, jolloin niitä on osuuksien yhteydessä mielekästä käsitellä kahtena viestinä. Taulukossa kolmen kul-lakin tilillä eniten uudelleentviitattun tahon osuudet on lihavoitu. Erasmus+ UK:n lu-vuissa on huomionarvoista, että pienestä kokonaismäärästä johtuen erot ovat pienempiä kuin prosenttiosuudet antavat ymmärtää.

Oman organisaation osastojen ja työntekijöiden julkaisut muodostavat lähes puolet CI-MON uudelleentviittaamista julkaisuista aineistossa. Organisaatiotilin viestinnän täyden-täminen organisaation sisäisten toimijoiden tilien viestinnällä on luontevaa ja tietystä näkökulmasta tällaisen sisällön jakaminen voidaan rinnastaa itse tuotettuun sisältöön. Tältä kannalta katsottuna CIMOn tilin suuri uudelleentviittausprosentti ei niinkään kerro itse tuotetun sisällön vähydestä vaan sen erilaisesta rakentumisesta. Muista uudel-leentviitatuista tahoista CIMOn tilillä on aineistossa eniten erilaisten koulutustoimijoi-den, Erasmus+-ohjelman virallisen komission ylläpitämän tilin ja europarlamentaari-koiden julkaisuja. Erasmus+ Jeunesse uudelleentviittaa aineistossa eniten Erasmus+-ohjelman virallista tiliä, jonka julkaisuja on uudelleentviitatuista lähes neljännes. Mer-kittävä osuus on myös EU:n instituutioiden ja niiden edustajien sekä alueellisten EU-tiedotukseen keskittyvien organisaatioiden, kuten *Europe Direct*- ja *Maison de l'Europe*-keskusten julkaisuilla. Erasmus+ UK:n aineiston 22 uudelleentviitattun julkaisun jou-kossa osuuksista suurimmat ovat muutamien tviittien eroilla koulutusalan toimijoiden, EU:n instituutioiden ja organisaation osastojen ja työntekijöiden julkaisuilla.

Erasmus+-ohjelmaan suoraan liittyviin uudelleentviitattuihin tileihin kuuluvat komissi-on virallisen ohjelmatilin lisäksi ala- ja toimintokohtaiset paikalliset tilit Ranskan *Génération Erasmus* (ks. liite 1) ja Yhdistyneen kuningaskunnan *EPALE UK* sekä yksittäisten Erasmus+-projektien tilit. Muista EU-ohjelmista uudelleentviitataan Välime-

ren alueen nuoriso-ohjelma *Euromed Youthin* ja Luova Eurooppa -ohjelman kansallisen toimiston *CreativeEuropeDeskUK:n* tiliä.

EU:n instituutioista Euroopan komission virallista tiliä uudelleentviittaavat aineistossa Erasmus+ UK (1 RT) ja Erasmus+ Jeunesse (1 RT). Maansa paikallista edustustoa uudelleentviittaavat CIMO (2 RT) ja Erasmus+ Jeunesse (3 RT), joka uudelleentviittaa myös Marseillen alueellista edustustoa (2 RT). Komissaareista uudelleentviitataan ohjelman aloista vastaavaa koulutus-, kulttuuri-, nuorisoasian- ja urheilukomissaari Tibor Navracsicsia Erasmus+ UK:n (1 RT) ja Erasmus+ Jeuessen (4 RT) tileillä. Muista komission alaisista toimijoista tileillä jaetaan julkaisuja Euroopan nuorisoportaalin (yht. 6 RT) ja kehitysyhteistyön pääosaston (1 RT) tileiltä sekä Eurydice-verkoston paikallistililtä (1 RT). Lisäksi aineistossa uudelleentviitattuihin EU-instituutioiden edustajiin lukeutuu parlamentin Yhdistyneen kuningaskunnan edustuston koulutuspalvelun (1 RT) ja Ranskan kansallisen edustuston (1 RT) tilit ja parlamentin tapahtumakohtainen tili (1 RT).

Unionissa kansalaisia edustavien europarlamentaarikoiden julkaisuja jakoi aineistossa CIMO, joka uudelleentviittasi nuorisoviikon Brysselin tapahtumaosastolla käyneiden Henna Virkkusen ja Anneli Jäätteenmäen tviitit vierailuistaan. Muita hallinnollisen alan uudelleentviitattuja tahoja ovat kotimaan ministeriöt ja niiden virkamiehet ja laitokset sekä kotimaan poliitikot. CIMO uudelleentviittaa Ulkoministeriötä ja Kansaneläkelaitosta, Erasmus+ Jeunesse puolestaan Pariisin pormestari Anne Hidalgoa, kaupunkiasia-ain, nuoriso- ja urheiluministeri Patrick Kanneria ja Eurooppa-asioista vastaavaa valtiosihteeri Harlem Désiriä sekä pääministerin kanslian alaista strategialaitosta. Erasmus+ UK ei aineistossa uudelleentviittaa kotimaan hallintoa.

Koulutus-, nuoriso- ja urheilualan toimijoihin kuuluu erilaisia alojen ammattilaisia ja organisaatioita, joita uudelleentviitataan tileillä niin asiantuntijaroolissa kuin ohjelman osallistujien tai yhteistyötahojen ominaisuudessa. CIMOn tilillä ohjelman alojen toimijoista uudelleentviitataan koulutusalan henkilöstöä ja yhdistyksiä (Skills Finland ry, Suomen ylioppilaskuntien liitto ry) sekä Suomen Vammaisurheilu ja -liikunta VAU ry:n

tutkimuspäällikkö Aija Saarta. Erasmus+ UK jakaa ohjelmaan osallistuvien oppilaitosten ja niiden henkilöstön ja EVS-yhteistyössä mukana olevien nuorisojärjestöjen julkaisuja, ja lisäksi yhden julkaisun urheiluprojektiin osallistuvan koripallojoukkueelta ja Euroopan jalkapalloliitolta. Erasmus+ Jeunessen uudelleentviittäus keskittyy nuorisotalan toimijoiden, kuten alueellisten nuorisotiedotus- ja -neuvontaorganisaatioiden, järjestöjen ja komiteoiden ja vapaaehtoistyön yhdistysten julkaisuihin.

Uudelleentviitattuja kansainvälisyystoimijoita ovat CIMOn tilillä työelämän liikkuvuuteen erikoistunut konsultaatio-organisaatio, Erasmus+ UK:n tilillä vapaaehtoisia välittävä organisaatio ja Erasmus+ Jeunessen tilillä vapaaehtoisten majoitusta tarjoava *Maison des Volontaires*. Kulttuuritoimijoihin kuuluvat ohjelmaan esimerkiksi vapaaehtoisten vastaanottajina osallistuvat kulttuuriyhdistykset. Erasmus+ Jeunessen jakamien julkaisujen joukossa on myös medioiden ja toimittajien ohjelmaan liittyviä tviittejä sekä EVS-vapaaehtoiseksi haluavan ja -vapaaehtoisena toimineen yksityishenkilön tviitit.

Hyperlinkkien jakaminen on olennainen osa Twitter-viestintää, sillä 140 merkin rajoituksesta johtuen itse tviitissä ei ole tilaa pitkälle viestisisällölle. Linkeillä seuraaja ohjataan sisällön pariin toiselle sivulle, jolloin tviittitekstissä voi riittää aiheen esittely ja kehoitus tutustua siihen tarkemmin linkistä. Linkkejä jakamalla voi myös samalla tavoin, kuin uudelleentviittauksen kautta, hyödyntää viestinnässä muiden tuottamaa sisältöä ja levittää muiden tahojen viestejä. Aineiston tilikohtaiset linkkimäärät on eritelty taulukossa 15.

Taulukko 15. Tilikohtaiset linkkimäärät aineistossa

	CIMO	Erasmus+ UK	Erasmus+ Jeunesse
Linkkejä sisältävien julkaisujen osuus aineistosta	43,2 %	81,4 %	73,6 %
Linkkejä omissa julkaisuissa	22	82	93
Linkkejä uudelleentviitatuissa julkaisuissa	17	9	55
Linkkejä yhteensä	39	91	148

Julkaisumääriin suhteutettuna eniten linkkejä jakaa Erasmus+ UK, jonka julkaisuista omat ja uudelleentviitatut julkaisut yhteenlaskettuna yli 80 prosenttia sisältää linkkejä. Erasmus+ Jeunessen julkaisuista linkkejä sisältää lähes kolme neljäsosaa, CIMOn julkaisuista linkkejä on alle puolessa. Vain tilien omat julkaisut huomioitaessa linkkejä on Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen tviiteistä yli 90 prosentissa ja CIMOn tviiteistä lähes 70 prosentissa. Selvittääkseni, keiden tuottamaa sisältöä tileillä jaetaan omien ja uudelleentviitattujen julkaisujen sisältämien linkkien kautta, olen ryhmitellyt linkitettyjen sivustojen ylläpitäjät niiden edustamien tahojen mukaan ja laskenut kunkin tahon osuudet tileillä jaettujen linkkien kokonaismääristä. Ryhmittelemäni linkitettyjä sivustoja ylläpitävät tahot tilikohtaisine linkkiosuuksineen ovat taulukossa 16.

Taulukko 16. Linkitettyjä sivustoja ylläpitävät tahot ja niiden tilikohtaiset osuudet linkeistä

Sivustojen ylläpitäjät	CIMO %	E+ UK %	E+ Jeun %
Kansallinen toimisto	64,1	24,2	45,9
Muut Erasmus+:n alaiset toimijat	-	2,2	0,7 (1 kpl)
Erasmus+-projektit	-	-	5,4
Muut EU-projektit	-	1,1 (1 kpl)	0,7 (1 kpl)
Muiden EU-ohjelmien toimijat	-	1,1 (1 kpl)	0,7 (1 kpl)
EU-instituutiot ja niiden edustajat - toimielimet ja niiden osastot ym. - paikalliset edustustot	7,7	25,3	25,7
EU-tieto-organisaatiot	-	-	2,0
Muut EU-toimijat	-	1,1 (1 kpl)	-
Kotimaan ministeriöt ja muu valtiorhallinto	2,6 (1 kpl)	1,1 (1 kpl)	2,7
Hallitustenväliset yhteistyöorganisaatiot	-	1,1 (1 kpl)	-
Koulutusalan toimijat	2,6 (1 kpl)	16,5	1,4
Nuorisoalan toimijat	2,6 (1 kpl)	-	2,7
Urheilualan toimijat	2,6 (1 kpl)	1,1 (1 kpl)	0,7 (1 kpl)
Kansainvälisyystoimijat	-	-	1,4
Kulttuuritoimijat	-	-	2,0
Etujärjestöt	5,1	-	-
Mediat	2,6 (1 kpl)	23,1	4,9
Yksityishenkilöt	-	-	1,4
Muut	10,3	2,2	2,0

Taulukossa kukin ylläpitävä taho on laskettu vain yhden ryhmän osuuksiin. Osuudet kattavat yhteisesti tilien omissa ja uudelleentviitatuissa julkaisuissa jaetut linkit, ja kolme suurinta osuutta per tili on lihavoitu. Kaikilla kolmella tilillä jaetuista linkeistä merkittävä osa vie kansallisen toimiston itse ylläpitämille sivuille tai organisaation profiileihin ja julkaisuihin erilaisissa kanavissa. Aineistossa CIMOn julkaisujen linkeistä 64,1 prosenttia (25 linkkiä) vie organisaation ylläpitämään sisältöön organisaation verkkosivustolla ja sen blogialustalla sekä CIMOn YouTube-kanavalla. Erasmus+ UK:n linkeistä itse tuotettuun sisältöön johtaa 24,2 prosenttia (22 linkkiä). Linkkejä on Erasmus+ UK:n verkkosivustolle, Facebook-sivulle ja YouTube-kanavalle, British Councilin verkkosivustolle sekä kansallisen toimiston lisäämiin tapahtumiin erillisille tapahtumasivustoille. Erasmus+ Jeunessen linkeistä omaan sisältöön johtavia on 45,9 prosenttia (68 linkkiä) sisältäen linkkejä sen verkkosivuille ja blogiin, Facebook-sivulle ja YouTube-kanavalle. Huomionarvoista on, että tileillä linkitetyissä blogikirjoituksissa on myös vierailevia kirjoittajia.

