

**DIGITAALISTA DIPLOMATIAA – DIPLOMAATTIEN
VIESTINTÄTEKNOLOGIAN KÄYTTÖ**

Annina Tikkanen
Viestinnän maisterintutkielma
Kevät 2019
Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Annina Tikkanen	
Työn nimi – Title DIGITAALISTA DIPLOMATIAA – DIPLOMAATTIEN VIESTINTÄTEKNOLOGIAN KÄYTTÖ	
Oppiaine – Subject Viestintä	Työn laji – Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year Kevät 2019	Sivumäärä – Number of pages 66
Tiivistelmä – Abstract <p>Tämän tutkielman tavoitteena oli kuvata ja ymmärtää, millaisia käsityksiä ja kokemuksia diplomaateilla on teknologiavälitteisestä viestinnästä diplomatiassa ja omassa työssään. Tutkimuksessa haluttiin selvittää, mitä merkityksiä diplomaatit antavat viestintäteknologialle työkontekstissaan. Tutkimuksen aineisto kerättiin teemahaastattelulla, ja tutkimusta varten haastateltiin kuutta suomalaista diplomaattia. Aineiston analysoinnissa käytettiin teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä.</p> <p>Tämä tutkielma yhdistää kaksi tutkimusnäkökulmaa: teknologiavälitteisen viestinnän ja diplomatian. Diplomatiassa käytetään yhä enemmän teknologiaa osana työtä, mutta sen tutkimus akateemisella tasolla on jäänyt vähäiseksi. Yksilöt mieltävät viestintäteknologiaa sen erilaisten käyttömahdollisuuksien kautta. Käyttömahdollisuudet, eli affordanssit liittyvät siihen, miten ja mitä viestintäteknologiaa käytetään.</p> <p>Tulosten perusteella näyttää siltä, että diplomaattien viestintäteknologian käyttö voidaan jakaa neljään teemaan, jotka kuvastavat erilaisia diplomaattien viestintäteknologian käyttötasoja. Näitä ovat muuttunut informaatioympäristö, diplomatiataso, työyhteisöntaso sekä yksilötaso. Yksilötasoon lukeutuvat myös affordanssit, jotka ovat yksilön antamia merkityksiä eri kanaville. Näillä tasoilla on merkitystä diplomaattien viestintäteknologian käyttöön.</p> <p>Tulosten valossa vaikuttaa siltä, että keskeistä viestintäteknologian omaksumisessa on konkreettisten hyötyjen saavuttaminen. Sosiaalisen median omakunnassa keskeiseksi nousee yleisön tavoittaminen, näkyvyyden saavuttaminen sekä oman asiantuntijuuden esille tuominen. Konkreettisten asioiden saavuttaminen sosiaalisen median avulla lisäsivät sitoutumista sosiaalisen median käyttöön. Tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että diplomaattien kokemat affordanssit ovat vahvasti sidoksissa siihen, millaisia merkityksiä he antavat eri kanaville ja miten he hyödyntävät teknologiaa työssään.</p>	
Asiasanat – Keywords Teknologiavälitteinen viestintä, digitaalinen diplomatia, diplomatia, viestintä, viestintäteknologia, affordanssit	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto/Jyväskylän yliopiston kirjasto	
Muita tietoja – Additional information	

Sisällys

1 Johdanto.....	1
2 Viestintäteknologia diplomatiassa.....	5
2.1 Työskentely diplomatiassa.....	5
2.2 Julkisuusdiplomatia	7
2.3 Digitaalinen diplomatia.....	9
2.4 Diplomaatti viestintäteknologian käyttäjänä	14
3 Tutkimuksen toteutus	20
3.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimustehtävä.....	20
3.2 Tutkimusmenetelmä.....	21
3.3 Haastateltavat ja haastatteluiden keräys	24
3.4 Aineiston käsittely ja analysointi	25
3.5 Eettiset kysymykset	26
4 Tulokset	29
4.1 Muuttunut informaatioympäristö.....	30
4.2 Viestintäteknologia diplomatiassa	31
4.3 Viestintäteknologia diplomaattien työyhteisössä.....	35
4.4 Yksilötason kokemukset viestintäteknologiasta	42
5 Pohdinta.....	46
6 Päättäntö	58
6.1 Tutkimuksen arviointi.....	58
6.2 Jatkotutkimushaasteet	61
Kirjallisuus	63

1 Johdanto

“Hyvänen aika, tämä on diplomatian loppu!” huudahti Iso-Britannian pääministeri Palmerston 1860-luvulla, kun hän vastaanotti ensimmäisen lennätinviestin (Dizard 2001, 5). Teknologian kehitys on aina muokannut diplomatiaa ja sen piirteitä. Diplomatia ei suinkaan loppunut lennätinviestimeen, vaan diplomatia on pitkin historiaa mukautunut muuttuvaan ympäristöön säilyttäen sen ydintehtävän: dialogin.

Diplomatia mielletään helposti ovien takana käytäväksi, salaiseksi vuorovaikutukseksi. Diplomatia on valtioiden välinen vakinaistettu järjestelmä, jonka kautta valtiot voivat toteuttaa omia ulkopoliittisia tavoitteitaan ja vaikuttaa vieraan valtion päätöksentekoon vuorovaikutuksen kautta (Adesina 2017, 2). Kansainvälisten suhteiden ja diplomatian luonteet muuttuivat toisen maailmansodan jälkeen, kun joukkotiedotusvälineet yleistyivät. Perinteisestä mediasta tuli voimakas pelaaja kansainvälisissä suhteissa, koska lehdet, radio ja televisio hallitsivat tietolähteiden asemaa ympäri maailmaa. (Lim 2017, 12.)

Perinteisen median uutisointi kansainvälisistä suhteista vaikutti diplomaattien työhön, sillä media ja sen tuoma julkisuus täytyi ottaa aikaisempaa enemmän huomioon. Mediasta tuli väylä, jonka myötä toteuttaa ulkopoliittikkaa ja tuoda esiin valtion tavoitteita ja levittää niitä kansainväliselle yleisölle (Lim 2017, 11). Tämä vaikutti diplomatian kentän muutokseen traditionaalisesta, “ovien takana” tapahtuvasta diplomatiasta julkisuusdiplomatiiaan, jossa tiedon jakaminen yleisölle on keskeistä. Tätä myötä syntyi käsite julkisuusdiplomatiasta, joka voidaan määrittää kanaviksi, joita valtiot käyttävät viestiäkseen ja vaikuttaakseen muihin valtioihin (Nye 2008, 95).

Sosiaalisen median tuomat mahdollisuudet ovat kehittäneet julkisuusdiplomatiata uuteen ulottuvuuteen: digitaaliseen diplomatiiaan. Se tarkoittaa viestintäteknologian ja sosiaalisen median käyttöä diplomaattisten tavoitteiden saavuttamiseksi (Hanson 2012). Toisin kuin julkisuusdiplomatiassa, digitaalisessa diplomatiassa yksittäinen diplomaatti on keskeinen toimija ja sisällöntuottaja eri viestintäkanavissa.

Voisi kuvitella, että digitaalinen diplomatia on vain luonnollinen seuraus muuttuneelle informaatioympäristölle. Digitaalisuus ja erityisesti sosiaalinen media on tuonut monien muiden alojen tavoin omat piirteensä myös diplomatiaan monien suurlähetystöjen, edustustojen ja diplomaattien hyödyntäessä viestintäteknologiaa. Viestintävälineitä hyödynnetään yhä enemmän tapaamisiin, tiedonjakoon ja kriisinhallintaan. Niitä käytetään myös keskusteluun yleisön kanssa. Digitaalisen diplomatian syntymiseen voidaan kuitenkin löytää globaaleja, yksittäisiä tapahtumia, jotka ovat toimineet alkusysäyksenä diplomatian jalkautumiselle sosiaaliseen mediaan. Yhdysvalloissa huomattiin, että terroristijärjestö al-Qaida käytti internetiä ja sosiaalista mediaa levittämään ideologiaansa sivustojen, blogien ja videoiden kautta. Tämän seurauksena Yhdysvalloissa luotiin uusi julkisuusdiplomatian suunnitelma, jonka myötä luotiin Facebook -sivusto ja blogi torjumaan al-Qaidan narratiiveja. (Manor 2016, 6.)

Vuonna 2011 puhjennut Arabikevät herätteli valtioita ymmärtämään verkkomaailman tärkeyden. Arabikeväessä sosiaalinen media toimi kansalaisten paikkana mobilisoitua, ja sen kautta yleisö toi esille kasvavat kansanliikkeet, joiden olemassaolon valtio kielsi (Bjola 2015, 41). Kansalaisjournalismin nousu on vaikuttanut omalla tavallaan myös digitaalisen diplomatian nousuun (Manor 2016, 8). Kuka vaan voi jakaa tietoa ja raportoida tapahtumista sosiaalisen median välityksellä.

Esimerkkiä sosiaalisen median käytöstä valtion johdon tasolla näytti Yhdysvaltain presidentti Barack Obama, kun hän liittyi ensimmäisenä presidenttinä Twitteriin vuonna 2007. Se toimi kannustuksena monelle muulle diplomatiassa työskentelevälle ottaa käyttöön sosiaalisen median kanavat. Sosiaalisen median mahdollistama vuorovaikutteisuus on luonut uuden käsitteen digitaalisesta diplomatiasta, jossa viestintäteknologian tuomat mahdollisuudet ovat osa diplomaattisten tavoitteiden saavuttamista. Sosiaalinen media on antanut diplomatialle kasvot ja muokannut sitä persoonallisemmaksi.

Tämän tutkielman tavoitteena on kuvata ja ymmärtää, millaisia käsityksiä ja kokemuksia diplomaateilla on teknologiavälitteisestä viestinnästä diplomatiassa ja omassa työssään. Viestintäteknologia ja sosiaalinen media ovat olennainen osa nykypäivän diplomaatin työtapoja, mutta niiden käyttöä strategisessa mielessä on tutkittu akateemisesti vähän (Bjola 2015, 4).

Tutkimalla käsityksiä ja kokemuksia voidaan saada tietoa siitä, millaisia merkityksiä diplomaatit antavat teknologialle ja eri viestintäkanaville omassa työssään. Digitaalisuus on tuonut diplomatian yhä lähemmäksi viestinnän kenttää (Murray 2015, 130), minkä vuoksi sitä on tarkoituksenmukaista tutkia viestinnän näkökulmasta. Viestinnän alalla viestintäteknologian käytön tutkimus on pitkällä, ja sen vuoksi viestinnän tutkimuskentällä on annettavaa kansainvälisten suhteiden sekä diplomatian tutkimukseen.

Viestinnän alalla tämä tutkielma sijoittuu teknologiavälitteisen viestinnän tutkimusalaan. Digitaalinen diplomatia on akateemisena tutkimuskohteena vielä uusi, jonka vuoksi se ei ole käsitteenä vielä täysin vakiintunut (Bjola 2015). Digitaalista diplomatiaa on tutkittu erityisesti Twitterin ja Facebookin näkökulmasta (Kampf, Manor & Segev 2015; Twiplomacy 2017), suurlähetystöjen Twitterin käytöstä (Straub, Kruikemeier, Van der Meulen, & Van Noort 2015) sekä internetin vaikutuksista kansainvälisiin suhteisiin (Westcott 2008).

Tämä tutkimus yhdistää kaksi uutta näkökulmaa. Ensinnäkin, tutkielma tuo uuden näkökulman digitaaliseen diplomatiaan tarkastelemalla ilmiötä yksilön näkökulmasta. Toiseksi, tutkielma yhdistää diplomatian kontekstiin teknologiavälitteisen viestinnän parista affordanssit. Affordanssit ovat yksilön mieltämiä viestintäteknologian käyttömahdollisuuksia. Affordansseja ei ole hyödynnetty aiemmin tutkimukseen diplomatian kontekstissa, vaan niitä on hyödynnetty lähinnä organisaatioiden sisäisen intranetin käytön tutkimisessa. Tämä tutkielma soveltaa nämä kaksi uutta tutkimusnäkökulmaa, teknologiavälitteisen viestinnän ja diplomatian tutkimuksen yksilötasolla. Tutkimus tehdään Suomen kontekstissa.

Diplomatian merkitys korostuu nykypäivänä yhä enemmän erilaisten globaalien haasteiden, kuten ilmastonmuutoksen, terrorismin ja pakolaisilmiön myötä. Myös lisääntyvä globaali yhteistyö ja riippuvaisuus siitä nostavat diplomatian tärkeyttä. Digitaalisten mahdollisuuksien myötä perinteinen diplomatia on murroksessa, kun digitaaliset kanavat muodostuvat osaksi työnkuvaa.

Digitaaliset kanavat tuovat mukanaan uusia työtapoja, mahdollisuuden tuoda esille omaa asiantuntijuutta ja toteuttaa ulkopoliittisia tavoitteita uusilla alustoilla.

Viestintäteknologia mahdollistaa suoran osallistumisen yhteiskunnalliseen keskusteluun, ja tämä nostaa yksittäisten diplomaattien merkitystä osana laajempaa keskustelua. Tämän vuoksi on tärkeää tutkia, miten diplomaatit itse kokevat tämän.

Viestintäteknologiasta on tullut yksi erottamaton osa diplomaattien työnkuvaa. Sen käyttötapoja on kuitenkin monenlaisia, ja sen vuoksi on tärkeää tarkastella, miten diplomaatit mieltävät erilaisten viestintäkanavien käytön. Digitaalista diplomatiasta on tutkittu organisaatiotasolla, mutta käyttäjän kokemukset digitaalisesta diplomatiasta ja viestintäteknologiasta on vielä tutkimatta. Tutkimalla yksilötason käsityksiä ja kokemuksia, voidaan saada tärkeää tietoa yksilöiden työtavoista sekä syventää ymmärrystä siitä, mikä merkitys viestintäteknologialla on diplomaateille.

Tutkimus on ajankohtainen ja tarpeellinen, sillä aihetta ei ole tutkittu paljoa. Tutkimus antaa vastauksia siihen, miten diplomaatit kokevat viestintäteknologian merkityksen diplomatian kontekstissa. Tämä tutkimus antaa tietoa yksilötason kokemuksista ja avaa käyttäjän näkökulmasta viestintäteknologiaan liittyviä valintoja diplomatian kontekstissa. Tuloksia voidaan hyödyntää paitsi työelämässä myös koulutusmielessä. Tutkimus avaa diplomaattien kokemuksia viestintäteknologian merkityksestä nykypäivän diplomatiassa.

2 Viestintäteknologia diplomatiassa

2.1 Työskentely diplomatiassa

Diplomatian ja diplomaattisten suhteiden käsite ja oikeudet ovat määritelty Wienin diplomaattisuhteita koskevassa yleissopimuksessa (1961). Tämä määrittää diplomaattien ja diplomaattisten edustustojen oikeudet. Kansainvälinen oikeus ja sopimukset luovat pohjan diplomatialle. Tämän lisäksi sitä säätelevät myös Suomessa laaditut lait. Suomen ulkoministeriö (2018a) määrittelee omien suurlähetystöjen ja edustustojen päätehtäväksi Suomen ja suomalaisten etujen edistämisen ulkomailla. Ne hoitavat poliittisia- ja viranomaistehtäviä ja tämän lisäksi ne edustavat suomalaista toimintaa ja kulttuuria asemamaassa.

Suomen ulkomaanedustus koostuu diplomaattisista edustustoista ja konsuliedustustoista. Diplomaattisiin edustustoihin lukeutuvat suurlähetystöt, niiden yksiköt ja yhteystoimistot ympäri maailmaa. Lisäksi edustustoihin kuuluu pysyvät edustustot kansainvälisissä järjestöissä ja yhteistyöelimissä. Näitä ovat esimerkiksi Suomen pysyvä edustusto YK:ssa ja Euroopan unionissa sekä erityisedustusto Natossa. Konsuliedustustot ovat lähetetyn virkamiehen johtamia pääkonsulaatteja, konsulaatteja tai kunniakonsulin johtamia kunniakonsulaatteja. (Ulkoministeriö 2018a.) Edustustot koostuvatkin monenlaisesta osaamisesta, ja tehtävien painopisteet riippuvat kohdemaasta. Yksi yhteinen tehtävä niillä kuitenkin on, joka on Suomen edustaminen asemamaassa tai yhteistyöelimissä.

Ulkoministeriö määrittelee edustustojen tehtäväalueiksi muun muassa ulkopolitiikan, kauppapolitiikan, kehitysyhteistyön, maakuvatyön, konsulipalvelut ja kansalaispalvelut (Ulkoministeriö 2018a). Suomen edustustojen tärkeä tehtävä on tehdä Suomea tunnetuksi kansainvälisesti ja hoitaa suhteita asemamaan kanssa. Tämä liittyy vahvasti esimerkiksi vienninedistämiseen. Suomen edustustot toimivat usein yhtenä linkkinä yrityksille kansainvälistymisessä. Tämän lisäksi edustustot seuraavat kaupallisia mahdollisuuksia ja uhkia välittäen niistä tietoa Suomeen (Ulkoministeriö 2018a).

Matkustelu ja työnteko ulkomailla on kasvanut, jonka vuoksi myös siihen liittyvän työn määrä on lisääntynyt mukaan lukien kriisinhallinnan. Konsulityöhön kuuluu

suomalaisten neuvominen maailmalla esimerkiksi kadotettujen asiakirjojen tai hätätilanteiden sattuessa. Passipalvelut tai viranomaisapu on tyypillinen esimerkki avusta, jota tarjotaan. Suomalaisten avustaminen asemamaassa on tärkeä osa tehtävää, jonka myötä konsulityö on yksi keskeinen osa edustustojen työnkuvaa. (Ulkoministeriö 2018a.) Erilaisissa kriisitilanteissa Suomen edustustoilla on tärkeä rooli kriisinhallinnassa ja tiedon välittämisestä Suomeen. Kriisitilanteessa edustustot pyrkivät selvittämään suomalaisten tilanteen. (Ulkoministeriö 2018a.)

Tie diplomaattiuralle käy Suomessa kansainvälisten asioiden valmennuskurssin kautta, joka tunnetaan myös lyhenteellä Kavaku (ks. Ulkoministeriö 2018b). Diplomaatit työskentelevät Suomessa ulkoministeriössä sekä ympäri maailmaa Suomen edustustoissa tai kansainvälisissä organisaatioissa. Suomessa työskennellessä he ovat virkamiehiä tai -naisia, mutta ulkomaanedustustossa työskennellessään diplomaatteja. Sanakirjamääritelmän mukaan diplomaatit ovat oman valtionsa edustajia toisessa valtiossa (Merriam Webster 2018). Määritelmä kuvastaa työnkuvaa hyvin: diplomaatin perimmäinen tehtävä on edustaa maatansa sekä valtionsa ulkopoliittisia tavoitteita.

Diplomaattien työn sisällöt ja teemat vaihtelevat, sillä vastuualuepiirit ovat jaettu ja ne riippuvat kohdemaasta. Työn ytimenä voidaan kuitenkin pitää edustamista, viestintää ja vuorovaikutussuhteiden hallintaa (Adesina 2017, 2). Työtehtäviin kuuluu paljon tiedon keräämistä, sen analysointia ja siitä raportointia. Työ on tiivistetysti kotimaan taloudellisten, poliittisten ja kaupallisten intressien turvaaminen ja oman maan kansalaisten auttamista (Hocking & Melissen 2015, 44). Työ on luonteeltaan muuttuvaa teknologian, kansainvälisten haasteiden kuten turvallisuuden, ilmastonmuutoksen, taantumien ja kehityksen kanssa sekä vaihtuvien johtamistapojen myötä (Barder 2014, 7–8).

Diplomaattien työtehtäviin sisältyy yhteistyötä sidosryhmien ja ulkomaisten kollegoiden kanssa, kohdemaan eri toimijoiden kanssa sekä kohdemaan suomalaisten kanssa. Ulkoministeriö kuvailee yhdeksi tehtävistään viestinnän ja maakuvaustyön, joka on “Suomen vaikutusvallan, vetovoiman ja näkyvyyden lisääminen maailmalla”. Käytännössä se tarkoittaa suunniteltua viestintää sekä pitkäjänteistä vaikuttamista eri teemojen parissa. Lisäksi siihen kuuluu yhteistyöverkostojen luomista kotimaan ja asemamaan välillä. (Ulkoministeriö 2018a.) Tämä ulottuu luonnollisesti myös

edustustojen tehtäväksi, jotka ovat tärkeitä kontakteja Suomen edustamisessa ja tunnetuksi tekemisessä. Monesti tehtävien keskiössä ovat siis erilaiset viestinnälliset tehtävät niin sidosryhmien kuin myös Suomen maakuvatyön parissa.

Jos diplomatian luonnetta pitäisi kuvailla ytimekkäästi, vaikuttamisen käsite sopisi kuvaamaan sitä hyvin (Nye 1990). Vaikuttaminen on tietoinen, tarkoituksellinen, usein strateginen viestintä- tai vuorovaikutusprosessi, jossa pyritään luomaan, muokkaamaan, muuttamaan tai vahvistamaan arvoja, asenteita uskomuksia, mielipiteitä ja käyttämistä symbolisen toiminnan kautta (Larson 2010, 22). Sillä voidaan luoda, pohjustaa, vahvistaa tai muuttaa vastaanottajien reaktioita (Perloff 2010, 24–25). Vaikuttamisen ytimeen kuuluvat arvot ja niihin vaikuttaminen. Arvot voivat olla aineellisia tai aineettomia, ja ne määritellään käsitykseksi siitä, mikä on haluttavaa tai tavoiteltavaa (Kluckhohn 1951, Rieken & Sillarsin 2012 mukaan, 121).

Diplomatia rinnastetaan akateemisissa tutkimuksissa monesti Nyen (1990) käsitteeseen pehmeästä vallasta, mikä tarkoittaa muiden valtioiden arvoihin vaikuttamista kansainvälisissä suhteissa. Pehmeä valta tarkoittaa tietynlaista vetovoimaa saada muut haluamaan samaa kuin itse. Diplomatia perustuukin sille: ulkopoliittisiin tavoitteisiin pyritään argumentoimalla ja tuomalla esiin arvoja, jotka ovat tärkeitä valtiolle. Viestinnän näkökulmasta katsottuna Nyen (1990) käsite pehmeästä vallasta on suoraan kytköksissä viestintään ja vaikuttamiseen.

2.2 Julkisuusdiplomatia

Median kiinnostuneisuus ulkopoliittikkaa ja kansainvälisiä asioita kohtaan loi mahdollisuuden viestiä näkyvämmiin diplomatiasta. Perinteiset mediat kuten lehdet, radio ja televisio, ovat väylä tuoda esiin diplomaattisia tavoitteita. Niiden kautta voidaan tuoda diplomatiaa lähemmäksi diplomatiasta kiinnostuneita niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin. (Lim 2017, 11.) Nämä ovat tyypillisiä kanavia julkisuusdiplomatialle.

Julkisuusdiplomatia voidaan määritellä diplomatian toimijoiden viestintäprosesseiksi yleisöjen kanssa, jonka tarkoituksena on tuoda esille valtion kulttuuria, ajatuksia ja ideoita sekä valtiollisia tavoitteita ja ajankohtaisia käytänteitä.

