

Poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa

Emilia Leppäniemi

2/2022

ESIPUHE

Edessäsi on opinnäytetyö ”Poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa”. Työssäni kerron sosiaalisesta mediasta, poliisista sosiaalisessa mediassa ja poliisin viestinnästä sekä omasta matkastani poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa.

Olen aina ollut kiinnostunut viestinnästä ja sosiaalisesta mediasta. Kun kerroin vuoden 2021 alussa Poliisiammattikorkeakoulun viestinnälle ehdotuksestani oman poliisiopiskelija Instagram-tilin perustamisesta, sain mahdollisuuden perustaa oma Instagram-tili poliisiopiskelijan näkökulmasta ja tiesin heti haluavani tehdä aiheesta opinnäytetyöni.

Haluan heti alkuun kiittää Poliisiammattikorkeakoulun viestintää annetusta mahdollisuudesta tehdä oma Instagram-tili. Isoin kiitos kuuluu ystäväilleni, jotka ovat tukeneet kyseisen poliisiopiskelija Instagram-tilin perustamisessa sekä suuri kiitos ystäväilleni, jotka ovat auttaneet Instagram-tilin julkaisuissa, olemalla kameran takana sekä tekstien oikolukemisessa. Kiitos Kansan Sivistysrahasto Väinö Voionmaa apurahasta. Lopuksi haluan kiittää aktiivisia seuraajiani.

Tervetuloa seuraamaan matkaani poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa.

Emilia Leppäniemi

Teuvalla 28.02.2022

TIIVISTELMÄ

Emilia Leppäniemi: Poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa

Opinnäytetyön muoto: Toiminnallinen

Julkisuusaste: Julkinen

Ohjaaja: Heli Jalander ja Joni Tonteri

Tutkinto: Poliisi (AMK)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kertoa sosiaalisesta mediasta sekä poliisin tehtävistä siellä. Työssä perehdytään poliisin viestintään sekä toimintoihin sosiaalisessa mediassa. Miksi poliisi on ja tulee olla sosiaalisessa mediassa? Työssä myös pääsee seuraamaan poliisiopiskelija Instagram-tilin perustamista.

Opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena opinnäytetyönä, joka koostuu kirjallisesta raportista sekä tuotoksesta, joka on poliisiopiskelija Instagram-tili sekä siitä tehty portfolio. Portfolio on opinnäytetyön liitteenä. Opinnäytetyöraportissa kerrotaan aluksi sosiaalisesta mediasta yleisesti, sekä perehdytään sosiaalisen median palveluun nimeltä Instagram. Seuraavaksi opinnäytetyössä käsitellään poliisia sosiaalisessa mediassa, sekä poliisin viestintää erilaisista näkökulmista. Opinnäytetyön lopussa käsitellään Instagram-tilin perustamista, julkaisujen suunnittelua ja tekoa, sekä seuraajilta saamaani palautetta.

Opinnäytetyön laatiminen on osoittanut, että sosiaalinen media on laaja pelikenttä, jossa poliisin tulee myös olla läsnä. Johtopäätöksenä voidaan pitää, että poliisi halutaan läsnä olevaksi sosiaaliseen mediaan kansalaisten keskuuteen. Poliisiopiskelija Instagram-tili sai myös loistavaa palautetta toiminnastaan ja sisällöstään.

Sivumäärä: 40 + 38

Tarkastuskuukausi ja vuosi: helmikuu 2022

Avainsanat: sosiaalinen media, Instagram, viestintä

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	3
2 OPINNÄYTEPROSESSI	4
2.1 Toiminallinen opinnäytetyö	4
2.2 Portfolio	4
2.3 Opinnäytetyöraportti	5
3 SOSIAALINEN MEDIA.....	5
3.1 Historia	5
3.2 Sosiaalinen media nykypäivänä.....	6
3.2.1 Vakiintuneet sosiaalisen median palvelut.....	6
3.2.2 Sosiaalisen median käyttö	7
3.3 Sosiaalisen median trendit.....	8
3.3.1 Videosisältöjen merkitys on kasvussa	8
3.3.2 Markkinointi sosiaalisessa mediassa.....	8
3.3.3 Somemyrsky	9
4 INSTAGRAM	9
4.1 Käsitteitä	9
4.2 Toimintaperiaate.....	10
4.3 Kasvu ja kehitys	11
5 POLIISI SOSIAALISESSA MEDIASSA.....	12
5.1 Historia	13
5.2 Poliisin viestinnän tehtävät	13
5.3 Tavoitteet	14
5.4 Lainsäädäntö.....	15
5.5 Viestinnälle asetetut vaatimukset.....	16
5.6 Koulutus	17
5.7 Viestintäkampanjat ja yleisötapahtumat.....	17
5.8 Vaativien tilanteiden viestintä	19
5.9 Haasteet.....	20

5.10 Tulevaisuudessa kehitettävää.....	21
6 POLIISIOPIKELIJA LEPPÄNIEMI INSTAGRAM-TILI	23
6.1 Mistä kaikki alkoi?.....	24
6.2 Alkutoimet	24
6.3 Ensimmäinen julkaisu	25
6.4 Julkaisujen suunnittelu ja toteutus	25
6.5 Tekstit.....	26
6.6 Valo- ja videokuvaukset	26
6.7 Työaika.....	27
6.8 Tilastotietoa	29
6.9 Vuorovaikutus seuraajien kanssa	30
6.10 Palaute.....	31
7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	34
LÄHTEET	37
LIITE 1	40

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee sosiaalista mediaa, poliisia sosiaalisessa mediassa sekä poliisin viestintää. Kuitenkin opinnäytetyöni idea pohjautuu ylläpitämäni poliisiopiskelijan Instagram-tiliin.

Opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena opinnäytetyönä, jossa tuotoksena on kyseinen Instagram-tili sekä siitä tehty portfolio, joka on tämän opinnäytetyön liitteenä. Kirjallisena tuotoksena toimii tämä raportti, joka pohjautuu tietoperustaan sekä omaan kokemukseeni Instagram-tilin perustamisesta ja päivittämisestä.

Idea tähän opinnäytetyöhön on tullut minulta itseltäni, sillä olen erittäin kiinnostunut sosiaalisesta mediasta sekä poliisin toiminnasta siellä. Kun sain luvan tehdä oman henkilökohtaisen poliisiopiskelijan Instagram-tilin, tiesin, että haluan tehdä aiheesta opinnäytetyöni.

Sosiaalinen media on ajankohtainen aihe ja poliisin omat sosiaalisen median tilit ovat varsin uusia. Koskaan aiemmin poliisiopiskelijalla ei ole ollut henkilökohtaista poliisiopiskelijan tiliä missään sosiaalisen median palvelussa. Opinnäytetyöni on varsin ajankohtainen ja ensimmäinen laatuaan.

Opinnäytetyöni tavoite on antaa lukijalle kattava kuva sosiaalisesta mediasta ja sen antamista mahdollisuuksista. Tavoitteenani on kertoa Instagramin käytöstä siten, että lukija ymmärtää sen käytön pääkohdat. Haluan myös kertoa Suomen poliisista sosiaalisessa mediassa ja esimerkiksi siitä, milloin poliisi on ottanut Suomessa ensiaskeleet ja jalkautunut sosiaalisen median maailmaan. Tavoitteenani on kertoa kattavasti poliisin viestinnästä ja esimerkiksi poliisin viestinnän tehtävistä, haasteista ja kehityskohdista.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on kertoa matkastani poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa. Vastaan myös esimerkiksi siihen, että miksi olen halunnut perustaa oman poliisiopiskelijan tilin ja onko se ollut sellaista kuin kuvittelin. Käyn työssäni läpi saamaani palautetta sekä tilini tilastotietoa seuraajista ja tavoitettavuudesta.

Tarkoituksenani on selvittää, onko poliisille tarvetta sosiaalisen median erilaisissa palveluissa, ja miten kansalaiset kokevat poliisin sosiaalisessa mediassa. Omassa tilissäni on näkynyt vahvasti poliisiopiskelijan näkökulma, joten tarkoitukseni on selvittää, onko poliisiopiskelijan näkökulma sosiaalisessa mediassa kansalaisten mielestä kiinnostavaa seurattavaa. Toivottavasti opinnäytetyöni luettua sinäkin painat @poliisiopiskelijaleppaniemi -tilin seurantaan Instagramissa.

2 OPINNÄYTEPROSESSI

2.1 Toiminallinen opinnäytetyö

Ammattikorkeakouluissa opinnäytetyön voi tehdä tutkimuksellisenä tai toiminnallisena työnä. Toiminnallisen opinnäytetyön aihe on työelämälähtöinen ja siihen kuuluu raporttiosuus sekä konkreettinen tuotos (Karelia ammattikorkeakoulu). Toiminnallisessa opinnäytetyössä on tärkeä osata yhdistää käytännön toteutus sekä toteutuksen raportointi. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 9).

2.2 Portfolio

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, joka on tehty portfolio-opinnäytetyönä. Portfoliolla tarkoitetaan kokoelmaa työnäytteistä, jotka kertovat oman ammatti- ja koulutusalan asiantuntijaosaamisesta (Vilkkä & Airaksinen 2004, 46). Portfolio on opinnäytetyönä sellainen, että se koostuu opintojen eri vaiheissa tehdyistä tuotoksista, prosessina se siis jakaantuu pitkälle aikavälille (Jamk). Kyseiset osaamisen näytteet voivat olla kuvallisia, kirjallisia tai sähköisiä. Työnäytteet tulee järjestää portfolioon tarkoituksenmukaiseksi, harkitusti ja yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 46.)

Portfolion aiheena voi olla esimerkiksi tapahtuman suunnittelu ja toteutus projektina. Portfolio sopii erittäin hyvin reaali maailman tai työelämälähtöisiin projekteihin, joissa syntyy jotain konkreettista. Itselläni opinnäytetyöni tuotos on Instagram-tili, josta olen koonnut portfolion.

Portfolion avulla olen halunnut antaa mahdollisimman kokonaisvaltaisen kuvan Instagram-tilistäni. Portfolio alkaa johdannolla, jonka jälkeen alkaa varsinainen tilini esittely kuvien muodossa. Alussa on kuvapari profiilistani ja kuvat koko tilin ulkoasusta. Portfoliossa on myös jokainen Instagram-tililläni julkaisemani julkaisu kuvan ja tekstin muodossa. Julkaisut ovat julkaisujärjestyksessä vanhimmasta uusimpaan. Portfolio on tämän opinnäytetyön liitteenä.

Portfolio-muotoinen opinnäytetyö aiheuttaa tekijälle erilaisia haasteita. Esimerkiksi haasteita tuo se, miten tekijä saa tuotua esiin työhönsä ammatti- ja koulutusalan näkökulman ja miten tekijä pystyy perustelemaan omia ratkaisuja ja valintojaan. Tekijän tulee myös jatkuvasti tarkkailla omaa työskentelyä, sekä dokumentoida tarkasti kaikki erilaiset vaiheet. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 47.)

Itse koin portfolion kokoamisessa erityisenä haasteena sen, että minulla on paljon materiaalia tililläni, joka on videokuvan muodossa. Videoita en voi paperiseen portfolioon laittaa, joten mikäli niihin haluaa tutustua, täytyy lukijan vierailta Instagram-tililläni Instagram palvelun tai nettisivujen kautta.

2.3 Opinnäytetyöraportti

Opinnäytetyön raporttiosassa perehdyn opinnäytetyöni ja portfolioni aiheisiin. Näitä ovat sosiaalinen media, Instagram, poliisi sosiaalisessa mediassa sekä poliisin viestintä. Näiden pohjalta rakennan työni tietoperustan.

Opinnäytetyön raporttiosassa esitellään portfolioa. Raportissa myös kerrotaan ja arvioidaan portfolioprosessia ja sen onnistumista sekä oman edistymisen lisäksi oman osaamisen vahvoja puolia. (Vilkkä & Airaksinen, 2004 46–47.)

Opinnäytetyöni raporttiosassa kuvaan tarkasti Instagram-tilin perustamisprosessia ja sen eri vaiheita aina julkaisujen suunnittelusta niiden julkaisuun saakka. Annan myös esimerkkejä julkaisujen teosta ja siihen käytetystä ajasta. Käsittelen lisäksi tilini tilastotietoa seuraajista ja näkyvyydestä sekä seuraajiltani saamaani palautetta koskien Instagram-tiliäni. Lopussa pohdin tilini toteutetusta ja kerron omia mielipiteitäni matkastani poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa.

3 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalinen media, lyhennettynä some, on nykypäivän paikka viestiä niin ystäville kuin koko maailmallekin. Sosiaalinen media rakentuu ihmisistä, teknologiasta ja sisällöistä. Pääasiassa sosiaalisen median palveluissa yhdistyy käyttäjien välinen kommunikaatio ja mahdollisuus omaan sisällöntuotamiseen. Seuraavaksi perehdyn sosiaaliseen mediaan käymällä läpi sen historiaa ja sitä, millaisena se näyttää nykyäänä.

3.1 Historia

Sosiaalisen median ensiaskleet ovat vuodelta 1991, jolloin vapaaseen käyttöön julkaistiin World Wide Web eli www-sivut. Näiden www-sivustojen avulla kuka tahansa pystyi julkaisemaan Internetiin omaa sisältöä, jota kuka tahansa pääsi katsomaan. Ennen sosiaalista mediaa World Wide Web koostui verkkosivuista, jotka ”liittyivät toisiinsa linkkien kautta synnyttäen dokumenttien välisen verkoston.” (Pönkä 2014, 11–12).

Englantilainen Tim Berner-Lee kehitti vuonna 1989 www-tekniikan perusteet alun perin luodakseen sosiaalisen ympäristön, jossa ihmiset voivat olla vuorovaikutuksessa toisiinsa. Www-tekniikan kehittymisessä kesti kuitenkin useita vuosia, ennen kuin se kehittyi sellaiseen muotoon, joka mahdollisti ihmisten välisen sosiaalisen kanssakäymisen internetissä. World Wide Webin alkuvuosina käyttäjiltä vaadittiin todella laajaa teknistä osaamista, mikäli halusi julkaista omia kotisivuja internetiin. Käyttäjän tuli osata esimerkiksi FTP-tiedonsiirto-ohjelman käyttö ja HTML-merkkäuskieli.

Käyttäjän oli myös hankittava oikeanlainen www-palvelin tai kotisivutila, jotta omat www-sivut sai näkyville internettiin. (Pönkä 2014, 12).

1990-luvulla www-sivustojen sosiaaliset toiminnot olivat rajalliset verrattuna nykyiseen. 1990-luvulla sosiaaliset toiminnot koostuivat keskustelufoorumeista, web-chateista ja vieraskirjoista. Kyseiset toiminnot olivat rajallisuudesta huolimatta hyvin suosittuja. (Pönkä 2014, 12).

Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan ajallisesti vuosien 2004–2009 maailmanlaajuista ilmiötä, jolloin monet sosiaalisen median palvelut perustettiin. Ominaista sosiaalisen median palveluiden kehittymiselle on, että uudet ideat ja erilaiset tekniset toiminnot kopioidaan nopeasti muihin palveluihin. Tällöin moni palvelu kilpailee keskenään hyvin samanlaisilla ominaisuuksilla ja usein käy niin, että palvelu, joka keksi toiminnon ensin on jo hautautunut muiden palveluiden alle ja uusi idea saavuttaa suosion myöhemmässä verkkopalvelussa. (Pönkä 2014, 11–13).

3.2 Sosiaalinen media nykypäivänä

Nykypäivänä sosiaalinen media on isossa roolissa niin yhden yksittäisen henkilön elämässä kuin valtakunnallisena vaikuttajanakin. Sosiaalisessa mediassa kulutetaan paljon aikaa viihtyäkseen, mutta siellä ollaan myös vakavien asioiden äärellä. Sosiaalinen media on tänä päivänä korvaamaton väline viestintään, markkinointiin ja asiakaspalveluun.