Merkittävässä osassa ovat myös EU:n instituutioiden ja niiden edustajien ylläpitämille sivuille vievät linkit. Erityisesti komission ja sen alaisten toimijoiden ylläpitämiä sivuja linkitetään paljon. CIMO jakaa linkkejä komission verkkosivustolle ja sen DB-videostream-palvelun kanavalle, Erasmus+ UK ja Erasmus+ Jeunesse edellisten lisäksi komission ylläpitämälle Erasmus+-ohjelman viralliselle Facebook-sivulle. Komission verkkosivustolta linkkejä on useille sen alisivuille, kuten EACEA:n ja Eurydicen, Euroopan nuorisoportaalin, eri ohjelmien ja toimintojen sekä teemaviikkojen sivuille. Erasmus+ UK ja Erasmus+ Jeunesse linkittävät instituutioista myös unionin viralliselle verkkosivustolle ja Erasmus+ Jeunesse komission ja parlamentin Ranskan edustustojen sivuille.

Muista Erasmus+-ohjelman alaisista toimijoista sisältöä jaetaan linkeissä maakohtaiselta aikuiskoulutusyhteisö *EPALE UK*:lta ja nuorisotoimintoja tukevalta *Salto-Youth*-verkostolta, ja muiden EU-ohjelmien toimijoista Luovan Euroopan Yhdistyneen kuningaskunnan kansalliselta toimistolta ja *Euromed Youth* -nuoriso-ohjelmalta. Erasmus+ Jeunesse jakaa linkkejä myös yksittäisten Erasmus+-projektien verkkosivuille ja sosiaa-

lisen median profiileihin ja Erasmus+ UK ja Erasmus+ Jeunesse muiden EU-projektien sivuille. Muita unioniin toimintaan liittyviä julkaisuissa linkitettyjä tahoja ovat *European Youth Forum* sekä Ranskan alueelliset EU-tietokeskukset ja EU-tiedon online-portaali *Toute l'Europe*. Kotimaan hallinnon tuottamaa sisältöä edustaa CIMOn tilillä linkki Ulkoministeriön sivulle, Erasmus+ UK:n tilillä linkki valtion jatkokoulutukseen ja harjoitteluihin keskittyvän viraston sivulle ja Erasmus+ Jeunessen tilillä linkit esimerkiksi Ranskan sisäministeriön ja presidentinkanslian sivuille.

Linkitettyjä sivustoja ylläpitäviin nuorisoalan toimijoihin sekä kulttuuri- ja kansainvälisyystoimijoihin kuuluu pitkälti samanlaisia toimijoita kuin samojen ryhmien uudelleentviitattuihin tahoihin. Koulutustoimijoista linkkejä jaetaan esimerkiksi koulutuksen eri asteisiin keskittyviin verkkomedioihin, kuten *Apprentice Eye*, opettajien online-verkostoon, koulutusalan lehden ja opiskelijoille suunnatun tv-kanava *Ma Chaîne Étudianten* sivuille. Urheilutoimijoista sisältöä linkitetään CIMOn julkaisussa vammaisurheilun VAU ry:ltä, Erasmus+ UK:n julkaisussa Suomen Veikkausta vastaavalta *Sport Englandilta* ja Erasmus+ Jeunessen julkaisussa urheilukampanja *Moveweekiltä*. CIMOn linkeissä osuuden saavat etujärjestöt ovat aineistossa Lastensuojelun keskusliitto ja Elinkeinoelämän keskusliitto.

Linkit journalististen medioiden sivuille ovat yleisiä Erasmus+ UK:n julkaisuissa, joissa jaetaan paljon lukuvinkkejä artikkeleihin (vrt. esim. *koulutusalan ilmiöt* -teema). Aineistossa eniten linkkejä on *The Guardianin* sivulle. Muita Erasmus+ UK:n linkittämiä medioita ovat *BBC*, *The Telegraph*, *The Independent*, *TIME* ja *Education Business*. Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa jaetaan linkkejä alueellisten lehtien *La Dépêche* ja *Ouest Francen* sekä *Nouvelle Calédonie 1ère* -tv-kanavan ja *Hit West* -radiokanavan sivuille. Linkit johtavat usein Erasmus+-ohjelmaan liittyviin juttuihin. CIMO jakaa aineistossa linkin Helsingin uutisten juttuun urheiluviikon Suomen päätapahtumasta.

Yksityishenkilöiden ylläpitämiä sivuja ovat Erasmus+ Jeunessen linkittämät entisen EVS-vapaaehtoisen blogi ja toisen matkustusaiheinen sivusto. Muut-kategorian sisältämiin tahoihin kuuluu esimerkiksi kaupunki, yrittäjyysohjelma ja viraalisivusto.

Mainitseamalla toisen käyttäjän tilin julkaisussa muodossa @käyttäjätunnus voidaan Twitterissä osoittaa viestejä mainituille, merkitä viestisisältöön liittyviä tahoja ja tuoda esiin yhteyksiä sidosryhmiin. Tilimaininta antaa myös näkyvyyttä mainitulle taholle ja lisäksi mainitsijan omalle viestille paitsi mainittujen keskuudessa, myös hakutuloksissa. Usein mainitut myös uudelleentviittaavat tviittejä, joissa ovat saaneet maininnan. Aineistossa maininnat ovat yleisiä CIMOn ja Erasmus+ Jeunesen julkaisussa, joista tilien omat ja uudelleentviitatut julkaisut yhteenlaskettuna yli 70 prosenttia sisältää mainintoja. Erasmus+ UK:n julkaisussa mainintoja on 36,3 prosentissa. Aineiston tilikohtaiset mainintamäärät esitetään taulukossa 17. Mainintamäärien vertaaminen mainintoja sisältävien julkaisujen määrään osoittaa, että yhdessä julkaisussa mainitaan usein useita tilejä. Mainittujen tilien määrää ja mainintojen yhteismäärää verratessa taas ilmenee, että samoja tilejä mainitaan aineistossa useamman kerran.

Taulukko 17. Tilikohtaiset mainintamäärät aineistossa

	CIMO	Erasmus+ UK	Erasmus+ Jeunesse
Mainintoja sisältävien julkaisujen osuus aineistosta	72,8 %	36,3 %	71,1 %
Mainintoja omissa julkaisussa	42	34	184
Mainintoja uudelleentviitatuissa julkaisussa	71	26	54
Mainintoja yhteensä	113 59 julkaisussa	60 41 julkaisussa	238 140 julkaisussa
Mainittuja tilejä yhteensä	52	37	99

Mainintoja käytetään aineiston julkaisussa erilaisiin tarkoituksiin viestisisältöihin suhteutettuna. Kuvan 13 kollaasiin olen kerännyt erityyppisiä mainintoja sisältäviä julkaisuja. Kuvan ylimmät kaksi tviittiä edustavat maininnan käyttämistä viestiin vastaamisessa. Ahmad pyytää Erasmus+ UK:ta lähettämään tietoa vaihdoista ja Erasmus+ UK vastaa, jolloin vastaustviitti alkaa Ahmadin käyttäjätunnuksen maininnalla. On hyvä muistaa, että kaikki tällaiset vastausviestit eivät näy muille kuin molempia tilejä seuraaville.

Mehvash Amna Ahmad @MeVyAhmad · Sep 1
Keen to travel across Europe & indulge in cultures @erasmusplusUK Do send me info on exchanges please :)

Erasmus+ UK @erasmusplusUK · Sep 2
@MeVyAhmad Hi Mehvash! Thanks for getting in touch. Please take a look at our website to find out what you can do erasmusplus.org.uk/what-can-i-do

2:07 AM - 2 Sep 2015 · Details

CIMO @CIMOfin · May 6
Vieraita teltassa keskustelemassa kansainvälisestä nuorisotyöstä. Kiitos käynnistä @miapetrakumpula ! #youthweek



Erasmus+ Jeunesse @ErasmusplusJeun · Sep 14
Connaissez vs @Press_Start_FR prog innovateur d'initiation à #entrepreneuriat solidaire pr #jeunes @globalpotential press-start.org

Erasmus+ Jeunesse Retweeted

Commission en France @UEfrance · May 9
.@harlemdesir et @PervencheBeres : "TEurope n'est pas qu'économique. Ce qui nous unit ce sont les valeurs" #fetedeleurope

Erasmus+ Jeunesse @ErasmusplusJeun · Sep 9
Avis aux #SVE intéressés ;-) cc @Mdvoltaires

Catherine Dauriac @Cityzenca1
Encore quelques Studios avec vue à louer avant le 15/9 à la @Mdvoltaires pour jeunes en #SVE ou #ServiceCivique

Kuva 13. Erityyppisiä mainintoja sisältäviä julkaisuja

Kuvan kolmannessa julkaisussa CIMO käyttää mainintaa osoittamaan kiitosviestinsä osastollaan vierailleelle europarlamentaarikko Miapetra Kumpula-Natrille ja samalla osana raportointia merkintänä mukanaolleista henkilöistä. Neljännessä julkaisussa Erasmus+ Jeunesse mainitsee *Press-Start Francen* esittelytarkoituksessa, mikä tulee ilmi viestimudosta, jossa se kysyy ”Tunnetteko @Press_Start_FR innovaatio-ohjelman...”. Viidennessä julkaisussa mainintoja käytetään nimeämään jaetun sitaatissa lainatut henkilöt. Julkaisun alkuun on lisätty piste ennen käyttäjätunnusta. Käytännöllä varmistetaan tviitin näkyminen kaikille julkaisijan seuraajille (vrt. vastaustviitti). Kuvan alimmassa julkaisussa Erasmus+ Jeunesse hyödyntää cc-kirjainyhdistelmää (*carbon copy*) maininnan edessä, millä ilmenetään Twitterissä halua saattaa viesti mainitun tietoon, vaikkei sen sisältö olisikaan suoraan tälle osoitettu. Samaa tarkoitusta tosin palvelee usein pelkkä maininta, ja cc:n lisääminen on valinnainen tapa ilmaista asia.

Tässä tutkimuksessa en keskity muutamia kurioositeetteja tarkemmin erittelemään aineiston mainintoja yksittäin niiden viestisisältöihin liittyvien tarkoitusten pohjalta, mutta on hyvä tiedostaa mainintojen moninaiset tehtävät julkaisuissa. Omien tutkimuskysymysteni kannalta mainintojen tärkein ominaisuus liittyy niiden mainitun tahon näkyvyyttä lisäävään vaikutukseen. Mainittiin käyttäjä sitten vastaamis-, tavoittamis-, lainaamis- tai esittelytarkoituksessa, annetaan tälle maininnan kautta lisää näkyvyyttä. Mainittu saa itsensä ja tilinsä esille ja mahdollisesti uusia seuraajia viesteilleen. Mainintoja sisältävän julkaisun lukeva puolestaan saattaa maininnan kautta tutustua uuteen tahoon ja löytää uusia hyödyllisiä seurattavia.

Selvittääkseni, mitkä tahot saavat aineiston julkaisuissa näkyvyyttä tilimainintojen kautta, olen ryhmitellyt mainitut käyttäjät niiden edustaman tahon mukaan ja laskenut kunkin tahon mainintojen osuuden tilien julkaisuissa olevien mainintojen kokonaismääristä. Ryhmittelemäni mainitut tahot ja niiden tilikohtaiset osuudet maininnoista on kerätty taulukkoon 18. Osuudet kattavat yhteisesti tilien oman ja uudelleentviitatun sisällön. Kunkin käyttäjän saamat maininnat on laskettu vain yhden tahon osuuksiin. Kunkin aineiston tilin kolme suurinta osuutta on lihavoitu.

