"Joensuun taudin" medialogiikka

Kuinka ilon kaupungista tuli valtakunnan lehdistössä rasismin ja pelon tyyssija?

Aino Harinen

Pro gradu –tutkielma
Yhteisöviestintä
Maaliskuu 2003
Jyväskylän yliopisto
Viestintätieteiden laitos

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta **HUMANISTINEN**	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Aino Harinen	
Työn nimi Media Locig of "the Joensuu Disease" From the city of joy to the place of fear	
Oppiaine Organizational Communication and PR	Työn laji Master thesis
Aika March 2003	Sivumäärä 122 + 24

Tiivistelmä – Abstract

The study examines the nation-wide media publicity of a Finnish periphery town in a crisis situation by using a case "the skinhead publicity of Joensuu" as an example.

The negative publicity of Joensuu started to spread in November 1995, when a visiting US-basketball player got tired of the threats of Joensuu skinheads. Since this Joensuu has often been titled as "the skinhead city of Finland". Especially in August 2001 the nation-wide media got interested in the racism of Joensuu again. In March 2003 the racism of Joensuu has become less visible, but the reputation of "a skinhead city" seems still to be quite strong.

This study describes the publicity of Joensuu in three biggest nation-wide newspapers of Finland (one daily newspaper and two tabloids) in November 1995 and in August 2001. Also the actions taken by the city administrators were cleared up in interviews with the management of Joensuu. The purpose has been to identify the life cycle of skinhead publicity and to discuss, if the actions taken by the city are in relation to the media image.

Study is an ideographic case –study, which is based on theories stressing the discoursive feature of reality. Communication is seen as a factor constructing the common reality and the media as having strong effects on the perceptions people make of their environment. Media publicity is seen as a game: discoursive power is divided between journalists, their sources and the public. Media reality is constructed in cooperation of all the actors in game.

The methodology of this study is based on Fairclough's (1997) critical discourse analysis. Quantitative and qualitative content analysis as well as discoursive metaphor and narrative analyses are combined with the qualitative analysis of the interviews. The main emphasis is on qualitative reading of the texts.

According to the results, the media image of Joensuu has been both in 1995 and 2001 negative, although both qualitatively and quantitatively different. In 1995 all the newspapers wrote about the theme, but in 2001 the racism of Joensuu interested only the biggest daily paper. In 1995 the subject of the texts was often Finnish racism, when Joensuu was being used as a scary example of that. Reporters were trying to find reasons for racism, and a new phenomenon was explained with the help of metaphor of war. The story of the racism in Joensuu was a scary narrative, often confirmed with photos with threatening atmosphere. In 2001 the news were usually neutral reports about crimes in Joensuu or the actions taken by the city or police department. Metaphors were associated mainly with gardening: racism was something to be "torn up". Skinheads' actions were familiar and needed no more explanations. In 2001 also photos were rare.

The interviewees believed, that the main reasons for the differences in publicity between 1995 and 2001 were the change of society and the different character of the crimes: damages in 2001 were not so dramatic as violence in 1995. However, according to interviews, the actions of city officers were different in 2001 than in 1995. In 1995 no comments were given and the responsibility was often moved to police; in 2001 also the management of Joensuu took part in the actions against racism – and told also the media about that. This can be seen in the publicity born: in the articles of 1995 city of Joensuu is a passive target of criticism – in 2001 often also a source.

The relations between Joensuu and the nation-wide media are still seen as negative, and many people in the management of Joensuu see the media related PR in cooperation with nation-wide newspapers as worthless. One can however say that the cooperation with media is all the time more important: in crisis situation the avoiding of media does not "save" organization from the negative publicity. Media reports of themes, which are interesting, important and fit to the news criteria – either in cooperation with the organization or without it. The "publicity game" with the media will be most successful in an organization, in which the media are respected and offered actual information constantly. Taking care of media relations is especially important for municipal organizations, because the means of traditional marketing communication (as advertising) are not suitable for public administration.

Good reputation cannot be earned in a moment. What is really done is also more important than what is said. Also in Joensuu the discussions about racism and the actions taken in order to diminish it can eventually lead to a better reputation. However the thought "we do not inform or do PR, we take actions" can no longer, in the image society of 2000's, be seen as valid.

Asiasanat
media publicity, media logic, media image, reputation, crisis communication, municipal PR and communication (mediajulkisuus, medialogiikka, mediakuva, maine, kriisiviestintä, kunnallinen tiedottaminen)

Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto

Muita tietoja

Sisällys

Taulukot *4*

OSA I JOHDATUS *5*

1 Johdanto *5*

2 Tutkimuksen tavoite ja lähestymistapa *7*

3 Viestintää ja kulttuuria *10*

3.1 Viestintä kulttuurina ja media yhteisen todellisuuden muokkaajana 10

3.2 Kuinka media toimii? 12

3.3 Organisaatiot ja viestintä 16

3.3.1 Mikä on organisaatio? 16

3.3.2 Viestintä organisaatiossa 17

3.3.3 Organisaation ulkoinen viestintä ja PR 19

3.3.4 Imago ja maine 22

3.3.5 Kriisiviestintä 23

3.3.6 Kunnallinen tiedottaminen 25

3.3.7 Kunnat mielikuvayhteiskunnassa 26

3.4 Julkisuuden pelikenttä 28

3.5 Mediayhteiskunta? 34

4 Tapaustutkimuksen "Joensuun tauti" taustaa *37*

4.1 Mitä Joensuussa tapahtui? 37

4.2 Suomalaisten asenteet maahanmuuttajia, rasismia ja Joensuuta kohtaan 40

4.3 Mainekokemuksia muualta 42

4.4 Ajatuksia Joensuun julkisuuskuvasta ja siihen liittyvistä tavoitteista vuonna 2003 45

OSA II AINEISTO JA MENETELMÄT *48*

5 Tutkimuksen aineisto *48*

6 Tutkimusmenetelmät *52*

6.1 Lehtiaineiston sisältöä erittelemässä: mistä puhutaan, kuinka usein, mihin tyyliin ja mistä näkökulmasta? 53

6.2 Kriittisesti orientoitunut diskurssianalyytikko työssään 55

6.2.1 Metafora-analyysi 59

6.2.2 Lehtiaineiston lukeminen tarinoina 61

6.3 Tekstiaineiston analyysimenetelmien arviointia 63

6.4 Haastatteluaineiston analyysi: Joensuun tiedotuspolitiikan ja toimenpiteiden kartoitus 66

OSA III UUTISOINTI VALTAKUNNANLEHDISTÖSSÄ *67*

7 Joensuun skinijulkisuus lukuina *68*

7.1 Mediajulkisuuden määrä, juttutyypit ja uutisoinnin näkökulmat Joensuun taudin puhjetessa 68

7.2 Julkisuuden määrä, juttutyypit ja uutisoinnin näkökulmat jälkitaudin aikana 73

8 Joensuun tauti toimittajien kuvaamana *75*

8.1 Juttujen sisältö marraskuussa 1995 75
8.1.1 Joensuun rikoksista ja uhrien kokemuksista toimittajan keräämien havaintojen perusteella 75
8.1.2 Tapahtumapaikkana koko ajan Joensuu 76
8.1.3 Toimittajan ääni kuuluu 77

8.2 Juttujen sisältö elokuussa 2001 81
8.2.1 Neutraalia tapahtumauutisointia, mainepuhetta ja viranomaislähteitä 81
8.2.2 Joensuu edelleen vahvasti esillä 82
8.2.3 Toimittajan ääni katoaa 82

8.3 Julkisuuden sisällöllinen ja määrällinen muutos vuodesta 1995 vuoteen 2001 84

9 Joensuun tauti metaforina ja tarinoina *87*

9.1 Kahakointia ja rotuvihaa taudin puhjetessa 87

9.2 Jälkitaudin aika: odottelua, asemasotaa ja rasismin kitkemiseen tähtäävää toimintaa 91

9.3 Eri ajankohtina erilaista draamaa 92

10 Joensuun kaupunki tiedottamassa ja toimimassa *94*

10.1 Taudin puhjetessa: "Vastuu kuuluu poliisille" 94

10.2 Jälkitaudin aikana: "Tilanteet selvitetään" 96

10.3 Miten toiminta erosi ajankohtien välillä? 98

11 Joensuun tauti mediapelinä *101*

12 Tutkimuksen arviointia *109*

13 Lopuksi *114*

Kirjallisuus *116*

Liitteet

Taulukot

TAULUKKO 1. Joensuu-uutisointi Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä marraskuussa 1995. 68

TAULUKKO 2. Yhteenveto aikavälillä 8.–21.11.1995 Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä ilmestyneistä jutuista. 69

TAULUKKO 3. Uutisoinnin näkökulmat ja juttutyypit Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä aikavälillä 8.–21.11.1995 71

TAULUKKO 4. Joensuu-uutisointi Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä elokuussa 2001. 73

TAULUKKO 5. Yhteenveto aikavälillä 22.–31.8.2001 Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä ilmestyneistä jutuista. 73

TAULUKKO 6. Uutisoinnin näkökulmat ja juttutyypit Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä aikavälillä 22. – 31.8.2001 74

TAULUKKO 7. Kirjoitustyylit Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä marraskuussa 1995 80

TAULUKKO 8. Kirjoitustyylit Helsingin Sanomissa, Ilta-sanomissa ja Iltalehdessä elokuussa 2001. 83

OSA I JOHDATUS

1 Johdanto

Suomalainen rasismi nousi julkiseen keskusteluun 8.11.1995, kun joensuulaisen koripalloseuran tummaihoinen ulkomaalaisvahvistus Darryl Parker kyllästyi joensuulaisten skinheadien uhkauksiin ja palasi kotimaahansa vain muutaman kuukauden Joensuussa olon jälkeen. Koripalloilija antoi lähtiessään lehtihaastattelun, jonka myötä keskustelu suomalaisesta rasismista alkoi levitä. Tuolloin myös yhtenä Suomen iloisimmista kaupungeista mainostettu Joensuu leimautui yhtäkkiä ulkomaalaisvastaisten nuorisorikollisten valtaamaksi pelon tyyssijaksi.

Koko maan syyttävä sormi tuntui osoittavan Joensuuhun. Esimerkiksi toimittaja Seppo Paanasen mukaan "tapaus Parkerin" myötä Joensuu liittyi rasismipaikkakuntien "hylkiöjoukkoon". Sittemmin joensuulaiseen rasismikeskusteluun ovat osallistuneet niin viranomaiset, media kuin kadunmiehetkin. Valtakunnan mediassa Joensuu on leimattu kerta toisensa jälkeen Suomen rasistisimmaksi paikaksi. Erityisesti kaupungin virkamiehet, yliopiston edustajat ja matkailuihmiset ovat Paanasen mukaan olleet huolestuneita kaupungin julkisuuskuvasta. (Paananen, HS 22.9.2001.)

Sittemmin sekä väkivallanteot että Joensuusta kertovat uutiset ovat olleet välillä näkyvämpiä, välillä on ollut hiljaisempaa. Kuitenkin syksyllä 2001 niin valtakunnan lehdistö, radio kuin televisio kiinnostuivat uudestaan Joensuun rasismista kaupungissa asuvien ulkomaalaisten omaisuuteen kohdistuvien vahingontekojen lisäännyttyä nopeasti. Valtakunnallisissa tiedotusvälineissä elokuussa 2001 ilmestyneet tekstit kertovat karua kieltään: Joensuu oli edelleen koko Suomen rasismikaupunki.

2000-luvun mielikuvayhteiskunnassa (esim. Karvonen 1999; Lehtonen 1990) ihmiset muodostavat mielipiteensä ja ajatuksensa yhä useammin mielikuvien perusteella. Maineesta ja imagosta on tullut ratkaisevia menestystekijöitä minkä tahansa yhteisön toiminnassa, ja julkisuuden hallinta kuuluu jokaiselle organisaatiolle. Näin ollen myös julkishallinnon organisaatiot, kuten Joensuun kaupunki, joutuvat kiinnittämään huomiota maineeseensa, imagoonsa ja julkisuuskuvaansa.

Organisaation julkisuuskuvaan vaikuttaa olennaisesti sen mediassa saama kuva. Mediajulkisuudessa esille pääseminen ei ole millekään organisaatiolle itsetarkoitus, mutta sen merkitystä lienee turha vähätellä. Kunnan viestinnän perustehtävä on kuntalaisten palvelu, mutta viestintään kuuluvat myös ulkoinen suhdetoiminta sekä myönteisen kuntakuvan ylläpitäminen. Kunnat kilpailevat myös valtakunnallisesti jatkuvasti keskenään siitä, mikä niistä on vetovoimaisin. Ulkopuolisten kunnasta saamaan kuvaan vaikuttavat kaupungin sijainti, ikä, elinkeinot, rakennukset, kulttuuriset, uskonnolliset ja poliittiset olosuhteet, jopa sattuma. Kuitenkin myös suhdetoiminnalla on osuutensa imagon muodostumisessa ja sen ylläpitämisessä.

Kuntalehden artikkeli "Joensuu ei suostu pelon ja väkivallan maisemaksi" (Hynynen 1999, 22–23) sai mielenkiintoni heräämään. Miten niin ei suostu? Onko sillä muka vaihtoehtoja? Ja miksi siitä tuli "pelon ja väkivallan maisema"? Miten "Joensuun tauti" syntyi ja levisi valtakunnan mediassa? Millaisia mahdollisuuksia suomalaisella kunnalla ylipäänsä on vaikuttaa julkisuuskuvaansa?

2 Tutkimuksen tavoite ja lähestymistapa

Tutkimuksen tavoitteena voi olla kuvaaminen, tulkitseminen, selittäminen, ymmärtäminen – jopa ennustaminen (Dey 1993, 30–31; Ikävalkon 1996b, 115 mukaan). Pro gradu –tutkimukseni tavoitteena on kuvailla pääkaupunkiseudun näkökulmasta "periferiaan" asettuvan kuntaorganisaation saamaa valtakunnallista mediajulkisuutta kriisitilanteessa esimerkkitapauksen "Joensuun tauti"[1] kautta. Tarkastelemalla "Joensuun taudin" medialogiikkaa[2] haluan myös pohtia, onko kuntaorganisaatiolla ylipäänsä mahdollisuuksia vaikuttaa julkisuuskuvaansa kriisitilanteessa.

Tutkimukseni kohdistuu yhteen julkisuuden alalajeista, mediajulkisuuteen. Jos julkisuus määritellään yksityisen vastakohdaksi, kaikkien saavutettavissa olevaksi ympäristöksi, jossa organisaatio toimii (ks. esim. McQuail 1992, 2), voidaan mediajulkisuus ymmärtää sen yhdeksi osa-alueeksi. Tutkimuskohteenani on Joensuun representaatio mediassa, ja tarkoitukseni on kuvailla, miten "Joensuun tauti" kehittyi valtakunnallisessa mediajulkisuudessa. Olen nimennyt marraskuun 1995 "Joensuun taudin puhkeamiseksi" ja elokuun 2001 "jälkitaudin ajaksi" ja tarkastelen Joensuun esiintymistä valtakunnallisessa lehdistössä näinä ajanjaksoina. Lopulta kysyn myös Joensuun kaupungin organisaation tiedottamisesta vastanneilta heidän toimintapolitiikastaan edellä mainittuina ajanjaksoina ja kiinnitän huomiota siihen, onko kaupungin mediajulkisuudessa saama kuva yhteydessä sen antamiin tiedotteisiin, haastattelulausuntoihin tai tekemiin päätöksiin.

---

[1] Termiä "Joensuun tauti" olen nähnyt käytetyn esimerkiksi lehdistössä ja televisiossa viitattaessa joensuulaiseen rasismiin. Olen lainannut mielestäni osuvan termin myös yhdeksi tutkimukseni "avainkäsitteistä".

[2] Ymmärrän medialogiikan käsitteen Altheiden ja Snown (1991) tavoin: tarkoitan sillä eräänlaista "median kielioppia", siis niitä tapoja, muotoja ja sääntöjä, joiden mukaan asioita mediassa esitetään. Medialogiikan elementtejä ovat muun muassa materiaalin organisoinnin tavat, esittämistyylit sekä se, mihin ilmiöihin mediassa erityisesti fokusoidaan.

Tutkimukseni on luonteeltaan kuvaava ja tulkitseva ja siinä yhdistyvät useat organisaatioviestinnän ja joukkoviestinnän tutkimusperinteet ja näkökulmat. Tutkimuksessa liikutaan niin kulttuurintutkimuksen, tekstintutkimuksen, argumentaation ja retoriikan tutkimuksen kuin organisaatioteoretisointien alueella, ja lähestymistapa on sekä määrällinen että laadullinen. Tutkimus liikkuu mikrotasolla: julkisuutta sekä toiminnan ja julkisuuden välistä suhdetta tarkastellaan yhden organisaation näkökulmasta. Case-tutkimuksessa yksi tapaus kertoo kuitenkin aina jotain myös yleisestä kulttuurista.

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni on, **miten paljon ja mihin sävyyn Joensuun rasismista on kirjoitettu Helsingin Sanomissa, Iltalehdessä ja Ilta-Sanomissa 8.–22.11.1995** (ajanjakso kattaa kaksi "tapaus Parkeria" seuraavaa viikkoa). Toinen kysymys on, **miten ilmiöstä kirjoitettiin samoissa lehdissä 22.–31.8.2001** (aika, jolloin joensuulaisesta rasismista kiinnostuttiin valtakunnallisessa lehdistössä uudelleen). Tarkoitukseni on vertailla kaupungin saamaa mediajulkisuutta vuonna 1995 sen saamaan mediajulkisuuteen vuonna 2001. Painetun lehtiaineiston valintaa perustelen sillä, että lehteä pidetään Suomessa edelleen yhtenä tärkeimmistä tiedonhankintakanavista. Lehti on suomalaiselle "ikkuna maailmaan", siihen luotetaan ja sen sisältöön keskitytään. Toisin kuin Ikävalko ja Uimonen (1996) ennustivat, sähköiset viestimet eivät ole pienentäneet lehtien osuutta suomalaisten median käytöstä. Yli yhdeksän kymmenestä 12–69 –vuotiaasta suomalaisesta lukee päivittäin sanomalehteä (Vehkakoski 2002). Sanomalehtitekstien valintaa aineistoksi puoltavat myös käytännön tutkimustyöhön liittyvät seikat: tekstiaineisto on suhteellisen helposti saatavissa ja hallittavissa. Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat ja Iltalehti valittiin aineistoksi niiden "valtakunnallisuuden" vuoksi: esimerkiksi Kansallisen mediatutkimuksen mukaan vuonna 2001 Suomen luetuimpia lehtiä olivat nimenomaan Helsingin Sanomat (lukijoita 1 150 000), Ilta-Sanomat (920 000) ja Iltalehti (686 000) (ks. Talli 2002). Näin ollen tutkimukseen valittuja lehtiä voidaan pitää pätevänä aineistona tarkasteltaessa suomalaista valtajulkisuutta. Tutkimuksen tavoitteena on nimenomaan valtakunnallisen mediajulkisuuden tarkastelu, sillä kaupungin näkymistä paikallisessa lehdistössä on tarkasteltu aiemmissa tutkimuksissa (esim. Harinen, Heikkilä ja

Hyvönen 2001), ja tämän tutkimuksen tavoitteena on tuoda maakunnallisen mediajulkisuuden tarkastelun rinnalle uusia näkökulmia.

Toinen kiinnostukseni kohde on, miten Joensuun kaupunki on toiminut suhteessa negatiiviseen mediajulkisuuteen. Kolmas tutkimuskysymykseni on, **miten Joensuu kaupunki reagoi mediajulkisuuteen** rasismin tullessa ensimmäistä kertaa päivänvaloon "tapaus Parkerin" yhteydessä. Neljäs kysymys on, **onko toiminta ollut erilaista vuonna 2001,** "toisen aallon" aikana.

Viides tutkimuskysymykseni yhdistää kaikki aikaisemmat: **Onko toiminnan ja mediajulkisuuden suhteesta löydettävissä jokin yhteys?** Miten Joensuussa on pidetty yllä mediasuhteita? Luotiinko Joensuun tauti mediassa vai loiko kaupunki sen itse?

Tutkimus on luonteeltaan ideografinen: kiinnostuksen kohteena on yksittäinen tapaus eikä ensisijaisena tavoitteena ole nomoteettinen yleistysten tekeminen. (Ks. esim. Pietilä 1995a, 183). Habermasin[3] termein tutkimusintressiäni voidaan kuvata ensinnäkin hermeneuttiseksi eli tulkitsevaksi. Tutkimusintressini on jossain määrin myös emansipatorinen (vaikka tarkoitukseni ei olekaan varsinaisesti tuoda minkään "alistetun" ryhmän ääntä esiin): pyrin osallistamaan Joensuun kaupungin päättäjiä kaupungin saamaa julkisuutta koskevaan keskusteluun.

Tutkimusraportti etenee alun "Johdatus" –osan jälkeen teoreettisen taustan esittelyyn sekä tapaustutkimuksen "Joensuun tauti" taustojen kuvailuun (osassa II). Tutkimuksen tulokset esitellään raportin kolmannessa osassa, jossa tutkimusta myös lopulta arvioidaan ja esitetään ideoita jatkotutkimukseen.

[3] Habermasin (1977) mukaan tiedolla on aina joko käytännöllinen, hermeneuttinen tai emansipatorinen intressi. Tutkimuksen tavoitteena voi siis olla käytännössä hyödynnettävän tiedon tuottaminen, tutkittavien ilmiöiden ymmärtäminen tai tutkimuksen kohteiden "vapauttaminen". Tutkimusote valitaan tutkimuksen tarkoituksen mukaan. Jos tarkoitus on kuvailla ja ymmärtää, valitaan usein kvalitatiivinen lähestymistapa. Kvantitatiivinen tutkimus soveltuu taas esimerkiksi syy- ja seuraussuhteiden testaamiseen, ilmiöiden selittämiseen sekä ennustamiseen.

3 Viestintää ja kulttuuria

3.1 Viestintä kulttuurina ja media yhteisen todellisuuden muokkaajana

Tutkimukseni on aineistolähtöinen mutta pohjaa joihinkin teoreettisiin perusolettamuksiin. Laadullinen tutkimus on usein aineistolähtöistä, mutta siitä huolimatta ajattelua jäsentävät aina jotkin joko tiedostetut tai tiedostamattomat teoreettiset lähtökohdat. Teoriat tarjoavat myös mahdollisuuden tulkita aineistoa osana laajempaa kontekstia. (Väliverronen 1998, 33–34.)

Viestintätieteellinen tutkimus on viime vuosina painottunut kulttuurintutkimuksellisiin lähestymistapoihin. Myös tämän tutkimuksen teoreettinen viitekehys nojaa todellisuuden ja yhteiskuntaelämän merkitysvälitteisyyden korostamiseen. (Ks. esim. Alasuutari 1994, 53). Väliverrosen mukaan (1998, 17–18) kulttuurintutkijat näkevät kulttuurin, merkitysten ja viestinnän tutkimisen olevan samalla yhteiskunnan tutkimista. Kulttuurintutkimuksen perintö nojaa muun muassa konstruktionismiin, semiotiikkaan ja todellisuuden diskursiivista[4] luonnetta painottaviin ajattelumalleihin. Ajatteluni pohjautuu sosiaalisen konstruktionismin ideoille (ks. Berger & Luckmann 1972): maailman ilmiöt saavat merkityksensä vuorovaikutuksessa ja määrittyvät aina osallistujien tekemien tilanteenmäärittelyiden tuloksena.

Viestintä on usein totuttu jakamaan hierarkkisesti tasoihin (esim. joukkoviestintä, organisaatioviestintä, intersubjektiivinen viestintä ja intrasubjektiivinen viestintä).

[4] Diskurssilla tarkoitetaan tässä "maailmaa muokkaavaa puhetapaa" (esim. Foucault 1980). Kuka tahansa ei voi tuottaa diskursiivista puhetta, vaan sen tuottajalla täytyy olla jokin positio, kuten "asiantuntijuus" tai esimerkiksi pääsy mediajulkisuuteen. Diskursiivista puhetta (kun sen kerran on joku tuottanut) toistetaan, haastetaan tai riitautetaan lopulta niin mediassa kuin jokapäiväisissä ihmisten välisissä keskusteluissa.

Nykyisin tällaisista jaotteluista ollaan kuitenkin luopumassa, sillä viestintää nähdään olevan kaikkialla. Rajaa joukkoviestinnän ja organisaatioviestinnänkin välille on vaikea vetää, ja teknologian kehittyessä rajojen vetäminen vaikeutuu entisestään. (Esim. Ikävalko 1996b, 33–34.) Tutkimukseni taustalla ovat useat joukkoviestinnän ja organisaatioviestinnän teoriat, ja kiinnostukseni kohdistuu erityisesti journalismin ja sen lähteiden (organisaatiot) väliseen suhteeseen. Olen omaksunut Ikävalkon (1996b) ajatuksen mediajulkisuudesta pelinä, jonka osanottajat ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa.

Kriittinen viestinnän tutkiminen johtaa pohtimaan viestintää myös yhteiskunnallisena prosessina, osana vallankäyttöä ja sosiaalisen todellisuuden rakentumista. Nojaan tutkimuksessani kriittiseen teoriaan (esim. Adorno 1991): tieto on aina jostain näkökulmasta ja jotain tarkoitusta varten tuotettua. Kriittiseen traditioon kuuluu keskeisenä myös ajatus siitä, että "valta" palvelee aina tietyn ihmisryhmän (tällä hetkellä yleensä luultavasti taloudellisen eliitin) intressejä. Kriittinen teoria ja tutkimus pohjautuvat ajatukseen diskurssien tehtävistä jonkin ryhmän päämäärien edistäjinä, ja tutkimuksen tarkoituksena on yleensä näiden "näkymättömissä" olevien, päämäärien saavuttamiseen tähtäävien rakenteiden löytäminen. Aineiston tarkasteleminen vallan ja ideologian näkökulmista on tärkeää myös siksi, että tutkimuskohteena on media. Medialla on diskursiivista valtaa vaikuttaa ilmiöistä syntyviin mielikuviin, eikä median toimintaa tarkasteltaessa tule unohtaa kriittisyyttä. Pyrinkin kiinnittämään huomiota esimerkiksi joukkoviestinnän tekstien näkymättömissä oleviin taustaoletuksiin (vrt. Kellner 1995, 8) ja semiotiikan ja jälkistrukturalismin hengessä lähden siitä, että merkitykset liikkuvat ja muuttuvat (esim. Blom 1998, 206–207). Tarkastelen mediaa systeeminä, jolla on paitsi merkityksiä luova ja uusintava vaikutus myös ideologista valtaa. Käsitän viestinnän tulkitsevana toimintana: se on paitsi informaation siirtoa myös yhteisyyden luomista ja kulttuuria. (Esim. Kunelius 1998.)

Tutkimukseni on myös organisaatioviestinnän tutkimusta, mutta liikkuu sielläkin vähän tutkitulla alueella eli julkisen hallinnon organisaatioiden viestinnässä. Tämä viestintä on usein nähty mieluummin kommunikatiivisena eli kansalaisten palvelemiseen tähtäävänä kuin strategisena eli organisaation omien (yleensä taloudellisten)

päämäärien saavuttamiseen pyrkivänä toimintana[5] (ks. esim. Nieminen 2000). Kunnan viestintäoppaidenkin mukaan viestinnän kohderyhmänä ovat kansalaiset eivätkä joukkotiedotusvälineet. Julkishallinnon viestinnällä on kommunikatiivisen funktion lisäksi kuitenkin myös strateginen puolensa, joka korostuu puhuttaessa esimerkiksi kunnan markkinoinnista tai sidosryhmäsuhteista. (Hakala 2000a; Nieminen 2000).

3.2 Kuinka media toimii?

Medialla on nykyihmisen elämässä merkittävä rooli: sen välittämät sisällöt vaikuttavat tilanteenmäärittelyihin ja siihen, kuinka ihmiset tekevät maailmaa ymmärrettäväksi. Muun muassa Nordenstreng (1995, 49) on todennut, että media on paitsi tietoa ja tuntoja kansalaisille välittävä kanava myös instituutio siinä missä armeija, koulu tai kirkkokin. Median tehtäviä yhteiskunnassa ovatkin pohtineet niin sosiologit, viestintätieteilijät kuin kulttuuriteoreetikot.

Joukkoviestinnän tutkimuksella on pitkä historia, ja tutkimus on aina ollut tiiviisti yhteydessä yhteiskunnalliseen tilanteeseen. Joukkoviestinnän rooli, tehtävät ja merkitys on nähty eri yhteiskunnissa eri tavoin, ja eri aikakausina syntyneitä median toimintaa selittäviä teorioita sovelletaan nykyiseen mediatutkimukseen vaihtelevasti (ks. esim. Nordenstreng 1995, 53).

Tämän tutkimuksen kannalta olennaisia joukkoviestinnän teorioita ovat median diskursiivista valtaa kuvaavien teorioiden, kuten Fairclough'n (1997) kriittisen mediateorian, lisäksi "portinvartijateoria", "uutiskriteeriteoria" sekä "agenda setting – teoretisoinnit". Portinvartijamalleissa media nähdään "vallan vahtikoiraksi", jolla on valta päättää, kenet päästetään ääneen ja mitkä asiat päivän esityslistalle. Portinvartijamalleissa organisaatioiden tavoitteena nähdään olevan julkisuuteen pääseminen,

[5] Kommunikatiivinen viestinnän funktio viittaa viestintään keskusteluna, kansalaisten palveluna ja demokratian takaajana. Strateginen viestinnän puoli korostaa taas viestintää organisaation resurssina. Tällöin kiinnitetään huomiota muun muassa viestinnän päämääriin, tavoitteisiin ja keinoihin.

jolloin toimittajien tehtäväksi jää seuloa tarjonnasta olennainen. (Esim. Ikävalko 1996b.) Uutiskriteeriteorian (Galtung & Ruge 1973) mukaan uutisagendalle päätyvät aiheet valikoituvat taas jatkuvasti muuttuvien uutiskriteerien[6] perusteella. Agenda setting – teoriassa (ks. esim. Kunelius 1998) taas nähdään, ettei medialla ole vaikutusta siihen, mitä mieltä asioista ollaan, vaan valta vaikuttaa siihen, mistä ylipäänsä keskustellaan. Ikävalko (1996b, 42) puhuu kuitenkin myös organisaatioiden agendan ja yksityisten henkilöiden agendan mahdollisuudesta. Tämä ajatus korostaa paitsi mediavallan jakautumista myös viestinnän tasojen sekoittumista.

Medialla on kussakin yhteiskunnassa omat tehtävänsä, ja käsitykset näistä muuttuvat jatkuvasti. Journalistit itse ovat jo kauan ymmärtäneet itsensä yleisön palvelijoiksi, joiden missiona on välittää kansalaisille totuudenmukaista tietoa objektiivisesti, tasapuolisesti ja neutraalisti (esim. Huovila 1997). Median itsenäisyys voidaan määritellä McQuailin (1992, 110) tapaan "riippumattomuutena omistajista, hallituksesta, sisäisistä rajoituksista, mainostajista, lähteistä ja painostusryhmistä". Objektiivisuusperiaate on journalisteille paitsi ammatillinen ideaali[7] myös käytännön työskentelyohje: objektiivista raportointia pidetään ainoana mahdollisena keinona tehdä hyvää journalismia. Ajatukseen journalismin riippumattomuudesta suhtaudutaan kuitenkin jatkuvasti kriittisesti. Esimerkiksi Careyn (1995, 390–391) mukaan totuuden kertominen on "mahdotonta", joten tällöin se ei voi olla toimittajienkaan tehtävä. Carey toteaa myös, ettei käytännön toimittajien työllä ole "totuuden kanssa mitään tekemistä", sillä journalistit ovat ainoastaan "muualla tuotetun totuuden välittäjiä", jotka kääntävät asiantuntijakielen lukijoille ymmärrettävään muotoon. Toimittajien tärkeimpänä tehtävänä voidaankin nähdä ihmisten ja asiantuntijoiden tuominen julkisuustilaan. Tavoitteena on, että

---

[6] Galtung & Ruge (1973) näkevät kriteereistä tärkeimpinä yllättävyyden, ajankohtaisuuden ja eliitin koskettamisen (ks. Valtonen 1998, 93). Huovila (1997, 90) taas kirjoittaa, että uutisen arvoon vaikuttavat kriteerit määritellään tapahtuman ajallisen, kulttuurisen ja maantieteellisen etäisyyden perusteella. Mitä kauemmas tapahtuma näillä jatkumoilla yleisön näkökulmasta menee, sitä pienempi on tapahtuman uutisarvo.

[7] Heinonen (1996, 91–99) jakaa suomalaisten journalistien ammatilliset ihanteet kahteen ryhmään: ammattiroolia koskeviin ihanteisiin ja hyvää journalistista tapaa koskeviin ihanteisiin. Hänen mukaansa ammatillisista ihanteista päällimmäisiä ovat pyrkimys totuudellisuuteen ja olennaisuuteen sekä ammatillinen riippumattomuus. Heinosen mukaan journalistinen ammattitaito supistuu kuitenkin lopulta paljolti tekniseksi osaamiseksi, ja toimittajat kokevat, etteivät ihanteet ja arjen ammattikäytäntö kohtaa.

mediajulkisuudessa asiantuntijat saadaan puhumaan rehellisesti, jolloin myöskään yksityiset intressit eivät sekoitu julkiseen intressiin. Myös Peters (1995, 10; Schoenbachin ja Beckerin 1995, 342 mukaan) kirjoittaa, että lehdistön tehtävänä on toimia "julkaisijana": välittää ja levittää toisten mielipiteitä sekä luoda uusia, sittemmin julkisiksi tulevia mielipiteitä.

Median toimintaa hahmottavia periaatteita ovat modernien läntisten yhteiskuntien perusarvot vapaus, oikeudenmukaisuus ja tasapuolisuus sekä järjestys ja solidariteetti (McQuail 1992, 67). Nykyisin hyväksytään laajalti, että medialla tulee olla mahdollisuus julkaista ilmiöitä koskevaa tietoa vapaasti ja itsenäisesti. Sen tulee kuitenkin ottaa aina huomioon myös kansalaisten yksilölliset oikeudet sekä valtion turvallisuus (McQuail 1992, 35).

Joukkoviestintä välittää yksityistä ja julkista, ja näiden välinen raja on jatkuvasti muuttuva: julkisesta tulee yksityistä ja päinvastoin (Fairclough 1997, 54). Näin ollen eri aikakausina julkisessa keskustelussa esiintyvät myös eri aiheet (ks. esim. Picard 2001). Mediassa tarjotaan informaatiota mutta vaikutetaan myös julkisen mielipiteen muodostumiseen, uusintamiseen ja muokkaamiseen. Julkisen mielipiteen foorumina medialle asetetaan tehtäväksi myös demokratian turvaamiseen osallistuminen.

Lehdistöllä on erityisesti Skandinaviassa yleensä ollut poliittinen rooli, ja sitä on pidetty tärkeänä yhteiskunnallisena vaikuttajana. Kuitenkin viime aikoina joukkoviestinnästä on alkanut tulla yhä kaupallistuneempaa toimintaa, jonka yleisöjä kohdellaan mieluummin kuluttajina kuin kansalaisina. Mediassa tarjolla oleviin esityksiin vaikuttavat kaupallisuuden lisäksi muun muassa mediarutiinit[8], journalistien henkilökohtaiset asenteet sekä ammatillinen sosialisaatio, uutistuotannossa vaikuttavat sosiaaliset ja institutionaaliset voimat sekä "valtaapitävien" yritykset välittää uutisten

[8] Tuomo Mörä (1996) kutsuu uutisten teollisen tuotannon ja nopean uutisvälityksen edellyttämiä rutiineja mediarutiineiksi, joiden kollektiivisuuden hän katsoo selittävän viestinten sisältöjen samankaltaisuutta. Mörä nimeää median rutiinit määrittelyrutiineiksi, keruurutiineiksi ja esitystaparutiineiksi. Mörän mukaan rutiinit voivat vinouttaa viestinten sisältöä ja tarjota myös lähteille mahdollisuuden käyttää viestimiä hyväkseen (ks. myös McQuail 1992, 99–139). Myös Ikävalko (1996b) toteaa, että lähteen on helpompi hallita saamaansa julkisuutta, jos se tuntee median rutiinit. Median rutiinit ovat kuitenkin välttämättömiä: ilman niitä uutistuotanto ei ylipäätään olisi mahdollista. (Mörä 1996, 105–115.)

avulla omia näkemyksiään (McQuail 1992, 189). Joukkoviestintävälineet toimivat myös monimutkaisessa suhdeverkostossa[9]. Esimerkiksi McQuailin (1992, 272) mukaan toimittajien "suurin ongelma on, miten toimia portinvartijana". Media ei voi koskaan päästä uutisoinnissa täydelliseen objektiivisuuteen: sosiaalisen konstruktionismin mukaan on erilaisia sosiaalisia todellisuuksia, ei "oikeita" tai "vääriä", ja jokainen median konstruktio luo "todellisuudesta" oman versionsa. Versioiden erilaisuus voi olla semanttista, diskursiivista tai liittyä esimerkiksi lähteiden valintaan. Median objektiivisuutta on myös vaikea arvioida neutraalisti, sillä esimerkiksi olennaisuuden kriteerit ovat muuttuvia.

Joukkoviestinnässä on aina kyse myös arvoista. Uutiset välittävät yhteiskunnan arvoja ja tuovat samalla esiin myös yksittäisten toimittajien arvostuksia. Mediasisältöjä tulkitessaan yleisö tekee myös maailmaa ymmärrettäväksi ja arvioi ympäristöään. (McQuail 1992, 223.) Esimerkiksi Tuchmanin (1978, 1) mukaan uutinen on "ikkuna maailmaan", sillä se tarjoaa kehykset, joiden kautta ihmiset tarkastelevat ympäristöään. Uutinen on sosiaalinen instituutio, jatkuvan neuvottelun tulos ja kulttuuristen resurssien tuote (Tuchman 1978, 4).

Nykyinen joukkoviestinnän tutkimus on usein kriittistä ja painottuu valtaan liittyviin kysymyksiin. Symbolisen ja diskursiivisen vallan jäljittämisen vaikeutta korostetaan yhä enemmän: esimerkiksi Luostarinen (1994) toteaa, että "toimittajien takana seisoo koko ajan kasvava PR-ammattilaisten ja tiedottajien joukko". Joukkoviestinnän ja sen käyttämien lähteiden (organisaatiot, joista media raportoi) välillä on jatkuva vuorovaikutus, joten mediajulkisuus on paitsi joukkoviestintävälineiden, myös organisaatioiden aluetta.

[9] Mediasisältöihin vaikuttavat monet instanssit. Esimerkiksi McQuail (1992, 82–83) erottelee toisistaan median tausta- ja lähivaikuttajat. Edellisiin kuuluvat painostusryhmät, sijoittajat, hallitukset sekä sosiaaliset ja poliittiset instituutiot, jälkimmäisiin taas mainostajat, yleisö, lähteet ja omistajat.

3.3 Organisaatiot ja viestintä

3.3.1 Mikä on organisaatio?

Organisaatio voidaan määritellä ihmisten väliseksi yhteenliittymäksi, joka pyrkii yhteisten tavoitteiden saavuttamiseen. Käsitän organisaation avoimeksi systeemiksi, joka on jatkuvassa vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa. Avoimuus korostuukin 2000-luvun organisaatioteoretisoinneissa: esimerkiksi ajatus läpinäkyvästä "kasvihuoneorganisaatiosta" on hyväksytty laajalti.

Olen omaksunut ajatuksia stakeholder-ajattelusta, johon kuuluu idea organisaation olemassaolosta ainoastaan suhteessa stakeholder-ryhmiinsä. Stakeholder[10] voidaan määritellä "tahoksi, joka voi vaikuttaa organisaation toimintaan tai jonka toimintaan organisaatio voi vaikuttaa" (Näsi 1995, 19). Stakeholder-tahoja voidaan jakaa esimerkiksi suoriin ja epäsuoriin tai primaarisiin ja sekundaarisiin; stakeholdereihin kuuluvat niin henkilöstö, asiakkaat, omistajat, julkiset instituutiot kuin media. Stakeholder-ajattelun mukaan jatkuva vuorovaikutus organisaation ja sen intressiryhmien välillä on edellytys organisaation toiminnalle. (Esim. Näsi 1995, 19–32.)

Stakeholder-ajattelun mukaisesti näen, että organisaation on jatkuvasti otettava huomioon tahot, joilla voi olla vaikutusta sen toimintaan tai joiden toimintaan organisaatio voi vaikuttaa. Ympäristö on jatkuvasti muuttuva, eikä organisaatio ole pelkästään vuorovaikutuksessa stakeholdereidensa kanssa vaan jatkuvasti myös osa stakeholder-ympäristöään. Organisaation on muututtava jatkuvasti ympäristön vaatimusten mukaan. Näen organisaatiot monimutkaisista verkostoista muodostuviksi kokonaisuuksiksi, jotka ovat toisiinsa nähden keskinäisissä riippuvuussuhteissa ja osallistuvat yhteisiin aktiviteetteihin. (Ks. Ströh & Jaatinen 2001, 152–157.)

---

10 Termin suomentamisesta ei ole päästy yhteisymmärrykseen: jotkut käyttävät termiä sidosryhmä, toiset puhuvat intressiryhmistä, jotkut taas yhteistyö- ja kohderyhmistä.

Julkishallinnon organisaatiot eroavat yksityisen sektorin organisaatioista: julkisten organisaatioiden tavoitteena ei ainakaan ensisijaisesti ole tuottaa taloudellista voittoa. Kuntien toiminnan periaatteisiin ovat kuuluneet avoimuus ja demokratia, ja kunnat ovat organisaatioina pyrkineet lähinnä asukkaidensa palvelemiseen ja kansalaisten perusoikeuksien turvaamiseen. Ajatusmalli on kuitenkin muuttumassa, ja kunnat alkavat omaksua yhä enemmän kaupallisten yritysten toimintatapoja ja periaatteita. Taloudellinen tulos alkaa olla yhä tärkeämpi tavoite myös julkishallinnon organisaatioille: turvatakseen olemassaolonsa myös kunnan on huolehdittava tuloksellisuudestaan.

Yhtenä kunnallishallinnossa työskentelyn suurimmista haasteista voidaan pitää sitä, että jokainen kunnassa työskentelevä on vastuussa tekemisistään niin asukkaille, kollegoilleen kuin julkiselle vallalle. Kuntaorganisaation ollessa kiinteä osa suomalaista hyvinvointiyhteiskuntaa siihen kohdistuu usein myös intressejä, jotka ovat toisilleen vastakkaisia. Kuntaorganisaatiossa päätöksenteko perustuu luottamushenkilöiden työskentelyyn, jolloin myös poliittiset debatit ovat olennainen osa organisaation toimintaa.

3.3.2 Viestintä organisaatiossa

Organisaatioviestinnän tutkimuksessa viestintä nähdään organisaation resurssiksi. Lehtonen (2000, 187) tarkastelee viestintää yrityksen aineettomana pääomana: se ei ole välttämätön kuluerä vaan investointi, jonka voidaan katsoa vaikuttavan myös organisaation tuloksellisuuteen. Lehtonen kirjoittaa, että viestintä on "katalysaattori, joka saa organisaation osaamispääoman tuottamaan". Viestintäpääoma muodostuu viestintärakenteista (teknologiset ja sosiaaliset), jäsenten viestintäkompetensseista sekä yhteisöasenteiden ulottuvuudesta. Nämä kolme osatekijää mahdollistavat organisaation tuloksellisen dialogin. Lehtonen muistuttaa vielä, että aineetonta pääomaa voi sekä kasvattaa että kuluttaa. Myös aineettoman pääoman loppuminen merkitsee organisaatiolle kriisiä. (Lehtonen 2000.)