Sen tarkoituksena on vaikuttaa yleisön ajatuksiin ja selittää diplomatiassa tehtyjä päätöksiä. (Tuch 1990, 3.) Julkisuusdiplomatian voidaan ajatella koostuvan kolmesta tekijästä: mediasta, yleisön mielipiteestä ja valtion ulkopolitiikasta (Soroka 2003). Tämä tarkoittaa sitä, että valtion ulkopolitiikka ohjaa sitä, mitä diplomatiassa ylipäättensä tehdään. Media puolestaan tuo esiin diplomatiassa tapahtuvia asioita ja yleisö muodostaa siitä jonkinlaisen mielipiteen.

Julkisuusdiplomatian kohteena ja yleisönä voi olla kuka vaan, kuten muut diplomaatit, asemamaan kansalaiset tai diplomatiasta kiinnostuneet. Sen tarkoituksena on tavoittaa laajasti ihmisiä aina ruohonjuuritasoon asti. Julkisuusdiplomatia on mahdollistanut uudenlaisten verkostojen syntymisen esimerkiksi median, hallituksen ja eri ammattialojen kesken (Lim 2017, 11). Julkisuusdiplomatia koostuu diplomaattisista instituutioista sekä käytänteistä, jotka mahdollistavat kansallisvaltioiden viestimisen ja suhteiden luomisen vieraiden yleisöjen kanssa (Cull 2009). Esimerkiksi maakuvatyö on julkisuusdiplomatiataa. Siinä pyritään luomaan tiettyä kuvaa maasta, ja vaikuttamaan yleisön mielikuvaan esimerkiksi siitä, millainen maa Suomi on.

Viestintäkanavien moninainen kenttä on luonut laajempia mahdollisuuksia ja verkostoja julkisuusdiplomatialle toteuttaa haluttua viestintää. Vain mielikuviutus on rajana nykypäivän viestintätavoille, ja onkin puhuttu esimerkiksi uudesta “diplomaattisesta viittomakielestä”, joka tarkoittaa emojiä käyttöä teksteissä (Twiplomacy 2017.) Julkisuusdiplomatian avulla pyritään lisäämään luotettavuutta ja siihen voi mukaan lukea myös kansalliset liikkeet, kulttuurilliset vaihto-ohjelmat ja ei-valtiolliset organisaatiot (Gass & Seiter 2003, 155). Perimmäisenä ideana julkisuusdiplomatiassa on luoda suhde kohdeyleisön kanssa ruohonjuuritason tapaamisten kautta (Payne 2009, 579). Julkisuusdiplomatia on laajentunut pelkästä valtioiden välisten suhteiden hoitamisesta eri verkostojen ylläpitämiseen, esimerkiksi kansainvälisten organisaatioiden, yhteistyökumppanien sekä median kanssa. Nämä kaikki tekijät ja instituutiot voidaan luokitella pehmeän vallan edustajiksi. Julkisuusdiplomatian voidaankin käsittää olevat pehmeän vallan toteuttamista. (Lim 2017, 11–12.) Julkisuusdiplomatiassa medialla on keskeinen rooli diplomatiassa, kun taas

digitaalisessa diplomatiassa kyse on diplomaattisista instituutioista ja diplomaateista viestintäteknologian käyttäjinä. Diplomatian mukautuminen tietoyhteiskunnan ja teknologian kehityksen mukana on avannut tien uuteen ulottuvuuteen: digitaaliseen diplomatiaan.

2.3 Digitaalinen diplomatia

Viestintäteknologia on muokannut julkisuusdiplomatian siirtymisen kohti digitaalista diplomatiaa, jossa diplomaateista on tullut itse mediasisällön tuottajia ja tiedonjakajia sen sijaan, että tieto kulkisi välikäden, kuten median kautta. Se on tarjonnut diplomaateille uusia mahdollisuuksia ja tapoja viestiä. Viestintäteknologian hyödyntäminen osana diplomatiaa on luonut käsitteen digitaalisesta diplomatiasta.

Digitaalisen diplomatian käsite on noussut esiin vasta muutaman viime vuoden aikana, eikä sen määrittely ole vielä vakiintunut kirjallisuudessa. Adesina (2017, 2) on koonnut listan neljästä erilaisesta määritelmästä. Digitaalinen diplomatia on määritelty strategiaksi, jonka kautta diplomatiassa voidaan hallita muutosta digitaalisen työkalujen ja virtuaalisen yhteistyön kautta (Holmes 2015, 15). Toisen määritelmän mukaan se on digitaalisten viestintäalustojen käyttöä, joita diplomaatit käyttävät viestiäkseen keskenään ja yleisön kanssa (Lewis 2014). Kolmannen määritelmän mukaan se on diplomaattisia käytänteitä viestintäteknologian kautta, joka pitää sisällään internetin, mobiililaitteet ja sosiaalisen median kanavat (Potter 2002). Neljännen määritelmän mukaan digitaalinen diplomatia on internetin ja viestintäteknologian käyttöä diplomaattisten tavoitteiden saavuttamiseksi (Hanson 2012). (Adesinan 2017, 2 mukaan.) Tarkastellessa erilaisia digitaalisen diplomatian määritelmiä, voidaan todeta kaikkien määritelmien liittyvän vahvasti viestintään.

Tässä tutkimuksessa digitaalinen diplomatia määritellään viestintäteknologian ja sosiaalisen median käytöksi osana diplomatian toteuttamista (Hanson 2012). Tutkimusta ei haluta rajata ainoastaan sosiaaliseen mediaan, sillä kaikissa maissa ei ole mahdollisuutta käyttää kaikkia sosiaalisen median kanavia kuin länsimaissa. Hansonin (2012) määritelmä pitää myös sisällään käsityksen, että viestintäteknologiaa voidaan käyttää tavoitteellisesti.

Yksi tehokkaimmista tavoista, ellei jopa tehokkain tapa tavoittaa suuri yleisö on verkossa. Se selittääkin sen käyttöönoton suosiota: suuren yleisön voi tavoittaa nopeasti. Se muuttaa ulkopoliittikkaa monella tapaa; asioiden hoitaminen nopeutuu, mutta samanaikaisesti se vähentää tapahtumien kontrollia. Lisäksi se vaikuttaa organisaation rakenteisiin ja työtapoihin, joiden täytyy sopeutua digitaalisen ajan verkostoon. (Hocking & Melissen 2015, 5.) Digitalisaation vaikutuksia diplomatiassa voi tarkastella kahdella tasolla: diplomaattisten prosessien tasolla, eli toiminnan tasolla sekä diplomaattisten rakenteiden tasolla, eli instituutioiden tasolla, kuten esimerkiksi ulkoministeriöiden (Hocking & Melissen 2015, 6).

Viestintäteknologian kehitys on tuonut diplomatiaa yhä lähemmäksi viestinnän kenttää ja samalla muokannut diplomatian kenttää julkisemmaksi ja avoimemmaksi (Murray 2015, 130). Digitaalista diplomatiaa on tutkittu erityisesti sosiaalisen median näkökulmasta, etenkin organisaatioiden tasolla. Burson Cohn ja Wolfe (2018) tekivät laajan Twiplomacy -tutkimuksen valtioiden sosiaalisen median käytöstä. Suosituimmiksi palveluiksi nousivat järjestyksessä: Twitter, Facebook, Instagram ja Youtube. Burson Cohn ja Wolfenin (2018) tutkimuksessa löydettiin 951 Twitter-tiliä, jotka kuuluivat valtioiden päämiehillä sekä ulkoministereille 187 eri maassa. Myös vuoden 2017 Burson-Marstellerin tutkimuksessa Twitter oli suosituin sosiaalisen median palvelu, ja Twitter-tiliä oli 856 valtion johtajalla. Nämä tilit edustavat 93 prosenttia YK:n jäsenmaista. Seuraajia tileillä oli yhteensä 356 miljoonaa. (Twiplomacy 2017.) Vain 15 maata erityisesti Afrikassa, Aasiassa ja Tyynellämerellä eivät ole Twitterissä. Myös Kiina, joka on tunnettu länsimaisen sisällön rajoittamisesta sosiaalisen median palveluissa, aktivoituu hitaasti Twitterissä ja osa sen edustoista omaa Twitter-tilin. Twiplomacy (2017) tutkimuksen mukaan yli 4100 suurlähetystöä ja 1100 suurlähettilästä ovat Twitterissä. Twitteristä onkin tullut alusta, jossa jakaa mielipiteitä ja käydä keskustelua muiden kanssa. Digitaalista diplomatiaa on tutkittu myös esimerkiksi Israel-Palestiina konfliktissa (Kretschmer 2017), valtion maakuva luomisesta sosiaalisessa mediassa (Kampf, Manor & Segev 2015) tai Länsimaiden Twitterin käytöstä Persianlahden arabimaissa (Straub, Kruikemeier, Van der Meulen & van Noort 2015).

Viestinnän tutkimuskentällä sosiaalisen median tutkimukset ovat nostaneet käsitteen “avoimuuden ideologiasta” (Eisenberg & Witten 1987). Se tarkoittaa uskomusta siitä, että avoin viestintä on aina toivottavaa ja se on edellytys tehokkaalle viestinnälle. Tämä ilmiö selittää paljon sosiaalisen median käyttöä. Instituutiot ja yksilöt, jotka haluavat olla luottamuksen arvoisia, pyrkivät monesti esittämään itsensä kuten yleisönsä, jotta yleisö voisi kokea samaistumista (Eisenberg & Witten 1987). Koska tämä ilmiö on yleinen yhteiskunnallinen ilmiö, vaikuttaa se laajemmin myös valtioiden toimintaan ja luonnollisesti myös diplomaattiaan. Tämä on yksi tekijä selittämään valtioiden halua olla siellä, missä useimmat ihmisistä ovat: sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalinen media tekee viestinnästä käyttäjäkeskeisempää. Se mahdollistaa suoran ja sensuroimattoman tiedonjaon, sillä kuka vaan voi jakaa tietoa. Samalla se mahdollistaa persoonallisen viestinnän, mahdollisuuden esittää itsensä haluamallaan tavalla ja luoda haluttuja mielikuvia. Tämän lisäksi sosiaalinen media mahdollistaa vuorovaikutuksen muiden käyttäjien kanssa. (Kampf, Manor & Segev 2015.) Ennen kaikkea sosiaalinen media mahdollistaa asiantuntijuuden esiintuomisen, ja myöskin sen löytämisen, joka muutoin ei välttämättä olisi mahdollista (Majchrzak, Faraj, Kane & Azad 2013).

Viestintäteknologioiden mahdollistama käyttäjäkeskeisyys on vaikuttanut digitaalisen diplomatian syntyyn. Murray (2015) on koonnut listan diplomatian digitalisaation syistä, jonka keskeisenä piirteenä on viestintäkanavien tarjoamat viestintämahdollisuudet. Ensinnäkin, digitaalisen viestinnän avulla voidaan muuttaa ihmisten käsityksiä diplomatiasta. Sen myötä valtioiden diplomaattia näyttäytyy innovatiivisena, dynaamisena ja julkisena sen sijaan, että se olisi etäistä ja vain harvojen näköpiirissä. Digitaalisuus mahdollistaa myös yksilöiden osallistumisen diplomatiassa. Sen lisäksi, digitaalinen diplomaattia lisää tiedonhallintaa, tiedonjakoa sekä vuorovaikutusta eri organisaatioiden ja toimijoiden kesken. Läsäolo verkossa nopeuttaa diplomaattia samalla vähentäen sen kuluja. Viimeiseksi, läsnäolo eri kanavissa lisää diplomaattisten viestien näkyvyyttä. Diplomaateille tämä on luonut tärkeä uuden kanavan: olemalla siellä, missä kansalaisetkin ovat, mahdollistaa se erilaisten kansanliikkeiden ja ilmiöiden tunnistamisen. (Murray 2015, 133–134.)

Digitaalista diplomaattia voidaankin luonnehtia diplomatiaksi, joka on varustettu teknologialla. Tutkimuksia siitä, miten viestintäteknologia on muokannut diplomaattia,

on vielä vähän, mutta joitakin oletuksia on. Viestintäteknologian tuomat mahdollisuudet luovat uusia rutiineja ja uusia haasteita, muokaten jo olemassa olevia rakenteita. Erityisesti vuorovaikutus asemamaan kansalaisten kanssa on teknologian myötä päässyt kehittymään. Niin sanottu hybridiys on uusi “normi” niin medialle kuin diplomatialle. Tämä tarkoittaa, että yhä enenevässä määrin kaikki on digitaalista. Kuten tavallisesti, jo olemassa olevat viestintämuodot mukautuvat uusien teknologioiden ja viestintäkanavien syntyyn. Teknologia tuo mukanaan omat haasteensa, ja sen vuoksi tarvitaan strategioita online ja offline -ympäristöjen hallintaan, sillä keskustelut onlineissa sekoittuvat offline -maailmaan. (Hocking & Melissen 2015, 11–12.) Näitä kahta maailmaa ei voida enää erottaa. Tämä tuo uusia mahdollisuuksia mutta myöskin haasteita diplomatiassa, sillä näiden kahden maailman sekoittuminen vaikuttaa diplomaattisiin prosesseihin ja rakenteisiin.

Virtuaalimaailman tapahtumat vaikuttavat offline -elämään. Sosiaalisen median myötä puhutaan kahden eri maailman, offline -maailman, eli kasvokkaisalämän ja online -maailman, eli virtuaalimaailman sekoittumisesta. (Schmidt & Cohen 2013, Hockingin & Melissenin 2015 mukaan.) Digitaalisuus haastaa perinteiset neuvotteluprosessit ja digitaalinen ulottuvuus voi sumentaa perinteisen, kasvokkaisen diplomaattisen neuvottelun ja onlineissa tapahtuvan neuvottelun rajoja (Hocking & Melissen 2015, 6). Vaikka uudet viestintäkanavat tuovat uusia työtapoja, ei digitaalinen diplomatia kuitenkaan ole muuttanut diplomatian perustehtäviä, kuten asioiden seuranta, analysointia, raportointia ja toimintaa maansa intressien mukaisesti (Hocking & Melissen 2015, 44).

Diplomaatin työssä kansainvälinen yhteistyö on työn ydin. Diplomatian työnkuvaksi mielletään monesti neuvottelu. Se onkin osa työtä, ja teknologian käyttö on luonut siihen omat piirteensä. Monet kansainväliset keskustelut tapahtuvat nykyään julkisessa kontekstissa, jonka myötä alustavista neuvotteluista on tullut entistä tärkeämpiä. Julkinen konteksti on tuonut mukanaan enemmän mahdollisuuksia ulkoisille vaikuttajille osallistua valtioiden väliseen keskusteluun. (Hocking & Melissen 2015, 35.) Julkinen konteksti voi tarkoittaa esimerkiksi neuvottelun tai kokouksen suorana lähettämistä katsojille. Se puolestaan rajoittaa ilmaisutapoja ja tämän vuoksi ennen virallista neuvottelua käytävät keskustelut nousevat tärkeään merkitykseen.

Viestintäteknologia tarjoaakin mahdollisuuden ennen kokouksia tapahtuviin neuvotteluihin, sillä puhelin- ja videoneuvottelujen avulla voidaan hoitaa tapaamisia ja neuvotteluja. Kokouksia saattaa olla monta yhtä aikaa eri maissa, ja osallistuminen niihin digitaalisesti antaa mahdollisuuksia osallistua moneen sen sijaan, että olisi fyysisesti paikalla. Skype ja videokonferenssien kautta voidaan päästä yli haasteista olla monessa paikassa samaan aikaan ja seurata tapahtumia kaukaakin (Adesina 2017, 4).

Viestintäteknologia on muokannut tiedonjakoa nopeammaksi. Viestintäteknologian avulla voidaan kuitenkin säädellä tiedonkulkua ja hallita, milloin ja miten vastata (O'Sullivan 2000, 406). Tämän vuoksi teknologiavälitteisyys voi sopia esimerkiksi konfliktien hallintaan tai arkaluotoisen tiedon jakoon, sillä se tekee osallistujat riippumattomaksi paikasta ja mahdollistaa tiedon säädeltävyyden paremmin, kuin kasvokkainen vuorovaikutus.

Sosiaalinen media on muuttanut tiedonjakoa yhteisölliseksi. Näin kuvaa myös Kane ja Fichman (2009): keskitetystä tiedonjaosta on tullut vähemmän säädeltyä, ja yksilöt voivat jakaa tietoa niin virallisesti kuin epävirallisestikin. Sosiaalinen media mahdollistaa tiedonjaon ajoittaisesta tiedonsaannista jatkuvaksi prosessiksi, kun yksilöt osallistuvat jatkuviin keskusteluihin (Ellison & Boyd 2013). Lisäksi julkinen konteksti avaa suunnittelemattomia yhteyksiä tiedonjakoon (Faraj, Järvenpää & Majchrzak, 2011).

Uudenlaiset viestintäkanavat antavat mahdollisuuden valmistautua ja käsitellä äkillisiä tilanteita, kuten konflikteja tai kriisejä. Tutkimuksissa (Zhang 2013) on huomattu, että sosiaalisella medialla voi olla merkittävä rooli kriisien hallinnassa. Erityisesti ennen konflikteja ja konfliktin aikana sosiaalisen median kanavat voivat olla hyvinkin merkittäviä ja strategisesti käytettyjä tiedottamisessa, arvojen esiin tuomisessa ja jopa tilanteiden selvittämisessä. Ne ovat tärkeitä saavuttamaan pitkän tähtäimen poliittisia tavoitteita.

Sosiaalisen median kanavat auttavat tunnistamaan uusia trendejä ja päättämään, kuinka toimia. Sen lisäksi se mahdollistaa vuorovaikutuksen eri yleisöjen kanssa ja konfliktin jälkeenkin on mahdollista jatkaa viestintää yleisön kanssa. (Zhang 2013, 1325.)

Haasteena monien viestintäkanavien myötä on toimijoiden määrän moninkertaistuminen ja yksittäisten tahojen vaikutusmahdollisuudet. Haasteena on, kuinka ottaa huomioon eri tahoja ja toisaalta, missä määrin niitä tulisi kuunnella. Toisaalta, sosiaalinen media tarjoaa myös mahdollisuuden yhdistää eri toimijoita yhteistyöhön (Westcott 2008, 9). Esimerkiksi luonnonkatastrofeissa sosiaalisella medially on ollut suuri merkitys yhteistyön rakentamisessa. Sosiaalinen media mahdollistaa monien eri toimijoiden yhdistämisen (Hocking & Melissen 2015, 48).

Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuksia yhteistyölle, mutta samalla se tarjoaa mahdollisuuden polarisaatiolle. Se tarkoittaa, että samoin ajattelevat yksilöt löytävät muita samanmielisiä. Mahdollisuus etsiä vapaasti tietoa voi mahdollistaa tutustumisen vastakkaiseen mielipiteeseen, mutta myöskin oman ajattelun vahvistamiseen (Westcott 2008, 9).

Teknologialla on paljon annettavaa diplomatiaan. Esimerkiksi datan hyödyntäminen diplomatiassa on vielä alkuvaiheessa. Kerättyä dataa voidaan käyttää monipuolisesti niin kriisinhallintatukeen, nopeuttamaan poliittisia päätöksentekoa ja neuvotteluita. Sen avulla pystytään myös kartoittamaan sosiaalisia liikkeitä ja sitä kautta muokkaamaan diplomaattisia aloitteita paikallisten tarpeisiin. Sen avulla voidaan myös arvioida toimintatapojen onnistuneisuutta ja käyttää kerättyä dataa toimintojen suunnitteluun. (Hocking & Melissen 2015, 16.) Esimerkiksi erilaisissa kriisitilanteissa erilaiset sovellukset ja automaattiset tekstiviestit helpottavat huomattavasti konsultityötä. (Hocking & Melissen 2015, 17.) Tekstiviestejä hyödynnetään jo kriisitilanteissa.

2.4 Diplomaatti viestintäteknologian käyttäjänä

Digitaalisuus ja viestintäkanavien laaja valikoima on tuonut monille aloille uusia mahdollisuuksia. Tämä pätee myös diplomatian kenttään, niin sen luonteen kuin työn saralle. Diplomaattien työssä tieto ja ymmärrys siitä, mitä maailmassa tapahtuu, on työn ydin. Digitaalinen ympäristö mahdollistaa tiedon kulun nopeasti.

Yhä enenevässä määrin valtiot tarjoavat ympäri vuorokauden avoimena olevia palveluita ja viestivät suoraan kansalaisten kanssa sosiaalisessa mediassa (Hocking & Melissen 2015, 41).

Diplomaatit voivat olla mukana yhteiskunnallisessa keskustelussa olemalla aktiivisia sosiaalisessa mediassa. He voivat toimia tiedonjakajina eri puolilla maailmaa ja olla vuorovaikutuksessa kansalaisten, mutta myös toistensa kanssa. Viestintäteknologiaa hyödynnetään yhä enemmän niin sisäiseen kuin ulkoiseen viestintään esimerkiksi videopalavereiden, pikaviestien ja sosiaalisen median julkaisujen muodossa. Lukuisat viestintäkanavat tuovat diplomaateille uusia viestintätapoja, palveluita ja mahdollisuuksia itsensä esittämiseksi.

Viestinnän helppous ja nopeus on lisännyt diplomaattien työmäärää, ja erityisesti siihen liittyvä kirjoittamistyö ja viestintäkanavien ylläpito on tuonut uuden työnkuvan (Barder 2014, 4). Koska diplomatia ulottuu nykyään myös verkkoon, tarvitaan myös poliittisia agendoja ja digitaalisen viestinnän valmiuksia (Hocking & Melissen 2015, 6). Uusien toimintatapojen omaksuminen vie aikaa, ja se vaatii työntekijöiltä mukautumista ja uusien viestintäkanavien opettelua.

Tavat, miten yksilöt käyttävät viestintäteknologiaa voivat olla hyvin erilaisia, sillä ihmiset mieltävät niiden merkitykset erilaisina. Viestintäteknologian käyttöä on pyritty selittämään affordansseilla, eli käyttömahdollisuuksilla. Käsite affordansseista on peräisin Gibsonin (1979) määritelmästä (Ricen ym 2017, 108 mukaan). Ne ovat erilaisia käyttömahdollisuuksia, joita käyttäjä kokee voivansa soveltaa teknologiaan (Rice ym 2017, 110).

Tutkijat ovat käyttäneet affordansseja teknologian ja sen käytön tutkimisessa, koska ne auttavat selittämään sitä, miksi samaa teknologiaa käyttävät ihmiset voivat käyttää sitä eri tavalla (Treem & Leonardi 2012a, 146). Aiempi tutkimus viestintäkanavien affordansseista keskittyy vahvasti organisaatioihin, mutta diplomatian kontekstissa tutkimusta ei ole tehty. Affordanssit sopivat hyvin diplomatian tutkimukseen selvittämään, mitkä tekijät ovat sidoksissa viestintäkanavien valintaan.

Affordanssit eivät ole yksittäisiä henkilön tai objektin ominaisuuksia, vaan käsityksiä siitä, mitä teknologia tarjoaa. Tämä käsitys syntyy suhteessa yksilön ja teknologian välillä (Rice ym 2017).

Affordansseja tutkimalla voidaan selvittää käyttäjän ja teknologian välistä suhdetta ja teknologian käyttöä viestimiseen. Keskittymällä affordansseihin voidaan saada tarkemmin tietoa teknologian sosiaalisista piirteistä sen sijaan, että keskityttäisiin teknologian ominaispiirteisiin (Treem & Leonardi 2012a, 147). Ymmärrys käyttäjän ja teknologian suhteesta auttaa selvittämään tekijöitä, jotka ovat sidoksissa käyttäjän tekemiin valintoihin koskien viestintäteknologiaa.