Taulukko 18. Mainitut tahot ja niiden tilikohtaiset osuudet maininnoista

Mainitut tahot	CIMO % 113 mainintaa	E+ UK % 60 mainintaa	E+ Jeun % 238 mainintaa
Kansallinen toimisto, sen osastot ja työntekijät	39,8	30,0	8,4
Erasmus+-ohjelman virallinen tili	8,0	3,3	16,0
Erasmus+-ohjelman ala- ja toimintokohtaiset tilit - sis. paikalliset	1,8	11,7	0,8
Erasmus+-projektit	-	1,7 (<i>1kpl</i>)	4,2
Muut EU-ohjelmat	-	5,0	-
EU:n instituutiot ja niiden edustajat - toimielimet ja niiden osastot, yksiköt ym. - paikalliset edustustot - komissaarit	3,5	6,7	17,6
Europarlamentaarikot	21,2	-	0,8
EU-tieto-organisaatiot	-	-	3,4
Muut EU-toimijat	-	-	2,9
Kotimaan ministeriöt, niiden virkamiehet ja muu valtionhallinto	4,4	3,3	5,9
Kotimaan poliitikot	4,4	-	1,7
Koulutusalan toimijat	7,1	13,3	0,4
Nuorisoalan toimijat	2,7	-	6,3
Urheilualan toimijat	-	13,3	1,3
Kansainvälisyystoimijat	0,9 (<i>1 kpl</i>)	1,7 (<i>1 kpl</i>)	2,1
Kulttuuritoimijat	-	-	1,3
Aluehallinnon yksiköt	-	-	13,8
Mediat ja toimittajat	2,7	-	3,8
Yksityishenkilöt	-	6,7	4,2
Muut	3,5	3,3	5,0

Eniten mainintoja CIMOn ja Erasmus+ UK:n julkaisuissa kertyi aineistossa toimistojen omille ja niiden osastojen ja työntekijöiden tileille. Huomionarvoista kuitenkin on, että näistä maininnoista CIMOn kohdalla neljä viidesosaa ja Erasmus+ UK:n kohdalla kaksi kolmasosaa on uudelleentviitatuissa julkaisuissa. CIMOsta mainintoja saavat sen virallinen organisaatiotili, ammatillisen koulutuksen osaston oma tili sekä viisi eri työntekijää, mukaan lukien johtaja Samu Seitsalo. Erasmus+ UK:n toimistoon liittyvistä tahoista mainitaan sen oma tili, British Councilin virallinen ja alueellinen tili sekä Ecorysin tili.

Myös Erasmus+ Jeunessen julkaisut sisältävät toimistoon ja sen osastoihin liittyviä mainintoja, mutta niiden osuus on pienempi. Nämä maininnat kuitenkin jakautuvat tasan oman ja uudelleentviitatun sisällön kesken. Mainitut tilit ovat Erasmus+ Jeunesse sekä toimiston alainen ohjelmaosallistujien resurssikeskus.

Erasmus+-ohjelman virallisella komission ylläpitämällä tilillä on merkittävä osuus maininnoista CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa. Erasmus+ UK:n julkaisuissa taas mainitaan kahta muuta useammin Erasmus+:n ala- ja toimintokohtaisia tilejä, joihin kuuluvat *Open Education Europa* -portaalin ja *EPALEn* viralliset tilit ja *EPALEn* ja *eTwinningin* kansalliset tilit. Erasmus+ Jeunessen maininnoissa vastaavista esiintyy Ranskan koulutusala-kohtaisen Erasmus+-tili *Erasmus+ Educ & form* ja CIMOn julkaisuissa *EPALEn* Suomen tili sekä Hollannin nuorisoalakohtainen ohjelmatili *Youth in Action NL*, joka ei kuitenkaan ole ollut aktiivinen kesän 2014 jälkeen. Erasmus+-projekteista esillä on maininnoissa ammatillisen koulutuksen opettajia tukeva *PAL* Erasmus+ UK:n julkaisussa ja vapaaehtoisten yhteentuomiseen keskittyvä *Café SVE à Paris* Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa. Muut EU-ohjelmat saavat mainintoja Erasmus+ UK:n julkaisuissa. Mainittuina ovat tutkimus- ja innovaatio-ohjelma *Horisontti2020:n* ja Luovan Euroopan viralliset tilit ja alueidenvälisen yhteistyön ohjelma *INTERREGin* tili.

EU:n instituutiota ja niiden edustajia mainitaan paljon Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa. Aineistossa niistä eniten saa mainintoja komission Ranskan edustusto. Komissiolta esillä ovat maininnoissa myös sen virallinen tili ja kehitysyhteistyön pääosaston tili, joiden lisäksi mainitaan komissaarit Tibor Navracsics ja Pierre Moscovic. Komission alaista Euroopan nuorisoportaalin tiliä tarkoittavista maininnoista neljä viidestä johtaa väärän käyttäjätunnuksen vuoksi täysin aiheeseen liittymättömän yksityishenkilön tilille. Parlamentista mainitaan englannin- ja ranskankieliset viralliset tilit ja parlamentin Ranskan edustuston tili. Lisäksi maininnoissa esiintyy instituutioiden kumppanuus- ja kampanjatilejä. CIMOn julkaisuissa instituutioiden edustajista ovat mainittuina komission virallinen tili, komission Suomen edustuston tili ja Tibor Navracsics ja Erasmus+ UK:n julkaisuissa komission virallinen tili ja sen tilastotietoa tuottavan Eurostat-yksikön tili.

CIMOn maininnoissa europarlamentaarikot saavat aineistossa suuren osuuden. Yhteensä 14 eri suomalaisen euroedustajan saamat maininnat (24 kpl) ajoittuvat nuorisoviikolle, jolloin heitä kutsuttiin haastatteluihin CIMOn pisteelle Brysselin tapahtumassa. Tällaisen julkisen maininnan sisältävän kutsun antamalla näkyvyydellä voi nähdä myös taktisen tarkoituksen vaikeuttaa kutsun huomiotta jättämistä tai siitä kieltäytymistä. Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa euroedustajista mainitaan aineistossa ranskalaiset Alain Lamassoure ja Pervenche Beres. Unioniin kytkeytyvistä tahoista Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa on lisäksi mainittu EU-tietokeskuksia sekä muita eurooppalaisiin asioihin keskittyneitä toimijoita, kuten European Youth Forum, kulttuurienvälistä eurooppalaista kansalaisuutta edistäviä liikkuvuusprojekteja toteuttava *Eurocircle*-järjestö ja Euroopan liittovaltion luomista ajavan nuorisjärjestö *JEF*:n Ranskan osasto.

Kotimaan valtionhallinnosta CIMOn julkaisuissa mainitaan Opetus- ja kulttuuriministeriön, sen nuorisoyksikön ja nuorisoyksikön johtajan Georg Henrik Wreden tilit. Poliitikoista esillä on puhuttelu- ja lainaamistarkoituksessa ministereitä ja emerituspresidentti Tarja Halonen. Erasmus+ UK:n julkaisujen maininnoista kotimaanhallintoa edustaa Pohjois-Irlannin yhteishallitus ja sama koulutusvirasto kuin linkitetyissä tahoissa. Erasmus+ Jeunesse mainitsee ministeriöitä sekä myös uudelleentviitatuissa esintyneet pormestari Anne Hidalgo, ministeri Patrick Kannerin ja valtiosihteeri Harlem Désirin.

Koulutus- ja urheilualan toimijat saavat näkyvyyttä erityisesti Erasmus+ UK:n julkaisuissa. Mainittujen joukossa on ohjelmaan osallistuvia oppilaitoksia ja alojen asiantuntija- ja rahoitustahoja. CIMOn julkaisuissa mainitaan koulutus- ja nuorisoalan toimijoita, kuten korkeakouluja ja oppilaitoksia, koulutusalan henkilöstöä, nuorisotyön palvelu- ja vaikuttajajärjestö Allianssi, Nuorteneämä-verkkopalvelu ja Nuorisotyön puolesta -kampanja. Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa mainittuihin ohjelman alojen toimijoihin kuuluu esimerkiksi nuorisotiedotuskeskuksia ja -neuvontajärjestöjä, komiteoita, paralympialaisurheilija ja urheilukampanja. Tileillä mainitut kansainvälisyys- ja kulttuuri-toimijat ovat ohjelman toteutukseen liittyviä yhteistyötahoja: vapaaehtoisia välittäviä organisaatioita ja heitä vastaanottavia ja avustavia yhdistyksiä ja keskuksia.

Medioita ja toimittajia esiintyy CIMOn ja Erasmus+ Jeunessen julkaisujen maininnoissa. CIMO mainitsee Yle uutisten, Yle Pohjanmaan ja Yle Etelä-Karjalan tilit alueiden projekteja esittelevien julkaisujen yhteydessä, minkä voi nähdä eräänlaisena juttuaiheiden vinkkaamisena. Erasmus+ Jeunesse mainitsee lehtien ja radio- ja tv-kanavien tilejä erityisesti ohjelmaan liittyvien artikkeleiden jakamisen yhteydessä. Yksityishenkilöiden tilejä on Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen maininnoissa. Maininnat liittyvät usein ohjelmasta kiinnostuneiden tviitteihin vastaamiseen, mutta lisäksi Erasmus+ Jeunesse nostaa esiin ranskalaisten EVS-vapaaehtoisten tilejä eräässä julkaisussa suositusmielessä.

Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa merkittävään osaan nousevat erilaisten aluehallinnollisten yksiköiden maininnat. Alueiden, departementtien ja kaupunkien tilejä mainitaan niihin liittyvien tapahtumien ja projektien yhteydessä. Muut-kategorian mainintoihin kuuluu CIMOn kohdalla esimerkiksi Kirkon Ulkomaanavun ja Torilla on tilaa -kampanjan tilit, Erasmus+ UK:n kohdalla esimerkiksi OECD:n tili ja Erasmus+ Jeunessen kohdalla esimerkiksi COP21-ilmastokokouksen virallinen tili ja muilla kuin edellä käsitellyillä aloilla toimivien ohjelmaan osallistuvien yhdistysten tilejä.

Uudelleentviittausten ja tilimainintojen lisäksi eri tahoja lainataan ja nostetaan esille viestisisällöissä ilman tilille linkittämistä. Esimerkiksi sitaatteja jaetaan tarkastelluilla tileillä jonkin verran pelkän nimen kanssa vaikkapa tapahtumien asiantuntijapuhujilta, kuten eräässä julkaisussa Euroopan nuorisofoorumin puheenjohtajalta ja toisessa belgialaiselta nuorisoaktiivilta. Projekteja ja osallistujia esittelevissä tviiteissä mainitaan usein etunimiä ja jaetaan linkkejä haastatteluihin, ja lisäksi tapahtumaraporteissa esiintyy paikan päällä olleita tai toimistojen osastoilla vierailleita kuvissa ja videoissa. Näin ollen erityisesti yksityishenkilöt saavat julkaisuissa näkyvyyttä enemmän kuin pelkkien mainintojen perusteella arvioidessa. Yksittäisiä ilman tilimainintaa paljon aineistossa esillä olevia henkilöitä ovat CIMOn julkaisuissa Suomen nuorisoviikon kokoonpanoon Brysselissä kuuluneet nuoret Heikki ja Alina ja Erasmus+ Jeunessen julkaisuissa Ranskan Ideas lab -ehdokas Yannick, jonka nimestä on eräässä julkaisussa jopa aihetunniste.

5.4 Viestintä kansalaisia ja sidosryhmiä palvelevana eurooppalaisena julkisuutena

Tässä luvussa olen tarkastellut EU:n koulutus-, nuoriso- ja urheiluohjelma Erasmus+:n ympärille keskittyvää kansallisen tason viestintää Twitterissä. Seuraavaksi teen yhteenvedoa analyysini tuloksista siitä näkökulmasta, miten ohjelmaan liittyvässä Twitter-viestinnässä tehdyillä valinnoilla palvellaan kansalaisia ja sidosryhmiä osana verkostomaista eurooppalaista julkisuutta.

Ohjelmasta viestivien tilien kartoituksesta selvisi, että ohjelmamaiden kansallisilla toimistoilla on erilaisia tapoja järjestää ohjelmaan liittyvä viestintä kanavassa. Suurimmalla osalla kansallisista toimistoista on ohjelmaa koskevaa viestintää sisältävä tili Twitterissä, mitä voi pitää merkittävänä ottaen huomioon kanavan noin 19 prosentin käyttöasteen Euroopassa. Läsnäolo osoittaa, että toimistot pyrkivät tavoittamaan sidosryhmiään ja aktiivinen päivitystahti kertoo, ettei kanavassa myöskään olla vain siksi, että pitää. Tilien painotuksissa esiintyy variaatiota. Osa toimistoista viestii Erasmus+:sta osana muuta vastuualueisiinsa liittyvää viestintää organisaatiotilillä, osa on omistanut ohjelmalle erillisiä ohjelmatilejä, jotka keskittyvät joko ohjelmakokonaisuuteen tai alakohtaisiin sisältöihin. Osalla ohjelmasta viestii myös Eurodesk-tili, ja lisäksi on erilaisia yhdistelmiä. Ohjelmaviestintää myös hajautetaan useammalle tilille. Tässä mielessä julkisuus on siis pirstaloitunutta, minkä voi nähdä sidosryhmien palvelemisen kannalta sekä mahdollisuutena että haasteena. Toisaalta useampi tili voi saavuttaa suuremman joukon ihmisiä ja eri tilityypit painotuksineen vastata paremmin eri kohderyhmien tarpeisiin. Toisaalta taas laaja tilien kirjo saattaa hämmentää tietoa etsivää. Tärkeäksi nouseekin tilien markkinointi: tarkka nimeäminen ja kuvailu, linkittäminen verkkosivuille ja mahdollisesti esille tuonti tapahtumissa. Myös tilien keskinäinen uudelleentviittäminen ja suosittaminen ovat keinoja ylläpitää verkostomaista julkisuutta.