Organisaatioviestintä voidaan määritellä eri tavoin; esimerkiksi Goldhaberin (1993, 17) mukaan termillä voidaan tarkoittaa lähestulkoon mitä tahansa. Goldhaber (1993, 18) itse määrittelee organisaatioviestinnän "sanomien luomiseksi ja vaihtamiseksi keskinäisessä riippuvuussuhteessa olevassa verkossa, jotta ympäristön epävarmuustekijöihin voidaan vastata". Omaa ajatteluani jäsentää vuosisadan alun Amerikkaan juurensa ulottava ja muun muassa Leif Åbergin (1993) suomalaiseen kontekstiin formuloima kokonaisviestintäajattelu, "Total communications" (ks. Ikävalko 1996b, 55–56). Kokonaisviestinnän mallissa viestinnän nähdään muodostuvan kaikesta organisaation sisäisestä ja ulkoisesta kommunikoinnista, jossa strateginen, taktinen ja operatiivinen taso kulkevat lomittain (Ikävalko 1996b, 30).

Åbergin (1999) mukaan viestinnällä on yhteisössä viisi tehtävää: kiinnittäminen (työhön ja organisaatioon perehdyttäminen), informointi (ulkoinen ja sisäinen tiedotus, yhteistoiminta ja luotaus), profilointi (tuote- ja yritysprofiilin rakentaminen ja tutkimus), myynnin ja tuotannon tukeminen (ulkoinen ja sisäinen markkinointi sekä operatiiviset työohjeet) sekä vuorovaikutus. Organisaatioviestinnän tavoite voidaan loppujen lopuksi pelkistää yhteen lauseeseen: viestinnän tavoitteena on edesauttaa organisaation muiden tavoitteiden saavuttamista.

Organisaatioviestinnän järjestelmäteoriat käsittävät organisaation taloudellis-hallinnolliseksi järjestelmäksi. Järjestelmään syötetään panoksia, jotka muovataan organisaatiossa tuloksiksi. Järjestelmänä organisaatio on vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa saaden siltä resursseja ja tuottaen sille hyödykkeitä. Viestintä on tällöin lähinnä johdon työkalu ja rationaalisesti hallittavissa. Wiion 1970-luvulla kehittämä kontingenssiteoria ja Åbergin sittemmin soviteteoriaksi muotoilema ajattelutapa korostaa muuttuvan ympäristön vaikutusta toimintatavan ja strategian valintaan: erilaiset sisäiset ja ulkoiset organisaation sovitetekijät määrittävät kulloinkin sopivan toimintatavan. (Åberg 2000, 16–148; Ikävalko 1996b, 49; Ströh & Jaatinen 2001, 157–158). Järjestelmäteoreetikot näkevät organisaation ympäristönsä kanssa vuorovaikutuksessa olevaksi systeemiksi, kun taas stakeholder–ajattelussa organisaatio nähdään pikemminkin osaksi ympäristöään, jota kohtaan sillä on myös vastuita ja sitoumuksia.

Olen omaksunut ajatuksia edellä mainituista organisaatioviestinnän teorioista tutkimusaiheeseen soveltuvin osin. Näen viestinnän tuloksentekijäksi ja uskon, että sitä voidaan jossain määrin hallita. Kuitenkin systeemiteoreettiset näkemykset ovat perustuneet yleensä viestinnän siirtomalleihin, prosessikoulukuntaan, jossa viestintä nähdään pelkästään sanomien siirroksi lähettäjältä vastaanottajalle. Itse käsitän viestinnän paitsi sanomien siirtämiseksi myös tulkitsevaksi ja diskursiiviseksi toiminnaksi. Seuraan prosessikoulukuntaa mieluummin semioottista eli tekstien erilaisiin merkityksiin huomionsa kiinnittävää koulukuntaa (ks. Fiske 1994, 13–17).

Tarkastelen viestintää julkishallinnon organisaatiossa pitkälti perinteisten viestintäkäsitysten[11] mukaisesti: kunnan viestintä on kuntalaisten palvelua ja kunnan profilointia, vuorovaikutusta kunnan ja sen ympäristön välillä. Kaikkia ajatteluni pohjalla olevia organisaatioviestinnän teorioita yhdistää ajatus viestinnästä yhtenä organisaation perustoiminnoista. Viestintä liittyy organisaatiossa kaikkeen: teot ovat viestejä ja viestit tekoja.

3.3.3 Organisaation ulkoinen viestintä ja PR

Organisaation viestintä jaetaan usein karkeasti sisäiseen ja ulkoiseen ja nämä taas pienempiin osa-alueisiin omine funktioineen. Rajojen vetäminen alueiden välille on vaikeaa – usein jopa mahdotonta. Vaikka sisäistä viestintää ei voikaan täysin erottaa ulkoisesta, keskityn työssäni näistä lähinnä jälkimmäiseen.

[11] "Perinteisten" viestintäkäsitysten rinnalla organisaatioviestinnän tutkimuksessakin on nykyisin alettu korostaa postmodernismin mukaista ideaa organisaatiosta jatkuvasti muuttuvana sekä kaikille sen jäsenille hiukan eri tavoin merkityksellistyvänä kokonaisuutena. Esimerkiksi Aulan (1999) dynaamisen organisaatioviestinnän teorian mukaan organisaatio on elävä systeemi, joka ei koskaan toimi lineaarisesti tai funktionaalisesti kohti asetettuja päämääriä ja jonka viestinnän täydellinen hallitseminen on mahdotonta. Organisaation viestinnällä on sekä integroiva että dissipatiivinen funktionsa, ja organisaatio uudistuu jatkuvasti uutta luomalla.

Ulkoinen viestintä sisältää sidosryhmille tiedottamisen ja suhdetoiminnan. Åbergin kokonaisviestinnän mallissa ulkoisen viestinnän tehtäviä ovat paitsi tiedottaminen myös organisaation profilointi. (Åberg 1993, 71–72; Ikävalkon 1996b, 22 mukaan). Näen itsekin ulkoisen viestinnän sisältävän sekä tiedottamista että markkinointiviestintää. Kyse on siis kaikesta viestinnästä, jolla yhteisö pyrkii luomaan ja ylläpitämään yhteisymmärrystä itsensä ja ympäröivien ihmisten, organisaatioiden ja yhteiskunnan välillä (Grunig 1989, 38).

PR:llä eli suhdetoiminnalla tai julkisuustyöllä tarkoitetaan viestintää organisaation ja sen yleisöjen välillä. Käytän Sam Blackin (1993, 14) esittelemää The Institute of Public Relations'in määritelmää vuodelta 1987: PR on organisaation tavoitteellista, suunniteltua ja jatkuvaa toimintaa, joka pyrkii aikaansaamaan ja ylläpitämään luottamusta ja yhteisymmärrystä organisaation ja sen yleisöjen välillä. Jim Dunnin (1988, 6) mukaan jokaisessa organisaatiossa harjoitetaan PR:ää – joko tietoisesti tai tiedostamatta – koska jokainen yhteisö kommunikoi ainakin jollain tasolla itselleen tärkeiden yleisöjen kanssa.

Yhteisöviestinnän teorioissa PR:n nähdään voivan muun muassa rohkaista keskusteluun, auttaa muuttamaan käsityksiä, asenteita ja käyttäytymistä ja parantaa organisaation tuloksia. Ajan mittaan PR:n avulla voidaan rakentaa ja vahvistaa mainetta ja lisätä uskottavuutta. PR ei kuitenkaan voi taata luottamusta ellei sitä ole ansaittu eikä myöskään muuttaa huonoja toimintatapoja hyviksi. PR:n merkitys onkin siinä, että sen avulla voidaan arvioida yleisöjen mielipiteitä ja asenteita sekä rakentaa niiden mukaan viestintäohjelmia, joiden avulla voidaan pyrkiä luomaan organisaation tavoitteisiin sopiva toimintaympäristö. (Stone 1993, 13–17.) Huangin (2001, 272–274) mukaan nykyisin ajatellaan myös, että PR voi konfliktitilanteissa pienentää dissonanssia organisaation ja sen yleisöjen välillä. "Hyvä", ennakoiva PR voi ehkäistä kriisejä, mutta toisaalta "huonolla" PR:llä voidaan myös lisätä organisaation ja ympäristön välistä dissonanssia. PR-strategiat eivät vaikuta konfliktien ratkaisuihin suoraan: hyvällä PR:llä voidaan vaikuttaa maineeseen, mutta vaikutus konfliktien hallintaan on epäsuora. Välittävänä tekijänä on aina organisaation julkinen luonne.

Blackin (1993, 70–85) mukaan suhdetoimintaan kuuluvat muun muassa PR-kampanjat ja -ohjelmat, julkaisut, puheet, tapahtumat, sponsorointi ja lobbaus. Viestintä voidaan nähdä vuorovaikutussuhteen rakentajana, kokonaisvaltaisena toimintana, joka läpäisee koko organisaation toimintakentän. Kuten Haverinen (1999, 34–35) kirjoittaa, "yhteisöviestintä ei ole hallittavissa pieniin erillisiin osiin eriytettynä vaan koordinoimalla viestinnän koko kenttää".

Jos ajatellaan, että yhteisön kaikki toiminta liittyy myös sen viestintään, voidaan sanoa yhteisön viestivän kaikella tekemisellään. Yhteisö voi yrittää vaikuttaa itsestään syntyviin vaikutelmiin, vaikka yhteisön teot ja se, miten toiminta havaitaan, ovatkin eri asioita. Kutsun yhteisön pyrkimystä vaikuttaa siitä syntyviin mielikuviin profiloinniksi. Profiilin luominen on jokaiselle yhteisölle välttämätöntä, ja siihen liittyy kilpailuedun saamisen lisäksi myös yhteisön ainutlaatuisuuden määrittely, siis sen rajaaminen, mitä varten yhteisö on olemassa ja mitä annettavaa sillä on (Lehtonen 1990, 18). Profilointi on siis yhteisön harjoittamaa toimintaa mielikuvien luomiseksi ja muokkaamiseksi. Åbergin (1999, 67) mukaan yhteisön profilointia edustavat esitteet, muut julkaisut, tuotteet, palvelut, henkilökunnan käyttäytyminen ja toimipisteiden ulkonäkö. Profilointi on pitkäjänteistä ja johdonmukaista, tietoista toimintaa mielikuvien muodostamiseksi.

Keskityn tutkimuksessani organisaation mediasuhteisiin eli mediavälitteiseen PR:ään. Vaikka PR-toimintaan kuuluu myös paljon muuta kuin lehdistösuhteiden hoitamista, ovat mediasuhteet esimerkiksi Dunnin (1988, 17, 23) mukaan yksi tärkeimmistä ja vaikeimmista PR-työn osa-alueista. Myös PR-ammattilaiset itse näkevät usein päätehtäväkseen mediasuhteiden hoitamisen[12]. Joukkoviestintävälineissä esiin pääseminen sekä mediajulkisuuden hallinta omaksutaan organisaatiossa yhä useammin osaksi strategista viestintää.

[12] Ilmiö näkyy Suomessakin: Suomen Tiedottajien Liiton ja Julkisen Alan Tiedottajien tekemän jäsenselvityksen mukaan (Vehkakoski, 2001) tiedotusalan työntekijöistä 84 prosenttia pitää mediasuhteiden hoitoa erittäin tärkeänä osa-alueena työssään.

3.3.4 Imago ja maine

Valtionhallinnon julkisille organisaatioille määrittelemien ohjeiden (ks. esim. Suomen Kuntaliitto 2001, 45–47) mukaan julkishallinnon organisaatioiden viestinnän tehtävänä on kansalaisten palveleminen ja tiedon tarjoaminen heille heidän tarvitsemassaan muodossa. Strategisesta näkökulmasta katsottuna ulkoisen viestinnän ja PR:n tehtäviä ovat informaation välittämisen lisäksi kuitenkin myös yleisön mielikuviin vaikuttaminen sekä organisaation myönteisen imagon ja maineen ylläpitäminen. Käsitteinä esimerkiksi imago, mielikuva, maine, julkisuuskuva ja mediakuva esiintyvät usein päällekkäin, joten niiden käyttöä tässä työssä lienee aihetta selvittää.

Tässä työssä imagolla tarkoitetaan paitsi "jollekin kohderyhmälle suunnattua julkista mielikuvaa, jonka luoja pyrkii hyödyntämään omia toimintamahdollisuuksiaan ja houkuttelemaan kohderyhmän myös toimimaan halutulla tavalla" (Lahti, Heinonen, Huhdanmäki, Martamo & Norvasuo 1996, 57) myös imagoa ihmisen tajunnan synnyttämänä yksilöllisenä kuvana. Mielikuva ei ole vain visuaalinen havainto, vaan siihen voidaan liittää myös äänet, hajut, tilaan liittyvät tiedot sekä tapahtumat, ja se on haltijalleen todellisuutta (Lehtonen 1998, 135). Seuraan Lehtosen (1990, 17) imagon määritelmää ja käsitän imagon kokonaisuudeksi, joka muodostuu kokemuksista, oletuksista, tiedoista ja vaikutelmista, en siis pelkästään kuvaksi, jonka yhteisö antaa itsestään. Imagossa on kyse ulkoisen viestinnällisen kuvan sekä ihmismielen sisäisesti synnyttämän kuvan kohtaamisesta (vrt. Karvonen 1997, 18–19). Siinä, missä jotkut teoreetikot korostavat imagoa tarkoituksellisesti luotuna ja toiset painottavat sen pohjautumista todellisuuteen, minä uskon, että imagoa voi luoda, mutta siinä onnistuminen edellyttää luotavan imagon pohjautumista todellisuuteen.

Rajaan käsittelyni tässä tutkimuksessa vain yhteen imagon osaan, mediaimagoon, jolla tarkoitan Joensuusta valtakunnallisessa mediassa välitettyä kuvaa. Joukkoviestinnän lisäksi yhteisön imagoon vaikuttavat kuitenkin myös esimerkiksi yhteisön profilointi, ihmisten kokemukset sekä muiden ihmisten kokemukset kohteesta (esim. Åberg 1999).

Identiteetti, profilointi ja imago kietoutuvat yhteisön toiminnassa vahvasti toisiinsa. Peltolan (1999, 75) mukaan identiteetti kertoo, mikä yhteisö on. Profilointi määrittää sen, mikä yhteisö haluaa olla ja imago taas sidosryhmien käsityksen yhteisöstä. Jos imagoa halutaan muuttaa, on muutoksen lähdettävä identiteetistä ja muutosta autettava profiloinnin keinoin. Yhteisön identiteetillä tarkoitetaan siis sen jäsenten samastumista yhteisöön, yhteisön imago eli yhteisökuva on taas siitä syntynyt mielikuva sidosryhmien keskuudessa, ja yhteisön profilointi on tavoitteellista toimintaa, jonka avulla yhteisö pyrkii luomaan mielikuvia itsestään kohderyhmien mielissä. Yhteisön profilointi on viestintää, siis tiedottamista, suhdetoimintaa, julkisuustyötä ja markkinointia, mutta se on myös palvelujen tarjoamista ja tosiasioihin vaikuttamista. Profilointia toteutetaan niin teoilla, viesteillä kuin ilmeeseen vaikuttamalla (Åberg 1999, 80).

Imagon sijasta on viime aikoina alettu useissa yhteyksissä puhua maineesta. Karvonen tiivistää (2000, 64) käsitteiden välisen eron seuraavasti: imago viittaa visuaaliseen kuvaan, kun taas maineella tarkoitetaan kuultua tai puhuttua. Imago merkitsee kuvaa, maine taas kuvien kokonaisuutta. Maine-käsite voidaan Karvosen (2000, 64) mukaan liittää viestinnän kulttuurintutkimukselliseen lähestymistapaan, kun taas imago terminä soveltuu paremmin individualistis-empiiriseen, viestinnän siirtona näkevään ajattelumalliin.

3.3.5 Kriisiviestintä

Hyvän maineen merkitys korostuu organisaation joutuessa tilanteeseen, jossa sen piirissä toimivien henkilöiden tai toiminnan uskottavuus joutuu koetukselle (Löyttyniemi, Luoto & Nyberg, 1991, 5). Virtasenkin (1999, 162) mukaan "imagon kehittämisen erikoistapaus on huonon imagon parantaminen eli tietynlainen maineen palautus". Muun muassa Fearn-Banks (1996) kirjoittaa, että jokainen yhteisö joutuu jossain vaiheessa kohtaamaan kriisejä. Kriisiviestintä kuuluukin nykyisin tärkeänä osana myös kuntien viestinnän suunnitteluun ja johtamiseen.

Kriisillä tarkoitetaan yleensä ennakoimatonta, voimakkaasti organisaation toimintatapoihin vaikuttavaa tai niitä uhkaavaa tapahtumaa, jonka voi laukaista organisaation sisäinen tai ulkoinen tekijä. Kriisi vaarantaa usein organisaation ja sen sidosryhmien välisen luottamuksen. (Lehtonen 1999a, 11–14.) Julkisyhteisölle kriisi merkitsee "tilannetta, jossa sen sosiaalinen pääoma on uhkaavasti hupenemassa" (Lehtonen 1999b, 20). Kunnassa kriisiviestintää tarvitaan yleensä tilanteissa, joissa tapahtuu jokin asukkaiden elämään vaikuttava onnettomuus kuten sähkökatkos tai ympäristökatastrofi. Joensuunkin tapaus kuitenkin osoittaa, että kunnan kriisin voi aiheuttaa myös yllättävä "negatiivinen uutisointi jostain kunnan tilanteesta" (Suomen Kuntaliitto 2001, 40).

Lehtonen erottaa toisistaan reaktiivisen ja proaktiivisen kriisinhallinnan. Reaktiivinen kriisinhallinta on eräänlaista "romahduksenhallintaa" vaiheessa, jolloin lehdistö on jo havahtunut ja kielteinen julkisuus alkanut syntyä. Tällöin organisaatio voi toimenpiteillään yrittää rajata kriisin vaikutusaluetta ja ehkäistä sen laajentumista. (Lehtonen 1999a, 131.) Proaktiivinen kriisinhallinta sisältää mainepääomaa vahvistavan viestintäkulttuurin kehittämisen ja tiedottamisvalmiuden rakentamisen poikkeustilanteiden varalta (Lehtonen 1999b, 22). Ennaltaehkäisevien, proaktiivisten kriisistrategioiden suunnittelu ja kriisivalmiuden ylläpitäminen ovat kaikkein vaativimpia – ja kriisin yllättäessä palkitsevimpia – kriisinhallinnan muotoja. Niiden merkitystä ei organisaatiossa kuitenkaan aina tiedosteta. (Lehtonen 1999a, 128). Proaktiivinen kriisinhallinta ei tarkoita pelkästään tiedottamista ja asianmukaista reagointia kriisitilanteessa vaan kriisiviestinnän ottamista osaksi organisaation viestintäpolitiikkaa.

Kriisiviestintä on osa organisaation kriisinhallintastrategiaa: se on organisaation ja sidosryhmien välillä tapahtuvaa viestintää negatiivisten vaikutusten aikana, niitä ennen ja myös niiden jälkeen (Fearn-Banks 1996, 1). Kriisiviestinnän tarkoituksena on minimoida kriisin haittavaikutukset organisaation imagolle.

Myös maineen merkitys kriisitilanteissa on suuri. Coombsin ja Holladayn (2001, 321–322) mukaan hyvin hoidetut suhteet ulkopuolisiin ovat organisaatiolle "symbolinen resurssi", joka auttaa organisaatiota kriisitilanteessa. Tähän viittaa Coombsin ja Holladayn mukaan

myös PR-ajattelussa lisääntyvä "relational management perspective". Hyvin hoidetut suhteet ulkopuolisiin ovat kuin "hyväntahdon pankkitili": jos sillä on katetta, näkevät ulkopuoliset kriisin usein organisaation ulkopuolisena ilmiönä. (Coombs & Holladay 2001, 334–335.)

3.3.6 Kunnallinen tiedottaminen

Kuntien tiedotuksen historia alkaa 1950-luvulta, mutta lainsäädäntö on ohjannut kuntien tiedottamista vuodesta 1977. Kuntia voidaankin kutsua Suomessa tiedotustoiminnan pioneeriorganisaatioiksi. Alun perin kunnan tiedotustoiminta määriteltiin lähinnä suhdetoiminnaksi, ja vasta 1980-luvulla tiedotus alettiin nähdä osana kuntalaisten palvelua. Nykyisin ajatellaan yleisesti, että julkisen organisaation tehtävänä on ensisijaisesti kansalaisten palveleminen. 1990-luvulla kunnallinen tiedotus alettiin nähdä ajalle tyypilliseen tapaan vuorovaikutukseen perustuvaksi kaksisuuntaiseksi keskusteluksi. Myös nykyinen kuntalaki korostaa aktiivista ja avointa viestintää (esim. Suomen Kuntaliitto 2001, 42, 45–51).

Kuntatiedottaminen perustuu kuntalaisten oikeuksiin[13] saada tietoja kunnan toiminnasta ja omista päätöksentekomahdollisuuksistaan. Kunnanvaltuuston tehtävänä on linjata kunnan strategia ja luoda edellytykset viestinnälle. Viestintää johtaa ja valvoo kunnanhallitus (Haikonen, Kivistö & Varpasuo 1977, 29). Suomen Kuntaliiton (2001, 8–9) mukaan koko kunnan viestintää hoitamaan on nimitettävä vastaava viranhaltija, joka on suoraan kunnanjohtajan alaisuudessa. Kuitenkin Räihälän (1984, 93–94) mukaan vuonna 1984 päätoimisia tiedottajia oli vain 13:ssa Suomen kaupungissa. Tiedottajien vakansseja lakkautettiin myös runsaasti 1980- ja 90-lukujen taitteessa, ja useissa kaupungeissa tiedottaminen sisällytettiin esimerkiksi kaupunginsihteerin tehtäviin. Ikävalko esittelee (1996b, 47) Kempaksen vuonna 1988 tekemää tutkimusta, jonka

[13] Kunnan tiedotusvelvollisuus sisältyy hallinnon julkisuusperiaatteeseen, hallintomenettelylakiin, julkisuuslainsäädäntöön sekä kuntalakiin (Suomen Kuntaliitto 2001, 45–47). Kuntalain mukaan kuntalaisten on saatava tietoa kunnassa valmisteilla olevista asioista, ja kunnanhallituksen tehtävänä on johtaa ja valvoa kunnan tiedotustoimintaa. (Esim. Räihälä 1984, 90–92.)

mukaan kunnalliset tiedottajat olivat harvoin viestinnän ammattilaisia. 1990-luvun puolivälistä alkaen viestinnän ammattilaisten toimia on kuitenkin perustettu lisää myös kuntiin, ja viestinnästä vastaavien ammatilliset vaatimukset kovenevat koko ajan. PR-ammattilaisen asema voi kuitenkin julkishallinnon organisaatiossa olla vaikeampi kuin yritysmaailmassa: perinteisessä "virkamiesmallissa" viestinnän merkitystä ei välttämättä huomata.

3.3.7 Kunnat mielikuvayhteiskunnassa

Lehtonen esitteli mielikuvayhteiskunnan käsitteen vuonna 1990. Ajatukset sopivat hyvin myös nykypäivään: mielikuvayhteiskunnassa tulevaisuuskuvat (visiot), vaihtoehtoiset tulevaisuuksien mallit (skenaariot) ja mielikuvat ympäröivästä todellisuudesta (imagot) ohjaavat yhä enemmän ihmisten päätöksentekoa ja käyttäytymistä (Lehtonen 1990, 17).

Mielikuvayhteiskunnassa julkisyhteisöissäkin aletaan yhä enemmän omaksua kaupallisten yritysten menettelytapoja, ja 2000-luvulla myös muun muassa kaupunkiorganisaatioiden on huolehdittava julkisuuskuvastaan. Nykyisin kunnan tiedottaminen onkin paitsi kuntalaisten informointia myös kunnan markkinointia. Suomen Kuntaliiton mukaan (2001, 30) esimerkiksi www-sivujen tehtävänä on paitsi tarjota tietoa pääkohderyhmälleen kuntalaisille myös markkinoida ja profiloida kuntaa. Samoin Lehtosen mukaan niin läänit ja kunnat, oppilaitokset kuin monet muut julkiset instituutiot ja toimijat virkailijoista järjestyksenvalvojiin kiinnittävät huomiota herättämiinsä mielikuviin. Lehtonen esittelee myös Ari Hietasen (1998) tutkimuksen, jonka mukaan lähes kaikki Suomen kunnat pyrkivät jollakin tavalla aktiivisesti vaikuttamaan omaan kuntakuvaansa. Mikään yhteisö ei voi olla ilman imagoa, sillä yleisöt muodostavat yhteisöstä aina jonkinlaisen kuvan – halusi yhteisö sitä tai ei. (Lehtonen 1989, 25.)

Kunnan imago ja kunnasta syntynyt mielikuva voidaan erottaa toisistaan ja nämä voidaan vielä erottaa kolmannesta käsitteestä, kuntakuvasta. (Käsitteiden määrittelyongelmista esim. Äikäs 1996 ja 1997). Tässä työssä imago, mielikuva ja kuntakuva kä-

sitetään toistensa synonyymeiksi. Näillä kaikilla tarkoitetaan tiettyä ulkoista mielikuvaa, joka kyseisestä kunnasta on muodostunut (vrt. Virtanen 1999, 9).

Virtasen mukaan kunnan imago voi perustua hyvin monenlaisiin tekijöihin, kuten kaupungin syntytapaan, ikään, asukaslukuun tai väestörakenteeseen. Imago ei voi kuitenkaan koskaan perustua pelkästään markkinointiin tai tyhjästä temmattujen mielikuvien luomiseen. Lehtosen mukaan kuntaorganisaation suhdetoiminnalla on kuitenkin monia mahdollisuuksia kuntakuvan luomisessa ja ylläpitämisessä. Kuntaorganisaation on viestitettävä aktiivisesti itsestään informaatiota, jonka avulla voidaan päästä tavoitteeksi asetettuun yhteisökuvaan. (Lehtonen 1991, 5.) Lehtonen (1990, 18) viittaa Bergiin ja Olssoniin, jotka kuvaavat kunnan profiloinnin tärkeimmäksi tehtäväksi kunnan positioinnin suhteessa muihin kuntiin. Positioinnin avulla pyritään määrittelemään kunnan missio, erottautumaan kilpailijoista ja hankkimaan kilpailuetua. Päämääränä on kunnan vetovoimaisuuden lisääminen sekä uusien asukkaiden ja halutun toiminnan kuntaan saavuttaminen. Tämä ei ole kuitenkaan helppoa: esimerkiksi Lehtonen (1991, 6) nimittää "kuntakuvan viestittävyyden ongelmaksi" sitä, että kuntakuvaa ei sellaisenaan voi markkinoida, vaan aineeton idea on pystyttävä aineellistamaan konkreettisiksi tuotteiksi, palveluiksi tai sanomiksi.

Mielikuvamarkkinointiin liittyy kysymys mielikuvilla vaikuttamisen eettisyydestä. Toisin kuin kaupalliselle mainonnalle, yhteiskunnalliselle mainonnalle asetetaan tiukkoja vaatimuksia (Lehtonen 1990, 19). Lehtosen mukaan vaatimus julkisyhteisöjen imagomainonnan totuudellisuudesta on kuitenkin mahdoton: myös julkishallinnon organisaatiolla voidaan katsoa olevan oma haaveensa siitä, miltä se haluaisi ulkopuolisen silmissä näyttää. Yhteiskunnallisen tiedottamisen kohdalla tämä saattaa aiheuttaa ongelmia. (Lehtonen 1989, 25–26.)

Kuntaorganisaatioilla mediasuhteiden hallinta ja mielikuviin vaikuttaminen viestintävälineiden kautta on erityisen tärkeää, sillä kunnan imagoa on vaikea kuvitella luotavan, parannettavan tai ylläpidettävän perinteisin markkinointiviestinnän (kuten mainonnan) keinoin (Hakala 2000a, 98). Kunnan maineen voidaan kuitenkin sanoa muodostuvan lähinnä luotettavuuden, palveluhenkisyyden, aktiivisuuden,

asiantuntijuuden sekä viranomaisauktoriteetin perusteella (vrt. Fombrun 1996). On myös yhdyttävä Virtasen (1999, 163) toteamukseen: "loppujen lopuksi kaupungin imago on sitä mitä kaupunki on". Kuitenkaan ilman taitavia viestinnän ammattilaisia toimivat palvelutkaan eivät välttämättä tule ihmisten tietoisuuteen, minkä lisäksi esimerkiksi etenkin kriisitilanteissa viestinnän merkitys on suuri.

3.4 Julkisuuden pelikenttä

Tarkastellessani "Joensuun tautia" kiinnitän huomiota kaupungin ja median väliseen suhteeseen ja niiden toimimiseen "julkisuuden pelikentällä". Julkisuudessa toimiminen liittyy lähes jokaisen organisaation toimintaan – näin myös julkisuuden hallinnasta tulee ulkoisen viestinnän tärkeä osa-alue.

Julkisuus voidaan määritellä eri tavoin. McQuail (1992, 2) kirjoittaa, että adjektiivina julkinen merkitsee avoimesti saatavilla olevaa, yhteistä ja kollektiivista. Substantiivina julkisuus viittaa informaaliin, vapaaehtoiseen, autonomiseen ja keskinäisessä vuorovaikutuksessa olevaan joukkoon yksilöitä, jotka muodostavat mielipiteitä ja jakavat niitä. Hakalan (2000a) mukaan taas julkisuudella on arkikielessä kaksi merkitystä: kaikkien saavutettavissa olevat asiat sekä julkistettavat tai julkaistavat asiat. Itse keskityn tutkimuksessani mediajulkisuuteen ja tarkemmin yhteen sen alalajeista, journalismiin, jolla on Hemanuksen (1990) mukaan neljä piirrettä: se on osa joukkotiedotusta, edellyttää teknistä välinettä, on ajankohtaista ja tosiasiapohjaista sanomien tuottamista sekä itse sanomana olemista. Journalismin luonnetta on pohdittu ja siitä on käyty kiistoja – konsensusta journalismin roolista, tehtävistä ja merkityksestä saavutetaan tuskin koskaan.

Suomessa termillä "julkinen viestintä" on yleensä tarkoitettu joukkoviestinten toimintaa: instituutioiden, tuotteiden ja yleisöjen välisiä vuorovaikutuksen prosesseja, joissa välitetään tietoa, informaatiota ja kulttuurista vaihtoa. Rajaan itsekin julkisuuden käsitteen tässä tutkimuksessani tarkoittamaan nimenomaan mediajulkisuutta, siis tilaa,

jossa lähteet, media ja yleisö kohtaavat toisensa ja jakavat merkityksiä joukkoviestinten välityksellä. Mediajulkisuutta voidaan pitää sosiaalisesti jaettuna, laajasti saatavilla olevana ja luonteeltaan yhteisenä tilana. (McQuail 1992, 2.)

Julkisella tilalla on monia erityisiä ominaisuuksia. Jensenin (2001, 135) mukaan julkisuutta ei voi pitää alueena, jolla vallitsisivat yhteiset arvot, normit ja mielipiteet, vaan sitä tulisi kuvailla mieluummin puheenvuorojen kamppailuna. Hakala (2000a, 105) kuvaa julkisen tilan luonnetta taas termillä "diskurssien viidakko". Jensenin mukaan julkisuudesta puhuttaessa viitataan usein monimutkaisiin diskursiivisiin prosesseihin ihmisten ja yhteisöjen muodostamissa verkostoissa. Lopulta julkisuudessa esiin tuleva mielipide on kuitenkin melko yhtenäinen: se on esitys sopivasta tavasta olla jotain mieltä "yhteisistä huolenaiheista". (Jensen 2001, 136.)

Julkisella mielipiteellä voidaankin nähdä olevan niin julkilausuttuja kuin piileviä funktioita, joista jälkimmäiset liittyvät julkiseen mielipiteeseen sosiaalisen kontrollin välineenä. (Noelle-Neumann 1995, 33–54.) Julkisen mielipiteen muodostumista ja muuttumista sekä ylläpitoa voidaan kuvata prosessina: sosiaaliset, organisationaaliset ja institutionaaliset prosessit vaikuttavat yksilöiden mielipiteisiin ja toimintaan ja tätä kautta julkiseen mielipiteeseen ja yhteiskuntaan. (Noelle-Neumann 1995, 57–59.) Lund (2001, 18–19) näkee mediajulkisuuden synnyssä keskeisiksi vuorovaikutukselliset prosessit ideaketjun (uutisten kierrätys, muokkaaminen jne.), lähdeketjun (haastattelukäytännöt jne.) sekä presentaatioketjun (lähteiden ja ideoiden pohjalta syntyvät esitykset) välillä.

Mediajulkisuus voidaan nähdä esimerkiksi areenana, pelinä tai kamppailuna. Itse näen sen alueena, jolla joukkoviestinnän tuottajat (toimittajat), vastaanottajat (lukijat, television katsojat jne.) ja eri yhteiskunnan toimijat ja organisaatiot (juttujen aiheet) kohtaavat toisensa. Esimerkiksi Pietilä ja Sondermann (1994) kuvaavat Helsingin Sanomia yhteiskuntana, johon kokoontuu päivittäin 1,3–1,4 miljoonaa lukijaa ja 5500 instanssia. "Sanomalehden yhteiskunta" rakentuu ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta: Helsingin Sanomat tarjoaa mahdollisuuden 7,15 miljardiin sosiaaliseen kontaktiin, jos lasketaan yhteen jokaisen lukijan kontaktit jokaiseen instanssiin. Hel-

singin Sanomat edustaakin edelleen suomalaista yleisjulkisuutta, vaikka julkisuus on pirstoutumassa yhä pienempiin osa-alueisiin.

Mediajulkisuus merkitsee sen parissa toimiville eri asioita. Toimittajille se on areena, jolla he kertovat yhteiskunnallisesti merkittävistä asioista sääntöjensä, ammattietiikkaansa liittyvien periaatteiden sekä toimintatapojensa[14] mukaan. Organisaatiot hyödyntävät julkisuustilaa taas muun muassa tunnettuuden ja näkyvyyden lisäämiseen, profiilin kirkastamiseen, ilmaiseen mainontaan ja sidosryhmien tavoittamiseen (esim. Ikävalko 1996b, 227). Eri tahot pyrkivät hallitsemaan mediajulkisuuden pelikenttää, sillä julkisella mielipiteellä katsotaan olevan merkittäviä vaikutuksia ihmisten mielipiteisiin ja asenteisiin.

Kamppailussa mediajulkisuuden hallinnasta "osapuolten" toimintaa ohjaavat eri intressit. Esimerkiksi Luostarisen mukaan "toimittaja työskentelee yhteiskunnallisten intressien ja vaikutusyritysten korkeassa aallokossa", ja hänen on oltava "tulkinnan ammattilainen", joka osaa lukea yhteiskunnan pelejä ja puhetapoja. Toimittajan on pystyttävä myös reflektoimaan omaa suhdettaan niihin asemiin, joita eri diskurssit tarjoavat (Luostarinen 1994, 36). PR-toiminnan lisääntymisen myötä toimittajat ovatkin joutuneet uudelleen arvioimaan työskentelytapojaan (Välkevirta 1984, 13) – kentän rakenne ja toimintatavat ovat muuttuneet. Myös organisaatioiden edustajat joutuvat ottamaan toimittajat huomioon kaikessa toiminnassaan.

Organisaatioissa mediajulkisuuden hallinnasta voidaan puhua ainakin kahdella tasolla. Ensimmäisen tason julkisuudenhallintaa harjoittava organisaatio pyrkii vaikuttamaan omaan julkisuuskuvaansa, kun taas toisella tasolla pyritään vaikuttamaan julkisen keskustelun sisältöihin. (Ikävalko 1996b, 27.) Organisaatioviestinnässä toisen tason julkisuuden hallinnasta puhutaan usein "issues management" –termillä[15]. Jos

14 Välkevirran (1984, 11–12) mukaan eri viestintävälineiden toimittajia yhdistää pyrkimys poimia tietotulvasta keskeisin tietoaines ja välittää se yleisölle, luoda aineistoon ja tiedotusvälineen profiiliin myös omaleimaisuutta sekä turvata jatkuvuutta taustoituksen ja perspektiivien luomisen avulla. Toimittajilla on vahva ammattieettinen vakaumus (ja vaatimus) välittää kansalaisille objektiivista, faktapohjaista, ajankohtaista ja neutraalia tietoa yhteiskunnan ilmiöistä.

15 Jaatisen (2000, 177) mukaan termi voidaan suomentaa keskustelun alla olevien kysymysten hallinnaksi. Hän määrittelee kysymykset "yhteiskunnallisiksi ongelmiksi, joista on erilaisia näkemyksiä ja tavoitteita.

organisaation viestintää kuvataan jatkumolla strateginen – reaktiivinen, "issues management" voidaan asettaa jatkumon keskivaiheille. Siinä missä ensimmäisen tason hallintaa voidaan soveltaa mihin tahansa organisaatioon, on toisen tason hallinta monelle pienelle organisaatiolle ainakin valtakunnallisessa mediajulkisuudessa mahdotonta. (Ikävalko 1996b, 27.) Ympäristöään luotaavalle ja julkisuuden hyvin hallitsevalle organisaatiolle avautuu kuitenkin mahdollisuus vaikuttaa julkisen agendan sisältöihin ja luoda itselleen myönteistä julkisuuskuvaa hallitsemiensa teemojen avulla. Tällöin kriisitiedottaminenkin on usein helpompaa. Esimerkiksi Kimin ja Kimin (2001, 76–77, 81) mukaan aikaisella keskusteluteemojen hallinnalla voidaan jopa ennaltaehkäistä kriisejä.

Organisaatiot pyrkivät hallitsemaan mediajulkisuutta erilaisten strategioiden avulla. Viestinnän sovitemallin (ks. Ikävalko 1996b) mukaan organisaation kannalta paras julkisuusstrategia riippuu kulloisistakin organisaation sisäisistä ja ulkoisista tekijöistä. Pelkistetysti julkisuusstrategia voi olla joko proaktiivinen, aktiivinen, reaktiivinen tai passiivinen. Luostarinen (1994, 67–69) esittelee taas journalistisen julkisuuden hallinnan kolme dimensiota: julkisuuteen pääsyn, lähtevän sanoman kontrollin ja vaikutuksen. Näistä ensimmäisellä hän tarkoittaa yksinkertaisesti lähteen pyrkimystä päästä näkyville mediajulkisuudessa. Ikävalko (1996a, 192–199) puhuu tästä ilmaisjulkisuutena ja keinona informoida sidosryhmiä. Lähtevän sanoman kontrolli on vaikeampaa, sillä mediajulkisuuteen liittyy aina epävarmuustekijöitä (Ikävalko 1996b). Julkisuuden hallinnan kolmas ulottuvuus liittyy pyrkimykseen hallita lähteneen sanoman vaikutusta journalisteihin, muihin organisaatioihin ja yleisöön.

Luostarinen (1994) jakaa julkisuuden hallinnan keinot kolmeen ryhmään: painostaviin, rajoittaviin ja suostuttteleviin menetelmiin. Ensin mainittuihin luetaan niin fyysinen, henkinen kuin taloudellinen painostus, ja tällaiset menetelmät nähdään ainakin läntisissä yhteiskunnissa epäeettisiksi. Sen sijaan rajoittavia menetelmiä käytetään yleisesti: etenkin kriisitilanteissa organisaatio pyrkii antamaan viestintävälineiden edustajille itsestään vain omaa toimintaansa hyödyttävää tietoa. Suostuttteleviin menetelmiin Luostarinen lukee

---

Näin ollen kysymykset saattavat johtaa konfliktiin, kilpailuun tai yhteistyöpyrkimyksiin ongelman ratkaisemiseksi". Åberg kääntää "issuet" (2000b, 134) "kantaaotettaviksi".

erilaiset suhdetoiminnan keinot, kuten henkilökohtaisten suhteiden luomisen tiedotusvälineiden edustajiin tai tiedon tarjoamisen toimittajille heidän haluamassaan muodossa. Luostarinen nimeää myös toimittajien lahjonnan tai kestitsemisen mahdollisiksi julkisuuden hallinnan menetelmiksi.

Ikävalkon mukaan (1996b, 73–74) mediajulkisuuden pelikentällä toimivien pelaajien lopullisena tavoitteena on aina saavuttaa ylivoima. Median ja lähteiden suhteeseen liittyvätkin aina intressit ja vallankäyttö (Ikävalko 1996b, 71). Journalismissa ei ole kyse toimittajien ja todellisuuden suhteesta vaan lähteiden ja journalistin suhteesta (Luostarinen 1994, 43), ja journalismi on aina diskursiivisena käytäntönä osa yhteiskunnallista vallankäyttöä. Lähteiden ja median suhteet kietoutuvat monimutkaisiksi verkostoiksi, joita määrittää kunkin pyrkimys ajaa omia intressejään. Mediajulkisuudessa intressien ajamisen välineenä on kieli: kielen käyttö on paitsi yhteiskunnallinen tuotos myös yhteiskunnallinen vaikuttaja.

Mediajulkisuuden pelikentän diskursiivisen vallan jakautumista on pyritty selittämään erilaisten valta- ja kilpailumallien avulla. Esimerkiksi Reesen (1991, 325–326) mukaan sillä, kuinka paljon valtaa pelikentän toimijoilla on suhteessa toisiinsa, on ratkaiseva merkitys julkisen keskustelun sisältöjen muotoutumiseen. Valta voi perustua moniin asioihin: se voi olla muun muassa poliittista, taloudellista tai kulttuurista. Joskus lähteen valta liittyy taas sen kykyyn vaikuttaa journalistiseen työprosessiin (vrt. Luostarinen 1994, 50). Median diskursiivisen vallan voidaan taas sanoa liittyvän asiantuntijapuheeseen: joukkoviestintävälineissä puhuvat "asiantuntijat", joiden "tiedossa piilee totuus" (vrt. Kunelius 1998, Foucault 1980).

Mörä kuvaa journalistien ja lähteiden välistä suhdetta kilpailu–yhteistyö –mallin avulla. Mörän mukaan yhteistyö on mahdollista, mutta tilanne muuttuu kilpailuksi silloin, kun toimijoiden välille syntyy luottamuspula (Ikävalko 1996b, 65). Tällaista tilannetta voidaan kuvailla myös termillä "viestinnällinen ristiriita". Yleensä media ei saa tällöin tarvitsemaansa tietoa kiinnostavasta mutta matalaa julkisuusprofiilia pitävästä yhteisöstä, ja organisaation suhde mediaan on usein sitä huonompi, mitä

voimakkaammin organisaatio vetäytyy julkisuudesta. Myös Luostarinen puhuu mediajulkisuudesta monitahoisena kilpailutilanteena: tiedotusvälineet kilpailevat keskenään mielenkiintoisimmista ja uutisarvoisimmista lähteistä, lähteet keskenään julkisuustilasta sekä lähteet journalistien kanssa siitä, kenen määritykset sosiaalisesta todellisuudesta asettuvat etusijalle. (Luostarinen 1994, 64–65.)