Sosiaalinen media on kaikkien ulottuvilla ja se on myös pääasiassa maksutonta ja helppokäyttöistä. Sosiaalisen median pääkäyttäjistä suurin osa koostuu nuorista, mutta yhä vanhemmat ihmiset ovat löytäneet sosiaalisen median palveluiden äärelle. Sosiaalisessa mediassa on myös tuhansia erilaisia mahdollisuuksia niin yksittäisille henkilöille kuin yrityksillekin. Sosiaalinen media on esimerkiksi luonut uusia ammatteja, ja monille henkilöille sosiaalisessa mediassa työskentely on tullut osaksi työnkuvaa.

3.2.1 Vakiintuneet sosiaalisen median palvelut

Minun ollessani nuori, noin 10 vuotta sitten, monia sosiaalisen median palveluita oli olemassa ja useat tämän päivän palveluista olivat jo silloin käytössä. Ne olivat kuitenkin vielä alkeellisia verrattuna tähän päivään. Myös monet palvelut, jotka olivat nuoruudessani suosittuja, ovat nykyisin unohdettuja tai niitä ei ole enää edes olemassa.

Facebook ja YouTube ovat käyttäjämääriltään ylivoimaisesti suosituimmat ajanvietto- ja viihdekäyttöpalvelut koko sosiaalisessa mediassa. Nuoret ovat kuitenkin vähentäneet käyttämänsä aikaa Facebookissa, ja he ovatkin siirtyneet muihin sosiaalisen median palveluiden äärelle. Nuoret ovat siirtyneet WhatsAppiin, Instagramiin ja Snapchatiin. (Pönkä 2014, 217.)

Vuonna 2020 käytetyimmät sosiaalisen median palvelut Suomessa olivat Facebook, WhatsApp ja Instagram (Tilastokeskus 2021). Kuitenkin palveluissa ja niiden käyttömäärissä on eroja ikäryhmien välillä. Mielestäni nuoret ovat paljon enemmän tietoisia sosiaalisen median eri palveluista. Esimerkiksi tilastokeskuksen mukaan vuonna 2020 16–24-vuotiaista suomalaisista nuorista 34 % oli käyttänyt TikTok-palvelua viimeisen kolmen kuukauden aikana, kun taas vanhemmissa ikälukiossa prosenttimäärät olivat 0–9 prosenttia (Tilastokeskus 2021). Olen itsekin huomannut, että vanhemmat ikäryhmät tulevat hieman jäljessä erilaisien palveluiden äärelle.

3.2.2 Sosiaalisen median käyttö

Sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt räjähdysmäisesti viimeisten vuosikymmenten aikana, ja se jatkaa kasvuaan koko ajan. Vielä 30 vuotta sitten ei ollut älypuhelimia, eivätkä tietokoneetkaan olleet kodeissa kovinkaan yleisiä. Nykypäivänä kuitenkin lähes jokaiselta löytyy älypuhelin, jossa ovat kaikki sosiaalisen median palvelut yhden painalluksen takana.

Esimerkiksi vuonna 2012 suomalaisista 16–24-vuotiaista henkilöistä 72 % käytti yhteisöpalveluita päivittäin tai lähes päivittäin. Vuonna 2021 prosenttiluku oli jo 84 %. Vuonna 2012 suomalaisista 45–54-vuotiaista henkilöistä 22 % käytti yhteisöpalveluita päivittäin tai lähes päivittäin, kun taas vuonna 2021 saman ikäisistä henkilöistä 62 % käytti yhteisöpalveluita. Eli kasvua oli tapahtunut tämän ikäluokan kohdalla 40 %. Vuonna 2012 suomalaisista 65–74-vuotiaista henkilöistä 4 % käytti yhteisöpalveluita päivittäin tai lähes päivittäin, kyseinen luku oli vuonna 2021 31 %. Kun otetaan huomioon kaikki suomalaiset vuonna 2012, 34 % henkilöistä käytti yhteisöpalveluita päivittäin tai lähes päivittäin ja vuonna 2021 määrä oli 58 %. (Tilastokeskus 2012 & 2021.)

Nuorten keskuudessa sosiaalisen median käyttö on kasvanut viimeisen kymmenen vuoden aikana siis 12 prosenttia. Huomattavampi ero sosiaalisen median käytön kasvulla on kuitenkin vanhemmissa henkilöissä. Jokaisessa ikäluokassa kasvu on ollut kymmenessä vuodessa todella suuri. Merkittävää mielestäni on se, että yhtä useampi käyttää sosiaalista mediaa ja käyttäjien keski-ikä on noussut huomattavasti.

Sosiaalisen median palveluiden äärelle ovat löytäneet myös henkilöt suuremmista ikäluokista eli 40–60-vuotiaista, joista yhä suurempi osa käyttää sosiaalista mediaa. Näissä vanhemmissa ikäluokissa on paljon päättävässä asemassa olevia ihmisiä. (Pönkä 2014, 217–218.)

Kun sosiaalisessa mediassa on eri-ikäisiä henkilöitä, täytyy palveluiden tarjoajien kehittää palveluitaan, jotta he voivat tarjota palveluita kaiken ikäisille. Eri-ikäiset henkilöt käyttävät sosiaalista mediaa varmasti eri tavoin. Voisin ajatella, että vanhemmat ihmiset käyttävät enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa lukien erilaisia uutisia ja artikkeleita, kun taas nuoret sen sijaan käyttävät ajan

sosiaalisessa mediassa tekemällä omaa sisältöä esimerkiksi Instagramiin ja TikTokiin sekä selaimella muiden tuottamaa sisältöä.

3.3 Sosiaalisen median trendit

3.3.1 Videosisältöjen merkitys on kasvussa

Pitkillä ja lyhyillä videoilla sekä videochateilla on iso merkitys useissa sosiaalisen median palveluissa. On odotettavaa, että erilaiset videosisällöt tulevat lisääntymään koko sosiaalisen median kentällä. YouTube'n lisäksi Twitchin kaltaiset videopalvelut tulevat muuttamaan nettivideoiden katselutapoja. Twitchissä tehdään videolähetyksiä, joita katsojat voivat seurata. (Pönkä 2014, 218.)

Nykypäivänä on useita erilaisia sosiaalisen median palveluita, joissa kuvien jakamisen lisäksi on tullut videoiden jako-ominaisuus. Monissa palveluissa ihmiset voivat pitää livelähetyksiä eli lähettää omasta laitteestaan reaaliaikaista kuvaa, jota muut käyttäjät voivat seurata omilta laitteiltaan. Esimerkiksi TikTok palvelu perustuu käyttäjien tekemiin lyhyisiin videoihin. Tämä trendi näkyy myös Instagramin puolella. Uuden Instagram Reels -ominaisuuden myötä videoiden määrä on Instagramissa lisääntynyt valtavasti.

Erlaisilla videoilla pystytään näyttämään katsojalle paljon enemmän kuin pelkällä kuvalla. Sosiaalinen media on täynnä erilaisia videoita aina sketsivideoista ”höpöttelyvideoihin”, joissa henkilöt juttelevat kameralle aiheesta kuin aiheesta.

3.3.2 Markkinointi sosiaalisessa mediassa

Osa sosiaalisen median käyttäjistä ansaitsevat rahaa tuottamalla sisältöä sosiaalisen median palveluihin. Esimerkiksi YouTube-videoiden tekijät ansaitsevat rahaa videoissa näytetyistä mainoksista. (Pönkä 2014, 219.)

Ehkä nykyajan tunnetuin markkinoinnin muoto sosiaalisessa mediassa on vaikuttajamarkkinointi. Vaikuttaja on jonkin sosiaalisen median palvelun käyttäjä esimerkiksi bloggaaja, artisti, urheilija, poliitikko tai tavallinen kansalainen, jota seurataan. Vaikuttajamarkkinoinnissa kyseinen vaikuttaja mainostaa omassa profiilissaan omalle yleisölleen jonkin yrityksen tuotetta tai palvelua. Yritys on siis palkannut vaikuttajan tähän työhön ja maksaa mainostamisesta palkkion. Vaikuttajamarkkinointi on siis uudenlainen mahdollisuus yrityksille sekä vaikuttajille. Yritykset saavat käyttöönsä vaikuttajan valmiin yleisön. (Otava media.)

Mikäli on sosiaalisessa mediassa yhtään läsnä, on varmasti törmännyt vaikuttajamarkkinointiin. Tämä on tuonut sosiaalisen median käyttäjille uusia työmahdollisuuksia ja jopa uusia ammatteja.

3.3.3 Somemyrsky

Sosiaalisen median voima on valtava. Mikäli joku tekee virheen sosiaalisessa mediassa, siitä saadaan kuulla yleensä nopeasti. Sosiaalisessa mediassa keskustellaan monista eri aiheista niin leppoisista kissavideoista aina aitoihin ongelmiin saakka. Aina välillä sosiaalisessa mediassa syntyy tämän myötä niin sanottu somemyrsky. Somemyrsky tai someraivo tarkoittaa sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa raivokasta viestintää, joka voi kohdistua niin yksityishenkilöihin kuin viranomaispäätöksiin (Kotimaisten kielten keskus).

Koska aiheenani on erityisesti poliisin viestintä ja poliisi sosiaalisessa mediassa, haluankin ottaa esille erään poliisiin liittyvän somemyrskyn, joka aiheutti suurta keskustelua sosiaalisen median eri kanavilla. Suomen keskusrikospoliisi teki vuonna 2020 TikTok-tililleen videon, jossa ”kuvataan piirustuksen avulla, miten intiimit kuvat voivat levitä netissä nopeasti ja laajasti.” Videossa kerrotaan intiimin kuvan ottajan kannalta, mitä kuvalle tapahtuu ja lopussa kelataan aikaa taaksepäin ja pohditaan, että olisikin ollut parempi, ettei kuvaa olisi otettu alun perinkään. Tämä sai osan katsojista raivon valtaan ja video keräsi paljon kritiikkiä. Moni katsoja koki videon syyllistävän rikoksen uhria, sillä videossa kiinnitetään huomiota vain uhrin toimintaan. Keskusrikospoliisi julkaisi myöhemmin uuden videon, jossa kerrotaan, että ”kuvia laittomasti eteenpäin jakava voi syyllistyä moniin rikoksiin.” (Tuominen 2020.)

Sosiaalisessa mediassa saa olla tarkkana siitä, mitä ja miten asiat sanoo. Asiat täytyy sanoa selkeällä ja ymmärrettävällä kielellä varsinkin, kun kyseessä on valtaa käyttävä organisaatio. Tietenkin kaikilla on omat mielipiteet, eivätkä ihmiset ole samaa mieltä kaikista asioista, mutta poliisin ja muiden valtaa käyttävien tahojen viestintää tarkkaillaan suurennuslasin kanssa.

4 INSTAGRAM

Instagram on kuvanjako- ja yhteisöpalvelu, joka on avattu 6. lokakuuta vuonna 2010. ”Instagram on täysiverinen yhteisöpalvelu, joka sisältää käyttäjien väliset seuraamissuhteet, kuvien kommentoinnin ja tykkäämisen.” Käyttäjät voivat myös lähettää suoraviestejä toisille käyttäjille. (Pönkä 2014, 121.)

Seuraavaksi kerron Instagram-palvelun käsitteitä ja Instagram-palvelun toimintaperiaatteen. Lopussa kerron Instagramin kasvusta ja kehityksestä.

4.1 Käsitteitä

Instagram on muuttunut vuosien varrella. Se on esimerkiksi lisännyt erilaisia käyttöominaisuuksia käyttäjien käyttöön ja sen ulkoasu on muuttunut useita kertoja. Seuraavaksi kerron tämän työn

kannalta oleelliset asiat Instagramin käytöstä. Ajantasaisimmat tiedot Instagramiin rekisteröitymisestä, käytöstä ja erilaisista työkaluista löytyvät Instagramin omilta nettisivuilta.

Direct-viestiminen: Instagramissa käyttäjä pystyy lähettämään ja vastaanottamaan toisilta käyttäjiltä yksityisviestejä Instagram Directissä. Viestit voivat olla esimerkiksi tekstiä, kuvia tai videoita, joita käyttäjä kuvaa tai lataa puhelimen kuvagalleriasta. Directissä pystyy lähettämään toisille käyttäjille myös Instagramissa olevia kuvia, videoita tai profiileja. (Instagram.)

Instagram Stories: eli Story on Instagramin ominaisuus, jonka avulla käyttäjä voi julkaista videoita tai kuvia Storyyn eli tarinaan. Nämä julkaistut videot ja kuvat poistuvat automaattisesti 24 tunnin kuluttua niiden julkaisuhetkestä. (Lehtiniitty 2016.) Stories-osiossa käyttäjä voi lisätä kuviin ja videoihin esimerkiksi tekstiä, musiikkia, sijainnin ja erilaisia tarroja (Instagram).

Kysymys-toiminto: on yksi monista toiminnoista, joita Instagram Storyssa on. Kysymys-toiminnolla käyttäjä voi lisätä Storyynsa kysymyslaatikon, jossa hän voi esittää seuraajilleen kysymyksen. Seuraajat pääsevät vastaamaan suoraan tähän kysymyslaatikkoon. (Kuvaja 2017.) Vastaukset menevät suoraan Storyn julkaisijalle, joten vastaukset eivät näy muille käyttäjille. Kysymyksen kysynyt käyttäjä voi kuitenkin jakaa vastauksia uudelleen Storyssaan.

Stories Highlights: eli tarinan kohokohta on ominaisuus, johon käyttäjä voi tallentaa julkaisemiaan Stories-kuvia ja -videoita pysyvästi profiiliinsa. Tarinoiden kohokohdat löydät käyttäjän profiilista profiilitekstin alapuolella. (Kuvaja, 2017.) Kohokohtia voi olla useita ja käyttäjä voi nimetä ne itse.

Instagram Reels: eli Reels-video on toiminto, jonka avulla voit tehdä lyhyitä enintään 60 sekunnin mittaisia videoita. Videoon voit lisätä tekstiä, tehosteita, ääninauhoja ja musiikkia suoraan Instagramin kautta. (Instagram.)

Hashtag: eli avainsana, jonka käyttäjä voi lisätä julkaisunsa kommentti- tai tekstikenttään. Avainsana merkitään käyttämällä # -merkkiä. Kyseisen merkin perään kirjoitetaan haluamansa sana, joka esimerkiksi kertoo julkaisusta. Julkisen käyttäjän julkaisu, jossa on avainsana, löytyy vastaavalla avainsanalla hakutoiminnon avulla. Myös avainsanaa napauttamalla käyttäjät näkevät muiden käyttäjien samalla avainsanalla lataamia julkaisuja. (Instagram.)

4.2 Toimintaperiaate

Instagram on palvelu, johon rekisteröidytään käyttäjäksi joko mobiilisovelluksen tai internetselaimen kautta. Aluksi luodaan käyttäjänimi ja tämän jälkeen käyttäjä voi valita itselleen profiilikuvan ja kirjoittaa esimerkiksi lyhyen esittelyn itsestään tai mielenkiinnoistaan omaan profiiliin. Tämän jälkeen käyttäjä on valmis julkaisemaan kuvia ja videoita sekä seuraamaan muita käyttäjiä.

Kun käyttäjä päättää julkaista kuvan tai videon Instagramissa, hänellä on mahdollisuus muokata kuvaa Instagramissa ennen sen julkaisua. Kuvan tai videon julkaisuun voi kirjoittaa kuvatekstin sekä hashtageja, joiden avulla muut käyttäjät voivat löytää julkaisun. Instagramissa etusivu eli Feed-sivu on sivu, jonne tulee kaikki julkaisut, joita käyttäjän seuraamat henkilöt julkaisevat sekä hänen seuraamat hastag-julkaisut. Instagramissa on myös tutki-sivu, jossa on eri käyttäjien julkaisuja, joita voi selata. Tutki-sivun kautta voi hakutoiminnon avulla myös etsiä käyttäjiä, musiikkia, sijainteja sekä julkaisuja hastagien avulla. Instagramissa on myös Reels-sivu, jossa algoritmit antavat erilaisia Reels-videoita käyttäjän nähtäville. Instagramista löytyy myös kauppa-sivu, jossa erilaiset kaupat markkinoivat tuotteitaan. Palvelusta löytyy tietenkin myös oma profiili -sivu, jossa näkyy julkaisujen, seuraajien ja seurattavien määrät. Lisäksi siellä näkyy kaikki omat julkaisut ja julkaisut, joihin kyseinen käyttäjä on merkattu.