Yksilöt tarkastelevat viestintäteknologiaa affordanssien perusteella, tehden johtopäätöksiä mihin ja miten sitä voidaan käyttää (Treem & Leonardi 2012a, 146). Treem ja Leonardi (2012a) ovat löytäneet neljä sosiaalisen median affordanssia, jotka vaikuttavat viestintäteknologian valintaan. Niitä ovat näkyvyys (visibility), sitoutuneisuus (association) niin sisällön että ihmisten kanssa, pysyvyys (persistence) ja sisällön muokattavuus (editability). Myöhemmässä tutkimuksessa Rice, Evans, Pearce, Sivunen, Vitak ja Treem (2017) ovat löytäneet kaksi uutta sosiaalisen median affordanssia, joita ovat vaikuttavuus (pervasiveness) ja itsensä esittäminen (self-presentation). Affordanssien havainnointiin vaikuttaa neljä tekijää. Niitä ovat käytettävä viestintäteknologia, käyttäjä, ympäristö sekä kaikkien edellä mainittujen suhde keskenään (Burlamaqui & Dong 2015, 3).

Näkyvyys. Näkyvyys affordanssina tarkoittaa käyttäytymisen, tiedon, mieltymysten ja verkoston esille tuomisen mahdollisuutta (Treem & Leonardi 2012a, 150). Erityisesti sosiaalinen media mahdollistaa tämän. Näkyvyys voi esiintyä esimerkiksi päivityksien, kommenttien, ystävyyksien tai kuvien kautta. Lisäksi sosiaalisessa mediassa verkostot ovat näkyvillä kaikille, joilla on mahdollisuus päästä järjestelmään. Sosiaalisen median kanavien mahdollistama näkyvyys niin käyttäytymisen kuin tiedon jakamisessa luo uniikkeja mahdollisuuksia viestinnälle (Treem & Leonardi 2012a, 150).

Pysyvyys. Viestinnän voidaan katsoa olevan pysyvää, jos se on löydettävissä samassa muodossa myöhemminkin (Treem & Leonardi 2012a, 155).

Esimerkiksi sähköpostit ovat hyvä esimerkki pysyvistä viestinnästä: niitä ei voi muokata jälkikäteen, joten ne löytyvät samanlaisina myöhemminkin. Videokonferenssit tai chatit eivät edusta pysyvyyttä, sillä usein ne ovat sidottuja aikaan eikä nähtävissä jälkepäin (Treem & Leonardi 2012a, 155). Toisaalta, jos ne ovat nauhoitettuja ja ne

voidaan löytää samassa muodossa myöhemminkin, niin silloin niiden luonne muuttuu pysyväksi.

Muokattavuus. Muokattavuus tarkoittaa yksilöiden mahdollisuutta muokata julkaistavaa sisältöä ennen sen julkaisua (Walther 2007, Treem & Leonardi 2012a, 159 mukaan). Sitä kuvastaa kaksi piirrettä. Ensimmäinen piirre on kyky luoda haluttu sisältö ennen sen julkaisua muille. Toinen piirre on asynkronisuus, mikä tarkoittaa, että viestintä ei ole samanaikaista. (Treem & Leonardi 2012a, 159.) Blogitekstit tai sosiaalisen median päivitykset ovat esimerkkejä asynkronisesta viestinnästä. Muokattavuus voi myös tarkoittaa mahdollisuutta muokata, parannella tai jopa poistaa sisältö jälkikäteen (Rice 1987, Treem & Leonardi 2012a, 159 mukaan). Mahdollisuus suunnitella ja valmistella viesti etukäteen voi parantaa sen ymmärrettävyyttä ja myöskin sen luotettavuutta. Esimerkiksi sosiaalisen median julkaisut valmistellaan monesti oletetulle kohdeyleisölle, kuten omille seuraajille. Sosiaalisen median muokkausmahdollisuus jättää tilaa käyttäjille muokata viestejään etukäteen, mahdollistaen sisällön räätälöimisen yleisöön sopivaksi. (Treem & Leonardi 2012a, 159, 161.)

Sitoutuneisuus. Sitoutuneisuus jakautuu teknologiavälitteisen viestinnän tutkimuksessa kahteen eri kategoriaan. Ensimmäinen sitoutumistapa on yksilöiden välistä, ja sitä voi kuvata myös sosiaalisesti sitoutuneisuudeksi. Se tarkoittaa esimerkiksi kaveruutta sosiaalisessa mediassa, jonkin henkilön seuraamista tai julkaisujen tilaamista. (Treem & Leonardi 2012a, 162.) Sosiaaliselle medialle ominaista on, että se tuo yhteisöt ja yksilöiden väliset kontaktit julkisiksi. Toinen sitoutumistapa on yksilön sitoutuminen sisältöön. Se voi tarkoittaa sitoutumista johonkin tietyn tyyppiseen materiaaliin tai tietyn aihepiirin seuraamiseen. Tämä voi ilmetä esimerkiksi tykkäyksillä tai tiedon jakamisella. (Treem & Leonardi 2012a, 165–166). Tämän avulla voidaan myös auttaa luomaan haluttuja mielikuvia sitoutumalla jakamaan vain jonkin aihepiirin sisältöä. Sitoutuneisuus auttaa myös saamaan tietoa. Kiinnostavien henkilöiden seuraamisen myötä saa tiedon julkaisusta, joista he tykkäävät. Sitoutuminen auttaa myös luomaan uusia kontakteja.

Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa aktiivisiin käyttäjiin otetaan helpommin yhteyttä kuin epäaktiivisiin, ei ainoastaan heidän asiantuntijuutensa takia, vaan myös sen vuoksi, että todennäköisyys vastauksen saamiselle on suurempi (Treem & Leonardi 2012b).

Vaikuttavuus. Vaikuttavuus tarkoittaa sitä, että käytetystä viestintäkanavasta voi saada toisilta käyttäjiltä vastauksia nopeasti. Vaikuttavuus pitää sisällään myös käsityksiä siitä, miten hyvin voi viestiä myös tuntemattomien kanssa. (Rice ym 2017, 113.) Se voi tarkoittaa myös käsitystä siitä, miten hyvin teknologialla kokee tavoittavansa muun yleisö eri kanavissa. Esimerkiksi chatit voivat olla esimerkkejä nopealuonteisesta viestinnästä, sillä usein siellä keskustellaan samaan aikaan, jolloin se on tehokasta ja siten vaikuttavaa. Sosiaalisen median kanavat ovat tunnettuja nopeasta viestinnästä, jossa tekstit ovat usein lyhyitä ja sisällöt ovat visuaalisia. Sosiaalinen media myös mielletään helposti epävirallisemmaksi kanavaksi, kun kohdeyleisöä ei voi määritellä yhtä tarkasti kuin vaikkapa sähköpostissa. Täten se voi olla vaikuttavaa, koska siellä on mahdollisuus tavoittaa suuri yleisö.

Itsensä esittäminen. Itsensä esittäminen viittaa siihen, että teknologia mahdollistaa persoonallisen viestinnän. Siihen voi myös viitata "identiteetin hallinnalla", joka tarkoittaa myös mielikuvien luontia itsestään. (Rice ym 2017, 122). Kaikki viestintä liittyy itsensä esittämiseen, mutta erityisesti sosiaalisessa mediassa on mahdollisuuksia viestiä persoonallisesti ja visuaalisesti. Videoiden, kuvien tai hymiöiden avulla voi muokata viestintää persoonallisemmaksi.

Vanhemmat viestintävälineet, kuten sähköposti, chatit tai videokonferenssit sisältävät vähemmän affordansseja, kuin sosiaalisen median palvelut. Sähköposti edustaa kestävyyttä, koska vanhoja viestejä on helppo etsiä, mutta se ei edusta näkyvyyttä, koska viestit ovat näkyvissä vain sähköpostin vastaanottajille. Sosiaalinen media puolestaan voi pitää sisällään kaikki neljä affordanssia: näkyvyyden, sitoutuneisuuden, pysyvyyden ja sisällön muokattavuuden (Treem & Leonardi 2012a, 167). Myös vaikuttavuus ja itsensä esittäminen kytkeytyy vahvasti sosiaalisen median ominaisuuksiin. Tämä saattaakin selittää sosiaalisen median suosiota.

Affordansseilla on vaikutusta kolmeen tekijään: sosiaalisuuteen, tiedonjakoon ja valtasuhteisiin (Treem & Leonardi 2012a, 167). Sosiaalisuus liittyy vahvasti esimerkiksi uusien vuorovaikutussuhteiden luomiseen ja tiedon etsintään. Tiedonjako liittyy siihen, että sosiaalisen median avulla voidaan löytää ja yhdistää organisaation ulkopuolelta yhteyksiä, jotka ovat samalla alalla. Voi myös olla, että organisaation sisäisesti voidaan löytää tietoa yksilöiden osaamisesta. (Leonardi & Treem 2012a, 170–174.) Sosiaalisen

median avulla voidaan myös identifioida osaamista ja löytää henkilöitä, jotka omaavat tietoa jostakin tietystä aihepiiristä. Valtasuhteet puolestaan muodostuvat epätasaisesti jaettujen resurssien pohjalta. Resurssit voivat edustaa tieto-taitoa, tietämystä organisaatiosta, rahaa tai sosiaalista pääomaa ja valta perustuu niiden keskinäiseen riippuvuuteen. Sosiaalisen median sisällöistä on tullut yksi potentiaalisen vallan lähde yksilöille. (Treem & Leonardi 2012a, 174–175.) Jos niissä oleva tieto koetaan tärkeäksi, voi se jopa edistää yksilön mahdollisuutta osallistua päätöksentekoon.

Leonardin ja Ricen (2013) mukaan affordanssien ja teknologian käytön suhde näkyy kolmessa eri organisaatioviestinnän kontekstissa: interpersoonallisella, eli yksilöiden välisellä tasolla, ryhmä- sekä organisaatiotasolla. Median käyttö eroaa jokaisessa konteksteissa ja siihen vaikuttaa moni tekijä, kuten esimerkiksi fyysinen etäisyys. (Rice 2017, 110.) Toisin sanoen, teknologian valintaan vaikuttaa moni tekijä, jotka riippuvat yksilön antamista merkityksistä teknologialle ja sen käytölle. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi eri henkilöiden kanssa viestimistä eri kanavissa.

3 Tutkimuksen toteutus

3.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimustehtävä

Tämän tutkielman tehtävänä on kuvata ja ymmärtää, millaisia käsityksiä ja kokemuksia diplomaateilla on teknologiavälitteisestä viestinnästä diplomatiassa ja omassa työssään.

Perinteinen diplomatia on murroksessa digitaalisten kanavien noustessa osaksi työnkuvaa vanhojen työtapojen rinnalle. Tämä tarkoittaa uusia työtapoja ja uusien kanavien omaksuntaa. Digitaaliset kanavat mahdollistavat diplomaateille uuden areenan tuoda omaa asiantuntijuutta esille ja toteuttaa ulkopoliittisia tavoitteita. Nykyinen tutkimus keskittyy suurlähetystöjen aktiivisuuteen sosiaalisessa mediassa ja sosiaalisen median julkaisujen sisältöön. Käyttäjän näkökulma digitaalisesta diplomatiasta ja viestintäteknologian käytöstä on vielä tutkimatta.

Viestintäteknologian käyttötapoja on monenlaisia, ja sen vuoksi on tärkeää tarkastella, miten diplomaatit mieltävät eri viestintävälineiden käytön. Tätä tutkimalla voidaan saada tärkeää tietoa yksilöiden työtavoista ja syventää ymmärrystä siitä, mikä merkitys viestintäteknologialla on yksilölle. Tämä tutkimus antaa tietoa yksilötason kokemuksista ja avaa käyttäjän näkökulmasta viestintäteknologiaan liittyviä valintoja diplomatian kontekstissa.

Tutkimustehtävän avulla pyritään kuvaamaan diplomaattien käsityksiä teknologiavälitteisen viestinnän merkityksestä diplomatiassa ja työssään. Tutkimuksen tulokset auttavat ymmärtämään eri viestintäkanavien merkittävyyttä, miksi ja miten teknologiaa ja viestintäkanavia käytetään osana työtä. Tämä tieto on olennaista, jotta voidaan ymmärtää, mitkä tekijät vaikuttavat diplomaattien viestintäteknologian valintaan.

Tutkimustehtävään pyritään vastaamaan teemahaastattelulla ja teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä. Aineistosta pyritään löytämään ryhmittelyn avulla käsityksiä sekä käyttömahdollisuuksia, joita diplomaatit antavat viestintäteknologialle.

Viestintäteknologian käytöksi luokitellaan kaikki teknologian käyttö, niin julkinen kuin kahdenkeskinen sisältäen muun muassa tietokoneen ja puhelimen käytön, mutta myös sosiaalisen median alustojen käytön kuten Facebookin, mikroblogi Twitterin ja kuvapalvelu Instagramin.

Tässä tutkimuksessa puhutaan selkeyden vuoksi diplomaateista, vaikka he tällä hetkellä työskentelisivät Suomessa. Termi tarkoittaa virkamies- tai naiskäsitteen sijaan paremmin sitä, että tutkimus toteutetaan diplomatian kontekstissa. Tutkimus tuottaa uutta tietoa viestintäteknologian käytöstä diplomatiassa, keskittyen yksilöiden näkökulmaan.

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tämä tutkimus kuuluu fenomenologis-hermeneuttiseen suuntaukseen, jonka tavoitteena on lisätä ymmärrystä jostain ilmiöstä. Sen keskeisiä käsitteitä ovat kokemukset, merkitykset ja yhteisöllisyys. Yhteisöllisyys tarkoittaa, että ihmisyksilöt ovat perimmiltään yhteisöllisiä ja kokemukset syntyvät sen perusteella, millaisessa yhteisössä on kasvanut. Haasteena laadullisessa tutkimuksessa on tutkijan omien ennakko-oletusten sulkeistaminen, ymmärtäminen ja tulkinta. (Laine 2018, 25.)

Tutkimus toteutetaan laadullisena tutkimuksena, sillä se sopii hyvin ilmiön tutkimiseen, kun halutaan tutkia käsityksiä ja kokemuksia. Laadullinen tutkimusmenetelmä jättää tilaa tutkia aiheita, joista ei ole runsaasti aikaisempaa tutkimusta. Digitaalinen diplomatia on aiheena suhteellisen uusi, eikä siitä ole muodostettu minkäänlaista teoriaa, jonka vuoksi laadullinen tutkimus sopii tämän aiheen käsittelyyn, sillä se jättää tilaa tutkia aihetta ilman hypoteesia. Tutkimus olisi voitu tehdä myös määrällisesti seuraten esimerkiksi diplomaattien sosiaalisen median aktiivisuutta. Laadullinen tutkimus kuitenkin valikoitui toteutustavaksi, koska sen avulla voi ymmärtää paremmin yksilön kokemuksia ja tekijöitä, jotka ovat sidoksissa teknologian valintaan.

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruutapoja on monia. Tässä tutkimuksessa mahdollisia aineistonkeruutapoja olisivat olleet esimerkiksi kyselylomake, sosiaalisen median julkaisujen seuranta, sosiaalisen median julkaisujen sisällönanalyysi sekä haastattelun ja seurannan yhdistelmä.

Tutkimusta digitaalisesta diplomatiasta ei ole kuitenkaan vielä tarpeeksi, jotta esimerkiksi kyselylomakkeesta olisi saatu riittävän tarkka. Seurannasta ja sisällönanalyysistä luovuttiin myös, koska silloin tutkimus olisi keskittynyt liikaa käyttäjän tuottamaan sisältöön sen sijaan, että olisi tutkittu, mitkä tekijät saavat valitsemaan tietyn kanavan viestintään.

Aineistonkeruutavaksi valikoitui haastattelu, koska tutkimuksessa haluttiin kuulla diplomaatteja ja kuulla tekijöistä, jotka ohjaavat viestintäteknologian valintaa. Haastattelun tavoite on selvittää, mitä jollakulla on mielessään. Haastattelu on keskustelua, joka tapahtuu tutkijan aloitteesta ja on hänen johdattelemaansa. (Eskola & Suoranta 1998, 86.) Haastattelu jättää tilaa haastateltavalle kertoa vapaasti kokemuksia ja näkemyksiä. Haastattelumenetelmä on myös haastateltavalle vaivaton, sillä se ei vaadi ennakkovalmistautumista.

Halusin tarkastella aihetta mahdollisimman avoimesti ja vapaasti, mutta kuitenkin järjestelmällisesti käyden läpi kirjallisuuden keskeisiä teemoja. Tämän vuoksi päädyin valitsemaan haastattelumenetelmäksi teemahaastattelun. Se sijoittuu haastattelumenetelmissä sktrukturoidun ja strukturoimattoman väliin (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Ennalta suunniteltujen teemojen avulla käytiin läpi keskeisiä teemoja kirjallisuudesta, ja se varmisti, että tutkimuksen kannalta tärkeimmät teemat tulisi käsiteltyä.

Teemahaastattelussa on ennalta määrätty haastattelussa käsiteltävät teemat. Se muistuttaa keskustelua, jossa haastattelun etenemistä ei ole suunniteltu tarkasti, vaan se etenee tiettyjen teemojen myötä. Toisin kuin strukturoidussa haastattelussa, teemahaastattelussa kysymykset eivät ole välttämättä tarkasti määrättyjä. (Hirsjärvi & Hurme 2008.) Haastattelijan avoimuus tutkimuskohteelle onkin haastatteluissa yksi tärkein piirre. Tätä kuvastaa myös haastattelukysymyksien muotoilu niin, että ne ovat avoimia, eivätkä pyri ohjailemaan haastateltavaa (Laine 2018, 26).

Haastattelumenetelmänä teemahaastattelu sopi tutkimukseen hyvin, sillä tutkimuksessa haluttiin perehtyä juuri haastateltavien käsityksiin ja kokemuksiin viestintäteknologiasta. Tämän vuoksi haastatteluja varten ei tehty tiukkaa kysymyspatteristoa, joka ohjailisi keskustelua liikaa.

Teemojen avulla pyrittiin käymään keskeisiä kirjallisuudesta johdettuja osa-alueita läpi. Digitaalista diplomatiata ei ole tutkittu paljoa yksilön näkökulmasta, jonka vuoksi haastatteluissa haluttiin jättää haastateltavalle tilaa kertoa vapaasti kokemuksistaan myös teemojen ulkopuolelta. Näin säilyisi avoimuus myös kirjallisuuden ulkopuolelta nouseville asioille.

Teemahaastattelussa tutkija voi pyytää halutessaan tarkennuksia ja syvennyksiä, ja ohjata keskustelua kokonaan uusiin aihepiireihin (Hirsjärvi & Hurme 2008). Tämän vuoksi teemahaastattelu sopii uuden aiheen käsittelyyn, sillä se jättää mahdollisuuden tarkastella aihetta kokonaan uusista näkökulmista. Toisaalta haastattelutilanne vaatii haastattelijalta herkkyyttä ja tarkkaa kuuntelua, jotta saa tutkimuksen kannalta arvokasta aineistoa (Hirsjärvi & Hurme 2008).

Haastatteluja varten oli määritelty seitsemän ennalta mietittyä teemaa, jotka pohjautuivat taustakirjallisuuteen. Teemoiksi valikoituivat: työnkuva, viestintävälineet, viestintäkanavien valinta, sosiaalinen media, julkisen ja yksityisen keskustelun erot, verkostot sekä teknologia ja diplomatia. Teemat eivät kuitenkaan määritelleet haastatteluja, vaan ne toimivat taustatukena keskustelussa. Teemojen alle oli määritelty tarkentava kysymys, joka johdatteli teemaan.

Ensimmäisenä teemana oli *työnkuva*, ja tukikysymyksen avulla haastateltavaa pyydettiin kertomaan työnkuvasta. Toisena teemana olivat *viestintävälineet*. Haastateltavaa pyydettiin kuvaamaan viestintävälineiden käyttöä. Tässä vaiheessa keskustelu siirtyi usein pohtimaan sosiaalisen median merkitystä työssään. Kolmantena teemana pohdittiin *viestintäkanavien valintaa*. Teeman tukikysymyksen avulla keskusteltiin erilaisista syistä ja tekijöistä, mitkä vaikuttavat jonkin tietyn viestintäkanavan valintaan. Neljäntenä teemana puhuttiin *sosiaalisesta mediasta*. Tässä teemassa keskityttiin pohtimaan omaa sosiaalisen median käyttöä ja miettimään suhdetta sosiaaliseen mediaan. Viidentenä teemana *käsiteltiin julkisen ja yksityisen keskustelun eroja*. Teemassa keskusteltiin asenteista julkisesti tapahtuvaan keskusteluun ja pohdittiin sen eroja yksityiseen keskusteluun. Kuudentena teemana puhuttiin *verkostoista*. Teemassa keskusteltiin erityisesti digitaalisista verkostoista ja verkostojen merkityksestä ylipäättänsä työssä. Seitsemäntenä teemana puhuttiin *teknologian ja diplomatian riippuvuudesta*. Seitsemäs tukikysymys pyrki katsomaan tulevaisuuteen ja

kertomaan, mitä digitaalisuus tuo tulevaisuudessa diplomatiaan. Keskustelu ohjautui pohtimaan vahvasti teknologian kehitystä tulevaisuudessa ja sen vaikutusta diplomatiaan.

3.3 Haastateltavat ja haastatteluiden keräys

Haastateltavat pyrittiin keräämään monipuolisesti. Ensimmäisenä kriteerinä oli haastateltavien anonyymiyden säilyttäminen. Toisena kriteerinä oli se, että haastateltaviksi haluttiin diplomaatteja, niin miehiä kuin naisia, jotka työskentelevät eri aihealueiden parissa, jotta näkemykset olisivat mahdollisimman laajat. Haastateltaviksi haluttiin myös henkilöitä, joilla on yli kymmenen vuoden kokemus diplomaattiuralla ja kokemusta niin ulkomailta kuin Suomestakin, jotta haastateltavilla olisi näkemystä diplomatian muutoksista. Näillä kriteereillä päädyttiin keräämään haastateltavat eri osastoilta, jotta haastatteluihin saataisiin kattava näkemys eri sektoreilta. Kaikilla haastateltavilla oli olemassa ainakin Twitter-tili, mutta sen aktiivisuuteen ei kiinnitetty huomiota.

Ulkoministeriön diplomaattiuraa tekeviä lähestyttiin kesäkuussa 2018 ja elokuussa 2018 sähköpostilla. Haastattelupyynnöjä lähetettiin yhteensä kahdeksalle henkilölle, joista seitsemän suostui ja yksi kieltäytyi. Aikataulullisista syistä haastatteluita toteutettiin lopulta kuusi. Erittäin positiivista haastatteluiden toteutuksessa oli haastateltavien innostuneisuus aiheesta, ja jopa yllättävää haastattelijan näkökulmasta oli haastateltavien halukkuus järjestää aika haastattelulle heti lähipäiville. Kaikki haastattelut tehtiin kasvotusten haastateltavan määrittämänä ajankohtana ja valitsemassa paikassa. Haastattelut nauhoitettiin litterointia varten haastateltavien luvalla.