Myös Fairclough (1997, 189–190) kuvaa median ja lähteiden välistä suhdetta kilpailuna ja näkee medialla olevan lähteitä enemmän valtaa vaikuttaa mediajulkisuuden sisältöihin. Myös Goldingin (1992; Luostarisen 1994, 60 tulkitsemana) mukaan suurtenkin organisaatioiden kykyä säädellä mediajulkisuutta voidaan pitää rajallisena, ja "pelien" lopputuloksia arvaamattomina. Pietilä jatkaa median valtaa korostavalla linjalla puhuessaan uutisesta puhetapana, joka kokoaa yhteen muiden yhteiskunnan toimijoiden diskursseja ja luo niistä oman synteesinsä. (Pietilä 1995b, 82). Luostarinen sen sijaan osoittaa (1994, 92), että ainakin sotauutisoinnissa organisaatioiden (armeija, hallitukset) jatkuvuus muodostaa niille kilpailuedun suhteessa nuoriin ja usein vaihtuviin toimittajiin: lähteiden asiantuntijavalta on Luostarisen mukaan usein toimittajien asiantuntemusta suurempi.

Julkisuuden hallinnan tekniikkojen kehittymisen myötä onkin esitetty tulevaisuuteen liittyviä pelkoja muun muassa PR-toiminnan, mainonnan ja journalismin rajojen hämärtymisestä, "heikkojen sortumisesta" ja siitä, kuinka viihde saattaa syrjäyttää tiedon. Esimerkiksi Luostarinen (1994, 58–59) esittää väitöskirjassaan neljä PR-teollisuuden kasvuun liitettyä skenaariota: asevarusteluskenaarion, PR-valtio -skenaarion, infotainment -skenaarion sekä "heikot sortuvat" -skenaarion. Asevarusteluskenaariolla Luostarinen viittaa siihen, että median ja lähteiden välinen lisääntyvä kilpailu saattaa johtaa tilanteeseen, jossa toimijat alkavat keskittyä (sisällön kustannuksella) ainoastaan keskinäiseen kilpailuunsa. PR-valtio –skenaarion mukaisessa tilanteessa valtio ja muut julkiset instituutiot keskittyvät "tärkeiden asioiden" (kuten demokratian varmistamisen) sijaan oman julkisuuskuvansa ylläpitämiseen ja kiillottamiseen. Infotainment –skenaariolla Luostarinen tarkoittaa viihteen ja tiedonvälityksen rajan hämärtymistä ja "heikot sortuvat" –skenaariolla pelkoa eliittien ylivallan kasvamisesta sekä vaihtoehtoisten äänien katoamisesta median

agendalta. Luostarinen ei kuitenkaan ainakaan vielä vuonna 1994 nähnyt näiden skenaarioiden olevan länsimaissa todellisuutta. (Luostarinen 1994, 56–60.) Myös joukkoviestinnän omistuksen keskittyminen on aiheuttanut pelkoja sisältöjen samankaltaistumisesta (esim. Golding 2000, 23).

Lopulta mediajulkisuudessa esiin tulevat ilmiöt ja asiat perustuvat kuitenkin aina toimittajien ja heidän haastattelemiensa henkilöiden välisiin suhteisiin, keskusteluihin ja reaktioihin. Julkisiksi tulevia asioita ei voi suunnitella etukäteen, eikä niiden sävyä voi päättää yksin lähde eikä toimittaja. Kuten Nylund (2001, 96) toteaa: *"Nyheterna är kollektiva processer som produceras i samverkan mellan journalister och källor."* Tähän voidaan lisätä, että myös yleisön elämäntilanne ja tapa merkityksellistää maailmaa vaikuttavat syntyneisiin merkityksiin (vrt. esim. Fiske 1992) ja yleisön tekemiin havaintoihin ympäristöstä. Media, lähteet ja yleisö toimivat vuorovaikutuksessa (vrt. Suhonen 1994, 53).

3.5 Mediayhteiskunta?

Joensuun mediajulkisuuden tarkastelu johtaa pohtimaan myös median diskursiivista luonnetta ja sen valtaa vaikuttaa ihmisten ympäristöstään tekemiin tilanteenmäärittelyihin. Nykyisin median diskursiivinen valta puhuttaa tutkijoita yli tieteenrajojen. Mediatutkimus on levinnyt monien tieteenalojen piiriin ja media nähdään osana yhteiskunnallista vallankäyttöä.

Useat teoreetikot puhuvat nykyisestä yhteiskunnasta "mediayhteiskuntana". Perkon (1998, 15) mukaan median agenda rakentaa ihmisille elämänjärjestyksen, arvomaailman ja maailmankuvan. Kellner (1995, 1–3) puhuu puolestaan mediakulttuurista: hänen mukaansa media on mukana ihmisten identiteettien luomistyössä ja kulttuurisen kasvatuksen lähde. Uimosen (1996, 14–15) mukaan taas "tiedotusvälineillä on jokapäiväinen, lähes reaaliaikainen ja läpi elämän jatkuva suhde ihmisiin", ja Blom kirjoittaa (1998, 203), että nykyisille sukupolville mediasta on tullut osa koettua

todellisuutta. Baudrillard (1983) puhuu taas "simulaatiotodellisuudesta": hänen mukaansa muunlaista todellisuutta kuin mediatodellisuus ei olekaan.

Ajatukset mediayhteiskunnasta eivät ole uusia. Hardt kirjoittaa jo vuonna 1979 ilmestyneessä teoksessaan, että lehdistöllä on merkittävä rooli todellisuuden rakentajana ja että se on mukana ihmisten identiteettien muodostumisessa ja uusintamisessa sekä julkisen mielipiteen rakentamisessa (Hardt 1979, 20). Hardt uskoo medialla olevan myös monentyyppisiä vaikutuksia. George Gerbner kehitti taas 1960-luvulla sittemmin usein viitatun kultivaatioteoriansa, jonka mukaan medialla on valta rakentaa ja ylläpitää kulttuurista yhdenmukaisuutta (ks. esim. Suhonen 1994, 45).

Fairclough'n ajatukset median vallasta noudattelevat nykyisin vallalla olevia ajattelumalleja, joten sovellan niitä myös omassa työssäni. Fairclough (1997, 10) kirjoittaa, että medialla on kyky vaikuttaa tietoon, uskomuksiin, arvoihin, sosiaalisiin suhteisiin ja identiteetteihin sekä kyky tehdä asioista merkityksellisiä sen avulla, miten asiat joukkoviestintävälineissä esitetään. Mediavallan luonne on siis kielellinen ja diskursiivinen. Fairclough (1997, 12) jatkaa, että media käyttää valtaansa muun muassa esittämällä asiat kategorisina toteamuksina, usein ilman vaihtoehtoja. Median tuottamissa representaatioissa on aina kyse myös valinnasta: tuottaessaan tekstejä media välttämättä valitsee osan mukaan ja jättää osan ulkopuolelle. On kuitenkin muistettava, että vaikka medialla on periaatteessa identiteettien konstruoinnissa valinnan mahdollisuuksia, valintoja rajoittavat aina kaupalliset arvot ja ideologiat (Fairclough 1997, 192).

Olien, Donohue ja Tichenor (1995, 303) huomauttavat, että medialla on myös valta määrittää, mitkä asiat yleensäkin koetaan yhteiskunnissa keskustelun arvoisiksi teemoiksi. Kaiken kaikkiaan median voidaan nähdä toimivan sosiaalisena vaikuttajana, jonka vaikutukset ovat sekä normatiivisia että informatiivisia (Price & Oshagan 1995, 179).

Median valtaa voidaan perustella Suomessa sen tavoittavuuden, yhdenmukaisuuden ja kasautuvuuden kautta[16] (Suhonen 1994, 55). Asettamalla kehykset ilmiöille uutiset ottavat ilmiöitä uutisten "piiriin" ja jättävät toisia ulkopuolelle, samalla kun ne esittävät asiat tietystä näkökulmasta. Kehykset yhtäältä rakentavat merkitystä, toisaalta rajoittavat tehtyjä tulkintoja (Tuchman 1978, 209). Tuchmanin (1978, 217) yli kaksikymmentä vuotta sitten esittämä toteamus vaikuttaakin edelleen uskottavalta: Kertoessaan tarinoita sosiaalisesta elämästä uutinen on tietoisuuden ja vallan lähde sekä ikkuna maailmaan.

Omaksun tutkimuksessani osittain kriittisten sosiologien ajatuksia: media on poliittinen ja taloudellinen voima, jolla on vaikutusta yleiseen mielipiteeseen ja yhteiskunnalliseen todellisuuteen sekä yleisön hallussa oleviin mielikuviin. (Kriittisistä sosiologisista lehdistöä käsittelevistä teorioista ks. Hardt 1979.) En usko kuitenkaan median yksinvaltaan: media on vain yksi mielikuviin vaikuttavista tekijöistä ja vaikuttavia tekijöitä on mukana aina myös muita. Medialla on poliittinen ja taloudellinen aspektinsa sekä konkreettisia vaikutuksia, mutta julkisuuden hallinta ja vaikuttaminen median toimintaan on mahdollista. Vaikka toimittajien ammattiohjeet kehottavat pyrkimään irti kaikista kulutus- tai PR-kulttuurin toimijoiden (Fairclough 1997, 21) vaikutusyrityksistä, niin journalismin, viihteen, mainonnan ja pr:n rajat ovat kuitenkin jatkuvasti hämärtymässä (Dahlgren 1991, 17; Ikävalkon 1996b, 68 mukaan). Nykyisessä, kiirettä korostavassa yhteiskunnallisessa ilmapiirissä toimittajille ei jää läheskään aina aikaa perehtyä raportoimiinsa ilmiöihin perusteellisesti, ja ajanpuutteen vuoksi toimittajat joutuvat usein tyytymään yksipuolisiin lähteisiin ja kirjoittamaan juttunsa esimerkiksi ainoastaan yhden organisaation edustajan antamien lausuntojen perusteella. Kuten McQuail (1992, 273) toteaa, joukkoviestimien toimittajat ovat lopulta pikemminkin muiden sosiaalisten voimien toiminnassaan hyödyntämiä välineitä kuin itsenäisiä tutkijoita.

[16] Media tavoittaa suuren määrän ihmisiä, viestit kasautuvat, ja päivästä toiseen yhdenmukaisina ne vahvistavat olemassa olevia ajatusmalleja.

4 Tapaustutkimuksen "Joensuun tauti" taustaa

Teoreettisen taustan esittely asettaa vasta osan kehyksistä tarkasteltavana olevalle ilmiölle. Case-tutkimuksessa on tärkeä kiinnittää huomiota myös kyseessä olevan tapauksen erityispiirteisiin ja pohdittava tutkimuksen kohteena olevan ilmiön taustoja. Esittelenkin seuraavassa lukijalle aluksi Joensuun rasismia ilmiönä sekä yleisöjen asenteita rasismia, maahanmuuttajia ja Joensuuta kohtaan sekä vuonna 1995 että vuonna 2001. Esittelen myös muita Joensuun tapaisia mainekokemuksia sekä Joensuun julkisuuskuvaan vuonna 2002 liittyviä ajatuksia ja tavoitteita.

4.1 Mitä Joensuussa tapahtui?

Puurosen (2001, 17–19) mukaan skinheadit ilmaantuivat joensuulaiseen katukuvaan 1990-luvun alussa: ensimmäiset syytetoimiin johtaneet tappelut somalialaisten ja skinien välillä tapahtuivat 1991. Seuraavina vuosina väkivalta jatkui, skinheadit järjestäytyivät ja rasistiset ajatukset levisivät kouluissa ja nuorisotaloilla. Skinien toiminta on jatkunut 90-luvun alusta asti, joinain vuosina ahkerammin, joinain on ollut hiljaisempaa. Nyt kaupungissa puhutaan skinien kolmannesta sukupolvesta. (Esim. Perho 2001, 134; Harinen, Keskisalo & Perho 2001, 228.)

Paikalliseen julkisuuteen rasismi nousi vuonna 1993, lähinnä pääkirjoituksissa ja yleisönosastoissa. Puurosen mukaan skinien toiminnan alettua yleisönosastokirjoittelussa kansalaiset syyttivät ensimmäisenä poliiseja ja kaupungin päättäjiä. Kaupunki ei kuitenkaan aktiivisesti ryhtynyt asukkaiden vaatimiin toimiin rasismin kitkemiseksi. Puuronen ei kuitenkaan usko, että kaupungin toiminta 1990-luvun alussa olisi ollut "tietoinen yritys painaa asiaa villaisella". Hän uskoo mieluummin, että

kyseessä oli "neuvottomuus uuden asian edessä". Kaupungin poliisilaitos ja päättäjät eivät osanneet kuvitella, miten kauaskantoisia vaikutuksia ilmiöllä saattaisi olla kaupungin maineelle ja elinkeinoelämälle. (Puuronen 2001, 25–26.)

Valtakunnalliseen keskusteluun joensuulainen rasismi nousi 8.11.1995 "tapaus Darryl Parkerin" myötä. Paitsi iltapäivälehdet myös Helsingin Sanomat uutisoi näyttävästi joensuulaisen koripalloseuran amerikkalaisvahvistuksen kyllästymisestä skinien väkivaltaan ja paluusta kotimaahansa. Joensuussa järjestettiin pian rasisminvastainen mielenosoitus, johon skinheadit vastasivat omalla mielenosoituksellaan. (Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001, 109.) Sittemmin on pohdittu muun muassa, miksi valtakunnallisen uutiskynnyksen ylittämiseen tarvittiin huippu-urheilijaan kohdistunut rasismi. Olihan pakolaisten huonosta kohtelusta kirjoitettu joensuulaisessa lehdistössä jo kauan.

Parkerin valtakunnalliselle lehdistölle antamaa haastattelua voidaan pitää Joensuun kaupungin kannalta julkisuuskriisinä. Kun iltapäivälehtien lööpit nostivat ongelman konkreettisesti näkyviin myös katukuvassa, alkoi "Joensuun tauti" kehittyä ja levitä nopeasti. Myöhemmin Helsingin Sanomien NYT-liite valitsi Parkerin vuoden 1995 mediapersoonaksi, sillä hän nosti ensimmäistä kertaa julkisuuteen suomalaisen rasismin (ks. Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001, 135.) Myös radio ja televisio lähtivät mukaan "Joensuun taudin" levittämiseen.

Paikallisessa lehdistössä kritiikkiä saivat osakseen niin poliisi, kasvattajat kuin mediakin. Yleisö haastoi siis viranomaiset toimiin (Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001, 149; Häkkinen 1999, 19–20). Vuonna 1998 haasteeseen vastattiin eri tavoin: järjestettiin mielenosoitus, allekirjoitettiin "Toivon sitoumus" ja perustettiin skinhead-nuorten elämänhallinnan edistämiseen sekä rasismin ehkäisemiseen pyrkivä EXIT –projekti[17]. (Ks. Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001, 149).

[17] EXIT alkoi Joensuussa vuoden 1998 lokakuussa ja päättyi vuoden 2002 lopussa. Rahoittajia ovat olleet opetusministeriö, Joensuun kaupunki, Pohjois-Karjalan liitto, Joensuun yliopisto, Suomen Akatemia ja Raha-automaattiyhdistys. Projektissa on pyritty konkreettisin toimin rasististen ajattelutapojen poistamiseen paikallisen nuorison parista. Projektissa mukana olleiden mukaan projektin antia ovat olleet "pienet askeleet ja pienet asiat", siis konkreettiset toimet yksittäisten nuorten kanssa. (Projektista ks. Harinen, Keskisalo & Perho 2001, 209–227.)

Hildenin (2001, 48) mukaan skinheadit tekivät rikoksia Joensuussa erityisesti vuosina 1995 – 1998; huippuvuosi oli 1997. Skinheadien rikoksista suurin osa oli pahoinpitelyjä ja vahingontekoja (väkivaltarikoksia 35 prosenttia, omaisuusrikoksia 37 prosenttia ja muita rikoksia 28 prosenttia). Vaikka joensuulaisten skinheadien rasistinen aate nousikin poikkeuksetta keskusteluissa voimakkaasti esiin, useimmiten rikoksen uhrit olivat suomalaisia, eikä suurinta osaa rikoksista näin ollen edes luokiteltu rasistisiksi. Lisäksi vuonna 1999 rasistisiksi luokitelluissa rikoksissa ei enää yhdessäkään syytettyihin kuulunut paikallisten skinhead-ryhmien jäseniä. (Hilden 2001, 59–63.)

Puuronen pohtii, miksi skinhead-ilmiö kärjistyi juuri Joensuussa. Hän etsii selitystä joensuulaisten alhaisesta koulutustasosta ja korkeista työttömyysluvuista. Joensuulaiset eivät Puurosen mukaan myöskään olleet tottuneet erilaisuuteen, ja "suhteet itäiseen naapuriin" ovat kuulemma aina olleet viileät. (Puuronen 2001, 28–31, 50.)

Paikallisen mediajulkisuuden tarkistelu skinhead-ilmiön yhteydessä nostaa esiin mielenkiintoisen piirteen maakuntajulkisuuden luonteesta. Maakunnallista mediajulkisuutta voidaan pitää ritualistisena toimintana, joka pitää yhteisöä koossa (Carey, 1988; Harisen, Heikkilän ja Hyvösen 2001, 137 tulkitsemana). Varsinkin joensuulaiselle maakuntalehdelle mielikuvan "ilo elää Karjalassa" levittäminen on ollut tärkeä yhteisyyttä lisäävä tehtävä. Tämä kuva idyllistä kuitenkin särkyi "Joensuun taudin" myötä – skinit mustasivat koko kaupungin maineen. Paikallisessa sanomalehdistössä äänessä olivat ensimmäiseksi yleisön edustajat, tavalliset joensuulaiset. Vasta kun painopiste siirtyi ongelman ratkaisujen hakemiseen, saivat puheenvuoron asiantuntijat ja erityisesti yliopiston edustajat. Yliopistoväki tuli mukaan kuitenkin vasta sen jälkeen, kun heidät oli haastettu mukaan tarkastelemaan ilmiön taustoja ja puhumaan ulkomaalaisten vaihto-opiskelijoiden puolesta. Kaupungin edustajatkin haastettiin mukaan keskusteluun ja toimintaan. (Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001, 137–148.)

Vuoden 1999 keväällä julkinen keskustelu skinheadeista laimeni paikallisissa joukkoviestimissä (Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001, 169). Valtakunnan mediajulkisuudessa kävi samoin. Vuoden 2000 elokuussa Helsingin Sanomat uutisoi,

että Joensuun skiniryhmä on hajonnut. Tällöin jätettiin joensuulaisten tutkijoiden mukaan kuitenkin kertomatta muun muassa se, että väkivalta ja rasismi eivät suinkaan olleet loppuneet kaupungissa. Harinen, Heikkilä ja Hyvönen (2001, 170) päättelevät syyksi paikallisen julkisuuden hiljenemiseen sen, että rasismista on tullut osa arkista sosiaalista järjestystä. Kuitenkin vuonna 2001 valtakunnallisessa mediajulkisuudessa herättiin taas – joensuulainen rasismi nousi jälleen otsikoihin.

4.2 Suomalaisten asenteet maahanmuuttajia, rasismia ja Joensuuta kohtaan

Suomalaisten asenteet maahanmuuttajia kohtaan ovat olleet aina varautuneita (Puuronen 2001, 27–28). Erilaisuuden hyväksymistä pidetään ihanteena, mutta esimerkiksi lama, uhka työpaikkojen menettämisestä sekä erilaisuuden pelko ovat etenkin 1990-luvulla lisänneet varovaisuutta ja ennakkoluuloja. Etenkin vuonna 1995 "Joensuun taudin" puhjetessa asenteet ulkomaalaisia kohtaan olivat tutkimusten mukaan kielteisiä. Esimerkiksi Jaakkolan (1995) mukaan asenteet ulkomaalaisia kohtaan vuonna 1995 olivat (verrattuna vuonna 1989 tutkittuihin asenteisiin) selvästi kiristyneet: siirtolaisuus nähtiin Suomessa mieluummin taakkana kuin resurssina. Vuonna 2001 suomalaisten asenteet ulkomaalaisväestöä kohtaan olivat tutkimusten mukaan (esim. Kuntoutussäätiö 2001) – vaikkakin myönteisempiä kuin laman ja suurtyöttömyyden aikana vuonna 1993 – edelleen selvästi kielteisempiä kuin 1980-luvun lopussa. Suomalaisten suhtautuminen maahanmuuttajiin näyttäisikin tulleen sitä kriittisemmäksi, mitä enemmän heitä on maahan tullut.

Raittilan (2000) mukaan Suomessa ei ole syntynyt myöskään median piirissä luonnollista tapaa keskustella rasismista tai maahanmuuttajista julkisesti ja asiallisesti. Raittila kuvaa suomalaista journalismia näennäisen siistiksi: rasismista ollaan enimmäkseen hiljaa, ja avoimen rasistiset mielipiteet on siivottu pois lehtien sivuilta. Raittilan mukaan etnisten vähemmistöjen näkökulmasta tehdyt jutut kuvaavat usein maahanmuuttajien positiivisia menestystarinoita mutta vahvistavat kuitenkin samalla

entisestään negatiivisia, vähemmistöjä koskevia stereotypioita. Luonteva dialogi suomalaisten ja maahanmuuttajien välillä on puuttunut. Raittila näkee myös suomalaiset poliitikot liian passiivisiksi ottamaan kantaa muukalaisvihamielisyyteen ja toteaa, että poliitikoilta pitäisi vaatia enemmän julkisia kannanottoja. Raittila uskoo, että rasismin voittamiseen tarvitaan vaikenemisen sijaan avointa keskustelua, johon hän myös journalisteja kehottaa. (Raittila 2000.) Pietikäinen (2000) taas toteaa, että etnisten vähemmistöjen vuosina 1985 – 1993 suomalaisessa mediassa saama julkisuus on, paitsi ollut vähäistä, keskittynyt usein maahanmuuttajien määrään ja ulkomaalaisväestöjen kasvuun, ongelmiin, rikoksiin, rasismiin ja syrjintään. Sen sijaan etnisten vähemmistöjen arkeen ja elämiseen liittyvät teemat eivät ole nousseet julkisuudessa esiin. Pietikäisen mukaan etniset vähemmistöt ovat yleensä itse olleet julkisuudessa sivuosassa – julkisissa keskusteluissa ovat kuuluneet yleensä lähinnä viranomaistahojen äänet.

Länsimaisten sivistysvaltioiden perinteeseen kuuluu kuitenkin suoranaisen rasismin tuomitseminen. Tämä näkyi myös Joensuun ensimmäisten rasististen yhteenottojen ilmaannuttua: väkivalta ja syrjintä tuomittiin julkisesti. Rasismikirjoittelun suomalaisuuskuvia tutkineen Häkkisen (1999, 25–27, 41–43) mukaan Joensuussakin skinheadit ovat yleisen mielipiteen mukaan olleet yleensä "likaisia suomalaisia" ja väkivalta väärin.

Ennen "tapaus Parkeria" Joensuu tunnettiin iloisena karjalaiskaupunkina, jota myös tällaisena voimakkaasti markkinoitiin. Joensuun kaupungin johtohenkilöt pyrkivät 1980-luvulla vaikuttamaan aktiivisesti kaupunkikuvaan, ja Joensuu opittiinkin tuntemaan välittömien ihmisten ja suussa sulavien herkkujen kaupunkina lukuisine kesätapahtumineen. Kuitenkin pääkaupunkiseudun näkökulmasta Joensuu asettuu periferiaan, eivätkä sen tapahtumat useinkaan ole nousseet uutisotsikoihin kuin yllättävissä (ja usein kielteisissä) yhteyksissä.

Moring (2000, 162) puhuu Joensuusta paikkakuntana, jolla on valtakunnallisessa mediassa "oma julkisuusarvonsa": Joensuu tuntuisi saavan nimensä muita paikkakuntia useammin Helsingin Sanomien Kotimaan sivuille. Moringin tutkimassa

otoksessa (Helsingin Sanomien kirjoitukset aikavälillä 29.8.–10.10.1999) Joensuu esiintyi neljässä pääotsikossa, mitä voidaan Moringin mukaan pitää kaupungin kokoon nähden melko hyvänä "julkisuussaldona". Toisaalta jokainen Moringin aineiston Joensuuta koskeva juttu käsitteli rikoksia tai ongelmia: kahdessa jutussa uutisoitiin rasismista, kahdessa naisia pahoinpitelevästä miehestä.

4.3 Mainekokemuksia muualta

Suomessa toinen Joensuun kaltainen esimerkki on Vantaa ja etenkin sen rasistiseksi leimautunut lähiö Hakunila. Hakunilan ongelmat nousivat agendalle pian Joensuun jälkeen – aikana jolloin suomalaisesta rasismista alettiin keskustella laajemminkin. Myös Hakunila on Joensuun tapaan edelleen "rasismipaikka". Kuitenkin Joensuu sai tämän kyseenalaisen kunnian ensin, jolloin sen kantama mainetaakka on myös Vantaan taakkaa painavampi.

Myös toisen pääkaupunkiseudun näkökulmasta periferiaan asettuvan kaupungin, Savossa sijaitsevan Mikkelin, rasismista puhuttiin julkisuudessa jonkin verran ennen joensuulaisen rasismin nousua agendalle. Joensuussa rasismi sai kuitenkin "tapaus Parkerin" myötä konkreettiset kasvot (niin uhrin kuin tekijöiden), minkä lisäksi tapahtumat taipuivat hyvin draaman muotoon. Näin mikkeliläinen "kasvottomampi" rasismi unohtui.

Pohjoisamerikkalainen öljyjätti Texaco on yksi esimerkki rasistisen maineen vaikutuksista yritysmaailmassa. Yhtiö on saanut myös PR:n tutkijoiden kansainvälisen huomion; esimerkiksi Coombsin ja Schmidtin (2000) mukaan yhtiön on ollut vaikea puhdistautua rasistisesta leimastaan johdon antamien rasististen lausuntojen jälkeen. Texacon toimintaa on tarkasteltu PR:n tutkimuksessa erilaisten kriisinhallintastrategiamallien avulla, ja esimerkiksi Coombs ja Schmidt (2000) esittelevät Brinsonin ja Benoitin (1999) tekemää jaottelua Texacon julkisuuskriisistään

selviytymiseen käyttämistä viidestä erilaisesta[18] strategiasta. Kaikki nämä strategiat ovat tutkijoiden mukaan maineenhallinnan kannalta positiivisia, ja Texacon nähdäänkin selvinneen rasismikohusta strategioidensa avulla melko hyvin.

Myös monilla entisen Itä-Saksan kaupungeilla on rasistinen maine. Muun muassa Madgeburgissa, Dessaussa ja Sebnitzissa olisi Löblichin (2001, 20–23) mukaan käyttöä PR-alan ammattilaiselle. Löblich näkee yhtenä syynä näiden kaupunkien maineeseen huonosti hoidetun julkisuustyön: useissa kaupungeissa maineen leviämistä ovat vauhdittaneet kaupungin johdon väkivaltahyökkäysten jälkeiset harkitsemattomat lausunnot, ja vain harvoissa kaupungeissa PR:n merkitys on tiedostettu. Löblich esittelee kuitenkin myös muutamia onnistuneesti hoidettuja esimerkkejä rasistisen maineen saaneista ja siitä sittemmin parantuneista kaupungeista entisen Itä-Saksan alueelta.

Kaikkein tunnetuin mainekriisiin joutunut ja huonosta maineestaan aktiivisesti sittemmin irti pyrkinyt kaupunki lienee skotlantilainen Glasgow. Myös Luostarinen (1994) aloittaa väitöskirjansa kuvaamalla Glasgow'n mainetta; hän pitää sitä malliesimerkkinä huonon maineen saaneesta kaupungista, jonka on myös ollut vaikea irrottaa sitkeää leimaa itsestään. Glasgow on Luostarisen (1994, 11) mukaan ollut tunnettu "väkivallasta ja harmaan sateen piiskaamasta köyhyydestä", mutta kaupungin maine on kuitenkin viime vuosina parantunut. Kaupungissa on toteutettu lukuisia imagokampanjoita ja PR-toimintaan on panostettu voimakkaasti. On kuitenkin tutkimustulosten puuttuessa mahdotonta sanoa, kuinka suuri osuus näillä kampanjoilla ja aktiivisella suhdetoiminnalla on lopulta ollut maineen parantumiseen.

Luostarinen (1994, 12) esittelee Glasgow'n yhteydessä myös muutamien suomalaisten kuntien markkinointitunnuksia kuten "Hyväluontoinen Lammi", "Kotoinen Korpilahti" tai "Rohkea Ranua". Myös Lehtosen (1991, 2) mukaan yksi kuntien

[18] Texacon käyttämät strategiat ovat Brinsonin ja Benoitin (Coombsin ja Schmidtin 2000 tulkitsemina) seuraavat: 1) bolstering - ihmisten muistuttaminen Texacon käyttämistä politiikoista diskriminoinnin minimoimiseksi 2) corrective action – periaateohjelmien ja muiden vastaavien dokumenttien laatiminen rasistisen syrjinnän ehkäisemiseksi jatkossa 3) shifting blame – rasistisia lausuntoja antaneiden työntekijöiden siirtäminen yrityksen näkökantojen ulkopuolella oleviksi 4) mortification – syyllisyyden

imagoihin vaikuttava viestinnän keino on metaforien käyttö. Lehtonen pohtii sitä, kuinka "Nuorekkaan Nastolan" ja "Hymyilevän Pihtiputaan" kaltaiset metaforiset ilmaisut auttavat luomaan mielikuvia ilman, että tarvitaan aktuaalista kokemusta itse kohteesta. Myös "Sairas Joensuu" on esimerkki tällaisesta metaforisesta kuntakuvasta. Kyse on kuitenkin arvattavasti täysin erityyppisestä ilmiöstä kuin "Hymyilevän Pihtiputaan" tapauksessa.

Siis myös pienet suomalaiset kunnat ovat suurkaupunkien tapaan ottaneet PR-näkökulman osaksi toimintaansa. Myös Lehtosen (1990, 18) mukaan "kuntakuvaa kirkastetaan kaikissa pohjoismaissa", mutta tavat eroavat kunnittain. Siinä missä joissakin kunnissa kuntakuvaa rakennetaan pintapuolisten seikkojen kuten kauniiden esitteiden ja logojen avulla, toisissa kunnissa imagomarkkinointi on perusteellinen prosessi. Tällöin kunta analysoi ensin identiteettinsä, määrittelee strategisen tavoiteprofiilinsa ja pyrkii sitten toimimaan niin, että mielikuvat kunnasta muotoutuisivat tavoitteiden mukaisiksi. Suomessa maineen nousukaupunkien malliesimerkkinä voidaan pitää Tamperetta. Tampere on laatinut laajan viestintäohjelman ja PR-toimintaan on osoitettu viime vuosina merkittäviä resursseja. Tampere on vuosi vuodelta kasvattanut vetovoimaansa suomalaisten keskuudessa, ja se on jo kolmena vuonna peräkkäin valittu Suomen halutuimmaksi asuinkaupungiksi. Tampereen kaupunki on myös sitoutunut kuulemaan asukkaitaan ja tarjoamaan heille osallistumismahdollisuuksia. Muun muassa kaupunkistrategiassa todetaan, että asukkaita kannustetaan osallistumaan päätöksentekoon. Lisäksi E-Tampere-strategian keskeisinä tavoitteina on rohkaista aktiivista kansalaisuutta ja lisätä ulospäin tapahtuvaa tiedottamista. (Kestävän kaupunkikehityksen arviointiryhmä 2002.) E-Tampere-projektin puitteissa on myös toteutettu useita erilaisia uutta informaatioteknologiaa hyväksi käyttäviä hankkeita.

myöntäminen ja anteeksipyyntö rasististen kommenttien takia sekä 5) separation – ensimmäisen, toisen ja kolmannen strategian yhdistelmä.

4.4 Ajatuksia Joensuun julkisuuskuvasta ja siihen liittyvistä tavoitteista vuonna 2003

Paanasen (2001) mukaan Joensuu huolestui julkisuuskuvastaan vuonna 1995, kun rasististen ryhmien hyökkäykset nousivat valtakunnalliseen mediajulkisuuteen. Sama huoli on kaupungissa edelleen läsnä. Joensuulaiset tutkijatkin uskovat (esim. Perho 2001), että keskustelu joensuulaisesta skiniongelmasta jatkuu eikä ongelma ole suinkaan poistunut. Ongelman ei myöskään voida olettaa poistuvan ainakaan vaikenemisella.

Kutsun valtakunnallisen lehdistön Joensuun rasismiin liittyvää kirjoittelua skinijulkisuudeksi. Skinijulkisuuden syntyessä vuonna 1995 paikallisessa lehdistössä otettiin usein kantaa Joensuun maineeseen. Myös Harisen, Heikkilän ja Hyvösen mukaan yhteisön kannalta vakavimmaksi seuraukseksi nähtiin paikallisessa julkisuudessa maineen menetys: joensuulaiset kokivat "lian tarttuvan heihin kaikkiin". Tutkijat viittaavat norjalaiseen rasismitutkijaan Tore Björgoon (1997), jonka mukaan tällaisen, rasistisia rikollisia tuomitsevan kirjoittelun seurauksena koko ympäröivä yhteisö saattaa leimautua rasistiseksi. Joensuulaistutkijoiden mukaan "julkisuudella lyötiin jokaista joensuulaista ja yhteisöstä tuli marttyyri". (Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001, 150, 162.)

Tällä hetkellä tilastot kertovat, että skiniongelmat ovat vähentyneet Joensuussa. Silti ulkopuolelta tilannetta seuranneen on helppo todeta, että useat kokevat Joensuun edelleen "skinikaupunkina". Vaikka itse ongelma siis muuttaa muotoaan vähemmän näkyväksi, rasistinen maine on edelleen vahva. Myös Harinen, Heikkilä ja Hyvönen (2001, 150) ovat sitä mieltä, että "kun puhutaan Joensuun taudista tai Joensuu-ilmiöstä, useimmat tietävät että viitataan rasismiin".

Joensuun keskushallinnossa maineeseen ja viestintään ei ole ennen vuotta 2002 keskitetty resursseja, eikä organisaatiossa ole ollut esimerkiksi päätoimista tiedottajaa

yli kymmeneen vuoteen. Vuoden 2002 alussa kaupunkiin valittiin kuitenkin viestintäjohtaja, joka aloitti työssään 1.3.2002. Viestintäjohtajan tehtäviin kuuluvat "kaupungin sisäisen ja ulkoisen viestinnän suunnittelu ja koordinointi sekä hallintokuntien tiedotuskoulutus ja kaupungin lehdistösuhteiden hoitaminen" (Saastamoinen 2002). Joensuun maineen parantaminen on yksi viestintäjohtajan haasteellisista tehtävistä. Myös viestintäjohtaja itse totesi heti valituksi tultuaan, että ensi töikseen hänen on korjattava "takavuosien rasismin peruina Joensuuta vieläkin vaivaavaa virheellistä leimaa" (Saastamoinen 2002).

Joensuussa aloitettiin kevättalvella 2002 myös näkyvällä promootiolla imagokampanja "Korkealta näet kauemmaksi", jota toteutetaan Joensuun kaupungin ja paikallisen viestintätoimiston yhteistyönä. Kampanjan tavoitteena on lisätä Joensuun vetovoimaisuutta ennen kaikkea opiskelijoiden keskuudessa. Kampanjan aloitus sai runsaasti julkisuutta paikallisessa lehdistössä. Kampanjan taustalla vaikuttava laaja toimijataho[19] on joensuulaisen kaupunkilehden artikkelin mukaan (Karjalan Heili, maaliskuu 2002) sitoutunut pitkäjänteiseen, vuosia kestävään toimintaan kampanjan puitteissa. Kampanja toteutetaan kolmessa vaiheessa, joista kussakin otetaan mukaan uusia kohderyhmiä. Lopulta kampanja vakiinnutetaan valtakunnalliseksi ja kohderyhmäksi tulee koko "suuri yleisö".

Joensuun viestintäjohtaja uskoo, että virheelliset käsitykset voidaan korjata ainoastaan jakamalla oikeaa tietoa. Kaupungissa onkin tarkoituksena järjestää toimittajatapaamisia myös etelän medialle. Viestintäjohtaja uskoo, että Joensuu on paljon suvaitsevampi ja miellyttävämpi paikka kuin sen julkinen kuva etelässä antaa ymmärtää. Viestintäjohtajan mukaan media on kuitenkin erityisen herkistynyt joensuulaiselle rasismille. Hän uskoo myös, että rasismikuvan ylläpitäminen on muuttunut joillekin tutkijoille ja poliitikoille elinkeinoksi, sillä sen avulla on helppo mobilisoida itselleen julkisuuspisteitä. (Saastamoinen 2002.)

[19] Kampanjaa toteutetaan yhteistyössä Joensuun kaupungin, Joensuun yliopiston, Opiskelija-asunnot Oy Joensuun Ellin, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun, Pohjois-Karjalan Liiton ja Joensuun tiedepuiston kanssa.

Joensuun kaupungin saama rasismileima on siis edelleen olemassa, ja siitä pääseminen näyttäisi olevan vaikeaa. Esittelen tutkimusraportin seuraavassa osassa, millaisin aineistoin ja menetelmin olen lähtenyt selvittämään tämän kuvan syntymistä ja kehittymistä valtakunnan mediassa. Raportin viimeisessä osassa esittelen saamani tulokset: Millaisella logiikalla Joensuun tauti syntyi ja kehittyi valtakunnallisessa mediajulkisuudessa? Miten Joensuun johto vastasi toimittajien kysymyksiin ja lopulta syntyneeseen mediajulkisuuteen? Millaista mediapeliä Joensuun skinijulkisuuden yhteydessä pelattiin?

OSA II AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkimuksen toisessa osassa käsittelen tutkimuksen tekemisen prosessia. Osan ensimmäisessä luvussa esittelen keräämääni tutkimusaineistoa ja toisessa erittelen aineiston analyysissa soveltamiani metodeja.

5 Tutkimuksen aineisto

Tutkimukseni aineisto koostuu lehti- ja haastatteluaineistosta (ks. liitteet 1, 2 ja 7). Tutkimus on siis ensisijaisesti tekstien tulkintaa ja laadullista puheen analyysia.

Darryl Parkerin tapaus mielessäni kävin aluksi läpi kaikki lokakuun 1995 ja marraskuun 1995 Helsingin Sanomat ja etsin niistä Joensuun rasismia käsitteleviä tai sivuavia kirjoituksia. Lopulta valitsin analyysiini kirjoitukset ajalta 8.–22.11.1995. Tämän jälkeen kävin läpi saman ajankohdan Ilta-Sanomat sekä Iltalehdet, ja etsin niistä kaikki viittaukset joensuulaiseen rasismiin. Muistin myös, että elokuussa 2001 valtakunnallinen lehdistö kiinnostui Joensuun rasismista uudelleen. Halusin verrata ajankohtien julkisuutta toisiinsa ja kävin läpi Observer -lehdistöseurantapalvelun keräämät Joensuuta koskevat artikkelit aikavälillä 22.–31.8.2001. Juttuja oli yhteensä useita satoja, mutta valitsin analyysin kohteeksi lopulta ajanjakson aikana ilmestyneet Helsingin Sanomien, Ilta-Sanomien ja Iltalehden kirjoitukset. Uskoin, että valitsemalla analyysini kohteeksi molempina ajanjaksoina samat lehdet pystyisin välttämään esimerkiksi eri lehtien toimituspolitiikkojen eroista johtuvat sisällölliset vaikutukset tuloksiin.

Valittuja lehtiä voidaan pitää kysymyksenasetteluun nähden tarkoituksenmukaisina. Helsingin Sanomat on Suomen laajalevikkisin päivälehti, ja esimerkiksi Klemolan (1981, 10, 136) mukaan etenkin Helsingin Sanomien pääkirjoituksilla on merkittäviä vaikutuksia yleiseen mielipiteeseen: niissä "liha tulee sanaksi". Helsingin Sanomien erityisasemasta suomalaisen sanomalehdistön kentällä ovat todisteena sen levikki, toimintaresurssit ja institutionaalinen asema (vrt. Suhonen 1994, 71). Iltapäivälehdet otin aineistokseni paitsi niiden kasvavan kulutuksen myös niiden erityisluonteen takia. Iltapäivälehtien lööppejäkin voidaan pitää eräänlaisina "ikkunoina maailmaan": niitä seuraamalla suomalainen tietää aina, mistä ympäristössä keskustellaan[20]. Iltapäivälehdistön tehtävät on myös nähty päivälehtien tehtäviin verrattuna erilaisiksi: siinä missä päivälehden tärkeimpänä tehtävänä on nähty neutraali raportointi ympäristön tapahtumista, iltapäivälehdistöllä on aina ollut ikään kuin "lupa" olla sensaatiohakuisempi ja "viihdyttävämpi".

Lehti on välineenä erilainen kuin televisio. Lehdessä asiat voidaan esittää televisiota seikkaperäisemmin, yksityiskohtaisemmin, taustoittavammin ja monipuolisemmin. Lehdessä on enemmän tilaa kuin televisiossa lähetysaikaa; samoin lehteen voidaan palata aina uudelleen. Lukija voi itse päättää, kuinka intensiivisesti hän kuhunkin juttuun paneutuu. Lehdessä voidaan myös "korjata" tv-uutisten mahdolliset virheet. Lisäksi Pietilän (1995a) mukaan ainakin Suomen valtakunnalliset televisiokanavat ja Helsingin Sanomat julkaisevat useimmiten samat uutiset. Lisäksi lehdessä on paljon sellaista, mitä televisiossa ei ole ollut. Voidaankin olettaa, että lehdessä on aina ainakin se, mitä edellisen päivän televisiouutiset ovat tarjonneet.

Tutkimukseen valikoituneista teksteistä osa oli varsinaisia uutisia, osa mielipidekirjoituksia, osa pääkirjoituksia ja osa kolumneja. Aluksi laskin yhteen kaikki kirjoitukset, joissa Joensuun rasismiin viitattiin, mutta lopulta jätin yleisönosastokirjoitukset tarkemman tarkasteluni ulkopuolelle. Uskoin, että näin toimimalla pystyisin keskittymään ilmiön kuvailuun "ulkoapäin", valtakunnallisen lehtitalon näkökulmasta. Samalla sain aineistoksi niin "kovia uutisia" kuin ns. feature-

[20] Ajatuksen esitti Veijo Hietala eräällä luennollaan kevättalvella 2000. Hän totesi, että jos suomalainen haluaa vaikuttaa työpaikan kahvipöytäkeskusteluissa tietoiselta maailman menosta, ei hänen tarvitse

juttujakin, joiden tehtävät on nähty erilaisiksi[21]. Joensuulaisen tutkijan "Vieraskynä"–palstalla 17.11.1995 julkaistun kirjoituksen otin kuitenkin mukaan tarkasteluuni, sillä siinä kaupungin virkamiesten toimintaan suhtaudutaan kriittisesti – siis ikään kuin "ulkopuolisen" positiosta. Perustelen tekemääni rajausta sillä, että lehden toimituskunnalla on ollut vaikutusta siihen, mitä juttuja julkaistaan – ja näin ollen kuinka usein Joensuuta käsitellään – mutta sisältöjen, sanavalintojen ja muiden vastaavien seikkojen osalta toimituskunta on vaikuttanut ainoastaan omiin kirjoituksiinsa. Esimerkiksi yleisönosastokirjoitukset vaikuttavat luonnollisesti Joensuun julkisuuskuvaan, mutta niitä ei voi pitää luotettavina indikaattoreina Joensuun ja valtamedian suhteista. Toisaalta ilman empiiristä tutkimustietoa ei voida tietää, kuinka paljon ja millaisia juttuja ilmiöön liittyen lehtiin on tarkasteluajankohtina lähetetty. Näin lehden tekemät valinnat ja toimituskuntien vaikutus syntyneeseen julkisuuteen jäävät ainakin tässä tutkimuksessa selvittämättä.