Profiilien personalisointi tarkoituksenmukaisilla tiedoilla ja tilin sisältöä vastaavalla kuvauksella auttaa potentiaalista seuraajaa arvioimaan jaetun informaation luotettavuutta ja seuraamisen hyödyllisyyttä. Analysoimillani CIMOn, Erasmus+ UK:n ja Erasmus+ Jeunessen tileillä profiilit on rakennettu huolellisesti. Ne on nimetty tarkoitusta ilmentä-

västi, organisaatiotili organisaation nimellä ja ohjelmatili ohjelmaan viittaavalla. Kansallinen taso tulee parhaiten ilmi Erasmus+ UK:n maatunnuksen sisältävästä nimestä, Erasmus+ Jeunessen nimessä se käy ilmi välillisesti kielen kautta, minkä lisäksi nimi osoittaa keskittymisen nuorisoalaan. Kansallisen toimiston nimellä nimetyn tilin kohdalla kanavassa kansallisen tason ohjelmaviestinnän pariin hakeutuvan tulee nimen perusteella etsiessään tietää ohjelmasta maassaan vastaava taho. Twitterissä on kuitenkin muitakin keinoja löytää tileille, joten esimerkiksi strategisella aihetunnisteiden käytöllä ja verkostoitumisella voidaan parantaa saavutettavuutta myös niiden keskuudessa, joilla ei ole tätä pohjatietoa. Tarkasteltujen tilien kuvaukset ovat informatiivisia ja analyysini perusteella vastaavat hyvin jaettuja sisältöjä.

Aihetunnisteilla voidaan Twitter-julkisuudessa tarjota useita hyötyjä niin viestien löytämisen, niiden tulkitsemisen kuin keskusteluun osallistumisen kannalta. Esimerkiksi muiden vaihtokokemuksista kiinnostunut tai nuorisoalan ajankohtaista sisältöä etsivä ei välttämättä tunne tai osaa hakea juuri kyseisiä tilejä, mutta voi aihetunnisteita hakusanoina käyttäen löytää niiden pariin. Seuraajille ja julkaisuja lukeville tunnisteet voivat toimia myös kontekstin esilletuojina lyhyen merkkitalan rajoittaessa asiayhteyksien selostamista. Tapahtuma-aihetunnisteilla taas voidaan paitsi promotoida tapahtumia, myös osoittaa oma mukanaolo, ja sijaintia ilmaisevilla kohdentaa sisältöjä tietyn alueen tai kaupungin ihmisille. Lisäksi tunnisteilla voidaan osoittaa tukea ja edistää tietoisuutta tärkeäksi koetuista teemoista. Tarkastelluilla tileillä käytettiin monipuolisesti ohjelmaan ja sen aloihin ja vaihtoehtoihin sekä Euroopan unionin rakenteeseen ja sen ajankohtaisiin aiheisiin liittyviä tunnisteita. Tunnisteiden joukossa oli yleistasoisia sanoja, mutta myös paljon spesifejä nimiä ja termejä, jotka ovat hakusanana käytön kannalta hyödyllisiä lähinnä tiettyä pohjatuntemusta omaavalle henkilölle. Sama koskee lyhenteitä. Ohjelmaviestinnän näkökulmasta erilaiset EU-rahoitukseen ja -projekteihin tarkkoja toimintoja yleisemmällä tasolla liittyvät sanat voisivat olla otollisia aihetunnisteita, mutta niitä ei kuitenkaan aineiston perusteella käytetä. Kenties merkittävin hyöty saadaan tunnisteiden suosittamisella, jolla voidaan ohjata seuraajia tiettyjen keskustelujen pariin ja osallistumaan niihin omalla aihetunnisteen sisältävällä julkaisulla. Tällaisissa seuraamis- ja keskustelutarkoituksissa myös erisnimitunnisteet toimivat tasapuolisemmin eri

kohderyhmien keskuudessa. Myös yleistasoisten ja nimeävien aihetunnisteiden käyttö yhdessä on käytännöllinen ratkaisu, jota aineistossakin hyödynnetään.

Viestinnän sisältöjen kannalta voidaan todeta, että yhdistettynä linkkien, kuvien ja videoiden jakamismahdollisuuteen mikrobloggaamisella voidaan välittää monenlaisia sisältöjä ja toteuttaa monia viestinnällisiä ja osallistamiseen liittyviä tehtäviä tiiviissä paketissa. Kansalaisille ja sidosryhmille kansallisen tason ohjelmaviestinnän tilien seuraaminen voi tarkoittaa helppoa ja ymmärrettävää tapaa saada EU:ta ja sen vaihtoehtoja koskevaa tietoa ja osallistumismahdollisuuksia suoraan uutisvirtaansa. Aineistostani tekemäni sisältöteemoittelun ja -tyypittelyn perusteella tarkastelemillani tileillä tiedotetaan saatavilla olevista rahoitus- ja toimintamahdollisuuksista, perustellaan ohjelman tärkeyttä ja hyötyjä ja esitetään konkreettisia tuloksia. Tileillä myös nostetaan esille yksilötasoa ja jaetaan kokemuksia erityisesti oman maan projekteista. Lisäksi tarjotaan käytännön ohjelmaneuvontaa sekä kaikille yhteisesti että yksittäisille kysyjille, opastetaan osallistumisessa ja rahoituksen saamisessa ja vinkataan apuvälineistä ja tietolähteistä. Seuraajille kerrotaan myös, missä tietoa ja kohtaamisia on tarjolla liveinä, ja raportoidaan tapahtumista niille, jotka eivät pääse paikan päälle. Ohjelman aloihin liittyen jaetaan inspiroivia tarinoita ja vinkkejä koulu- ja työelämään sekä pidetään seuraajia ajantasalla kentän uutisista. Kotimaisesta ja eurooppalaisesta koulutus- ja nuorisopolitiikasta tarjotaan yhteenvetoja ja lausuntoja tutustuttavaksi, niitä kommentoidaan ja niiden päätöksentekoprosesseja valotetaan mukanaolijoiden ja käsiteltävien aiheiden osalta. Lisäksi edistetään EU:n keskeisiä tavoitteita ja niitä sekä yhteisiä saavutuksia koskevaa tietoisuutta promoamalla teemaviikkoja ja -päiviä. Pienessä osassa julkaisuja on elementtejä suuremmasta yhteiseurooppalaisen identiteetin ja samastuttavan eurooppalaisuuden luomisesta muun muassa yhteisiin arvoihin vedoten.

Ohjelmaan, sen aloihin ja EU:n toimintaan liittyvien aiheiden ohella osallistutaan laajemmin yhteiskunnalliseen keskusteluun, välitetään arvoja ja vaikutetaan sekä puhelun päättäjiä. Tileillä myös kysytään mielipiteitä ja aktivoidaan kansalaisia sisältöjen tuottamiseen ja keskusteluun. Tarjotut verkko-osallistumismahdollisuudet ovat yleisesti ottaen luonteeltaan kevyempiä verrattuna esimerkiksi sähköisen hallinnon aloitteisiin,

mutta osallisuuden parantamista kuitenkin tavoitellaan tiedonjaon, kyselyiden, kilpailuiden ja äänestysten kautta. Lisäksi toivotuksien, tunnustusten ja vastauksien ylläpidetään vuorovaikutusta ja suhteita ja tuodaan esille yhteyksiä eri tahoihin. Viestinnän sisällöissä on erilaisia painotuksia tilien välillä, kuten tilityyppien erilaisuudesta saattoi olettaa. Aihetunnisteiden lailla osa viestisisällöistä vaatii pohjatietoa. Esimerkiksi ohjelmaneuvoista osassa puhutaan hakuaikojen yhteydessä avaintoiminnoista lyhenteillä, kuten KA1 (sanoista *key action 1*), mistä voi päätellä, että se on suunnattu ohjelman sisällöistä perillä oleville alojen toimijoille. Kaikki tilit sisältävät tulkintani mukaan jossakin määrin useammille ohjelman kohderyhmille suunnattuja viestejä. Karkeasti arvioiden kuitenkin tilien kesken CIMOn sisällössä korostuu organisaatioille ja alojen ammattitoimijoille suunnattu ja Erasmus+ Jeunessen tilillä yksilöosallistujille suunnattu sisältö muita kahta enemmän.

Uudelleentviittaaminen ja linkkien jakaminen mahdollistavat verkostomaisen sisällöntuotannon ja niin eri tahojen viestien hyödyntämisen kuin niiden edistämisen ja ääneen päästämisen. Samoin verkostoa voidaan muodostaa tavoittelemalla ja puhuttelemalla eri tahoja ja antamalla niille näkyvyyttä tilimainintojen kautta. Aineistossa uudelleentviitattuja ja mainittuja tilejä kertyi kuukauden ajalta useita kymmeniä ja jaetuista linkeistä muille kuin kansallisen toimiston itse ylläpitämille sivuille johti tilistä riippuen 35–75 prosenttia. Tileillä jaetun sisällön tuottamiseen osallistetaan monipuolisesti eri tahoja ja näkyvyyttä saavat monenlaiset toimijat. Toimistojen työntekijöiden sekä ohjelman virallisten ja kansallisen tason ala- ja toimintokohtaisten toimijoiden panosta hyödynnetään erityisesti ohjelmaan suoraan liittyvässä sisällössä, mikä palvelee samanaikaisesti monimuotoista, ohjelman eri vaihtoehtoista kiinnostuneista tahoista koostuvaa yleisöä. Unionia tuodaan seuraajien ulottuville jakamalla unionin instituutioiden ja niiden osastojen ja kansallisten edustustojen sekä EU-tieto-organisaatioiden tuottamaa sisältöä ja mainitsemalla niiden tilejä. Kansallista tasoa edustavat kotimaiden hallinnon toimijat ja europarlamentaarit sekä kansalliset ja alueelliset mediat. Merkittävää on se, että ohjelman aloilla toimivat sekä sitä käytännössä paikallisesti toteuttavat yhteistyötahot, osallistuvat organisaatiot ja yksilöt saavat näkyvyyttä ja äänensä kuuluviin.

6 PÄÄTÄNTÖ

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten EU-ohjelmasta viestitään kansallisella tasolla Twitterissä ja millaista eurooppalaista julkisuutta tällä viestinnällä luodaan. Kiinnostuksen kohteena olivat viestinnän järjestäminen alustalla kansallisten vastuutahojen toimesta, viestinnän sisällöt ja niiden tuottamiseen osallistetut ja näkyvyyttä saavat tahot sekä näiden reunaehtojen muodostama eurooppalainen julkisuus kansalaisten ja sidosryhmien näkökulmasta. Eurooppalaisen julkisuuden määritelmänä hyödynsin Niemisen (2006, 2009) esitystä eurooppalaisesta julkisuudesta lukuisten eurooppalaisten verkostojen julkisuuksien yhteenliittymänä.

Muun muassa Vesnic-Alujevic (2012b: 92) ja Koskinen (2013: 89) esittävät, että sosiaalisen median käytöllä voitaisiin saavuttaa paljon eurooppalaisen julkisuuden edistämässä. Yksi tutkimukseni keskeisimmistä havainnoista on, että Twitterillä on kanavana suuri potentiaali verkostomaisen eurooppalaisen julkisuuden alustana ja mahdollistajana. Sen työkaluista erityisesti sisältöjen yhteistuottamista ja jakamista helpottavat uudelleentviittaus ja linkit sekä tavoittamista, yhteyden osoittamista ja suosittamista palveleva mainitseminen ovat otollisia tapoja paitsi verkostoitua, myös ikään kuin valjastaa monipuolisesti eri tahoja palvelemaan verkostona kansalaisia ja sidosryhmiä EU-asioihin tutustumisessa, vaihtoehtojen löytämisessä ja keskusteluun osallistumisessa. Samalla ne tukevat moniäänisyyttä ja sidosryhmien tunnustamista tärkeäksi osaksi yhteisöä.