Haastattelut toteutettiin teemahaastattelulla. Haastattelussa tukena toimi teemarunko, joka muodostui kirjallisuuden pohjalta valikoidusta seitsemästä keskeisestä temasta. Teemojen alle oli määritelty tukikysymyksiä avuksi haastatteluun. Keskustelu eteni vapaamuotoisesti, ennalta määritellyt teemat ja tukikysymykset tukena. Kaikkia tukikysymyksiä ei kuitenkaan käyty ja läpikäytyjen teemojen järjestys saattoi vaihdella. Koska haastattelussa jätettiin tilaa haastateltavalle kertoa vapaasti kokemuksistaan, nousi keskustelun aiheeksi myös paljon muita, ennalta määrittelemättömiä teemoja. Haastatteluista viisi toteutettiin kesäkuussa ja yksi elokuussa 2018.

Haastatelluista virkamiehistä neljä oli miehiä ja kaksi oli naisia. Haastatteluiden kesto vaihteli 34 minuutista 1 tunti 11 minuuttiin. Kokonaisuudessaan haastatteluaineistoa kertyi 5,5 tuntia. Keskimääräinen haastattelu-aika oli noin 54 minuuttia.

Ilmapiiri haastatteluissa oli avoin ja luottamuksellinen. Aihe oli selvästi ollut monella haastateltavalla mielessä, ja eri teemat toivat vahvasti mielipiteitä esiin. Tilaa pohdinnalle jäi myös haastattelujen aikana ja haastateltavat toivat rohkeasti omia kokemuksiaan ja mielipiteitään esille.

3.4 Aineiston käsittely ja analysointi

Aineisto litteroitiin pääosin sanatarkasti. Pois jätettiin täytesanat ja haastattelun aiheelle epärelevantit asiat. Lisäksi litteroinnista jätettiin pois asioita tai paikkoja, joista henkilöt voitaisiin tunnistaa. Litterointia tuli yhteensä 67 sivua fontilla Arial, fonttikoolla 11 ja rivivälillä 1,5.

Tutkimus tehtiin teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä. Se tarkoittaa, että tutkimuksen pääpaino on aineistossa, mutta empirinen aineisto liitetään jo olemassa oleviin teoreettisiin käsitteisiin (Tuomi & Sarajärvi 2018). Kyseinen analyysimenetelmä jättää tilaa uusien ilmiöiden tutkimiselle ja havainnoinnille, samalla hyödyntäen jo olemassa olevaa tietoa.

Sisällönanalyysia on kuvattu kolmivaiheiseksi prosessiksi: 1) aineiston pelkistäminen eli redusointi 2) aineiston ryhmittely, eli klusterointi 3) teoreettisten käsitteiden luominen, eli abstrahointi (Miles & Huberman 1994, Tuomen & Sarajärven 2018, 91 mukaan). Datasta, eli litteroiduista aineistosta etsitään tutkimustehtävää kuvaavat ilmaukset ja niitä kuvaavat pelkistetyt ilmaukset listaten ne. Lopulta muodostetaan samankaltaisista ilmauksista ryhmiä, jotka nimetään aihetta kuvaavasti. Lopuksi aineisto käsitteellistetään, ja sen tarkoituksena on muodostaa teoreettisia käsitteitä. Prosessin tarkoituksena on luoda kuvaus tutkimuskohteesta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 91–93). Tässä tutkimuksessa teoreettiset käsitteet affordanssien osalta olivat jo olemassa. Tämä tutkimus suoritettiin pääpaino aineistossa, lopuksi liittäen aineistosta tehdyt havainnot teoriaan.

Aineiston pelkistäminen aloitettiin sillä, että haastattelut kuunneltiin nauhalta litteroiden samanaikaisesti. Haastattelut pyrittiin litteroimaan heti haastatteluiden jälkeen, jotta keskustelu olisi hyvin muistissa. Jo litterointivaiheessa merkitsin litteraattiin sanoja, lauseita tai ilmaisuja, jotka erottuivat selkeästi muusta aineistosta. Nämä olivat monesti vahvoja mielipiteitä tai konkreettisia esimerkkejä.

Litteraatin valmistuttua litteraatti luettiin ensiksi muutaman kerran läpi kokonaiskuvan hahmottamiseksi. Tämän jälkeen vuorossa oli aineiston pelkistäminen. Litteraattista alleviivattiin mielipiteitä ja keskeisiltä vaikuttavia sanoja, lauseita tai muita huomioita, jotka vaikuttivat tärkeältä tutkimustehtävän kannalta. Kiinnitin erityisesti huomiota kohtiin, joissa haastateltava käsitteli työtään teknologian näkökulmasta tai toi esille omia kokemuksiaan teknologian käytöstä. Huomio kiinnittyi erityisesti kohtiin, joissa haastateltava kertoi kuvasi kokemuksiaan ja käsityksiään mihin tiettyä teknologiaa tai viestintäkanavaa voidaan käyttää.

Aineiston pelkistämisen jälkeen vuorossa oli aineiston ryhmittely. Alleviivatuille kohdille pyrin löytämään kuvaavia ilmauksia merkiten ne kommentteina tekstiin, litteraatin reunaan, jolloin ne muodostivat allekkaisen ja selkeän listan ilmaisuista. Ryhmittelyvaiheessa pyrin löytämään ilmaisuista yhtäläisyyksiä, ja pyrin kuvaamaan samankaltaisia käsitteitä laajemmilla termeillä, joista muodostui luokkia. Lopulta muodostin neljä selkeää pääluokkaa löydetyille luokille, jotka kattoivat kaikki aineistoista löydetyt asiat. Näitä ovat informaatioympäristö, diplomatian taso, työyhteisöntaso sekä yksilötaso.

3.5 Eettiset kysymykset

Eettisten kysymysten merkitystä ei voi aliarvioida tutkimusta tehdessä. Niiden pohtiminen on keskeinen osa tutkimusta tehdessä, ja niiden tulee korostua jokaista valintaa tehdessä. Jotta tieteellinen tutkimus voi olla eettisesti hyväksyttävää, luotettavaa ja jotta tulokset ovat uskottavia, täytyy tutkimus suorittaa hyvän tieteellisen käytännön edellyttämällä tavalla (TENK 2012, 6).

Tutkimuseettinen neuvottelukunta korostaa kolmea osa-aluetta ihmistieteissä: tutkittavan itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen, vahingoittamisen välttäminen sekä

yksityisyys ja tietosuojaja (TENK 2009, 4). Kaikkea näitä luonnollisesti pyrittiin noudattamaan myös tässä tutkimuksessa. Ensimmäinen osa-alue, itsemääräämisoikeus, korostaa haastateltavan vapaaehtoisuutta osallistua tutkimukseen. Tämä sisältää riittävän tiedon saamisen tutkimuksen kohteesta ja tutkimukseen osallistumisesta. Kaikki haastateltavat saivat kutsun tutkimukseen sähköpostitse, joka sisälsi tietoa tutkimuksen aiheesta, haastattelun luottamuksellisuudesta, aineiston käsittelystä anonyymisti ja haastateltavan oikeuksista. Sähköposti sisälsi yhteystietoni sekä tutkielman ohjaajan yhteystiedot. Kaikki haastateltavat osallistuivat tutkimukseen vapaaehtoisesti, ja kaikille kerrottiin samalla tavalla niin etukäteen sekä juuri ennen haastattelun aloittamista haastateltavan oikeuksista.

Toinen osa-alue, vahingoittamisen välttäminen, pitää sisällään muun muassa henkisten haittojen välttämisen (TENK 2009, 7). Ensimmäinen eettisen kysymyksen pohtiminen tässä tutkimuksessa tuli vastaan, kun pohdittiin tutkimustehtävää. Tämän tutkimuksen aihe tai haastattelussa käydyt teemat eivät ole erityisen arkaluontoisia, joten haastateltavien oli helppo kertoa mielipiteitään. Ennen haastattelua haastateltaville kerrottiin, että haastattelua tullaan käyttämään ainoastaan maisterintutkielman tekoon, ja että äänitteet ja litteraatti hävitetään tutkielman suorittamisen ja sen hyväksymisen jälkeen. Koko prosessin ajan myös henkilöiden nimi ja muut tiedot säilyy ainoastaan omana tietonani.

Henkisten haittojen välttämiseen kuuluu myös arvostava kohtelu ja kunnioittava kirjoitustapa. Tämä on pyritty ottamaan huomioon tutkimuksen kirjoittamisessa. Myös haastattelussa tämä pyrittiin ottamaan huomioon. Haastattelu vaatii aikaa ja siinä korostuu haastattelija vuorovaikutus- ja haastattelutaidot, mutta myös haastattelijan persoonallisuuden merkitys (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Koska teemahaastattelu on ikään kuin keskustelua, on tärkeää, että haastattelussa pätee avoin ja luottamuksellinen ilmapiiri. Haastattelijan tulisi myös pyrkiä haastattelussa objektiivisuuteen, osaten ottaa huomioon haastateltavan erilaisetkin mielipiteet. Jotta tutkimuksessa voisi säilyä luottamuksellisuus, ei haluttu, että haastateltaviksi valikoituisi keskenään läheisesti työskenteleviä henkilöitä. Ulkoministeriö on haastava organisaatio siinä mielessä, että työntekijät kiertävät jatkuvasti. Tämän vuoksi en voinut olla varma, ketkä henkilöt tuntevat toisensa. Täten päädyin valitsemaan eri osastoilla ja

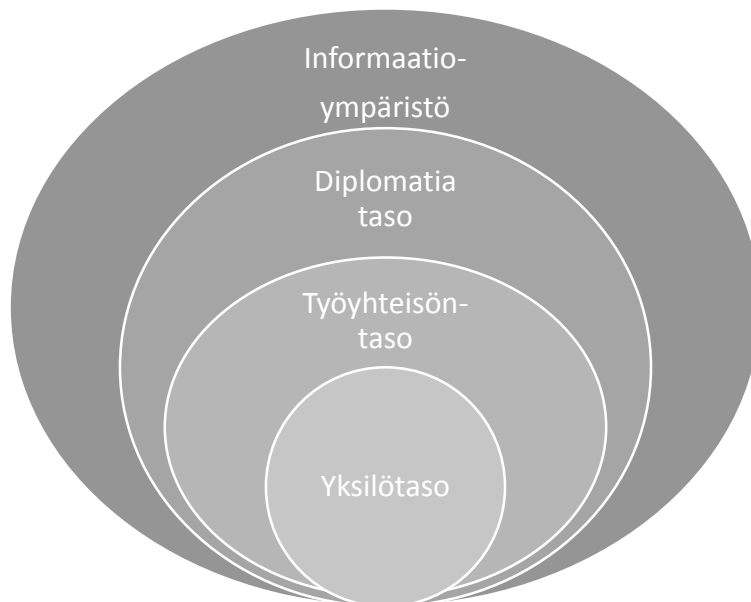
eri teemojen parissa työskenteleviä henkilöitä, jotta jokainen haastateltava voi halutessaan pitää tutkimukseen osallistumisen omana tietonaan.

Kolmas osa-alue, yksityisyys ja tietosuoja, korostaa haastateltavien yksityisyyden säilyttämistä tutkimusaineistojen keruussa, käsittelyssä ja tulosten julkaisemisessa (TENK 2009, 8). Yleinen kysymys, joka haastateltavilta tuli koskien tutkimustani oli, ketä muita haastattelen. Tähän kysymykseen en kuitenkaan pystynyt vastaamaan eettisistä- ja tietosuojasyistä ja pitäydyin vastaamasta kunnioittaen jokaisen haastateltavan yksityisyyttä. Jo haastatteluvaiheessa rekisteröin haastattelut ilman henkilötunnisteita merkiten ainoastaan ”haastattelu 1”, ”haastattelu 2”. Litteroidessa käytin samaa tekniikkaa. Litteraattiin ei kirjattu henkilöiden nimiä ja litterointi suoritettiin poistaen saman tien kaikki tunnistetiedot. Litteraatti on luvattu hävittää, kun tutkielma on hyväksytty.

4 Tulokset

Tässä luvussa esitellään tulokset. Poimitut esimerkit ovat otettu laajasti jokaisesta haastattelusta, mutta tunnistetiedot sekä henkilöitä tai paikkoja kuvaavia sanoja on jätetty esimerkeistä pois, jotta henkilöllisyyksiä ei tunnistettaisi.

Haastatteluissa keskusteltiin kattavasti eri viestintäteknologioista, mutta keskustelu ajautui pääosin sosiaalisen median ympärille, sillä se jakoi mielipiteitä, eikä se ole vielä yhtä vakiintunut työväline, kuten esimerkiksi sähköposti tai Skype. Haastatteluiden aineistosta muodostui neljä pääteemaa, jotka kuvastavat tasoja, joilla on merkitystä diplomaattien viestintäteknologian käyttöön (ks. KUVIO 1).



KUVIO 1 Viestintäteknologian vaikutuksen tasot diplomatiassa

Tuloksista pystyi muodostamaan neljä tasoa (ks. KUVIO 1), joilla on merkitystä diplomaattien viestintäteknologian käyttöön. Nykyinen *informaatioympäristö* on muokannut tiedonkulkua ja tiedon luonnetta. *Diplomatiataso* viittaa siihen, miten diplomatiassa hyödynnetään viestintäteknologiaa, ja miten muut diplomatiassa työskentelevät käyttävät sitä. *Työyhteisöntaso* kuvastaa sitä, miten työyhteisössä käytetään viestintäteknologiaa, ja miten johto siihen kannustaa. Viimeisenä on *yksilötaso*, joka viittaa yksilön kokemuksiin ja siihen, miten olennaista viestintä on omassa työssä.

Se kuvaa yksilön omaa henkilökohtaista asennoitumista ja suhdetta viestintäteknologiaan. Yksilötasoon lukeutuvat myös affordanssit, jotka ovat käyttäjän mieltämiä viestintäteknologian käyttömahdollisuuksia.

Seuraavaksi esitellään tulokset läpi taso kerrallaan, perehtyen tarkemmin diplomaattien kokemuksiin ja viestintäteknologian merkitykseen eri tasoilla.

4.1 Muuttunut informaatioympäristö

Haastateltavat kokivat globaalin *informaatioympäristön muuttuneen* ja sen myötä *työn olevan murrosvaiheessa* viestintäteknologian tuomien muutoksien ja sen suomien mahdollisuuksien myötä. Muuttuneella informaatioympäristöllä on ollut vaikutuksia diplomatiaan. Seuraava esimerkki heijastaa usean haastateltavan asennetta teknologian kehitystä kohtaan. Monet haastateltavista uskoivat, että olemme vielä alkuvaiheessa teknologian ja muuttuvan informaatioympäristön kehityksen kanssa:

“Mä luulen, että jos me käytäisi tää keskustelu viiden tai 10 vuoden päästä, niin tää [digitaalinen diplomatia] ois vielä syvemmällä tässä maailmassa. Nyt me ollaan vasta avaamassa sitä ovea sille [tekoäly] hommalle”

Muuttunut informaatioympäristö ja moninkertaistuneet tiedonlähteet herättivät keskustelua. *Tieto ja tiedon merkitys* ovat tulleet yhä keskeisemmiksi nykypäivän yhteiskunnassa. Seuraavassa esimerkissä esitetään kuvauksia informaatioympäristön muutoksista:

“-- koko informaatioympäristö on muuttunut siitä perinteisestä, että tuli Hesari kotiin ja katsoit iltauutiset, ja sitä kautta tuli suodatettu ja toimitettu tieto. Tää on tavallaan murtunut. Tilanne on se, missä kaikki informaatio kilpailee ja jokainen voi olla media. Ei oo monopolia myöskään -- sitä [tietoa] myös hyödynnetään väärissä tarkoituksissa”

Muuttunut informaatioyhteiskunta on *murtanut median monopoliaseman*, ja samalla se on vaikuttanut myös diplomatiaan. Median monopolin murtumisen myötä keskustelua yhteiskunnallisista asioista voi käydä jokainen, ja siihen voi vaikuttaa omalla aktiivisuudellaan. Aiheet, joista yhteiskunnallista keskustelua käydään eivät ole yksinomaan median päätettävissä, vaan se voi nousta kansalaisyhteiskunnasta. Tämä velvoittaa diplomatiassa työskenteleviä osallistumaan keskusteluun, jotta pystytään seuraamaan, mistä puhutaan, ja tuomaan oman näkökantansa. Seuraava esimerkki kuvastaa tätä muutosta:

“Se on vähän samalla tavalla murtanut sitä, kuin miten on haastettu perinteiset mediat. Julkisuuden luonne on murentanut perinteistä diplomatiata, jota on tehty. Sitä pitää ottaa huomioon, ettei oo mitään monopolia siihen, että käydään keskustelua. Päinvastoin, jostain ulko- ja turvallisuuspolitiikasta niin ketkä on suurimmat vaikuttajat Suomessa, kun puhutaan turvallisuuspolitiikasta. Ollaan tehty tällaisia verkkoanalyseja, niin sieltä nousee sellainen henkilö kuin Janne Riiheläinen, joka on täysin maallikko ja on noussut siihen asemaan oman aktiivisuuden ja oman osaamisen kautta.”

Jokaisen internetiin pääsevän on mahdollisuus osallistua siellä tapahtuvaan keskusteluun. Tämä tuo mukanaan haasteita tiedolle ja sen luotettavuudelle. Tietoa voidaan tuottaa ja jakaa monissa eri tarkoituksissa.

Informaatiovaikuttaminen on uusi haaste, joka täytyy ottaa huomioon myös diplomatiassa:

”-- informaatiovaikuttaminen ei oo ideologista -- maahanmuutto on hyvä esimerkki, joka on yks tällainen kiila, jota yritetään käyttää siinä hajottaakseen mielipidettä yhteiskunnassa ja EU:ssa.”

Yllättävä aihe, joka nousi kirjallisuuden ja haastattelun teemojen ulkopuolelta oli tekoäly. Monessa keskustelussa nousi esiin tekoälyn hyödyntäminen tulevaisuudessa. Tämä nousi jokaisessa haastattelussa esiin haastateltavan aloitteesta. Tekoäly miellettiin mahdollisuutena, jota voitaisiin hyödyntää diplomatiassa etenkin tiedonhankinnassa sekä konfliktitilanteissa. Tekoäly koettiin mahdollisuudeksi, joka voisi toimia päätöksenteon tukena. Seuraavat esimerkit kuvastavat haastateltavien ajatuksia tekoälyn hyödyntämisestä diplomatiassa:

“-- tekoälyä voi käyttää puheentunnistukseen, että mitkä asiat askarruttaa ihmisiä jossain radiokeskustelussa tai radio-ohjelmissa tai korruptiosta tai konfliktiasioista. Se on lisäinformaatiota, kun ne saadaan käyttöön niin se helpottaa päätöksenteossa.”

“-- Se vaa kiinnostaisi, että mitä toi tekoäly tuo tähän meidän arkipäivään, että millä tavalla, mitä ois se data mitä vois louhia, joka helpottaisi meidän työtä.”

Informaatioympäristön lisäksi myös diplomatiassa on merkitystä diplomaattien viestintäteknologian käyttöön. Seuraavaksi tarkastellaan viestintäteknologian roolia diplomatian tasolla.

4.2 Viestintäteknologia diplomatiassa

Viestintäteknologia on mahdollistanut *tiedon nopean kulun* paikasta riippumatta helpottaen kansainvälistä yhteistyötä. Tämän lisäksi, se on *kaventanut välimatkoja*.

Seuraavassa esimerkissä haastateltava tiivistää ajatuksiaan teknologian vaikutuksesta välimatkoihin:

“ihan ehdottomasti teknologia on kutistanut välimatkoja tosi kovasti.”

Tiedonsaannin nopeutumisen myötä tiedon *luotettavuutta* kyseenalaistettiin. Tiedosta on tullut kansainvälisessä politiikassa pelikenttä, jolla pyritään vaikuttamaan. Seuraavat esimerkit kuvastavat haastateltavien ajatuksia lähdekritiikin merkityksestä:

“Schän on tietysti nykyaikana hyvä, että kun tuo sähköinen viestintä on niin nopeeta, niin saat erilaista tietoa maailmalta. Erilaisia uutisia, mutta siinä on se että nopeus syö luotettavuutta, että sitten sen mieluummin tarkistaa myös muualla jos tulee vähänkään sellainen olo.”

“Oot ehkä nähnyt videon missä Obama puhuu ja sanoo jotain ihan kummallista. On tehty feikkivideo, mikä näyttää täysin oikealta. Mitä tahansa voi oikeistaan mitä näet, et voi näkemällä tai kuulemalla luottamaan, että se on aito. Tämä tulee vaan lisääntymään ja sitä pystytään käyttämään hyödyksi --”

Informaatioympäristön muutos on vaikuttanut diplomatiassa ilmeneviin *turvallisuuspoliittisiin kysymyksiin* ja haastanut kansainvälisten suhteiden rakenteita. Yksi uusi haaste, jonka kanssa joudutaan kamppailemaan, on disinformaatio, eli väärän tiedon jakaminen. Informaatioympäristön muutosta yritetään hyödyntää geopolittisissä kysymyksissä ja hybridivaikuttamisessa. Esimerkissä haastateltava kuvaa sosiaalisen median tuomia turvallisuuspoliittisia kysymyksiä:

“Tässä myös käydään geopolittista peliä näillä välineillä, että mikä on eri maiden vaikutusvalta maailmassa. Venäjä muun muassa käyttää näitä keinoja, kun ei taloudellisesti ja sotilaallisesti pysty kilpailemaan, niin tää on the great equalizer, jonka kautta pystyy nostamaan omaa asemaa ja olla menestyksekkäs.”

Informaatiovaikuttaminen asettaa uusia haasteita länsimaille ja demokratioille, mikä vaikuttaa myös diplomatian kentällä. Seuraavassa esimerkissä kuvataan, millaisia haasteita informaatiovaikuttaminen asettaa erityisesti länsimaisissa yhteiskunnissa:

“Se [hybridivaikuttaminen] on tullut osaksi pelikenttää -- Sellaista ei ole aikaisemmin ollut ja uskon että sitä tullaan käyttämään siitä syystä, että se on tuloksellista niihin tavoitteisiin mitä on ja se on resurssitehokasta verrattuna sitten perinteisiin sotilaallisiin tai muihin toimiin. Me ollaan nähnyt vaan alkua siitä, se on tullut pysyvästi osaksi tätä.”

“Se asettaa ison haasteen ja haastaa länsimaisia yhteiskuntia ja demokratioita. -- Demokratioissa meillä on tietyt pelisäännöt, oikeusvaltioissa miten toimitaan, mitä saa tehdä ja sitä ei oo sitten sellaisessa yhteiskunnassa, jossa pystytään ohittamaan nämä ja tekemään mitä tahansa.”

Sosiaalisesta mediasta on tullut keskeinen alusta ottaa kantaa asioihin, ja tämä voi näkyä myös valtioiden toimintatavoissa. Seuraavasta esimerkistä käy ilmi, miten sosiaalista

mediaa voidaan hyödyntää valtion tasolla poliittisissa *kannanotoissa* ja kansalaisten osallistamisessa *päätöksentekoon*:

“-- se Salisburyn tapaus, jos käy läpi, miten sitä [informaatiovaikuttamista] on puolin ja toisin hyödynnetty niin onhan se nyt aika poikkeuksellista, että Twitterpoll, jossa pyydetään ottamaan kantaa, että mikä Jenkkien suurlähetystö pitäisi sulkea.”

