

#koulutuslupaus

Opiskelijajärjestöjen kampanjointi sosiaalisessa mediassa vuoden 2015 eduskuntavaalien yhteydessä

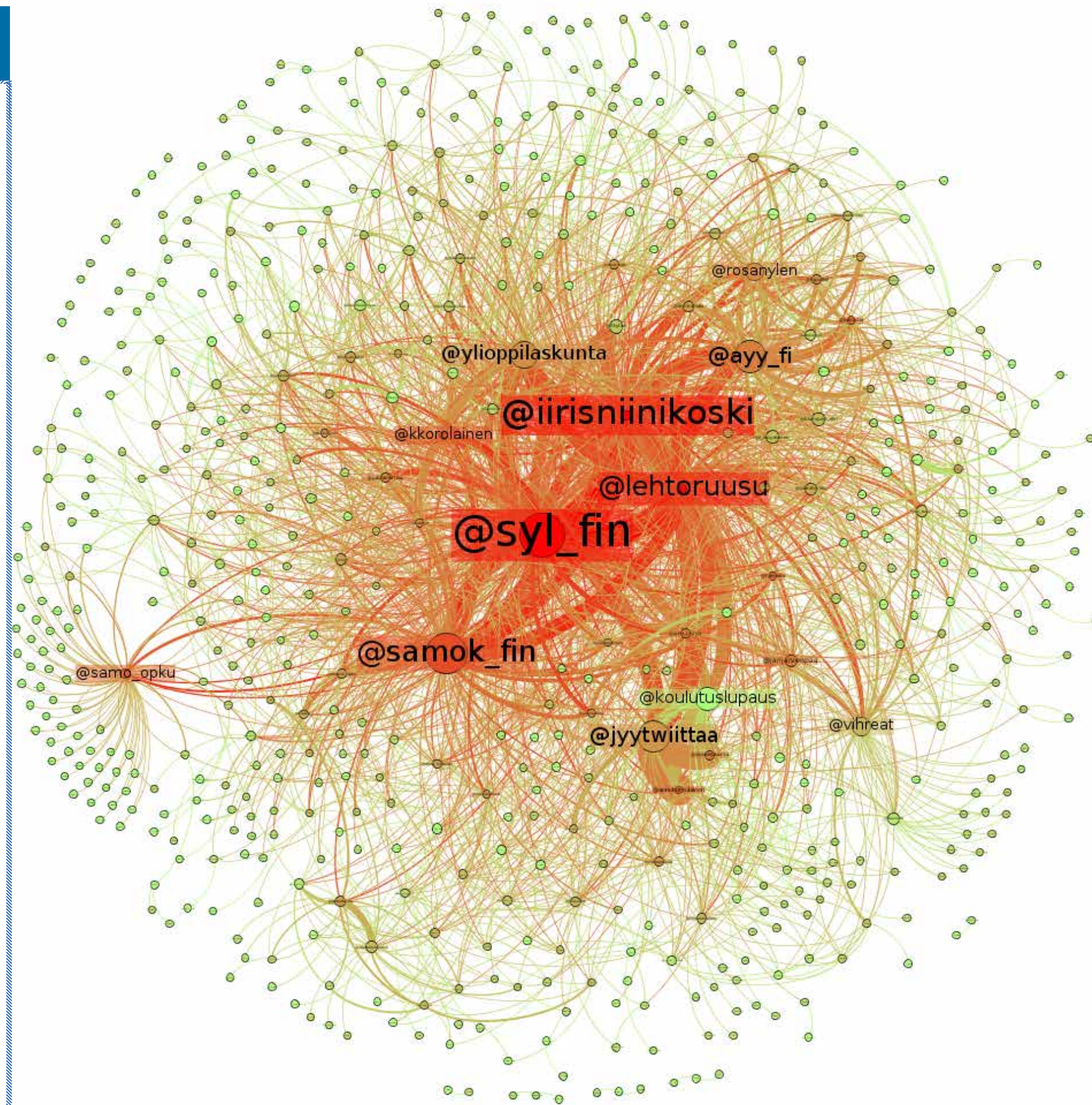
Arto Kekkonen

Viestinnän pro gradu -tutkielma, Sosiaalitieteiden laitos, Helsingin yliopisto

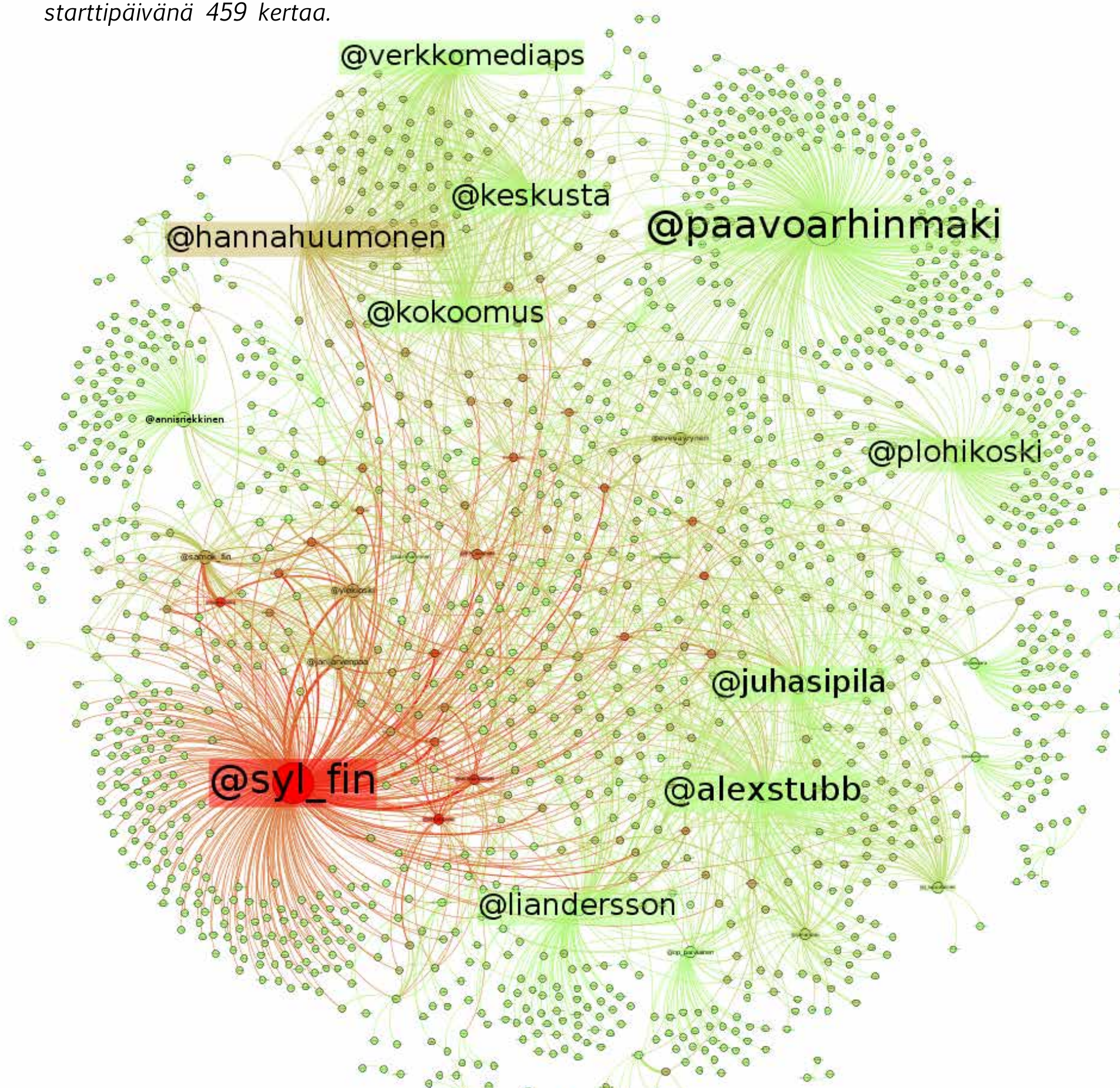
Tutkimusongelma

Vaalien yhteydessä sosiaalisessa mediassa kampanjoivat myös erilaiset etu- ja kansalaisjärjestöt. Koulutuslupaus oli Suomen ylioppilaskuntien liitto SYL:n sekä Suomen opiskelijakuntien liitto SAMOK:in yhteinen eduskuntavaalikampanja, jonka tarkoituksena oli puolustaa opiskelijoiden etuja vaalien yhteydessä.