Käyttäjät voivat määritellä tilinsä yksityiseksi tai julkiseksi. Yksityinen tili tarkoittaa, että muut käyttäjät eivät näe yksityisen käyttäjän julkaisuja ennen kuin pyytävät lupaa seurata käyttäjää ja saavat yksityisen käyttäjän luvan seuraamiselle. Julkinen tili on kaikkien käyttäjien nähtävillä. Käyttäjät voivat myös muuttaa tilinsä ammattilaistiliksi. Tällöin käyttäjä saa käyttöönsä erilaisia työkaluja kuten hallintapaneelin, jossa käyttäjä pystyy seuraamaan esimerkiksi tehokkuuttaan ja tilinsä kävijätietoja. (Instagram.)

Nykyään käyttäjät voivat jakaa omassa profiilissaan kuvia, videoita sekä Reels-videoita. Käyttäjät voivat pitää Instagramissa myös livelähetyksiä. Instagram on kuitenkin myös paljon enemmän kuin pelkkä kuvienjakopalvelu. Sosiaalisen median kehittyttyä Instagram on ollut tärkeä alusta monille sosiaalisen median vaikuttajille, sillä he käyttävät Instagramia markkinointiin.

Mikäli haluat tietää enemmän siitä, miten Instagram ja sen erilaiset toiminnot toimivat, voit lukea tietoa Instagramin nettisivuilta tai lukuisista blogeista, joissa ohjeistetaan Instagramin käytöstä.

4.3 Kasvu ja kehitys

Mike Krieger ja Kevin Systrom perustivat Instagram-palvelun vuonna 2010. Instagram-palvelun nimi tulee englannin kielen sanoista instant telegram. Vuonna 2012 Facebookin perustaja Mark Zuckerberg osti Instagram-palvelun. (Leaver ym. 2020, 9, 11–14.)

Instagramin suosio räjähti heti, kun palvelu avautui käyttäjien saataville. 25 000 käyttäjää löysi Instagramin jo sen julkaisupäivänä (Izood 2020). Tästä Instagram on jatkanut kasvuaan vuosi vuodelta. Vuonna 2021 15–74-vuotiaista suomalaisista noin 2 miljoonaa käytti Instagramia viikoittain (Innowise 2021.)

Maailmanlaajuisesti vuosien 2010–2019 neljänneksi ladatuin sovellus oli Instagram. Vuosikymmenellä sosiaalisen median sovellukset ovat olleet kuluttajien suosikkeja, sillä kymmenestä suosituimmista sovelluksesta seitsemän oli sosiaalisen median sovelluksia. (App Annie 2019.)

Vuonna 2016 Instagramia käytti 32 % suomalaisista, kun taas vuonna 2020 suomalaisista 54 % käytti Instagram-palvelua. Instagramin käyttö on lisääntynyt Suomessa vuosi vuodelta. (AudienceProject 2020). Maailmanlaajuisesti vuonna 2020 Instagramilla oli yli miljardi kuukausittaista käyttäjää ja yli 500 miljoonaa päivittäin aktiivista käyttäjää (Ahlgren 2021).

5 POLIISI SOSIAALISESSA MEDIASSA

Sosiaalinen media on jokaisen kansalaisen ulottuvilla ja useat heistä on sosiaalisessa mediassa. Koska poliisin tulee olla siellä missä ihmisetkin ovat, miksi poliisi ei olisi sosiaalisessa mediassakin? Poliisi pystyy tavoittamaan sosiaalisen median kautta suuren määrän ihmisiä nopeasti, edullisesti ja helposti.

Sosiaalinen media ja sen erilaiset palvelut ovat erittäin hyviä välineitä ylläpitämään ja kehittämään poliisin ja kansalaisten välistä suhdetta. Sosiaalisen median kanavilla voidaan viestiä ja tiedottaa erilaisista asioista. Kansalaisille voidaan antaa tärkeitä ohjeita ajankohtaisista aiheista, ja kriisitilanteissa sosiaalisen median kanavia voidaan hyödyntää antamalla tietoa tapahtumista.

Poliisi on luonut useita sivustoja ja profiileja erilaisiin sosiaalisen median palveluihin; Facebookiin, Instagramiin, TikTokiin, Snapchatiin, YouTubeen ja Twitteriin. Sivustot ja profiilit on luotu viestinnällistä ja rikoksia ennaltaehkäisevää tarkoitusta varten (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 53).

Poliisin osallistuessa aktiivisesti verkossa käytävään keskusteluun ja viestintään, poliisi voi antaa tietoa toiminnastaan ja kansalaisten saatavilla olevista poliisin palveluista. Poliisi lisää vuorovaikutusta kansalaisten kanssa jalkautumalla verkkoyhteisöihin ja tavoitteena on lisätä kansalaisten tunnetta poliisin läsnäolosta myös virtuaaliympäristössä. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 53.)

Jo vuonna 1964 Mashall McLuhan kertoi, että se, millä tavoin poliisiorganisaatiot kommunikoivat yleisön kanssa, vaikuttaa hyvin todennäköisesti siihen, miten yleisö käsittää rikollisuuden, lainvalvonnan ja jopa oman suhteensa näihin (Lee & McGovern 2014, 4). On siis äärettömän tärkeää, että poliisiorganisaatio viestii ja kommunikoi sosiaalisessa mediassa. Viestinnän ja kommunikoinnin tulee kuitenkin tapahtua oikealla tavalla.

Seuraavaksi käsittelen Suomen poliisia sosiaalisessa mediassa perehtymällä poliisin viestinnän tarkoituksiin ja sitä sääteleviin asetuksiin. Kerron myös viestinnän haasteista ja siitä, mihin tulevaisuudessa tulisi keskittyä.

5.1 Historia

Suomessa nettipoliisitoiminta alkoi vuonna 2008 palvelussa nimeltä IRC-Galleria. (Pönkä 2014, 79.) Ylikonstaapeli Marko Forss julkaisi syksyllä 2008 Helsingin lähipoliisin sivut IRC-Galleriassa. Kun asiasta uutisoitiin Helsingin Sanomissa, kävi sivuilla noin 35 000 kävijää. Vuonna 2009 kävijöitä oli viikoittain 2 000–4 000. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 52.)

IRC-Galleriassa poliisi pyrki antamaan nuorille uudenlaisen mahdollisuuden vuorovaikutukseen poliisin kanssa. Nuoret voivat kysyä netissä poliisilta mitä tahansa päihteistä mopomiitteihin. Netissä poliisi myös neuvoo ja pystyy pitämään helposti yhteyttä, vaikka ongelmanuoriin. Poliisi haluaa informoida nuoria siitä, että netissä tapahtuva toiminta voi olla ihan yhtä rikollista ja rangaistavaa kuin oikeassa elämässäkin. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 52.)

Nykynuoret eivät enää edes tunne sivustoa nimeltä IRC-Galleria, vaan sen tilalle on tullut kymmeniä uusia sivustoja. Internet muuttuu todella nopeasti ja siinä on vaikea pysyä mukana, jos ei itse ole aktiivinen internetin ja sosiaalisen median käyttäjä.

Vuonna 2009 perustettiin Facebook nimiselle sivustolle Suomen poliisin sivusto. Vuonna 2009 Suomen poliisin Facebook-sivustolla oli faneja yli 30 000. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 52.) Joulukuussa vuonna 2021 faneja oli yli 289 000, lähestulkoon kymmenkertainen määrä (Facebook). Suomen poliisin Facebook sivulta löytyy erilaisia valokuvia, videoita ja tietoa poliisista, sekä sivusto antaa muille käyttäjille mahdollisuuden kommentoida, keskustella ja osallistua. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 52.)

Tässä poliisi otti uuden askeleen nykyaikaiseen jalkautumiseen. Ihmiset ja etenkin nuoret alkoivat siirtyä internetin ihmeelliseen maailmaan. Nuoret niin sanotusti elävät elämäänsä sosiaalisessa mediassa. Ollessaan läsnä sosiaalisessa mediassa poliisi pystyy pysymään mukana nuorten ilmiöissä ja saamaan paljon erilaista tietoa. Nuorten on myös helpompi lähestyä poliisia internetissä ja jopa helpompi kertoa murheistaan (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 54).

5.2 Poliisin viestinnän tehtävät

Poliisin viestinnän strategiset tehtävät voidaan jakaa kolmeen. Ensimmäisenä tehtävänä on antaa informaatiota yleisesti poliisin toiminnasta esimerkiksi tuottamalla erilaisia julkaisuja ja tiedottamalla asioista joukkoviestimien kautta. (Poliisin viestintästrategia 2009, 8.)

Toisena tehtävänä on antaa kansalaisille neuvontaa saatavilla olevista julkisista palveluista ja poliisissa käsiteltävistä asioista. Kansalaisille siis annetaan hyödyllistä tietoa hallinnossa asioimisesta, jotta asiointi olisi helppoa ja mahdollisimman vuorovaikutteista. (Poliisin viestintästrategia 2009, 8.)

Kolmantena tehtävänä on vuorovaikutteinen viestintä kansalaisten kanssa. Poliisi siis pyrkii edistämään keskustelua tiedottamalla ja viestimällä aktiivisesti ajankohtaisista asioista, ilmiöistä, teemoista, ongelmista ja niiden ratkaisuvaihtoehdoista. Poliisin tulee myös perustella päätöksiään julkisuudessa ja tällä tavoin se pystyy myös osallistamaan kansalaisia. (Poliisin viestintästrategia 2009, 8.)

Poliisin ulkoisessa viestinnässä pyritään edistämään kansalaisten tietoutta sekä korostamaan koko yhteiskunnan merkitystä turvallisuuden tekemisessä. Tarkoituksena on lisätä poliisin näkyvyyttä ja mahdollisuuksia kommunikointiin poliisin kanssa julkisuuden eri kentillä. Myös poliisin asemaa luottettavana turvallisuuden ammattilaisena korostetaan viestinnässä. (Poliisin viestintästrategia 2009, 12.)

Poliisiammattikorkeakoulu vastaa opiskelijarekrytoinnista sekä siihen liittyvästä markkinointiviestinnästä. Poliisiammattikorkeakoulun viestintä tuottaa myös poliisin ennalta ehkäisevää materiaalia kuten videoita ja esitteitä. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 57.)

Viestintä on sisällytettävä kaikkeen poliisin toimintaan, sillä se tukee ja tehostaa johtamista, ja siten edistää poliisin strategisten tavoitteiden toteutumista, poliisin tehtävien hoitamista ja poliisin ydinprosesseja. Jokainen, joka työskentelee poliisihallinnossa, viestii omalla toiminnallaan yhdestä yhteisestä poliisista. Viestinnällä ylläpidetään ja kehitetään poliisin vahvaa ulkoista ja sisäistä kuvaa. (Poliisin viestintästrategia 2009, 7.)

5.3 Tavoitteet

Poliisin viestinnän tavoitteena on helpottaa kansalaisten osallistumista turvallisuutta koskeviin asioihin ja päätöksentekoon sekä helpottaa yleistä tiedonsaantia. Viestinnän visiona on myös ehkäistä rikoksia ja edistää rikoksien selvittämistä. Viestinnän tarkoituksena on ylläpitää ja kasvattaa luottamusta poliisiin. (Poliisin viestintästrategia 2009, 11.)

Poliisin viestinnällä yritetään vaikuttamaan vastaanottajan tietoihin, asenteisiin, käyttäytymiseen ja mielipiteisiin. Poliisin viestintä perustuu poliisin strategisiin tavoitteisiin ja tietenkin vastaanottajan tarpeisiin. Viestinnän laatu on viesti poliisin julkisesta kuvasta. (Poliisin viestintästrategia 2009, 8,16.)

Sosiaalisessa mediassa poliisi pystyy avaamaan keskusteluyhteyden myös etnisten ryhmien ja vähemmistöjen kanssa (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 54). Sosiaalisen median palvelut

toimivat linkkinä poliisiin ja vähemmistöryhmän välillä. Tämä linkki on matalankynnyksen linkki, koska vähemmistö ryhmät pääsevät tutustumaan poliisiin ja sen toimintaan rauhassa omalta kotisohvalta.

5.4 Lainsäädäntö

Kaikkea poliisin toimintaa ohjaavat erilaiset lait ja näin on myös poliisin viestinnässä. Tärkeimpinä lakeina poliisin viestintää ohjaavat perustuslaki, hallintolaki, julkisuuslaki, kielilaki, henkilötietolaki ja laki yhteistoiminnasta valtion virastoissa ja laitoksissa. Lakien lisäksi on monia määräyksiä ja ohjeita, joita on otettava huomioon poliisin viestinnässä. Tärkeimpiä määräyksiä ja ohjeita on sisäasiainministeriön viestintäsuunnitelma, valtionhallinnon viestintäsuositus, valtionhallinnon viestintä kriisitilanteissa ja poikkeusoloissa, poliisiyksiköiden viestintäohjeistus, poliisin arvot sekä viestintämääräys ja ohjeet. (Poliisin viestintästrategia 2009, 13.)

Perustuslaki edellyttää poliisihallinnolta asiakirjojen julkisuutta ja yleistä avoimuutta. Perustuslailla taataan kansalaisten oikeus saada informaatiota viranomaisten asiakirjoista. Lisäksi sillä taataan se, että kansalaisilla on tiedollinen itsemääräämisoikeus, joka tarkoittaa sitä, että henkilöllä on oikeus asettaa raja sille, mitä tietoa hänestä kerätään ja luovutetaan. (Poliisin viestintästrategia 2009, 13.)

Hallintolaki velvoittaa viranomaisia hyvään asiakaspalveluun esimerkiksi neuvomalla ja vastamalla tiedusteluihin. Viestintä on osa asiakaspalvelua ja viestinnällä pyritään helpottamaan asiakkaiden palvelunsaantia ja erilaista tietoa. Hallintolaki myös velvoittaa viranomaisia ymmärrettävään, asialliseen ja selkeään toimintaan niin kirjallisesti kuin suullisestikin. (Poliisin viestintästrategia 2009, 13–14.)

Julkisuuslaki velvoittaa tiedon julkisuuteen. Tiedon tulee siis olla pääsääntöisesti julkista, mutta asiasta voidaan tehdä poikkeuksia tietyin perustein. Julkisuuslaki velvoittaa viranomaisia toimintansa avoimesta ja aktiivisesta tiedottamisesta. (Poliisin viestintästrategia 2009, 13.) Henkilötietolaissa käsitellään henkilöiden yksityisyyden suojaa ja tiedollista itsemääräämisoikeutta eli kyseessä on sama itsemääräämisoikeus, mistä kerroin perustuslakia käsittelevässä kohdassa. (Poliisin viestintästrategia 2009, 14.)

Kielilakiin on määritelty Suomen kansalliskieliksi suomi ja ruotsi. Kielilailla pyritään turvaamaan jokaisen oikeus käyttää äidinkieltään asioidessaan viranomaisten kanssa. (Kielilaki 1:1.) Laki yhteistoiminnasta valtion virastossa ja laitoksissa säätelee siitä, mitä henkilöstölle tiedotetaan yhteistoiminnan puitteissa (Poliisin viestintästrategia 2009, 14).

5.5 Viestinnälle asetetut vaatimukset

Poliisin viestinnälle on asetettu vaatimuksia. Viestinnän on oltava sellaista, että siihen voidaan luottaa. Viestinnän tulee olla todenmukaista, ymmärrettävää, avointa ja oikea-aikaista. Viestinnän tulee myös olla suunnitelmallista ja vuorovaikutteista tilanteen edellyttämällä tavalla. Viestinnän täytyy olla tilanteisiin reagoivaa sekä tilanteita ennakoivaa. (Poliisin viestintästrategia 2009, 15.)

Jotta tiedotettava asia olisi jokaisen kansalaisen helppo ymmärtää ja lukea, tulee poliisin viestinnän olla kieleltään ymmärrettävää yleiskieltä. Poliisin tulee olla viestinnässä neutraali ja tasa-arvoinen. Ketään ihmistä eikä mitään ryhmää saa halventaa. Poliisi saattaa viestiä vaikeistakin aiheista, ja nämä vaikeat aiheet täytyy niin sanotusti kääntää kansankielelle eli sellaiseen muotoon, että kansalaiset ymmärtävät tiedotettavan asian. Viestinnässä joitain asioita tulee selventää ja käsitteitä täsmentää. (Poliisin viestintästrategia 2009, 15.)