Karantzeni ja Gouscos (2013: 484) kritisoivat EU:n sosiaalisen median viestintää kasvottomasta ja byrokraattisesta tyylistä, mitänsanomattomasta imagosta ja kyvyttömyydestä vastata erilaisten yleisöjen odotuksiin. Tutkimani kansallisen tason ohjelmaviestintä ei tue tällaista kuvaa. Toisin kuin moitittu instituutioiden viestintä se näyttäisi päinvastoin purkavan kasvottomuutta tuomalla esille niin ohjelman osallistujia ja EU-rahoituksen yksilötasoa kuin päätöksentekijöitä ja poliittisia prosesseja. Mooren ja McDonaldin (2012: 65–66) peräänkuuluttamia tunteita ja mielikuvitusta ei myöskään jää puuttumaan esimerkiksi kokemuskertomusten, kuvien ja videoiden ansiosta.

Kansallisen tason ohjelmaviestintä vaikuttaisi myös muutoin edistävän tavoitteita, joiden täyttämässä muiden tahojen panos on arvioitu riittämättömäksi. Auel ja Raunio (2014:10) ja Pollak ja Slominski (2014: 122) tulivat tutkimuksissaan siihen tulokseen, etteivät kansalliset parlamentit toteuta tehtäväänsä tuoda unionia lähemmäs kansalaisia. Aineiston Erasmus+-ohjelman kansallisten toimistojen viestinnässä puolestaan on useita viitteitä pyrkimyksistä saattaa tahoja yhteen. Pyrkimystä edustaa toisaalta esimerkiksi instituutioiden, niiden edustajien ja EU-tietoa tarjoavien tahojen sisältöjen jakaminen uudelleentviittien ja linkkien avulla, tilien mainitseminen ja päätöksenteon prosessien ja linjojen valottaminen sekä EU:n kampanjoista ja tapahtumista tiedottaminen, ja toisaalta esimerkiksi ohjelman kohderyhmien, kuten nuorten, näkökulmien esille nostaminen unionin toimijoille maininnoin osoitetuissa tviiteissä.

Toinen keskeinen johtopäätökseni onkin, että kansallisella tasolla voi olla paljon annettavaa eurooppalaiselle julkisuudelle ilman, että kummankaan tason näkökulman tarvitsee jäädä toisen jalkoihin. Rissen (2004: 4) mukaan ”Maa ensin, mutta Eurooppa myös” on yleisin näkökanta useimpien EU-maiden kansalaisten joukossa, ja molempiin voi tuntee kuuluvansa ilman ristiriidan kokemusta. Aineistoni tileillä tuotiin rinnakkain esiin kotimaan ja Euroopan asioita, ja sekä puolustettiin kansainvälisen yhteistyön tärkeyttä että annettiin tunnustusta omien maiden onnistuneille projekteille ja promotoitiin omia ehdokkaita kilpailuissa ja gaaloissa.

Joitakin eroja Eurooppa-näkökulman saamassa huomiossa kuitenkin esiintyi tarkastelemieni maiden välillä. Tulkintani mukaan se oli eniten esillä Ranskan Erasmus+ Jeunesen tilillä, jolla esiintyi esimerkiksi eniten Eurooppa-päivään liittyviä julkaisuja, ja vähiten Yhdistyneen kuningaskunnan tilillä, jossa korostui myös muita tilejä enemmän kansallisen tason uutiset ohjelman alojen ilmiöistä. Eurobarometreissä on havaittu ranskalaisten olevan keskimääräistä yleisemmin Eurooppaan identifioituvien joukossa, kun taas Iso-Britanniassa on paljon pelkästään kansallisvaltion identifioituneita kansalaisia (Risse 2014: 1209). Oman tutkimukseni fokus ja tulokset eivät anna edellytyksiä vetää yhteyksiä näiden asioiden välille, mutta kiintoisa aihe jatkotutkimukselle olisi selvittää,

missä määrin identifioitumisen asteella on vaikutuksia eri painotuksiin ohjelmaviestinnässä.

Ennen kaikkea kansallisen tason hyötyjä unioniin liittyvässä viestinnässä ovat sen tuoma samastuttavuus ja ymmärrettävyys. Esimerkiksi EU-rahoitusviestintää maassaan tutkinut Constantin (2012, 2014), sähköistä hallintoa tutkineet Koussouris ym. (2011: 15) sekä ministeriöiden Twitterin käyttöä tutkineet Khan ym. (2014:110) painottavat viestinnän räätälöimistä paikallisiin tarpeisiin ja yleisön ominaisuuksiin. Tarkastelemieni tilien välillä oli viestinnässä paitsi yhtäläisyyksiä, myös eroja, ja kullakin oli omanlaisia painotuksia ja ilmaisutapoja. Lisäksi kohderyhmään sovittamista tukee kotimaisen kasvojen antaminen EU-rahoitukselle tulosten ja kokemusten jaon muodossa.

Siinä missä instituutioiden sosiaalisen median käyttöä on moitittu seuraajien pommittamisesta lehdistötiedotteilla ja julkisuusprojektin omaisesta viestinnästä (ks. Karantzeni & Gouscos 2013), on kansallisten toimistojen ohjelmaviestintä tulkintani mukaan kansalaisten näkökulmaan keskittyvää. Vaikka esimerkiksi unionin temaviikkoja ja -päiviä promotoidaan tileillä, on kampanjointi mielestäni asialähtöistä ja keskittyy kohderyhmän kannalta tärkeiden tavoitteiden esilletuontiin. Liiallista promootiota ja hehkutusta en tileillä havainnut, joskaan niillä ei kuitenkaan suuremmin esitelty myöskään unionia kritisoivia näkökantoja. Kansalaisten ja erityisesti nuorten yhteiskunnallinen osallisuus oli kuitenkin paljon esillä. Lopputulemani mukaan ohjelmaviestintä edustaa tietynlaista ratkaisukeskeistä keskustelua Euroopasta. Siinä ei keskitytä arvioimaan niinkään unionin legitimitettä itsessään, vaan pohtimaan ja esittämään miten kansalaisten osallisuutta voitaisiin parantaa.

Tuloksista kävi myös ilmi, että tileillä seuraajia aktivoidaan eri tavoin osallistumaan verkkokeskusteluihin ja ilmaisemaan mielipiteitään kyselyissä ja äänestyksissä tai sisälön tuottamiseen rohkaisevissa kilpailuissa. Vaikka verkko-osallistumisen mahdollisuudet ovat aineiston perusteella Twitterissä ainakin vielä suhteellisen keveällä tasolla yhteiskunnallisen osallistumisen näkökulmasta, osoittavat sen hallinnon informaation ja-

kamisen ja keskusteluttamisen keinot sosiaalisella medially olevan potentiaalia osallistavan sähköisen hallinnon välineenä.

Ohjelmaviestinnän järjestämisessä tilien osalta oli eroja ohjelmamaiden välillä. Tilien suhde ohjelmaan vaihtelee ja niitä on osoitettu erilaisille ja erikokoisille kohderyhmille. Karantzenin ja Gouscosin (2013: 483) mukaan korkealaatuisemman ja kestävämmän osallistumisen saavuttamiseksi verkossa tulisi tavoitella hyvin rajattua ja mahdollisimman homogeenistä yleisöä kerrallaan. Aineistoni osalta homogeeninen yleisö voidaan kuitenkin ajatella monella tavalla. Kansallisen tason erillisellä alakohtaisella ohjelmalla, kuten Erasmus+ Jeunessen tilillä, kohderyhmä on hyvinkin strukturoitu käsittäen ohjelman nuorisotoiminnoista kiinnostuneet yksilöt ja organisaatiot sekä yhteistyötahot. Toisaalta useampia ohjelmia ja kansainvälisyyttä yleisemmin tilillään edistävän CIMOn viestintä voi olla kohderyhmän kannalta yhtä tehokasta, sillä sen tavoittelemia tahoja yhdistää kiinnostus kansainvälisyyteen ja liikkuvuuteen. Vastaanottajan näkökulmasta tärkeintä on tiedon saanti itseä kiinnostavista vaihtoehdoista, eikä useamman ohjelman ja aiheeseen liittyvän muun sisällön löytäminen samasta paikasta ole pahitteeksi, vaikkakin volyymit per ohjelma ovat tällöin pienemmät.

Myös eri kanavien erilaisilla rooleilla eri maissa on vaikutuksensa. Twitter ei ole yhtä merkittävä kanava kaikkialla, jolloin siihen panostaminenkin vaihtelee. Kansalaisten ja sidosryhmien palvelemiseksi on tärkeää miettiä, mitkä ovat keskeisimmät kanavat tavoittaa ihmisiä ja mitkä taas toissijaisia. Joissakin kanavissa ei ole tarkoituksenmukaista ylläpitää yhtä montaa tiliä tai yksityiskohtaista viestintää kuin toisissa. Tämän vuoksi esimerkiksi kartoituksessa ilmennyt joidenkin toimistojen poissaolo tai tilityyppien määrä ja variaatiot eivät kerro maiden ohjelmaviestinnän laadusta, vaan erilaisesta rakentumisesta. Monessa maassa Facebook on selvästi suurin sosiaalisen median kanava, ja esimerkiksi Suomessakin CIMOlla on eriytyneempää viestintää siellä, kuten oma sivu Erasmus+:n nuoriso-osio Youth in Actionille. Kanaviin liittyvän kentän erilaisuus on hyvä muistaa myös arvioidessa aineiston tilien eroja sisältöjen tuottamiseen osallistettujen ja näkyvyyttä saavien tahojen moninaisuudessa ja osuuksissa. Syntyvän verkoston

laajuteen ja rakenteeseen kun vaikuttaa erityisesti uudelleentviittausten ja tilimainintojen osalta myös sidosryhmien läsnäolo tai poissaolo alustalla.

Kansallisten toimistojen viestintä Twitterissä täyttää sisällöllisine ja verkoston luomisen valintoihin tulosten mukaan monia tutkijoiden suosituksia. Esimerkiksi Watersin ja Williamsin (2011: 360–361) listaamat parhaat toimintatavat Twitterin käyttöön ovat pitkälti kaikki edustettuina tarkastelluilla tileillä. Ne on personalisoitu riittävin tiedoin, niitä päivitetään säännöllisesti ja niillä tarjotaan hyötyä seuraajille neuvoja jakaen. Tileillä myös osoitetaan avoimuutta ja keskustelua uudelleentviittaamalla muiden tuottamia sisältöjä, vastataan kysymyksiin ja viesteihin ja pyydetään palautetta. Tulokset siis tukevat Karantzenin ja Gouscosin (2013: 484, 489) esitystä siitä, että sosiaalisessa mediassa voidaan tarjota kansalaisille mahdollisuus eurooppalaiseen julkisuuteen, jossa heitä informoidaan ja rohkaistaan mieleipiteiden ilmaisuun.

Sosiaalisen median potentiaalin lisäksi on kuitenkin hyvä muistaa sen rajoitukset. Kaikilla yhteiskuntaryhmillä ei ole kaikkialla samoja edellytyksiä hyödyntää sitä, jolloin sosiaalisessa mediassa viestiminen ei automaattisesti luo tasapuolisia mahdollisuuksia ja tavoita kaikkia kohderyhmiä. Lisäksi uuden median lukutaidossa on eroja väestön keskuudessa, mikä vaikuttaa viestinnästä hyötymiseen. Näin ollen itsessään tarkoituksenmukainen viestintä kanavissa ei vielä takaa tavoitteiden täyttymistä ja osallisuuden parantamista. Tärkeäksi nousee se, missä määrin kansalaiset ja sidosryhmät hakeutuvat tai löytävät sen pariin hyötymään siitä. Voidaan pohtia, missä määrin esimerkiksi juuri ohjelmaviestinnällä Twitterissä tavoitetaan uusia sidosryhmiä ja missä määrin ylläpidetään jo olemassa olevia suhteita. Papacharissi (2002: 9) toteaa, että teknologiat ovat luoneet uuden julkisen tilan keskustelulle, mutta se kehittykö tämä tila julkisuudeksi, ei ole kiinni teknologiasta itsestään. Näkisin, että julkisuus muodostuu sosiaalisessa mediassa kolmesta tekijästä, teknologiasta eli kanavasta, sen onnistuneesta käytöstä ja yleisön saavuttamisesta. Näistä viimeinen on lopulta ratkaisevin tekijä.