Informaatioympäristö on velvoittanut diplomatian toimijat ottamaan näkyvämmän roolin ja *osallistumaan keskusteluun* aktiivisesti, sekä olemaan valmiina vastaamaan erilaisiin tilanteisiin. Seuraavat esimerkit kuvastavat tekijöitä, jotka velvoittavat diplomaatteja olemaan valmiina reagoimaan erilaisiin tilanteisiin:

“-- palatakseni alkuun tää on tosi asia, että informaatioympäristö on sellainen [joka vaatii osallistumista], väärä vaihtoehto olisi olla kuin strutsi että pää hiekkaan tai teeskennellä, että tää ei tapahdu. Se joka tapauksessa tapahtuu mutta sä et oo siinä itse mukana.”

“-- pitää olla ketteryys ja nopeus reagoida 24/7 viestinnässä - kun jotain tapahtuu pitää olla valmius reagoida ja usein ei ole paljon aikaa, jos joku lähtee menemään väärille teille.”

Sosiaalisen median kanavat mahdollistavat monipuolisia keinoja viestiä. Uudet palvelut ja kanavat haastavat perinteisten ja virallisten *yhteydenottotapojen muotoja*. Seuraavissa esimerkeissä nostetaan esiin, miten sosiaalisen median kanavat saattavat nousta lähestymistavoiksi virallisten yhteydenottokanavien, kuten sähköpostin ja puheluiden rinnalle. Se puolestaan aiheuttaa hämmennystä, koska niitä ei toistaiseksi mielletä virallisina kanavina työasioihin:

“Viralliset kontaktit lähestyy epävirallisesti sosiaalisen median kautta ja sanoo että tulevat Suomeen ja haluaisivat tapaamisia”

“Ulkoministeriön virkamiehetkin, että ne hirveän nopeasti haluaa heti vaihtaa WeChat kontaktit ja sitten sieltä rupee tulee yhteydenottoja, että hei meillä ois tällöinen asia, mennäänkö kahville ja se on tavallaan meille aika hankalaa. Se on meille vieras.”

Yllämainitut uudet yhteydenottotavat asettavat haasteita kollegoiden ja sidosryhmien kanssa viestimiseen, sillä diplomatiassa *prosessit ja protokolla* ovat merkittävässä asemassa. Ne luovat tiettyjä rutiineja kulttuurienväliseen työskentelyyn, selkeyttäen yhdessä työskentelyä, kuten eräs haastateltavista kertoo:

“Kaiken A ja O on, että kaikki osapuolet tuntevat tietyt askelmerkit ja noudattaa tiettyä protokollaa, koska se luo tiettyä turvallisuutta siihen menetelmään, että molemmat osapuolet tietää miten edetään. Siihen sisältyy tietty käyttäytymiskoodi, tapa esittää asioita sanotaan vaikka kansainvälisissä järjestöissä, tietyt formaliteetit ja ennen kaikkea kuitenkin ne henkilökohtaiset suhteet.”

Viestintäteknologia on mahdollistanut organisaatioille *uusia tapoja viestiä ja tehdä maakuvatyötä*. Sen avulla voidaan rakentaa mielikuvia Suomesta, kuten seuraavassa esimerkissä:

“-- Siinä yritetään nimenomaan vaikuttaa siihen mielikuvaan mitä Suomi herättää. -- Se [maakuva] syntyy siitä, että millä tavoin saa tietoa ja minkälaista tietoa saa maasta.”

Yksi näistä keinoista on esimerkiksi erilaiset emoji, jotka Suomi on lanseerannut vuonna 2015. Uudet tavat ja tyyli, miten pitäisi viestiä jakaa kuitenkin mielipiteitä:

“-- mä olen varmaan pikkasen liian vanha ikään kuin kiinnostumaan tällaisista emoji jutuista sun muista. Mä en edes ymmärrä mitä nää tarkoittaa nää kaikkia kuvioita.”

Kuten monissa eri alojen organisaatioissa, myös diplomatiassa on huomattavissa, että työntekijöiden, eli *yksilöiden kautta viesti tavoittaa paremmin yleisön*, kuin organisaatiotileiltä. Tämä vaikuttaa siihen, miksi yksittäisten työntekijöiden panos viestinnässä on merkittävä nykypäivän diplomatiassa:

“Uskon että kaikille organisaatioille ei oo vaihtoehtoja, jos halutaan saada viesti läpi, että henkilöt kertoo. Tutkimusten mukaan henkilöiden välittämä viesti vaikuttaa ainakin kuusi kertaa tehokkaammin kuin jos organisaatio sanoo. Se on ihan eri, jos organisaation tili sanoo jotain tai jos henkilö sanoo jotain.”

Viestintäteknologia tarjoaa mahdollisuuden keskustelulle ja ajatuksien vaihdolle, mutta se ei ole aina itsestäänselvyys, että keskustelu voisi olla avointa. Viestintäkanavien pohjalta pystytään seuraamaan henkilöitä ja pääsemään lähelle diplomaattien mielipiteisiin. Vaikka diplomaatit olisivatkin aktiivisia sosiaalisessa mediassa, on mielipiteenilmaisuuksien saattanut rajoittua esimerkiksi poliittisen ilmapiirin vuoksi. Silloin yksilö saattaa varoa sanomisiaan, kuten seuraavasta kokemuksesta käy ilmi:

“Tiedän ja tunnen erään maan kollegoja, jotka ovat nyt tän uusimman hallituksen seurauksena ryhtyneet hyvin varovaisiksi sen suhteen mitä he sanovat julkisuudessa tai jopa privaattisti.”

Informaatioympäristön ja diplomatian lisäksi myös työyhteisöllä on merkitystä diplomaattien viestintäteknologian käyttöön. Seuraavaksi tarkastellaan viestintäteknologian ja työyhteisöntason kytköstä.

4.3 Viestintäteknologia diplomaattien työyhteisössä

Viestintäteknologia mahdollistaa nopean viestinnän niin työyhteisön sisällä, kuin työyhteisön ulkopuolellakin. Viestintäteknologiaa kuvailtiin ennen kaikkea *työvälineeksi*, joka tukee muuta työtä. Asenteet teknologian positiivisuudesta ja hyödyistä kuitenkin vaihtelivat:

“Teknologian tärkein tehtävä on olla apuväline, helpottaa, niin sen takia, kun keksitään erilaisia järjestelmiä, että ne ovat käyttöystävällisiä. Se on tärkeää.”

“Olemme pian näiden sähköisten välineiden vankeja, kuin niiden käyttäjiä ne ei sinänsä, mutta ne ovat minusta lähinnä vain työvälineitä.”

Työyhteisöntasolla haastateltavat hyödynsivät monipuolisesti eri viestintäpalveluita. Sähköposti, Skype ja puhelin olivat perinteisimmät tavat viestiä. Ne koettiin virallisimmiksi kanaviksi ottaa yhteyttä ja tehokkaimmiksi tavoiksi tavoittaa henkilöt. Erityisesti sähköposti nousi keskeiseksi viestintäkanavaksi uusia henkilöitä tavoittaessa. Seuraavassa esimerkissä haastateltava perustelee sähköpostin käyttöä:

“Kyllä mä yleensä laitan sähköpostia. Se on musta neutraali tapa. Totta kai voi soittaakin, mutta siinä ei tuu yllättäneeks ketään hankalalla hetkellä, että kyllä musta sähköposti on aika neutraali. En koskaan lähesty ketään sosiaalisen median kautta ensimmäistä kertaa.”

Yhteisiä kanavia kaikille haastateltaville olivat sähköposti, puhelin ja Skype, ja vain osa hyödynsi sosiaalista mediaa. Sosiaalisen median käyttö osana työtä vaihteli: osalle se oli tärkeä osa työnkuvaa ja toiset kokivat, että se ei ollut olennainen. Sosiaalisen median kanavista keskusteluissa nousivat esiin LinkedIn, Facebook, Instagram ja Twitter. Asemamaasta maasta riippuen sovelluksien käyttö myös vaihteli. Kiinassa ollessa esimerkiksi WeChatin käyttö oli yleistä Twitterin sijasta. Erityisesti Twitter nostettiin tärkeäksi kanavaksi työssä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo kokemuksestaan, jossa hänen oli pakko liittyä mukaan Twitteriin, jos halusi tietää, mistä työskentely maassa puhuttiin:

“Siellä [asemamaassa] oli pakko. Se oli ihan välttämätöntä työn hoitamiseksi, koska siellä käytiin keskustelua niistä poliittisista, taloudellisista, kaikista asioista nimenomaan Twitterissä.”

Osa haastateltavista kuitenkin halusi pitää sosiaalisen median erossa työstä:

“Mä oon ite halunnu aika pitkälti välttää sitä, että mun omat somekanavat eivät ole mun työvälineitä.”

Osa kuitenkin koki sosiaalisen median tärkeänä kanavana työssä. Erityisesti Twitterin hyödyntäminen työmielessä oli yleistä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kuvaa Twitterin käyttöä paitsi *sosiaalisen verkoston luomisessa*, myös tärkeänä *tietolähteenä*:

“Käytän sitä myöskin tiedon seurantaan ja tiedonhallintaan.”

Monilla haastateltavilla oli kokemuksia *sidosryhmien tavoittamisesta* Twitterissä. Se koettiin myös hyödylliseksi ammatillisessa mielessä, kuten *tapaamisten tai haastatteluiden järjestämisessä*:

“Tunsin ennakkoon sellasen Twitterin, Financial Timesin kirjeenvaihtajan -- seurataan toisiamme Twitterissä. Olin kokouksessa, ja tiesin että hän on siellä. Vaihdoimme virtuaalisesti näkemyksiämme ja nähtiin siellä ohimennen ja järjestin ministerin haastattelun -- hän pääsi Financial Timesiin.”

Sosiaalisen median lisäksi haastateltavat käyttivät muitakin viestintäteknologioita. Haastateltavien mukaan teknologia ei kuitenkaan korvaa kasvokkaisen vuorovaikutuksen merkitystä, vaan toimii pikemminkin sen tukena. Eräs haastateltava hyödynsi säännöllisiä, videon välityksellä käytäviä tiimipalavereita pitääkseen yhteyttä ulkomailla oleviin kollegoihin:

“meillä on kerran viikossa [videokokous] -- siellä kerääntyy ihmiset pöydän ääreen ja käydään ajankohtaiset asiat läpi.”

Videokonferensseja ei kuitenkaan koettu yhtä sujuvaksi kuin tapaamiset kasvokkain. Jos kyse oli suurista tapaamisista, koettiin esimerkiksi video- tai puhelukonferenssit hankaliksi teknisten haasteiden, kuten esimerkiksi huonon yhteyden tai heikon kuuluvuuden vuoksi. Nämä korostuivat etenkin, jos kyseessä oli vieras kieli. Haasteista huolimatta erityisesti videopalaverit koettiin positiiviseksi, ja niitä tulisi hyödyntää enemmän:

“Meillä ei aina Skype konferenssit toimi, meillä on palomuurit ja kaikki. Ollaan vähän kivikaudella siinä mielessä. Enemmän pitäisi käyttää [Skypeä] ettei tarvitse liikkua niin paljon.”

Osa taas koki, että kasvokkain tapaamisella koettiin saavan asioita tehokkaasti eteenpäin:

“Videokonferenssit ei oo aina toimivia, varsinkin jos on paljon osanottajia niin siinä puuttuu tietynlainen kontakti, ei välttämättä kuule hirveen hyvin kaikkea ja jos joku ei puhu mikkiin kunnolla tai varsinkin jos riippuu mitä kieltä käyttää.”

“Ennen kaikkea se vaikuttaa siihen työn sujuvaan ja nopeaan edistymiseen. Silloin se tulee hoidettua.”

Yhteydenpitoon kollegoiden kanssa hyödynnetään perinteisen sähköpostin ja Skype Businessin lisäksi WhatsApp -ryhmiä. Jos kyseessä on neuvotteluita tai päätöksentekoon liittyviä tilanteita, etenkin loppuvaiheessa tarvitaan vuorovaikutusta kasvotusten, kuvaa eräs haastateltavista:

“Sitten kun se tulee tietylle tasolle, niin ainakaan mun aikana päälliköt ei vaihda viestejä WhatsAppissa. Joko me puhutaan puhelimesta tai keskustellaan kasvotusten, mutta se pysähtyy tietylle tasolle, että kun tullaan päätösvaiheeseen. Se hoidetaan perinteisellä tavalla.”

Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että kasvokkaisen vuorovaikutuksen merkitys jopa korostuu digitaalisena aikana, erityisesti neuvotteluissa. Monet haastateltavat korostivat vuorovaikutussuhteiden merkitystä työtehtävien hoidossa. Vaikka digitaalinen ulottuvuus tarjoaa tälle rinnakkaisen vaihtoehdon, kasvokkaisen vuorovaikutuksen merkitys on yhä suuri. Seuraavat esimerkit korostavat ajatuksia neuvotteluiden järjestämisestä ja vuorovaikutussuhteista:

“Ensin vaihdetaan paljon paperia ja sen jälkeen pidetään ihan neuvottelut kasvokkain.”

Viestintäteknologian myötä *jokainen voi olla media*, mutta median toimiminen vaatii tietoa. Tiedon merkitys ja jopa tiedosta kilpailu näkyy diplomatiassa. Seuraava esimerkki kuvastaa kokemuksia tiedonvälityksen muuttumisesta ja sen vaikutuksesta työhön, jossa tiedon omaamisesta ja jakamisesta on tullut yhä merkittävämpi tekijä:

“Tiedonvälitys on käynyt koko ajan nopeammaksi ja musta tuntui varsinkin jostain New Yorkista käsin siellä melkein kilpailee tiedotusvälineiden kanssa. Jos siellä turvaneuvostossa on joku kaikkia kiinnostava aihe, niin se pitää kipin kapin juoksujalkaa ja jopa tekstareilla sieltä salista ilmoittaa pääkaupunkiin.”

Viestintäteknologia on vaikuttanut erityisesti *työn luonteeseen*. Tiedonkulun nopeutuminen on vaikuttanut *työtahtiin* ja se haastaa perinteistä raportointia. Seuraava esimerkki kuvastaa haastetta, jonka tieto mukanaan tuo: valmiudessa on oltava koko ajan:

“Meidän omat kanavat on tavallaan hitaampia, koska eihän me sosiaaliseen mediaan laiteta meidän omia näkemyksiä, vaan kirjoitetaan niistä raportti ja laitetaan se ennen pitkään tulemaan. Samalla lailla tietenkin voi olla niin, että kun se tieto kulkee niin nopeasti niin ulkoministerin suun edessä voi olla jo mikrofoni puolituntia siitä, kun joku asia on uutisoitu, että mitä mieltä Suomi on tästä.”

Diplomaatit kuvailivat *työn muuttumista nopeammaksi ja tempoilevammaksi*.

Ajankohtaisia asioita pyritään kattamaan mahdollisimman paljon, mutta tieto saattaa

jäädä sen vuoksi usein pinnalliseksi. Se on muuttanut työnkuvaa ja tuo omat haasteensa siihen:

“Työnkuva on muuttunut siltä osin, että eletään tämmöisessä informaatiotulvassa, että koko ajan tulee kaikkea, ja se on mahdotonta reagoida kaikkeen. Kumminkin ollaan pidetty hyvänä, että jaetaan kaikille kaikki sähköpostit, että pysytään flowssa mukana ja yritetään seurata kaikkea.”

“Huomaan että päivittäisessä työssä sähköpostin kanssa pinnalla pysymisessä on vaikeuksia, että sitä tulvaa on niin paljon, että pystyy sieltä sitten nopeasti poimimaan ne mitä pitäisi lukea --- 30 prosenttia jää lukematta. Ei päivässä riitä tunnit, jos niitä koittaa kaikkea lukea.”

Työn luonne ja työtehtävät velvoittavat kiinnittämään huomiota tietoturvaan, mikä vaikuttaa teknologian valintaan. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kuvaa ajatuksiaan tietoturvan merkityksestä:

“On ihan sama mikä se alusta on, että onko se sitten sähköposti, WhatsApp tai puhelin, sitä voi tehdä tiettyyn rajaan asti, mutta sitten kun se menee siihen, että se on luottamuksellista niin avoimia verkkoja ei vaan voi käyttää. Täytyy säilyttää tietty tietoturva.”

Mielipide-eroja haastateltavien kesken löytyi siitä, miten merkityksellisenä sosiaalinen media koettiin työn teossa ja miten aktiivisesti sitä käytettiin. *Työn sisältö ja luottamuksellisuus* olivat keskeisessä asemassa siinä, koettiinko sosiaalisessa mediassa työasioiden jakaminen tärkeäksi. Haastatteluissa ilmeni, että vaikka nykyisessä työtehtävässä ei käyttäisi sosiaalista mediaa aktiivisesti, jossakin toisessa tehtävässä se saattaa olla merkityksellinen osa työnkuvaa. Tähän liittyy vahvasti aiheet, joiden parissa työskentelee. Tässä esimerkki haastateltavasta, joka aiemmassa työtehtävässä oli kokenut sen osana työtehtävänsä:

“Se on se kirsikka kakun päällä, että laittaa sen Twitter viestin loppuksi, että tänään avasimme tämän ja tämän taiteilijan näyttelyn”

Nykyisessä työssä haastateltavan sosiaalisen median käyttö on jäänyt vähemmälle työn luonteen vuoksi:

“Nää meidän hommat on sen verran luottamuksen puolelle meneviä, että ei niitä voi käsitellä sosiaalisessa mediassa tai käydä keskustelua avoimissa verkoissa.”

Työn *substanssipuoleen* viestintäteknologia on tuonut uusia piirteitä, sillä Suomi on tunnettu teknologian maana. Ulkomailla on kiinnostuttu esimerkiksi erilaisista suomalaisista opetussovelluksista, kertoo haastateltava, ja kuvailee, miten tämä on vaikuttanut työhön ja omaan substanssialueeseensa:

“-- sosiaalinen media on tietenkin niinkun mun työhön nyt substanssiin ja teknologian kehitys on vaikuttanut paljon. Suomi on kuitenkin tällainen teknologian maa ja meidän teknologia ja innovaatiot kiinnostaa ja se tulee vähän kaikkialle, oli se sit kehitystä, humanitaarista, rauhanturvatoimintaa. Nyt niissä tarvitaan teknologiaa.”

Omalla työyhteisöllä oli vahva merkitys viestintäkanavien valintaan sisäisessä viestinnässä. Yksilöt omaksuvat eri tavalla viestintäteknologian ja palveluiden käyttöönoton. Tämä puolestaan vaikuttaa siihen, miten työyhteisö keskenään viestii. Uusien viestintäpalveluiden käyttöönotto voi luoda haasteita, jos ohjeistus niiden käytölle ei ole selkeää, eikä koulutusta siihen ole tarjolla. Erilaiset tavat omaksua palveluita koettiin haasteena, ja sähköposti koettiin varmuimpana keinona tavoittaa jokainen työyhteisön jäsen. Seuraavat esimerkit kuvastavat haasteita uusien viestintäkanavien käyttöönotossa:

“Käyttö ja osaaminen vaihtelee, ei kaikki osaa käyttää Skypeä”

“Meillä on yksikön työtila intranetissä. Mutta ei kaikki yksikön jäsenet käy siellä. Se näitten teknologiainsinöörien pitäisi muistaa että ihmisten kyky ottaa uusia välineitä käyttöön se vaihtelee hirvittävän paljon.”

Sosiaalinen media saattoi olla yksi väylä viestiä kollegoiden kesken. Eräs haastateltavista hyödynsi Twitteriä yhteydenpidossa kollegoiden kanssa:

“kyllä, sekä keskusteluiden kautta että välillä suoraviestien kautta että tulee kysymyksiä tai kommentteja tai keskusteluita joita käydään julkisesti ja yksityisesti.”

Oman esimiehen ja johdon kannustus nousi merkittäväksi tekijäksi julkisessa esiintymisessä ja sosiaalisen median käyttöön liittyvissä asioissa. Kynnys esiintymiseen ja mielipiteenilmaisuun on pienempi, jos esimiestasolta löytyy kannustusta ja *ymmärrystä*.

“-- mutta se tulee myös siihen somekanavien käyttöön, että itsekin sitäkin joutuu koko ajan miettimään, että jos laittaa sinne jotain työasioista niin kyllä se pitää sillä tavalla miettiä, että siitä ei tuu sitten sanomista.”

“Että ei oo semmonen pelon ilmapiiri, ettei tuu esimieheltä sanomista, jos tästä asiasta jotain sanoo.”

Johtotehtävissä työskentelevät henkilöt, jotka käyttivät sosiaalista mediaa aktiivisesti, tiedostivat, että *esimerkin näyttäminen* ja *kannustaminen* sosiaalisen median käyttämiseen on tärkeää:

“Ylimmän johdon esimerkki on tärkeää ja sitä tarvitaan varmaan vielä enemmän.”

“Jos saarnat tai kannustat muita, niin on hyvä osoittaa esimerkkiä”

Käsitys työajasta nousi tekijäksi, joka heijastui asenteisiin sosiaalisen median käyttöä kohtaan erityisesti työajalla. Osa haastateltavista mielsi sosiaalisen median käytön olevan osa työtehtäviä ja nykypäivän työtä, ja siten kuuluvan myös työaikaan. Osa puolestaan koki, että sen käyttö ei kuulu työajalle. Seuraavissa esimerkeissä haasteltavat kuvaavat käsityksiä sosiaalisen median käytöstä työajalla:

”-- jos ihminen oikeesti haluaa olla sosiaalisen median kautta aktiivinen ja pyrkiä vaikuttamaan, se tarkoittaa sitä, että sun pitää omistaa osa työaika ja osa vapaa-aikaakin.”

“-- en mäkään käyttäisi työaikaani siihen, että lukisin Donald Trumpin tai kenen tahansa twiittejä, vaan sen huomaa ehkä silloin, kun se tulee uutislevitykseen”

Viestintäteknologian vaikutukset näkyvät laajemmin työn yksilöllisyydessä ja päätäntävallassa. Toisaalta työ on helpompaa, koska ohjeita ja apua saa viestintäteknologian kautta nopeasti, mutta samalla se on myös *kaventanut yksittäisen diplomaatin päätäntävaltaa*:

“Silloin kun oltiin kirjeiden ja sähköjen varassa, niin siitä ajasta kaikki on kyllä helpottunut koska silloin pääkaupunkiohjeen saaminen oli niin hidasta.”

“Ennen vanhaa diplomaatin itsenäinen päätäntävalta oli suurempi koska näitä pääkaupunkiohjeita ei ollut. Nyt saattavat laittaa ihan pikkukysymyksiä vaan sähköpostitse tai soittaa kysymään koska se on niin helppoa.”

“Se on ehkä vähentynyt piirun verran että diplomaatti ottaisi itsenäistä vastuuta”

Vaikka teknologia kehittyy jatkuvasti, ja sitä hyödynnetään yhä enenevässä määrin työn teossa ja tapaamisissa, on myös samalla yhä enemmän tilanteita, milloin niitä ei käytetä. Ne tuovat mukanaan paljon *turvallisuusriskejä*. Seuraavat esimerkit kuvaavat ajatuksia teknologiasta turvallisuusnäkökulmasta:

“Mitä enemmän tää teknologia kehittyy, sitä enemmän meidän tulee olla tarkkoja siinä että me suojaudutaan riittävästi ulkopuoliselta häiriköinniltä, vaikuttamiselta ja vakoilulta ennen kaikkea. Siinä on kaksi puolta.”