Poliisilla täytyy olla valmius toteuttaa viestintää nopeasti muuttuvissa olosuhteissa ja tilanteissa. ”Viestinnän valmiuksissa tulee tiedostaa rajat ylittävän viranomaisyhteistyön ja kansainvälistä huomiota saavan tilanteen vaatimukset riittävälle kielitaidolle.” Poliisilla tulee olla siis valmius viestiä myös muilla kielillä kuin Suomen virallisilla kielillä eli suomen ja ruotsin kielillä. (Poliisin viestintästrategia 2009, 15.)

Viestintä ei ole pelkästään tiedonsiirtoa ihmiseltä toiselle, vaan se on sisällön luomista, tulkintaa ja jakamista. Poliisin viestijöiksi tulee rekrytoida henkilöitä, jotka omaavat hyvät vuorovaikutustaidot. Rekrytoitaville henkilöille tulee myös antaa riittävästi tietoa ja taitoa poliisitoiminnasta ja siitä viestimisestä. Viestijän, joka edustaa poliisia tulee huomioida koko poliisiorganisaation rooli yhteiskunnassa. Hänen on tärkeää ymmärtää poliisiorganisaation toimintalogiikka. Viestijän tulisi osata ennakoida muutoksista viestintäkentällä sekä hallita viestintään liittyvä lainsäädäntö. Viestijän tulee pystyä käyttämään monipuolisesti erilaisia viestimiä ja mieltää hänen omat vuorovaikutustaitonsa. (Poliisin viestintästrategia 2009, 15–16.)

Poliisi 2020 -suunnitelmassa arvioitiin, miten uudet kulutuskulttuurit muuttavat kansalaisten arkea ja täten myös poliisin työtä. ”Ihmiset ovat Facebookissa, blogeissa, Second lifessa, Youtubessa ja Habbo-hotellissa. Siksi myös poliisilaitoksen palvelupisteen tulisi olla siellä avoinna kellonajoista riippumatta.” (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 75.)

Internet-maailman kasvun myötä reaaliaikaisen tiedon tarve kasvaa merkittävästi, mikä edellyttää poliisilta erilaisia valmiuksia yhteiskunnalliseen viestintään ja vaikuttamiseen. Poliisi voisi luoda omia nettifoorumeita ja ylläpitää omaa keskustelevaa virtuaalista poliisiasemaa. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 74.)

Tutkija Olli Hietanen sanoo asiantuntijalausunnossaan, että poliisissa viestintä- ja mediaosaamisen tarve tulee tulevaisuudessa kasvamaan. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 74.)

5.6 Koulutus

Vuonna 2015 julkaistu poliisihallituksen julkaisusarjassa kerrotaan, että vuonna 2010 määritettiin tavoitteeksi viestintäkoulutuksen kokonaisuudistus, jossa luotaisiin koulutuskokonaisuus poliisin henkilöstölle, medialle sekä poliisin viestinnän asiantuntijoille. Tavoitteet eivät toteutuneet toivotulla tavalla. Poliisin viestintäkoulutusta peruskoulutuksessa ei uudistettu poliisin peruskoulutuksessa vaan viestintä on liitetty Poliisiammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen koulutuskalenteriin. Mediakoulutusta eikä viestinnän perehdyttämisprosessia ole uudistettu. Kohdennettuja koulutuksia viestintähenkilöstölle on lisätty. (Poliisin viestintäpäällikköverkosto ym. 2015, 11.)

Viestinnän koulutustarpeita selvitetään ja kehittämissuunnitelmia tehdään vaihtelevasti. Julkaisusarjan yhteenvedossa voidaan todeta, ettei viestintä ole riittävästi osana talous- ja toimintasuunnitelmia eikä viestinnälle aseteta konkreettisia tavoitteita. Lisäksi viestinnän koulutustarvetta eikä osaamisen kehittämistä suunnitella riittävästi. (Poliisin viestintäpäällikköverkosto ym. 2015, 21.)

Yhteisen koulutuksen suunnittelulla voitaisiin tehostaa viestinnän johtamista ja tilanneorganisaation toimintaa viestinnän näkökulmasta. Koulutuksen tulisi sisältää seuraavia asiakokonaisuuksia, viestinnän tilannekuvan ylläpitäminen, käytännön viestintätoimet sekä viestinnän johtaminen operatiivisessa tilanteessa. (Korhonen 2019, 80.)

Sain Poliisiammattikorkeakoulun viestinnältä sähköpostitse sivun mittaisen someopiskelijan ohjeen sekä Powerpoint esityksen Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median eri kanavista. Minulle ei ole järjestetty koulutusta poliisin viestinnästä tai sisällön tuottamisesta.

5.7 Viestintäkampanjat ja yleisötapahtumat

Poliisi on mukana monissa erilaisissa viestintäkampanjoissa ja yleisötapahtumissa. Kampanjaviestintää ei ole kokonaisuutena koordinoitu, eikä yksittäisten poliisiyksiköiden toimenpiteistä ole kokonaiskuvaa. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 76.)

Poliisi ottaa osaa useisiin eri viranomaisten yhteisiin viestintäkampanjoihin esimerkiksi Viisaasti ve-sillä ja 112-päivillä (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 57). Poliisi ottaa niihin osaa muun muassa omilla sosiaalisen median kanavilla. Esimerkiksi valtakunnallinen heijastinpäivä on 1.10, jolloin useat poliisin sosiaalisen median kanavat ovat osallistuneet kampanjaan eri tavoin kuten ar-pomalla heijastimia tai kertomalla heijastimien käytön tärkeydestä. Kampanjoiden tarkoitus on muistuttaa kansalaisia erilaisista aiheista.

Poliisin päivä on tapahtuma, joka järjestettiin lisäämään poliisin ja kansalaisten vuorovaikutusta sekä lisäämään kasvullista ja paikallista näkyvyyttä (Siikaluoma 2020). Ensimmäinen valtakunnallinen Poliisin päivä järjestettiin Suomessa syksyllä vuonna 2009. Se oli ensimmäinen, koko poliisin hallinnon mittava yleisötapahtuma. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 54.)

Poliisin päivän tarkoitus oli se, että kansalaiset pääsevät vuorovaikutukseen poliisin kanssa. Tarkoituksena oli myös tehdä poliisi näkyväksi kaikkialla Suomessa samanaikaisesti. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 54.)

Vuonna 2009 Poliisin päivään osallistuivat kaikki poliisin yksiköt. Poliisin päivä -tapahtuman ennakkomarkkinointia varten luotiin poliisinpaiva.fi-sivusto. Poliisin päivänä yhteensä 73 paikkakunnalla järjestettiin Poliisin päivän tilaisuuksia. Tilaisuuksissa esiteltiin poliisin kalustoa ja siellä oli erilaisia näytöksiä. Lisäksi Poliisin päivän tapahtuman näkyvyyttä lisäsi löytötavara-, polkupyörä- ja autohuutokauppa, joiden tuotot ohjattiin koulupoliisitoimintaan. Poliisin päivä kesti tapahtumana 3 tuntia, ja poliisi oli vuorovaikutuksessa yli 40 000 kansalaisen kanssa. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 55.)

Vuodesta 2009 Poliisin päivä on ollut vuosittainen tapahtuma aina vuoteen 2020 saakka. Vuonna 2020 maailmanlaajuinen koronapandemia aiheutti sen, että vuonna 2020 Poliisin päivä järjestettiin ensimmäistä kertaa virtuaalisesti. Kuka tahansa pystyi osallistumaan Poliisin päivään Internetin välityksellä menemällä osoitteeseen poliisinpaiva.fi. Virtuaalinen Poliisin päivä antoi uusia ulottuvuuksia niin kansalaisille kuin poliisillekin toimia Internetin välityksellä näin laajana tapahtumana. Virtuaalinen tapahtuma antoi matalan kynnyksen kenelle tahansa osallistua, ja se mahdollisti osallistumisen myös sellaisia henkilöitä, jotka eivät pystyisi osallistumaan fyysisesti tapahtumaan.

Virtuaalinen Poliisin päivä oli nettilähetys, jossa esimerkiksi esiteltiin poliisin erilaisia tehtäviä, puhuttiin ajankohtaisista aiheista kuten ennalta estävästä toiminnasta ja uudistuneesta tieliikenteestä. Lähetysessä oltiin tietenkin myös vuorovaikutuksessa kansalaisten kanssa vastaamalla heidän kysymyksiinsä. (Poliisioittokunta.) Lähetysessä esiteltiin myös poliisihevosia ja -koiria (Siikaluoma 2020).

Virtuaalinen Poliisin päivä alkoi kello 10 ja kesti kello 13:n saakka. Lähetysten jälkeen Oulun poliisilaitos järjesti ”Poliisin päivän jatkot”. Oulun poliisilaitoksen järjestämät jatkot koostuivat Instagramissa ja Facebookissa pidetyistä live-lähetyksistä, joita kansalaiset pääsivät seuraamaan ja kommentoimaan. Live-lähetyksissä oli juttelemassa ja vastailemassa kansalaisten kysymyksiin esimerkiksi koulupoliisi, nettipoliisi ja rikospoliisi. (Kunelius 2020.)

Virtuaaliseen Poliisin päivään osallistuivat kaikki Suomen poliisilaitokset, Poliisiammattikorkeakoulu, Poliisihallitus ja Keskusrikospoliisi. Nettilähetysessä vieraili keskustelemassa TV:stä

kansalaisille tuttuja poliiseja sekä poliisiylijohtaja Seppo Kolehmainen ja sisäministeri Maria Ohi-salo. (Poliisioittokunta.)

5.8 Vaativien tilanteiden viestintä

Kun kansallinen tai paikallinen kriisi leviää median ansiosta globaaliksi mediatapahtumaksi, joutuu poliisi tai tiedottaja vastaamaan kysymyksiin, joita tulee eri puolilta maailmaa jopa suorissa lähetyksissä eri kielillä. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 60.)

Kriisin tapahtuessa viranomaiset ovat vastuussa siitä, että asianosaiset saavat apua sekä tietoa pelastaakseen itsensä ja omaisensa. Viranomaisten tulee antaa kansalaisille heidän halutessaan suoja medialta ja ulkopuolisilta kuvaajilta. Myös viranomaisten tulee antaa toimintaohjeet seuraavaan päivään. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 60.)

Poliisi on palkittu vaativien tilanteiden viestinnän osalta. Kun Jokelassa tapahtui koulusurmat vuonna 2007, poliisi sai asiaan liittyvästä viestinnästä paljon kritiikkiä. Poliisiorganisaatio oli kuitenkin ottanut asiasta opikseen, sillä kun Kauhajoella tapahtui vuoden 2008 koulusurmat, poliisin viestintää tapahtuneesta kiiteltiin. Kauhajoen koulusurmien viestinnästä poliisi sai Vuoden viestintäteko-tunnustuksen. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 59–76.)

Koulusurman tapahtuessa Kauhajoella 23.09.2008 alkoi vaativan tilanteen viestintä. Uutinen koulusurmista levisi välittömästi koko maailmalle. Esimerkiksi verkkolehdet seurasivat tilannetta reaaliajassa. ”Tapahtuman uutisarvoa kuvaa se, että maailman suurimman sanomalehden, japanilaisen Yomiuri Shimbunin reportteri lensi Kauhajoelle.” (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 61–62.)

Poliisin yleisjohdon viestintä oli koko ajan aktiivista ja aloitteellista. Poliisilla oli aktiivinen viestintästrategia, jossa viestintä oli nopeaa, jatkuvaa ja avointa. Tapahtumista tiedotettiin ennen kuin tilanne oli täysin hallinnassa ja poliisin tiedottaja oli median saatavilla koko ajan. Ensimmäisen päivän aikana järjestettiin neljä tiedotustilaisuutta. Poliisioperaatio tehtiin tiiviissä yhteistyössä muiden viranomaisten kanssa kuten pelastuslaitoksen, kunnan, terveydenhoidon ja kirkon kanssa. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 61–62.)

Helsingin yliopiston tutkimuksen mukaan poliisilla ja kaupunginjohdolla oli todella hyvät valmiudet viestiä ja toimia kriisissä. Näitä valmiuksia tulee kuitenkin kehittää entisestään, sillä esimerkiksi Kauhajoella ei pystytty kaiken tehdyn viestinnän lisäksi tuottamaan viestintämääräyksen mukaisia kirjallisia tiedotteita. Se, että kirjallisia tiedotteita ei ehditty tekemään, aiheutti sen, että poliisilta ei ollut tullut kirjallista uutisointia lainkaan. Medialle poliisi oli antanut lausuntoja, mutta aina ne eivät välity kuulijoille kokonaisina. Lisäksi ongelmana on se, että lausuntojen antaminen sille

mediataholle, joka jotain asiaa sattuu kysymään, asettaa tiedotusvälineet eriarvoiseen asemaan. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 63.)

Kriisitilanteisiin ja poikkeusoloihin on tehty viestintäohje, jonka on julkaissut valtioneuvoston kanslia. Viestintäohjeessa kerrotaan viestinnällä olevan tärkeä rooli kriisin johtamisessa. Ohjeessa painotetaan viestinnän vuorovaikutteisuutta, luotettavuutta ja nopeutta sekä lisäksi viestinnän suunnittelun merkitystä koko valtionhallinnossa. Viestinnän välineinä kriisitilanteissa ja poikkeusoloissa käytetään tiedotustilaisuuksia, verkkoviestintää sekä puhelinpalvelua. (Valtioneuvoston kanslia 2007, 4–18.)

5.9 Haasteet

Siinä missä sosiaalinen media antaa mahdollisuuksia poliisin julkisuustyölle, aiheuttaa se myös erilaisia haasteita. Hyvä poliisin maine saadaan siten, että tehdään oikeita asioita ja kerrotaan niistä myös muille.

Henkilöllä, jolla on älylaite, on käytettävissään koko internet ja sosiaalisen median palvelut. Sosiaalista mediaa voisinkin luonnehtia matalan kynnyksen ympäristönä. Sosiaalisessa mediassa ollaan nimimerkkien takana ja nykyaikana lähes kenellä tahansa on mahdollisuus sukeltaa sosiaalisen median maailmaan. Tämä aiheuttaa omat haasteensa, sillä nimimerkin takana saattaa olla kuka tahansa. Kuka tahansa voi tuottaa haluamaansa sisältöä, ja erilaista sisältöä internetistä löytyykin miljoonittain.

Koska älypuhelimet ja -laitteet ovat lähes jokaiselle arkipäivää, ja ne löytyvät yleensä ihmisten käsistä koko ajan, ihmiset elävät elämäänsä älylaitteiden ruutujen läpi. Älylaitteet ovat valmiita esimerkiksi ottamaan kuvia, videoita tai jakamaan live-lähetystä erilaisiin sovelluksiin muutamissa sekunneissa. Tämä aiheuttaa sen, että poliisin suorittaessa esimerkiksi työtehtävää, tätä tilannetta saattaa tallentaa useat älylaitteet. ”On ymmärrettävää, että kaikki mitä poliisi tekee, voi välittyä sellaisenaan sosiaalisessa mediassa, niin hyvässä kuin pahassakin” (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 53).

Kuvan- ja videoidenmuokkaus ohjelmat ovat oma haasteensa. Kuvattuja videoita voidaan leikata, siten, että se ei kerro koko tarinaa. Netissä levisi esimerkiksi 2020-vuoden Elokapinasta kuvasarja, jossa poliisi kaasutti kyynelkaasua mielenosoittajia kohti. Kuvasarjasta saa äkkiä sellaisen käsityksen, että poliisi kaasutti maassa istuvia henkilöitä, jotka eivät tehneet mitään muuta kuin istuivat maassa. Kuvia ja videoita pystytään siis irrottamaan oikeasta tarinasta.

Poliisi voi twiitata, kertoa Facebookissa ja käyttää sosiaalista mediaa, mutta niin voi kuka tahansa muukin. Sosiaalinen media on täynnä paljon oikeaa tietoa, mutta myös ristiriitaista tietoa.