Alun perin tarkoituksenani oli koostaa aineisto valmiista teksteistä ja verrata lehtiaineistoa kaupungin lähettämiin tiedotteisiin ja kirjattuihin päätöksiin. Kirjallisia dokumentteja ei ollut kuitenkaan saatavilla, sillä esimerkiksi tiedotteita ei tiedottamisesta vastanneiden kaupungin hallintohenkilöstöön kuuluvien henkilöiden mukaan ollut kumpanakaan ajankohtana lähetetty. Päätinkin hankkia tietoja kaupungin toiminnasta haastattelujen avulla. Kun tiedetään, millainen tiedotuspolitiikka kaupungissa valittiin, voidaan yhteisöviestinnän teoretisointien valossa tehdä alustavia päätelmiä toiminnan yhteydestä syntyneeseen julkisuuteen.

Tutkimusaineistoni voidaan siis jakaa kahteen ryhmään. Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat Helsingin Sanomien, Iltalehden ja Ilta-Sanomien Joensuuta ja rasismia käsittelevät artikkelit aikavälillä 8.–22.11.1995 sekä 22.–31.8.2001. Niiden tarkan lähiluvun, määrällisen sisällönerittelyn ja laadullisen sisällönanalyysin kautta etsin

kuin vilkaista iltapäivälehtien lööpit matkallaan työpaikalle.

[21] Schudsonin (1986, 106) mukaan "kovan uutisen" kriteerinä on nähty pelkkä raportointi ja tulkinnan jättäminen ulkopuolelle. Sen sijaan ns. feature –jutuissa toimittajilla on lupakin tulkita ja kommentoida ilmiöitä. Suomessa feature –jutulla tarkoitetaan yleensä kirjoitusta, jossa jotakin ilmiötä luonnehditaan eri näkökulmista ja jossa pyritään välittämään ilmiön olennainen sisältö ja asettamaan se laajempiin yhteyksiin (Aikakauslehtien Liitto 2003). Sitä voidaan pitää juttuna, joka syventää aihettaan selvästi yli

vastausta ensimmäiseen ja toiseen tutkimuskysymykseeni: miten "Joensuun taudin puhkeaminen" ja "jälkitauti" on esitetty valtakunnan mediassa? Ensimmäinen tarkasteluajankohta (14 pv) käsittää "tapaus Parkeria" seuranneen mediajulkisuuden, ja sitä voidaan pitää kattavana aineistona selvittämään Joensuun taudin puhkeamista valituissa kolmessa valtakunnallisessa viestintävälineessä. Toinen ajanjakso (9 pv) käsittää ajan, jolloin joensuulaisesta rasismista innostuttiin kyseisissä lehdissä uudelleen. Aineisto ei ole kattava kuvaamaan kaikkea joensuulaisen rasismin saamaa valtakunnallista mediajulkisuutta, mutta sitä voidaan pitää riittävänä tämän tutkimuksen kysymyksenasetteluihin nähden.

Toinen aineistoryhmäni muodostuu kaupungin johtoon kuuluneiden ja tiedotuksesta vuonna 1995 ja 2001 vastanneiden henkilöiden sähköpostihaastatteluista[22], joiden avulla pyrin selvittämään, miten kaupunki toimi tilanteessa. Tavoitteenani on ollut haastatteluiden avulla muun muassa selvittää, luotiinko Joensuun tauti mediassa vai loiko kaupunki sen itse.

---

sen päiväkohtaisen uutisarvon ja lähestyy teemaansa ihmisläheisestä näkökulmasta (WSOY:n suuri tietosanakirja, 173).

[22] Haastattelut toteutettiin aikatauluongelmien vuoksi sähköpostitse kesä-heinäkuussa 2002. Kysymykset lähetettiin henkilökohtaisesti kolmelle Joensuun keskushallintoon kuuluvalle henkilölle, joita pyydettiin vastaamaan kysymyksiin totuudenmukaisesti omien kokemustensa mukaan. Lopulta vastaukset saatiin kahdelta henkilöltä.

6 Tutkimusmenetelmät

Käytän tutkimuksessani menetelmätriangulaatiota. Analysoin Joensuun saamaa mediajulkisuutta tarkastelemalla lehtiaineistoa laadullista ja määrällistä sisällönerittelyä yhdistäen sekä lukemalla mediatekstejä myös kriittisesti, laadullista diskurssianalyysia käyttävän tutkijan positiosta. Diskurssianalyyttisinä menetelminäni käytän metafora-analyysia ja tekstin narratiivista luentaa. Organisaation tiedotuspolitiikkaa ja toimintatapoja kartoitan analysoimalla teemahaastatteluja laadullisesti.

Uutinen voidaan nähdä joko pelkästään informaationa tai monipuolisemmin merkityksiä luovana, välittävänä ja uusintavana tekstinä. Pietilän mukaan (1995b, 12) uutista informaationa lähestyvät tutkijat kysyvät aineistoltaan yleensä mitä–kysymyksiä, kun taas kulttuurista merkitysnäkökulmaa edustavat kysyvät mieluummin miten–kysymyksiä. Tässä tutkimuksessa kiinnostus on ensinnäkin siinä, miten merkityksiä rakennetaan, ja toisaalta siinä, mitä merkityksiä tuolloin rakennetaan. Laadullinen haastatteluaineiston analyysi vastaa taas siihen, mitä organisaatiossa viestinnästä vastanneiden mukaan tapahtui. Varsinaisesti keskityn lehtiaineiston analysointiin, ja pyrin saamaan haastattelujen avulla lähinnä taustatietoja tapahtumista[23].

[23] Haastattelupuheen laadullinen diskurssianalyysi vastaisi toisentyyppisiin tutkimuskysymyksiin (kuten esimerkiksi "miten toimijat rakentavat kulttuurisilla puhetavoilla Joensuun taudin kehitystä valtakunnan mediassa") ja ansaitsisi oman tutkimuksensa.

6.1 Lehtiaineiston sisältöä erittelemässä: mistä puhutaan, kuinka usein, mihin tyyliin ja mistä näkökulmasta?

Aloitin sisällönerittelyni yksinkertaisesti kaikkien tutkimusajankohtana ilmestyneiden juttujen yhteen laskemisella, tyypittelyllä (kuuluvatko ne uutisiin, reportaaseihin, mielipidekirjoituksiin, pääkirjoituksiin, kolumneihin, muiden lehtien tekstejä referoiviin kirjoituksiin vai tausta/kainalojuttuihin) ja niissä hallitsevien näkökulmien kartoittamisella (ongelma-, syiden, selostus- vai toiminnan näkökulma). Tähän yksinkertaiseen analyysiini otin mukaan kaikki tutkimusajankohtina ilmestyneet kirjoitukset, siis myös yleisönosastokirjoitukset.

Jatkoin tarkempaa sisällönerittelyä ilman yleisönosastokirjoituksia ja luokittelin osan laadullisen aineiston luennan perusteella tekemistäni havainnoista määrälliseen muotoon SPSS-tilastomatriisiin. Luin aineistoani avoimesti vailla etukäteisjäsennyksiä, ja siinä missä esimerkiksi Berelson (1952; Väliverrosen 1998, 15 mukaan) näkee sisällön erittelyn "viestinnän ilmisisällön objektiivisena, systemaattisena ja määrällisenä kuvailuna", minä lähdin siitä, että laadullisen aineiston sisältöä ei voida koskaan kuvata täysin objektiivisesti. Tutustuttuani aineistooni alustavasti pyrin kuitenkin kokoamaan havaintoni kategorioiksi, laadin kategoriat SPSS-matriisiin ja tyypittelin aineistoni näihin kategorioihin.

Tarkastelin juttuja seuraavien muuttujien avulla:

- Ilmestymisvuosi
- Lehti
- Juttutyyppi (uutinen, reportaasi, kolumni, pääkirjoitus, referoiva teksti, tausta-/kainalojuttu)
- Lähde
- Kaupungin näkyminen organisaationa tekstissä
- Suhtautuminen kaupungin toimintaan (kriittinen, hyväksyvä, neutraali)
- Joensuu –sanan näkyminen otsikossa

- "Puolen ottaminen" (onko rasismi oikein vai väärin?)
- Tarinankerronta (onko tekstissä tarinarakenne; jos on, niin onko kyse draaman kaaren mukaan etenevästä omasta tarinasta vai osasta suurempaa tarinaa)
- Jutun pääkohde
- Toimittajan "äänen kuuluminen" (joko eksplisiittisesti tai "rivien välistä")
- Hallitseva metafora
- Kuvitus
- Tyylilaji (selostava, kommentoiva, tutkiva)
- Sanan "Joensuu" esiintyminen tekstissä
- Näkökulma (ongelma-, syiden, selostus- ja toimintanäkökulma)

Tyypittelyperusteet on esitelty tarkemmin liitteessä 3. Pääasiassa laskin aineistosta frekvenssejä ja prosenttiosuuksia eli niin sanottuja suoria jakaumia, sillä tutkimuksen tavoitteena ei ollut niinkään etsiä syy-seuraussuhteita tai selittää ilmiöitä jollain taustamuuttujalla, vaan pikemminkin kartoittaa ja kuvailla julkisuuden määrää ja laatua. Esitän SPSS-analyysin tulokset taulukoittain liitteissä 4 ja 5. Tein joidenkin muuttujien (lehti, ilmestymisvuosi) suhteen myös ristiintaulukointeja, jotka esitän liitteessä 6.

Tutkimuksen tuloksissa on aina mukana myös tutkijan tekemiä tulkintoja, ja rikkaan laadullisen aineiston koodaaminen määrällisiksi muuttujiksi kadottaa aina osan aineiston sisällöstä. Pyrin estämään tämän nostamalla tulkintavaiheessa aineistosta esiin myös yksittäisiä, "laadullisempia" mainintoja. Nostan laadullisen analyysin tuloksia esiin tutkimusraportissa lainauksina, ja olen erottanut aineistolainaukset varsinaisesta tekstistä kursiivilla.

Pietilän sanoin (1976, 232) tilastollisia menetelmiä käytettäessä sisältö joudutaan välttämättä käsittämään tilastolliseksi ilmiöksi ja jos tätä halutaan välttää, on lähdettävä "kulkemaan diskursiivisten menettelytapojen lähes raivaamatonta polkua". Tässä tutkimuksessa tälle polulle lähdetään soveltamalla metafora- ja narratiivianalyyttisia lähestymistapoja.

6.2 Kriittisesti orientoitunut diskurssianalyytikko työssään

Väliverrosen (1998, 13–15) mukaan mediatutkimuksen "laadullinen käänne" on johtanut pelkästä sisällön erittelystä luopumiseen, väljempien laadullisten tapojen omaksumiseen sekä tulkinnan korostamiseen. Tällöin myös tutkijan positio on jouduttu määrittelemään uudelleen. Laadullisessa tutkimuksessa ilmiötä kuvaillaan kohteen näkökulmasta, ja toimintoja ja merkityksiä pyritään ymmärtämään niiden sosiaalisessa kontekstissa. Tuloksia käsitellään verbaalisesti ja asioista painotetaan niiden merkityksiä. Luonnontieteelliseen, positivistiseen logiikkaan perustuvia tutkimusmenetelmiä ei pidetä enää ainoina oikeina tapoina tehdä tutkimusta, vaan niiden rinnalle hyväksytään myös avoimet ja suhteellisen strukturoimattomat tutkimusmenetelmät. (Silverman 1993, 23–26.) Laadullisen käänteen myötä myös tutkimuksen / tulkinnan subjektiivisuudesta tulee hyväksyttävää.

Viestinnän tutkimuksessa käytetäänkin nykyisin monen tyyppisiä laadullisia ja määrällisiä menetelmiä. Usein aineiston analyysissa painotetaan tulkintaa. Itse omaksun laadullisessa tekstianalyysissäni kriittisesti orientoituneen diskurssianalyysia käyttävän tutkijan roolin.

Diskurssianalyysissa kiinnitetään huomiota diskursseihin[24] ja tapoihin, joilla ne on organisoitu. Diskurssianalyysi on sekä teoria että metodi; sitä voidaan Eskolan (1991, 420) tavoin pitää – ei niinkään metodina tai välineenä päästä kielen takana olevan todellisuuden äärelle vaan – väljänä teoreettisena ideana, joka pohjaa ajatukseen todellisuuden rakentumisesta kielenkäytön kautta. Diskurssianalyysin kiinnostuksen kohteena on yleensä kieli ilmiönä sinänsä.

---

[24] Diskurssi on kieli, jolla tietty sosiaalinen käytäntö representoidaan jostakin näkökulmasta. Seuraan Foucault'n ideaa diskurssien luonteesta: diskurssit ovat tekstejä, käytäntöä ja toimintaa, jotka eivät ainoastaan kuvaa kohdettaan vaan myös määrittävät ja luovat sitä. Sanat ovat diskurssissa välineitä, jotka joko vahvistavat tai muuttavat olemassa olevia merkityksiä ja asiantiloja. Diskurssit ovat puhetapoja, jotka suuntaavat todellisuutta ja merkitsevät sen. Diskurssit eivät ole kuitenkaan muuttumattomia, vaan ne kamppailevat jatkuvasti keskenään. (Foucault 1971 & 1978; Kosken 1993 mukaan.) Yksi diskurssien kamppailuareenoista on mediajulkisuus.

Diskurssianalyysin piirissä voidaan tehdä monentyyppistä tutkimusta. Tutkija lähtee siitä, että kieli itsessään on paitsi sosiaalisen todellisuuden tuote myös annettua todellisuutta tuottava tekijä. Eskola (1991, 421) kuvailee tällaista käsitystä "post-moderniksi kielikäsitykseksi". Näin ajateltuna kieltä käytetään välineenä päämäärien saavuttamiseen ja tekstit paitsi kuvaavat asioita myös rakentavat niitä ja vaikuttavat todellisuuden luonteeseen.

Diskurssianalyyttisesti orientoituneella tutkijalla ei useinkaan ole valmiina sisällöllisiä jäsennyksiä, vaan teoreettinen käsitteistö rakennetaan tutkimusaineistosta käsin. Selittävät teoriat ovat kuitenkin mukana tutkimuksen tekemisessä viimeistään siinä vaiheessa, kun alustavat käsitteet ja kategoriat on hahmotettu tutkimusaineistosta esiin (Jokinen & Juhila 1991, 35; Eskolan 1991, 423 mukaan). Tässä tutkimuksessa aineiston ja teorian suhde on kaksisuuntainen. Ajatteluani suuntaavat oletukset todellisuuden diskursiivisesta rakentumisesta ja mediajulkisuudesta monien määrittelijöiden ja todellisuuksien kamppailuareenana. Lähestyn aineistoa kuitenkin vailla mihinkään tiettyyn teoriaan liittyviä oletuksia. Näin ollen tutkimukseni lähestyy osittain myös grounded theory[25] – tyyppistä tutkimusta, jonka perusidea on tuottaa uusi teoria empiirisestä aineistosta tehtyjen tulkintojen pohjalta. (Esim. Eskola 1991.)

Diskurssianalyysissa myös suhde totuuteen eroaa perinteisestä käsityksestä (Eskola 1991, 425). Aivan kuten ajatus siitä, mikä on oikein, määrittyy sosiaalisesti (Koski 1993, 34), myös käsitys totuudesta on aina sosiaalisesti tuotettu (Foucault 1980, 131–132). Joukkoviestinnällä on erityislaatuinen suhde totuuteen, sillä sen toimintaa määräävänä periaatteena on nähty "totuuden" välittäminen. Fairclough'n (1997, 66) mukaan "totuuteen päästään käsiksi vain sen representaatioiden kautta, ja kaikkiin representaatioihin liittyy tiettyjä näkökulmia ja tarkoitusperiä". Joukkoviestinnän

[25] Grounded theory – tutkimuksessa teoria muodostuu aineiston ja tutkijan välisessä vuorovaikutuksessa: prosessi on syklinen, aineiston kerääminen ja analyysi tapahtuvat samanaikaisesti ja suhteessa toisiinsa. (Moring 1998, 220, 238–243.) Tässä tutkimuksessa Grounded theory – metodista sovelletaan oivaltavaa havainnointia ja näkemystä, että "kerran aineistolle annetut tulkinnat eivät ole pyhiä". (Moring 1998, 234–236). Grounded theorya mukaillen ajattelen, että koodaus on "yksinkertaisesti tietyn tekstisegmentin merkitsemistä sitä kuvaavalla avainsanalla", eikä yhtä oikeaa koodaussysteemiä ole (Moring 1998, 244–247).

kriittinen diskurssianalyysi pyrkii selvittämään, millaisia tulkintoja ilmiöistä tekstissä houkutellaan tekemään. Analyysissa keskitytään kielenkäytön tutkimiseen, sillä "kuvailemalla maailmaa tehdään maailmaa" (Valtonen 1998, 97).

Tekstiaineiston tarkastelussa kiinnitetään yleensä huomiota intertekstuaalisuuteen (siis mihin genreihin, puheääniin ja diskursseihin teksti kytkeytyy) sekä kieleen (sanoihin, lauseisiin ja muihin valintoihin). Teksteistä luetaan myös, miten osallistujien väliset suhteet ja heidän identiteettinsä konstruoidaan, millaisia puheääniä representoidaan ja miten sana ja kuva kytkeytyvät toisiinsa. Diskurssianalyyttisesti orientoitunut lehdistötutkija pyrkii selvittämään myös, miten representoivan diskurssin (toimittajan puhe) ja representoidun diskurssin (lähteen puhe) välistä rajaa tehdään tai häivytetään (ks. Fairclough 1997, 107). Representoituja puheääniä kohdellaan harvoin tasapuolisesti: puheäänien järjestys ilmaistaan esimerkiksi konjuktioilla ja puheääniä kehystetään eri tavoin.

Valtosen mukaan diskurssianalyysissa voidaan analysoida ensinnäkin ilmiön tuottamista kielen tasolla. Syvemmälle menevät diskurssianalyysia tekevät tutkijat pohtivat lisäksi esimerkiksi diskurssien välisiä valtasuhteita. (Valtonen 1998, 100–102.) Tässä tutkimuksessa diskursseja tarkastellaan lähinnä kielen tasolla unohtamatta kuitenkaan, että mediajulkisuuden hallinnassa on aina kyse myös kamppailusta (vrt. Valtonen 1998, 103). Fairclough'n termein[26] tämä tutkimus keskittyy representaatioihin (sanat, kuvat, genre, merkitykset), identiteetteihin (toimijoiden roolit ja paikat) ja toimijoiden välisiin suhteisiin (valtahierarkiat, vuorovaikutus) tekstin tasolla, mutta ei ulotu tekstien tuotantoon ja kuluttamiseen liittyvien diskursiivisten tai sosiokulttuuristen käytäntöjen tasolle. Tutkimukseni tuokin diskurssianalyyttisen tutkimuksen kentälle vain yhden puheenvuoron: vaikka kielen tutkiminen paljastaa useita joukkoviestimissä esiintyviä jännitteitä (Fairclough 1997, 27), lopulliset merkitykset ovat riippuvaisia niin tekstistä kuin tulkitsijastakin.

[26] Fairclough analysoi tekstejä viestintätilanteina sekä niiden diskurssijärjestyksen kautta. Analysoidessaan tekstejä yksittäisinä viestintätilanteina hän kiinnittää huomiota tekstiin, diskurssikäytäntöihin (tuottamisen ja kuluttamisen prosessit) sekä laajempaan sosiokulttuuriseen käytäntöön, jonka osa nuo tekstit ovat. Analysoidessaan tekstejä niiden diskurssijärjestyksen valossa Fairclough tarkastelee teksteissä olevien genrejen ja diskurssien yhdistelmiä. (Fairclough 1997, 78–93.)

Kiinnitän tekstin tarkastelussani huomiota muun muassa siihen, mitä teksteissä on nostettu esiin ja mitä on taas jätetty pois. Kun tutkimuksen lähestymistapa on kulttuurinen, analyysi kohdistuu diskursseihin kulttuurisina jäsennyksinä. Tällöin kiinnitetään huomiota muun muassa siihen, mitä erotteluja, jäsennyksiä ja luokitteluja tekstit (tässä tapauksessa lehtiartikkelit) sisältävät (vrt. Alasuutari 1994, 90). Yksi tarkasteltava diskurssikäytäntö liittyy siihen, kuinka lähteenä käytetty dokumentti muuttuu julkaistuksi jutuksi (vrt. Fairclough 1997, 93). Tässä tutkimuksessa tämän kysymyksen tarkastelussa nojataan lähinnä haastattelujen avulla saatuihin tietoihin.

Jokinen ja Juhila (1999, 54–55) hahmottavat diskurssianalyyttistä tutkimusta neljän ulottuvuusparin kautta: 1) tilanteisuuden ja kulttuurisen jatkumon välinen suhde 2) merkitysten ja merkitysten rakentamisen tapojen välinen suhde 3) retorisen ja responsiivisen analyysin välinen suhde ja 4) kriittisen ja analyyttisen diskurssianalyysin välinen suhde. Yleensä tutkimuksen painopiste asettuu johonkin janan kohtaan, vaikka usein tutkimuksessa ovat läsnä molemmat ulottuvuudet. Painopiste saattaa myös vaihdella tutkimuksen eri vaiheissa.

Tämä tutkimus asettuu diskurssianalyyttisen tutkimuksen maastoissa ensimmäisellä jatkumolla lähemmäksi janan kulttuurista kuin tilanteista päätä: tausta-ajatuksenani on kulttuurinen etukäteisymmärrys suomalaisen valtamedian luonteesta sekä mediakulttuurin vallasta. Analyysi perustuu kuitenkin aineistojen avoimeen lukemiseen, eikä mitään vaihtoehtoja suljeta pois etukäteisymmärryksen ohjaamana. Kuten Jokinen ja Juhila (1999, 56) toteavat, merkitysten tarkasteleminen on yhtäältä aina samanaikaisesti sidottu sekä merkitysten tuottamisen paikallisiin prosesseihin (jolloin merkitysten rakentumista tarkastellaan "tässä ja nyt" -toimintana) että sidoksissa myös laajempiin kulttuurisiin merkityksenannon tapoihin.

Toisella akselilla tutkimus asettuu janan keskivaiheille: tutkimuksessa pyritään vastaamaan sekä mitä–kysymyksiin että miten–kysymyksiin. Retorisuus–res-

ponsiivisuus-akselilla[27] tutkimukseni asettuu retoriseen päähän: tarkasteluni kohteena on, millaiseen luentaan media yleisöjään kehotti ja miten "Joensuun tautia" mediassa luotiin ja ylläpidettiin. Tutkimusotteeni on myös samanaikaisesti sekä kriittinen että analyyttinen: lähestyn tutkittavaa ilmiötä aineiston ehdoilla, mutta nojaan pääasiassa Fairclough'n (1997) kriittisen diskurssianalyysin perinteeseen etsiessäni mediateksteistä muun muassa "implisiittisiä itsestäänselvyyksiä".

Tutustuttuani aineistooni alustavasti valitsin lopulta diskursiivisiksi analyysimetodeikseni metafora-analyysin ja tekstien narratiivisen analyysin.

6.2.1 Metafora-analyysi

Metafora-analyysin avulla teksteistä pyritään löytämään metaforisia, yleisölle itsestään selviksi tulleita ilmaisuja. Metaforan[28] monista määritelmistä olen omaksunut Lakoffin ja Turnerin ajatuksia vuodelta 1989 (ks. Hellsten 1998, 68) ja ymmärrän metaforan "ajattelun välineenä", jonka avulla käsitellään abstraktia, uutta ja outoa asiaa jonkin konkreettisen ja tutun asian kautta. Lakoffin ja Turnerin tapaan näen metaforalla olevan neljä keskeistä piirrettä: tavallisuus, arkisuus, jatkuva läsnäolo ajattelussa sekä arkikielisyys/arkijärkisyys.

Median merkitys metaforien vakiinnuttamisessa on keskeinen. Mediassa metaforien avulla konkretisoidaan ilmiöitä, mutta samalla niillä myös rajataan näkökulmaa

---

[27] Retorisuutta tarkasteltaessa keskitytään niihin tapoihin, joilla tiettyjä merkityksiä "ajetaan"; responsiivisessa tutkimuksessa huomio kiinnittyy sen sijaan siihen, miten merkitykset rakentuvat ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa (Jokinen & Juhila 1999, 77).

[28] Kysymys siitä, voidaanko metaforalla luoda vai ainoastaan heijastaa todellisuutta jakaa teoreetikkoja. Metaforateoriat jaetaankin usein korvaamis-, vertaamis- ja vuorovaikutusteorioihin. Korvaamisteorian mukaan metaforia käytetään korvattaessa joitain sanoja tai ilmaisuja joillain toisilla termeillä. Tällöin metafora on merkitysten siirtämistä asioilta toisille. Vertaamisteorian mukaan metafora on poikkeavaa, kuvaannollista kielenkäyttöä, ja metaforan käytössä on kyse vertauksesta, josta on pudotettu "kuin" -sana pois. Vuorovaikutusteorian mukaan taas koko ihmisen ajattelu on metaforista ja merkitykset aina suhteellisia.

Metaforateoriat voidaan jakaa myös semanttiseen, pragmaattiseen ja konstruktivistisiin teorioihin. Semanttisessa teoriassa tarkastellaan metaforaa semanttisten merkitysten tasolla, pragmaattisessa taas

käsiteltäviin asioihin. (Hellsten 1998, 64.) Metaforat esittävät aina todellisuuden tietystä näkökulmasta ja näin ollen niillä on myös ideologista voimaa. Esimerkiksi Hellstenin (1998, 64–68) mukaan "metaforilla tullaan usein rakentaneeksi tai pönkittäneeksi tietynlaista kuvaa asioista". Metaforat ohjaavat ymmärtämisen lisäksi myös kieltä, toimintaa ja ajattelua. Jokainen metafora nostaa esiin jonkin puolen kohdealueessa ja samalla ohjaa huomion pois muista puolista.

Metafora-analyysi kietoutuu useimmiten vallan ja ideologian käsitteiden ympärille: tutkimus tähtää vakiintuneiden, hallitsevien ja niitä vastaan asettuvien metaforien paljastamiseen (Hellsten 1998, 69). Kuten Hellsten (1998, 86) toteaa, metaforatutkimus on eräänlaista "asioita näkyväksi tekevää tutkimusta". Sen tarkoitus on selvittää arkikielisiä tapoja jäsentää maailmaa tietyllä, metaforisella tavalla ja paljastaa tiettyyn metaforiikkaan liittyvät tausta-ajatukset. Metafora-analyysi erottelee toisistaan metaforien käsitteellisen ja ilmaisun tason, jolloin journalismin metaforat voidaan yhdistää osiksi laajempia metaforisia ja myyttisiä kertomuksia. Analyysissä etsitään vakiintuneita metaforia, mutta erotetaan myös kilpailevat metaforat täydentävistä. Tällöin voidaan päästä joidenkin tiettyä aihetta kuvaavien metaforien keskinäisten suhteiden analyyttiseen hallintaan. Kriittinen metaforatutkija erottelee toisistaan myös vasta- ja vaihtoehtometaforat, jolloin voidaan pohtia vaihtoehtoja vakiintuneille ilmaisuille. (Hellsten 1998, 77–88.)

Analyysini keskittyy metaforiin ilmiönä sinänsä (vrt. Hellsten 1998, 76). Perinpohjaisessa metaforatutkimuksessa olisi tärkeää myös nostaa esiin kysymykset siitä, kuka metaforia käyttää, miksi metaforia käytetään ja mitä niillä tehdään (Hellsten 1998, 88).

---

osana kielenkäyttöä. Konstruktivistinen teoria yhdistää semanttisen ja pragmaattisen metaforateorian aineksia. (Ks. Hellsten 1998, 65–69.)

6.2.2 Lehtiaineiston lukeminen tarinoina

Journalismista puhutaan usein myös tarinoiden, narratiivien, kertomisena: esimerkiksi Manoff & Schudson (1986, 6) ovat todenneet, että "journalisti on tarinankertoja siinä missä kuka tahansa muukin kirjoittaja". Tuchman (1978, 105) taas kirjoittaa, että toimittajille kyky tuottaa narratiiveja on osa ammattitaitoa.

Aineistoni sisältää lukuisia tarinallisia elementtejä, joten tarkastelen lehtiaineistoani myös kertomuksina. Kiinnitän huomiota muun muassa siihen, millainen juonirakenne lehtiaineistossa on ja millaisia rooleja toimijoille teksteissä rakennetaan. Samalla tarkastelen sitä, miten draaman avulla rakennetaan yhteisyyttä, siis miten draama toimii rituaalisesti[29]. Tällöin etsin tekstistä esimerkiksi siinä rakentuvia me-käsityksiä ja arvorakenteita (vrt. Kantola 1998, 133). Lähinnä kiinnostukseni kohteena on kuitenkin ensin mainittu näkökulma: miten Joensuun draaman toimijat on asetettu tarinaan "paikoilleen".

Narratiivin käsitteen määrittelystä ei ole päästy yksimielisyyteen[30]. Riessman (1993, 1–5) kirjoittaa, että narratiivinen tutkimus on usein monitieteistä tutkimusta, joka keskittyy sen tarkasteluun, miten ihmiset luovat järjestystä ympärilleen kertomalla tarinoita. Ihmisillä on luontainen taipumus merkityksellistää maailmaa järjestämällä

[29] Kantolan (1998, 131) mukaan tulkittaessa tekstejä ja uutisia draamana voidaan ottaa näkökannaksi joko roolinäkökulma tai rituaalinäkökulma. Edellisessä tapauksessa tarkastellaan, miten mediassa luodaan rooleja ja miten toimijat asetetaan draamassa "paikoilleen". Jälkimmäisessä tapauksessa kiinnitetään taas huomiota siihen, miten mediassa luodaan draaman avulla yhteisyyttä. Roolien jakamisessa tarkastellaan usein myös imagokytköksiä: onhan rooleja jaettaessa kullakin ainakin teoreettinen mahdollisuus vaikuttaa omaan rooliinsa ja luoda siitä halutunlainen. Joensuun maakuntajulkisuus skini-ilmiön käsittelijänä sopii esimerkiksi uutisdraaman rituaalisesta tehtävästä: rasismista tehtiin jokaisen joensuulaisen häpeä.

[30] Narratiivilla tarkoitetaan yleensä kertomusta tai tarinaa menneestä, usein myös elämäntarinaa. Perinteisessä poetiikassa narratiiveiksi on katsottu kaikki sellaiset tarinat, jotka noudattavat klassista alku-keskikohta-loppu –kaarta. Klassisessa narratiivissa asiat ja tapahtumat seuraavat toisiaan lineaarisessa järjestyksessä. Kuitenkin tosielämässä tarinat voivat saada monia erilaisia muotoja. (Riessman 1993, 17 – 18.)

kokemuksiaan narratiiviseen muotoon[31], ja tapahtumista tulee usein merkityksellisiä vasta jonkin tarinan osana. Esimerkiksi Alasuutari (1994) kirjoittaa, että narratiivilla voidaan yksinkertaisesti tarkoittaa "länsimaista tapaa esittää asioita". Tarinat eivät myöskään ole olemassa ilman niitä kertovia ihmisiä: narratiivit ovat aina ihmisten tekemiä representaatioita todellisuudesta.

Draaman ja dramaturgian käsitteitä voi soveltaa myös mediatekstien analyysiin. Esimerkiksi Kantolan (1998, 123) mukaan mediatekstien ymmärtäminen tarinoina on tarjonnut media-analyysiin "monia hedelmällisiä" tutkimusnäkökulmia.[32] Lähinnä uutisten narratiivinen analyysi keskittyy tarinarakenteiden, myyttisten vastakohtaparien[33] varaan rakentuvien erottelujen sekä draaman rituaalisten elementtien etsimiseen aineistosta. Kantola puhuu (1998, 128) uutisdraamasta tekstinä, "jossa pääteksti, sivuteksti ja kulttuurinen konteksti solmiutuvat yhteen". Tekstit keskustelevat kontekstin kanssa ja ne elävät ja kuolevat sen mukaan, miten ne pystyvät luomaan suhteen katsojan aikaan ja paikkaan. Perinpohjaisessa narratiivisessa analyysissa olisi siis olennaista pohtia paitsi tekstien rakennetta myös sitä, missä yhteydessä tekstit on tuotettu ja missä niitä luetaan.

Uutinen ei heijasta "puhdasta" todellisuutta, vaan se on aina jonkun kertomus todellisuudesta. Uutisten narratiiviset muodot eivät myöskään ole pelkästään kirjallisia konstruktioita: ne tarjoavat ihmisille skeemoja ja tapoja nähdä maailmaa ja elää elämäänsä. Draamana uutiset voidaan rinnastaa saippuaoopperaan: tarinoilla ei ole selvää alkua ja loppua vaan alati laajeneva keskiosa. Uusia ongelmia esiintyy koko ajan, ja ennen kuin aiemmat ongelmat saadaan ratkaistua, on syntynyt jo uusia niiden päälle. (Ks. Kantola 1998, 126–127). Bird ja Dardenne (1988, 74, 78) kutsuvat uutistekstejä

---

[31] Myös organisaatioviestinnässä on alettu puhua tarinoiden kertomisesta: esimerkiksi Aula (2001) uskoo, että tulevaisuudessa eletään "tarinoiden yhteiskunnassa", jossa tarinoita tuottavat paitsi viestintävälineet myös organisaatiot. Parhaat tarinankertojat menestyvät parhaiten yleisön sitouttamisessa ja organisaatioihin kiinnittämisessä. Journalistien kertomiin tarinoihin vaikuttavatkin yhä enemmän myös lähdeorganisaatioiden kertomat tarinat.

[32] Teoriasuuntauksia, joista mediatekstien tarkastelu tarinoina usein ammentaa, ovat erilaiset narratiiviset lähestymistavat, strukturalismi, jälkistrukturalistiset analyysit, formalismi sekä juonirakenneanalyysit sekä myyttiteoriat (Kantola 1998, 123).

[33] Myyttisiä vastakohtapareja ovat esimerkiksi mies – nainen, kulttuuri – luonto, hyvä – paha, puhdas – likainen jne. (ks. esim. Fiske 1994, 150–165).

tarinoiden sijaan kronikoiksi[34], jotka kertovat ihmisille, että jotain tärkeää on tapahtunut. Heidän mukaansa uutisten tarinarakenne näkyy erityisesti rikosuutisoinnissa.

Pietilä (1995b, 44) erottaa uutisista kuvailevan, kertovan ja argumentoivan diskurssin. Uutisdiskurssin voi hänen mukaansa katsoa kuuluvan joko kertovaan diskurssiin tai nostaa myös omaksi diskurssilajikseen. Itse katson, että uutisdiskursseissa yhdistyvät kaikki edellä mainitut diskurssityypit. Uutisia voidaan aina tulkita ja lukea myös narratologisesti. Myös Robinson (1995, 356) kirjoittaa, että media paitsi valitsee ilmiöt, joista se raportoi, myös muokkaa ne narratiiveiksi.

6.3 Tekstiaineiston analyysimenetelmien arviointia

Pyrin yhdistämään lehtianalyysissani laadullista ja määrällistä analyysia toisiinsa. Lähinnä analyysi on laadullista, sillä ainoastaan aineistossa käytettyjen sanojen laskemista voidaan pitää tässä tutkimuksessa puhtaasti määrällisenä tarkasteluna. Kvalitatiivista aineistoa on kuitenkin pyritty saattamaan myös määrälliseen muotoon, jotta tutkimuksesta ei tulisi pelkkää tekstien kuvailua. Vaikka lehtiaineistoni on pieni (yhteensä 45 juttua), eikä sitä näin ollen voida pitää määrälliseen tutkimukseen yleensä kuuluvien kriteerien mukaan "riittävänä", SPSS-analyysin avulla päästään ikään kuin näkemään laadullisen tulkinnan tuloksia määrällisessä muodossa.

Aloitin analyysini juttujen laskemisella, niiden tyypittelyllä ja niissä olevien näkökulmien kartoittamisella sekä teksteissä esiintyvien "Joensuu" –sanojen tai niiden johdosten laskemisella. Tämän jälkeen aloin lukea aineistoa laadullisesti pyrkien löytämään niistä muun muassa metaforisia ilmaisuja ja tarinarakenteita. Laadullisen luennan perusteella rakensin tilastomatriisin, johon koodasin artikkelieni sisällön

[34] Kronikka ei ole tarina, mutta sillä on narratiivinen luonne. Se muun muassa kertoo ihmisille, että maailma on edelleen paikallaan.

tiettyjen muuttujien (ks. luku 6.1) mukaan. Lopulta analysoin tekstejä laadullisesti myös diskursiivisen metafora- ja narratiivisen analyysin löyhien periaatteiden mukaisesti.

Tekstien tutkimuksessa on useimmiten toimivimpina ratkaisuina nähty eri laadullisia ja määrällisiä lähestymistapoja yhdistävät metodologiat (esim. Väliverronen 1998, 16; Sepstrup 1981, 139). Alasuutarikaan (1994, 16) ei halua erotella määrällistä ja laadullista tutkimusta toisistaan vaan tarkastelee niitä jatkumona. Yhdistämällä eri menetelmiä voin saada kvantitatiivisten menetelmieni avulla dataa, joka kuvailee julkisuuden sellaisena kuin se on ollut. Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla pyrin taas selittämään ilmiötä ja tekemään sitä ymmärrettäväksi. Menetelmieni voidaankin katsoa vastaavan "laadullisen käänteen" myötä tutkimuksille asetettuja kriteerejä.

Pyrin selvittämään, miten "Joensuun tauti" merkityksellistettiin valtakunnallisessa mediassa. Kenet syyllistettiin? Kenen ääntä kuultiin? Millaiseen luentaan valtakunnallisen median tekstit kehottivat? Tekstianalyysi soveltuu tähän tarkoitukseen hyvin, sillä vastaanottoa rajoittaa aina tekstin luonne (vrt. Fairclough 1997, 28). Selvitettäessä julkisuuden määrää ja laatua voidaan tekstintutkimusta pitää perusteltuna, sillä tekstit ovat jälkiä ihmisten vuorovaikutuksesta ja toiminnasta (ks. Väliverronen 1998, 32). Vaikka tekstien tutkiminen ei korvaakaan tuotantoprosessien tai median käytön tutkimista, myös niitä tutkimalla voidaan tehdä päätelmiä esimerkiksi tekstien yhteiskunnallisista vaikutuksista.

Metafora-analyysi soveltuu hyvin kriittiseen tekstintutkimukseen, jossa pyritään selvittämään, miten joistain ilmiöistä tai merkityksellistämisen tavoista tulee osa arkijärkeä. Metafora-analyysia käytettäessä on kuitenkin olemassa myös vaara, että tutkimus jää pelkäksi tietyn aiheen metaforien kuvailuksi ja selittelyksi, tiettyjen havaintojen ja itsestäänselvyyksien toistamiseksi. Tällöin analyysissä jäädään usein metaforien pintapuolisen kuvailun tasolle ja jätetään pohtimatta esimerkiksi, millaisia tehtäviä ja tarkoituksia metaforilla juuri tiettyjen ilmiöiden kuvailussa on. Metaforien merkitysten lukeminen on aina myös tulkintaa: niillä voidaan tarkoittaa hyvinkin erilaisia asioita käyttökontekstista riippuen. (Ks. Hellsten 1998, 85–86.) Pyrin tarkastelemaan aineistossani olevia metaforia vailla etukäteisolettamuksia, mutta

tiedostan, että kyseessä on ainoastaan yksi tulkinta Joensuun skinijulkisuudessa esiintyneistä metaforista.

Myös narratiivinen analyysi soveltuu lehtiaineiston analyysiin: uutinen voidaan nähdä dramaattisena kokonaisuutena, jonka kautta herätetään jännite, käsitellään ongelmaa ja pyritään ratkaisemaan se. Lisäksi uutista voidaan tarkastella yhteisöllisenä prosessina, yhteisten kokemusten jakamisena, "modernin nuotiotarinana". (Kantola 1996, 159–160). Uutiset tarjoavat myös merkityskarttoja, jotka sisältävät arvoja ja arvostuksia sekä määrittelevät luonnollista ja arkijärkeä. Media tekee siis jatkuvasti ideologisia valintoja, jotka paitsi kuvaavat todellisuutta samalla myös arvottavat sitä (Kantola 1996, 161). Kun analysoidaan uutisten kertomia tarinoita, voidaan paljastaa myös niiden tarjoamia arvoja ja merkityskarttoja.

Tämä tutkimus on myös retoriikan tutkimusta: onhan niin PR-työ kuin journalismikin aina retorista toimintaa. Uuden retoriikan hengessä (esim. Koistinen 1998, 41–43, 49) diskurssianalyysia käyttävä lehdistötutkija tarkastelee aineistossa esiintyviä argumentoinnin tapoja (perustelut) sekä poetiikkaa (metaforat ja sanastot). Retoriikan tutkimus on interaktion tutkimisen näkökulma siinä missä keskustelunanalyysikin, mutta se soveltuu vuorovaikutusta tarkastelevaa keskustelunanalyysia paremmin sanomalehtitekstien tutkimiseen (Alasuutari 1994, 143–148.)

Kriittisyys ilmenee analyysissani siten, että pyrin löytämään aineistostani usein näkymättömissä olevia, joitain tiettyjä ihmisryhmiä (kuten helsinkiläisiä lehtitaloja tai niiden yleisöjä) palvelevia puhetapoja. On aihetta kysyä esimerkiksi, kenen etuja palvelee puhetapa, jossa Joensuusta tehdään Suomen ainoa rasistinen paikkakunta.

Jokainen tekstianalyysi tarjoaa tutkijalle vain rajatun näkökulman tutkittaviin teksteihin. Valittuja tekstianalyysin metodeja voidaan kuitenkin pitää suhteessa tutkimusaineistoon ja kysymyksenasetteluihin tarkoituksenmukaisina. Tämä tutkimus tuo yhden puheenvuoron Joensuun rasistiseen maineeseen liittyvään keskusteluun, ja tutkimuksen tulokset sekä niistä tehdyt johtopäätökset ovat tutkijan yksilöllisen tulkinnan tulos.

6.4 Haastatteluaineiston analyysi: Joensuun tiedotuspolitiikan ja toimenpiteiden kartoitus

Teemahaastatteluaineistojen laadullisen lähiluvun avulla pyrin selvittämään, miten kaupungissa on vastattu valtakunnanjulkisuuteen. Kysyn aineistoltani muun muassa, miten kaupungin johto ja tiedotuksesta vastanneet ottivat kantaa rasismiin, vastasivat haastattelupyyntöihin tai lähettivät tiedotteita kaupungin tilanteesta ja toiminnasta tarkasteluajankohtina.

Haastattelupuheen avulla voi – parhaimmassa tapauksessakin – päästä kiinni ainoastaan haastateltavan tekemään tulkintaan. Lisäksi haastateltava "tekee" puhuessaan aina todellisuutta ja rakentaa sitä tietynlaiseksi. Diskurssianalyytikko onkin kiinnostunut nimenomaan tästä "todellisuuden tekemisestä". Lisäksi kirjallisten dokumenttien puuttuessa haastattelut ovat ainoa mahdollisuus saada edes osittaista tietoa Joensuun kaupungin toiminnasta skinijulkisuuden edessä marraskuussa 1995 sekä elokuussa 2001.