“yhä enemmän on paikkoja, joihin mennään niin että kännykät, läppärit ja pädit jätetään pois”

Vaikka sosiaalisesta mediasta löytyy nykyään paljon tietoa, ei diplomatiassa työ rajoitu vain siihen, mitä mediasta näkyy ja pystyy lukemaan. Haastateltavat korostivat, että oikea työ tapahtuu kulissien takana. Media on ikään kuin väline ja keino saada julkisuutta haluamalle asialle:

“ -- jos nyt katsotaan Trumpin ja Pohjois-Korean tapaamista, niin se on mitä suurimmassa määrin käydään myös tällästä puolin ja toisin yritetään hyödyntää julkisuutta. Mutta ei poista sitä, että jos oikeasti halutaan menestyä, niin se vaatii hyvin paljon perinteistä tai

julkisuuden ulkopuolella tapahtuvia neuvotteluita ja ihmisten tapaamisia eri tasoilla. Tää on vaan osa sitä, vaikka joku vois luulla, että se on kaikki, kun se on se näkyvä osa. ”

Sosiaalisella medialla on ollut vaikutusta työyhteisön sisäiseen viestintään, mutta myös työyhteisöjen ulkopuoliseen viestintään. Asioista *tiedottaminen* koettiin tärkeäksi, ja sosiaalisen median kanavat koettiin yhtenä lisänä tiedotusprosessissa:

“Se on yksi lisäväylä vanhanaikaisessa tiedotusprosessissa.”

Mielenkiintoista on, että vaikka kaikki haastateltavat korostivat verkostojen merkitystä työssä, eivät kaikki tunnistanee *digitaalisen verkoston* merkitystä:

“-- tavallaan elektroninen kommunikaatio käy niin pinnalliseksi, kun sitä on niin paljon ja ihmiset ovat kiireisiä. Nään, että yhä suurempi osa diplomaatin ammattitaitoa on se face to face network”

“Ne [digitaalinen ja kasvokkainen viestintä] on molemmat tärkeitä, mutta mun mielestä en itse usko että sellaista henkilökohtaista kasvotusta tapaamista digitaalinen voi korvata. Sillä on merkitystä kaikilla tasoilla, korkeimmalla poliittisella tasolla. Loppupeleissä tää on ihmissuhteista kiinni ja ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta”

Eräs haastateltava kuitenkin koki, että juuri digitaalinen ulottuvuus on hänen mielestään tärkeä väylä rakentaa työlle tärkeää verkostoa:

“siksi olen kuvaillut, että mielestäni nykyajan diplomaatti, joka ei rakenna sähköistä, digitaalista verkostoa tekee vaan puolet työstää. Enää ei voida erotella digitaalista ja reaali maailma vaan ne ovat kasvaneet yhteen ja ne ovat yhtä ja samaa kokonaisuutta.”

Haastatteluista kävi ilmi, että sosiaalisen median merkittävyyden määrittäjäksi nousi vahvasti oletettu vastaanottajayleisö. Henkilöt, jotka eivät olleet aktiivisia sosiaalisessa mediassa kokivat, että vastaanottajayleisö on lähinnä omat kollegat, kuten seuraavassa esimerkissä:

“Lopputulema on lähinnä se, että ne ovat ne muut virkamiehet, jotka sitä katselee, ei se tavoita suurta yleisöä.”

Sosiaalisessa mediassa aktiivisesti toimiva haastateltava puolestaan kuvasi kokevansa, että sieltä löytyy kaikki relevantit sidosryhmät:

“Olen itse mieltänyt Twitterin sellaiseksi, missä on tärkeitä kohderyhmiä: löytyy media, se on hyvin edustettuna, keskeisiä vaikuttajia ja poliitikkoja on siellä niin sanotusti ylliedustettuna. Sitä kautta pystyy tavoittamaan sellaisia ulkoministeriön kannalta keskeisiä kohderyhmiä ”

Diplomaattien osallistuminen yhteiskunnalliseen keskusteluun on sidoksissa laajempaan ulkoministeriön viestintäkulttuurin muutokseen. Sen sijaan, että ulkoministeriössä olisi yksi virallinen edustaja, jokainen työntekijä voi edustaa ulkoministeriötä ja tuoda omaa

asiantuntijuutta esiin. Seuraava esimerkki kuvastaa laajempaa organisaation viestintäkulttuurin muutosta:

“Uskon että kaikille organisaatioille ei oo vaihtoehtoja, jos halutaan saada viesti läpi, kuin että henkilöt kertoo. Tutkimusten mukaan henkilöiden välittämä viesti vaikuttaa ainakin kuusi kertaa tehokkaammin kuin jos organisaatio sanoo. Se on ihan eri jos organisaation tili sanoo jotain tai jos henkilö sanoo jotain. Se moniäänisyys: mitä enemmän jos tuhat ulkoministeriöläistä sanoo jotain, se myös moninkertaistuu se viesti. Tässä on nää kommunikaatiotavat ja miten ihmiset hakee sitä on mullistunut.”

Aineistosta nousi esiin, että työyhteisöntason lisäksi myös yksilön kokemuksilla on suuri merkitys diplomaattien viestintäteknologian käyttöön. Seuraavaksi tarkastellaan yksilötason kokemusten merkitystä.

4.4 Yksilötason kokemukset viestintäteknologiasta

Edellisessä luvussa tarkasteltiin diplomaattien kokemuksia viestintäteknologiasta työssä ja työyhteisöissä. Tässä alaluvussa keskitytään tarkastelemaan viestintäteknologian merkitystä yksilötasolla ja yksilöiden kokemuksia.

Yleisimpiä viestintäkanavia työssä olivat puhelin ja sähköposti. Sosiaalisen median kanavista käytössä olivat aktiivisesti Twitter, LinkedIn, Facebook ja Instagram. Niiden käyttötavat kuitenkin jakautuivat selkeästi ja haastateltavat antoivat samankaltaisia merkityksiä palveluille. Twitter ja LinkedIn olivat yleisölle avoimia, Facebook oli yksityinen, mutta sisälsi myös työasioita ja kollegoita ystävinä, ja Instagram oli selvästi rajattu henkilökohtaisiin asioihin. Instagramia kuitenkin käytettiin organisaatiotilinä, ja sen koettiin tavoittavan hyvin erityisesti nuoria. Myös WhatsApp, Skype Business ja WeChat nousivat esiin viestintäkanavina työkontekstissa. Se, millä tavoin jokin kanava valittiin, riippui vastaanottajasta ja yleisöstä, jolle viesti haluttiin kohdentaa. Seuraava esimerkki kuvastaa kanavan valintaa:

“Siinä aina mietitään että mikä on viesti? Kenelle se halutaan välittää? Mikä on tarkoituksenmukainen kanava? --”

Viestintäteknologia ja sosiaalisen median palvelut ovat tarjonneet suuren kirjon viestintään eri kanavien kautta. Sosiaalisesta mediasta oli tullut kanava *vuorovaikutukseen* tuttujen ja tuntemattomien kanssa:

“-- sosiaalinen media on omiaan vahvistamaan näitä, että käy näin, että mehän tunnetaan toisemme, että vaikka ei tunnettaisikaan.”

Vuorovaikutuksen myötä sosiaalinen media mahdollistaa omien *verkostojen luomisen* ja jo olemassa olevien *verkostojen ylläpidon*. Tämä liittyy vahvasti myös *sitoutuneisuus* sisältöihin ja muihin käyttäjiin. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kuvaa ajatuksiaan digitaalisten verkostojen luonnin tärkeydestä:

“Tää on ihmissuhdetyötä ja vaikuttamistyötä ja sitä kautta tutustuu ihmisiin ja muodostuu suhde ihmisiin. Niin sitä kautta mitä paremmat verkostot, niin sitä paremmin pystyy työtä tekemään. Siksi olen kuvaillut, että mielestäni nykyajan diplomaatti, joka ei rakenna sähköistä, digitaalista verkostoa tekee vaan puolet työstään. Enää ei voida erotella digitaalista ja reaaliaailmaa, vaan ne ovat kasvaneet yhteen ja ne ovat yhtä ja samaa kokonaisuutta.”

Erityisesti Twitter on suosittu verkostojen laajentamiseen. Twitteriä aktiivisesti käyttävillä oli vahvoja kokemuksia *verkostojen luomisesta* palvelussa. Seuraava esimerkki kuvastaa kokemusta verkostojen luomisesta sosiaalisessa mediassa:

“Seurasin yhtä professoria Jenkeissä ja hänen twiittejään. Sitten siellä oli iso teknologiakonferenssi niin sitten me nähtiin toisemme. Hän oli ison konferenssikeskuksen toisessa laidassa ja sitten minä toisessa ja sitten me oltiin kuin vanhoja tuttuja ja halattiin ainoastaan sen takia että me oltiin seurattu toisiamme Twitterissä.”

Digitaaliset kanavat tuovat verkostot julkisiksi kaikkien näkyville, ja tämän myötä moni haastateltavista koki niiden julkisuuden *oman asiantuntijuuden vahvistamisena*, kuten seuraavassa esimerkissä:

“On sillä merkitystä, että mitä enemmän sä tunnet niinkun LinkedInissä tärkeitä ihmisiä, niin sitä kauttahan se sun oma uskottavuus on parempi.”

Haastateltavat, jotka eivät olleet aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä työkontekstissa, eivät myöskään kokeneet sosiaalisen median palveluita tärkeänä verkostoitumisessa. Seuraava esimerkki kuvastaa tätä kokemusta:

“Niinkun sä sanoit LinkedIn niin miksei, jos mä tarviin aiheesta X asiantuntijaa niin voinhan mä sieltäkin etsiä, et kukahan tällä alueella asuis, joka sattuis tietämään. Sillä tavalla kyllä. Mutta ei se varmaan sitä suhteen rakentamista kuitenkaan pysty helpottamaan.”

Viestintäpalveluiden kirjo on mahdollistanut uusien viestintätapojen löytämisen ja oman *asiantuntijuuden esiin tuomisen*. Seuraava esimerkki kuvastaa, mikä merkitys sosiaalisella medially voi olla asiantuntijuuden tunnistamiselle:

“Jos sä oot vuosia tehnyt joidenkin tiettyjen asioiden parissa pitkään töitä, niin se fakta, että mielletään asiantuntijaksi myös sosiaalisen median kautta, se lisää uskottavuutta sellaisessa keskustelussa missä tämmönen aihe on esillä”

Asiantuntijuuden esiintuominen mahdollisti *oman brändin luomisen*, mikä tuntui olevan tärkeässä osassa sosiaalisen median käytössä. Sosiaaliseen mediaan liitettiin vahvasti sen mahdollistama tuoma näkyvyys, jonka sosiaalisen median palvelut mahdollistavat. Seuraavat esimerkit kuvastavat haastateltavien kokemuksia oman asiantuntijuuden ja itsensä brändäämisen tärkeydestä:

“Kyllä se (brändääminen) on tosi tärkeää”

“Se verkosto vahvistaa sitä mun brändiä, mulla on niinkun innovaatio, teknologia tällösiä seurattavia. Mä näen että se kuuluu osaksi sitä mun kuvaa ja brändiä.”

Haastateltavat, jotka olivat aktiivisia sosiaalisessa mediassa, omasivat runsaasti esimerkkejä, kuinka he olivat hyötynneet siitä reaalielämässä. Se saattoi lisätä heidän *näkyvyyttään*, ja lisätä kiinnostusta myös median silmissä. Näkyvyys liittyy affordansseihin ja vaikuttaa kokemukseen siitä, mitä yksilö kokee viestintäkanavan mahdollistavan. Seuraavat esimerkit kuvastavat kokemuksia sosiaalisen median myötä lisääntyneestä näkyvyydestä:

“kokouksessa yks Politicon toimittaja lähestyi mua, että hei mä seuraan sua Twitterissä ja mua haastateltiin siellä”

“[Twitteristä] tulee myös yhteydenottoja, että esimerkiksi Israelista joku innovaatio ihminen kysyi että voidaanko jatkaa tätä keskustelua LinkedInissä.”

Sosiaalinen media koettiin haasteeksi haasteita *vapaa-ajan identiteetin ja työ - identiteetin erottamisen* kannalta. Sosiaalisessa mediassa täytyy esiintyä omalla nimellään, ja joskus yksilön henkilökohtaiset mielipiteet sekoitetaan valtion mielipiteeseen.

“Tämä näyttää haasteen digidiplomatiassa henkilön kannalta, että tietenkin se mitä sanot työroolissa, nähdään Suomen tai ulkoministeriön kannassa, että se pitää pitää mielessä, että kaikki mitä vaikka kirjoittaa sun profiiliin, vaikka on oma mielipide ja näin niin se nähdään ulkopuolella sellaisena.”

Sosiaalisen median etuna koettiin se, että se mahdollistaa *tiedon muokattavuuden ja tiedon säätelyn*. Tiedon muokattavuus on yksi affordansseista, jonka sosiaalinen media mahdollistaa. Tiedon säätely voisi nousta rinnalle affordanssiksi tiedon muokattavuuden kanssa. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kuvaa, miksi pitää Twitteristä:

“Se on miellyttävämpi linja koska itse päätän milloin laitan ja kun lehtimies on siinä ja kysyy vaikka mitä juuri sillä hetkellä. Se on helpompi hallita tää sosiaalinen media.”

Keskusteluissa nousi esiin *yksilön suhde tietoon. Informaation suuri määrä ja sen kokemukset sen hallinnasta* vaikuttivat kokemuksiin erityisesti sosiaalisesta mediasta.

Sosiaalinen media saattoi toisaalta olla tukena tiedonhaussa, mutta se saattoi myös vaikuttaa siihen, että tuntui entistä vahvemmin elävänsä informaatiotulvassa:

“Koen hyvin vahvasti, että tulee semmoinen someähky, mutta ei pelkästään someähky, vaan tulee kaiken muun päälle. Edelleenkin ajatus on mun mielestä se, että sähköposti on ykkösjuttu mitä pitää seurata. Se on se virallinen juttu ja somea pitäisi seurata siinä ohella, jotta pysyy kärryillä. Niin kyllä se on aika haastava yhtälö”

Kritiikkiä nousi sosiaalisen median muuttuvasta luonteesta. Haasteena koettiin se, että sosiaalisen median palvelut muuttuvat niin nopeasti, eivätkä ne saa viedä liikaa huomiota diplomatian perinteisistä työtavoista:

“Joku valopää kohta keksii jonkun uudenlaisen foorumin. Ensin oli pelkkä Facebook, sitten oli Instagram, Twitter ja sitten Snapchat ja kohta joku keksii jonkun en tiedä minkä. Jonkun pilvipalvelu virtuaalitodellisuus palvelun ja sitten tulee taas se seuraava juttu. Saattaa kuulostaa kyyniseltä, mutta kyllä se tiettyyn rajaan saakka on hyvä asia, mutta ei se silti saa ja ei syö tai vähennä meidän perustyötämme.”

Viestintäteknologia on osa nykypäivän diplomatiaa ja vaikuttaa laajasti niin yksilön omiin työtapoihin ja työtehtäviin, kuin siihen, miten viestii muiden kanssa. Seuraavassa luvussa kootaan, mitä merkityksiä diplomaatit antavat viestintäteknologialle, ja kytketään tulokset taustakirjallisuuteen.

5 Pohdinta

Tämän tutkielman tavoitteena on kuvata ja ymmärtää, millaisia käsityksiä ja kokemuksia diplomaateilla on teknologiavälitteisestä viestinnästä diplomatiassa ja omassa työssään. Tutkimustehtävällä pyrittiin vastaamaan siihen, mitä merkityksiä diplomaatit antavat viestintäteknologialle työkontekstissaan.

Tutkimuksessa halutaan selvittää diplomaattien käsityksiä ja kokemuksia teknologiavälitteisestä viestinnästä diplomatiassa ja omassa työssään. Tuloksista pystyttiin muodostamaan neljä teemaa, jotka kuvastavat tasoja, joilla on merkitystä diplomaattien viestintäteknologian käyttöön. Nämä teemat ovat sisäkkäisiä, eivätkä ne sulje pois toisiaan.

Diplomaattien ilmaisemista käsityksistä ja heidän kertomistansa kokemuksista voidaan päätellä, että viestintäteknologialla on seuraavia merkityksiä informaatioympäristön tasolla: *Informaatioympäristön muokkaaja, turvallisuuspolitiikan uusi ulottuvuus, disinformaation lisääntyminen, turvallisuusriski.*

Viestintäteknologialla on seuraavia merkityksiä diplomatian tasolla: *Välimatkojen lyhentäjä, työn nopeuttaja, tiedon lähde, ajankohtaisten asioiden seuraaminen, maakuvatyön edistäjä, legitimitietin lisääjä, työn oikeuttaja, perinteisten yhteydenottojen muokkaaja, poliittisen kannanoton väline, turvallisuusriski.*

Viestintäteknologialla on seuraavia merkityksiä diplomaatin työlle: *Jokapäiväisen työn helpottaja, työnkuvan uudistaja, työtapojen uudistaja, verkostojen luoja, verkostojen ylläpitäjä, keskustelukanava, työn oikeuttaja, sidosryhmien tavoittaja, tiedon hallinta, vastuunjakaja, kiireen luoja, viestinnän suunnittelemisen mahdollistaja, tietoturvariski.*

Viestintäteknologialla on seuraavia merkityksiä yksilötasolla: *asiantuntijuuden esiintuoja, henkilökohtaisen brändin vahvistaja, sitoutuminen sisältöön tai verkostoihin, omien verkostojen ylläpitäjä, näkyvyyden lisääjä, viestinnän hallitsija, oman osaamisen vahvistaja, vaikuttavuuden mahdollistaja, tiedonlähde.*

Tämä tutkimus eroaa aiemmista diplomatian tutkimuksista siinä, että tutkielma keskittyy yksilötason käsityksiin ja kokemuksiin yhdistäen viestinnän tutkimuskentältä affordanssit. Tutkimuksen tuloksista on löydettävissä samankaltaisia piirteitä kuin taustakirjallisuudessa ja muissa tutkimuksissa, kuten syitä viestintäteknologian käytölle (Rice ym 2017) ja Murrayn (2015) käsityksiä siitä, miksi diplomatia on digitalisoitunut. Seuraavaksi käsitellään tuloksia rinnastaen ne aiempaan kirjallisuuteen.

Informaatioympäristö

Diplomaattien kokemukset informaatioympäristön muutoksesta ja sen myötä tulleesta ”velvoitteesta” osallistua keskusteluun vastaa Eisenbergin & Wittenin (1987) tutkimusta avoimuuden ideologiasta. Diplomaatit kokivat, että viestimällä avoimesti sosiaalisessa mediassa omalla nimellään, voidaan avata diplomaatin työtä ja samalla myös oikeuttaa paremmin ulkoministeriön olemassaoloa. Tämä tuli vahvasti esille myös aiemmissa tutkimuksissa (Murray 2015). Nykyinen informaatioympäristö velvoittaa avoimuuteen, mikä vahvistaa Eisenbergin & Wittenin (1987) käsitystä avoimuuden ideologiasta.

Diplomaatit kokivat, että online- ja offline -maailmoja ei voida enää erottaa. Se tuo omat haasteensa siihen, miten esimerkiksi online -tapahtuviin asioihin tulisi reagoida. Tarpeelliseksi onkin koettu luoda strategioita online ja offline -ympäristöjen hallintaan (Hocking & Melissen 2015, 11–12). Diplomaatit kokivat, informaatioympäristö tuo mukanaan uusia turvallisuuskysymyksiä ja haasteita, joita ei diplomatiassa voi jättää huomioimatta. Jo itsessään viestintäteknologia, kuten esimerkiksi puhelin tai tietokone, voi olla tietoturvariski. Vaikka teknologiaa hyödynnetään ahkerasti diplomatiassa, jätetään yhä useammin myös puhelimet ja muut teknologiat pois tapaamisista. Informaatiovaikuttaminen on esimerkki uudesta turvallisuuskysymyksestä, ja sen lisääntyminen velvoittaa osallistumaan vuorovaikutukseen kansalaisten kanssa faktapohjaisella keskustelulla ja olemaan valppaana siinä, mistä keskustellaan. Sitä ilmentyy usein sosiaalisen median kanavissa, jonka vuoksi läsnäolo siellä on tärkeää. Informaatiovaikuttamista ei noussut esiin aiemmissa tutkimuksissa, mutta Hocking ja Melissen (2015) korostivat, että viestintäteknologian myötä tapahtumien kontrolli on vähentynyt.

Myös kansalaisyhteiskunnalla ja kansalaisjournalismilla on nykyään merkitystä, kun määritellään pinnalla olevia puheenaiheita (Manor 2015, 8). Media ei ole ainut kanava, joka määrää puheenaiheet, vaan keskustelunaiheet sosiaalisessa mediassa voivat nousta uutisiksi ja sitä myötä päätyä laajempaan yhteiskunnalliseen keskusteluun. Murrayn (2015) mukaan tämä on yksi syy siihen, miksi diplomatiassa työskentelevien on tärkeää osallistua keskusteluun. Osa diplomaateista koki, että osallistuminen etenkin turvallisuuspoliittiseen keskusteluun on ikään kuin asiantuntijuuden myötä tuleva velvoite.

Diplomaattien osallistuminen keskusteluun tuo asiantuntijan näkemystä vallitsevaan keskusteluun. Keskusteluun osallistuminen auttaa myös seuraamaan vallitsevia mielipiteitä ja sen avulla myös diplomaatit voivat löytää myös uusia näkökulmia omaan työhön. Näin kokivat myös tutkimukseen osallistuneet diplomaatit. Murrayn (2015, 133) mukaan läsnäolo eri kanavissa lisää diplomaattisten viestien näkyvyyttä ja samanaikaisesti olemalla siellä, missä kansalaisetkin ovat, voi tunnistaa helpommin erilaisia kansanliikkeitä ja ilmiöitä. Diplomaattien osallistuminen keskusteluun sosiaalisessa mediassa on mielenkiintoinen ilmiö, sillä tämä luo ikään kuin uuden työtehtävän diplomaatin perinteiseen työhön eli raportointiin ja asioiden seurantaan (Adesina 2017, 2). Diplomaatit ovat nykyään myös mediasisältöjen tuottajia, tiedonjakajia ja keskusteluun osallistujia kansalaisten parissa.

Diplomatiataso

Diplomatia on muuttunut viestintäteknologian myötä vuorovaikutteisemmaksi. Tämän myötä diplomatia on tullut yhä lähemmäksi viestinnän kenttää (Murray 2015).

Sosiaalisen median myötä diplomatialle ja sitä toteuttaville on saatu kasvot.

Diplomatiasta on tullut avoimempaa ja läpinäkyvämpää, kun prosesseja ja henkilöitä voidaan seurata. Sosiaalisesta mediasta on tullut kansainvälinen kohtaamispaikka eri alojen edustajille, jossa keskustelua voi käydä kuka vaan ajasta ja paikasta riippumatta. Sidosryhmien tavoittaminen ja uusien verkostojen luominen on muuttunut helpommaksi, ja sosiaalista mediaa voidaan käyttää tukena työn tekemisessä ja esimerkiksi tapaamisten edistämiseksi. Diplomaatit kokivat, että se toimii tärkeänä paikkana löytää tietoa ja seurata käynnissä olevaa keskustelua.