Poliisitoiminnan haasteena on saada heidän oma viestintänsä kansalaisten kuuluviin. Tämän vuoksi on tärkeää, että poliisi kommunikoi sellaisin tavoin, jotka tavoittavat kansalaiset. (Lee 2014, 186–187.) Hyvä esimerkki tästä on se, että harva nykyuori seuraa seitsemän uutisia televisiosta. Nuoret ovat sosiaalisen median palveluissa, kuten Instagramissa ja Tiktokissa, ja he saavat tietonsa niiden kautta.

Yksi haasteista on sosiaalisen median sosiaalisuus. Poliisin tulee pystyä keskustelemaan ja olemaan vuorovaikutuksessa sosiaalisessa mediassa kansalaisten kanssa. Jos ihmiset puhuvat jostain tietystä aiheesta, joka saattaa olla sillä hetkellä pinnalla, tulee poliisin käyttää sitä tilaisuutena kertoa heille, mitä ja miten poliisi tekee sekä lisätä tarkoituksenmukaisia lisätietoja. (Lee 2014, 187.) Tämä on osaltaan siis resurssikysymys. Onko meillä tarpeeksi poliiseja viestimässä ja vuorovaikuttamassa sosiaalisessa mediassa?

Myös maalittaminen on oma haasteensa. Maalittamisella tarkoitetaan ilmiötä, ”jossa yksi tai useampi toimija kehottaa ja yllyttää suurta joukkoa hyökkäämään yhden ihmisen kimppuun eri tavoin esimerkiksi lähettämällä vihaviestejä sähköpostilla tai sosiaalisessa mediassa.” Maalittaminen voi olla yksityistietojen kaivamista ja niiden vääristelyä tai epäsuoraa tai suoranaista uhkailua. Sillä on tarkoitus vaikuttaa koko organisaation päätöksiin tai toimintaan painostamalla tai uhkailemalla yksittäistä työntekijää. (Sisäministeriö.)

Sosiaalinen media ja siellä esiintyminen altistaa häirinnän, kiusaamisen ja vihan kohteeksi joutumiselle. Sosiaalisessa mediassa häirintä, kiusaaminen ja vihaviestit ovat koko ajan yleisempiä. Vies-tien kirjo voi vaihdella ”asiattomista loukkauksista tappouhkauksiin.” Työnantajien tulisi kiinnittää huomiota siihen, että julkisuudessa esiintyminen on yksi osa työturvallisuusriskiä. Henkilöiden kokemana kiusaaminen ja mahdollinen uhkailu sosiaalisessa mediassa vaikuttavat työhyvinvointiin ja seuraukset psyykkiselle hyvinvoinnille voivat olla hyvin merkittäviä. (Oksanen 2021.) Poliisi on hyvin julkisessa työssä ja saa useimmiten uransa aikana monenlaisia kommentteja solvauksista tappouhkauksiin.

5.10 Tulevaisuudessa kehitettävää

Koska maailmalla viestinnän muodot muokkautuvat koko ajan uudelleen, myös poliisiin viestintää tulee kehittää jatkuvasti. Esimerkiksi erilaiset poliisitelevisiosarjat ovat lisänneet poliisin näkyvyyttä huomattavasti. Poliisi on pystynyt tehostamaan vuorovaikutusta sosiaalisessa mediassa. Enää ei ole kysymys siitä, käyttääkö poliisi sosiaalista mediaa, vaan siitä, miten poliisi käyttää sitä (Schneider 2016, 123).

Vuonna 2009 julkaistussa julkaisussa ”Poliisin viestinnän nykytila, viestintä strategia ja kehittämisalueet vuosille 2010–2013” kerrotaan, että poliisin viestinnässä on useita kehittämistarpeita.

Julkaisun mukaan kehitettävää löytyy melkein jokaiselta viestinnän osa-alueelta. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 75.)

Tulevaisuudessa poliisin viestinnässä tulee kasvattaa riittävää osaamista hallinnon kaikilla tasoilla. Poliisin viestinnässä tulee kehittää ennakointia selittämisen sijaan. Asioihin tulee siis puuttua etupainotteisesti eikä jälkikäteen. Poliisin viestinnässä tulee tulevaisuudessa ylläpitää ja lisätä näkyvyyttä. Viestinnässä täytyy lisätä vuorovaikutteisuutta poliisin ja kansalaisten välillä. Poliisi pystyy omalla viestinnällään vaikuttamaan poliisin maineeseen, ja tätä tulee kehittää tulevaisuuden viestinnässä. Viestinnässä tulee myös kehittää strategista vaikuttavuutta sekä seurata ja arvioida viestintää tehostetummin. Tulevaisuudessa viestintää tulee kehittää myös poliisihallinnon sisällä esimerkiksi ottamalla oma henkilöstö paremmin huomioon. (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 76.)

Tiedotusvälineet asettavat poliisille yhä suurempia vaatimuksia tiedottamisen suhteen. Poliisissa ymmärretään median ja tiedottamisen tärkeys, ja siksi poliisi onkin pyrkinyt kehittämään erilaisia mekanismeja, joilla voidaan hallita tiedotusvälineiden pyyntöjä ja itse tiedonjakoa. Tiedotusvälineet ja -palvelut ovat alkaneet vakiintua poliisissa. Poliisiorganisaatiot ovat alkaneet perustaa viestintäyksiköitä, joissa työskentelee viestinnän ja suhdetoiminnan asiantuntijoita. (Lee ja McGovern 2014, 15). Suomen poliisiin on perustettu alueellisia ja valtakunnallisia viestinnän valmiusryhmiä, sillä yksittäisissä tilanteissa poliisilta edellytetään nopeaa reagointia sekä tehokasta viestintää ja organisointia (Poliisin viestintäpääällikköverkosto ym. 2015, 29).

Sosiaalisen median merkitys yhteiskunnassa korostuu koko ajan, ja viestinnän erilaiset kanavat muuttuvat ja kehittyvät koko ajan. Poliisin on viestinnässään huomioitava tämä jatkuva kehittyminen ja sen tuomat vaatimukset: ”nopeampi reagointikyky, jatkuva kysyntä uudelle informaatiolle, teknisen osaamisen taso sekä korostettu tarve visuaaliselle materiaalille” (Poliisin viestintästrategia 2009, 16).

Joka kolmas suomen kansalaisista pitää tärkeänä mahdollisuutta olla vuorovaikutuksessa poliisin kanssa internetin eri palveluissa (Sisäasiainministeriö poliisiosasto ym. 2009, 76). Poliiseille on ehdottomasti tarve sosiaalisen median pelikentillä. Tämä tarkoittaa sitä, että poliisin tulee laittaa lisää resursseja sosiaaliseen mediaan eli hankkia välineistöä ja henkilöstöä työskentelemään sosiaalisen median parissa.

Poliisin osaamisen tarve viestinnässä ja mediassa kasvaa, kun toimintaympäristöt muuttuvat (Poliisin viestintäpääällikköverkosto ym. 2015, 29). Tämä tarkoittaa, että poliisiorganisaation tulee pitää huolta siitä, että työntekijöitä koulutetaan ja pidetään ajan tasalla. Sosiaalinen media muuttuu ja kehittyy nopeasti ja siinä on vaikea pysyä mukana. Jokaisen tulisi kuitenkin ymmärtää sosiaalisen median merkitys nyky-yhteiskunnassa.

6 POLIISIOPISKELIJA LEPPÄNIEMI INSTAGRAM-TILI

Olen aina ollut kiinnostunut sosiaalisesta mediasta sekä yleisesti viestinnästä. Älypuhelimet ja sosiaalinen media ovat osa omaa nuoruuttani. Kuten aiemmin kerroin sosiaalisen median kehityksestä, olen siis omalla tavallani kasvanut erilaisen sosiaalisen median palveluiden kehittyessä. Muistan saaneeni ensimmäisen älypuhelimeni mennessäni yläasteelle. Silloin ei kuitenkaan älypuhelimesta löytynyt samalla laajuudella sosiaalisen median palveluita kuin nykyään.

Nykyään katukuvassa melkein jokaisella vauvasta vaariin on kädessään älypuhelin tai muu älylaite. Yhä nuoremmat omistavat älylaitteen ja täten heillä on saatavilla koko sosiaalisen median palveluiden kirjo muutamien klikkauksien päässä. Tämä antaa ja tuo mahdollisuuksia niin palveluiden tarjoajille kuin niiden käyttäjillekin. Palveluiden tuottama sisältö ei kuitenkaan aina ole tarkoitettu nuorille käyttäjille. Joissain sosiaalisen median palveluissa on käytössä ikäraajat tai ikäsuositukset, mutta käyttäjä voi huijata syntymävuotensa palveluun rekisteröityessä ja tällöin kiertää ikärajoituksen.

Silloin, kun hain opiskelemaan Poliisiammattikorkeakouluun, seurasin aktiivisesti Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median eri kanavia, erityisesti Snapchattia, jonne Poliisiammattikorkeakoulun opiskelijat tekivät aktiivisesti sisältöä. Siellä he vastasivat seuraajien kysymyksiin, kertoivat Poliisiammattikorkeakoulussa opiskelusta ja antoivat vinkkejä valintakokeita varten.

Mielestäni oli erittäin mielenkiintoista kuulla Poliisiammattikorkeakoulussa opiskelusta ja päästä kuulemaan opiskelijoiden kokemuksia. Katsojille jokainen, joka on pukeutunut poliisin haalareihin, on poliisi. Katsoja ei osaa erottaa onko poliisi opiskelija vai kokenut konkari. Tämä tarkoittaa, että jokainen poliisiorganisaatiossa edustaa poliisia, vaikka olisi vasta ensimmäistä kertaa haalarit päällä.

Yhden vuoden aikana Suomen kansalaisista noin puolet ovat kontaktissa poliisin kanssa, sillä vuonna 2020 57 % suomen kansalaisista ei ollut ollut missään kontaktissa poliisin kanssa viimeisen 12 kuukauden aikana (Vuorensyrjä & Rauta 2020). Poliisi saattaa näyttytyä pelottavana hahmona sellaisille ihmisille, jotka eivät välttämättä koskaan ole olleet tekemisissä poliisin kanssa. Ennen kuin itse pääsin opiskelemaan Poliisiammattikorkeakouluun, arjessa nähtyäni esimerkiksi poliisiauton ajaessani jonnekin, sydämeni alkoi hakata, ja tuntui kuin olisin tehnyt jotain väärin, vaikka näin ei ollutkaan. Tiedän, että tähän tunteeseen samaistuvat monet ihmisistä. Haluan itse tuoda poliisin esiin sellaisena kuin se on: organisaatio, jossa on tavallisia ihmisiä, jotka ovat valinneet poliisin ammatin. Haluan tuoda poliisia lähemmäksi kansalaisia.

6.1 Mistä kaikki alkoi?

Kun sain tiedon, että olin päässyt opiskelemaan Poliisiammattikorkeakouluun, minulla oli jo tuolloin pieni ajatus siitä, että haluaisin hyödyntää sosiaalista mediaa tulevaisuudessa poliisin ammatissani. Kuten kerroin, olen aina ollut kiinnostunut sosiaalisesta mediasta ja viestinnästä. Poliisin näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa tuli ja tulee mielestäni lisätä. Sosiaalinen media antaa paljon mahdollisuuksia myös poliisille. Sosiaalisen median kautta poliisi pystyy tavoittamaan paljon ihmisiä ja antamaan tärkeää tietoa.

Ajatukseni oli oman poliisiprofiilin perustaminen johonkin sosiaalisen median palveluun. Kyseisen profiilin kautta tarkoitukseni oli kertoa Poliisiammattikorkeakoulussa opiskelusta. Haluni oli myös tuoda kansalaisten tietoisuuteen erilaisia tärkeitä asioita kuten suojatieturvallisuuden ja heijastimen käytön tärkeys (portfolion kuvat 25 ja 37). Tarkoitukseni oli tuoda poliisia lähemmäs kansalaisia ja tuoda poliisi helpommin lähestyttäväksi.

Kerroin mahdollisista ideoistani läheisille perheenjäsenilleni ja ystäväilleni. Heidän mielestään ideani oli hyvä, ja heidän mielestään ideani kaltaiselle tilille olisi ehdottomasti tarvetta. Kun sitten tästä sain lisää motivaatiota, aloin suunnittelemaan erilaisia ideoita, joiden avulla voisin toteuttaa halunani.

Keräsin rohkeuteni ja otin aiheen ensimmäistä kertaa puheeksi Poliisiammattikorkeakoulun viestintäryhmän kanssa vuoden 2020 alussa. Koronaviruspandemia kuitenkin muutti suunnitelmia, sillä kaikki opetus siirtyi etäopetukseen, ja se vei monilta ideoiltani pohjan. Kuukaudet vierivät ja mielesäni pyöri yhä monia ideoita ja ajatuksia, miten voisin hyödyntää sosiaalista mediaa opiskeluissani. Niinpä otin jälleen yhteyttä Poliisiammattikorkeakoulun viestintäryhmään vuoden 2021 alussa.

Vuoden 2021 alkuun mennessä ideani oli hieman muuttanut muotoaan ja esittelinkin viestintäryhmälle idean, jossa perustaisin oman henkilökohtaisen poliisiopiskelijan Instagram-tilin. Ajatukseni oli, että tililläni tulisin kertomaan poliisiammattikorkeakoulun valintakokeista, opiskelusta, työharjoittelusta sekä yleisesti voisin tililläni antaa tärkeää informaatiota. Pidimme Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän tiimin kanssa palaverin asiasta ja sain luvan kyseiseen Instagram-tiliin.

6.2 Alkutoimet

Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän palaverissa kerroin paremmin ajatuksiani tilin perustamisesta ja sen tarkoituksista. Kerroin suunnittelemistani julkaisujen aiheista. Keskustelimme myös tulevan Instagram-käyttäjän käyttäjänimestä, ja mielestämme nimestä tulisi heti käydä ilmi, että olen opiskelija, sillä ulkopuolinen henkilö ei osaa kuvista katsoa onko poliisi opiskelija vai ei.

Ennen kuin tein käyttäjää Instagramiin, suunnittelin tulevia julkaisuja ja niiden tekstejä. Otin myös ystäväni avustuksella erilaisia valokuvia, joita voisin tulevissa julkaisuissani käyttää. Olimme sopineet Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän kanssa, että tilini julkaistaan 3.5.2021, jolloin myös julkaisen ensimmäisen julkaisuni. Julkaisupäivä siirtyi, sillä viestinnän täytyi ottaa asian tiimoilta eräisiin henkilöihin vielä yhteyttä.

Ennen ensimmäistä julkaisuani rekisteröidyin Instagramiin ja tein käyttäjän, jonka nimeksi valikoitui poliisiopiskelijaleppaniemi. Nimestä kävi ilmi statukseni opiskelijana. Kirjoitin myös profiiliini itsestäni esittelyyn, jonka pääset lukemaan portfolion kuvasta 1. Tällöin en ollut julkaissut yhtäkään julkaisua, eikä minulla ollut yhtäkään seuraajaa.

6.3 Ensimmäinen julkaisu

Kun tilini oli valmis ja sain viestinnältä vihreää valoa, julkaisin ensimmäisen julkaisun 6.5.2021 (portfolion kuva 4). Kyseinen julkaisu oli valokuva minusta ja kuvatekstissä kerroin lyhyesti itsestäni. Kerroin olevani kolmannen vuoden poliisiopiskelija ja olevani työharjoittelussa. Kerroin, että tiilläni tulen kertomaan kokemuksiani opiskelusta Poliisiammattikorkeakoulussa. Lisäksi kerroin, että tarkoitukseni on kirjoittaa opinnäytetyö, joka liittyy sosiaaliseen mediaan, ja että aion käyttää kyseistä tiliä apunani. Halusin myös kertoa, että minulle voi lähettää viestiä Instagram-Directin kautta ja ehdottaa esimerkiksi aiheita, joita seuraajat haluaisivat minun käsittelevän.