Tutkimukseni varaukset liittyvät aiemmin mainittuihin kartoitusvaiheen haasteisiin sekä rajauksellisiin valintoihin ja kategorioiden luomiseen perustuvaan analyysiin. Aineiston

rajaaminen on tutkimuskohteeni kaltaisen laaja-alaisen ja suurta variaatiota ja verkostomaisuutta sisältävän viestinnän kohdalla haasteellista. Eri maiden tavat järjestää ohjelman toteutusta ja viestintää vaihtelevat ja esimerkiksi hallinnollisista käytänteistä ja vastuiden erilaisesta jakamisesta vaadittaisiin paljon pohjatietoa täydellisen kartoittamisen ja määrittelyn tekemiseksi. Näin ollen esimerkiksi tilien lukumäärät ja tilityypit ovat suuntaa-antavia. On myös hyvä muistaa, että aineiston ulkopuolelle rajaamani toimintoja hankekohtaiset tilit ovat osa ohjelmaviestintää ja yksi tilityyppi, vaikka kartoituksessani keskityinkin kansallisten toimistojen tileihin, ohjelmatileihin ja alakohtaisiin ohjelmatileihin.

Tilien sisällöllisen analyysin kohdalla taas on hyvä tiedostaa erilaisten kategorioiden muodostamisen tulkinnanvaraisuus ja subjektiivisuus. Näin ollen niitä ei tule lukea absoluuttisina rajanvetoina, vaan kuvauksena eri osa-alueista ja yhtenä tapana jäsentää sisältöjä ja mukanaolevia tahoja. Lisäksi varauksena voi pitää sitä, että monen eri aspektin tutkiminen vaikuttaa aina kunkin näkökulman läpikäynnin syvällisyyteen. Esimerkiksi aihetunnisteiden ja mainintojen yhteydessä erilaiset yhdistelmät on jätetty huomiotta. Näin ollen niiden hyödyntämisestä ei saada tuloksissa täysin kattavaa kuvaa.

Ohjelmaviestintä on unioniin liittyvässä kontekstissa tietynlainen erityistapaus selkeän kansalaisten hyödyn näkökulmansa vuoksi. Tämän vuoksi sitä soisi tutkittavan enemmän paljon huomiota saavan poliittisen viestinnän ohella. Myös kansallisen tason ja eurooppalaisen julkisuuden yhteyksissä siinä riittää näkökulmia, joita voisi selvittää. Yksi mahdollinen jatkotutkimusaihe olisi vertailla kansallisen tason ohjelmaviestintää ja komission virallista ohjelmaviestintää, jolloin päästäisiin tarkemmin käsiksi kansallisen tason tuomiin merkityksiin. Myös uusien EU-maiden ohjelmaviestintä olisi hyvä tutkimuskohde erityisesti siitä näkökulmasta, miten uusille EU-kansalaisille viestitään unionin tarjoamista vaihtoehtoista, ja miten viestintä suhteutuu maan jäsenyydestä vallitseviin mielipiteisiin. Sosiaalisen median osalta tärkeää olisi kartoittaa viestintäkäytänteiden lisäksi myös vastaanottajan näkökulmaa ja selvittää, miten yleisö kokee esimerkiksi ohjelmaviestinnän eri kanavissa palvelevan tarpeitaan.

LÄHTEET

- Aalto, Tuija & Marylka Yoe Uusisaari (2009). *Nettielämää – Sosiaalisen median maailmat* [online]. [Lainattu 10.11.2014]. Saatavilla: http://www.nettielamaa.fi/Nettielamaa_files/Nettielamaa-Aalto-Uusisaari.pdf
- AMPEU (2015). *Agencija za mobilnost i programe EU* [online]. [Lainattu 6.5.2015]. Saatavilla: <http://www.mobilnost.hr/>
- Auel, Katrin & Tapio Raunio (2014). Introduction: Connecting with the Electorate? Parliamentary Communication in EU Affairs. *Journal of Legislative Studies* 20: 1, 1–12. Saatavilla: DOI:10.1080/13572334.2013.871481
- Badea, Marius (2014). Social Media and Organizational Communication. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 149, 70–75.
- Bertot, John Carlo, Paul T. Jaeger & Justin M. Grimes (2012). Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. *Transforming Government: People, Process and Policy* 6: 1, 78–91. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1108/17506161211214831>
- Brown, Rob (2009). *Public relations and the social web: using social media Web 2.0 in communications*. London: Kogan Page Limited.
- CIMO (2013). *EU:n elinikäisen oppimisen ohjelma* [online]. [Lainattu 17.11.2014]. Saatavilla: http://www.cimo.fi/ohjelmat/elinikaisen_oppimisen_ohjelma
- CIMO (2014a). *Erasmus+ on EU:n koulutuksen, nuorison ja urheilun ohjelma* [online]. [Lainattu 17.11.2014]. Saatavilla: <http://www.cimo.fi/ohjelmat/erasmusplus>
- CIMO (2014b). *Cimo.fi – Ohjelmat* [online]. [Lainattu 17.11.2014]. Saatavilla: <http://www.cimo.fi/ohjelmat>
- Constantin, Elena Claudia (2012). Gaining the Young Generation's Attention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 46, 4130–4135. Saatavilla: doi:10.1016/j.sbspro.2012.06.212
- Constantin, Elena Claudia (2014). The Need for Effective Communication. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 116, 2010–2014. Saatavilla: doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.512
- Dewey, John (1927/2006). *Julkinen toiminta ja sen ongelmat. (Public and Its Problems, kääntänyt Mika Renvall)*. Tampere: Vastapaino.

- DNA Oy (2015). *DNA:n some-barometri: Instagramia käyttää jo 40 % nuorista* [online]. [Lainattu 17.4.2016]. Saatavilla: <https://www.dna.fi/dna-oy/lehdistotiedotteet?relativeUrl=lehdistotiedotteet&id=677>
- EACEA (2013). *About Lifelong learning programme* [online]. [Lainattu 13.11.2014]. Saatavilla: http://eacea.ec.europa.eu/llp/about_llp/about_llp_en.php
- Erasmus+ UK National Agency (2015a). *How is it run?* [online]. [Lainattu 22.12.2015]. Saatavilla: <https://www.erasmusplus.org.uk/how-is-it-run>
- Erasmus+ UK National Agency (2015b). *KAI Schools Startup Workshop Presentation - Erasmus+* [online]. [Lainattu 22.12.2015]. Saatavilla: <https://www.erasmusplus.org.uk/file/2034/download>
- Euroopan komissio (2005). Komission tiedonanto neuvostolle, Euroopan parlamentille, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle ja alueiden komitealle. Komission panos EU:n tulevaisuutta koskevaan pohdintaan ”K-suunnitelma”: kansanvalta, kuunteleminen ja keskustelu. Saatavilla: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0494:FIN:FI:PDF>
- Euroopan komissio (2014a). *Erasmus+* [online]. [Lainattu 13.11.2014]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/discover/index_fi.htm
- Euroopan komissio (2014b). *Erasmus+ - Ohjelmaopas* [online]. [Lainattu 12.11.2014]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/documents/erasmus-plus-programme-guide_fi.pdf
- Euroopan komissio (2014c). *Erasmus+ -tarjonta* [online]. [Lainattu 13.11.2014]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/education/opportunities/index_fi.htm
- Euroopan komissio (2014d). *Multiannual Financial Framework* [online]. [Lainattu 19.1.2016]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/budget/mff/index_en.cfm
- Euroopan komissio (2014e). *Sport. Find Erasmus+ Opportunities* [online]. [Lainattu 17.11.2014]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/sport/opportunities/index_en.htm
- Euroopan komissio (2014f). *Use of social media in EU communication* [online]. [Lainattu 6.12.2014]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/ipg/go_live/web2_0/index_en.htm
- Euroopan komissio (2014g). *Youth. Find Erasmus+ Opportunities* [online]. [Lainattu 13.11.2014]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/youth/programme/index_en.htm
- Euroopan komissio (2015). *National agencies for Erasmus+* [online]. [Lainattu 15.1.2015]. Saatavilla: ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/tools/national-agencies/index_en.htm

- Euroopan komissio (2016a). *EU-kansalaisuus* [online]. [Lainattu 19.1.2016]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/justice/citizen/index_fi.htm
- Euroopan komissio (2016b). *Talousarvio. EU-rahoituksen perustietopaketti* [online]. [Lainattu 19.1.2016]. Saatavilla: http://ec.europa.eu/budget/funding/index_fi
- Euroopan unioni (2010). *Erasmus Higher Education. Fostering Internationalisation at European universities. European Success Stories*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Euroopan unioni (2011). *Monivuotinen rahoituskehys: Kysymyksiä ja vastauksia* [online]. [Lainattu 19.1.2016]. Saatavilla: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-468_fi.pdf
- Euroopan unioni (2013). *Erasmus. Facts, Figures & Trends. The European Union support for student and staff exchanges and university cooperation in 2011-12*. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- Euroopan unioni (2015). *Tietoa EU:sta*. [online]. [Lainattu 19.1.2016]. Saatavilla: http://europa.eu/about-eu/index_fi.htm
- Eurooppatiedotus (2016a). *Perustietoa EU:sta* [online]. [Lainattu 20.1.2016]. Saatavilla: <http://eurooppatiedotus.fi/public/default.aspx?nodeid=37764&contentlan=1&culture=fi-FI#.Vp9vLVLNU4U>
- Eurooppatiedotus (2016b). *Sinä ja EU* [online]. [Lainattu 19.1.2016]. Saatavilla: <http://eurooppatiedotus.fi/public/default.aspx?contentid=92852#.Vp4gFFLNU4U>
- Frame, Alex & Gilles Brachotte (2014). Le tweet stratégique: Use of Twitter as a PR tool by French politicians. *Public Relations Review* 41: 2, 278–287. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.11.005>
- FRSE (2015). *Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji - O Fundacji* [online]. [Lainattu 6.5.2015]. Saatavilla: <http://www.frse.org.pl/o-fundacji>
- Gonzalez, Reyes, Jose Gasco & Juan Llopis (2007). E-government success: some principles from a Spanish case study. *Industrial Management & Data Systems* 107: 6, 845–861. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1108/02635570710758752>
- Guo, Chao & Gregory D. Saxton (2013). Tweeting social change: How social media are changing nonprofit advocacy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. Saatavilla: <http://nvs.sagepub.com/content/early/2013/01/04/0899764012471585>

- Kaplan, Andreas M. & Michael Haenlein (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53, 59–68. Saatavilla: <http://michaelhaenlein.com/Publications/Kaplan,%20Andreas%20%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>
- Karantzeni, Dimitra & Dimitris G. Gouscos (2013). eParticipation in the EU. Refocusing on social media and young citizens for reinforcing European identity. *Transforming Government: People, Process and Policy* 7: 4, 477–500. Saatavilla: www.emeraldinsight.com/1750-6166.htm
- Khan, Gohar Feroz, Ho Young Yoon, Jiyong Kim & Han Woo Park (2014). From e-government to social government: Twitter use by Korea's central government. *Online Information Review* 38: 1, 95–113. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1108/OIR-09-2012-0162>
- Koskinen, Kaisa (2013). Social media and the institutional illusions of EU communication. *International Journal of Applied Linguistics* 23: 1, 80–92. Saatavilla: DOI: 10.1111/ijal.12018
- Koussouris, Sotirios, Yannis Charalabidis & Dimitrios Askounis (2011). A review of the European Union eParticipation action pilot projects. *Transforming Government: People, Process and Policy* 5: 1, 8–19. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1108/17506161111114617>
- Lingenberg, Swantje (2006). *The audience's role in constituting the European public sphere: A theoretical approach based on the pragmatic concept of John Dewey*. The Research and Teaching Communications Series; 3. Researching Media, Democracy and Participation, 121–132. Tartu University Press. Saatavilla: http://www.sfb597.unibremen.de/homepages/lingenberg/downloads/Democracy_and_Participation.pdf
- Lovejoy, Kristen, Richard D. Waters & Gregory D. Saxton (2012). Engaging Stakeholders through Twitter: How Nonprofit Organizations are getting more out of 140 Characters or Less. *Public Relations Review* 38: 2, 313–318. Saatavilla: doi:10.1016/j.pubrev.2012.01.005
- Lovejoy, Kristen & Gregory D. Saxton (2012). Information, Community and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17: 3, 337–353. Saatavilla: DOI: 10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x
- Mayfield, Anthony (2008). *What is Social Media?* London: iCrossing. Saatavilla: http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf

- Mergel, Ines (2012). *Social Media in the Public Sector: A Guide to Participation, Collaboration and Transparency in The Networked World*. Somerset: Jossey-Bass.
- Merry, Melissa K. (2014). Broadcast versus Interaction: Environmental Groups' Use of Twitter. *Journal of Information Technology & Politics* 11: 3, 329–344. Saatavilla: DOI: 10.1080/19331681.2014.933723
- Mickoleit, Arthur (2014). *Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers*. OECD Working Papers on Public Governance, No. 26. OECD Publishing. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1787/5jxrcmghmk0s-en>
- Moore, Simon & Sean McDonald (2012). New Borders, New Citizens. Virtual Communication Strategies for Remaking European Union Citizenship. Teoksessa: Luciano Morganti & Léonce Bekemans (toim.) *The European Public Sphere. From Critical Thinking to Responsible Action*. Bryssel jne.: Peter Lang – International Academic Publishers. 51–66.
- Morganti, Luciano & Leo Van Audenhove (2012). Communication and Information Strategies and Policies for the European Public Sphere – Between Rhetoric and Facts. Teoksessa: Luciano Morganti & Léonce Bekemans (toim.) *The European Public Sphere. From Critical Thinking to Responsible Action*. Bryssel jne.: Peter Lang – International Academic Publishers. 121–126.
- Nieminen, Hannu (2006). *What do we mean by a European public sphere?* The Research and Teaching Communications Series; 3. Researching Media, Democracy and Participation, 105–120. Tartu University Press. Saatavilla: <http://hdl.handle.net/10224/4658>
- Nieminen, Hannu (2009). Social networks and the European Public Sphere. Teoksessa: Ib Bondebjerg & Peter Madsen (toim.) *Media, Democracy and European Culture*. Bristol: Intellect Books.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö (2016). *EU-asiat. EU-ohjelmat* [online]. [Lainattu 19.1.2015]. Saatavilla: <http://www.minedu.fi/OPM/EU-asiat/eu-ohjelmat/?lang=fi>
- Panopoulou, Eleni, Efthimios Tambouris & Konstantinos Tarabanis (2014). Success factors in designing eParticipation initiatives. *Information and Organization* 24: 4, 195–213. Saatavilla: doi:10.1016/j.infoandorg.2014.08.001
- Papacharissi, Zizi (2002). The virtual sphere: the internet as a public sphere. *New Media & Society* 4: 1, 9–27. Saatavilla: doi: 10.1177/14614440222226244

- Pina, Vicente, Lourdes Torres & Sonia Royo (2009). E-government evolution in EU local governments: a comparative perspective. *Online Information Review* 33: 6, 1137–1168. Saatavilla: <http://dx.doi.org/10.1108/14684520911011052>
- Prutsch, Markus J. (2015). *Viestintäpolitiikka* [online]. [Lainattu 19.1.2016]. Saatavilla: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/fi/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.8.html
- Reddick, Christopher G. (2010). Preface. Teoksessa: Christopher G. Reddick (toim.) *Comparative E-government*. New York: Springer-Verlag. vii–ix. Saatavilla: <http://www.springer.com/us/book/9781441965356>
- Risse, Thomas (2004). Neo-Functionalism, European Identity, and the Puzzles of European Integration. Teoksessa: Tanja Börzel (toim.) *The Disparity of European Integration. Revisiting Neofunctionalism in Honour of Ernst B. Haas, Special Issue of the Journal of European Public Policy*. Saatavilla: http://userpage.fu-berlin.de/~atasp/texte/haas_jepp_tr.pdf
- Risse, Thomas (2014). No Demos? Identities and Public Spheres in the Euro Crisis. *JCMS: Journal of Common Market Studies* 52: 6, 1207–1215. Saatavilla: DOI: 10.1111/jcms.12189
- Sysomos (2014). *Exclusive Report. Inside Twitter: An In-Depth Look Inside the Twitter World* [online]. [Lainattu 17.4.2016]. Saatavilla: <http://sysomos.com/sites/default/files/Inside-Twitter-BySysomos.pdf>
- UFM (2015). *Information om Styrelsen for Videregående Uddannelser* [online]. [Lainattu 6.5.2015]. Saatavilla: <http://ufm.dk/uddannelse-og-institutioner/styrelsen-for-videregaende-uddannelser/kontaktinformation-for-styrelsen-for-videregaende-uddannelser>
- Van Dijck, José (2013). *The culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.
- Vesnic-Alujevic, Lucia (2012a). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review* 38: 3, 466-470. Saatavilla: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811112000276>
- Vesnic-Alujevic, Lucia (2012b). The European Parliament's Online Communication Strategy: Creation of the European Public Sphere. Teoksessa: Luciano Morganti & Léonce Bekemans (toim.) *The European Public Sphere. From Critical Thinking to Responsible Action*. Bryssel jne.: Peter Lang – International Academic Publishers. 85–93.

- Viestintätoimisto Kaiku Helsinki (2015). *Twitter uudistui – ota kikat haltuun!* [online]. [Lainattu 13.4.2016]. Saatavilla: <http://kaikuhelsinki.fi/fi/blogi/twitter-uudistui-%E2%80%93-ota-kikat-haltuun>
- Waters, Richard D. & Jensen M. Williams (2011). Squawking, tweeting, cooing, and hoot-ing: analyzing the communication patterns of government agencies on Twitter. *Journal of Public Affairs* 11: 4, 353–363. Saatavilla: DOI: 10.1002/pa.385
- Waters, Richard D. & Jia Y. Jamal (2011). Tweet, tweet, tweet: A content analysis of non-profit organizations Twitter updates. *Public Relations Review* 37: 3, 321–324. Saatavilla: doi:10.1016/j.pubrev.2011.03.002

Liite 1. Erasmus+:sta kansallisella tasolla viestivät tilit ohjelmamaissa

Ohjelmamaa	Tilin nimi	Tilin luonne
- Belgia	<i>Go Strange (@GoStrange)</i>	Eurodesk-tili
- Bulgaria	<i>Eurodesk Bulgaria @EurodeskBG</i>	Eurodesk-tili
- Islanti	<i>Evrópa unga fólksins (@EUFstyrkir)</i>	Erillinen Erasmus+-tili / nuorisoala
- Liechtenstein	<i>aha (@ahafl)</i>	Kansallisen toimiston tili / nuorisoala
- Liettua	<i>JTBA (@JTBAErasmusPlus)</i>	Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / nuorisoala
- Romania	<i>ErasmusPlus Romania (@ErasmusPlusRO)</i>	Erillinen Erasmus+-tili
- Ruotsi	<i>MUCF (@ungciv)</i>	Kansallisen toimiston tili / nuorisoala
- Suomi	<i>CIMO(@CIMOfin)</i>	Kansallisen toimiston tili
- Tanska	<i>Videregående udd (@UFM_UDD)</i>	Kansallisen toimiston tili
- Unkari	<i>ErasmusPlus HU (@FLPeurodesk)</i>	Yhdistetty Erasmus+- ja Eurodesk-tili / nuorisoala

- Alankomaat (2)	- <i>Erasmusplus-NL (@ErasmusplusNL)</i> - <i>Eurodesk Nederland (@go_europe)</i>	- Erillinen Erasmus+-tili - Eurodesk-tili
- Espanja (2)	- <i>Erasmus Plus ES (@sepiegob)</i> - <i>Injuve (@InjuveSpain)</i>	- Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / koulutusala - Kansallisen toimiston tili / nuorisoala
- Kreikka (2)	- <i>IKY (@IKY_Erasmusplus)</i> - <i>Erasmus+ YouthGreece (@EplusYouthGR)</i>	- Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / koulutusala - Erillinen Erasmus+-tili / nuorisoala
- Kypros (2)	- <i>Οργανισμός Νεολαίας (@orgneolaias)</i> - <i>EURODESK Cyprus (@EurodeskCyprus)</i>	- Kansallisen toimiston tili / nuorisoala - Eurodesk-tili

- Luxemburg (2)	- <i>SNJ.lu (@snj_lu)</i> - <i>EURODESK Luxembourg (@EURODESKlu)</i>	- Kansallisen toimiston tili / nuorisoala - Eurodesk-tili
- Malta (2)	- <i>EUPA-Malta (@EUPA1)</i> - <i>Eurodesk Malta (@eurodeskmt)</i>	- Kansallisen toimiston tili - Eurodesk-tili
- Puola (2)	- <i>Erasmus+ (@ErasmusPlus_PL)</i> - <i>Eurodesk Polska (@EurodeskPolska)</i>	- Erillinen Erasmus+-tili - Eurodesk-tili
- Turkki (2)	- <i>TürkiyeUlusalAjansı (@ulusalajans)</i> - <i>EurodeskTR (@eurodesktr)</i>	- Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili - Eurodesk-tili
- Viro (2)	- <i>SA Archimedes (@ArchimedesEE)</i> - <i>Euroopa Noored (@europanoored)</i>	- Kansallisen toimiston tili - Eurodesk-tili

- Irlanti (4)	- <i>Leargas (@Leargas)</i> - <i>HEA (@hea_irl)</i> - <i>Erasmus+ Ireland (@ErasmusIreland)</i> - <i>Eurodesk Ireland (@EurodeskIreland)</i>	- Kansallisen toimiston tili - Kansallisen toimiston tili - Erillinen Erasmus+-tili - Eurodesk-tili
- Italia (5)	- <i>AgenziaErasmus+Isfol (@ErasmusPlusIsf)</i> - <i>Erasmus+ Indire (@ErasmusPlusInd)</i> - <i>Agenzia Giovani (@AgenziaGiovani)</i> - <i>Erasmus+ Eurodesk.IT (@ErasmusPlusIT)</i> - <i>Eurodesk Italy (@euk_it)</i>	- Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / ammatil. - Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / yleissivistävä, korkea- ja aikuiskoulutus - Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / nuorisoala - Yhdistetty Erasmus+- ja Eurodesk-tili - Eurodesk-tili
- Latvia (3)	- <i>VIAA (@VIAA_LV)</i> - <i>JSPA (@Jaunatne)</i> - <i>Erasmus+ Latvija (@ErasmusPlusLV)</i>	- Kansallisen toimiston tili / koulutusala - Kansallisen toimiston tili / nuorisoala - Erillinen Erasmus+-tili
- Norja (3)	- <i>SIU (@SIUnytt)</i> - <i>Aktiv Ungdom (@AktivUngdom)</i>	- Kansallisen toimiston tili / koulutusala - Kansallisen toimiston tili / nuorisoala

	- <i>Eurodesk Norway (@EurodeskNorway)</i>	- Eurodesk-tili
- Portugali (3)	- <i>AN Erasmus+ (@AN_Erasmus)</i> - <i>Erasmus+ JA (@Erasmusmais)</i> - <i>Portal da Juventude @JuventudeGovPt</i>	- Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / koulutusala - Kansallisen toimiston tili / Erasmus+-tili / nuorisoala - Eurodesk-tili
- Ranska (4)	- <i>Erasmus+ Educ & Form (@ErasmusplusFR)</i> - <i>Erasmus+ Jeunesse (@ErasmusplusJeun)</i> - <i>Génération Erasmus (@gen_erasmus)</i> - <i>INJEP (@Injep)</i>	- Erillinen Erasmus+-tili / koulutusala - Erillinen Erasmus+-tili / nuorisoala - Erillinen Erasmus+-tili - Kansallisen toimiston tili / nuorisoala
- Saksa (4)	- <i>BIBB (@BIBB_de)</i> - <i>DAAD News (@DAAD-Germany)</i> - <i>JUGEND für Europa (@jugend_f_europa)</i> - <i>eurodesk Deutschland (@rausvonzuhaus)</i>	- Kansallisen toimiston yläorganisaation tili / ammatillisen koulutuksen ala - Kansallisen toimiston yläorganisaation tili / korkeakoulutuksen ala - Erillinen Erasmus+-tili / nuorisoala - Eurodesk-tili
- Yhdistynyt kuningaskunta (3)	- <i>Ecorys UK (@ecorysuk)</i> - <i>Going Global (@HEGoingGlobal)</i> - <i>Erasmus+ UK (@erasmusplusUK)</i>	- Kansallisen toimiston tili - Kansallisen toimiston alatiili / korkeakoulutus - Erillinen Erasmus+-tili

Liite 2. Uudelleentviitatut ja mainitut tilit ja sivustojen ylläpitäjät kategorioittain tarkastelluilla tileillä

Tili: CIMO (@CIMOfin)