Sosiaalinen media ja sieltä löytyvät verkostot ovat monipuolistaneet edustamistapoja diplomatiassa. Oman maan edustaminen ja vuorovaikutussuhteiden hallinta onkin työn ydin (Adesina 2017, 2). Haastateltavat kuvailivat, että diplomaatti elää ajassa, jonka vuoksi on tärkeää kehittää myös diplomatiassa viestintätapoja. Viestintäteknologian ansiosta, valtion fyysisen edustuksen puuttuminen ei automaattisesti tarkoita läsnäolon puuttumista. Sosiaalisen median avulla voidaan joka tapauksessa tavoittaa kansalaisia, tärkeitä yhteistyötahoja ja sidosryhmiä riippumatta valtioiden fyysisistä rajoista. Tämä luo paljon mahdollisuuksia edustaa uusilla tavoilla ja jopa pienemmällä resurssilla luoden samalla uuden työnkuvan diplomatiaan (Barder 2014).

Viestinnällisesti uudet teknologian muodot ja monet kanavat tuovat haasteita diplomatian instituutioihin (Hocking & Melissen 2015). Viestintäpalveluiden ja uusien sosiaalisen median kanavien haasteena on se, että ne muuttuvat nopeasti. Osa diplomaateista koki tämän ongelmallisena; mukaan kaikkeen ei pitäisi lähteä vain siksi, että se on nyt pinnalla. Toinen haaste on, että vaikka kanava olisi hyvä, jotkin palveluista eivät kestä kauaa, tai ne muuttavat muotoaan alkuperäisestä ajan myötä. Tämä aiheuttaa haasteita valikoimaan, mitä viestintäkanavia ottaa käyttöön niin, että tavoittaisi mahdollisimman suuren yleisön ja eri ikäluokat, olematta kuitenkaan kanava, joka on vain hetken aikaa käytössä.

Haasteita tulee myös ihmisten yhteydenottotapojen muuttumisen myötä. Monien viestintäkanavien käytössä täytyy pohtia, missä menee virallisen yhteydenottokanavan muoto. Diplomaatit kokivat hankalana sen, että viralliset tahot lähestyvät sosiaalisen median kautta. Tulevaisuuden kannalta on mielenkiintoista seurata, millä tavoin tämä tulee vaikuttamaan protokollaan ja perinteisiin prosesseihin.

Diplomaatit kokivat, että sosiaalisen median kanavista Twitter on työn kannalta hyödyllisin. Myös LinkedIn ja Facebook olivat hyödyllisiä kanavia. Kukaan tutkimukseen osallistuneista ei käyttänyt henkilökohtaista Instagram-tiliä työmielessä, mutta organisaatiotileiltä se koettiin tehokkaaksi erityisesti nuorten tavoittamisessa.

Diplomaatit olivat samaa mieltä siitä, että teknologia ei vähennä kasvokkaisen vuorovaikutuksen merkitystä. Osa diplomaateista arvioi, että kasvokkaisen vuorovaikutuksen merkitys jopa korostuu, kun kaikki on muuten digitaalista.

Yhtä mieltä he olivat siitä, että vaikka nykypäivänä monia tapahtumia voi seurata sosiaalisesta mediasta, on kuitenkin suurin työ tapahtunut jo etukäteen kulissien takana.

Työyhteisöntaso

Diplomaattien kokemuksen mukaan työyhteisöllä on tärkeä merkitys siihen, mitä kanavia käytetään. Diplomaatit korostivat koulutuksen ja perehdytyksen merkitystä uusien työtapojen oppimisessa. Erityisesti uusien teknologioiden ja ohjelmien käytössä on tärkeää taata jokaiselle perehdytys, jotta sen käyttö voitaisiin omaksua. Sosiaalisen median kohdalla selvät pelisäännöt siitä, miten sosiaalista mediaa tulisi käyttää osana työtä, helpottaisivat diplomaattien mukaan sen omaksumista osaksi työtä. Merkittäväksi tekijäksi nousi sosiaalisen median käytössä erityisesti johdon kannustus ja esimerkki. Johdon kannustaminen alaisten sosiaalisen median käytössä on tärkeää. Tämä tuli haastattelussa esiin myös johtotehtävissä työskenteleviltä. Osa diplomaateista koki, että kannustamisen lisäksi sosiaalisen median sisältöihin johdon ei tulisi puuttua, ja lisäksi tulisi olla myös tilaa tehdä virheitä. Aiemmissa tutkimuksissa ei otettu näihin tekijöihin tarkasti kantaa, mutta ne tunnistivat, että viestintäteknologia vaikuttaa niin diplomaattisten prosessien kuin myös instituutioiden tasoon sekä työtapoihin (Hocking & Melissen 2015).

Hocking ja Melissen (2015) korostavat, että organisaation rakenteiden ja työtapojen tulisi sopeutua digitaalisen ajan verkostoon. Tämä miellettiin haasteeksi, sillä diplomatiaa määräävät tietyt prosessit ja protokolla. Erityiseksi haasteeksi miellettiin tiedon nopea tuottaminen, mikä haastaa perehtymistä aiheisiin syvällisesti. Toisaalta, viestintäkanavat ovat nopeuttaneet työntekoa: välimatkat ovat kaventuneet ja työtä pystytään tekemään tehokkaasti, kun vastauksia ja ohjeita saadaan paikasta riippumatta nopeasti. Osaltaan viestintäkanavat ovat myös lisänneet työn määrää, sillä tieto liikkuu nopeasti ja sen myötä nopea reagointi erilaisiin tilanteisiin on tullut yhä merkittävämmäksi. Toisaalta, diplomaatit kokivat, että yksilön vastuu asioista on nykypäivänä pienentynyt, sillä päätöksentekoon saa teknologian avulla nopeasti tukea. Asioiden hoitaminen nopeutuu, mutta samanaikaisesti se vähentää tapahtumien kontrollia, kun tiedon jakamista ei voi säädellä (Hocking & Melissen 2015, 5).

Sosiaalinen media on muuttanut tiedon ja sen omaamisen merkitystä. Kuka vaan voi halutessaan olla media. Diplomaatit kokivat, että tiedonjaolla on merkitystä jopa diplomatiassa, ja joskus uutisten julkaisusta jopa kilpaillaan, kuka saa tiedon ensimmäisenä julki. Osa koki tämän turhauttavana, sillä sen sijaan, että julkaistaisiin nopeasti tietoa tai raportteja, mielekästä olisi perehtyä syvällisesti aiheeseen. Viestintäkanavat ovat tehneet diplomatian instituuteista ikään kuin mediataloja, ja diplomaateista sananviejä. Sosiaalinen media on antanut kasvot diplomatiassa työskenteleville.

Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa voi parantaa kokemusta työn merkityksestä, sillä sen kautta voi tuoda omaa asiantuntijuutta ja persoonaa esille. Sosiaalinen media voikin avata uusia mahdollisuuksia, sillä henkilöitä, jotka ovat aktiivisia sosiaalisessa mediassa, lähestytään monesti sillä todennäköisyydellä, että he varmasti myös vastaavat (Treem & Leonardi 2012a). Nämä kokemukset nousivat vahvasti esiin diplomaattien kokemuksissa. Aktiivisuus mahdollistaa palautteen saamisen suoraan tai epäsuorasti tykkäyksien tai kommentointien kautta, ja tällä on merkitystä siihen, miten hyödyllisenä kanava koetaan. Sosiaalisen median kautta voi keskustella mielenkiintoisten henkilöiden kanssa ja löytää uusia verkostoja sekä ylläpitää vanhoja. Aktiivisuus sosiaalisen median kanavissa auttaa eritoten oppimaan, tutustumaan aiheisiin ja seuraamaan ajankohtaisia teemoja.

Diplomaattien kokemus siitä, että omalla viestinnällä voidaan saavuttaa jokin tietty yleisö tai hyödyllisiä kohderyhmiä oli tuloksissa selvä kannustin sosiaalisen median kanavan käyttöön. Mikäli kokemus muiden käyttäjien saavuttamisesta jäi pieneksi, ei myöskään kanavan päivittäminen tuntunut merkitykselliseltä. Kollegoiden saavuttaminen sosiaalisen median avulla ei riittänyt, vaan erityisen merkittäväksi yleisöksi käsitettiin tuntemattomat henkilöt. Omat kollegat eivät riittäneet ainoaksi yleisöksi, koska arveltiin, että he seuraavat joka tapauksessa kollegoiden uutisia. Merkityksellisempää on, jos joku tuntematon on kiinnostunut julkaisuista. Nämä kokemukset viittaavat suoraan näkyvyyteen, jonka sosiaalinen media mahdollistaa, ja joka lisää viestintäkanavan käyttöarvoa (Treem & Leonardi 2012a).

Sosiaalinen media koettiin hyvänä tapana säädellä tietoa, ja osa diplomaateista koki, että se on jopa miellyttävämpi kanava jakaa tietoa, kuin olla haastateltavana.

Sosiaaliselle medialle annettiin siis vahvoja merkityksiä tiedon säätelijänä, vaikka toisaalta sosiaalinen media koettiin sisältävän välillä jopa liikaa tietoa. Tuomalla itse tietoa keskusteluun, pystyi oman viestin muokkaamaan tilanteeseen ja vastaanottajalle sopivaksi, ja parhaimmassa tapauksessa korjaamaan esimerkiksi vääriä käsityksiä. Moni diplomaateista kokikin osallistumisen tärkeänä, sillä osallistumalla keskusteluun voi tuoda faktapitoista tietoa ja oikaista esimerkiksi väärinymmärryksiä. Kuten O'Sullivan (2000) korostaa, yksi viestintäteknologian ominaispiirre on se, että se mahdollistaa tiedonkulun säätelämisen ja sen hallitsemisen.

Käsitys työajasta vaikuttaa siihen, käytetäänkö sosiaalista mediaa työpäivän aikana vai ei. Osa diplomaateista piti erityisesti Twitteriä tärkeänä kanavana hankkia tietoa, ja käyttivät sitä yhtenä kanavana esimerkiksi tiedonhaun yhteydessä. Osa puolestaan koki, että sosiaalisen media käyttö ei kuulu työajalle. He olivat varmoja, että mikäli jotain tärkeää sieltä jää näkemättä, nousee se uutisiin joka tapauksessa. Käsitys työajasta liittyy affordansseihin (Treem & Leonardi 2012a); mitä käyttömahdollisuuksia sosiaalisen median kanavalle annetaan. Jos se mielletään enemmän huviksi ja vapaa-ajan asiaksi, ei sitä välttämättä tule mieleen käyttää työajalla.

Digitaalisen diplomatian haasteena on, miten löytää jokaiselle oma tapa käyttää eri viestintävälineitä. Diplomaatit kokivat haasteena sen, että kaikki saman työyhteisön sisällä eivät käytä viestintäkanavia samalla tavalla tai eivät ole omaksuneet niitä työtapoihin. Esimerkiksi intranetin käyttö jakautui joissain työyhteisöissä kokonaan: osa ei käyttänyt sitä ollenkaan. Tämä vaikuttaa myös muiden käyttötappoihin. Haasteena onkin perehdyttäminen ja varmistaa jatkuva oppiminen uusien teknologioiden ja viestintäkanavien käyttöönotossa.

Yksilötaso

Yksilön yleinen asennoituminen teknologiaa kohtaan vaikuttaa siihen, miten sosiaalisen median tuomat mahdollisuudet otetaan vastaan. Näitä asenteita ohjaavat affordanssit eli yksilön mieltämät käyttömahdollisuudet teknologialle (Treem & Leonardi 2012a). Haastatteluista kävi ilmi, että kriittisyys teknologiaa kohtaan vaikeuttaa myös sosiaalisen median omaksumista. Tehtäväkuvalla on keskeinen rooli siihen, koetaanko sosiaalinen media tärkeäksi työssä.

Jos työnkuva sisältää paljon esimerkiksi esiintymistä tai tapahtumissa käymistä, on sosiaalinen media helpompi omaksua osaksi työtä. Tapahtumat itsessään antavat sisältöä, josta päivittää sosiaaliseen mediaan. Toisin taas on työtehtävissä, jotka sisältävät paljon luottamuksellisten asioiden käsittelyä.

Haastateltavat, jotka olivat aktiivisia sosiaalisessa mediassa ja jotka olivat kokeneet sen hyödyllisenä, liittivät siihen vahvasti oman asiantuntijuuden esiin tuomisen ja myös sen vahvistamisen. Tämä tunnistettiin myös taustakirjallisuudessa. Sosiaalisen median käyttö on oiva kanava tuoda esiin asiantuntijuutta, ja se auttaa myös olemaan myös muiden henkilöiden löydettävissä silloin, kun alan asiantuntijaa kaivataan (Majchrzak, Faraj, Kane & Azad 2013; Treem & Leonardi 2012b). Eri kanavat mahdollistavat uusien sidosryhmien löytämisen ja vanhojen verkostojen ylläpitämisen, mikä on diplomatiassa tärkeää työn kannalta. Sosiaalisen median kautta diplomaatit voivat heijastaa osaamistaan jollakin tietyllä osa-alueella ja siten heidät voidaan löytää ja mieltää jonkin alan asiantuntijana myös diplomatian ulkopuolella. Näin asiantuntijuutta päästään hyödyntämään myös muissa konteksteissa.

Käsitykset siitä, mitä teknologia tarjoaa, syntyy suhteessa yksilön ja teknologian välillä (Rice ym 2017). Mielenkiintoista on, että sosiaalisen median käytön hyödyllisimmäksi kokivat ne haastateltavat, jotka olivat siellä aktiivisia, ja jotka mielsivät omaavansa jonkinlaisen seuraajakunnan. Diplomaatit, jotka eivät olleet aktiivisia tai eivät kokeneet saavuttavansa yleisöä, eivät kokeneet sosiaalista mediaa hyödylliseksi. He kuitenkin omasivat tarkkoja mielipiteitä kanavista ja antoivat niille merkityksiä. Yksilöt tekevät johtopäätöksiä mihin ja miten viestintäteknologiaa voidaan käyttää (Treem & Leonardi 2012a, 146). Siksi näkemykset voivat vaihdella paljonkin. On siis luonnollista, että kaikki eivät koe sosiaalista mediaa omakseen, jos ne eivät tuo mitään käyttäjälle eikä käyttäjä koe hyötyvänsä siitä.

Yleisön saavuttaminen sosiaalisessa mediassa vaatii yleensä aktiivisuutta. Ne yksilöt, jotka olivat aktiivisia, kokivat kohdeyleisön olevan suurempi kuin henkilöt, jotka käyttivät jotakin sosiaalisen median kanavaa satunnaisesti. Ne yksilöt, jotka eivät olleet aktiivisia sosiaalisessa mediassa, eivät myöskään kokeneet saavuttavansa paljon ihmisiä. Jos sitoutuminen kanavaan on kytköksissä yleisön tavoittamiseen, on siinä haaste, sillä yleisön saavuttaminen ja kasvattaminen vaatii aktiivisuutta.

Voisikin kysyä, miten maksimoida heti uuden sosiaalisen kanavan käyttöönotossa yleisön saavuttamisen. Tuttujen kannustaminen ja sitoutuminen julkaisuihin voisi olla yksi avaintekijä. Nämä kokemukset saattaisivat vahvistaa kanavan merkittävyyttä ja sen omaksumista, kun kanavan hyöty tulee heti esille. Kokemus oman viestin näkyvyydestä (Rice ym 2017) ja muiden tavoittamisesta lisää merkitystä kanavan käytölle.

Viestintäteknologian käyttäjiä on erilaisia ja yksilöt mieltävät eri tavalla kanavien merkittävyyden. Yksilöiden kokemat käsitykset siitä, miten viestintäteknologia edistää ja hyödyttää omaa viestintätarkoitusta, on erittäin olennainen siinä, miten ja mitä viestintäkanavia käytetään. Vahvat kokemukset erityisesti sosiaalisen median hyödyistä vaikuttavat asenteisiin, koetaanko sosiaalinen media hyödylliseksi ja merkittäväksi työkontekstissa. Vahvat kokemukset online-tilan vaikutuksesta offline-tilaan, kuten sosiaalisen median avulla luodut tärkeät kontaktit, järjestetyt tapaamiset tai haastattelujen saaminen, ovat konkreettisia esimerkkejä, jotka luovat tunnetta sosiaalisen median hyödyllisyydestä. Vahvat kokemukset kannustivat sosiaalisen median käyttöön ja siihen sitoutumiseen.

Affordanssit ovat käyttäjän mieltämiä viestintäteknologian käyttömahdollisuuksia (Rice ym 2017). Ne ovat käsityksiä siitä, mitä teknologia tarjoaa. Affordanssit nousivat tuloksissa vahvasti esille, ja kuten aikaisemmissa tutkimuksissa (Treem & Leonardi 2012a; Rice ym 2017), sosiaalisen median kanavissa oli löydettävissä eniten affordansseja. Haastateltavilla oli paitsi viestintäteknologialle, myös jokaiselle viestintäkanavalle merkitys ja selkeästi mielletty käyttömahdollisuus. Affordanssit eivät siis rajoitu ainoastaan viestintäteknologiaan vaan myös kanaviin. Tässä tutkimuksessa kuitenkin ilmeni, että jotta sosiaalisen median kanavat otettaisiin käyttöön aktiivisesti, täytyi kokemukset affordanssien monipuolisuudesta olla vahvoja.

Sosiaalisen median kanaville miellettiin selkeät erot niiden käyttötavoille. Osa haastateltavista kuvaili, että Twitter ja LinkedIn ovat yleisiä ja kaikille avoimia kanavia, mutta Facebook ja Instagram ovat yksityisiä ja rajattuja vain tutuille henkilöille. Osa haastateltavista kuitenkin jakoi mielellään työhön liittyvää sisältöä Facebookin ystäville. Instagramia kukaan haastateltavista ei käyttänyt työasioihin, eikä kaikilla ollut sitä käytössä. Nämä jaot perustuvat affordansseihin ja ne kuvastavat yksilön mieltämiä käyttömahdollisuuksia kanavalle.

Uusia haasteita kuitenkin tuovat kulttuurierot ja erilaiset käyttötavat. Osalla diplomaateista oli kokemuksia virallisista työhön liittyvistä pyynnöistä sosiaalisen median kanavissa. Tämä aiheutti ristiriitaisia tilanteita, sillä vaikka sosiaalisen median kanavaa käytettäisiin työmielessä, sitä ei kuitenkaan mielletty paikkana hoitaa työasioita. Osa diplomaateista taas hyödynsi itse aktiivisesti sosiaalista mediaa esimerkiksi tapaamisten järjestelyihin. Tämä kuvastaa erilaisia merkityksiä, joita ihmiset antavat viestintäteknologian käyttömahdollisuuksille.

Näkyvyyden merkitys korostui vahvasti sosiaalisen median kanavissa. Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa antaa näkyvyyttä omalle työlle, ja sitä kautta voi vahvistaa omaa asiantuntijuutta. Monet kokivat tämän tärkeänä ja olivat löytäneet aktiivisuuden avulla kontakteja, jotka edistivät näkyvyyttä entisestään. Sosiaalisen median sisällöistä on myös muodostunut potentiaalinen vallan lähde (Treem & Leonardi 2012a, 175). Jos niissä oleva tieto koetaan tärkeäksi, voi se jopa edistää yksilön mahdollisuutta osallistua päätöksentekoon. Diplomaateilla se saattoi ilmetä asiantuntijuuden tunnistamisena ja kutsuina esimerkiksi haastatteluihin. Tämä on selvästi kytköksissä myös näkyvyyteen.

Itsensä esittämisen (Rice ym 2017) mahdollisuudet nousivat vahvasti esille sosiaalisen median käytön etuina. Diplomaateille se mahdollisti esiintymisen oman aihepiirinsä asiantuntijana ja luoda verkostoa sen ympärille. Ulkomailla työskennellessä sosiaalisen median mahdollisuudet linkitettiin vielä vahvemmin ammattiin ja Suomen edustamiseen. Sosiaalisen median kanavissa käytetään omaa nimeä ja viestintä on monesti vapaamuotoisempaa kuin vaikkapa sähköpostin välityksellä käytävä. Mahdollisuus tuoda omia ajatuksiaan esille omalla persoonallisella tavalla on merkityksellistä myös verkostojen luonnissa.

Myös *muokattavuus* (Treem & Leonardi 2012a) liitettiin sosiaaliseen mediaan. Haastateltavat kokivat, että sosiaalisen median kautta viestintä on helpompaa, kuin haastateltavana olo. Silloin pystyy itse määrittelemään viestin etukäteen, muokkaamaan sen tarkasti, ja lopulta päättämään, milloin sen julkaisee. *Sitoutuneisuus* (Treem & Leonardi 2012a) nousi esille sosiaalisen median kohdalla vahvasti. Tämä tarkoittaa sitoutuneisuutta henkilöihin, kuin tietyn teeman asiasisältöihin.

Sitoutuneisuus henkilöihin tarkoittaa, että seuratut henkilöt sosiaalisessa mediassa kuvastivat paitsi julkista verkostoa myös omaa asiantuntijuutta ja mielenkiinnonkohteita. Haastateltavat kuvailivat, että oma seuraajaverkosto luo kuvaa myös itsestään, sen perusteella, ketä tuntee ja kuka seuraa. Sitoutumisella joihinkin tiettyihin teemoihin pystyttiin kasvattamaan omaa asiantuntijuusbrändiä. Monet haastateltavista kuvailivatkin omaa asiantuntijuuden aluetta. *Pysyvyys* liitettiin vahvasti sähköpostiin, ja sen koettiin olevan virallisin kanava ottaa yhteyttä, jopa puhelua virallisempi, sillä se antaa vastaanottajalle mahdollisuuden päättää, milloin vastata. Se miellettiin jopa puhelinta virallisemmaksi kanavaksi, koska puhelin saattaisi soida vastapuolelle huonolla hetkellä.

Mielenkiintoista tuloksissa oli, että suurin tekijä jonkin kanavan käyttöön vaikutti olevan *vaikuttavuus*, tarkoittaen oman sosiaalisen median julkaisun leviämistä. Tämä liittyy myös näkyvyyteen. Se, miten laajalle oma viesti leviää, ja kuka on oletettu yleisö, on tärkeä tekijä siinä, koetaanko kanava merkitykselliseksi. Erityisen merkitykselliseltä viestintä tuntuu, jos sillä saadaan saavutettua tuntematon yleisö, eikä ainoastaan läheisiä työtovereita. Viestin laajalle leviäminen merkitsee, että muut ovat samaa mieltä ja se antaa kokemuksen siitä, että omalla viestillä on merkitystä. Tämän kokemuksen omaaminen vaikutti vahvasti asennoitumiseen teknologian hyödyllisyydestä.