Julkaisuni otettiin erittäin hyvin vastaan. Poliisiammattikorkeakoulun ja Lounais-Suomen poliisilaitoksen Instagram-tilit jakoivat julkaisuni, joten julkaisuni sai tätä kautta suuren yleisön. Sain heti useita viestejä Instagram-Directin kautta ja siellä ihmiset kertoivat, miten innolla odottavat tulevia julkaisuja ja kertoivat mielenkiinnostaan poliisiksi opiskeluun ja poliisin ammattiin. Osa antoi myös heti aihe-ehdotuksia, joista haluaisivat tulevaisuudessa kuulla.

6.4 Julkaisujen suunnittelu ja toteutus

Olin ideoinut monia erilaisia aiheita, joita tulisin julkaisuissani käsittelemään. Latasin myös Excel-kalenterin, johon suunnittelin tulevien julkaisujeni julkaisuajankohdat. Tämä oli alkuun itselle selkeyttävä tekijä, ja jatkoinkin tätä kalenterikäytäntöä ensimmäiset kuukaudet. Näiden ensimmäisten kuukausien jälkeen se jäi kuitenkin käytöstäni kokonaan pois.

Minulla oli puhelimessani käytössä erillinen sovellus, jolla suunnittelin Instagram-tilini ulkoasua. Sovelluksella pystyin suunnittelemaan etukäteen kuvien järjestystä ja näkemään, mitkä kuvat sopivat vierekkäin ja mitkä eivät. Itselleni profiilini ulkoasu on alusta saakka ollut tärkeä. Olen halunnut, että profiilini on visuaalisesti näyttävä ja selkeä.

Yleisesti ottaen julkaisun julkaiseminen tapahtuu seuraavasti: suunnittelen mielessäni julkaisun aiheen, ja kun olen päättänyt sen, teen tiedonhakua aiheesta ennen tekstin kirjoittamista. Tiedonhaun jälkeen aloitan kirjoittamaan julkaisua tietokoneella suoraan Wordiin. Tämän jälkeen, kun teksti on kirjoitettu, muokkaan valmiiksi kuvan, joka on julkaisua varten etukäteen otettu. Kun kuva on muokattu ja teksti tarkistettu, siirryn Instagramin puolelle, jossa alan viimeistellä kuvaa ja tekstiä. Muokkaan tekstiin sopivat emojiit eli kuvasymbolit sekä hashtagit. Tämän jälkeen julkaisu on valmis julkaistavaksi. Usein julkaistuani julkaisun profiilissani jaan sen myös Instagram-Storyn puolella.

6.5 Tekstit

Jokaisessa julkaisussani on kuvateksti, jossa käsittelen jonkin aiheen. Tekstit olen työstänyt aina ensin tietokoneella, sillä kirjoittaminen tietokoneella on huomattavasti nopeampaa ja helpompaa, kuin älypuhelimella. Tekstien apuna olen käyttänyt paljon Polamk.fi nettisivuilta saatavilla olevaa tietoa. Nettisivuilta löytyy kattavasti tietoa erilaisista aiheista, joita olen julkaisuissani käsitellyt. Kun tekstini on valmis, lähetän sen yleensä opiskelijaystävälleni Anetelle, joka on samalla oikolukenuk tekstin ja kertoo mahdollisista kielivirheistä.

Olen halunnut säilyttää julkaisujeni teksteissä puhekielimäisyyden, jotta se olisi mukavampaa luetavaa. Itselläni on vahva Etelä-Pohjanmaan murre niin puheessa kuin kirjoittaessakin. Olen ottanut tekstiä kirjoittaessani aina huomioon julkaisun aiheen. Mikäli aihe on ollut enemmän tiedollinen kuten heijastinpäivä-julkaisussa (portfolion kuva 37), olen käyttänyt enemmän kirjakielimäistä tekstityyliä. Kun sitten taas julkaisuissa, joissa olen esimerkiksi kertonut kuulumisiani kuten portfolion kuvassa 40, tai vastannut kysymyksiin kuten kuvassa 11, olen käyttänyt huomattavasti rennompaa kieltä. Olen halunnut tuoda tällä rennomman tyylisellä tekstillä itseäni lähemmäs seuraajiani. Vakaava kirjakielimäistä tekstiä on sosiaalisessa mediassa mielestäni raskasta lukea.

6.6 Valo- ja videokuvaus

Julkaisuni perustuvat valo- tai videokuvaan, kuitenkin pääasiassa valokuvaan. Heti alussa tiesin, että tulen tarvitsemaan apua valokuvien ottamisessa, koska vaikea on olla samaan aikaan kameran edessä ja takana. Instagram-tilini alettua toukokuussa 2021 olin työharjoittelussa, ja onneksi samaisella poliisiasemalla oli työharjoittelussa opiskelijakaverini Teemu, joka auttoi kuvien ottamisen kanssa.

Ensimmäisellä kuvauskerralla kuvasimme useita erilaisia kuvia erityisesti Instagram-tilini perustamista varten. Kuvasimme erilaisia henkilökuvia, joita voisin käyttää niin julkaisuissani kuin tilini profiilikuvanakin. Kuvasimme vielä myöhemmin työharjoittelun aikana erilaisia valokuvia esimerkiksi poliisiauton kanssa. Itselleni kuvattavana olo on ollut helppoa, sillä olen aikaisemminkin henkilökohtaisessa elämässä pitänyt paljon valokuvaamisesta ja kuvattavana olemisesta.

Lisäksi sain Poliisiammattikorkeakoulun viestinnältä pääsyn Poliisiammattikorkeakoulun kuvagalleriaan, josta pystyisin tarvittaessa käyttämään kuvia julkaisuissani. Käytin tililläni kahta kuvaa kyseisestä kuvagalleriasta (portfolion kuvat 10 ja 12).

Jokainen valokuva on otettu minun henkilökohtaisella älypuhelimellani, sillä en ole tätä projektia varten saanut erillistä työpuhelinia tai kameraa. Muokkaan myös otettuja kuvia ennen niiden julkaisua itse ostamalla valokuvanmuokkaussovelluksella. Valokuvissa muokkaan pääasiassa niiden värejä ja terävyyttä.

Valokuvasin työharjoittelun aikana myös itse erilaisia tilanteita aina silloin kuin se oli mahdollista. Alkuun kuitenkin huomasin ujostelevani paljon valokuvaamisen kanssa. Työharjoittelun jälkeen palasin koululle ja siellä kuvailin useaan otteeseen Teemun ja Aneten kanssa erilaista materiaalia tiiliäni varten.

Profiilissani on nähty myös videokuvaa erityisesti Instagram Storyssa. Useat Stories-videokuvajulkaisut ovat olleet minusta itsestäni. Olen esimerkiksi vastannut videoilla seuraajien lähettämiin kysymyksiin. Tällaisissa tilanteissa olen asettanut älypuhelimeni jalustalle ja alkanut videokuvaamaan. Näitä minun kuvaamiani videoita löytää Instagram-tilini profiiliin kohokohdista.

Videokuvasin myös yhden Reels-videon, jossa niin sanotusti vaihdan työhaalarit päälle yhden hyppyn aikana (portfolion kuva 13). Videon löytää Instagram-tilini profiilista. Tällaiset asujenvaihtovideot olivat erittäin trendaavia eli ajankohtaisia ja suosittuja videoita silloin, kun itsekin tein sen. Idea kyseiseen videoon tuli monien muiden sosiaalisen median käyttäjien inspiroimana.

6.7 Työaika

Sosiaalinen media on päällä 365 päivänä vuodessa 24 tunnin ajan. Sosiaalinen media ei siis sammu illalla valojen sammuttua. Sosiaalinen media vaatii aktiivista läsnäoloa eli jatkuvaa osallistumista ja reagointia. Seuraavaksi kerron, miten paljon itse käytän työaika Instagram-tilini päivittämiseen.

Minulle tästä Instagram-tilin päivittämisestä ei makseta palkkaa eli en saa mitään rahallista hyvitystä tekemistäni julkaisuistani ja käyttämästä ajastani. Kaikki se työ, mitä julkaisut vaativat suunnittelusta, julkaisuun ja aina julkaisun saaman palautteen ja kysymystulvan läpikäymiseen, hoidan täysin omalla vapaa-ajallani.

Kerron esimerkin avulla siitä, miten paljon käytän aikaa tilini hoitamiseen. Suunnittelin tekeväni julkaisun aiheesta valintakokeiden fyysiset testit. Koska valintakokeiden fyysisissä testeissä on neljä osakoetta, ajattelin paneutua jokaiseen enemmän ja tehdä jokaisesta oman julkaisun ja toteuttaa tästä neliosaisen julkaisusarjan ”valintakokeiden fyysiset testit”, jossa neljän viikon ajan, joka torstai

päästäisiin tutustumaan yhteen osakokeeseen. Päätin lähteä toteuttamaan julkaisusarjaa siten, että suorittaisin valintakokeiden fyysiset testit itse, jolloin saan testitulokset jaettavaksi seuraajilleni. Tarkoitukseni oli saada myös paljon kuva- ja videomateriaalia, kun suoritan testit, julkaisuja varten.

Ensin suunnittelin kyseiset neljä julkaisua: kestävyystesti, ketteryystesti, ylätalja-/leuanveto ja penkkipunnerrus. Kirjoitin näiden neljän julkaisun tekstit käyttäen Polamk.fi nettisivustoa lähteenäni. Kirjoitin julkaisuja kahden tunnin ajan. Seuraavaksi vuorossa oli testien suorittaminen ja materiaalin kuvaaminen. Tähän osuuteen tarvitsin ulkopuolista apua ja sain opiskelijakaverini Aneten kuvaamaan ja auttamaan järjestelyissä. Suoritin fyysiset testit ja kuvasimme paljon materiaalia. Tässä meni neljä tuntia. Kuvatun materiaalin läpikäymiseen ja muokkaamiseen meni neljä tuntia. Julkaisin ensimmäisen julkaisun tililläni ja tässä meni noin 30 minuuttia. Julkaisun jälkeen jaoin julkaisun Storyssani ja laitoin sinne lisää materiaalia sekä kuvasin lisää materiaalia liittyen aiheeseen. Tähän sain käytettyä aikaa kaksi tuntia.

Sain siis suurimman osan materiaaleista kuvattua yhdellä kuvauskerralla Aneten avustuksella. Kirjoitin myös tekstit melkein valmiiksi heti kerralla. Kuitenkin joka viikko oli vuorossa julkaisujen julkaiseminen. Ennen julkaisua oli tehtävä tekstin läpikäyminen ja viimeisten muutosten teko. Jokaisella viikolla myös muokkasinkin uudet kuvat julkaisua varten. Julkaisun julkaistua jaoin julkaisun Storyssani ja lisäsin sinne myös muuta materiaalia, joka oli joko jo aiemmin kuvattua, mutta ei muokattua eikä tekstitettyä, tai kuvasin siinä hetkessä materiaalia, joka täytyi muokata ja tekstittää. Eli raa'asti arvioiden tähän neliosaisen julkaisusarjan tekoon alusta loppuun meni 25 tuntia.

On vaikea sanoa, miten paljon olen käyttänyt aikaani Instagram-tilini päivittämiseen, mutta tuntimäärällisesti todella paljon. Osa julkaisuista on tietenkin tullut pienemmällä tuntimäärällä kuin toiset, mutta kyllä jokaisen julkaisun takana työtunteja tulee vähintään kaksi. Lisäksi on huomioitava kaikki se aika, mitä vietän Instagram-tililläni vuorovaikutuksessa seuraajieni kanssa vastamaalla esimerkiksi heidän kysymyksiinsä sekä seuraillen seurattavieni julkaisuja.

Työaikaan vaikuttaa erityisen paljon se, teenkö materiaalia Storyn puolelle vai en. Itse pidän erittäin paljon Storyn päivittämisestä ja tiedän, että se on myös seuraajille erittäin mielekästä seurattavaa. Storyjen tekeminen vie kuitenkin paljon aikaa. Tästä on esimerkkinä tekemäni kysymysvastaus-Storyt, jotka löytyvät Instagram-tilini profiilin kohokohdista. Kyseisissä kysymysvastaus-Storyissa vastaan seuraajieni kysymyksiin, joita he ovat saaneet lähettää minulle aiemmin Storyyn laittamasani julkaisuissa, jossa on ollut kysymyslaatikko. Olen tehnyt esimerkiksi valintakoeaiheisen kysymysvastaus-Storyn. Jokaisen kysymyksen vastauksen tarkistan Polamk.fi nettisivuilta. Kyseiset Storyt olen tehnyt videovastaustyyliin, eli kuvaan itseäni ja vastaan kysymykseen videolla. Aika usein joudun kuvaamaan saman videon useaan kertaan, koska sanani saattavat mennä sekaisin

tai vastaus ei mahdu haluamaani aikaan. Kun olen saanut kuvattua vastauksen kysymykseen, usein tekstitän vastauksen, jotta katsoja voi myös lukea vastauksen ilman ääniä. Tällainen laaja Storyjen teko vie useita tunteja. Keskimäärin arvioisin sen vievän 3–5 tuntia.

Sosiaalinen media siis vaatii aktiivista läsnäoloa, ja tähän tulisi varata runsaasti työaika. Mikäli minä jatkan kyseistä Instagramissa työskentelyä vanhempana konstaapelina valmistumiseni jälkeen, tulee tämä sosiaalisen median työ tapahtua työajalla. Ja vaikka työskentely tapahtuisikin työajalla, tulee hyväksyä se, että esimerkiksi viestit saavuttavat myös vapaa-ajalla. Tässä tietenkin helpottaisi erillinen työpuhelin.

6.8 Tilastotietoa

Instagramissa on ammattilaistiliominaisuus, joka antaa käyttäjille mahdollisuuden erilaisille työkaluille. Kuka tahansa voi muuttaa käyttäjänsä ammattilaistiliksi. Itse muutin tilini ammattilaistiliksi vasta muutaman kuukauden jälkeen, sillä en ollut ennen sitä oikeastaan tiennyt, mitä ammattilaistili tarkoittaa, ja miten sitä ominaisuutta voisi hyödyntää. Kun sitten muutin tilini ammattilaistiliksi, sain käyttööni useita erilaisia työkaluja ja informaatiota, jota normaalina käyttäjänä en saanut tietooni.

Ammattilaistilin avulla saan erilaista tietoa käyttäjäni seuraajista sekä julkaisuistani. Tällä hetkellä 14.02.2022 tilillä on 5 646 seuraajaa. Portfolion kuvasta 46 voidaan havaita, että seuraajistani 59.6 % on naisia ja 40.3 % miehiä. Seuraajistani 9.3 % on 13–17-vuotiaita, 42.2 % 18–24-vuotiaita, 28.5 % 25–34-vuotiaita, 12.9 % 35–44-vuotiaita, 4.7 % 45–54-vuotiaita, 1.5 % 55–64-vuotiaita ja 0.5 % yli 65-vuotiaita. (Instagram.)

Seuraajistani 95.8 % asuu Suomessa ja jäljelle jäävä osa seuraajistani asuu muun muassa Ruotsissa, Espanjassa ja Venäjällä. Suomessa asuvista seuraajistani 9.5 % asuu Helsingissä, 6.8 % Tampereella ja 5.7 % Turussa, lisää sijainneista portfolion kuvassa 48. (Instagram.)

Ammattilaistilin työkalujen avulla saan selville, kuinka monia käyttäjiä julkaisuni ovat tavoittaneet. Suurin tavoitettavuus yli 350 000 käyttäjää on ollut 27.9.2021 julkaistulla julkaisulla, portfolioissa kuva 36. Toiseksi eniten käyttäjiä oli tavoittanut julkaisu, jossa kerron etälamauttimen käyttäjäkoulutuspäivästä, julkaisu, kuva 26. Se oli tavoittanut lähes 195 000 käyttäjää. Kolmanneksi suurimman tavoitettavuuden, yli 175 000 käyttäjää, oli saavuttanut julkaisu, jossa kerroin muutamia faktoja itsestäni, kuva 32. (Instagram.)

Työkalun avulla näkee viimeisimpien 7 päivän, kuukauden ja 90 päivän muutokset seuraajamäärissä ja tavoitettujen käyttäjien määrän. Viimeisen 90 päivän aikana 30.11.2021-28.02.2022 tilini on tavoittanut yli 270 000 käyttäjää. (Instagram.)

