



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Ltt, markkinointi	Päivämäärä	30.04.2008
Tekijä(t)	Hanna Nieminen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	119
Otsikko	Väistöliikkeitä ja vastuunkantoa – monitapaustutkimus kriisiviestinnästä		
Ohjaaja(t)	KTT Aino Halinen-Kaila KTT Rami Olkkonen		

Tiivistelmä

Alati muuttuvan liiketoimintaympäristön riskitekijät, kriisin vaikutus yrityksen maineelle ja toiminnalle sekä viestinnän merkitys ja jatkuvasti kehittyvät viestintämahdollisuudet muodostavat kriisiviestinnästä kiinnostavan tutkimuskohteen. Tutkielman tarkoituksena on analysoida yrityksen ulkoista kriisiviestintää ja kriisin sekä kriisiviestinnän muotoutumista mediassa. Tutkielma jakautuu seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Miten ulkoinen viestintä rakentuu yrityksen kriisitilanteessa?
2. Miten kriisi sekä yrityksen lähettämä viestintä tulkitaan tiedotusvälineissä, erityisesti sanomalehdissä?
3. Millaisia ilmenemismuotoja saavat lähetetty kriisiviestintä eli yrityksen tuottama viestintä ja toisaalta tulkittu kriisiviestintä eli median tuottama viestintä?

Tutkielmassa tarkastellaan kolmea Suomessa 2000-luvun aikana ilmennyttä kriisitapausta: joulukuussa 2001 Naantalissa tapahtunutta öljyvuotoa, teletunnistetietojen käyttöön liittyvää tapausta sekä Voikkaan tehtaan irtisanomisia vuonna 2006. Kriisitapauksiin liittyvien yritysten Fortum Oyj:n, Sonera Oyj:n ja UPM Kymmene Oyj:n ulkoista viestintää tutkielmassa selvitetään yritysten antamien tiedotteiden perusteella. Median tuottamaa viestintää analysoidaan tapauksia käsittelevien Helsingin Sanomissa julkaistujen artikkelien pohjalta. Tutkimusstrategiana tutkielmassa käytetään kvalitatiivista tutkimusotetta noudattavaa monitapaustutkimusta ja tutkimusmenetelmänä sisällönanalyysia.

Tutkielman teoreettinen viitekehys koostuu kriisin määrittelyistä ja kriisityypittelyistä, viestinnän ja erityisesti kriisiviestinnän toteutuksesta. Erillisenä kriisiviestinnän sidosryhmänä tarkastellaan mediaa ja sen roolia kriisiviestinnässä, josta edetään kriisiin liittyvän viestinnän rakentumiseen. Kriisiviestinnän rakenteen elementteinä ovat Benoit'n ja Coombsin kriisiviestinnän strategiat sekä kriisiviestinnän sisältö ja muoto.

Tarkastellut kriisitapaukset ovat keskenään hyvin erilaisia sekä aiheutumissyiltään että vaikutuksiltaan, mutta niistä on löydettävissä myös monia yhteisiä piirteitä. Kriisit ovat pitkiä prosesseja, jotka eivät synny eivätkä myöskään ratkea hetkessä. Seurausten vaikutusaikaa on mahdotonta arvioida. Yhteistä kriiseille on myös kiinnostuksen laajuus ja vaikutusten monimuotoisuus. Tiedotteiden perusteella millään yrityksellä ei vaikuttanut olevan yhtä selkeää strategista linjausta viestinnässään. Tutkielman sanomalehtiaineiston perusteella medialle ominaisia piirteitä ovat asiantuntijoiden ja monien lähteiden käyttäminen sekä tapahtumien tiivis seuranta.

Asiasanat	kriisiviestintä, viestintä, media
Muita tietoja	