Tahot	Uudelleentviitatut tilit	Jaettujen sivustojen ylläpitäjät	Mainitut tilit
Kansallinen toimisto, sen osastot ja työntekijät	@liintola(10), @MarjoSom(1), @MauriUusilehto(3), @SamuSeitsalo(1), @MikaESaarinen(3), @KatiInkinen(2), @hannaisoranta(1), @CIMO_VocEd(2), @LEkulttuuri(1)	CIMO(25)	@CIMOfin(30), @CIMO_VocEd(2), @liintola(4), @MauriUusilehto(3), @SamuSeitsalo(2) @KatiInkinen(3), @ilmnok(1)
Erasmus+ virallinen	@EUErasmusPlus(4)		@EUErasmusPlus(9)
Muut Erasmus+:n alaiset toimijat			@EPALE_FI(1), @YouthInActionNL(1)
EU:n institootit ja niiden edustajat	@EUKomissio(2), @EuropeanYouthEU(1)	Euroopan Komissio(3)	@EU_Commission(1), @EUKomissio(1), @TNavracsicsEU(2)
Europarlamentaarikot	@jaatteenmaki(2), @HennaVirkkunen(2)		@jaatteenmaki(5), @HennaVirkkunen(5), @miapetrakumpula(4), @HeidiHautala(1), @Halla_aho(1), @KyllonenMerja(1), @HTakkula(1), @Ijaakonsaari(1), @NilsTorvalds(1), @petrisarvamaa(1), @SampoTerho(1), @spietikainen(1), @kokokansanpaavo(1)
Kotimaan ministeriöt, niiden edustajat ja muu valtionhallinto	@Ulkoministeriö(1), @Kela_uutiset(1)	Ulkoministeriö(1)	@okm.fi(1), @OKM_Nuoriso(1), @GH_Wrede(3)
Kotimaan poliitikot			@alexstubb(1), @jsipila(1),

			@VilleNiinisto(1), @sannigrahn(1), @TarjaHalonen(1)
Hallitusten- väliset yhteis- työorganisaat- iot	@UNFPA_Nordic(1)		
Koulutusalan toimijat	@pasi_sahlberg(1), @samikivela(1), @ikalikarvinen(1), @SYL_FIN(1), @SkillsFinland(1), @Soulitviitit(1)	Souli(1)	@helsinkiuni(1), @UniEastFinland(1), @uniofjyvaskyla(1), @DiakAmk(1), @kuortaneOTC(2), @alfrehn(1), @kirstilonka(1)
Nuorisoalan toimijat		Nuorisotyön puolesta -kampanja(1)	@allianssi(1), @nuortene lama(1), @Ntyonpuolesta(1)
Urheilualan toimijat	@aija_saari(1)	VAU ry(1)	
Kansainväli- syystoimijat	@labourmobility(1)		@KVTry(1)
Etujärjestöt		Lastensuojelun Keskusliitto(1), Elinkeinoelämän Keskusliitto(1)	
Mediat		Helsingin uutiset (1)	@yle uutiset(1), @YLEPohjanmaa(1), @yletelakarjala(1)
Muut	@AnniSiltanen(1), @MarkkuJokinen(1), @DemoFinland(1), @Turkukaupunki(1), @EVA_fi(1), @LapsenMaailma(1)	Turun kaupunki (1), Kotus(1), SumAll(2)	@Ulkomaanapu(1), @Kuntaliitto(1), @TorillaOnTilaa(1), @Letsgourban(1)

Tili: Erasmus+ UK (@erasmusplusUK)

Tahot	Uudelleentviitatut tilit	Jaettujen sivustojen ylläpitäjät	Mainitut tilit
Kansallinen toimisto, sen osastot ja työntekijät	@_____Beth(2), @jonstewt(1)	Erasmus+ UK (22), British Council (1)	@erasmusplusUK (12), @BritishCouncil (2), @BCouncil_NI (2), @ecorysuk (2)
Erasmus+ virallinen	@EUErasmusPlus(1)		@EUErasmusPlus (2)
Muut Erasmus+:n alaiset toimijat	@EPALE_UK(1)	EPALE UK(1) - YouTube Salto-Youth(1)	@EPALE_EU(1), @EPALE_UK(3), @eTwinningUK(1), OpenEduEU(2)
Erasmus+-projektit	@apptproject(1)		@pal_cpd(1)
Muut EU-projektit		Speak & Learn (1)	
Muiden EU-ohjelmien toimijat	@CEDUK_Culture(1)	Creative Europe UK(1)	@europe_creative (1), @EU_H2020 (1), @INTERREG-Tweets(1)
EU:n instituutiot ja niiden edustajat	@EU_Commission(1), @EurydiceatNFER(1), @TNavracsicsEU(1), @EPinUK_edu(1)	Euroopan komissio(20), Euroopan unioni (3)	@EU_Commission (3), @EU_Eurostat (1)
Muut EU-toimijat		European Youth Forum(1)	
Kotimaan ministeriöt, niiden edustajat ja muu valtionhallinto		Skills Funding Agency, Department for Business, Innovation & Skills, and Ministry of Defence (1)	@Apprenticeships (1), @niexecutive (1)
Hallitustenväliset yhteistyöorganisaatiot		Euroopan neuvosto(1)	@OECD(1)
Koulutusalan toimijat	@Global_LSA(1), @stcolmansps(2), @johnnylatham(1), @jeffries_clare(1)	Apprentice Eye (5), FE News(3), TES(5), The Pie News(1), Epigram (1)	@euatweets(1), @OfficialUoM(1), @isa_training(1), @LMCollege(1), @lythamhigh(1),

			@stcolmansps(1), @CharnwoodColl (1), @Apprentice- Eye(1)
Nuorisoolan toimijat	@UKYouth(1), @eispossible(1)		
Urheilualan toimijat	@UEFA(1), @CharnwoodBball(1)	Sport England(1)	@sport_wales(1), @SportNINet(1), @sportsotland(1), @Sport_England (3) @DRETsport (1), @OBRAIDO- ROCAP(1)
Kansainväli- syystoimijat	@UNAExchange(1)		@xchangescotland (1)
Mediat		The Guardian (12), BBC(3), The Telegraph (2), Education Business(2), TIME(1), The Independent(1)	
Yksityis- henkilöt			@MevyAhmad(1), @PearceEd(2), @TamarStupal(1)
Muut	@changeagentsuk(1)	Webbrger(1), Change Agents UK(1)	@lidkopingkom- mun(1)

Tili: Erasmus+ Jeunesse (@ErasmusplusJeun)

Tahot	Uudelleentviitatut tilit	Jaettujen sivustojen ylläpitäjät	Mainitut tilit
Kansallinen toimisto, sen osastot ja työntekijät		Erasmus+ Jeunesse(68)	@ErasmusPlusJeun (19), @SALTOeuromed(1)
Erasmus+ virallinen	@EUErasmusPlus(24)		@EUErasmusPlus(38)
Muut Erasmus+:n alaiset toimijat	@gen_erasmus(1)	Salto-Youth(1)	@ErasmusplusFR(2)
Erasmus+-projektit	@cafe_sve(2)	Café SVE à Paris(7), Young Europe – Rethinking Democracy(1)	@cafe_sve(10)
Muut EU-projektit		Europhonica (1)	
Muiden EU-ohjelmien toimijat	@Euromedyouth(1)	Euromed Youth(1)	
EU:n instituutiot ja niiden edustajat	@EU_Commission(1), @europeaid(1), @UEfrance(3), @UEMarseille(2), @PE_FRANCE(1), @TNavracsicsEU(4), @EuropeanYouthEU (5), @EP_YouthEvent (1)	Euroopan komissio(35), Euroopan unioni(1), komission Ranskan edustusto(1), parlamentin Ranskan edustusto(1)	@EU_Commission (8), @europeaid(1), @UEfrance(10), @TNavracsicsEU (5), @pierre-moscovici(3), @EuropeanYouthEU (1) @EuroYouth-Portal(4, väärä tili), @Europarl_EN(2), @Europarl_FR(1), @PE_France(2), @EUParliament(1), @eu2015lu(1), @EYD2015(2), @eucoeyouth(1)
Europarlamentaarikot			@ALamassoure(1), @PervencheBeres(1)
EU-tieto-organisaatiot	@EuropeGascogne(2), @EuropeDirect78(1), @EuropeenSarthe(1), @EuropeMayenne(1), @EuropeNancy(1),	Maison de l'Europe Paris (1), Maison de l'Europe Pyrénées	@MdEuropeParis(2), @Adice_Roubaix(1), @EuropeAquitaine(2), @EuropeGascogne(2), @touteurope(1)

	@MdEuropeParis(1), @maison_europe(3), @MaisonDelEurope(1) @MdEuropeNimes(1), @PauEuropeDirect(1), @touteurope(1)	Roussillon(1), Toute l'Europe (1)	
Muut EU-toimijat	@Youth_Forum(1)		@Youth_Forum(1), @eurocircle_eu(1), @JeunesEuropeens (1), @Bermond-Avaloff(1), @carolinegillet(1), @FabienCazenave (1), @Morgane-Bravo(1)
Kotimaan ministeriöt, niiden edustajat ja muu valtionhallinto	@Strategie_Gouv(1), @harlemdesir(2)	Ranskan sisäministeriö(1), Ranskan presidentinkanslia (1), Harlem Désir (2)	@EducationFrance(2), @Asso_Gouv(1), @Jeunes_gouv(6), @Sports_gouv(1), @harlemdesir(4), @Elysee(1)
Kotimaan poliitikot	@Anne_Hidalgo(1), @PatrickKanner(1)		@Anne_Hidalgo(3), @PatrickKanner(1)
Hallitustenväliset yhteistyöorganisaatiot	@EYWC2015(1)		
Koulutusalan toimijat	@MarinaBurca(1), @mce_tv(1)	L'Étudiant(1), Ma chaîne Étudiante(1)	@infaformation(1)
Nuorisovalan toimijat	@Cnajep(2), @CRIJLR(2), @CRIJLorraine(1), @CRIJ_NPDC(2), @Le_CIDJ(1), @Anacej(1), @pack1530(1), @jeunebenevole(1), @MIJprovincesud(1), @tibobabo(1)	CRIJ LR(1), CRIJ NPDC(1), ANACEJ(1), Thibaud Maréchal IG-profiili(1)	@ANACEJ(1), @Cnajep(2), @CRIJ_NPDC(2), @Le_CIDJ(6), @MIJprovincesud(1), @Service-Civique(1), @InstitutCivique(1), @globalpotential(1), @LaCPublique(1)
Urheilualan toimijat		Moveweek(1)	@MarieBochet(1), @savethedream(1), @EWoS (1, väärä)
Kansainvälistyystoimijat	@Mdvoltaires(1)	Maison des Volontaires(1), Pistes Solidaires (1)	@Mdvoltaires(5)

Kulttuuri-toimijat	@lancrage(1), @rif_npdc(1)	Association Ballade (1), L'Ancrage (1)	@Urban_Prod(1), @RootsnRoutes(1),
Mediat	@Hit_Infos(1), @Cityzencat(2)	Ouest France (3), HitWest (2), La Dépêche (1), Nouvelle Calédonie 1 ^{ère} (1)	@OuestFrance(4), @Hit_Infos(1), @ladepeche_fr(1), @lequipe(1), @NC1ere(1), @RedacNimes_Actu (1),
Aluehallin- non yksiköt			@Paris(8) @Bordeaux(2), @iledefrance(5), @LesLandes40(1), @nantesfr(1), @regionalsace(1), @strasbourg(1), @TlseMetropole(2), @toulouse(3), @villedauch(2), @villedelyon(1), @villemarseille(3), @BxMetro(1), @RegionAquitane @Departement54(1)
Yksityis- henkilöt	@aliciasgard(1), @feedback_baby(1)	Kevin (Digital Backpacker), Ophélie (blogi)	@feedback_baby(3), @KevinBack-packer (1), @KevinPlayP(1), @lumoshu(1), @Max_Fourrier(1), @MaximeLy(1), @SexyRaviolis(1), @Boby_ch_(1)
Muut	@LaFrancesengage(1) @COP21(1), @DiploMix(2), @TEDxced(1), @TicketforChange(1), @VeilleISM(1)	Pariisin kaupun- ginhallinto (1), Press Start (1), UNML (1)	@112_sos(1), @COP21(1), @MSSofficiel(1), @LaFrancesengage(1), @Lappelaubois(1), @UNmission-locale (1), @Mouves_ES(1), @Wilfrid_Esteve(1) @Press_Start_FR(1) @MakeSenseTwitts(1)