Tuloksissa korostui yksilön suhde tietoon, tiedon säätely ja sen hallinta. Yksilön suhde tietoon vaikutti myös paljon siihen, miten sosiaalinen media koettiin. Sosiaalinen media koettiin miellyttävänä, sillä sen lisäksi, että sisältöä pystyttiin *muokkaamaan*, pystyttiin säätelemään sitä, mitä, milloin ja miten jakaa sisältöä. Sosiaalista mediaa kuvattiin myös tärkeäksi tiedon lähteeksi ja tärkeäksi paikaksi seurata keskustelua. Osallistumalla keskusteluun muiden käyttäjien kanssa, pystyy myös säätelemään sitä, mistä keskustellaan, ja miten. Tämän diplomaatit kokivat tärkeänä. Sosiaalisessa mediassa voi olla mukana myös passiivisesti ja olla julkaisematta mitään. Sosiaalinen media mahdollistaa monia erilaisia tapoja viestiä visuaalisesti. Viestiä voi esimerkiksi videoin, kuvin tai tekstein. Oma viestintää voi siis säädellä tilanteeseen ja omalle tyylilleen sopivaksi. Toisaalta, sosiaalisessa mediassa voi myös säädellä sitä, mitä ja ketä seuraa, ja personoida siellä näkyvää sisältöä itselleen. O'Sullivanin (2000) mukaan yksi viestintäteknologian ominaispiirre on, että se mahdollistaa tiedonkulun säätelyn ja sen hallitsemisen.

Tässä tutkimuksessa korostuneet yksilöiden vahvat kokemukset tiedon hallinnasta ja viestintäteknologian suhteesta, sekä O'Sullivanin (2000) esittämän teknologian ominaispiirteen myötä tiedon *säätely* voisi muodostaa yhden uuden affordanssin. Affordanssina se tarkoittaisi yksilön mieltämiä käyttömahdollisuuksia siitä, miten viestintäteknologia mahdollistaa tiedon säätelyn ja sen hallinnan. Tutkimuksen pohjalta voidaan sanoa, että tällä on vaikutusta yksilön käyttötapoihin. Jos yksilöstä tuntuu, että tieto ei ole hallittavissa, voi se vaikuttaa kanavan käyttöön.

Tuloksien pohjalta voidaan johtopäätöksenä todeta, että diplomaattien kokemat affordanssit vaikuttavat vahvasti siihen, millaisia merkityksiä he antavat eri kanaville, ja miten he teknologiaa hyödyntävät työssään. Vaikka teknologiaa hyödynnetään jo nyt diplomatiassa, on teknologian hyödyntäminen kuitenkin vasta alkuvaiheessa.

Nyt sosiaalisen median kanavat ovat vahvasti läsnä diplomatiassa, ja nähtäväksi jää, millä tavoin tekoäly voi tuoda uusia ulottuvuuksia diplomatialle. Diplomaatit olivat varmoja, että se tulee kehittymään, ja sitä päästään myöhemmin hyödyntämään enemmän. Se, millä tavalla teknologia vaikuttaa diplomatiaan pitkällä aikatahtimella jää nähtäväksi.

6 Päätäntö

6.1 Tutkimuksen arviointi

Tämän tutkielman tavoitteena oli kuvata ja ymmärtää, millaisia käsityksiä ja kokemuksia diplomaateilla on teknologiavälitteisestä viestinnästä diplomatiassa ja omassa työssään. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, ja aineisto kerättiin teemahaastattelulla. Aineisto analysoitiin teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä pyrkien löytämään merkityksiä, joita diplomaatit antavat viestintäteknologialle työkontekstissaan.

Affordansseja ei ole aikaisemmin sovellettu diplomatian kontekstissa, ja aikaisempi diplomatian tutkimus on keskittynyt organisaatiotasolle sen sijaan, että se keskittyisi yksilön kokemuksiin. Affordanssien soveltaminen digitaalisen diplomatian kontekstissa sopi hyvin tutkimukseen. Kuten tuloksissa ilmeni vahvasti, käyttäjän mieltämällä viestintäteknologian käyttötavoilla on suuri vaikutus siihen, käytetäänkö teknologiaa, ja mitä kanavia. Tutkimuksessa löydettiin neljä teemaa, jotka kuvastavat tasoja, joilla on merkitystä diplomaattien viestintäteknologian käyttöön. Nämä teemat ovat sisäkkäisiä, eivätkä sulje pois toisiaan. Yksilön mieltämät merkitykset siitä, miten teknologiaa voidaan käyttää, ja kanavien käytöstä koetut hyödyt vaikuttavat lopulta siihen, miten niitä tullaan käyttämään.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida viidestä näkökulmasta: *uskottavuuden, siirrettävyyden, varmuuden, vahvistuvuuden ja tutkimustilanteen arvioinnin* (Eskola & Suoranta 1998; Tuomi & Sarajärvi 2018). *Uskottavuus* tarkoittaa tutkijan ja tutkittavan näkemysten vastaavuutta tutkimuksen aiheesta tai siitä tehdyistä tulkinnoista. Tämä tutkimus suoritettiin teemahaastattelulla, jättäen tilaa haastateltaville kertoa vapaasti kokemuksistaan ja ajatuksistaan. Haastattelun aikana kysyttiin tarkentavia kysymyksiä, jos haastateltavan kanta jäi epäselväksi. Näin pyrittiin varmistamaan, että tulkinnot siitä, mistä puhutaan, ovat samat. Haastattelussa ei myöskään käytetty hankalia käsitteitä, jotka olisivat aiheuttaneet epäselvyyttä, tai joita olisi pitänyt avata. Yksi uskottavuuden kriteeri on myös aineiston riittävyys. Tutkimuksessa haastateltiin kuutta henkilöä, ja määrä on uskottava, sillä haastateltavat

edustavat montaa eri alaa ulkoministeriössä. Haastattelussa oli mukana sekä miehiä että naisia ja kaikki olivat eri-ikäisiä.

Siirrettävyys merkitsee tutkimustulosten siirrettävyyttä johonkin toiseen tutkimukseen (Eskola & Suoranta 1998). Tämän tutkimuksen tutkimusaineisto ja prosessi pyritti kuvaamaan yksityiskohtaisesti, jotta sen voisi toistaa. Tulokset on myös pyritty kirjoittamaan yksityiskohtaisesti, jotta tuloksia voitaisiin soveltaa muihin tutkimuksiin. Analyysin avoimuutta ja luotettavuutta on pyritty vahvistamaan nostamalla esiin aineistosta lainauksia, jotka kuvastavat luokkien sisältöjä. Tuloksien siirrettävyydessä kuitenkin täytyy muistaa, että tässä tutkimuksessa keskityttiin yksilöiden kokemuksiin ja näkemyksiin, joiden pohjalta muodostettiin merkityksiä. Toisaalta, tässä tutkimuksessa tulokset vastasivat teoriaa, jonka vuoksi voidaan todeta, että tulokset ovat siirrettävissä myös muuhun kontekstiin. Mielenkiintoista tutkimuksessa oli, että vaikka kyseessä oli teemahaastattelu, moni ennalta määrittelemätön teema, kuten tekoäly, nousi itsestään esille haastateltavien aloitteesta. Tämän tutkimuksen tuloksien siirrettävyyttä tukee myös se, että tässä tutkimuksessa pohdittiin paljon perimmäisiä syitä viestintäteknologian käyttöön, joka on sovellettavissa moneen muuhun viestintäteknologiavälitteisen viestinnän tutkimukseen kontekstista riippumatta (ks. esim. Rice ym 2017). Moni pohtii alasta riippumatta omaa suhdettaan viestintäteknologiaan, itselle sopivia käyttötapoja ja julkaistavia sisältöjä. Aiheena digitaalinen diplomatia on ajankohtainen, ja moni diplomatiassa työskentelevä saattaa pohtia viestintäteknologian käyttöön liittyviä asioita. Tutkimuksen tuloksia voisi hyvinkin siirtää ja tutkia, mitä merkityksiä jonkin toisen alan asiantuntijat antavat jossakin muussa kontekstissa. Tuloksien siirrettävyydessä täytyy ottaa myös huomioon, että tämä tutkimus on tehty suomalaisessa kontekstissa.

Tutkimuksen varmuus tarkoittaa, että tutkimuksessa otetaan huomioon tutkimukseen ennustamattomasti vaikuttavat ennakkoehdot (Eskola & Suoranta 1998). Ennakkoehdot saattavat olla esimerkiksi tutkijan ennakkokäsityksiä. Aineistonkeruun aikana työskentelin ulkoministeriössä, jonka vuoksi aiheeseen pääsin tutustumaan myös talon sisältä päin. Pyrin kuitenkin pitämään objektiivisen otteen tutkimuksen tekoon koko ajan, ja käyttämään tuloksissa ainoastaan haastattelusta kerättyä aineistoa.

Vahvistuvuus tarkoittaa, että tutkimustulokset saavat tukea vastaavanlaisista tutkimuksista (Eskola & Suoranta 1998). Tässä tutkimuksessa monet taustakirjallisuudessa korostuneet asiat sekä affordanssit korostuivat myös tuloksissa. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että diplomaattien viestintäteknologian- ja kanavien käyttöön vaikuttaa vahvasti yksilön niille antamat merkitykset.

Tutkimustilanteen arvioinnissa ulkoisten tekijöiden huomioiminen on tärkeää tutkimusta tehdessä. Haastattelut toteutettiin haastateltavien valitsemana aikana ja heidän valitsemassa paikassa. Näin varmistettiin, että haastateltavilla on aikaa haastattelun tekoon, ja mahdollisuus vaikuttaa myös siihen, miten julkisessa tilassa haastattelu tehdään. Suurin osa haastatteluista toteutettiin haastateltavan työhuoneessa, ja kaksi haastattelua ulkoministeriön neuvotteluhuoneessa. Haastatteluissa vallitsi avoin ilmapiiri, johon saattoi vaikuttaa se, että haastattelut tapahtuivat haastateltavalle tutussa ympäristössä. Haastateltavat olivat tyytyväisiä saamiinsa etukäteen toimitetuista tiedoista liittyen tutkimukseen, ja linkki maisterintutkielmaan toimitetaan haastateltaville sen valmistuttua.

Tutkimuksessa noudatettiin huolellisesti kaikkia Tutkimuseettisen neuvottelukunnan määräämiä eettisiä osa-alueita ihmistieteissä: tutkittavan itsemääräämisoikeuden kunnioittamista, vahingoittamisen välttämistä sekä yksityisyyttä ja tietosuojaa (TENK 2009, 4). Yksi laadullisen tutkimuksen arviointikriteereistä on tutkimuksen luotettavuus. Laadullisen tutkimuksen haasteena on, että se on sidoksissa tutkijan tulkintoihin. Tutkimus pyrittiin kuitenkin toteuttamaan systemaattisesti ja haastatteluista käyty aineisto käytiin läpi useaan kertaan.

Laadullisen tutkimuksen arviointikriteereissä myös *tutkimuksen vertailtavuus* on yksi kriteereistä. Tutkimusta voi verrata hyvin affordansseista tehtyihin tutkimuksiin yksilöiden viestintäteknologian käyttökokemuksista. Tässä tutkimuksessa nousi vahvasti esiin, että yksilön kokemat käsitykset siitä, miten viestintäteknologia edistää ja hyödyttää omaa viestintätarkoitusta on erittäin olennainen siinä, miten ja mitä viestintäkanavia käytetään. Tutkimus voitaisiin toistaa, ja todennäköisesti affordanssit ilmaantuisivat myös seuraavassa tutkimuksessa. Tutkimuksen prosessi on pyritty dokumentoimaan huolellisesti ylös, joten tutkimuksen toteutettavuus on mahdollista.

Tämän tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää niin työelämässä kuin koulutusmielessä. Yksilötasolla tulokset voivat hyödyntää diplomaatteja pohtimaan omaa suhtautumista teknologiaan ja hahmottamaan, mitkä käytötavat ovat sopivampia. Myös sosiaalisen median mahdollisuuksien hahmottaminen voi olla yksilön kannalta tärkeää. Näillä voi olla suuri merkitys yksilön työlle. Tulokset antavat vastauksia siihen, miten kannustaa diplomaatteja sosiaalisen median käyttöön. Kokemukset sen hyödyllisyydestä ovat avaintekijä viestintäteknologian omaksumisessa. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää myös työyhteisötasolla. Tuloksissa ilmeni, että esimerkiksi johdon kannustuksella sekä kannustavalla ja erehdyksiä sallivalla ilmapiirillä on tärkeä merkitys erityisesti sosiaalisen median käyttöönotossa.

6.2 Jatkotutkimushaasteet

Digitaalinen diplomatia on varmasti kasvava tutkimusala, ja se pitää sisällään monta eri näkökulmaa, josta sitä voi tutkia. Sitä voi tutkia niin yksilön kuin diplomatian tasolla. Yleinen käsitys saattaa olla, että eri ikäluokissa suhtautuminen teknologiaan on erilaista, mutta tämän tutkimuksen perusteella yksilön asennoitumiseen ja käyttötappoihin vaikuttaa pikemminkin teknologiasta koetut hyödyt ja edut, kuin ikä. Tämä voisi toimia jatkotutkimushaasteena, ja tutkia syvällisemmin asenteita eri ikäluokkien kontekstissa.

Asiantuntijuuden esiintuominen nousi vahvasti esille syinä sosiaalisen median käyttöön. Tutkimusta voisi tehdä palautteen ja kokemusten näkökulmasta tutkien, mikä merkitys sosiaalisen median kautta saadulla palautteella on diplomaatin asiantuntijuusidentiteettiin.

Digitaalista diplomatiaa voisi tutkia vielä syvemmin yhdistämällä diplomaattien sosiaalisen median kanavien havainnoinnin ja haastattelun. Olisi myös mielenkiintoista verrata eri kulttuureissa työskentelevien diplomaattien asenteita sosiaalista mediaa kohtaan. Sosiaalisessa mediassa käytäviä keskusteluja voitaisiin tutkia retoriikan kautta. Tutkimusta voitaisiin myös tehdä määrällisesti selvittäen, missä kanavissa tavoitetaan eniten mitä eri ikäluokkia, ja mikä kanava on tehokkain yleisön saavuttavuuden näkökulmasta.

Digitaalisesta diplomatiasta saisi hyödyllisen jatkotutkimuskohteen ottaen sille turvallisuuspoliittisemmän painotuksen. Tutkimuksessa nousi esiin disinformaation lisääntyminen, mikä on yksi tekijä, joka vaatii diplomaatteja osallistumaan keskusteluun. Tätä voisi tutkia enemmän esimerkiksi siitä näkökulmasta, mitä strategioita eri valtioilla on torjua disinformaatioita valtion tasolla sosiaalisessa mediassa. Tähän voisi myös yhdistää tähän yleisön kokemukset siitä, onko viestintä luotettavampaa yksilön vai organisaation tililtä.

Digitaalista diplomatiaa voisi tutkia kriisitilanteissa ja niiden hallinnassa. Viestintäteknologia mahdollistaa viestinnän ilman rajoja, ja olisi hyödyllistä tutkia miten kriisitilanteissa tätä voitaisiin hyödyntää.

Vielä ei ole tutkittu myöskään paljoa sitä, miten tekoälyä voisi hyödyntää paremmin diplomatiassa. Tutkimus tekoälyn hyödyntämisestä diplomatiassa olisi erittäin ajankohtainen ja tarpeellinen diplomaattien työn kannalta.

Diplomatian merkitys tulee korostumaan yhä enemmän globaalien haasteiden edessä. Siksi myös diplomatian tutkimus on tärkeää, jotta voidaan paremmin ymmärtää eri tekijöitä, jotka diplomatiaan vaikuttavat. Viestinnällä ja vuorovaikutuksella on suuri merkitys ihmisten välisessä työskentelyssä. Tämän vuoksi viestintä ja diplomatia luovat yhdessä tutkimusalan, jota voidaan hyödyntää monipuolisesti niin yksilön, työelämän, yhteiskunnan tai diplomatian tasolla.

Kirjallisuus

Adesina, O. S. 2017. Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3 (1).

Barder, S. B. 2014. *What diplomats do: The life and work of diplomats*. London: Rowman & Littlefield Publishers.

Bjola, C. & Holmes, M. 2015. *Digital diplomacy: Theory and practice*. New York: Routledge.

Burlamaqui, L. & Dong, A. 2015. The use and misuse of the concept of affordance. Teoksessa Gero, J. S. & Hanna, S. *Design computing and cognition*. 295–311. Switzerland: Springer International Publishing.

Burson Cohn & Wolfe. 2018. *Twiplomacy*. Executive summary. Saatavana: <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/> [viitattu 5.1.2019]

Burson-Marsteller. 2017. *Twiplomacy*. Executive summary. Saatavana: <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2017/> [viitattu 20.7.2018]

Cull, N. J. 2009. Public diplomacy: Lessons from the past. *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, 2 (19).

Dizard, W. Jr. 2001. *Digital diplomacy. U.S. foreign policy in the information age*. Center for Strategic and International Studies. Washington, D.C.: Greenwood Publishing Group.

Eisenberg, E. M. & Witten, M. G. 1987. Reconsidering openness in organizational communication. *Academy of Management Review*, 12 (3), 418–426.

Ellison, N. B. & Boyd, D. 2013. *Sociality through social network sites*. NY City: Oxford University Press.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Faraj, S., Järvenpää, S. L. & Majchrzak, A. 2011. Knowledge collaboration in online communities. *Organization Science*, 22 (5), 1224–1239.

Gass, R. & Seiter, J. 2003. *Credibility and public diplomacy*. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge.

Gibbs, J. L., Rozaidi, N. K. & Eisenberg, J. 2013. Overcoming the “ideology of openness”: Probing the affordances of social media for organizational knowledge sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication* 19, 102–120.

- Gibson, J. J. 1979. *The ecological approach to visual perception*. Hillsboro, NJ: Erlbaum.
- Hanson, F. 2012. *Baked in and wired: eDiplomacy@State*, Foreign Policy Paper Series. Washington, DC: Brookings Institution. 30, 1–41.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. *Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Hocking, B. & Melissen, J. 2015. *Diplomacy in the digital age*. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations.
- Holmes, M. 2015. *The future of digital diplomacy*. Teoksessa Bjola, C. & Holmes, M. 2015. *Digital diplomacy: theory and practice*. New York: Routledge.
- Kampf, R., Manor, I. & Segev, E. 2015. Digital diplomacy 2.0? A cross national of public engagement in Facebook and Twitter. *Hague journal of diplomacy*, 10 (4), 331–362.
- Kane, G.C. & Fichman, R.G. 2009. The shoemaker's children: Using wikis for information systems teaching, research, and publication. *MIS Quarterly*, 33, 1–22.
- Kluckhohn, C. 1951. Values and value-orientations in the theory of action. Towards a general theory of action. New York: Harper and Row. 388–433.
- Kretschmer, L. 2017. Imagine there is war and it is tweeted live – an analysis of digital diplomacy in the Israeli-Palestinian conflict. *Global Media Journal: German Edition*, 7 (1), 1–23.
- Laine, T. 2018. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. 2018. *Ikkunoita tutkimusmetodeihin: 2, Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. 5. painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Larson, C. U. 2010. *Persuasion: Reception and responsibility*. 12. painos. Boston: Wadsworth.
- Lewis, D. 2014. *Digital diplomacy*. Saatavana: <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>. [viitattu 12.11.2018]
- Lim, Y. J. 2017. Conceptual models of media diplomacy: For the resolution of international communication conflict. *International Journal of Communication Research* 7 (1), 11-21.
- Payne, J. G. 2009. Reflections on public diplomacy: People-to-people communication. *American Behavioral Scientist*. 53 (4), 579–606.
- Perloff, R. M. 2010. *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century*. 4th ed. New York: Routledge.

- Potter, E. H. 2002. *Cyber-diplomacy: Managing foreign policy in the twenty-first century*. Ontario: McGill-Queen's Press.
- Rieke, R. D., Sillars, M. O. & Peterson, T. R. 2009. *Argumentation and critical decision making*. 7. painos. Boston: Pearson/Allyn and Bacon cop.
- Rice, R. E, Evans, K. S., Pearce, K. E, Sivunen, A., Vitak, J. & Treem, J. M. 2017. Organizational media affordances: Operationalization and associations with media use. *Journal of Communication*, 67 (1), 106–130.
- Saaranen- Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV Menetelmäopetuksentietovaranto. Avoin haastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Saatavilla: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_1.html [viitattu 12.3.2019]
- Schmidt E. & J. Cohen. 2013. *The new digital age, reshaping the future of people, nations and business*. London: John Murray.
- Soroka, S. N. 2003. Media, public opinion, and foreign policy. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 8 (1), 27–48.
- Straub, N., Kruikemeier, S., Van der Meulen, H. & Van Noort, G. 2015. Digital diplomacy in GCC countries: Strategic communication of Western embassies on Twitter. *Government Information Quarterly*, 32 (4), 369–379.
- Treem, J. W. & Leonardi, P. M. 2012a. Social media use in organizations. *Communication Yearbook*, 36, 143–189.
- Treem, J. W. & Leonardi, P. M. 2012b. Knowledge management technology as a stage for strategic self-presentation: implications for knowledge sharing in organizations. *Information and Organization*, 22 (1), 37–59.
- Tuch, H. N. 1990. *Communicating with the World: U.S. public diplomacy overseas*. New York: Palgrave Macmillan.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK). 2009. Humanistisen, yhteiskuntatieteellisen ja käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettiset periaatteet ja ehdotus eettisen ennakoarvioinnin järjestämiseksi. Helsinki. Saatavana: <http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/eettisetperiaatteet.pdf> [viitattu 11.3.2019]
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK). 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Helsinki: 2013. Saatavana: https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf [viitattu 31.3.2019]
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Majchrzak, A., Faraj, S., Kane, G. C. & Azad, B. 2013. The contradictory influence of social media affordances on online communal knowledge sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19 (1), 38–55.

Manor, I. 2016. What is digital diplomacy and how is it practiced around the world. A brief Introduction. The 2016 annual review of the diplomatist magazine. 34–38.

Merriam Webster. Diplomat. Saatavana: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/diplomat> [viitattu 20.3.2018.]

Murray, S. 2015. Evolution, not revolution. The digital divide in American and Australian contexts. In: Bjola, C. & Holmes, M. Digital Diplomacy. Theory and practice. 2015. Routledge. New York.

Nye, J. 1990. Soft power. Foreign policy. Newsweek interactive. Twentieth Anniversary, 80, 153–171.

Nye, J. 2008. Public diplomacy and soft power. The annals of the American Academy, 616 (1), 94–109.

O’Sullivan, P. B. 2000. What you don’t know won’t hurt me: Impression management functions of communication channels in relationships. Human Communication Research, 26 (3), 403–431.

Ulkoministeriö. Matkustusilmoitus. Saatavana: https://matkustusilmoitus.fi/public_html?command=browse [viitattu 14.4.2018]

Ulkoministeriö. 2018a. Suomen edustustot ulkomailla. Saatavana: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=49529&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 2.4.2018]

Ulkoministeriö. 2018b. Ura ulkoasiainhallinnossa. Saatavana: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeId=15193&contentlan=1&culture=fi-FI> [viitattu 2.6.2018]

Walther, J. B. 2007. Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. Computers in Human Behavior, 23 (5), 2538–2557.

Westcott, N. 2008. Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations. Oxford Internet Institute. Research Report 16.

Wienin sopimus. 1961. Diplomaattiset suhteet 4/1970. Saatavana: <http://www.finlex.fi/fi/sopimukset/sopsteksti/1970/19700004> [viitattu 22.2.2019]

Zhang, J. 2013. A strategic issue management (SIM) approach to social media use in public diplomacy. American behavioral scientist, 57 (9), 1312–1331.