OSA III UUTISOINTI VALTAKUNNANLEHDISTÖSSÄ

Tässä tutkimukseni kolmannessa osassa esittelen analyysini tulokset. Osan ensimmäisessä luvussa (luku 7) esittelen sekä "Joensuun taudin puhkeamisen" että "jälkitaudin" aikaisen julkisuuden lukuina, juttutyyppeinä ja näkökulmittain, jotta lukija saa kokonaiskuvan julkisuuden määrästä ja luonteesta. Kahdeksannessa luvussa esittelen yksityiskohtaisemmin laadullisen luentani sekä sen pohjalta tekemäni SPSS-tyypittelyn tuloksia, minkä jälkeen luvussa 9 esittelen vielä metafora-analyysin sekä tekstien narratiivisen luennan tulokset. Tutkimusraportin kymmenennessä luvussa esittelen Joensuun kaupungin toimijoille tekemieni haastattelujen perusteella saamiani tietoja kaupungin toiminnasta.

Luvussa 11 esitän johtopäätöksiäni Joensuun taudista mediapelinä: teen tulkintoja kaupungin ja valtamedian suhteesta sekä viestinnän osuudesta "Joensuun taudin" synnyssä, kehittymisessä ja parantamisessa/parantumisessa. Tulosteni perusteella pohdin myös, voiko suomalainen kaupunki vaikuttaa valtakunnalliseen julkisuuskuvaansa kriisitilanteessa. Kuljetan omaksumaani teoreettista viitekehystä kirjoituksen sivujuonena koko ajan. Kuitenkin pikemmin kuin etukäteen asetettujen oletusten perusteella, syntyvät tulkinnat aineiston ja teorian rinnakkaisen luennan perusteella. Tarkoituksenani on saada aineisto ja teoria keskustelemaan keskenään.

Lopuksi arvioin vielä tutkimustani validiteetin, reliabiliteetin ja yleistettävyyden kriteerein sekä esitän tutkimusprosessin aikana syntyneitä ideoita jatkotutkimukseen.

7 Joensuun skinijulkisuus lukuina

7.1 Mediajulkisuuden määrä, juttutyypit ja uutisoinnin näkökulmat Joensuun taudin puhjetessa

Laskin aluksi aineistostani kaikki viittaukset Joensuun rasismiin (niin uutiset, pakinat, kolumnit kuin mielipidekirjoitukset) marraskuussa 1995. Tyypittelin kirjoitukset (ks. liite 7: Aineistona käytetyt lehtiartikkelit) juttutyyppien sekä hallitsevien näkökulmien mukaan ja esittelen tulokset taulukoissa 1–3. Käytin tyypittelyssä apunani muun muassa Aikakauslehtien Liiton[35] (2003) tekemää jaottelua ja jaoin jutut uutisiin, kolumneihin, reportaaseihin, pääkirjoituksiin, mielipidekirjoituksiin, muita lehtiä referoiviin kirjoituksiin sekä tausta-/kainalojuttuihin.

TAULUKKO 1. Joensuu-uutisointi Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä marraskuussa 1995.

pvm/ lehti	8.11.	9.11.	10.11	11.11	12.11	13.11	14.11	15.11	16.11	17.11	18.11	19.11	20.11	21.11
HS	X	X	X		X, X		Y			X,Y, Y,Y	Y	X,Y		X
IS	X	X	X	X	ei ilm	X,Y	Y	X,X		Y	X,X, Y,Y	ei ilm	Y,Y	X,Y
IL		X	X		ei ilm	Y	Y	X		X	Y	ei ilm	Y	Y

(Lukuohje: X = Joensuun rasismi jutun aiheena; Y = jutussa viittaus Joensuun rasismiin; ei ilm = lehti ei ilmestynyt kyseisenä päivänä.)

Helsingin Sanomissa "tapaus Parkerin" jälkeisten kahden viikon (14 lehteä) aikana Joensuun rasismiin viitattiin yhdeksänä päivänä, yhteensä 14 kertaa. Joensuun rasismi

[35] Aikakauslehtien Liiton (2003) mukaan reportaasi on suhteellisen laaja juttu, jonka toimittaja ja valokuvaaja tekevät yleensä jostakin aiheesta sen tapahtumahetkellä. Kolumni on toimittajan tai jonkin ulkopuolisen kirjoittajan omalla nimellään kirjoittama mielipidekirjoitus ja pääkirjoitus taas tavallisesti

oli varsinaisesti jutun aiheena yhdeksän kertaa, kaksi kertaa mielipidekirjoituksessa ja kerran "Vieraskynä"-kolumnissa. Ilta-Sanomissa Joensuun tapahtumiin viitattiin 11 päivänä, yhteensä 18 kertaa. Joensuu oli jutun pääaiheena kymmenessä jutussa, ja näistä jutuista mielipidekirjoituksia oli kaksi. Iltalehdessä Joensuun tapahtumiin viitattiin yhdeksän kertaa, ja jutuista neljä oli varsinaisia Joensuuta koskevia kirjoituksia.

Iltapäivälehdistössä Joensuun rasismi nousi etusivun uutiseksi tarkasteluajankohdan aikana neljä kertaa: 8. ja 10. päivä marraskuuta Ilta-Sanomissa (*Koripalloilija pakeni Suomesta skinien pelossa* ja *Skinien kelttilippu liehui Joensuun kristalliyössä*) sekä 9. ja 10. päivä marraskuuta Iltalehdessä (*Suomen mustat koripalloilijat skinheadien rasismista: "Tämä on häpeällistä"* ja *Tunteet kuohuvat Joensuussa. Poliisi esti skinien uhkaavan mielenosoituksen*). Viimeksi mainittuun otsikkoon on liitetty myös kuva skinheadin takaraivosta. Myös Ilta-Sanomien kakkossivun gallupissa rasismi nousi esiin 9.11.1995, kun kansalaisilta kysyttiin: "Onko Suomessa rasismia?". Tässä ei viitattu suoraan Joensuuhun, mutta ottaen huomioon ajankohdan voidaan tämänkin kirjoittelun katsoa kuuluneen Joensuun rasismista käytävään julkiseen keskusteluun.

TAULUKKO 2. Yhteenveto aikavälillä 8.–21.11.1995 Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä ilmestyneistä jutuista.

Helsingin Sanomat	Ilta-Sanomat	Iltalehti
4 perusuutista	5 perusuutista	3 perusuutista (1 toiseen tapahtumaan liittyvän uutisen kainalojuttuna)
1 laaja reportaasi	1 laaja juttukokonaisuus/ reportaasi	1 reportaasi
1 pääkirjoitus		
1 kolumni	2 kolumnia	1 viittaus kolumnissa
2 mielipidekirjoitusta	4 mielipidekirjoitusta	3 mielipidekirjoitusta (yhdessä ainoastaan viitataan Joensuuhun esimerkkinä)
2 "Muut lehdet" -palstan kirjoitusta	2 mainintaa "Lainattua" -palstalla	
3 viittausta Joensuun tapahtumiin muiden uutisten yhteydessä	4 viittausta Joensuun tapahtumiin muiden uutisten yhteydessä	1 viittaus rasismia käsitelleessä uutisessa (mukana myös kuva Joensuun skinheadeista; kuvatekstissä puhutaan tunteiden kuumenemisesta Joensuussa)

päätoimittajan suora viesti lukijoille. Uutisiksi luokittelin kaikki "tyypillistä uutisrakennetta" noudattavat kirjoitukset, joissa kerrotaan jostain tapahtumasta (ainakin näennäisen) neutraalisti ja kantaa ottamatta.

Suuri osa (noin puolet) aikavälillä 8. – 21.11.1995 Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä ilmestyneistä Joensuun rasismista kertovista jutuista on uutisia. Jokaisessa aineistona olleessa lehdessä julkaistiin tarkasteluajankohdan aikana myös tutkivan journalismin[36] hengessä kirjoitettu, ilmiön taustoja laajasti selvittelevä reportaasi. Etenkin päivälehtien tärkeimpänä tehtävänä on nähty ihmisten ympäristössä tapahtuvista ilmiöistä uutisointi, mikä näkyy myös aineistossani. Aiheeseen tartuttiin kuitenkin usein (viisi kertaa) myös kolumneissa, mitä voidaan selittää aiheen luonteella: rasismi on (etenkin ensimmäistä kertaa näin laajasti ilmenevänä) aihe, josta on kirjoitettava muutenkin kuin "neutraaleissa" uutisteksteissä – siihen on otettava myös kantaa. Objektiivisuuden periaatteita noudattava toimittaja erottaakin aina mielipiteet faktoista (esim. McQuail 1992, 183–185) ja käyttää tässä erilaisia objektivoimisstrategioita muun muassa jättämällä mielipiteet uutistekstien ulkopuolelle ja esittämällä niitä esimerkiksi pääkirjoituksissa ja kolumneissa.

Helsingin Sanomissa uutisointi oli kuumimmillaan Parkerin kotiinpaluuta seuraavina päivinä. Alussa uutisoitiin lähinnä Joensuun rikoksista, mutta sittemmin Joensuuhun alettiin viitata yleisemmänkin tason kirjoituksissa. Ilta-Sanomissa Joensuu-uutisointi näyttäisi olleen aktiivista koko tarkastelujakson ajan. Jakson loppuvaiheessa varsinainen Joensuu-uutisointi hiljeni, mutta Joensuun tapahtumiin viitattiin edelleen samaan aihepiiriin kuuluvissa kirjoituksissa. Iltalehdessä maininnat Joensuusta olivat yleensä varsinaisten Joensuu-uutisten yhteydessä.

[36] Journalismin arvostetuimpana muotona pidetään usein tutkivaa journalismia: syvällistä, kriittistä ja yhteiskunnallisesti tärkeitä kysymyksiä käsittelevää sekä journalistien riippumattomuutta ja heidän rooliaan vallankäytön valvojina korostavaa journalistista työtä (Kuutti 1998, 107). Tällainen journalismi on kuitenkin aikaa vievää ja vaivalloista, eikä journalistinen kiire anna yleensä ainakaan päivälehdissä mahdollisuutta sen harjoittamiseen. Kuutti (1998, 114) esittää myös suomalaisten vahvasti omaksuman periaatteen "meillä ei puututa toisten asioihin" yhtenä mahdollisena syynä tutkivan journalismin vähyyteen.

TAULUKKO 3. Uutisoinnin näkökulmat ja juttutyypit Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä aikavälillä 8.–21.11.1995.

HS	8.11.1995	Ongelma, selostus	Uutinen
	9.11.1995	Ongelma, selostus	Uutinen
	10.11.1995	Ongelma, selostus	Uutinen
	12.11.1995	1. Ongelma, toiminta, syyt 2. Ongelma, toiminta, selostus, syyt	1. Reportaasi 2. Uutinen (lyhyesti)
	14.11.1995	Ongelma, toiminta, syyt	Referoiva "Muut lehdet" –kirjoitus
	17.11.1995	1. Ongelma, syyt ("tutkijaote") 2.Ongelma, toiminta 3. Ongelma, syyt 4. Ongelma	1. Kolumni 2. Referoiva "Muut lehdet" –kirjoitus 3. Viittaus kainalojutussa 4. Kolumni
	18.11.1995	Ongelma, selostus	Viittaus toiseen tapahtumaan liittyvässä uutisessa
	19.11.1995	1. Ongelma, toiminta, syyt 2. Ongelma, syyt	1. Pääkirjoitus 2. Mielipide
	21.11.1995	Ongelma, selostus	Mielipide
IS	8.11.1995	Ongelma, selostus	Uutinen
	9.11.1995	Ongelma, selostus	Uutinen
	10.11.1995	Ongelma, toiminta, selostus, syyt	Reportaasi
	11.11.1995	Ongelma, selostus	Uutinen
	13.11.1995	1. Ongelma, toiminta, selostus 2. Ongelma, toiminta	1. Uutinen 2. Mielipide
	14.11.1995	Selostus	Viittaus toiseen tapahtumaan liittyvässä uutisessa
	15.11.1995	1. Ongelma, toiminta 2. Ongelma, toiminta, syyt	1. Mielipide 2. Kolumni
	17.11.1995	Ongelma, toiminta, selostus, syyt	Uutinen
	18.11.1995	1. Ongelma, toiminta, selostus 2. Ongelma 3. Ongelma 4. Ongelma, toiminta, syyt	1. Uutinen 2. Referoiva "Lainatut" –kirjoitus 3. Referoiva "Lainatut" –kirjoitus 4. Kolumni
	20.11.1995	1. Ongelma 2. Ongelma, toiminta	1. Viittaus toiseen tapahtumaan liittyvässä uutisessa 2. Mielipide
	21.11.1995	1. Ongelma, selostus 2. Ongelma	1. Uutinen 2. Mielipide
IL	9.11.1995	Ongelma, toiminta, syyt	Uutinen
	10.11.1995	Ongelma, selostus, syyt	Reportaasi
	13.11.1995	Ongelma, toiminta, selostus, syyt	Viittaus rasismia koskevassa uutisessa
	14.11.1995	Ongelma	Mielipide
	15.11.1995	Ongelma, selostus, syyt	Kainalojuttu
	17.11.1995	Ongelma	Uutinen
	18.11.1995	Ongelma, toiminta, syyt	Kolumni
	20.11.1995	Ongelma, toiminta	Mielipide
	21.11.1995	Ongelma	Mielipide

(Lukuohje: selostus = tapahtumien, rikosten jne. selostaminen; ongelma = rasismin ja Joensuun tapahtumien näkeminen yhteiskunnallisena ongelmana; syyt = syiden tai selitysten etsiminen tapahtumille; toiminta = lukijoiden kannustaminen toimintaan rasismin poistamiseksi [vrt. Suhonen 1994, 118–119].)

Lähes jokaisessa aineistoon kuuluvassa kirjoituksessa Joensuun rasismia lähestytään ongelmanäkökulmasta. Selostavasta näkökulmasta ilmiötä lähestytään noin puolessa (n=18) kirjoituksista; samoin rasismin vähentämiseen tähtäävään toimintaan kehotetaan noin puolessa (n=18) kirjoituksista. Syiden ja ideologioiden etsintä ja selitysten hakeminen näyttäisivät tulleen mukaan uutisointiin jakson loppuvaiheessa; yhteensä syiden näkökulmasta ilmiötä lähestyttiin tarkasteluajankohdan 32 kirjoituksesta 16:ssa. Näin ollen kirjoituksissa vastattiin journalismin peruskysymyksiin "Kuka teki?", "Mitä?", "Missä?", "Milloin?", "Miten?" ja "Miksi?" (esim. Manoff & Schudson 1986). Jokaiseen näistä kysymyksistä vastaaminen on periaatteessa journalismin tehtävä, vaikka faktojen kertomisessa pitäytyvä toimittaja pyrkiikin usein välttämään miksi–kysymykseen vastaamista pysyäkseen arvostelmien ulkopuolella ja pystyäkseen näin ollen työskentelemään ns. journalististen ihanteiden mukaisesti. Kuitenkin toimittajankin on joissain tapauksissa pakko alkaa etsiä ilmiöille ja tapahtumille myös selityksiä. Joensuu-uutisoinnissa tapahtumia pyrittiin selittämään toimijoiden motiivien avulla, mutta selittäviä lausuntoja pyydettiin myös asiantuntijoilta. Yksittäiset väkivallanteot saivat selityksensä myös muiden väkivallantekojen kautta: kun Joensuun rasismista tehtiin kokonaisuus liittämällä erillisiä väkivaltauutisia yhteen ja merkityksellistämällä kaikki tapahtumat osaksi "Joensuun suurta rasismitarinaa", tuli yksittäisistä tappeluista ja vahingonteoista vain episodeja "Joensuun taudissa". Taudin varsinaiset syyt ovat taas syvemmällä suomalaisessa yhteiskunnassa. (Vrt. Carey 1986, 166.)

Muun muassa Hedman (1981, 210) päätyy tutkimuksessaan toteamaan, että kansainvälisessä uutisoinnissa suurin osa jutuista on tapahtumauutisia ilman taustoituksia. Tällaista kritiikkiä on kuultu myös Suomessa. Kuitenkin "Joensuu-ilmiön" uutisoinnissa tapahtumauutisten lisäksi etenkin vuonna 1995 pyrittiin myös taustoittamaan tilannetta ja selvittämään taustalla olevia syitä ja niiden seurauksia. Toisaalta kuitenkin myös Joensuun tapahtumia esitettiin usein etenkin rutiinimaisissa rikosuutisissa lopulta melko yksipuolisesti (vrt. Kantola 1996, 166–167).

7.2 Julkisuuden määrä, juttutyypit ja uutisoinnin näkökulmat jälkitaudin aikana

Kirjoittelu Joensuun rasismista alkoi uudelleen elokuussa 2001, kun kaupungissa asuvien ulkomaalaisten omaisuus alkoi joutua toistuvasti vahingontekojen kohteeksi. Kuvaan tätä "Joensuun jälkitautia" valtakunnallisessa mediassa juttutyypeittäin ja näkökulmittain taulukoissa 4–6.

TAULUKKO 4. Joensuu-uutisointi Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä elokuussa 2001.

pvm/ lehti	22.08.	23.08.	24.08.	25.08.	26.08.	27.08.	28.09.	29.08.	30.08.	31.08.
HS	X	X,X	Y, X	X	X		X	X		X, Y
IS					ei ilm		X			
IL	X				ei ilm					

(Lukuohje: X = Joensuun rasismi jutun aiheena; Y = jutussa viittaus Joensuun rasismiin; ei ilm = lehti ei ilmestynyt kyseisenä päivänä.)

Joensuulaisesta rasismista kirjoitettiin Helsingin Sanomissa tarkastelujakson aikana kahdeksana päivänä, yhteensä 11 kertaa. Sen sijaan iltapäivälehdistä molemmat tarttuivat Joensuun rasismiin tarkastelujakson aikana ainoastaan kerran. Lähes jokainen viittaus Joensuun rasismiin oli aikavälillä 22.–31.8.2001 Joensuun rasismista uutisoivassa jutussa; ainoastaan kaksi kertaa Helsingin Sanomissa viitattiin "Joensuu-ilmiöön" jonkin muun uutisen yhteydessä.

TAULUKKO 5. Yhteenveto aikavälillä 22.–31.8.2001 Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä ilmestyneistä jutuista.

Helsingin Sanomat	**Ilta-Sanomat**	**Iltalehti**
8 perusuutista		1 perusuutinen
	1 reportaasi	
2 pääkirjoitusta		
1 kolumni		

Vuoden 2001 aineistossa Joensuun rasismista kirjoitetaan lähinnä uutisteksteissä. Uutiset ovat joko lyhyitä rikosuutisia tai Joensuun kaupungin johdon keskusteluista tai

päätöksistä kertovia kirjoituksia. Kun vuonna 1995 lehdissä ilmestyi tarkasteluajankohtana Joensuun tapahtumista uutisoivien juttujen lisäksi laajoja rasismia ilmiönä esitteleviä reportaaseja, ei vuoden 2001 aineistossa tällaisia juttuja ole enää yhtään. Kuitenkin Helsingin Sanomat nosti joensuulaisen rasismin "jälkitaudinkin" yhteydessä kaksi kertaa myös pääkirjoitukseen. Myös Iltalehdessä ilmestynyt juttu on uutinen, kun taas Ilta-Sanomien kirjoitusta voidaan pitää tutkivan journalismin hengessä kirjoitettuna reportaasina.

TAULUKKO 6. Uutisoinnin näkökulmat ja juttutyypit Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä aikavälillä 22. – 31.8.2001.

HS	22.8.2001	Ongelma, selostus	Uutinen
	23.8.2001	1. Ongelma, selostus 2. Ongelma, toiminta	1. Uutinen 2. Pääkirjoitus
	24.8.2001	1. Ongelma, toiminta, selostus, syyt 2. Selostus (positiivinen sävy)	1. Uutinen 2. Viittaus ulkomaalaisten sopeutumisesta kertovassa uutisessa
	25.8.2001	Selostus	Uutinen
	26.8.2001	Ongelma, selostus	Uutinen
	28.8.2001	Ongelma, toiminta, selostus	Uutinen
	29.8.2001	Ongelma, toiminta, selostus	Uutinen
	31.8.2001	1. Ongelma, toiminta 2. Ongelma, toiminta, syyt	1. Pääkirjoitus 2. Viittaus rasisminvastaisesta työstä kertovassa kolumnissa
IS	28.8.2001	Ongelma	Reportaasi
IL	22.8.2001	Selostus	Uutinen

(Lukuohje: selostus = tapahtumien kuvailu; ongelma = rasismin ja Joensuun tapahtumien näkeminen yhteiskunnallisena ongelmana; syyt = syiden tai selitysten etsiminen tapahtumille; toiminta = lukijoiden kannustaminen toimintaan rasismin poistamiseksi [vrt. Suhonen 1994, 118–119].)

Uutisoinnin näkökulmat olivat vuonna 2001 samantyyppisiä kuin vuonna 1995. Ongelmanäkökulma hallitsee kirjoittelua (10:ssä kirjoituksessa ongelmanäkökulma), mutta mukana näyttäisi olleen yhä enemmän myös kehotuksia toimintaan: "jälkitaudissa" oli ryhdyttävä toimiin rasismin "kitkemiseksi". Ajankohdan 13:sta kirjoituksesta kuudessa ilmiötä lähestytään toimintanäkökulmasta. Syynäkökulmasta rasismia lähestytään enää kahdessa kirjoituksessa: rasismista näyttäisi tulleen siis tuttu ilmiö, jota ei enää tarvinnut yrittää selittää lukijoille. Muutamassa jutussa sävy on myös positiivinen: kerrotaan siitä, mitä kaupungissa on saatu aikaan asian parantamiseksi.

8 Joensuun tauti toimittajien kuvaamana[37]

8.1 Juttujen sisältö marraskuussa 1995

8.1.1 Joensuun rikoksista ja uhrien kokemuksista toimittajan keräämien havaintojen perusteella

Joensuun rasismia käsitellään aineistona olleissa marraskuun 1995 lehdissä yleisönosastokirjoitusten lisäksi 32 jutussa. Näistä 12 on Helsingin Sanomien, 14 Ilta-Sanomien ja kuusi Iltalehden artikkeleja. Helsingin Sanomien artikkeleissa pääkohteena oli useimmiten (viisi kertaa) rasismi yleensä, jolloin Joensuuta käytettiin jutussa suomalaisen rasismin havainnollistajana. Joensuun skinheadien "aate" oli jutun kohteena kolme kertaa, Joensuun rikokset sekä koripalloilija Parkerin pahoinpitely-yritys taas kaksi kertaa. Ilta-Sanomissa uutisoitiin useimmiten joko rasismista yleensä (viisi kertaa) tai Parkerista (viisi kertaa). Ilta-Sanomissa jutun pääkohteeksi nousivat myös Joensuun poliisin toiminta, Joensuun skinheadien aate sekä Joensuun rikokset. Iltalehdessä jutun pääkohteena oli Joensuun skinheadien aate (3 kertaa), yleensä rasismi (2 kertaa) tai Joensuun poliisin toiminta (kerran). Artikkeleissa tarjottiin siis kehykset (esim. Tuchman 1978, 209) rasismin tarkastelulle: se asetettiin joensuulaisten poikien rikoksina, väkivallantekoina ja hulinointina ilmeneväksi aatteeksi. Iltapäivälehdistö uutisoi päivälehdestä poiketen myös Joensuun poliisiin kohdistuvista rasismiepäilyistä. Tässä näkyykin iltapäivä- tai tabloid-lehdistön taipumus hakea tapahtumille syyllisiä: toimittajat kysyvät usein mieluummin, "kuka tapahtumasta on vastuussa" kuin esimerkiksi "miksi jotain tapahtui" (esim. Sigal 1986, 15).

[37] Esittelen SPSS –analyysini tulokset tarkemmin taulukoittain liitteissä 4–6.

"Mainepuhe" eli Joensuun valtakunnallisen julkisuuskuvan, imagon tai maineen pohdinta (tai siitä huolissaan oleminen) ei nouse vuoden 1995 aineistossa Helsingin Sanomissa esiin kertaakaan. Iltapäivälehdistä molemmat ottivat kantaa Joensuun maineeseen tarkasteluajankohdan aikana kerran. Mainepuheen ilmestyminen myös päivälehden kirjoituksiin oli vuonna 1995 siis vasta edessä.

Lähteenä vuoden 1995 aineistossa käytetään Helsingin Sanomissa useimmiten (6 kertaa) toimittajan havaintoja tai toimittajan eri dokumenteista keräämiä tietoja. Asiantuntijahaastatteluihin luotetaan kolmessa ja uhrin haastatteluun yhdessä kirjoituksessa. Ilta-Sanomissa nojattiin useimmiten asiantuntijalähteisiin (7 kertaa) tai toimittajien tekemiin havaintoihin (5 kertaa). Uhrin haastattelua käytettiin lähteenä yhdessä ja useiden lähteiden yhdistelmää yhdessä kirjoituksessa. Iltalehdessä asiantuntijalähteisiin luotettiin kahdessa ja uhrin haastatteluun, toimittajien havaintoihin sekä useiden lähteiden yhdistelmään kuhunkin yhdessä kirjoituksessa. Muista tarkastelun kohteena olleista lehdistä Iltalehti eroaa siinä, että se on käyttänyt yhdessä jutussaan lähteinä myös joensuulaisia skinheadeja. Tutkimusten (mm. Välkevirta 1984) mukaan toimittajat käyttävät useimmiten lähteinään viranomaisdokumentteja tai haastatteluja niiden helpon saatavuuden vuoksi. Kuitenkin Joensuu-uutisoinnin ensimmäisessä vaiheessa on lähdetty viranomaishaastattelujen lisäksi usein tekemään havaintoja myös "kentälle".

8.1.2 Tapahtumapaikkana koko ajan Joensuu

Joensuun nimi nousi tarkastelun kohteena olleiden kahden viikon aikana otsikkoon Helsingin Sanomissa viisi kertaa, Ilta-Sanomissa neljä kertaa ja Iltalehdessä kolme kertaa. Joensuun nimi näkyi myös varsinaisessa tekstiosuudessa lehdestä riippumatta usein: yhteensä sana "Joensuu" tai jokin sen johdos ("joensuulainen" tmv.) näkyy ajankohdan teksteissä 184 kertaa. "Joensuu"-nimen lisäksi käytettiin muun muassa ilmauksia "Pohjois-Karjala" tai "Pohjois-arjalaiset". Kaupungin nimen näkyminen aineistossa ei ole yllättävää: yhtenä joukkoviestinten tärkeimmistä tehtävistä on nähty

missä–kysymykseen vastaaminen. Esimerkiksi Hallin[38] (1986, 110) kirjoittaa, että vastaamalla missä–kysymykseen toimittajat eivät pelkästään kerro tapahtumien paikkaa vaan osoittavat samalla yleisölle sen paikan yhteiskunnassa ja maailmassa. Missä–kysymykseen vastatessaan toimittajat vahvistavat usein myös olemassa olevia stereotypioita. Hallin (1986, 145) kirjoittaa, että kertoessaan tapahtumapaikan ja kehystäessään paikan aina jollain tavalla toimittajat toimivat "opettajina, saarnaajina ja ideologeina". Joensuu-uutisoinnissa rasismi asetettiin itäsuomalaiseen rajakaupunkiin, ja juttujen kuvat esimerkiksi Joensuun torilta näyttivät yleisölle myös konkreettisesti, miltä Joensuussa tuolloin näytti.

Kaupunki organisaationa tulee ajankohdan Helsingin Sanomissa ja Ilta-Sanomissa kummassakin eksplisiittisesti esiin kolme, Iltalehdessä taas kaksi kertaa. Näissä kirjoituksissa kaupungin johdon toimintaa kommentoidaan joko kritisoiden tai kiittäen. Helsingin Sanomat suhtautui marraskuussa 1995 kaupungin toimiin joko kriittisesti tai kantaa ottamatta; erään kirjoituksen mukaan esimerkiksi *sekä kokenein poliisijohto että paikalliset pamputtajat ovat kilvan ymmärtäneet poikien motiiveja.* Sen sijaan niin Ilta-Sanomissa kuin Iltalehdessäkin kaupungin toimintaa myös kiiteltiin. Kaupungin oma ääni ei teksteissä kuitenkaan kuulu.

8.1.3 Toimittajan ääni kuuluu

Lähes kaikissa tarkastelun kohteena olleissa kirjoituksissa toimittaja näyttäisi asettuneen uhrin puolelle. Luin tällaisiksi uhria puolustaviksi artikkeleiksi kirjoitukset, joissa skinheadien toimintaan suhtaudutaan kriittisesti, uhrin kokemuksia kuvaillaan

[38] Hallinin (1986, 111–134) mukaan paikan ilmoittaminen uutisessa voi palvella viittä eri tehtävää. Paikka voi toimia journalistin auktoriteetin ilmaisijana: kun kerrotaan missä ja milloin toimittaja on jutun kirjoittanut, luodaan kuvaa siitä, että toimittaja on todella ollut paikalla ja kykenevä raportoimaan tarkasti ja objektiivisesti tapahtumista. Paikka voi toimia myös toimintaan kehottavana informaationa; esimerkiksi kertomalla missä jonkin tilaisuus pidetään toimittaja kehottaa lukijan osallistumaan tilaisuuteen. Paikka voi toimia sosiaalisen siteen luojana, jolloin lehden tehtävä on vahvistaa lukijoiden yhteisyyden kokemusta. Tässä tapauksessa paikan ilmoittaminen on aina myös poliittista toimintaa. Paikka voi toimia myös kontekstina, jolloin tapahtuma saadaan konkreettisemmaksi asettamalla se johonkin paikkaan. Tällöin myös lukijoiden tunteisiin vetoaminen onnistuu paremmin. Paikka voi toimia myös koko jutun aiheena ja subjektina.

empaattisesti tai muutoin nähdään (joko implisiittisesti tai eksplisiittisesti), että rasismi on tuomittavaa ja väärin. Näissä kirjoituksissa skinheadeja nimitetään usein kielteisen konnotaation omaavilla sanoilla (esim. *hulttio* tai *nahkapää*), kun taas uhreista puhutaan neutraalisti muun muassa *ulkomaalaisina* tai *uhreina*. Skinheadeista kirjoittamisen tyyliä voidaan kutsua "alentavaksi retoriikaksi": he ovat olleet *pikkuskinejä*, jotka *parveilevat* kaupungin keskustassa ja *kiusaavat* paitsi ulkomaalaisia myös muita joensuulaisia. Yhdessäkään aineistona olleista kirjoituksista ei asetuttu avoimesti skinheadien puolelle. Iltalehdessä "neutraalia" linjaa noudatettiin useimmiten, mitä voidaan pitää yllättävänä: iltapäivälehdistö näyttäisi täyttäneen tässä yhteydessä päivälehteä paremmin "objektiivisuuden" vaatimukset.

Tarkastelin erikseen myös sitä, miten toimittajan ääni "kuuluu" tekstissä – joko "rivien välistä" tai niiden "sisällä". Näin tapahtui Helsingin Sanomissa tarkastelujakson aikana seitsemän, Ilta-Sanomissa viisi ja Iltalehdessä kolme kertaa. Tarkastellut lehdet eivät siis eroa merkittävästi toisistaan: neutraalisuuden ideaali ei missään täyty. Vaikka uutiset noudattivat yleensä perinteisen uutisjutun rakennetta, jolloin toimittaja kertoo, mitä on tapahtunut, missä ja milloin, kenelle, miksi ja miten (ks. Huovila 1997, 93–113), oli kirjoitusten sävy usein ironinen. Kirjoituksissa skinit esimerkiksi ***lähestyvät*** *Parkeria kananmunilla,* ***tervehtivät*** *häntä pesäpallomailat kädessä* ja ***harrastavat*** *rotusortoa. (Lihavointi AH.)*

Yleensä mediatekstien narratiivinen luonne tarkoittaa tapahtumien esittämistä joko klassisen draaman kaaren mukaan etenevänä kertomuksena tai vetoamalla kirjoituksella lukijan tunteisiin. Muun muassa Kantolan mukaan oleellisinta tekstin tarinallisessa luonteessa se, että teksti saa aikaan kokemuksia, elämyksiä tai tunteita. Klassinen draaman kaari etenee häiriöttömästä alkutilasta häiriötekijän ilmaantumiseen, tilanteen kriisiytymiseen, taisteluun ja loppuratkaisuun. Usein draamaan sisältyy myös opetus. (Kantola 1998, 134.) Kantola (1998, 122) huomauttaakin, ettei dramaturgian tarvitse välttämättä tarkoittaa tapahtumien esittämistä aikajärjestyksessä vaan ennen kaikkea kykyä kertoa tapahtumat niin, että katsoja eläytyy tarinaan sekä kiinnostuu tarinan henkilöistä ja heidän kohtaloistaan.

Riessmanin (1993, 19) sanoin draamaksi voidaan lukea teksti, joka vastaa kysymyksiin "mitä tapahtui?", "missä ja milloin?", "kuka teki?", "miten?" ja "miksi?". Vuoden 1995 aineistossa joensuulaista rasismitarinaa kerrottiin yleensä (15 kertaa) etenkin jakson alussa pieninä osatarinoina, jotka lopulta muodostivat yhdessä "joensuulaisen rasismitarinan". Kuitenkin etenkin jakson loppuvaiheessa kerrottiin usein myös yhtä "jatkokertomusta" joensuulaisesta rasismista. Iltapäivälehdistöllä näyttäisi olleen Joensuu-ilmiöstä uutisoidessaan taipumus kertoa yksittäisiä tarinoita, kun taas päivälehdessä tarinat voitiin asettaa osaksi suurempaa kokonaisuutta. Tämä selittyy lehtien luonteella: päivälehti tilataan yleensä kotiin ja luetaan joka aamu, kun taas iltapäivälehtiä luetaan niiden "kertaostoluonteen" vuoksi satunnaisemmin. Näin ollen niiden sisällössä ei voida noudattaa samalla tavoin jatkuvuutta kuin päivälehdistössä.

Lukijan tunteisiin vetoaviksi kirjoituksiksi koodattiin tekstit, joissa toimittaja kuvailee tapahtumia tai ilmiötä tunteisiin vetoavalla, värikkäällä ja kantaa ottavalla kielellä. Rasismista saatettiin puhua esimerkiksi viattomia *vakiouhreja* kiusaavana *terrorina*, joka vaikeuttaa uhrien jokapäiväistä elämää, aiheuttaa pelkoa ja tekee *elämästä Joensuussa yhtä helvettiä*. Tällaisia kirjoituksia oli ajankohdan 32 kirjoituksesta yhteensä 12, eikä tässä suhteessa tarkasteltujen lehtien välillä ole ainakaan merkittäviä eroja. Asiakieltä käytettiin 17 kirjoituksessa, ja kolmessa referoitiin jossain muussa lehdessä ilmestyneitä tekstejä.

Joensuun tapahtumia kuvattiin jokaisessa ajankohdan lehdessä usein metaforisin ilmaisuin, ja hallitseva metafora liittyi kaikissa lehdissä sodankäyntiin. Sotakieleen kuuluviksi luettiin kaikki ilmaisut, joissa puhuttiin esimerkiksi osapuolista, hyökkäyksistä tai varustautumisesta. Helsingin Sanomissa sotametafora esiintyi kahdeksassa, Ilta-Sanomissa 11:ssä ja Iltalehdessä neljässä kirjoituksessa. Yhdessä Helsingin Sanomien ja yhdessä Ilta-Sanomien artikkelissa käytettiin kiusan metaforaa. Rotuoppiin liittyvää sanastoa käytettiin noin puolessa ajankohdan artikkeleista, useimmiten Helsingin Sanomissa. Suoraa vertausta Hitleriin tai toisen maailmansodan aikaiseen Saksaan, "Natsi-metaforaa", käytettiin Helsingin Sanomissa marraskuussa 1995 kolme kertaa, Ilta-Sanomissa kerran ja Iltalehdessä kaksi kertaa.

Helsingin Sanomien jutuista kolmeen, Ilta-Sanomien jutuista viiteen ja Iltalehden jutuista neljään on liitetty kuva Joensuusta tai joensuulaisista (joko skinheadeista tai heidän uhreistaan). Iltapäivälehdistön "keltaiseen linjaan" kuuluvatkin yleensä värit ja kuvat päivälehdistöä useammin.

Taulukossa 7 esitellään julkisuuden kehitystä kirjoitusten tyylilajien mukaan. Olen nimennyt tyylilajit "selostavaksi", "kommentoivaksi" sekä "tutkivaksi". Selostavalla tyylillä tarkoitan neutraalia tapahtumauutisointia, kommentoivalla kantaaottavaa, toimittajan mielipiteitä esittelevää tyyliä sekä tutkivalla usein kriittistä, syvällistä ja journalistien roolia vallankäytön valvojina korostavaa tyyliä.

TAULUKKO 7. Kirjoitustyylit Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä marraskuussa 1995 .

HS	8.11.1995	Selostava	Uutinen
	9.11.1995	Selostava	Uutinen
	10.11.1995	Selostava	Uutinen
	12.11.1995	1. Tutkiva 2. Selostava	1. Reportaasi 2. Uutinen (lyhyesti)
	14.11.1995	Selostava	Referoiva "Muut lehdet" -kirjoitus
	17.11.1995	1. Kommentoiva 2. Selostava 3. Selostava 4. Kommentoiva	1. Kolumni 2. Referoiva "Muut lehdet" -kirjoitus 3. Viittaus kainalojutussa 4. Kolumni
	18.11.1995	Selostava	Viittaus toiseen tapahtumaan liittyvässä uutisessa
	19.11.1995	Kommentoiva	Pääkirjoitus
IS	8.11.1995	Selostava	Uutinen
	9.11.1995	Selostava	Uutinen
	10.11.1995	Tutkiva	Reportaasi
	11.11.1995	Selostava	Uutinen
	13.11.1995	Selostava	Uutinen
	14.11.1995	Selostava	Viittaus toiseen tapahtumaan liittyvässä uutisessa
	15.11.1995	Kommentoiva	Kolumni
	17.11.1995	Selostava	Uutinen
	18.11.1995	1. Selostava 2. Selostava 3. Selostava 4. Kommentoiva	1. Uutinen 2. Referoiva "Lainatut" – kirjoitus 3. Referoiva "Lainatut" -kirjoitus 4. Kolumni
	20.11.1995	Selostava	Viittaus toiseen tapahtumaan liittyvässä uutisessa
	21.11.1995	Selostava	Uutinen
IL	9.11.1995	Selostava	Uutinen
	10.11.1995	Tutkiva	Reportaasi
	13.11.1995	Selostava	Viittaus rasismia koskevassa uutisessa
	15.11.1995	Selostava	Kainalojuttu
	17.11.1995	Selostava	Uutinen
	18.11.1995	Kommentoiva	Kolumni

Selostava tyyli hallitsee kirjoittelua kaikissa aineistona olleissa lehdissä. Kuitenkin niin Helsingin Sanomissa kuin iltapäivälehdistössäkin käytetään (kussakin lehdessä yhdessä kirjoituksessa) myös tutkivan journalismin tyyliä. Kommentoivaa tyylilajia käytetään lähinnä kolumneissa ja pääkirjoituksissa.

8.2 Juttujen sisältö elokuussa 2001

8.2.1 Neutraalia tapahtumauutisointia, mainepuhetta ja viranomaislähteitä

Aikavälillä 22.–31.8.2001 Joensuun rasismista kirjoitettiin Helsingin Sanomissa, Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä 13 kertaa. Vuoden 2001 aineistossa uutisoidaan lähinnä Joensuun rikoksista tai kaupungin toiminnasta. Joensuuta esimerkkinä suomalaisesta rasismista käytetään enää yhdessä Helsingin Sanomien kirjoituksessa. Kirjoittelussa on siis siirrytty jonkin uuden ilmiön selittämisestä "neutraaliin" tapahtumauutisointiin.

Vuoden 2001 kirjoituksissa myös mainepuhe alkaa nousta usein esiin. Helsingin Sanomien artikkeleista lähes puolessa (5 kertaa) oltiin huolestuneita Joensuun imagosta, ja myös Ilta-Sanomat otti kantaa Joensuun valtakunnalliseen julkisuuskuvaan. 2000-luvun mainediskurssi (ks. esim. Karvonen 2000) näkyy aineistossa siis selvästi. Toimittajat kirjoittivat muun muassa, kuinka *muukalaisviha on lyönyt lähtemättömän leiman Joensuuhun* tai kuinka *karu totuus on se, että Joensuu on leimautunut Suomen rasistisimmaksi paikaksi*. Jutun kirjoittanut toimittaja näki myös, että *joensuulaisten on yhdessä huolehdittava maineen palautus – muutenkin kuin julkilausumia antamalla*. Harisen, Heikkilän ja Hyvösen (2001) mukaan joensuulaisessa paikallislehdistössä mainepuhetta oli etenkin vuosina 1995–1996, mitä ei voikaan pitää yllättävänä ottaen huomioon maakuntalehdistön tehtävän paikallisen identiteetin vahvistajana. Tämän tutkimuksen perusteella Joensuun maineesta on oltu huolissaan kuitenkin siis myös valtakunnallisessa lehdistössä.

Lähteenä vuonna 2001 Helsingin Sanomissa käytettiin asiantuntijalähteitä (5 kertaa), kaupunkia (3 kertaa) tai toimittajien havaintoja (3 kertaa). Ilta-Sanomien artikkelissa on käytetty useita eri lähteitä, ja Iltalehdessä luotettiin asiantuntijalähteisiin. Tässäkin suhteessa on siis siirrytty "normaalijournalismiin": tiedot hankittiin helposti ja nopeasti viranomais- tai vastaavilta tahoilta (vrt. esim. Mörä 1996.).

8.2.2 Joensuu edelleen vahvasti esillä

Ajankohdan Helsingin Sanomissa Joensuu nousee otsikkoon yhdeksässä kirjoituksessa. Tätä voidaan selittää sillä, että uutisissa käsiteltiin usein Joensuun kaupunginhallituksen ja valtuuston päätöksiä tai keskusteluja, jolloin kaupungin nimi tuli luonnollisesti esiin. Myös Ilta-Sanomat nosti Joensuun nimen esiin jo otsikossa, kun taas Iltalehti kertoi tapahtumapaikan vasta varsinaisessa tekstissä. Sana "Joensuu" esiintyy artikkeleissa 101 kertaa – lehdistö vastasi siis edelleen missä–kysymykseen lähes jokaisessa kirjoituksessaan. Kaupunki organisaationa tulee esiin lähes kaikissa (9 kertaa) ajankohdan artikkeleissa, ja kaupunki toimii ajankohdan kirjoituksissa yleensä lähteenä tai toimijana. Uutisoitaessa kaupungin luottamushenkilöiden keskusteluista sekä päätöksistä ääni annettiin ainakin epäsuorasti virkamiehille ja luottamushenkilöille. Samalla haastateltiin usein kaupungin virkamiesjohtoa, jonka suuhun sanat Joensuussa vallitsevasta uhkasta asetettiin. Helsingin Sanomissa kaupungin toimintaa kritisoitiin yhdessä ja kiiteltiin kolmessa artikkelissa. Sen sijaan iltapäivälehdistö ei ottanut elokuussa 2001 kantaa kaupungin toiminnan oikeellisuuteen.