Ammattilaistilin työkalut ovat mielestäni mielenkiintoista seurattavaa. On mielenkiintoista nähdä, kuinka suuren yleisön julkaisut oikeasti tavoittavat. Tykkäys- ja kommenttimäärät eivät nimittäin tosiasiassa kerro siitä kovinkaan paljoa.

6.9 Vuorovaikutus seuraajien kanssa

Ihmisten on helppo lähestyä sosiaalisen median palveluissa poliisia, mikä lisää kansalaisen ja poliisin välistä vuorovaikutusta. On huomattavasti helpompaa lähestyä ja kysyä arkojakin kysymyksiä nimimerkin takaa kuin suoraan kasvokkain. Poliisi sosiaalisessa mediassa antaa matalan kynnyksen mahdollisuuden ottaa yhteyttä poliisiin.

Heti ensimmäisessä julkaisussa kerroin seuraajilleni, että minulle saa laittaa viestiä Instagram-Directin kautta. Kerroin, että minulta saa kysyä kysymyksiä sekä ehdottaa erilaisia aiheita, joista seuraajani toivoisivat minun kertovan. Alusta alkaen olenkin saanut paljon yhteydenottoja Instagram-Directin kautta.

Sosiaalinen media muuttaa ihmisten tapaa hakea tietoa. Usein ajatellaan, että on helpompaa tulla kysymään suoraan informaatiota antavalta käyttäjältä kuin lähteä selvittämään omaan kysymykseen vastausta virallisia kanavia pitkin. Instagram-Direct on helppo tapa seuraajille kysyä minulta mitä tahansa yksityisesti.

Suurin osa saamistani yhteydenotoista on ollut kysymyksiä liittyen Poliisiammattikorkeakoulussa opiskeluun ja valintakokeisiin, erityisesti fyysisiin testeihin. Kysymyksiä on tullut laidasta laitaan, eikä minulla ole usein ollut antaa heti suoraa vastausta kysymykseen, vaan joudun itse etsimään kysymykseen vastauksen ja käyttämään tähän paljon aikaa. Usein julkaistuni julkaisun tietystä aiheesta sain sen jälkeen monia kysymyksiä, joihin vastauksen olisi löytänyt juuri julkaisemastani tekstistä tai ainakin Polamk.fi nettisivuilta, jonka olen maininnut monissa julkaisuissani. Eli erittäin suuri osa saamistani kysymyksistäni ovat olleet sellaisia, että vastauksen olisi löytänyt Polamk.fi nettisivuilta. Tietenkin jokainen yksittäinen kysymys kuormittaa vastaajaa.

Välillä viestipyyntöjä on ollut useita kymmeniä Instagram-Directissä odottamassa vastaamista. Ne eivät oikeastaan koskaan lopu, sillä aina, kun saa vastattua edellisiin kysymyksiin, tulee jo uusia kysymyksiä tilalle. Kun käytän tähän kaikkeen täysin omaa vapaa-aikaani, on se vienyt välillä paljonkin resurssejani vastata jokaiseen kysymykseen erikseen.

Erityisesti jossain kohtaa huomasin, että minua itseäni alkoi hieman turhauttamaan, kun monet kyselivät sellaisia asioita, jotka löytyisivät suoraan internetin hakupalvelua käyttämällä. Tietenkin ymmärrän, että on helppoa tulla kysymään minulta, koska käyttäjäni ei sosiaalisessa mediassa nuku lainkaan, ja täten olen seuraajilleni tavoitettavissa jokaisena vuodenpäivänä vuorokauden ympäri.

Kuitenkaan en kokenut, että viestejä olisi tullut liikaa, sillä silti viestimääräni eivät varmasti ole mitään verrattuna useisiin sosiaalisen median vaikuttajiin, joilla on kymmeniä- tai jopa satojatuhansia seuraajia. Sain kuitenkin itse valita, koska vastasin saamiini viesteihin.

Myös julkaisuni ovat keränneet kommentteja ja niiden perkaaminen on ehdottomasti itseltäni jäänyt paljon vähemmälle. En tiedä onko syynä se, että tililleni tulee niin paljon erilaisia ilmoituksia, minkä vuoksi nämä julkaisujen kommentit jäävät niiden peittoon. Olen kuitenkin huomannut, että saan julkaisuihini enemmän negatiivisia tai solvauskommentteja, kuin Instagram-Directin kautta.

Osa Instagram-Direct-yhteydenotoista ovat olleet pelkästään juttukaverin etsimistä, minkä lisäksi joukkoon mahtuu niin treffipyyntöjä kuin solvausviestejäkin. Mikäli viesti ei ole ollut suoraan halveksuva tai pelkkää solvausta, olen vastannut viesteihin asiallisesti, ja jos viesti on ollut alun alkaen epäasiallinen, olen suoraan poistanut viestin. Eräs seuraajani myös lähetteli usean päivän ajan häiriköivästi minulle viestejä, joten estin kyseisen käyttäjän kokonaan.

Olen kuitenkin nauttinut vuorovaikutuksesta muiden ihmisten kanssa Instagram-tilini välityksellä. Useiden henkilöiden kanssa olemme jutelleet useita viestejä ja olen vastailut heille tekstiviestien lisäksi ääniviesteillä.

6.10 Palaute

Kirjoitin Instagram-tililleni julkaisun, jossa pyysin seuraajiani antamaan minulle palautetta tilistäni, katso lisää kuvasta 45. Pyysin seuraajiani siis antamaan kommentteja, mielipiteitä tai palautetta tilistäni ja toiminnastani siellä. Pyysin heitä kommentoimaan julkaisuuni tai lähettämään minulle viestiä Instagram-Directin kautta. Sain heti useita viestejä erityisesti Instagram-Directin kautta.

Myöhemmin saman päivän aikana kerroin myös videon välityksellä Instagram-Storiesin puolella tästä toiveestani palautteen saamiseksi tilistäni. Kerroin tekeväni opinnäytetyötä ja avasin myös aihettani, josta aion opinnäytetyöni kirjoittaa. Lopussa pyysin seuraajiani antamaan kommentteja ja palautetta tilistäni ja poliisin viestinnästä yleisesti. Lisäksi kerroin, että laitan yhteen Storyyn kysymyslaatikon, johon palautetta voi myös laittaa.

Sain useita kommentteja suoraan julkaisuuni, useita kymmeniä Instagram-Direct-viestejä ja vastauksia Storyn kysymyslaatikkoon. Kävin viestejä läpi ja vastasin jokaiseen saamaani palautteeseen henkilökohtaisesti. Sain palautetta niin poliisiksi haluavilta, poliisiksi opiskelevilta, valmistuneilta poliiseilta sekä täysin ulkopuolisilta henkilöiltä, joita ei poliisin ammatti opiskelumielessä kiinnosta.

Seuraavaksi käsittelen saamaani palautetta. Suorat lainaukset saamastani palautteesta on tekstissä kursivoituna. Käsittelin jokaisen palautteen anonyymisti, joten kenenkään nimiä en tule julkaisemaan.

Sain seuraajilta myös palautetta toiminnastani tililläni. He kiittivät, että olen perustanut poliisiopiskelijan Instagramin. Heidän mielestään olen antanut kattavan kuvan poliisiksi opiskelusta. *”Sun tili on tosi inspiroiva ja opettavainen! Kerrot kattavasti poliisin opinnoista, työskentelystä ja pääsykokeista.”* *”Tää sun ig on aiva huikee! Tapa millä tuot poliisin ammattia ja polamkia esille on motivoiva ja se luo kiinnostusta ammattia ja koulutusta kohtaan.”* Seuraajani antoivat myös palautetta, että ovat huomanneet antamani panostuksen tiliä kohtaan. *”Ihan huikeeta, että olet panostanut tähän tiliin, tää on ollut mahtava! Kiitos siitä!”* Sain myös palautetta iloisesta asenteestani, joka on näkynyt ruudun toiselle puolel. *”Mielestäni tuot positiivisia ja asiaankuuluvia asioita esille somessasi rennolla, mutta ammattitaitoisella otteella.”*

Monet kertoivat saaneensa tilini kautta motivaatiota hakea opiskelemaan Poliisiammattikorkeakouluun. *”Sytytti ajatuksen polamkiin hakemisesta!”* Palautteen perusteella olen avannut poliisiopiskelijan arkea kattavasti ja sitä on myös ollut mielekästä seurata. *”Itselläni on ollut haaveena poliisikouluun haku jo jonkin aikaa ja tää tili on antanut hyvää kuvaa siitä, minkälaista opiskelu on.”*

Jotkut myös kertoivat, että tilini inspiroi heitä aivan perusarjessa tekemään asioita, jotka kiinnostavat itseään. *”Oon saanut sun ig kautta infoa ja vinkkejä iha superisti ja myös saanut motivaatiota ihan vaan omaan arkeen, mutta myös siihen, että lähtee yrittämään tekee niit asioit mitä ittee kiinnostaa, joten kiitos siitä!”*

Monissa palautteissa kerrottiin, että Instagram-tilistäni on ollut suuri apu valintakokeisiin valmistumisessa. *”Olen vasta pyrkimässä Polamkiin, niin kaikki osiot, joissa olet käsitellyt valintakokeita ovat olleet hyviä.”* Seuraajani kertoivat, että ovat löytäneet informaation valintakokeiden erilaisista osiosta mielenkiintoisessa ja helposti luettavassa muodossa. *”Silloin aikoinaan kun itse etsin tietoa polamkin pääsykokeista, kulutin polamkin sivuja -- Nyt jos mieltäni hakemista polamkiin, olisi pääsykokeiden tiedot helpommin ja laajemmin löydettävissä profiilistasi.”* Erityistä kiitosta sai tekemäni neliosainen fyysisten testien julkaisu sarja, kuvat 29, 31, 33 ja 35. *”Ideasi käydä läpi valintakokeen fyysiset osiot oli aivan loistava!”* Palautteissa kiiteltiin myös, että olin kyseisissä julkaisuissa kertonut miten olin omista valintakokeideni fyysisissä testeissä suoriutunut.

Useat olivat sitä mieltä, että on ollut hienoa kuulla asioita tililtäni videoiden muodossa eikä pelkästään tekstin ja kuvien muodossa. *”Pelkkä teksti tosiaan tuntuu niin kaukaiselta ja kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, mutta video on kun avaisi oven toiseen todellisuuteen ja lähemmäs kaikkea.”* Monet sanoivat saaneensa enemmän irti, kun olen niin sanotusti kasvokkain videoiden muodossa kertonut opinnoista Poliisiammattikorkeakoulussa ja vastannut seuraajien kysymyksiin.

Monien seuraajieni palautteissa mainittiin, etteivät he olleet tienneet vaihto-opiskelumahdollisuudesta Poliisiammattikorkeakoulussa ennen kuin olin asiasta tililläni kertonut. *”Tieto vaihdon mahdollisuudesta oli itselleni täysin uutta.”* Useat antoivat myös palautetta, että opiskelijavaihtoani oli mielenkiintoista seurata. *”Erityisen mielenkiintoista oli se, kun olit vaihdossa ja kerroit siitä.”*

Sain myös palautetta siitä, että julkaisutahtini erilaisille julkaisuille olisi voinut olla aktiivisempaa. *”Tiliäsi on ollut ilo seurata, välillä tauot uusille kuville ja stooreille oli hieman pitkiä koska itse niitä innokkaana odotin ja seurasin.”* Erityisesti vaihto-opiskelusta seuraajani olisivat kaivanneet enemmän sisältöä. *”Sisällön puolesta ehkä jäin kaipaamaan, että olisit tuonut laajemmin esille sun vaihtoreissua esim myday tyyppisesti stooreissa.”*

Osa seuraajistani oli huomannut negatiiviset kommentit julkaisuissani. *”Silmiinpistävin asia profiilissasi on negatiiviset kommentit, kaikki acab huutelut, mutta myöskin seksistiset kommentit sekä vähättelyt pituutesi ja sukupuolesi vuoksi.”* He pahoittelivat asiaa kommentoijien puolesta ja toivoivat kaikkea hyvää valitsemalleni tielle ja muistuttivat pitämään huolta henkisestä hyvinvoinnista. *”Itsestä tuntuu pahalta lukea, kuinka vasta uraansa opiskeleva saa jo osansa huudoista.”*

Profiilini visuaalinen ilme sai myös positiivista palautetta. *”Hyvin toteutettu eri aiheista postaukset ja visuaaliseen perspektiiviin selkeesti käytetty ajatusta.”* *”Sun ig tilin ulkonäkö ja sisältö on ihana!”* Oli ihana kuulla, että minun panostukseni tilini visuaaliseen ilmeeseen on huomattu. Palautteessa kerrottiin myös, että tilini on selkä ja informatiivinen.

Sain myös palautetta julkaisujeni kuvista ja kuvateksteistä. *”Kuvat ovat aina sopineet aiheeseen sekä kerrottava asia on eriteltynä täydellisesti kappaleiksi kuvatekstiin, jotta sitä on helppo lukea. Teksti on aina sopivan pitkä; ei liikaa luettavaa eikä liian vähän.”* Tämä palaute oli myös erittäin mahtava kuulla, sillä olen käyttänyt paljon aikaa julkaisujen kuviin ja teksteihin, sekä erityisesti siihen, ettei julkaisujen kuvatekstit ole liian pitkiä, vaan että ne olisivat mahdollisimman kiinnostavia ja ytimekkäitä.

Monien mielestä on tärkeää, että poliisi näkyy sosiaalisessa mediassa eri tavoin. Osa myös kertoi toivovansa, että useampi poliisiopiskelija ja valmistunut poliisi tekisi vastaavanlaista työtä sosiaalisessa mediassa. *”Minusta on erittäin tärkeää, että poliisit näkyvät somessa niin valmistuneina kuin opiskelijoina, toimii varmasti ennaltaehkäisevänä työnä mm. nettikiusaamisessa. Ja mikä tärkeintä somesisältösi tukee ammattiasemaasi ja luotettavuuttasi! Teet ja teette erittäin tärkeää ja arvostettavaa työtä!”* Palautteen perusteella myös seuraajieni mielestä sosiaalisen median merkitys tulee tulevaisuudessa kasvamaan, ja he toivovat näkevänsä lisää poliisin resursseja sometoiminnassa. *”Todella hyvä aihe opparissasi! Nykypäivänä somen merkitys kasvaa ja näkyvyys myös lisääntyy!”*

Palautetta tuli todella paljon ja olen erittäin kiitollinen jokaiselle, joka jakoi minulle kirjoittaa omia mielipiteitään, palautetta tilistäni, julkaisuistani ja toiminnastani. En tiedä mikä olisi palkitsevampaa kuin kuulla, että on motivoinut ihmisiä hakemaan Poliisiammattikorkeakouluun ja voinut oikeasti antaa lisää informaatiota valintakokeista, opiskelusta ja poliisin ammatista yleisesti.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Noin kymmenen kuukautta, 42 julkaisua, satoja keskusteluita, tuhansia seuraajia ja lukematon määrä muuta materiaalia rikkaampana kirjoitan tätä opinnäytetyötä. Koko tämä matka poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa on ollut erittäin mahtava. Olen saanut toteuttaa itseäni omalla tavallani ja käyttää luovuutta tilini julkaisuissa.

Muistan, miten minua jännitti ottaa yhteyttä Poliisiammattikorkeakoulun viestintäryhmään ja kertoa ajatuksistani sosiaalisen median hyödyntämisestä. Nyt tuo kuvailemani tunne tuntuu kuitenkin jokseenkin kaukaiselta, kun ajattelen missä pisteessä olen. Olen noin 10 kuukauden ajan päässyt näkemään maailmaa sosiaalisessa mediassa poliisiopiskelijan näkökulmasta.

Kun käyttäjätunnus oli luotu ja ensimmäiset julkaisut julkaistu, huomasin oman puhelimeni käytön lisääntyneen hurjasti. Tietenkin julkaisujen tekeminen vei paljon aikaa ja halusin olla aktiivinen sekä seuraajien tavoitettavissa. Seuraajamäärien ja tykkäysten seuraaminen on koukuttavaa puuhaa, ja tämä kaikki voi pahimmillaan johtaa someriippuvuuteen. Tämän tiedostaminen on mielestäni tärkeää. Tätä helpottaisi esimerkiksi erillinen työpuhelin, jolla hoitaisi kaiken Instagram-tiliin liittyen. Tällöin pystyisi myös seuraamaan käytettyä aikaa sovelluksessa. Kuitenkin ajan kanssa ymmärsin, ettei minun tarvitse olla tavoitettavissa vuorokauden ympäri ja maltoin aina välillä kirjautua ulos tililtäni.