Pro gradu -tutkielmassa tarkasteltiin Koulutuslupaus-kampanjaan liittyvää verkkoviestintää ja -keskustelua erityisesti Twitterissä. Tutkielman tavoitteena on selvittää, minkälaisia tavoitteita kampanjalla oli, minkälaisilla viestinnällisillä keinoilla näitä tavoitteita pyrittiin edistämään, sekä millaiseksi #koulutuslupaus-aihetunnisteella Twitterissä käyty keskustelu muodostui.



Verkostokuvat kampanjan starttipäivältä 25.2. (yllä) sekä hallitusohjelma julkaisupäivältä 27.6. (alla). Kuvissa solmun koko kertoo siitä, kuinka usein käyttäjä on mainittu/retviivattu, ja punainen väri siitä, kuinka usein käyttäjä on maininnut tai retviitannut muita. Kuvia ei voi suoraan vertailla toisiinsa, sillä hallitusohjelman julkaisupäivänä aktiivisinkin käyttäjä mainitsi muita käyttäjiä vain noin 20 kertaa, kun taas kampanjan starttipäivänä 459 kertaa.



Tulokset

- » Kampanjassa pidettiin aktiivisen koulutusaiheisen verkkokeskustelun herättämistä keskeisenä tavoitteena, sillä koulutuksen pelättiin jäävän muiden teemojen, erityisesti talouden, jalkoihin. #Koulutuslupaus olikin eräs suosituimmista vaaliaiheisistä aihetunnisteista Twitterissä.
- » Ennen vaaleja #koulutuslupaus-aihetunnistetta käyttivät erityisesti opiskelijajärjestöjen aktiivit. Aineistosta erottuu aktiiveja, jotka jakoivat runsaasti eteenpäin muiden käyttäjien twiittejä, mutta jotka mainittu tai retviitattu harvoin.
- » Hallitusohjelman julkistusta seuranneessa keskustelussa retviitattiin oppositiopoliitikkoja ja mainittiin johtavia hallituspoliitikkoja. Opiskelijajärjestöt jäyttyivät tietoisesti taka-alalle. Tällöin #koulutuslupaus näyttää muodostuneen foorumiksi uuden hallituksen koulutuspolitiikasta käydylle kriittiselle keskustelulle.

Aineisto ja menetelmät

Työn ensisijainen aineisto koostuu 14 235 aihetunnisteen #koulutuslupaus sisältävästä twiitistä, jotka on kerätty ajanjaksolla 25.2.-30.6.2015. Aineistoa on tarkasteltu sosiaalisen verkostanalyysin avulla, erilaisia määrällisiä piirteitä erittelemällä sekä tarkastelemalla verkkokeskustelussa levinneitä sisältöjä laadullisella otteella. Lisäksi tutkielmaa varten on haastateltu kahta kampanjan tekemiseen osallistunutta henkilöä, joilta saatuja tietoja ja näkemyksiä kampanjan tavoitteista ja toteutuksesta käytetään täydentävänä aineistona.

Pohdinta

Sosiaalisessa mediassa rajattu joukko aktiiveja voi saavuttaa runsaasti näkyvyyttä ja luoda vaikutelman laajemmasta kansalaiskiinnostuksesta. Myös verkossa näkyvyyden saavuttamisen kannalta on tärkeää, että organisaatiolla on runsaasti resursseja esimerkiksi suuren vapaaehtoisverkoston muodossa. Toisaalta aitoa kansalaiskiinnostusta voi myös herätä nopeasti etenkin reaktiona kielteisiin uutisiin. Verkkokeskustelussa äänensä saavat tällöinkin kuitenkin parhaiten äänensä kuuluviin esimerkiksi tunnetut poliitikot.