8.2.3 Toimittajan ääni katoaa

Vuoden 2001 uutisointi vaikuttaisi neutraalimmalta kuin vuonna 1995: ajankohdan Helsingin Sanomien artikkeleista kymmenessä käytettiin asiakieltä ja ainoastaan yhdessä vedottiin selvästi lukijan tunteisiin. Toimittajan ääni "kuului" Helsingin Sanomien

artikkeleista enää neljäsosassa, ja samoin Iltalehti noudatti kirjoituksessaan asialinjaa. Kuitenkin Ilta-Sanomat vetosi edelleen lukijan tunteisiin. Rasismiin suhtauduttiin edelleen kriittisesti: kirjoituksista yhdeksässä asetuttiin edelleen selvästi uhrin puolelle. Skinheadit ovat kuitenkin vuoden 2001 aineistossa neutraalisti *skinejä, rasisteja* tai *skinheadeja;* ainoastaan yhden kerran heitä kuvattiin vielä *nahkapäiksi.*

Jos vuonna 1995 Joensuun tapahtumia kuvailtiin sotatermein, liittyy vuoden 2001 uutisoinnin yleisin metafora puutarhanhoitoon. Helsingin Sanomissa *kitkemisestä* tai *rasismin poishoitamisesta* puhuttiin elokuussa 2001 seitsemän kertaa, sodasta ja kiusasta kummastakin kerran. Ilta-Sanomissa käytettiin edelleen sotametaforiikkaa, ja Iltalehdessä puhuttiin kiusaamisesta. "Natsi-metaforaa" tai rotuoppiin liittyvää puhetta ei ole vuoden 2001 aineistossa ollenkaan. Tätä voidaan selittää sillä, että rasismista oli tullut jo tuttu asia, jota ei tarvinnut enää havainnollistaa historiallisten esimerkkien avulla. Uhkan nähtiin yleensä olevan toimenpitein estettävissä, ja myös tarinankerronta on vuonna 2001 jokaisessa lehdessä poikkeuksetta tapahtumien asettamista osaksi suurta joensuulaista rasismitarinaa.

Helsingin Sanomissa elokuun 2001 jutuista Joensuuhun liittyvillä kuvilla on kuvitettu kaksi. Myös Ilta-Sanomien juttuun on liitetty kuva uhrista ja vahingoitetusta omaisuudesta. Iltalehden lyhyessä rikosuutisessa kuvia ei ole.

Taulukossa 8 esitellään Joensuun jälkitaudin kehitystä kirjoitustyylin mukaan.

TAULUKKO 8. Kirjoitustyylit Helsingin Sanomissa, Ilta-sanomissa ja Iltalehdessä elokuussa 2001.

HS	22.8.2001	Selostava	Uutinen
	23.8.2001	1. Selostava 2. Kommentoiva	1. Uutinen 2. Pääkirjoitus
	24.8.2001	1. Selostava 2. Kommentoiva	1. Uutinen 2. Uutinen
	25.8.2001	Selostava	Uutinen
	26.8.2001	Selostava	Uutinen
	28.8.2001	Selostava	Uutinen
	29.8.2001	Selostava	Uutinen
	31.8.2001	1. Kommentoiva 2. Selostava	1. Pääkirjoitus 2. Kolumni
IS	28.8.2001	Tutkiva	Reportaasi
IL	22.8.2001	Selostava	Uutinen

Vuoden 2001 aineistossa Joensuusta uutisoitaessa käytetään useimmiten selostavaa tyyliä. Ainoastaan Helsingin Sanomien kahdessa pääkirjoituksessa ja yhdessä uutisessa tyylilaji oli kommentoiva. Samoin Iltalehti pitäytyi uutisoinnissaan selostavalla linjalla. Ilta-Sanomien jutussa jatkettiin kuitenkin tutkivalla linjalla: artikkeli on kirjoitettu uhrin näkökulmasta, human interest –hengessä.

8.3 Julkisuuden sisällöllinen ja määrällinen muutos vuodesta 1995 vuoteen 2001

Vuonna 1995 jokainen tarkastelun kohteena oleva lehti uutisoi runsaasti joensuulaisesta rasismista. Sen sijaan vuoden 2001 elokuussa ilmiöstä kirjoitti lähinnä ainoastaan Helsingin Sanomat. Tässä näkyy lehtityyppien tehtävien ero: iltapäivälehdistön on tarkoitus viihdyttää ja myydä sekä hakea tai luoda yhteisöllisiä sensaatioita, kun taas päivälehdistön tärkeimpänä tehtävänä on nähty yleisön tiedollisten tarpeiden tyydyttäminen. Voidaan olettaa, että vuonna 2001 joensuulaisella rasismilla ei enää myyty lehtiä eikä pystytty rakentamaan viihdyttävää draamaa – näin ollen iltapäivälehdistö ei kiinnostunut siitä enää samoin kuin kuusi vuotta aikaisemmin. Helsingin Sanomien voidaan olettaa nostaneen rasismin esiin vuonna 2001 myös siksi, että se on yhteiskunnallisesti tärkeä ja vakava ilmiö, josta (ainakin valtakunnallisen päivälehden) "kuuluu" kirjoittaa.

Molempina vuosina ilmiöstä kerrottiin yleensä uutisteksteissä. Vuonna 1995 aiheena oli useimmiten suomalainen rasismi yleensä ja Joensuun tapahtumat sen havainnollistavana – ja samalla uhkaavana sekä pelottavana – esimerkkinä. Myös joensuulaisten skinheadien aate tai yksittäiset väkivallanteot olivat uutisoinnissa esillä. Sen sijaan vuonna 2001 uutisoitiin neutraalisti Joensuussa tapahtuneista vahingonteoista tai kaupungin toiminnasta.

Molempien vuosien uutisoinnissa ilmiötä lähestyttiin useimmiten ongelmanäkökulmasta. Toimintanäkökulmakin oli läsnä kirjoittelussa molempina

ajankohtina, mutta etenkin vuoden 2001 aineistossa se nousee entistä selvemmin esiin. "Jälkitaudin" yhteydessä myös selostusnäkökulma oli hallitsevampi kuin kuusi vuotta aikaisemmin. Siinä missä vuonna 1995 ilmiöltä lähestyttiin usein myös syiden näkökulmasta, vuoden 2001 aineistosta syiden näkökulma puuttuu lähes kokonaan.

Marraskuun 1995 kirjoituksissa käytettiin usein tunteisiin vetoavaa kieltä. Vertaukset Hitleriin, sotametaforat tai toimittajan äänen kuuluminen näyttäisivät kadonneen kirjoittelusta kuitenkin vuoteen 2001 mennessä lähes kokonaan. Molempien ajankohtien kirjoittelussa rasismi nähtiin kuitenkin loppujen lopuksi lähestulkoon aina tuomittavaksi. Vuoden 1995 aineistossa mainepuhe ei vielä näy, mutta elokuussa 2001 Joensuun maineeseen otettiin kantaa jo usein.

Juttuihin liitetyillä kuvilla voidaan sanoa olleen merkittävä vaikutus "Joensuun taudin puhkeamisen" aikaisten merkitysten muodostumiseen. Sen sijaan vuoden 2001 aineistossa kuvia ei juuri ole. Marraskuussa 1995 Joensuun tapahtumista kerrottiin useissa osatarinoissa, jotka muodostivat lopulta yhden suuren "joensuulaisen rasismitarinan". Vuonna 2001 tapahtumat asetettiin sen sijaan usein tämän, jo vuonna 1995 alkaneen, joensuulaisen rasismin "jatko-osiksi".

Vuonna 1995 lähteinä käytettiin yleensä joko asiantuntijoiden lausuntoja, toimittajien tekemiä havaintoja tai heidän keräämiään dokumentteja. Ensimmäisissä, "tapaus Parkeriin" liittyvissä uutisissa lähteenä oli yleensä urheilija itse. Uutisoinnin siirryttyä enemmän taustoittavan materiaalin sekä syitä ja seurauksia pohtivien kirjoitusten suuntaan alkoi myös ulkopuolisten asiantuntijoiden kuten tutkijoiden, sosiaalityöntekijöiden tai maahanmuuttajien kanssa työskentelevien tahojen ääni kuulua kirjoituksissa. Siinä missä vuonna 1995 toimittajat näyttäisivät hankkineen tietoja tapahtumista usein omatoimisesti, vuonna 2001 asioista on myös kysytty eri asiantuntijoilta – ja usein myös kaupungin edustajilta. Kaupunki ei päässyt vuonna 1995 kertaakaan ääneen; sen sijaan vuonna 2001 jo usein.

Vuoden 2001 aineistossa Joensuun kaupunki näkyy organisaationa niin otsikoissa kuin itse teksteissäkin useammin kuin kuusi vuotta aikaisemmin. Tämä selittyy uutisten

aiheilla: vuonna 2001 uutisoinnin kohteena olivat usein kaupungin luottamushenkilöiden käymät keskustelut tai tekemät päätökset. Vuonna 2001 kaupungin toiminta sai – toisin kuin vuonna 1995 – myös kehuja: kaupungissa oli lehtien mukaan saatu aikaan myös tuloksia.

9 Joensuun tauti metaforina ja tarinoina

9.1 Kahakointia ja rotuvihaa taudin puhjetessa

Marraskuun 1995 Helsingin Sanomissa Joensuun tapahtumat muodostivat paitsi erillisiä tarinoita uhreineen, rikollisineen ja väkivallantekoineen myös yhden suuren tarinan. Tarina joensuulaisesta rasismista tyydytti varmasti yleisön tiedollisia ja emotionaalisia tarpeita, mutta sen avulla voitiin käsitellä myös yleisölle uutta ja vaikeaa aihetta, suomalaista rasismia – ja sijoittaa se Joensuuhun. Lehdissä uutisoidut, *syrjäisessä rajakaupungissa vellovat muukalaisviha, vaino ja pahoinpitelyt* antoivat ongelmalle "kasvot" ja asettivat sen paikoilleen. Samalla ne nostivat suomalaisen rasismin julkiseen keskusteluun. Esimerkiksi Helsingin Sanomien pääkirjoitustoimittajan (19.11.1995) mukaan *Joensuun tapahtumat ovat virittäneet hyvin aiheellisen huolen ja keskustelun suomalaisten asenteista.*

Joensuun tapahtumien kuvailu alkoi pienellä uutisella, mutta käsittely laajeni pian juttukokonaisuuksiksi, pääkirjoituksiksi ja asiantuntijanäkökulmien esiintuomiseksi. Uutiskynnys ylittyi, kun joensuulaiset skinheadit *karkottivat* amerikkalaisen koripalloilijan maasta. Tätä tarinaa seurattiin lehdistössä muutaman päivän ajan. Pian ilmeni, että tarina oli alkanut jo aiemmin: maahanmuuttajia olikin kohdeltu kaupungissa *huonosti* jo vuosien ajan. Iltapäivälehdistössä kirjoitettiin myös, että marraskuun 1995 *vainot* olivat *vain jäävuoren huippu*, merkki *kaupungissa pitkään kyteneestä ongelmasta.* Pian myös muiden kaupunkien mahdolliset rasismiin liittyvät ongelmat nousivat esiin. Pieniä osatarinoita kerrottiin päivittäin: oikeudenkäynnit, mellakoinnit ja väkivaltaisuudet seurasivat toisiaan. Pääasiallinen tapahtumapaikka oli koko ajan Joensuu: vaikka *suomalaista rasismia* kuvaavissa pääkirjoituksissa ja kolumneissa muistutettiin, että rasismia on myös muissa Suomen kaupungeissa,

viitattiin lopulta erikseen aina myös *Joensuun rotuvihaan*. Joensuun todettiin myös olevan yksi *Suomen muukalaisvihamielisimmistä kaupungeista*, jonka *yleiset asenteet vierasmaalaisia siirtolaisia kohtaan ovat epäluuloiset.*

Lehdissä näytettäisiin tehneen eroa kuitenkin paitsi Joensuun ja muun Suomen myös skinheadien ja "tavallisten suomalaisten" välille. Skinheadeista puhuttiin *joensuulaisina nahkapäinä, pilottitakkisena joukkona* tai *nahkatukkina*, joiden käyttäytymisessä nähtiin runsaasti eroja *tavallisiin joensuulaisiin* nähden. Aineistona olleissa kirjoituksissa etenkin päivälehti pyrki erottamaan "pahat skinheadit" "kunnollisista suomalaisista", jolloin yhteiskuntarauha ei ainakaan pahemmin päässyt järkkymään. Samalla rasismi voitiin irrottaa itsestä sijoittamalla se skinheadeihin.

Koko tarkastelujakson ajan tapahtumia kuvattiin sotaan liittyvin metaforisin ilmaisuin: lehtien mukaan skinheadit muun muassa *ahdistelevat, uhkaavat, jahtaavat, hyökkäävät ja aseistautuvat* sekä *mellakoivat* ja *huitelevat pesäpallomailalla*. Lehdissä kuvailtiin myös esimerkiksi *osapuolten* omaksumia *rintamalinjoja* tai hyökkäysstrategioita. Vasta-, kilpailevia tai vaihtoehtoisia metaforia ei löydy: aineistona olleissa kirjoituksissa Joensuun tapahtumista puhuttiin lähes pelkästään sotaan liittyvin ilmaisuin. *Sodan osapuolet* erotettiin toisistaan, tapahtumia kuvailtiin *aseistautuneiden nahkatukkien hyökkäykseksi*, ja hyökkääjien kerrottiin varustautuneen *kepein, pesäpallomailoin* ja *polttopulloilla*. Selvästi sotaan liittyviä ilmaisuja täydentävät puheet *rotuvihasta, kahakoista* tai *yhteenotoista*. Vuoden 1995 aineistossa Joensuun tapahtumiin viitattiin yhden kerran termillä "Joensuun tauti". Tämä metafora lieneekin vakiintunut kuvaamaan Joensuun tapahtumia vasta myöhemmin.

Medialle metaforat ovat tehokkaita välineitä: esimerkiksi metaforien "Joensuun tauti" tai "Joensuun sota" avulla ongelma asettuu Joensuuhun. Samalla saatetaan viitata myös siihen, että "parantuminen" tai "rauhan solmiminen" ovat mahdollisia, mutta niihin tarvitaan toimenpiteitä. Metaforina tauti ja sota viittaavat lisäksi aina jonkin tyyppiseen häiriöön normaaleissa olosuhteissa. Sotametaforan käyttö paljastaa myös yhden suomalaiselle kulttuurille (sekä medialle) tyypillisen tiedostamattoman tavan hahmottaa maailmaa osapuolten väliseksi taisteluksi. Tässä ajattelutavassa näkyy myös

talvisodan perintö: kuva suomalaisista miehistä, jotka käyvät pesäpallomailoineen "puolustamaan" isänmaataan, toimii myyttisesti. Toisaalta talvisodassa toimittiin yleisen mielipiteen mukaan oikein, kun taas skinheadien toiminta nähdään ainakin julkisesti vääräksi. Sotametafora kytkee toiminnan selkeästi myös maskuliinisuuteen, miesten asiaksi.

Vuoden 1995 aineistossa rasismin uhka nähdään usein jonain ihmisen ulkopuolisena, itsenäisenä toimijana. Esimerkiksi ilmaisut *syrjäisessä rajakaupungissa muukalaisviha huipentui pahoinpitelyksi ja vainoksi* (HS) tai *Pelko ja muukalaisviha nostavat päätään Joensuussa* (IL) asettavat vihan itsenäiseksi toimijaksi ja pitävät yllä dramaattista jännitettä. Kutsun tällaista kirjoitustyyliä uhkan personifikaatioksi, ja sitä näyttäisivät käyttäneen Joensuun tapahtumista uutisoidessaan yhtä lailla niin iltapäivälehdistö kuin Helsingin Sanomatkin. Myös esimerkiksi Kantolan (1996, 163–165) mukaan uhka konstruoidaan uutisissa yleensä joksikin yhteisön ulkopuolelta tulevaksi ja ihmisiin asettuvaksi. Tällöin uutinen rakentuu kaaoksen ja järjestyksen, sivistyksen ja luonnon vastakohtaparien ympärille. Joensuun tapahtumissa uhka nousi kaupungin huonomaineisesta lähiöstä, jonka *pienilukuinen hulttiojoukko terrorisoi* koko kaupunkia. Näin rasismi sai kasvot ja "kunnon väki" puhdistautui.

Helsingin Sanomissa etenkin tutkivan journalismin hengessä laadittu reportaasi (12.11.1995, "Joensuun kaduilla saa pelätä rasismia", A3; A5), jonka mukaan *Joensuun pimenevät kadut kohtelevat tummaihoista* huonosti, konnotoi uhkaavaa ilmapiiriä. Jutussa kuvailtiin *tavallista perjantaiyötä Joensuussa,* jonka kadut ovat täynnä *parveilevia pikkuskinejä.* Uhka konstruoitiin paitsi joensuulaisten – *Joensuu pelkää skinheadeja* tai *Joensuussa pelätään konfliktin johtavan ennen pitkää jonkun kuolemaan* – myös kaikkien suomalaisten ylle. Iltapäivälehdistössä kerrottiin taas muun muassa siitä, kuinka *skinien kelttilippu liehuu Joensuun kristalliyössä* tai kuinka Joensuun pimenevässä illassa käydään *kamppailua ihmisten sieluista.* Joensuusta kertovien juttujen yhteydessä käytettiin myös runsaasti pelon ilmapiiriä konnotoivia kuvia.

Joensuun tapahtumista kertovaan draamaan on rakennettu toimijoita erilaisine intresseineen. Draamassa on pelkääviä ja turhautuneita rasismin uhreja, väkivaltaisia

skinheadeja, mellakoita rauhoittamaan pyrkiviä viranomaisia sekä ulkopuolelta ilmiötä selittämään pyrkiviä asiantuntijoita. Tarinaan rakennettiin myös välinpitämättömiä kaupungin päättäjiä sekä osittain myös kaikkia suomalaisia potentiaalisina rasisteina.

Kuten Altheide ja Michalowski (1999, 500) toteavat, pelko liittyy nykyisin yhä useammin olennaisena osana uutisointiin. Yleisö ajattelee jokapäiväisen elämänsä riskialttiiksi ja pelottavaksi, mikä näkyy myös mediateksteissä: uutisissa konnotoidaan pelon ilmapiiriä ja rakennetaan kehyksiä, joiden läpi maailma näyttää turvattomalta. Myös joensuulaisen rasismin tarinaa voidaan pitää surullisia ihmiskohtaloita ja elämäntarinoita sisältävänä jännitysnäytelmänä. Tarinassa on jännite ja sen sisään syntyy konflikti, mikä johtaa väkivaltaan ja levottomuuksiin. Samalla tämäkin draama sisältää myös moraalisia ulottuvuuksia, sillä kieli on täynnä todellisuutta koskevia, moraalisia arvostelmia sisältäviä väitteitä (Thúren 1986, 9–12), ja journalistinen julkisuus tuo aina esiin käsityksiä myös siitä, mikä on moraalisesti hyväksyttävää. Joensuun skinijulkisuudessa muun muassa erottelujen avulla (Joensuu – muu Suomi, skinit – tavalliset suomalaiset) tehtiin näkyväksi rasismin moraalinen "vääryys" ja osoitettiin lukijoille erilaisia mahdollisia paikkoja sosiaalisessa todellisuudessa. Siinä missä Joensuun paikallisessa julkisuudessa skiniongelmaa käsiteltiin osana jokaisen suomalaisen sosiaalista todellisuutta (ks. esim. Harinen, Heikkilä & Hyvönen 2001), tarkastelemassani valtakunnallisessa lehdistössä ongelma paikannettiin yleensä Joensuuhun.

Iltapäivälehdistön ja Helsingin Sanomien Joensuu-ilmiön uutisoinnin välillä ei ollut suuria eroja. Esimerkiksi Fry (1991, 70) erottaa draamaa etsivän tabloid-lehdistön "kunnollisesta" päivälehdistöstä ja toteaa, etteivät "kunnon lehdet" ole skandaalihakuisia. Joensuu-uutisoinnissa draamaa rakennettiin kuitenkin yhtä lailla niin aamukahvipöytiin kuin lööppeihinkin.

9.2 Jälkitaudin aika: odottelua, asemasotaa ja rasismin kitkemiseen tähtäävää toimintaa

Toisen tarkastelujakson ensimmäisen, Iltalehdessä ilmestyneen pienen uutisen otsikko *Ulkomaalaisten autoja tuhottiin* kuvaa vuoden 2001 uutisoinnin luonnetta: uutisointi keskittyi vahingontekoihin ja rikoksista, *rasistisista teoista,* raportoitiin usein passiivissa. Ainoastaan Ilta-Sanomat lähti rakentamaan draamaa jutun *Maahanmuuttajien hermot kireällä Joensuussa* avulla. Tässä human interest –tyyppisessä artikkelissa kirjoitettiin uhrin haastatteluun perustuen *maankuuluista Joensuun rasisteista* ja heidän *vakiouhristaan*. Tapahtumia kuvailtiin sotametaforin: osapuolet olivat *varustautuneet,* he *pelkäsivät* ja *hyökkäsivät toisiaan vastaan.* Rasismin tutkijaa siteeraten puhuttiin *maaottelusta, yhteenotoista, uudelleen leimahtaneesta vihamielisyyksistä* ja *tilanteen kärjistymisestä.* Jutussa viitattiin myös *1990-luvun puolivälin skinitoimintaan Joensuussa.*

Rasismi ei ollut enää vuonna 2001 pelkästään Joensuun vaan koko Suomen ongelma. Kuitenkin taipumus paikantaa rasismi Joensuuhun näkyy aineistossa edelleen vahvana. Vuonna 2001 toimittaja näyttäisi luottaneen, että yleisö tuntee "suuren tarinan" ja osaa näin yhdistää tapahtumat marraskuun 1995 tapahtumiin. Yhdessä uutisessa viitattiin myös sisäministeriön julkaisemiin lukuihin, joiden mukaan *ulkomaalaisilla oli isoista kaupungeista väkilukuun ja ulkomaalaisten määrään suhteutettuna suurin riski joutua rikoksen uhriksi Joensuussa.* Lause *kaupungissa ei ole enää näkyvää skiniyhteisöä* osoittaa toimittajan olettaneen, että lukijat tietävät sellaisen joskus olleen. Kuten esimerkiksi Bird ja Dardennekin (1988, 69–70) toteavat, tällä tavoin uutiset toimivat myyttisesti: liitettyinä osaksi isompia tarinoita ne asettavat ilmiöitä paikoilleen todellisuudessa. Sen sijaan yksittäiset uutiset eivät välttämättä myytteinä toimi.

Vuonna 2001 lehdissä kirjoitettiin Joensuun *kahinoista, yhteenotoista* ja *ilkivallanteoista, kärhämistä, tihutöistä, huligaaneista, vainosta, kostonkierteestä* ja *ulkomaalaisvihasta.* Sodan uhka oli siis edelleen läsnä, mutta "rintamavaiheesta" oli usein siirrytty "asemasotavaiheeseen". Siinä missä osapuolet vuonna 1995 selvästi hyökkäsivät ja

puolustivat, vuonna 2001 he lähinnä odottivat toistensa reaktioita ja varustautuivat. Lisäksi vuonna 2001 kirjoittelua leimasi odotus: tilanteen odotettiin esimerkiksi *muuttuvan rotusodaksi ja väkivallaksi milloin vain.*

Metaforatarkastelu paljastaa, että vuonna 2001 rasismi käsitettiin ongelmaksi, jolle tulisi tehdä jotain. Hallitsevat metaforat liittyivät puutarhanhoitoon, "tuholaisten torjuntaan": rasismista oli tullut jotain, mikä tulisi pystyä *kitkemään, siivoamaan* ja *torjumaan.*

9.3 Eri ajankohtina erilaista draamaa

Joensuun tapahtumia kuvailtiin taudin syntyessä *kahakaksi, sodaksi* ja *osapuolten* (skinien ja ulkomaalaisten väliseksi) *kamppailuksi.* Uutta ja tuntematonta rasismia selitettiin lukijoille sotametaforan tai "rotuoppipuheen" avulla, ja sille etsittiin myös syitä. Syyksi kamppailuihin nähtiin joidenkin joensuulaisten *nuorten rotuviha, silmitön raivo* ja *kaupungissa kytevät ongelmat.* Jälkitaudissa kyse oli taas *levottomuuksista, asevarustelusta* ja *ilkivallasta.* Rasismi oli jo tuttu asia, jota ei enää tarvinnut selittää. Nyt tavoitteeksi tuli rasismin *kitkeminen* ja *torjuminen* sekä *suvaitsevaisuuden edistäminen.*

Vuonna 1995 tapahtumat synnyttivät yksittäisiä kertomuksia, jotka toimivat joko itsenäisesti tai muodostivat yhdessä draamallisen jännitteen varaan rakentuvan tarinan. Vuonna 2001 tapahtumat olivat jatkoa aiemmille tapahtumille ja näin osa suurempaa kertomusta. Esimerkiksi Blo-Cooper (1991, 132) kirjoittaa, että lehdillä on "sisäinen taipumus" draaman rakentamiseen. Tämän näkyy myös Joensuu-ilmiön uutisoinnissa: draaman peruskysymykset[39] (ks. Kantola 1998, 144), jännite ja sen laukeaminen, näkyvät kerronnassa. Alussa mediassa käytettiin melko vahvojakin retorisia keinoja,

[39] Draaman keskeinen elementti on **toiminta**, joka ilmentää jonkun henkilön **tahtoa**. Tahdon suunta kohtaa lopulta **vastuksen**, jolloin syntyy **ristiriita**. Tämä synnyttää taas **jännitteen**, johon katsoja eläytyy. (Kantola 1998, 124–125.)

kuten esimerkiksi puhuttaessa *fasistisesta jengielämästä* pelottavine *rituaaleineen ja punttisalilla käynteineen*. Myöhemmässä vaiheessa lievemmätkin "riittivät".

Vuoden 1995 aineistossa paitsi öisillä pikkukaupungin kaduilla uhreiksi joutuvien ulkomaalaisten myös suomalaisten nähtiin olevan vaarassa. Vuoden 2001 aineistossa tilanne oli jo tuttu, eivätkä tapahtumat taipuneet samalla tavoin draamaksi kuin väkivallanteot kuusi vuotta aiemmin. Joensuun jälkitaudin kautta suomalainen rasismi nostettiin kuitenkin taas julkiseen keskusteluun. Joensuun taudin synnyssä lehtikirjoitusten sävy oli "kansaan menevä", kun taas vuonna 2001 uutisointi oli pikemmin faktapohjaista. Tässä lehtien väliset erot häipyvät: vaikka yleensä viihdyttävyys ja "skandaalihakuisuus" on nähty ominaisena iltapäivälehdistölle, etenkin taudin puhjetessa myös päivälehdessä kirjoitettiin tunteisiin vetoavasti.

Klassiseen draamaan kuuluu yleensä onnellinen loppu, ja se tarvitsee myös syyllisensä ja sankarinsa. Joensuun tarina ei ole saanut kunnollista päätösratkaisua: uudet ongelmat ovat syrjäyttäneet Joensuun rasismin agendalta, mutta se voi koska tahansa nousta sinne uudestaan. Vuonna 1995 Joensuu-uutisoinnissa niin poliisi, kaupungin virkamiehet kuin yliopiston edustajat joutuivat "syytettyjen penkille", mutta vuonna 2001 sankarin rooliin saatiin (tai se asetti itse itsensä siihen) maineensa puhdistanut poliisi, jonka kerrottiin muun muassa selvittäneen aktiivisesti rikoksia ja edistäneen suvaitsevaisuuskasvatusta kaupungissa. Kaupungin virkamiehetkin pääsivät esiin myös positiivisissa yhteyksissä, mutta etenkään pääkirjoituksissa he eivät edelleenkään säästyneet kritiikiltä.

10 Joensuun kaupunki tiedottamassa ja toimimassa[40]

10.1 Taudin puhjetessa: "Vastuu kuuluu poliisille"

Joensuun joutuessa yhtäkkiseen mediajulkisuusryöppyyn kunnan viestinnästä vastaavat sekä kunnan johto yllättyivät. Haastateltavan mukaan *joitain viitteitä rasismista erityisesti somaleita kohtaan oli tullut esiin,* mutta siitä huolimatta *julkisuuden laajuus tuli yllätyksenä, sillä rasismia esiintyi ja esiintyy kaikkialla.* Kaupungin organisaatiossa ei siis ollut varauduttu tällaiseen mediajulkisuuteen. *Ongelmaa ei tiedostettu, koska se koettiin vähäiseksi. Median suhtautumista ei osattu ennustaa.* Vaikka kaupungin organisaatiossa oltiin tietoisia siitä, että *Hesari toimii säännönmukaisesti niin, että ongelmat etsitään syrjäisiltä seuduilta, joissa ei ole omaa toimitusta,* kielteisen mediajulkisuuden nopea eteneminen tuli yllätyksenä. Haastateltavan mukaan Joensuussa kuitenkin tiedettiin, että kaupunki kuuluu syrjäisiin seutuihin, joita voidaan käyttää hyväksi silloin, kun *halutaan valtakunnallisesti kiinnittää huomiota ajankohtaisiin ongelmiin.* Myös esimerkiksi Moring (2000, 162) kirjoittaa, että koska Helsingin Sanomissa paikallisuutiset kertovat yleensä onnettomuuksista tai rikoksista, saa lehdestä helposti kuvan, että muualla kuin Helsingissä asuminen olisi erityisen vaarallista. Moringin tutkimissa Helsingin Sanomien vuonna 1999 ilmestyneissä kirjoituksissa myös esimerkiksi Joensuu nousi esiin ainoastaan joko rasismia tai pahoinpitelyjä koskevien uutisten yhteydessä.

Joensuun kaupungin johtoon kuuluvat henkilöt kertoivat antaneensa valtamedialle *kysyttäessä joitain lausuntoja,* jotka kuitenkin *tulkittiin vastoin annettua viestiä.* Haastateltavan mukaan esimerkiksi hänen puheensa siitä, kuinka *rasismia on jokaisessa yhteiskunnassa ja yhteisössä,* tulkittiin ongelman vähättelyksi. Haastateltavan mukaan

[40] Tämä luku perustuu kaupungin johtoon kuuluville henkilöille tehtyjen teemahaastatteluiden avulla saatuihin tietoihin. Olen käyttänyt tekstissä runsaasti haastateltujen puheesta otettuja suoria sitaatteja, ja erotan ne varsinaisesta tekstistä kursiivilla.

myös muun muassa *televisiossa leikattiin vastauksia niin, että sisältö muuttui toimittajan haluamaksi.* Haastateltavat kertoivat myös muun muassa joensuulaisten poliitikoiden ja tutkijoiden käyttäneen skini-ilmiötä hyväkseen ajaakseen omia etujaan ja päästäkseen esille julkisuudessa. Haastateltavieni mukaan *heidät media sitten palkitsi ainoan oikean tiedon jakajina.*

Joensuun ja valtamedian suhteita voidaan kuvata jännitteisiksi. Tätä kuvaa osuvasti toisen haastattelemani henkilön lausuma: *Itse ainakin menetin lopullisesti luottamukseni tiedotusvälineiden haluun pyrkiä oikean tiedon jakamiseen - - - Vaikutti siltä, että toimittajilla ei ollut edes käsitystä siitä, mitkä tehtävät kunta voi hoitaa ja mikä kuuluu valtion tehtäviin. Kaupungilla ei ole oikeutta rikollisuuden torjuntaan eikä järjestyksenpitoon, jotka ovat poliisin tehtäviä. Ehkä poliisi myös halusi laajentaa vastuunkantajien piiriä omassa tiedottamisessaan.* Haastateltavani mukaan lehdet ovat suhtautuneet kaupungin tiedottamiseen ilmeisen kielteisesti: *kun tuomio Joensuun rasistisuudesta oli annettu, ei sitä voinut kyseenalaistaa ja vain tätä tukevat lausunnot olivat hyväksyttäviä.* Joensuun johdon ajatukset mediasta muistuttavat esimerkiksi Karvosen (2000, 57) tekemiä havaintoja. Hän kirjoittaa, että sekä journalistit että lähteet puhuvat omista käytännöistään normatiivisten ideaalien mukaisina ja syyttävät toista puolta ideaalin rikkomisesta: siinä missä organisaatiot syyttävät mediaa asioiden esittämisestä omien näkökohtiensa mukaisina, myös medialla on taipumus syyttää lähteitään asioiden kaunistelusta ja salailusta.

Aktiivista tiedottamista ei haastateltavan mukaan Joensuussa tarvittu, *koska jutut elivät omaa elämäänsä.* Tiedottamisesta vastaavat osallistuivat keskusteluihin radiokanavilla, joissa haastateltavani mukaan heidän sanomisiaan muokattiin ja lausuntoja leikattiin. Kaupunki aloitti kuitenkin käytännön toimet rasististen tekojen poistamiseksi käytettävissä olevin kasvatuksellisin keinoin, vaikka rikollisuuden torjunta jätettiinkin haastateltavani mukaan poliisille.

Vuonna 1995 Joensuussa laadittiin yleiset, mahdollisimman suureen avoimuuteen ja laajaan julkisuuteen tähtäävät tiedotusohjeet. Sen sijaan kriisitilanteen ohjeistusta ei skinijulkisuuden syntyessä ollut. Tiedotus oli silloisen kaupunginjohtajan hoidossa, joka olikin aktiivinen. Kriisi ajoittui kuitenkin kaupunginjohtajan vaihdon aikaan, eikä

kaupungin organisaatiossa ollut *tietoja eikä kykyä/taitoa/uskallusta ottaa tiedotusvastuuta siinä määrin kuin tilanne olisi vaatinut.*

10.2 Jälkitaudin aikana: "Tilanteet selvitetään"

Viisi vuotta ensimmäisen julkisuuskriisin jälkeen kunnan johdossa oltiin jo paremmin valmistautuneita mahdolliseen kielteiseen mediajulkisuuteen. Haastateltavan mukaan vuosina 1995–2001 valtakunnallinen lehdistö rinnasti toistuvasti muualla Suomessa tapahtuneet skinirikokset Joensuuhun, ja uutiskynnys Joensuussa tapahtuvien *nahistelujen* kohdalla oli madaltunut. Näin ollen skinijulkisuuteen oli *totuttu,* ja kaupungin johdossa pystyttiin keskittymään lähinnä tilanteen selvittämiseen.

Joukkoviestintävälineiden kiinnostus joensuulaista rasismia kohtaan vuonna 2001 ei siis enää tullut kaupungille yllätyksenä, mutta mediajulkisuuden nopea eteneminen ja laajuus yllättivät jälleen. Erityisesti kaupungin johdon yllätti se, että myös ulkomaalaisiin kohdistuneet omaisuusrikokset kiinnostivat valtamediaa jopa enemmän kuin samaan aikaan muualla tapahtuneet henkirikokset. Tämä havainto on yhdenmukainen Romanon (1986, 45–48) tekemien havaintojen kanssa: media raportoi mieluusti aiheista, jotka se jo tuntee, joista se olettaa yleisön olevan tietoinen ja joista sen on suhteellisen helppo saada tietoja. Lisäksi medialla on taipumus käsitellä poliittisia "vihollisiaan" huonosti ja "hengenheimolaisiaan" hyvin.

Haastateltavani uskovat kaupungin tiedotuspolitiikan kehittyneen jonkin verran "Joensuun taudin" puhkeamisen ja "jälkitaudin" välisenä aikana. Osana tiedotuksen kehittymistä voidaan nähdä myös kaupungin aktiivinen toiminta maahanmuuttajien elinolosuhteiden parantamiseksi sekä oman valtaväestön asenteiden muuttamiseksi. Toinen haastatelluista tosin painotti, että kaupunki on alusta asti pyrkinyt tiedottamaan aktiivisesti ja omatoimisesti, mutta *"asiallinen tiedotus on aina jäänyt median oman tuotannon jalkoihin"*. Konkreettisia, selvästi havaittavissa olevia eroja toimintakäytännöissä ei kummankaan haastateltavan mielestä ajankohtien välillä ole

kuitenkaan ollut. Vuonna 2001 tiedotusohjeet uusittiin, hyväksyttiin kaupunginhallituksessa ja jaettiin kaikille hallintokunnille sekä tiedotuksesta vastaaviksi nimetyille henkilöille, mutta erillistä kriisiohjeistusta ei edelleenkään ollut. Uusien tiedotusohjeiden mukaan pyrkimykseksi tuli mahdollisimman laaja mediajulkisuus, mutta haastateltavani mukaan resurssipula ja osittain myös ennakkoluulot mediaa kohtaan ovat aiheuttaneet ongelmia tavoitteen saavuttamisessa.

Vuonna 2001 kaupunki lähti siis kuitenkin aiempaa konkreettisemmin tiedottamaan toimistaan yhdessä Joensuun poliisin tiedotuspäällikön ja muiden poliisiviranomaisten kanssa. Kaupunginjohtaja vastasi Helsingin Sanomien ja muiden lehtien haastattelupyyntöihin, ja kaupunki järjesti yhdessä poliisilaitoksen kanssa tiedotustilaisuuksia ja laajan suvaitsevaisuuskulkueen. Myös tiedottamisesta vastaava kaupunginsihteeri vastasi haastattelupyyntöihin, minkä lisäksi *kaupungin laajoista toimista syrjinnän poistamiseksi* kerrottiin. Tämä ei haastateltavan mukaan kuitenkaan mediaa kiinnostanut. *Kaupunginhallitus teki asiasta julkilausuman, joka taisi mennä jossakin läpi. Lähinnä kuitenkin muodossa, että kaupunki on huolissaan kaupungissa esiintyvästä laajasta rasismista tai että kaupunki pelkää imagonsa puolesta.*

Kuitenkin Joensuussakin viestinnän painopiste on ollut ja on edelleen selkeästi kuntalaistiedottamisessa, joten valtakunnan tiedotusvälineisiin ei ole panostettu. Joensuussa ei siis ole sisäistetty Suomen Kuntaliiton (2001, 26) viestintäperiaatteita, joiden mukaan tiedotusvälineitä on palveltava aktiivisesti, sillä ne ovat kunnalle paitsi tiedon lähde, myös väline tiedotusvelvoitteen täyttämiseen ja profiloitumiseen. Samoin verrattuna Haverisen (1999, 35) näkemyksiin – "markkinointiviestinnän ja tiedottamisen kentät ovat lähentyneet toisiaan eikä niitä voi enää erotella erillisiksi toiminnoiksi" – ovat Joensuun johdon näkemykset viestinnästä suhteellisen kapeat: kuntalaisille tiedottaminen nähdään edelleen julkisuustyöstä erillisenä alueena. Joensuun johdon käsitykset viestinnästä muistuttavat Hakalan (2000b)[41] tekemiä

41 Hakalan (2000b) mukaan julkishallinnon organisaatioiden viestinnästä vastaavat liittävät kommunikatiiviseen viestintään tiedottamisen, kansalaisen turvallisuudesta huolehtimisen, kansalaisten luottamuksen hankinnan, kansalaisten kuulemisen, heidän palvelemisensa sekä kansalaiskeskusteluun osallistumisen. Viestinnän strateginen puoli tulee esiin taas puhuttaessa viestinnän tavoitteellisuudesta, toimijoista, sisällöistä, kohderyhmistä, keinoista ja etiikasta. Julkishallinnon organisaatioiden viestinnällä nähdään olevan molempia funktioita, ja usein näiden koetaan menevän päällekkäin. Kommunikatiivinen

havaintoja, joiden mukaan julkisten organisaatioiden edustajat eivät mielellään käytä markkinointiviestinnän termejä suhdetoiminnasta puhuessaan. He puhuvat korkeintaan "mielikuvasta", joka "syntyy itsestään" ja näkevät organisaation objektiivisena yleisön palvelijana. Siinä missä markkinointiviestinnällä on aina strategisia, mitattavissa olevia tavoitteita, voidaan julkishallinnon viestinnän funktioina nähdä lähinnä informointi, rekisteröinti, konsultointi ja julkinen keskustelu (van Dijk 2000). Jotain konkreettista verrattuna vuoden 1995 tilanteeseen on Joensuussakin kuitenkin tapahtunut: vuonna 2002 palkattiin viestintäpäällikkö eläkkeelle siirtyneen muussa keskushallinnon tehtävässä toimineen henkilön tilalle.

10.3 Miten toiminta erosi ajankohtien välillä?

Joensuun kaupungin ja valtamedian suhteita kuvattiin haastatteluissa jännitteisiksi eikä niissä nähty tapahtuneen muutoksia vuosien 1995–2001 välillä. Haastateltavani mukaan *Helsingin seudun lehtien toimituspolitiikka tähtää keskittymiseen eikä silloin ulkopuolella voi olla mitään hyvää.* Myös Moring (2000, 166) toteaa, että Helsingin Sanomien mukaan Helsingin ulkopuolella oleva elämä "ei aina ole hääppöistä". Kuitenkin jonkinlaista kyllästymistä *heikomman osapuolen*, tässä tapauksessa Joensuun, julkiseen *löylytykseen* on haastateltavani mukaan ollut viime aikoina havaittavissa.

Haastateltavani uskovat päällimmäiseksi syyksi julkisuuden laadulliseen ja määrälliseen eroon vuosina 1995 ja 2001 sen, että suomalainen yhteiskunta oli näiden kuuden vuoden aikana muuttunut, jolloin myös rasismiin suhtauduttiin vuonna 2001 eri tavoin kuin aiemmin. Elokuun 2001 rikokset olivat myös erilaisia kuin väkivallanteot kuusi vuotta aikaisemmin: ne kohdistuivat henkilöiden sijasta omaisuuteen. Lisäksi haastateltavani sanoin *poliisi hoiti oman toimintansa ja siitä tiedottamisen*

---

viestintä nähdään julkishallinnossa tärkeämpänä, mutta strategisia viestinnän keinoja perustellaan muun muassa demokratian takaamisella, yhteisellä edulla tai kansalaisten valistamisella. Strategisia tavoitteita legitimoidaan myös ammattidiskurssin avulla puhumalla esimerkiksi vakiintuneista ammattikäytännöistä tai viestinnän ammattilaisista.

aikaisempaa tehokkaammin. Yhteenvetona voidaan kuitenkin todeta, että myös Joensuun kaupungin tiedotuspolitiikka erosi tarkasteluajankohdittain. Siinä missä vuonna 1995 vaiettiin, vuonna 2001 tiedotettiin myös omatoimisesti suvaitsevaisuuden edistämiseen tähtäävästä toiminnasta kaupungissa.

Tilanteet, joista media kertoi ja joiden myötä Joensuuta koskeva mediajulkisuus levisi, edustavat organisaation kriisinhallinnan näkökulmasta vaikeimpia mahdollisia tilanteita. Fearn-Banksin (1996, 201–206) mukaan organisaation on väkivaltatilanteessa osoitettava, että se kantaa huolta asianomaisista, vastaa nopeasti tapahtumiin, ottaa tapahtumista täyden vastuun sekä välittää selvää ja jatkuvaa viestiä medialle. Olennaista on myös ryhtyä väkivaltaa ehkäiseviin toimenpiteisiin. Joensuussa kaupunki joutui vuonna 1995 uuden tilanteen eteen, ja kuten Puuronen (2001) toteaa, huomasi olevansa tilanteessa neuvoton.