Olen oppinut paljon sosiaalisessa mediassa esiintymisestä. Alussa videoiden kuvaaminen, omien kasvojen katsominen ja oman äänen kuunteleminen tuntuivat oudolta saatikka ajatus siitä, että videotani katsovat tuhannet ihmiset omilta ruuduiltaan. Mutta mitä enemmän videoita kuvasi ja kameralle puhui, sitä luontevammalta se alkoi tuntua. Omasta mielestäni olen pystynyt olemaan rento oma itseni videoilla.

Olen ollut mielestäni sopivantyyppinen henkilö tekemään tällaista sisältöä ja päivittämään omaa poliisiopiskelijan tiliä. Olen itse aina ollut erittäin aktiivinen sosiaalisessa mediassa ja seurannut sosiaalisen median ja erilaisten palveluiden trendejä. Tiedän, että monilla pienilläkin yksityiskohdilla on suuri merkitys ja niillä saadaan paljon aikaan sosiaalisessa mediassa. Esimerkiksi julkaisujen kuvat tulisi olla oikeasti visuaalisesti hienoja ja niiden täytyisi sopia julkaisun aiheeseen. Osaan käyttää sosiaalisen median eri palveluita, erityisesti Instagramia, ja pystyn hyödyntämään sen työkaluja.

Täytyy sanoa, että olen yksin suunnitellut julkaisuni ja niiden toteutukset. Tietenkin olen opiskelijakavereideni kanssa pohtinut joitain aiheita, mutta en ole saanut tilini päivittämiseen apua esimerkiksi Poliisiammattikorkeakoulun viestintäryhmältä. Tietenkin alussa sain heiltä luvan tilin perustamiseen, ja he myös antoivat idealleni täyden tuen. Sain myös muutaman tiedoston liittyen poliisin viestintään. Tiedän myös, että olisin voinut koska tahansa kääntyä heidän puoleensa ja kysyä jos minulla olisi mitä tahansa kysyttävää. Olisin kuitenkin ehkä itse toivonut vähän enemmän tukea ja turvaa poliisiorganisaatiolta. Tämän opinnäytetyön kirjoittaminen on tietenkin syventänyt minun osaamistani niin poliisin viestintään kuin sosiaaliseen mediaan liittyen.

Olen myös mielestäni kehittynyt tekstien kirjoittajana. Olenhan kuitenkin jokaiseen julkaisuuni kirjoittanut erilaisia tekstejä. Olen oppinut karsimaan ylimääräisen tiedon tärkeimpien tietojen ympäriltä, sillä tekstien pituus on täytynyt pitää maltillisena, jotta seuraajat ja muut käyttäjät jaksavat lukea koko tekstin. Myös Aneten kieliopillisten oppien myötä olen kehittynyt kirjoittajana.

On hienoa ajatella, että niin moni ihminen seuraa juttujani ja on kiinnostunut kuulemaan minun kokemuksiani poliisiopiskelijan opiskeluista. Sitä ei kuitenkaan itse omalta kotisohvalta osaa hahmottaa, miten paljon ihmisiä siellä ruudun takana omia julkaisuja ja juttuja seuraa.

Ennen tilin perustamista olin pohtinut paljon mahdollisia negatiivisia vaikutuksia, joita se voisi tuoda elämääni. Esimerkiksi mahdollinen maalittaminen ja somekiusaaminen oli käynyt mielessäni. Mietin ennen poliisiopiskelijan tilin perustamista monia skenaarioita siitä, että mitä jos minut tunnistetaan kaduilla tai muilla julkisilla paikoilla. Onko se minulle itselleni turvallisuusriski, jos minut tunnistetaan illalla yksin kävelemässä kaupungilla? Näkyvyyteni ei kuitenkaan ole ainakaan vielä niin suurta, että minun olemassaolostani tietäisi koko Suomi. Mutta tulevaisuudessa on se mahdollisuus, että ulkopuoliset henkilöt tunnistavat minut. Tähän mennessä olen saanut yhden yhteydenoton henkilökohtaiseen sosiaalisen median kanavaan, että minut on tunnistettu poliisiksi poliisiopiskelijaleppäniemi Instagram-tilini pohjalta.

Ennen tilin perustamista pohdin myös paljon sitä, miten tilini otetaan poliisiorganisaatiossa vastaan. Kaikki eivät ajattele samalla tavalla sosiaalisen median mahdollisuuksista ja sen tärkeydestä, kuin minä. En kuitenkaan ole henkilökohtaisesti saanut mitään negatiivista palautetta poliisiorganisaation sisällä tilini johdosta. Päinvastoin olen saanut kiitosta ja arvostusta siitä, että olen ryhtynyt tekemään tällaista tiliä sosiaaliseen mediaan.

Mietin myös tulevaisuuttani poliisina. Mikäli esiinnyn poliisiopiskelijana eli tulevana poliisina sosiaalisessa mediassa julkisesti ja olen täten tunnistettavissa, sulkee tämä varmasti joitain uravaihtoehtoja poliisiorganisaatiossa. Samalla kuitenkin pohdin, että tilin perustaminen varmasti avaa myös uusia ovia poliisiorganisaatiossa.

Ulkopuolisilta henkilöiltä olen saanut tililläni osani näistä negatiivisista ja ilkeistä kommentteista. Suurin osa negatiivisista kommentteista kohdistuu yleisesti poliisiin eikä henkilökohtaisesti minuun. Joukkoon mahtuu kuitenkin myös niitä kommentteja, joissa vähätellään naispoliiseja sekä sitä, miten lyhyt olen. Omistan melko paksun nahan, enkä ole kokenut kommentteja ainakaan vielä mitenkään ahdistavana, eivätkä ne ole vaikuttaneet minun mielialaani tai käytökseeni tililläni. Ymmärrän kuitenkin, että suoranainen somekiusaaminen ja ahdistelu ovat suuri ongelma sosiaalisessa mediassa oleville henkilöille.

Suurimpana haasteena opinnäytetyössäni koin aiheen rajauksen. Sosiaalinen media ja poliisin viestintä ovat laajoja aiheita, ja mitä enemmän aiheisiin syventyi, sitä enemmän niistä olisi ollut kirjoitettavaa. Opinnäytetyön rajaus toi myös haasteita siihen, että ymmärtääkö lukija tarpeeksi hyvin Instagram-palvelun käytön? Mutta, kuten kirjoitinkin, niin Instagramin käytöstä löytyy useita artikkeleita sekä blogitekstejä, joissa annetaan ohjeita Instagramin käytöstä.

Johtopäätökseni on, että poliisiopiskelijaleppaniemi Instagram-tilille on ollut ehdottomasti kysyntää ja tili on antanut paljon informatiivista sisältöä niin poliisin koulutuksesta kuin poliisin ammatista kiinnostuneille. Saamani palaute puhuu sen puolesta, että tilini on ollut hyvä ja poliisin tulee olla läsnä sosiaalisessa mediassa.

Poliisi on sosiaalisessa mediassa läsnä, mutta tulevaisuudessa poliisin tulee näkyä yhä enemmän sosiaalisessa mediassa ja sen eri palveluissa. Sosiaaliseen mediaan on siirtynyt paljon erilaisia rikollisuuden muotoja ja ne vain kasvavat kasvamistaan. Sosiaalisessa mediassa tapahtuu niin paljon, ettei sitä ehditä valvomaan, ja tähän täytyykin tulla muutos. Poliisiorganisaation tulee siis panostaa sosiaalisessa mediassa toimimiseen rekrytoimalla henkilöstöä ja antamalla heille tarvittava koulutus ja välineistö.

On ollut hienoa huomata, että lyhyen ajan sisään poliiseja on lisätty ennalta estävään työhön ja monet ovat ottaneet suuntia sosiaalisen median puolelle. Sosiaalisessa mediassa toimiminen vaatii tietynlaisia ihmisiä. Se vaatii sellaisia henkilöitä, joita kiinnostaa sosiaalinen media ja viestintä, ja mikä tärkeintä, kommunikointi sosiaalisessa mediassa kansalaisten kanssa. Näen myös koulutuksen erittäin tärkeänä asiana sosiaalisessa mediassa työskenteleville ja koko poliisiorganisaatiolle.

Olen erittäin kiitollinen ja onnellinen, että olen saanut tällaisen tilin perustaa ja päässyt rakentamaan siitä omannäköistä kokonaisuutta. Toivon, että myös poliisiorganisaatiossa on nähty tekemäni vaiva tilini ylläpitämiseen ja julkaisujen tekoon. Itse toivon, että pystyn tilini päivittämistä jatkamaan tulevaisuuden työtehtävissä.

LÄHTEET

Ahlgren, Matt 2021: 40+ instagram statistics and facts. Luettu 1.11.2021, luettavissa:

<https://www.websiterating.com/research/instagram-statistics/#references>

AudienceProject 2020: Insights 2020 App and social media usage. Luettu 1.11.2021, luettavissa:

https://www.audienceproject.com/wp-content/uploads/AudienceProject_Study_App_and_Social_Media_Usage_2020_pdf.pdf

App Annie, 2019: A look back at the top apps and games of the decade. Luettu 1.11.2021, luettavissa: <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/a-look-back-at-the-top-apps-games-of-the-decade/>

DNA & Nepa 2019: Digitaalinen yhdenvertaisuus Suomessa. Luettu 5.11.2021, luettavissa:

<https://www.sttinfo.fi/data/attachments/00826/365cd95d-7ae0-4918-aa5e-333577dfb76f.pdf>

Facebook, Suomen poliisi, luettu 30.09.2021, luettavissa: <https://www.facebook.com/Suomenpoliisi/>

Innowise, 2021: Sosiaalisen median tilastot ja käyttö Suomessa: somekatsaus 04/2021. Luettu 5.11.2021, luettavissa: <https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-kaytto-suomessa-somekatsaus-04-2021/>

Instagram, ohje- ja tukikeskus. Luettu 5.11.2021, luettavissa: https://help.instagram.com/1750528395229662/?helpref=hc_fnav

Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Portfolio tutkimuksellisella otteella, luettu 2.10.2021, luettavissa:

<https://oppimateriaalit.jamk.fi/opinnaytetyo/toteutustavat-ja-rakenne/portfolio/>

Karelia ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyön eri muodot. Luettu 1.2.2022, luettavissa:

<https://libguides.karelia.fi/c.php?g=679019&p=4901221>

Korhonen, Tuomo 2019: Viestinnän johtaminen poliisin tilanneorganisaatiossa. Pro-gradu.

Kotimaisten kielten keskus. Luettu 27.02.2022, luettavissa: https://www.kotus.fi/sanakirjat/kielitoimiston_sanakirja/uudet_sanat/vuoden_sanapoinnot/sanapoinintoja_2015#PS

Kunelius, Pirjo 2020: Kaikkien aikojen ensimmäinen virtuaalinen Poliisin päivä lauantaina. Luettu 30.09.2021, luettavissa: <https://www.kalajokilaakso.fi/uutinen/600327>

Kuvaja, Henna 2017: Instagram Stories Highlight eli tarinan kohokohdat. Luettu 15.02.2022, luettavissa: <https://www.kuulu.fi/blogi/instagram-stories-tarinan-kohokohdat/>

Leaver, Tama, Highfiel, Tim & Abidin, Crystal, 2020: Instagram, Visual social media cultures. Cambridge, Polity press.

Lee, Murray & McGovern, Alyce 2014: Policing and Media, Public relations, simulations and communications. New York, Routledge.

Lehtiniitty, Markus 2016: Instagram kopioi Snapchatin tarinaominaisuuden – nyt tulee Instagram Stories. Luettu 5.11.2021, luettavissa: <https://mobiili.fi/2016/08/02/instagram-kopioi-snapchatin-tarinaominaisuuden-nyt-tulee-instagram-stories/>

Oksanen, Atte 2021: Somemyrskyn silmässä. Luettu 16.02.2022, luettavissa: <https://telma-lehti.fi/somemyrskyn-silmassa>

Otava media. Vaikuttajamarkkinointi. Luettu 16.02.2022, luettavissa: <https://yriyksille.otavamedia.fi/mainostajan-ratkaisut/vaikuttajamarkkinointi/>

Poliisin viestintäpäällikköverkosto, Luotonen, Marko & Tiainen-Broms, Aija 2015: Poliisin viestintä – Nykytila, strategia ja kehittämisalueet 2015–2018. Poliisihallitus.

Poliisin viestintästrategia 2009. Hyvä maine ansaitaan.

Poliisioittokunta 2020: Virtuaalinen Poliisin päivä. Luettu 30.09.2021, luettavissa: <https://poliisioittokunta.fi/events/event/virtuaalinen-poliisin-paiva/>

Pönkä, Harto 2014: Sosiaalisen median käsikirja, Docendo.

Schneider, Cristopher J. & Alteheide, David L. 2016: Policing and social media – social control in an era of new media, Lexington Books, Lontoo.

Siikaluoma, Mirko 2020: Poliisin päivää vietetään tänä vuonna virtuaalisesti. Luettu, 30.09.2021, luettavissa: <https://www.kaleva.fi/poliisin-paivaa-vietetaan-tana-vuonna-virtuaalises/2806313>

Sisäasiainministeriö poliisiosasto, Luotonen, Marko & Lukkala, Anna-Minna 2009: Poliisin viestinnän nykytila, viestintästrategia ja kehittämisalueet vuosille 2010–2013. Helsinki, Sisäministeriö.

Sisäministeriö 2009: Poliisin päivä. Luettu 30.09.2021, luettavissa: <https://intermin.fi/-/poliisin-paiva-tapahtumia-noin-60-paikkakunnalla-elokuun-lopulla>

Sisäministeriö. Maalittaminen rapauttaa yhteiskunnan luottamusta. Luettu 16.02.2022, luettavissa: <https://intermin.fi/poliisiasiat/viharikollisuus/maalittaminen>

Tilastokeskus 2012: Yhteisöpalveluiden käyttö iän, toiminnan, koulutusasteen, asuinpaikan kaupunki-
maisuuuden ja sukupuolen mukaan 2012, %-osuus väestöstä. Luettu 9.2.2022, luettavissa:

https://www.stat.fi/til/sutivi/2012/sutivi_2012_2012-11-07_tau_019.fi.html

Tilastokeskus 2020: Median merkitys on kasvanut pandemian aikana – monet ikäihmiset ovat otta-
neet melkoisen digiloikan. Luettu 13.02.2022, luettavissa: <https://www.tilastokeskus.fi/tietotrendit/artikkelit/2021/median-merkitys-on-kasvanut-pandemian-aikana-monet-ikaihmiset-ovat-ottaneet-melkoisen-digiloikan/>

Tilastokeskus 2021: Yhteisöpalveluiden käyttö iän, toiminnan, koulutusasteen, asuinpaikan kaupunki-
maisuuuden ja sukupuolen mukaan 2021, %-osuus väestöstä. Luettu 9.2.2022, luettavissa:

https://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi_2021_2021-11-30_tau_021.fi.html

Tuominen, Anni 2020: KRP:n Tiktok-video herättänyt kiukkua somessa – ”Ihan kuin olisi rikollista
nauttia omasta kehostaan ja seksuaalisuudestaan”. Luettu 16.2.2022, luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/1617f82c-4b41-4f4c-bdec-d6387eebbc95>

Valtioneuvoston kanslia 2007: Valtionhallinnon viestintä kriisitilanteissa ja poikkeusoloissa. Luettu
2.10.2021, luettavissa: <https://vnk.fi/julkaisu?pubid=5614>

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2004: Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä, Tammi.

Vuorensyrjä, Matti & Rauta, Jenita 2020: Poliisibarometri 2020, Kansalaisten arviot poliisin toiminnasta ja Suomen sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäministeriö.

LIITE 1

Poliisiopiskelijana sosiaalisessa mediassa – Portfolio poliisiopiskelijaleppaniemi Instagram-tili