Coombs (1998) on jakanut kriisiin vastaamisstrategiat seitsemään kategoriaan ja järjestänyt ne puolustus–mukautumis-jatkumolle[42]. Jatkumon puolustavan pään strategioita käyttävät yhteisöt huolehtivat lähinnä "oman pesän puhdistamisesta", kun taas mukautuvia strategioita seuraavat organisaatiot ovat huolissaan myös uhreista. Coombs ja Schmidt tarkastelevat amerikkalaisen öljyjätti Texacon kriisinhallintastrategioita edellä esitellyn jaottelun mukaan ja toteavat, että Texacon käyttämät strategiat asettuvat kaikki Coombsin jatkumon mukautuvampaan päähän. Texacon todetaankin osittain sen käyttämien strategioiden toimivuuden vuoksi selvinneen rasismikriisistään hyvin. (Coombs ja Schmidt 2000, 163–178.) Coombsin viitekehyksestä katsottuna Joensuu asettui strategioissaan vuonna 1995 jatkumon keskivaiheille. Kaupungin johto tunnusti ongelman, mutta vastuuta pyrittiin siirtämään esimerkiksi poliisille. Joensuussa voidaan nähdä toteutetun myös "shifting blame –

---

[42] Seitsemän strategiaa puolustavammasta mukautuvimpaan ovat 1) hyökkäys (attack) – kriisin syiden kieltäminen ja hyökkäys syyttäjää vastaan 2) kieltäminen (denial) – kriisin tai organisaation osallisuuden siihen kieltäminen 3) tekosyiden etsiminen (excuse) – kriisin olemassaolon tunnustaminen mutta organisaation vastuun minimoiminen 4) (justification) – kriisin olemassaolon tunnustaminen mutta sen vakavuuden vähätteleminen 5) integraatio (integration) – positiivisten vaikutusten luominen muistuttamalla aikaisemmista hyvistä teoista ja assosioimalla organisaatioon hyviä ominaisuuksia 6) korjaava toiminta (corrective action) – kriisin aiheuttamien vahinkojen korjaaminen ja kriisin uusiutumisen estäminen sekä 7) täydellinen anteeksipyyntö ja katuminen (mortification) – vastuun kantaminen kriisistä.

strategiaa": skinheadit erotettiin tavallisista joensuulaisista ja "kunnon kansalaiset" ainakin yrittivät pestä kätensä. Vuonna 2001 Joensuussa toteutettiin mukautuvampaa strategiaa: vaikka kaupungin mahdollisuudet vaikuttaa ongelmaan nähtiin edelleen vähäisiksi, alettiin osittain noudattaa myös korjaavan toiminnan strategiaa.

11 Joensuun tauti mediapelinä

"Joensuun taudista" voidaan olettaa tulleen iso uutinen monesta syystä. Rasismi oli puhuttanut Suomessa jo ennen marraskuuta 1995, mutta Parkerin lähtö konkretisoi ja auttoi paikantamaan ongelman. Draama taipui myös human interest –muotoon: uhrien kokemuksia pohdittiin runsaasti. Voidaankin todeta, että Joensuun tapahtumat sopivat hyvin journalistin tarpeisiin. Myös haastattelemani Joensuun johtoon kuuluvat henkilöt selittävät julkisuuden laajuutta uutiskriteereillä: *Tapahtumat sattuivat median kannalta kohdalleen: amerikkalainen tummaihoinen urheilija, pesäpallomaila sekä syrjäiseksi koettu paikkakunta. Muilla seikoilla ei ollut merkitystä.*

Tämän tutkimuksen mukaan Joensuun marraskuussa 1995 ja elokuussa 2001 valtakunnallisessa lehdistössä saama kuva vaikuttaa kielteiseltä. Yhteisöstä mediassa välitetty kuva muodostuukin usein kielteisemmäksi kuin esimerkiksi silloin, jos mielikuvia kysyttäisiin esimerkiksi yleisöiltä suoraan tai organisaation jäseniltä itseltään. Tätä voidaan selittää osittain median toimintapolitiikalla: usein yhteisön asioista kiinnostutaan vain, jos jotain yllättävää ja kielteistä tapahtuu. Joensuun tapauksessa tämä median toimintapolitiikka korostuu, sillä valtakunnallisesti tarkasteltuna Joensuu asettuu sen verran syrjään, että sen julkisuusmekanismin voidaan katsoa kytkeytyvän vain satunnaisesti ja usein tilanteissa, jotka taipuvat helposti draamaksi. Myös haastattelemani joensuulaiset ovat sitä mieltä, että *Helsingin media tarvitsee maakunnista vain sensaatiouutisia.* Myös Moring (2000, 161) kirjoittaa, että Helsingin Sanomissa suomalaisuus määrittyy usein helsinkiläisyydeksi: Helsinki on normi, johon muita paikkakuntia verrataan, ja muiden paikkakuntien tapahtumista uutisoidaan lähinnä rikosten ja ongelmien yhteydessä.

Myöskään Joensuun viestinnästä vastaavat eivät näe Joensuun ja valtakunnallisen median välisessä pelissä olevan (kuten esimerkiksi Karvonen [2000, 59] tai Ikävalko [1996b, 79–80]) mahdollisuuksia sekä lähdettä että mediaa hyödyttävään

symbioottiseen suhteeseen tai "yhteispeliin"[43]. Joensuun ja valtamedian epätasapainoista suhdetta kuvaa myös yhden haastattelemani henkilön lausuma: *suurin hämmästyksen aiheeni on ollut toimittajakunnan heikko ammattitaito, asenteellisuus ja tosiasioista piittaamattomuus--- sillä* [median sisällöllä, AH] *ei ole mitään tekemistä totuuden tai siihen pyrkimisen kanssa. Tämä näkemys on syntynyt toimittuani tiedotusvälineiden kanssa eri tehtävissä yli 30 vuotta.* Ajatukset muistuttavat yhteisöviestinnän tutkijoiden havaintoja: mediasuhteiden hallinta on organisaatiolle vaikeaa, sillä joukkoviestintävälineet ovat kaupallisia yrityksiä, joiden on palveltava yleisöään ja turvattava toimeentulonsa sekä edustettava yleisöään (joka saattaa asettua myös vastakkain tietoa tarjoavan organisaation kanssa). Ne kilpailevat myös muiden viestinten kanssa yleisöistä sekä toimivat useiden kulttuuristen sääntöjen ja lakien säätelemінä. Medialla on myös kussakin yhteiskunnassa tai osakulttuurissa oma tehtävänsä, joka sen tulee täyttää (Ikävalko 1996b, 71). Mediavälitteinen tiedottaminen voidaan nähdä vaativaksi myös sen kaksivaiheisuuden takia. Organisaation on ajateltava samanaikaisesti sekä median että lopullisten vastaanottajien tarpeita ja reaktioita (Karvonen 2000, 62).

Joensuuta koskevan skinhead-uutisoinnin vääristyneisyyttä voidaan tarkastella journalismin totuudenmukaisuudelle asetettujen kriteerien avulla. Muun muassa McQuail (1992, 193) jakaa "uutisten vääristymät" neljään tyyppiin: puolueellisuuteen, propagandaan, valikoivaan tiedonvälitykseen ja ideologiaan[44]. Joensuun kuvaamista sotatantereena voidaan pitää ainakin valikoivana tiedonvälityksenä, jolla tarkoitetaan toimittajien aiheiden ja näkökulmien valitsemista systemaattisesti "johonkin päin kallellaan". Useimmiten tämä "kallellaan olo" johtuu mediarutiineista. Yleensä objektiivisuudella tarkoitetaan myös, että asioita esitellään erilaisista näkökulmista ja

---

[43] Usein yhteisöviestinnän teoreetikot näkevät, että lähteet ja journalismi voisivat parhaimmassa tapauksessa toimia hedelmällisessä yhteistyössä, sillä molemmilla on jotain, mitä toinen tarvitsee. Organisaatiot tarjoavat toimittajille raaka-ainetta juttuihin, vaikka suurin osa tiedotusaineistosta ei pääsekään koskaan lehden sivulle (esim. Välkevirta 1984, 14; Ikävalko 1996a). Toimittajat taas tarjoavat organisaatiolle tilan, jossa organisaatiot voivat informoida yleisöjään ja profiloitua niiden edessä.

[44] Joukkoviestin on puolueellinen, jos se esittää uutiset jostain tietystä näkökulmasta avoimesti ja tarkoituksella. Propagandasta voidaan puhua silloin, kun vääristynyt uutisointi on tarkoituksellista mutta piilotettua. Jos media esittää ilmiön jostain näkökulmasta avoimesti mutta tarkoituksetta, voidaan puhua valikoivasta tiedonvälityksestä. Ideologian toiminnasta on kyse silloin, kun jonkin näkökulman korostaminen on piilossa niin lukijoilta kuin toimittajilta – kun asiat esitetään tietystä näkökulmasta itsestäänselvyyksinä.

ilmiöistä raportoidaan tarkasti ja realistisesti esittäen niistä kaikki olennaiset seikat. Objektiivisessa kirjoituksessa faktat erotetaan mielipiteistä mutta myös mielipiteitä käsitellään olennaisina, kirjoittajan omien asenteiden vaikutukset sisältöihin minimoidaan sekä "tarkoituksellista kirjoittamista" vältetään. (McQuail 1992, 183–185.) Joensuu-uutisointi muistuttaa etenkin vuoden 1995 aineistossa Fairclough'n (1997, 20) tekemiä havaintoja, joiden mukaan on yhä vaikeampaa tehdä eroa sen välille, milloin joukkoviestinnän teksti on viihdettä, milloin taas informaatiota. Joensuun tapahtumia kuvailtiin usein skandaalinhakuisesti ja uhkaa konnotoiden, ikään kuin viihteellisenä tarinana, jossa uhrit pakenevat pelottavia rasisteja ulkopuolisten seuratessa tilannetta voimattomina pyrkien samalla etsimään tapahtumille syitä. Myös poliisi ja viranomaiset kuvattiin usein draamaa voimattomina seuraavina ulkopuolisina.

Esimerkiksi Pietilä (1995a, 203) on todennut, että mikrotason merkitykset vaikuttavat tv-uutisissa toisinaan toimittajien tarkoituksella rakentamilta, kun taas makrotason merkitykset ovat "kehkeytyneet pääsääntöisesti yli ja ohi tietoisten merkityksellistämispyrkimysten". Uskonkin, ettei Joensuu-uutisoinnissakaan voida olettaa olleen kyse tietoisista pyrkimyksistä Joensuun maineen mustaamiseen. Lehden tehtävänä on täyttää yleisön paitsi tiedollisia myös emotionaalisia tarpeita sekä saavuttaa samalla omat taloudelliset tavoitteensa. Lisäksi lehdistö toimii julkisuuden pelikentällä useiden intressien ristitulessa, ja myös toimittajilla on tapansa tehdä maailmaa merkitykselliseksi.

Yhteisön mediakuva ei ole sama asia kuin sen koko julkisuuskuva, mutta sitä voidaan pitää merkittävästi julkisuuskuvaan vaikuttavana tekijänä. Näin ollen myös mediajulkisuuden hallinta on yhä tärkeämpää. Joensuuta voidaan kuitenkin esimerkiksi Ikävalkon (1996b, 190) termein pitää organisaationa, jossa julkisuuspeli valtakunnallisen median kanssa on ainakin tähän asti kangerrellut. On kuitenkin vaikea sanoa, olisiko suhdetoiminnalla tai avoimemmalla tiedotuksella tilanteelle ollut esimerkiksi marraskuussa 1995 tehtävissä jotain. Kuitenkin esimerkiksi Brunnberg (2001, 38–39) kuvailee, kuinka sosiaaliviranomaiset Englannissa välttivät aktiivisella tiedottamisella ja toiminnalla julkisuuskriisin erään lapsenmurhan yhteydessä. Joensuun tapauksessa mediajulkisuus taas "lähti elämään omaa elämäänsä", jolloin

kaupungin virkamiehet joutuivat altavastaajan asemaan – ja valitsivat vetäytyvän taktiikan.

Journalistinen mediajulkisuus muodostuu lähteiden ja toimittajien yhteistyön tuloksena, ja vuorovaikutuksen luonne syntyy organisaation ja median strategioiden erilaisista yhdistelmistä. Joensuu oli skinijupakan yhteydessä passiivinen suhteessaan valtajulkisuuteen, jolloin media alkoi toteuttaa valvonnan strategiaa: organisaatio vetäytyi mutta media haki lähteensä muualta (vrt. Miettinen 1981, 99–108; Ikävalkon 1996b, 62–63 mukaan.) Joensuun tapaus osoittaakin, ettei mediajulkisuuden välttely aina "pelasta" julkisuudelta vaan johtaa useimmiten organisaation ja median väliseen kilpailutilanteeseen. Kaupungin toiminnasta saadut positiiviset tulokset alkoivat nousta otsikoihin vasta myöhemmin.

Ikävalkon mukaan (1996b, 78) paljon mediassa esillä olo sisältää myös riskin: julkisuudessa paistatellut organisaatio saattaa nousta helpommin esiin myös kielteisissä yhteyksissä. Joensuun joutumista rasismi-ilmiössä "koko Suomen silmätikuksi" voidaan selittää osittain ehkä myös sillä, että Joensuu on ollut aktiivinen itsensä markkinoinnissa ja "Ilo elää Joensuussa" -kuvan levittämisessä. Voidaan olettaa, että Joensuu oli helppo nostaa esiin myös negatiivisessa yhteydessä, koska se oli ollut aktiivisesti esillä jo aiemmin[45].

PR-kirjallisuudessa muistutetaan, että mediajulkisuuden hallintaan pyrkivän organisaation on omaksuttava periaatteekseen avoimuus. Parhaiten media suhtautuu lähteisiin, jotka tuntevat organisaationsa sekä toimittajien työtavat ja tarjoavat aktiivisesti materiaalia ajantasaisesti ja salailematta (Ikävalko 1996b, 221). Myös esimerkiksi Timosen, Kallion ja Mörän (1987, 140) mukaan toimittajat olisivat kaivanneet Tshernobylin ydinvoimalaonnettomuuden sattuessa viranomaisilta ennen kaikkea aktiivista tiedotuspolitiikkaa. Voidaankin sanoa julkisuuspelillä olevan parhaat mahdollisuudet sujua, jos organisaation johtaja on sisäistänyt viestinnän merkityksen johtamisen osa-alueena, tuntee journalismin käytäntöjä ja on tietoinen omista

[45] Olen lainannut ajatuksen professori Jaakko Lehtoselta – ajatus nousi esiin pro gradu –työni esittelytilaisuudessa Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksella 2001.

velvollisuuksistaan ja mahdollisuuksistaan sekä arvostaa organisaationsa viestinnän ammattilaisia (Ikävalko 1996b, 204).

Myös proaktiiviset kriisinhallintastrategiat edesauttavat hyvää julkisuuden hallintaa. Kun kriisiviestintää tarkastellaan PR:n viitekehyksessä esimerkiksi Grunigin "neljän PR:n lajin mallin" kautta[46], nähdään myös kriisiviestinnän ihanteellisimpana muotona interaktiivinen ja yleisöä arvostava viestintä. Esimerkiksi Fearn-Banksin (1996, 11–14) mukaan kriisistä selviytyminen on todennäköistä, jos kriisiviestintä on sisäistetty osaksi organisaation strategista johtamista, stakeholderit identifioitu tarkasti ja mediasuhteet hoidetaan kunnolla. Lehtosen (1999a) mukaan mainepääomaa vahvistavan viestintäkulttuurin kehittäminen avoimuuden, vilpittömyyden ja jatkuvan dialogin kautta sekä tiedottamisvalmiuden rakentaminen poikkeustilanteiden varalta on erityisen tärkeää. Kuitenkin Joensuussa toiminta oli lähinnä reaktiivista ja välttelevää, ja ilman viestinnästä vastaavaa viranhaltijaa viestinnän merkitystä ei välttämättä huomioitu.

Toisaalta on kuitenkin muistettava, että viestintä voi paitsi ratkaista ongelmia myös pahentaa niitä. Esimerkiksi Lehtonen (2002, 35–36) näkee, että dialogia voidaan käyttää ongelmanratkaisustrategiana ainoastaan, jos osapuolilla on tarpeeksi informaatiota, sosiaalisia ja viestinnällisiä kykyjä sekä motivaatiota ongelman ratkaisemiseen. Nämä edellytykset eivät välttämättä kuntaorganisaatiossa aina täyty. Myöskään Joensuun tiedotusorganisaatiossa ei etenkään vuonna 1995 ollut valmiuksia viestinnän käyttämiseen ongelmanratkaisustrategiana.

Vaikka mediaa voidaan pitää kunnalle tärkeänä yhteistyötahona, ei sen kanssa toimimiseen ole Joensuussa ainakaan ennen vuotta 2002 liiemmin panostettu. Kuntien ja median välisiä suhteita ei ole paljoakaan tutkittu, mutta esimerkiksi Franklinin ja Partonin (1991, 1) mukaan sosiaalityön ja median suhde on aina ollut vaikea; sosiaalityöstä on muun muassa uutisoitu lähestulkoon ainoastaan kielteisissä yhteyksissä. Näitä ajatuksia voi mielestäni soveltaa myös Joensuun tapaukseen.

Brunnbergin (2001, 32–33) mukaan median ja hyvinvointivaltion välillä on ollut pohjoismaissa aina hyvin kiinteä side, ja koska kunnat ovat 2000-luvun Suomessa tärkeimpiä hyvinvointipalvelujen tuottajia, media on "automaattisesti" kiinnostunut niiden toiminnasta. Lisäksi julkishallinnon organisaatioilla median rooli on keskeinen nimenomaan maineenhallinnan kannalta. Joensuussa valtakunnallista mediaa on kuitenkin pidetty sekundaaristen[47] stakeholder-tahojen joukkoon kuuluvana (vrt. esim. Niskala & Näsi 1995, 127), jolloin sen vaikutukset on usein aliarvioitu.

Pohdinta median keskeisyydestä julkishallinnon organisaation maineenhallinnan apuvälineenä nostaa esiin myös ajatuksia kunnallisen ja yksityisen organisaation erilaisista mahdollisuuksista kontrolloida yhteisön todellisuutta koskevia viestejä. Kun esimerkiksi joensuulaiset skinheadit alkoivat hätyytellä kaupungissa asuvia ulkomaalaisia, kyse ei suinkaan ollut kuntaorganisaation lähettämistä viesteistä vaan organisaation ulkopuolisesta ilmiöstä, jota se ei voinut kontrolloida. Kuitenkin jokaisen kunnan alueella toimivan rikollisen toiminta ei voi olla vaikuttamatta koko yhteisöstä syntyneisiin mielikuviin. Kunta ei voi yksityisen organisaation tavoin kontrolloida strategisesti kaikkia sen piiristä lähteviä viestejä esimerkiksi markkinointiviestinnän keinoin, vaan sen on pyrittävä vaikuttamaan sekä todellisiin olosuhteisiin että sen mediajulkisuudessa saamaan kuvaan. Se, millaisia mahdollisuuksia julkishallinnon organisaatiolla lopulta maineensa hallitsemisessa on, on haasteellinen ja varmasti lisätutkimusten arvoinen kysymys.

Pääkaupunkiseudun näkökulmasta syrjään asettuvien kaupunkiorganisaatioiden on pohdittava myös, onko huonoonkin mediajulkisuuteen joutuminen kuitenkin myönteisempää kuin tilanne, jossa kaupunki ei pääse mediassa ollenkaan esiin. Joensuun "skinijulkisuutta" tarkasteltaessa kysymys on kuitenkin eettisesti arveluttava: uhrien kokemukset ja väkivallan seuraukset ovat julkisuuden määrää tai laatua tärkeämpiä pohdinnan arvoisia asioita. Toinen tärkeä kysymys Joensuun tapauksessa

---

[46] Grunig (2001) jakaa PR:n neljään lajiin: julkisuuteen, tiedottamiseen, yksisuuntaiseen interaktiiviseen suhdetoimintaan sekä kaksisuuntaiseen, dialogiin perustuvaan PR:ään. Viimeksi mainittua pidetään nykyisin PR-toiminnan ideaalina myös kriisitilanteissa.

47 Primaari stakeholder on taho, jolla on suora vaikutus organisaation toimintaan tai jonka toimintaan organisaatio voi vaikuttaa merkittävästi. Vastaavasti sekundaari stakeholder on taho, johon organisaatiolla on epäsuora suhde, ja vaikutukset saattavat olla välillisiä (Esim. Näsi 1995).

on, onko mediajulkisuus omiaan entisestään lisäämään rikosten määrää ja vakavuutta. Voihan olla, että ilman valtakunnallisen median mukanaoloa tapahtumissa Joensuun skiniongelma olisi jäänyt paljon toteutunutta pienemmäksi. Myös yksi tässä tutkimuksessa haastatelluista totesi skinitoiminnan tarvitsevan elääkseen julkisuutta. Kysymys siitä, yllyttikö valtakunnallinen mediajulkisuus skinheadeja lisäämään rikoksiaan, jää kuitenkin ainakin tässä yhteydessä – ellei lopullisesti – vastaamatta.

Organisaatioviestinnän tutkimuksessa on tärkeä pohtia myös sitä, mikä vaikutus tällaisella huonolla julkisuudella lopulta aivan konkreettisesti esimerkiksi kunnan tilanteeseen on. Mikä on tällaisen kielteisen julkisuuden hinta? Haastateltavieni mukaan rasismiteema on vaikuttanut kaupungin julkisuuskuvaan kielteisesti lähinnä Joensuun seudun ulkopuolella, sillä Joensuussa *tunnetaan tosiasiat eikä valtakunnan media vaikuta ihmisten käsityksiin niin paljon.* Joka tapauksessa *todellisia vaikutuksia on vaikea arvioida, koska kaupunki kehittyy edelleen hyvin.* Toinen haastattelemani henkilö toteaa, ettei ainakaan hänellä ole tiedossa, että yksikään yrittäjä tai työntekijä olisi jättänyt tulematta kaupunkiin sen julkisuuskuvan takia. *Olemme oppineet elämään julkisuuskuvamme kanssa. Tosin muualla päin Suomea vieraillessa helposti kysytään skinitilanteesta.*

Lopulta täytyy yhtyä myös tutkimuksessa haastatellun sanoihin *kaupunki ei voi poistaa kaikkea pahuutta kuntansa alueella.* Joensuun tautikaan ei ole kevääseen 2003 mennessä parantunut, mutta kaupungin toipumisprosessi näyttäisi muun muassa imagokampanjan, viestintään panostamisen ja rasismin torjuntaan pyrkivien toimenpiteiden myötä alkaneen. Tällä hetkellä Joensuussa kiinnitetään entistä enemmän huomiota PR-toimintaan, ja ympäristön luotaukseen käytetään esimerkiksi mielipidekyselyjä, yleisönosastokirjoitusten seurantaa sekä nettipalautteen keräämistä. Asukkaille on tehty myös rasismiteemaan liittyviä mielipidekyselyjä. Tutkimuksessa haastatellutkin uskovat, että vaikka tällaisiin tilanteisiin ennalta varustautuminen on mahdotonta, kaupungilla on nyt hyvät valmiudet kohdata erilaisia ennalta arvaamattomia tilanteita. Kaupungissa on kuulemma opittu elämään avoimesti, minkä lisäksi laaja yhteistyöryhmä on päivittänyt kaupungissa maahanmuuttajaohjelmaa, jonka edellyttämiin toimenpiteisiin on myös ryhdytty.

Toinen haastattelemani henkilö kokee kuitenkin, että rasismileimasta pääseminen tulee olemaan Joensuulle vaikeaa. *Kun Joensuussa seuraavan kerran tapahtuu syrjintää tai muuta kielteistä, se tulee välittömästi valtakunnalliseen tietoisuuteen. Asialle ei ole tehtävissä mitään, kun tuntee Hesarin ja sitä seuraavan muun median toimituspolitiikan: Joensuuhun lähdetään tekemään juttuja vain kielteisten ilmiöiden yhteydessä.* Kaupungilla ei haastateltavani mukaan ole myöskään aseita *oman pesän likaajien* julkisuushakuisten lausuntojen estämiseen. Joensuun viestinnästä vastaavat näkevät siis useiden yhteisöviestinnän teoreetikkojen tavoin, ettei hyvän maineen ansaitseminen tapahdu hetkessä, sillä maine on mielikuvien kokonaisuudesta muodostuvaa aineetonta pääomaa. Maineenhallinta vaatii yhteisöiltä kykyä luoda positiivisia mielikuvia ja rakentaa vahvoja suhteita stakeholder-ryhmiin, mutta maineenhallintaan kuuluvat myös uskottavuus, luotettavuus sekä vastuullisuus. "Reputation management" -ajattelu nojaa käsityksen organisaatiosta "kunnon kansalaisena" - tärkeää ei ole ainoastaan se, mitä organisaatio sanoo tai miltä se näyttää vaan myös se, mitä se tekee. Esimerkiksi Karvosen mukaan maineen hallinta lähtee organisaation arvoista, visiosta, strategiasta ja etiikasta. Organisaation henkilöstö sisäistää näiden ilmentämän kulttuurin ja arvot, mikä näkyy ulkoisessa viestinnässä ja näin organisaation imagossa. Kaikesta tästä muodostuu organisaation maine. (Karvonen 2000, 68–70.) Myös Fombrun (1996, 36–37) toteaa, että yhteisön maine perustuu identiteettiin ja yhteisön toimintaan, joista muodostuu yleisöille viestinnän avulla mielikuvia. Lopulta näiden mielikuvien kokonaisuudesta muodostuu yhteisön maine. Myös Joensuussa ongelmiin puuttuminen ja niistä keskusteleminen sekä niiden ratkaisuyritykset voivat johtaa lopulta myös parempaan maineeseen.

12 Tutkimuksen arviointia

Vaikka tieteellinen tutkimus ei voi koskaan saavuttaa täydellistä varmuutta (esim. Alasuutari 1994, 31), ja tutkimuksen yleispätevyyteen ja objektiivisuuteen liittyviä kriteerejä on myös laadullisen käänteen (esim. Väliverronen 1998) myötä selvästi löyhennetty, tutkimusta on arvioitava aina suhteessa validiteetin ja reliabiliteetin kriteereihin.

Yksi tutkimuksen tärkeimpiä kriteerejä on reliabiliteetti. Sillä tarkoitetaan yleensä tutkimuksen luotettavuutta. Taylor (2001, 318) viittaa reliabiliteetilla tulkintojen luotettavuuteen ja siihen, että käytettyjen instrumenttien ja tutkimusmenetelmien voidaan luottaa antavan tarkkoja tuloksia. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden voidaan sanoa tulevan lähinnä systemaattisuudesta ja tutkijan rehellisyydestä.

Validiteettia tarkasteltaessa pohditaan muun muassa käsitteiden valintaa ja kontekstin ja prosessin vaikutusta. Ovatko tutkimukseen valitut käsitteet olennaisia tutkimuksen kannalta? Onko konteksti ja prosessit huomioitu tulkintoja tehtäessä? (Ks. esim. Moring 1998, 247.) Taylor (2001, 318) viittaa validiteetilla tutkijan tekemien yleistysten totuudellisuuteen tai luotettavuuteen. Validiteetin lajeja on monia, mutta lähinnä Taylorkin tarkoittaa validiteetin tarkastelulla sen pohtimista, onko tutkimuksessa tutkittu sitä, mitä oli tarkoitus tutkia.

Lopulta reliabiliteetti ja validiteetti tulevat yhteen kolmanneksi kriteeriksi, joka on Taylorin mukaan toistettavuus (replicability). Tällä Taylor tarkoittaa keinoa arvioida tutkimusta kokonaisuutena. Tällöin tarkastellaan sitä, voitaisiinko tutkimus toistaa ja tulevaisuudessa toteutetun tutkimuksen avulla saada samanlaisia tuloksia. Tämä edellyttää paitsi sitä, että edeltävä tutkimus on tehty oikein ja tarkasti, myös sitä, että sen vaiheet on raportoitu täydellisesti tutkimusraportissa. Tällaisenaan nämä kriteerit

soveltuvat ainoastaan positivistisen tieteenihanteen mukaisen tutkimuksen arviointiin. Laadullisen tutkimuksen tulkinnat ovat subjektiivisia eivätkä sellaisenaan toistettavissa, ja tutkimusta arvioitaessa kyse on pikemminkin tulkintojen uskottavuuden arvioimisesta.

Tutkimusta voidaan pitää luotettavana ja pätevänä, jos tutkimusta tehtäessä on varmistuttu tutkimuksen raportoinnin seurattavuudesta, dokumentoinnin pätevyydestä ja käsitteiden johdonmukaisuudesta ja selkeydestä. Tutkijan on avattava lukijalleen sekä ratkaisunsa että oma positionsa suhteessa aineistoon. Myös tutkimustuloksia sekä tutkimusongelman, menetelmien ja teorioiden yhteensopivuutta on arvioitava kriittisesti. (Valtonen 1998, 105.) Myös yksityiskohtien kunnioittaminen, erilaisten esimerkkien ottaminen mukaan analyysiin sekä raportoinnin tarkkuus lisäävät tutkimuksen luotettavuutta. Aineistojen valintaan, keruuseen ja analysointiin liittyvät valinnat on tehtävä systemaattisesti ja ne on pystyttävä perustelemaan. Tulkinta on muistettava aina ottaa huomioon: millekään aineiston osalle annetut tulkinnat eivät ole pyhiä vaan voivat myös muuttua analyysin edetessä. Tutkijan itsekriittisyys on olennainen osa tutkimuksen luotettavuutta. (Vrt. Taylor 2001, 320–321.)

Etenkin määrällisissä lähestymistavoissa tutkimuksen yleistettävyys on nähty tärkeänä tutkimuksen kriteerinä. Laadullisilta tutkimuksilta ei voida vaatia samanlaista yleistettävyyttä. Esimerkiksi Alasuutari toteaa (1994, 203, 210), että tärkeämpää kuin yleistäminen on "paikallinen selittäminen". Laadullisen tutkimuksen kriteeriksi hän asettaisi "suhteuttamisen": tuloksia tulee voida tarkastella suhteessa isompiin kokonaisuuksiin paikallisen selittämisen pohjalta syntyneitä tuloksia tarkasteltaessa ja johtopäätöksiä tehtäessä. (Alasuutari 1994, 221–223).

Taylorin (2001, 320) mukaan diskursiivisen tutkimuksen arviointikriteerit voidaan jakaa kahtia: yhtäältä yleisiin akateemisen tutkimuksen tekemisen periaatteisiin ja toisaalta erityisiin diskurssianalyyttisen tutkimuksen kriteereihin. Diskurssianalyyttiseen tutkimukseen erityisesti liittyviä kriteerejä ovat Taylorin mukaan ensinnäkin tutkimuksen identifioiminen suhteessa aiempaan tutkimukseen. Tutkimuksen tulosten täytyy myös aina nojata argumenttien vaikuttavuuteen eikä siis esimerkiksi

emotionaalisiin vaikutuksiin. Myös diskurssianalyyttisen tutkimuksen tulee olla systemaattista ja perustua järjestelmälliseen analyysiin. Valtonen viittaa Peräkylään (1995, 48), jonka mukaan diskursiiviseen tulkintaan perustuvan tutkimuksen kriteerinä voisi olla "mahdollinen yleistettävyys": kun tutkija on selvittänyt jonkin diskursiivisen käytännön rakentumista jossain erityisessä ympäristössä, tutkija voi väittää, että sama malli voisi olla mahdollinen myös muissa ympäristöissä (Valtonen 1998, 106).

Diskurssianalyysia tekevän tutkijan on arvioitava myös tutkimustuloksia kriittisesti: tutkimusongelman ja menetelmien sekä teorioiden yhteensopivuus on olennainen tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttava tekijä. Tulkitsevan tutkimuslähestymistavan rajoitukset on aina pidettävä mielessä ja muistettava, että tämänkin tutkimuksen tulkinnat pohjaavat vain yhteen tutkijaluentaan. Näin ollen esimerkiksi arjessa, aamukahvin ja sanomalehden parissa, syntyvät tulkinnat voivat olla hyvinkin erilaisia. (Ks. esim. Pietilä 1995a, 16). Tutkimuksen kriteerejä on tarkasteltava joustavasti ja otettava huomioon tilanteen vaikutukset, sillä diskursiivinen tutkimus on aina refleksiivistä ja nojaa tutkijan tulkintoihin. (Vrt. Taylor 2001, 319.) Otan tämän huomioon johtopäätöksiä tehdessäni ja tiedostan tulkitsevan tutkijaluennan rajoitukset.

Tämän tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti sisältyvät metodiin: valittujen analyysimetodien voidaan olettaa tuottavan luotettavaa ja pätevää tietoa tutkimuksen kohteena olleesta ilmiöstä, Joensuun taudin käsittelystä kolmessa valtakunnallisessa sanomalehdessä. Lisäksi reliabiliteetti (luotettavuus, ei-sattumanvaraisuus) ja validiteetti (pätevyys) on pyritty varmistamaan valitsemalla tarkastelun kohteeksi tutkimuskysymysten kannalta merkityksellisiä muuttujia ja käyttämällä aineistoa luokiteltaessa tarkkoja kriteereitä systemaattisesti. Laadullisen analyysin reliabiliteetti ja validiteetti on pyritty varmistamaan käyttämällä validoituja diskurssianalyyttisia tutkimusmenetelmiä. Taylor (2001, 322) kirjoittaa vielä, että yksi hyvä keino lisätä tutkimuksen luotettavuutta on menetelmä- ja aineistotriangulaatio. Tällä hän tarkoittaa useampien kuin yhden menetelmän käyttöä ja erilaisten aineistojen hyödyntämistä ilmiön selvittämisessä. Triangulaatio lisää tämänkin tutkimuksen luotettavuutta, samoin kuin se, että analysoitavat tekstit olivat valmiita eivätkä vaatineet transkriptiota.

Operationaalistamisen validius sisältyy itse tutkimusasetelmaan: tutkimuskohteena on lehtiaineiston määrä ja laatu itsessään. Validiteetti ei olekaan ongelma sellaisissa tutkimuksissa, joissa pyritään saamaan tietoa dokumenttien sisällöstä sellaisenaan (vrt. Pietilä 1976, 260). Pyrin tekemään myös aineistojen valintaan, keruuseen ja analysointiin liittyvät valinnat systemaattisesti ja perustelemaan ne.

On pohdittava myös, miten hyvin ja kattavasti valitut kolme lehteä (Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat ja Iltalehti) kuvaavat Joensuun saamaa valtakunnallista julkisuutta. Onko niiden lähiluvun perusteella mahdollista sanoa jotain yleistä Joensuun taudin puhkeamisen ja jälkitaudin ajan medialogiikasta? Toinen tärkeä kysymys on, miten hyvin kahdelle henkilölle tehdyt haastattelut kuvaavat sitä, kuinka organisaatiossa todella on toimittu. Lehtiaineisto on määrälliseen analyysiin yleensä kuuluviin kriteereihin nähden melko pieni, ja haastatteluaineistokin suppea, mutta tämän tutkimuksen kysymyksenasetteluihin nähden niitä voidaan pitää riittävinä.

Kantola (1998, 146) toteaa osuvasti, ettei hän usko koskaan kahden tutkijan voivan toistaa tismalleen samaa tutkimusprosessia ja tehdä sen pohjalta täysin samoja tulkintoja. Kantola ei näekään tätä tieteen tarkoituksena. Keskeisempää kuin toistettavuus on argumentoinnin uskottavuus ja tekstin läpinäkyvyys. Lukijan on pystyttävä näkemään, mitä tutkija on tehnyt ja miten hän on johtopäätöksiinsä päätynyt. Pyrin varmistamaan tutkimukseni läpinäkyvyyden raportoimalla tarkasti käyttämäni menetelmät ja tiet, joiden kautta olen tulkintoihini päätynyt muun muassa esittelemällä lukijalle, millä perusteella olen nimennyt jonkin aineistossa ilmenevän puhetavan esimerkiksi "sotakieleen kuuluvaksi". Luin, teemoittelin ja koodasin aineiston tarkkojen periaatteiden mukaan, ja esittelen periaatteet sekä tutkimusraportissa että raportin liitteessä yksityiskohtaisesti.

Taylor (2001, 323) kirjoittaa vielä, että tutkijan on tarkasteltava tutkimustaan myös sen suhteen, kuinka relevantti ja kuinka hyvin hyödynnettävissä se on. Onko tutkimuksella yleisempää merkitystä jonkin yhteiskunnallisen kysymyksen ratkaisemisessa? Osallistuuko se jostain tärkeästä ilmiöstä käytyyn keskusteluun? Tämä tutkimus osallistuu paitsi kuntien viestinnästä, maineesta ja imagoista käytyyn keskusteluun

myös rasismipuheeseen ja niin Joensuun kuin monien muiden kaupunkien sosiaalisten ongelmien pohdintaan. Näin tutkimus tuo uusia näkökulmia kuntien viestinnän tutkimukseen ja nostaa samalla esiin muitakin tärkeitä keskustelunarvoisia teemoja.

13 Lopuksi

Tutkimukseni on pyrkinyt selvittämään "Joensuun taudin" medialogiikkaa. Keskeisimmät tutkimukselle asettamani kysymykset (ks. s. 8–9) saivat valitsemieni tutkimusmetodien avulla vastauksensa, ja mielestäni tutkimukseni tärkein johtopäätös on, että vaikka median täydellinen hallinta onkin organisaatiolle mahdotonta, myös sen tiedotus- ja toimintapolitiikalla (siis viestinnällä) on merkitystä syntyvään julkisuuteen. Kriisitilanteissa mediasuhteiden hallinta on olennaisen tärkeää, sillä tiedotusvälineiden välttely ja kieltäytyminen kommenteista harvoin pelastaa kielteiseltä mediajulkisuudelta. On kuitenkin tärkeä muistaa, että pahempaa kuin maineen menetys on se inhimillinen kärsimys, jota rasismin uhrit ovat joutuneet kokemaan. Näin ollen se, mitä sanotaan tehtävän, on vähemmän tärkeää kuin se, mitä oikeasti tehdään. "Oikeanlainen toiminta" johtaa myös parempaan maineeseen.

Kuitenkin ajatus "meillä ei tiedoteta, meillä toimitaan" on mielikuvayhteiskunnassa kestämätön. Kasvava tietotulva ja visuaalisen informaation paljous nostavat mielikuvat yhä tärkeämpään asemaan yhteiskunnassa. Vaikka pitäisimme mielikuvamarkkinointia eettisesti arveluttavana ja vaatisimme rationaalista päätöksentekoa spontaanin mielikuva-ajattelun tilalle, päätöksenteko tapahtuu jo hyvin usein mielikuvien perusteella. Myös julkisyhteisöjen on opittava ottamaan mielikuvat huomioon tulevaisuutensa suunnittelussa (Lehtonen 1990, 19). Tämän tutkimuksen perusteella voidaan myös todeta, että kriisitilanteessa media raportoi aiheesta lähes aina joka tapauksessa – halusi organisaatio sitä tai ei – ja hankkii lähteensä joko yhteistyössä organisaation edustajien kanssa tai omatoimisesti.

Kuten Alasuutari (1994) kirjoittaa, tutkimusprosessin loppu on aina uuden tutkimusprosessin alku. Tämäkin tutkimus on herättänyt lukuisia jatko-tutkimuskysymyksiä ja -ideoita. Esimerkiksi diskurssianalyyttiset tekstien tuottamiseen

ja tulkintaan liittyvät kartoitukset olisivat luonnollinen jatko tälle tutkimukselle: näin päästäisiin myös tekstien tuotantoon ja vastaanottoon liittyvien kysymysten äärelle. Tutkimusasetelmaa voisi laajentaa lehdistön lisäksi myös muuhun mediajulkisuuteen, kuten televisio- ja radio-ohjelmien analyysiin. Pidetäänhän televisiota usein joukkoviestintävälineiden kentällä tärkeimpänä "mielikuvavälineenä". Tarkastelua voisi laajentaa myös kaupunkien mediaimagoiden yleisemmän tason tutkimiseen. Tutkimuksen haastatteluissa esiin nousseet kaupungin johdon ajatukset Joensuun kokoisen kaupungin voimattomuudesta pääkaupunkiseudun median edessä herättivät kysymyksen siitä, millaiset mahdollisuudet pääkaupunkiseudun näkökulmasta syrjässä sijaitsevalla kunnalla ylipäänsä on vaikuttaa siitä valtakunnallisessa mediassa esitettyihin kuviin. Myös esimerkiksi se, miten valtakunnallinen lehdistö on synnyttänyt tai ainakin vahvistanut kuvaa niin huumeongelmaisesta Turusta, rasistisesta Vantaasta, lipeänhajuisesta Lievestuoreesta tai vaihtoehtoisesti esimerkiksi menestyvästä Oulusta tai iloisesta Tampereesta, olisi oman tutkimuksensa arvoinen kysymys.

Kirjallisuus

Adorno, T.W. 1991. The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture. London: Routledge.

Aikakauslehtien Liitto. 2003. Aikakauslehtien juttutyypit. Saatavilla www-muodossa: >URL: www.aikakaus.fi./al_koulussa/onnen_eramaa2002/juttutyypit.htm>. 25.2.2003.

Alasuutari, P. 1994. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Altheide, D. L. & Michalowski, S. R. 1999. Fear in the News: A Discourse of Control. The Sociological Quarterly 40 (3). 276–503.

Altheide, D. L. & Snow, R. P. 1991. Media Worlds in the Postjournalism Era. New York: Aldine de Gruyter.

Aula, P. 1999. Organisaation kaaos vai kaaoksen organisaatio? Dynaamisen organisaatioviestinnän teoria. Helsinki: Loki-kirjat.

Aula, P. 2001. Organisaation @-olosuhteet – viestinnän uusi pelikenttä. Esitelmä Yhteisöviestinnän tutkimuksen päivillä Jyväskylässä 13.1.2001. Saatavilla www-muodossa: >URL: viesti.jyu.fi/tutkimus/tiivistelmat.html>. 15.1.2003.

Baudrillard, J. 1983. Simulations. New York: Semiotext.

Berger, & Luckmann, T. 1972. The Social Construction of Reality: a treatise in the sociology of knowledge. Harmondsworth: Penguin.

Bird, E. S. & Dardenne, R. W. 1988. Myth, Chronicle and Story: Exploring the Narrative Qualities of News. Teoksessa Carey, J. E. (ed.) Media, Myths and Narratives. Television and the Press. Newbury Park, CA: Sage. 67–86.

Black, S. 1993. The Essentials of Public Relations. London: Kogan Page.

Blo-Cooper, L. 1991. Hidden agendas and moral messages: social workers and the press. Teoksessa Franklin, B. & Parton, N. (eds.) Social work, the media and public relations. London: Routledge. 129–137.

Blom, V. 1998. Onko mainoksella merkitystä? Mainosten tulkinta Roland Barthesin koodiston avulla. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 200–228.

Brunnberg, E. 2001. Media och socialt arbete. En explorativ studie av mediarapporteringen som påverkansfaktor inom socialtjänsten i Sverige och England. Nordicom – Information. Medie- och kommunikationsforskning i Norden. 23 (2), 31–44.

Carey, J. W. 1986. Why and How? The Dark Continent of American Journalism. Teoksessa Manoff, R. K. & Schudson, M. (eds.) Reading the News. A pantheon guide to popular culture. New York: Pantheon Books. 146–196.

Carey, J. W. 1995. The Press, Public Opinion, and Public Discourse. Teoksessa Glasser, T. L & Salmon, C. T. (eds.) Public Opinion and the Communication of Consent. New York: The Guilford Press. 373–402.

Coombs, W. T. 1998. An analytic framework for crisis situations: Better responses from a better understanding of the situation. Journal of Public Relations Research 3(10), 177–192.

Coombs, W. T. & Holladay, S. J. 2001. An Extended Examination of the Crisis Situations: A Fusion of the Relational Management and Symbolic Approaches. Journal of Public Relations Research 13 (4). 265–302.

Coombs, W. T. & Schmidt, L. 2000. An Empirical Analysis of Image Restoration: Texaco's Racism Crisis. Journal of Public Relations Research 12(2), 163–178.

Dunn, J. 1988. Successful Public Relations. The insider's way to get successful media coverage. London: Longman.

Eskola, J. 1991. Kasvatustieteellinen "todellisuus" ja diskursiiviset tulkinnat. Suomen kasvatustieteellinen aikakauskirja Kasvatus 22, 5–6, 420–427.
Fairclough, N. 1997. Miten media puhuu. Tampere: Vastapaino.
Fearn-Banks, K. 1996. Crisis Communications: A Casebook Approach. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
Fiske, J. 1994. Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
Foucault, M. 1980. Power/knowledge: selected interviews and other writings 1972–1977. Brighton: Harvester.
Fombrun, C. J. 1996. Reputation: realizing value from the corporate image. Boston, MA: Harvard Business School Press.
Franklin, B. & Parton, N. 1991. Media reporting on social work: a framework for analysis. Teoksessa Franklin, B. & Parton, N. (eds.) Social work, the media and public relations. London: Routledge. 7–54.
Fry, A. 1991. Reporting social work: a view from the newsroom. Teoksessa Franklin, B. & Parton, N. (eds.) Social work, the media and public relations. London: Routledge. 63–75.
Goldhaber, G. M. 1993. Organizational Communication. Madison, WI: Brown & Benchmark.
Golding, P. 2000. Assessing Media Content: Why, How and What We Learnt in a British Media Content Study. Teoksessa Picard, R. G. (ed.) Measuring Media Content, Quality and Diversity. Approaches and Issues in Content Research. Turku: Turku School of Economics and Business Administration.
Grunig, J. E. 1989. Symmetrical Presuppositions as a Framework for Public Relations Theory. Teoksessa Botan, C.H. & Hazleton, V. Jr. (eds.) Public Relations Theory. Hillsdale (NJ): Lawrence Erlbaum Associates, 17–43.
Grunig, J. E. 2001. Two-way symmetrical public relations: Past, present and future. Teoksessa Heath, R. L. (ed.) Handbook of public relations. Thousand Oaks, CA: Sage. 11–30.
Habermas, J. 1977. Theory and Practice. Translated by John Viertel. London: Heinemann.
Haikonen, A. & Kivistö, R. & Varpasuo, P. 1977. Kunnallinen tiedottaminen. Helsinki: Suomen kunnallisliitto.
Hakala, S. 2000a. Julkisen organisaation olosuhteet. Tietoa, valta ja yhteisyyttä. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat. 79–108.
Hakala, S. 2000b. Markkinointia vai avoimuutta? Valtionhallinnon viestinnän strategiset pulmat. Valtioneuvoston kanslian raportteja 2000/10. Saatavilla www-muodossa: >URL: www.vn.fi/vnk/index.htm>. 28.10.2002.
Hallin, D. C. 1986. Where? Cartography, Community, and the Gold War. Teoksessa Manoff, R. K. & Schudson, M. (eds.) Reading the News. A pantheon guide to popular culture. New York: Pantheon Books. 109–145.
Hardt, H. 1979. Social Theories of the Press. Early German & American Perspectives. Beverly Hills, CA: Sage.
Harinen, P., Heikkilä, S. & Hyvönen, S. 2001. Mustaa valkoisella. Joensuun skinit ja paikallinen julkinen sana. Teoksessa Puuronen, V. (toim.) Valkoisen vallan lähettiläät. Rasismin arki ja arjen rasismi. Tampere: Vastapaino. 135–172.
Harinen, P., Keskisalo, A-M. & Perho, S. 2001. EXIT. Kohti uutta arkea? Teoksessa Puuronen, V. (toim.) Valkoisen vallan lähettiläät. Rasismin arki ja arjen rasismi. Tampere: Vastapaino. 209–232.
Haverinen, V. 1999. Matkailu on viestinnällä luotujen mielikuvien toteuttamista. Casetutkimus matkailukohteiden profiloinnista. Teoksessa Lehtonen, J. (toim.) Yrityskuvia. Kolme yhteisöviestinnän tutkimusta yhteisökuvan, palvelun laadun, markkinoinnin ja strategiavalintojen yhteyksistä. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto. 9–65.
Hedman, L. 1981. International Information in Daily Newspapers. Teoksessa Rosengren, K. E. Advances in Content Analysis. Beverly Hills, California: Sage. 197–214.

Heinonen, A. 1996. Ihanteet ja arki – journalistien itsekritiikki. Teoksessa Luostarinen, H., Kivikuru, U. & Ukkola, M. (toim.) Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulmia. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 87–104.

Hellsten, I. 1998. Monistettu Dolly: johdatusta metafora-analyysiin. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 64–92.

Hemanus, P. 1990. Johdatusta tiedotusoppiin. Osa 2: Journalistiikan perusteet. Helsinki: Yliopistopaino.

Hilden, T. 2001. Rähinöitä, rötöstelyä ja rasismia. Skinirikollisuus Joensuussa ja lähiympäristössä vuosina 1995 – 1998. Teoksessa Puuronen, V. (toim.) Valkoisen vallan lähettiläät. Rasismin arki ja arjen rasismi. Tampere: Vastapaino. 47–76.

Huang, Y.-H. 2001. Values of Public Relations: Effects on Organization-Public Relationships Mediating Conflict resolution. Journal of Public Relations Research 13 (4). 265–302.

Huovila, T. 1997. Toimittaja - vastuussa oleellisesta muutoksessa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Hynynen, E.-L. 1999. Joensuu ei suostu pelon ja väkivallan maisemaksi. Kuntalehti 19, 22–23.

Häkkinen, N. 1999. Rasismikirjoittelun suomalaisuuskuvat. Sosiologian sivulaudatur –tutkielma. Joensuun yliopisto: sosiologian laitos. Julkaisematon.

Ikävalko, E. 1996a. Teoksessa Ikävalko, E. & Uimonen, R. Mielikuvien maailma. Helsinki: Infor-viestintä.

Ikävalko, E. 1996b. Ylivoimapeli mediassa. Julkisuusmekanismit ja julkisuuden hallinta. Helsinki: Infor-viestintä.

Ikävalko E. & Uimonen, R. 1996. Teoksessa Ikävalko, E. & Uimonen, R. Mielikuvien maailma. Helsinki: Infor-viestintä.

Jaakkola, M. 1995. Suomalaisten kiristyvät ulkomaalaisasenteet. Helsinki: Työministeriö.

Jensen, I. 2001. Public relations and emerging functions of the public sphere: An analytical framework. Journal of Communication Management 6 (2). 133–147.

Joensuu nostaa imagonsa korkealle. Artikkeli kaupunkilehti Karjalan Heilissä maaliskuussa 2002.

Jokinen, A. & Juhila, K. 1999. Diskurssianalyyttisen tutkimuksen kartta. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino. 54–97.

Kantola, A. 1996. Tri Otsoni ja Mr Kasvihuone. Mediapaniikkeja modernin kauhun rajoilta. Teoksessa Luostarinen, H., Kivikuru, U. & Ukkola, M. 1996. (toim.) Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulmia. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 157–176.

Kantola, A. 1998. Tärkeintä on olla aito: poliittisten uutisten dramaturgia. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 122–148.

Karvonen, E. 1997. Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysia, kritiikkiä. Tampere: Tampereen yliopisto.

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Helsinki: Gaudeamus.

Karvonen, E. 2000. Imagon rakennusta vai maineenhallintaa? Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat. 51–75.

Kellner, D. 1995. Media Culture. Cultural Studies, identity and politics between the modern and the postmodern. London and New York: Routledge.

Kestävän kaupunkikehityksen arviointiryhmä 2002. Kestävän kaupunkikehityksen vertaisarviointi (Pre-Sud). Käynti Tampereella 04.–07.07.2002. Tiivistelmä: Vahvuudet ja suositukset. Saatavilla www-muodossa:
>URL: www.tampere.fi/ytoteto/yva/tehtava/ymppol/trekeke.pdf>. 25.2.2003

Kim, J. & Kim. Y. 2001. Issues evaluation: the case of Microsoft. Corporate Communications: An International Journal 6 (2). 76–81.

Kivikoski, J. 2001. Tuloksia StiL:n ja JAT:n jäsentutkimuksesta. Miten tiedottajan työnkuva on muuttunut? Esitelmä Yhteisöviestinnän tutkimuksen päivillä Jyväskylässä 13.1.2001. Saatavilla www-muodossa: >URL: viesti.jyu.fi/tutkimus/tiivistelmat.html>. 28.10.2002.

Klemola, P. 1981. Helsingin Sanomat. Sananvapauden monopoli. Helsinki: Otava.

Koistinen, M. 1998. Pelkkää taloutta. Retoriikka journalismi tutkimuksessa. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 40–63.

Koski, L. 1993. Tieteen tahtomana, yliopiston tekemänä. Yliopiston sisäiset symboliset järjestykset. Joensuu: Joensuun yliopisto.

Kunelius, R. 1998. Viestinnän vallassa: johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. Porvoo: WSOY.

Kuntoutussäätiö 2001. Maahanmuutto ja etniset asenteet –tutkimuksen esittely. Saatavilla www-muodossa:
>URL: www.kuntoututussaatio.fi/tutkimustoiminta/tutkimus01_c.html>. 25.2.2003.

Kuutti, H. 1998. Tärkeä ja torjuttu tutkiva journalismi. Teoksessa Perko, T. & Salokangas, R. (toim.) Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena. 107– 126.

Lahti, P. & Heinonen, S. & Huhdanmäki, A. & Martamo, R. & Norvasuo, M. 1996. Fyysinen ympäristö kunnan menestystekijänä. Espoo: Valtion teknillinen tutkimuskeskus.

Lehtonen, J. 1989. Imago tärkeä myös kunnalle. Yrittäjäpolitiikka 4, 24-26.

Lehtonen, J. 1990. Julkisyhteisöt kohti mielikuvayhteiskuntaa. Hallinto 5, 17–19.

Lehtonen, J. 1991. Kaupunkikuvat, niiden merkitys ja niiden muuttaminen. Raportti Kokkolan kaupunkikuvan kehittämisohjelmasta. Kokkola: Kokkolan kaupunki.

Lehtonen, J. 1998. Yhteisöt ja julkisuus. Mainonnasta yhteiskunnalliseen keskusteluun. Teoksessa Kivikuru, U. & Kunelius, R. (toim.) Viestinnän jäljillä. Juva: WSOY, 119–142.

Lehtonen, J. 1999a. Kriisiviestintä. Vaasa: Mainostajien Liitto.

Lehtonen, J. 1999b. Kriisi, viestintä ja sosiaalinen pääoma. Hallinto 3, 20–22.

Lehtonen J. 2000. Toimiva viestintä. Yrityksen aineetonta pääomaa. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat. 187–209.

Lehtonen, J. 2002. Konsumenterna, media och företagens etiska ansvar. Teoksessa Lehtonen, J. Samspel och kommunikation. Jyväskylä: Jyväskylä universitet. 31–44.

Lund, A. B. 2001. The Genealogy of News. Researching Journalistic Food-Chains. Nordicom – Information. Medie- och kommunikationsforskning i Norden. 23 (2), 15–20.

Luostarinen, H. 1994. Mielen kersantit: julkisuuden hallinta ja journalistiset vastastrategiat sotilaallisissa konflikteissa. Helsinki: Hanki ja jää.

Löblich, E. 2001. Ossis ins rechte Licht. PRMAGAZIN. Das Magazin der Kommunikationsbranche. 32 (7), 20–23.

Löyttyniemi, P. & Luoto, R.& Nyberg, M. 1991. Espoo - mahdollisuuksien kaupunki. Espoon kaupungin profilointiprojektin loppuraportti. Espoo: Espoon kaupungin viestintäyksikkö.

Manoff, R. K. & Schudson, R. 1986. Reading the News. Teoksessa Manoff, R. K. & Schudson, M. (eds.) Reading the News. A pantheon guide to popular culture. New York: Pantheon Books. 3–8.

McQuail, D. 1992. Media Performance. Mass Communication and the Public Interest. London: Sage.

Moring, I. 1998. Tee se itse –teoria. Grounded theory mediatutkijan työkaluna. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 229–258.

Moring, I. 2000. Kotimaani ompi... Kotimaa, suomalaisuus ja alueelliset hierarkiat. Teoksessa Noppari, E. & Torkkola, S. (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2000. Tampere: Tiedotusopillinen yhdistys. 156–167.

Mörä, T. 1996. Journalistit rutiinien verkossa. Teoksessa Luostarinen, H., Kivikuru, U. & Ukkola, M. (toim.) Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulmia. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 105–116.

Nieminen, H. 2000. Julkisyhteisön viestintä. Kohti kansalaisnäkökulmaa. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat. 109–130.

Noelle-Neumann, E. 1995. Public Opinion and rationality. Teoksessa Glasser, T. L & Salmon, C. T. (eds.) Public Opinion and the Communication of Consent. New York: The Guilford Press. 33–54.

Nordenstreng, K. 1995. Median tehtävät yhteiskunnassa. Teoksessa Sana, E. (toim.) Tieto-opista mediapeliin – journalismin tutkimuksen näkökulmia. Juva: WSOY. 47–70.

Nylund, M. 2001. Moraliska utspel i medier. En presentation av ett forskningsprojekt. Nordicom – Information. Medie- och kommunikationsforskning i Norden. 23 (2), 93–98.

Niskala, M & Näsi, S. 1995. Stakeholder theory as a framework for accounting. Teoksessa Näsi, J (toim.) Understanding Stakeholder Thinking. Helsinki: LSR-julkaisut. 119–135.

Näsi, J. 1995. What is stakeholder thinking? Teoksessa Näsi, J (toim.) Understanding Stakeholder Thinking. Helsinki: LSR-julkaisut. 19–32.

Olien, C. N., Donohue, G. A. & Tichenor, P. J. 1995. Conflict, Consensus and Public Opinion. Teoksessa Glasser, T. L & Salmon, C. T. (eds.) Public Opinion and the Communication of Consent. New York: The Guilford Press. 301–322..

Paananen, S. 2001. Koko kaupunki etsii syyllistä. Joensuu huolestui maineestaan kun skinheadit alkoivat hyökkäillä ulkomaalaisten kimppuun. Kirja-arvio teoksesta Puuronen, V. (toim.) 2001. Valkoisen vallan lähettiläät. Helsingin Sanomat 22.9.2001.

Peltola, S. 1999. Täydennyskoulutuskeskuksen yhteisökuva ja palvelun laatu. Teoksessa Lehtonen, J. (toim.) Yrityskuvia. Kolme yhteisöviestinnän tutkimusta yhteisökuvan, palvelun laadun ja strategiavalintojen välisistä yhteyksistä. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. 67–124.

Perho, S. 2001. "Se on silleen aika jännä, aika hyvä aate". Matkalla kohti skiniyttä? Teoksessa Puuronen, V. (toim.) Valkoisen vallan lähettiläät. Rasismin arki ja arjen rasismi. Tampere: Vastapaino. 103–134.

Perko, T. 1998. Media on nykypäivän kirkko ja raamattu? Teoksessa Perko, T. & Salokangas, R. (toim.) Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena. 9–38.

Picard, R. G. 2001. Relations among Media Economics, Content and Diversity. Nordicom – Information. Medie- och kommunikationsforskning i Norden. 23 (2), 87–92.

Pietikäinen, S. 2000. Discourses of differentation: ethnic representations in newspaper texts. Jyväskylä Studies in Communication. Jyväskylä: University of Jyväskylä.

Pietilä, V. 1976. Sisällön erittely. Helsinki: Gaudeamus.

Pietilä, V. 1995a. TV-uutisista hyvää iltaa. Tampere: Vastapaino.

Pietilä, V. 1995b. Kertomuksia uutisista. Uutisia kertomuksista. Kirjoituksia kolmelta vuosikymmeneltä. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja, sarja A 86/1995. Tampere: Tampereen yliopisto.

Pietilä, K. & Sondermann, K. 1994. Sanomalehden yhteiskunta. Tampere: Vastapaino.

Price, V. & Oshagan, H. 1995. Social - Psychological perspectives on Public Opinion. Teoksessa Glasser, T. L & Salmon, C. T. (eds.) Public Opinion and the Communication of Consent. New York: The Guilford Press. 177–216.

Puuronen, V. 2001. Skinit maailmalla ja Joensuussa. Teoksessa Puuronen, V. (toim.) Valkoisen vallan lähettiläät. Rasismin arki ja arjen rasismi. Tampere: Vastapaino. 11–32.

Raittila, P. 2000. Rasismi ja etnisyys Suomen sanomalehdissä syksyllä 1999. Tampere: Tampereen yliopisto.

Reese, S. D. 1991. Setting the Media's Agenda: A Power Balance Perspective. Teoksessa Anderson, J. A. (ed.) Communication Yearbook/14. London: Sage.

Riessman, C. K. 1993. Narrative Analysis. Newbury Park, CA: SAGE.

Robinson, G. J. 1995. Making News and Manufacturing Consent: The Journalistic narrative and Its Audience. Teoksessa Glasser, T. L & Salmon, C. T. (eds.) Public Opinion and the Communication of Consent. New York: The Guilford Press. 348–371.

Romano, C. 1986. What? The Grisly Truth about Bare Facts. Teoksessa Manoff, R. K. & Schudson, M. (eds.) Reading the News. A pantheon guide to popular culture. New York: Pantheon Books. 38–78.

Räihälä, L. 1984. Kunnallinen tiedotustoiminta. Teoksessa Pietilä, J. (toim.) Tiedottaja, Tiedotus, Toimittaja. Helsinki: Gaudeamus. 89–101.

Saastamoinen, M-L. 2002. Viestintäpäällikkö haluaa paikata Joensuun imagoa. Karjalainen 8.3.2002.

Schoenbach, K. & Becker, L. B. 1995. Origins and Consequences of Mediated Public Opinion. Teoksessa Glasser, T. L & Salmon, C. T. (eds.) Public Opinion and the Communication of Consent. New York: The Guilford Press. 323–347.

Sepstrup, P. 1981. Methodological Developments in Content Analysis? Teoksessa Rosengren, K. E. Advances in Content Analysis. Beverly Hills, CA: Sage. 133–158.

Sigal, L. V. 1986. Who? Sources Make the News. Teoksessa Manoff, R. K. & Schudson, M. (eds.) Reading the News. A pantheon guide to popular culture. New York: Pantheon Books. 9–37.

Silverman, D. 1993. Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk, Text and Interaction. London: Sage.

Stone, N. 1993. The Management and Practice of Public Relations. Basingstoke: MacMillan.

Ströh, U. & Jaatinen, M. 2001. New approaches to communication management from transformation and change in organisations. Journal of Communication Management 6 (2). 148–165.

Suhonen, P. 1994. Mediat, me ja ympäristö. Helsinki: Hanki ja jää.

Suomen Kuntaliitto. 2001. Kunnan viestintä. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

Suuri tietosanakirja. 2001. Helsinki: WSOY.

Talli, R. 2002. Lehtien lukijamäärät kasvussa. Suomalainen seuraa kolmea sanomalehteä ja kymmentä aikakauslehteä. Helsingin Sanomat 27.2.2002.

Taylor, S. 2001. Evaluating and Applying Discourse Analytic Research. Teoksessa Wetherell, M., Taylor, S & Yates, S. J. Discourse as Data. A Guide for Analysis. London: Sage.

Thúren, T. 1986. Orientering i källkritik. Är det verkligen sant? Solna [Stockholm]: Esselte Studium: Almqvist & Wiksell.

Timonen, I, Kallio, R. & Mörä, T. 1987. Tshernobylin ydinvoimalaonnettomuus lehdistössä. Tampereen yliopisto: tiedotusopin laitos. Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos, julkaisuja 21/1987.

Tuchman, G. 1978. Making news. A study in the Construction of Reality. New York: The Free Press.

Valtonen, S. 1998. Hyvä, paha media. Diskurssianalyysi kriittisen mediatutkimuksen menetelmänä. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 93–121.

Van Dijk, J. 2000. Models of Democracy and Concepts of Communication. Teoksessa Van Dijk, J. & Hacker, K. (eds.) Digital Democracy. London: Sage.

Vehkakoski, V. 2002. Suomen sanomalehdistö viettää synttäreitä. Helsingin Sanomat 14.1.2002.

Virtanen, P. 1999. Kaupungin imago: mikä tekee Pisasta Pisan ja Pariisista Pariisin? Helsinki: Rakennustieto.

Väliverronen, E. 1998. Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 13–39.

Välkevirta, L. 1984. Tiedotustoiminta toimittajan näkökulmasta. Teoksessa Pietilä, J. (toim.) Tiedottaja, Tiedotus, Toimittaja. Helsinki: Gaudeamus. 11–45.

Åberg, L. 1993. Viestintä – tuloksen tekijä. Helsinki: Tietopaketti.

Åberg, L. 1999. Viestinnän strategiat. 2. painos. Juva: WSOY.
Åberg, L. 2000. Viestintä kolmannen sektorin kansalaisyhteisöissä. Teoksessa Aula, P. & Hakala, S. (toim.) Kolmet kasvot. Näkökulmia organisaatioviestintään. Helsinki: Loki-kirjat. 131–153.
Äikäs, T. A. 1997. Imagodiskurssit ja kaupunki - käsitekritiikkiä ja kaupunkisuunnittelun uudet työkalut. Yhteiskuntasuunnittelu 4, 4–16.
Äikäs, T. A. 1996. Kaupunki-imagon tulkintaa: Kulttuurimaantiedettä, sosiosemiotiikkaa ja teknologiaa. Yhteiskuntasuunnittelu 1, 3–14.

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset vuonna 1995 Joensuun keskushallinnon tiedottamisesta vastanneille henkilöille

1. Tuliko valtakunnallinen julkisuus marraskuussa 1995 Darryl Parkerin kotiin palaamisen yhteydessä Joensuun kaupungin organisaatiolle yllätyksenä?
2. Miten tulkitsitte/ymmärsitte tämän vuonna 1995 Joensuuta kohdanneen julkisuuden?
3. Oliko tällaisen julkisuuden mahdollisuuteen varauduttu? Jos oli, niin miten?
4. Oliko merkkejä tällaisen julkisuuden syntymisen mahdollisuudesta havaittavissa ennen ensimmäisiä uutisia 8.11.1995? Jos oli, millaisia? Miten niihin suhtauduttiin Joensuun kaupungin organisaation sisällä?
5. Ottivatko valtakunnan median (Helsingin Sanomat, Iltalehti., Ilta-Sanomat) edustajat yhteyttä Joensuun kaupungin päättäjiin tai virkamiehiin ensimmäisten uutisten yhteydessä esimerkiksi haastattelupyyntöjen tai vastaavien muodossa? Jos ottivat, niin kehen? Mitkä välineet ottivat ja millä tavoin? Jos saitte haastattelupyyntöjä, vastasitteko niihin?
6. Miten kuvailisitte Joensuun kaupungin ja valtakunnan median (Helsingin Sanomat, Iltalehti ja Ilta-Sanomat) välisiä suhteita "skinijulkisuuden ensimmäisen aallon" aikana marraskuussa 1995?
7. Tarjositteko itse aktiivisesti materiaalia uutistoimittajille marraskuussa 1995? Järjestettiinkö tiedotustilaisuuksia?
8. Jos Joensuun kaupunki joutuisi marraskuun 1995 kaltaiseen julkisuustilanteeseen nyt, toimisitteko tilanteessa jotenkin toisin kuin vuonna 1995 toimittiin?
9. Oliko Joensuun kaupungin organisaatiolla olemassa vuonna 1995 jonkinlaista paperia/suunnitelmaa/ohjetta tämän tyyppisten julkisuuskriisien hoitoon? Jos oli, niin millaisia? Kenelle ne oli organisaatiossa jaettu? Kenen laatimia ne olivat?
10. Millaisia tapoja/keinoja Joensuun kaupungilla on ympäristön luotaukseen?
11. Millaisia vaikutuksia rasismiteemalla on ollut kaupungin julkisuuskuvaan ja toimintaedellytyksiin?

Liite 2. Haastattelukysymykset vuonna 2001 Joensuun keskushallinnon tiedottamisesta vastanneille henkilöille

1. Miten kuvailisitte Joensuun kaupungin suhteita valtakunnallisen median (Helsingin Sanomat, Iltalehti ja Ilta-Sanomat) kanssa vuosien 1995 ja 2001 välillä?
2. Miten kuvailisitte Joensuun kaupungin tiedotuspolitiikkaa ja käytännön tiedotustoiminnan järjestämistä vuosina 1995 - 2001?
3. Kiinnitettiinkö Joensuun kaupungin organisaatiossa huomiota kaupungin saamaan julkisuuteen elokuussa 2001? Tuliko julkisuus yllätyksenä?
4. Erosiko elokuun 2001 "skinijulkisuus" mielestänne jollain tavalla laadullisesti tai määrällisesti vuoden 1995 uutisoinnista?
5. Ottivatko valtakunnallisen median (Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat ja Iltalehti) toimittajat yhteyttä teihin elokuussa 2001 "skiniuutisoinnin" yhteydessä?
6. Tarjositteko itse aktiivisesti rasismiin ja skinheadeihin liittyvää materiaalia em. lehtien uutistoimittajille elokuussa 2001? Järjestettiinkö tiedotustilaisuuksia?
7. Huomaatteko itse joitain eroja kaupungin tiedotuspolitiikassa tai toiminnassa vuosien 1995 (marraskuu) ja 2001 (elokuu) "skinijulkisuusryöppyjen" välillä? Jos toimintaa muutettiin elokuussa 2001 jollain tavalla vuoden 1995 toiminnasta, niin miten?
8. Oliko Joensuun kaupungin organisaatiolla olemassa vuonna 2001 jonkinlaista paperia/suunnitelmaa/ohjetta tämän tyyppisten julkisuuskriisien hoitoon? Jos oli, niin millaisia? Kenelle ne oli organisaatiossa jaettu? Kenen laatimia ne olivat?
9. Millaisia tapoja/keinoja Joensuun kaupungilla on ympäristön luotaukseen?
10. Millaisia vaikutuksia rasismiteemalla on ollut kaupungin julkisuuskuvaan ja toimintaedellytyksiin?

Liite 3. Sisällönerittelyn koodausperiaatteet

Lehtiaineisto luettiin ensin laadullisesti läpi, minkä jälkeen se saatettiin määrälliseen muotoon koodaamalla laadullisen luennan havainnot SPSS-matriisiin rakennettuihin kategorioihin. Lehtiaineistoa tarkasteltiin aluksi seuraavien taustamuuttujien mukaan.

1. Lehti
   - Helsingin Sanomat
   - Ilta-Sanomat
   - Iltalehti

2. Ilmestymisvuosi
   - 1995
   - 2001

Seuraavaksi aineisto koodattiin luokkiin seuraavien muuttujien mukaan:

3. Juttutyyppi
   - kolumni
   - uutinen
   - reportaasi
   - pääkirjoitus
   - tausta-/kainalojuttu
   - muu (esim. "Muut lehdet" – tai "Lainatut" –palstan kirjoitukset)

4. Lähde
   - asiantuntija (viranomainen, kirkkoherra, urheiluseuran edustaja tmv.)
   - skini
   - uhri
   - toimittajan havainnot tai dokumenteista keräämä tieto
   - muu (useita lähteitä)

5. Jutun pääkohde
   - rasismi yleensä – Joensuu esimerkkinä suomalaisesta rasismista
   - Joensuun rikokset
   - Joensuun poikien aate
   - Parkerin pahoinpitely-yritys
   - Joensuun kaupungin toiminta
   - Joensuun poliisin toiminta
   - Useita kohteita
   - Muu

6. Jutussa kuva Joensuusta tai joensuulaisista
   - kyllä
   - ei

7. Ilmiön lähestyminen ongelmanäkökulmasta ("Joensuun tapahtumat yhteiskunnallinen ongelma")
   - kyllä
   - ei

8. Ilmiön lähestyminen toimintanäkökulmasta ("rasismille on tehtävä jotain")
   - kyllä
   - ei

9. Ilmiön lähestyminen syiden näkökulmasta (ideologian selittäminen, syiden hakeminen)
   - kyllä
   - ei

10. Ilmiön lähestyminen selostavasta näkökulmasta (neutraali tapahtumien kuvailu)
   - kyllä
   - ei

11. Joensuun nimen näkyminen otsikossa
   - kyllä
   - ei

12. Kaupungin näkyminen organisaationa tekstissä
   - tulee esiin
   - ei tule esiin

13. Suhtautuminen kaupungin toimintaan
   - kriittinen
   - hyväksyvä, positiivinen
   - neutraali, kantaa ottamaton
   - ei mainintoja

14. Tarinankerronta
   - uutisen kohteena oleva ilmiö osa suurta tarinaa (kirjoituksessa viitataan eksplisiittisesti aiempiin tapahtumiin ja annetaan ymmärtää, että uutisoinnin kohteena olevassa tapahtumassa on kyse vain pienestä osasta joensuulaista rasismitarinaa)
   - uutisoitava ilmiö muodostaa oman pienen tarinansa (jutussa kerrotaan yksittäistä tarinaa jostain tapahtumasta, kuten Parkerin pahoinpitely-yrityksistä)
   - ei tarinaa

15. Hallitseva metafora
   - sota (viha, väkivalta, aseistus, hyökkäys jne.)
   - tauti
   - puutarhanhoito (kitkeminen, hoitaminen jne.)
   - kiusa
   - muu
   - ei metaforia

16. "Rotuoppipuhe" (esim. maininnat kristalliyöstä, natsismista, arjalaisuudesta ja rotusorrosta)
- kyllä
- ei

17. "Mainepuhe" (puheet Joensuun julkisuuskuvasta, imagosta, maineesta jne.)
- kyllä
- ei

18. Suora vertaaminen Hitlerin ajan Saksaan
- kyllä
- ei

19. "Puolen ottaminen"
- skinit
- uhri (rasismi tuomittavaa ja väärin)
- neutraali suhtautuminen

20. Kieli
- vetoaa tunteisiin (tunnepitoinen kieli, tunteisiin vetoavat ilmaukset, "värikäs" kieli jne.)
- asiakieli (neutraali selostus, tunnepitoisten ilmaisujen välttäminen)
- toisen puheen selostus ("Lainatut" –ja "Muut lehdet" –palstan kirjoitukset: toisten lehtien tekstien referointi)

21. Toimittajan "ääni"
- kuuluu (toimittajan kanta luettavissa joko tekstissä suoraan tai "rivien välistä")
- ei kuulu (toimittaja ei kommentoi eikä ota kantaa ilmiöön)

22. Tyylilaji
- tutkiva (havainnot, "testaamistilanteet" jne.)
- selostava (haastattelut, poliisin dokumenttien selostaminen, muiden kirjoitusten referointi jne.)
- kommentoiva (esim. kolumnit)

Muuttujien 13 – 22 kohdalla tutkijan tulkinnalla on merkittävä vaikutus tuloksiin – esimerkiksi toimittajan "puolen ottaminen", "äänen kuuluminen" tai hänen käyttämänsä kielen "tunteisiin vetoaminen" on usein luettavissa "rivien välistä" ja eri tutkijat päätyvät varmasti tulkinnoissaan erilaisiin tuloksiin. Koodattaessa rikasta aineistoa erillisiin luokkiin kadotetaan aina myös osa aineiston sisällöstä. Esimerkiksi referoiva teksti (jossa toimittaja raportoi jossain toisessa lehdessä olleista kirjoituksista) voi olla paitsi selostava (jollaiseksi se on tässä tutkimuksessa aina koodattu) myös kommentoiva.

Liite 4. Muuttujittain suoritetun määrällisen SPSS-analyysin tuloksia esittelevät taulukot, vuosi 1995

Frequencies

Statistics

		juttutyyppi	lähde	kaupungi rooli	kaupungin toiminta	joensuu otsikossa	puolen ottaminen
N	Valid	32	32	32	32	32	32
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		tarinankerronta	rotuoppipuhe (hitler, rotusorto)	pääkohde	kieli	kuuluuko toimittajan ääni	hallitseva metafora
N	Valid	32	32	32	32	32	32
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		lehti	kaupunki on	kuva	tyylilaji	mainepuhe	ongelmanä kökulma	toimintanä kökulma
N	Valid	32	32	32	32	32	32	32
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		selostusnäkökulma	syynäkökulma	hitler-vertaus
N	Valid	32	32	32
	Missing	0	0	0

Frequency Table

juttutyyppi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kolumni	5	15,6	15,6	15,6
	uutinen	17	53,1	53,1	68,8
	reportaasi	3	9,4	9,4	78,1
	pääkirjoitus	1	3,1	3,1	81,3
	tausta-/kainalojuttu	2	6,3	6,3	87,5
	muu	4	12,5	12,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

lähde

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	viranomainen	12	37,5	37,5	37,5
	skini	1	3,1	3,1	40,6
	uhri	3	9,4	9,4	50,0
	havainnot	12	37,5	37,5	87,5
	muu	4	12,5	12,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

kaupungi rooli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	aktiivinen	8	25,0	25,0	25,0
	passiivinen	24	75,0	75,0	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

kaupungin toiminta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	huono	4	12,5	12,5	12,5
	hyvä	2	6,3	6,3	18,8
	sekä että	1	3,1	3,1	21,9
	ei mainintoja	25	78,1	78,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

joensuu otsikossa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	12	37,5	37,5	37,5
	ei	20	62,5	62,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

puolen ottaminen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uhri	24	75,0	75,0	75,0
	neutraali	8	25,0	25,0	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

tarinankerronta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	osa suurta tarinaa	15	46,9	46,9	46,9
	pieni tarina	15	46,9	46,9	93,8
	ei tarinaa	2	6,3	6,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

rotuoppipuhe (hitler, rotusorto)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	15	46,9	46,9	46,9
	ei	17	53,1	53,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

pääkohde

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rasismi yleensä - jns esimerkkinä	12	37,5	37,5	37,5
	joensuun rikokset	3	9,4	9,4	46,9
	joensuun poikien aate	8	25,0	25,0	71,9
	parker	7	21,9	21,9	93,8
	poliisin toiminta	2	6,3	6,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

kieli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	vetoaa tunteisiin	12	37,5	37,5	37,5
	asiakieli	17	53,1	53,1	90,6
	toisen puheen selostus	3	9,4	9,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

kuuluuko toimittajan ääni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	15	46,9	46,9	46,9
	ei	17	53,1	53,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

hallitseva metafora

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sota	23	71,9	71,9	71,9
	kiusa	2	6,3	6,3	78,1
	ei mataforia	7	21,9	21,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

lehti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	HS	12	37,5	37,5	37,5
	IS	14	43,8	43,8	81,3
	IL	6	18,8	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

kaupunki on

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lähde/toimija	1	3,1	3,1	3,1
	uhri	1	3,1	3,1	6,3
	syyllinen	4	12,5	12,5	18,8
	ei mainintoja	26	81,3	81,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

kuva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	12	37,5	37,5	37,5
	ei	20	62,5	62,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

tyylilaji

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tutkiva	3	9,4	9,4	9,4
	selostava	23	71,9	71,9	81,3
	kommentoiva	6	18,8	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

mainepuhe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	2	6,3	6,3	6,3
	ei	30	93,8	93,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

ongelmanäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	31	96,9	96,9	96,9
	ei	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

toimintanäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	14	43,8	43,8	43,8
	ei	18	56,3	56,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

selostusnäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	17	53,1	53,1	53,1
	ei	15	46,9	46,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

syynäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	15	46,9	46,9	46,9
	ei	17	53,1	53,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

hitler-vertaus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	6	18,8	18,8	18,8
	ei	26	81,3	81,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Liite 5. Muuttujittain suoritetun määrällisen SPSS-analyysin tuloksia esittelevät taulukot, vuosi 2001

Frequencies

Statistics

		juttutyyppi	lähde	kaupungin rooli	kaupungin toiminta	joensuu otsikossa	puolen ottaminen
N	Valid	13	13	13	13	13	13
	Missing	32	32	32	32	32	32

Statistics

		tarinankerronta	hitler-vertaus	pääkohde	kieli	kuuluuko toimittajan ääni	hallitseva metafora
N	Valid	13	13	13	13	13	13
	Missing	32	32	32	32	32	32

Statistics

		lehti	kaupunki on	kuva	genre	mainepuhe	ongelmanä kökulma	toimintanä kökulma
N	Valid	13	13	13	13	13	13	13
	Missing	32	32	32	32	32	32	32

Statistics

		selostusnäkökulma	syynäkökulma	hitler-vertaus	vuosi
N	Valid	13	13	13	13
	Missing	32	32	32	32

Frequency Table

juttutyyppi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kolumni	1	2,2	7,7	7,7
	uutinen	9	20,0	69,2	76,9
	reportaasi	1	2,2	7,7	84,6
	pääkirjoitus	2	4,4	15,4	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

lähde

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	viranomainen	6	13,3	46,2	46,2
	kaupunki	3	6,7	23,1	69,2
	havainnot	3	6,7	23,1	92,3
	muu	1	2,2	7,7	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

kaupungin rooli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	aktiivinen	9	20,0	69,2	69,2
	passiivinen	4	8,9	30,8	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

kaupungin toiminta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	huono	1	2,2	7,7	7,7
	hyvä	3	6,7	23,1	30,8
	sekä että	2	4,4	15,4	46,2
	ei mainintoja	7	15,6	53,8	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

joensuu otsikossa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	10	22,2	76,9	76,9
	ei	3	6,7	23,1	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

puolen ottaminen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uhri	9	20,0	69,2	69,2
	neutraali	4	8,9	30,8	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

tarinankerronta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	osa suurta tarinaa	12	26,7	92,3	92,3
	ei tarinaa	1	2,2	7,7	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

hitler-vertaus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ei	13	28,9	100,0	100,0
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

pääkohde

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rasismi yleensä - jns esimerkkinä	1	2,2	7,7	7,7
	joensuun rikokset	6	13,3	46,2	53,8
	kaupungin toiminta	5	11,1	38,5	92,3
	8	1	2,2	7,7	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

kieli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	vetoaa tunteisiin	2	4,4	15,4	15,4
	asiakieli	11	24,4	84,6	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

kuuluuko toimittajan ääni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	4	8,9	30,8	30,8
	ei	9	20,0	69,2	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

hallitseva metafora

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sota	2	4,4	15,4	15,4
	puutarhanhoito	7	15,6	53,8	69,2
	kiusa	2	4,4	15,4	84,6
	ei mataforia	2	4,4	15,4	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

lehti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	HS	11	24,4	84,6	84,6
	IS	1	2,2	7,7	92,3
	IL	1	2,2	7,7	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

kaupunki on

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lähde/toimija	6	13,3	46,2	46,2
	uhri	1	2,2	7,7	53,8
	syyllinen	1	2,2	7,7	61,5
	ei mainintoja	5	11,1	38,5	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

kuva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	3	6,7	23,1	23,1
	ei	10	22,2	76,9	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

genre

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tutkiva	1	2,2	7,7	7,7
	selostava	9	20,0	69,2	76,9
	kommentoiva	3	6,7	23,1	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

mainepuhe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	6	13,3	46,2	46,2
	ei	7	15,6	53,8	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

ongelmanäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	10	22,2	76,9	76,9
	ei	3	6,7	23,1	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

toimintanäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	6	13,3	46,2	46,2
	ei	7	15,6	53,8	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

selostusnäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	9	20,0	69,2	69,2
	ei	4	8,9	30,8	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

syynäkökulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	2	4,4	15,4	15,4
	ei	11	24,4	84,6	100,0
	Total	13	28,9	100,0	
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

hitler-vertaus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ei	13	28,9	100,0	100,0
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

vuosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2001	13	28,9	100,0	100,0
Missing	System	32	71,1		
Total		45	100,0		

Liite 6. Ristiintaulukoinnit taustamuuttujan "Lehti" mukaan

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
juttutyyppi * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
lähde * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
kaupungin rooli * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
kaupungin toiminta * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
joensuu otsikossa * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
puolen ottaminen * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
tarinankerronta * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
hitler-vertaus * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
pääkohde * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
kieli * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
kuuluuko toimittajan ääni * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
hallitseva metafora * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
lehti * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
kaupunki on * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
kuva * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
genre * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
mainepuhe * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
ongelmanäkökulma * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
toimintanäkökulma * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
selostusnäkökulma * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
syynäkökulma * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%
hitler-vertaus * vuosi	45	100,0%	0	,0%	45	100,0%

juttutyyppi * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
juttutyyppi	kolumni	5	1	6
	uutinen	17	9	26
	reportaasi	3	1	4
	pääkirjoitus	1	2	3
	taustajuttu	2		2
	muu	4		4
Total		32	13	45

lähde * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
lähde	viranomainen	12	6	18
	skini	1		1
	uhri	3		3
	kaupunki		3	3
	havainnot	12	3	15
	muu	4	1	5
Total		32	13	45

kaupungin rooli * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
kaupungin rooli	aktiivinen	8	9	17
	passiivinen	24	4	28
Total		32	13	45

kaupungin toiminta * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
kaupungin toiminta	huono	4	1	5
	hyvä	2	3	5
	sekä että	1	2	3
	ei mainintoja	25	7	32
Total		32	13	45

joensuu otsikossa * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
joensuu otsikossa	kyllä	12	10	22
	ei	20	3	23
Total		32	13	45

puolen ottaminen * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
puolen ottaminen	uhri	24	9	33
	neutraali	8	4	12
Total		32	13	45

tarinankerronta * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
tarinankerronta	osa suurta tarinaa	15	12	27
	pieni tarina	15		15
	ei tarinaa	2	1	3
Total		32	13	45

hitler-vertaus * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
hitler-vertaus	kyllä	15		15
	ei	17	13	30
Total		32	13	45

pääkohde * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
pääkohde	rasismi yleensä - jns esimerkkinä	12	1	13
	joensuun rikokset	3	6	9
	joensuun poikien aate	8		8
	parker	7		7
	kaupungin toiminta		5	5
	poliisin toiminta	2		2
	8		1	1
Total		32	13	45

kieli * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
kieli	vetoaa tunteisiin	12	2	14
	asiakieli	17	11	28
	toisen puheen selostus	3		3
Total		32	13	45

kuuluuko toimittajan ääni * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
kuuluuko toimittajan ääni	kyllä	15	4	19
	ei	17	9	26
Total		32	13	45

hallitseva metafora * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
hallitseva metafora	sota	23	2	25
	puutarhanhoito		7	7
	kiusa	2	2	4
	ei mataforia	7	2	9
Total		32	13	45

lehti * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
lehti	HS	12	11	23
	IS	14	1	15
	IL	6	1	7
Total		32	13	45

kaupunki on * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
kaupunki on	lähde/toimija	1	6	7
	uhri	1	1	2
	syyllinen	4	1	5
	ei mainintoja	26	5	31
Total		32	13	45

kuva * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
kuva	kyllä	12	3	15
	ei	20	10	30
Total		32	13	45

genre * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
genre	tutkiva	3	1	4
	selostava	23	9	32
	kommentoiva	6	3	9
Total		32	13	45

mainepuhe * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
mainepuhe	kyllä	2	6	8
	ei	30	7	37
Total		32	13	45

ongelmanäkökulma * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
ongelmanäkökulma	kyllä	31	10	41
	ei	1	3	4
Total		32	13	45

toimintanäkökulma * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
toimintanäkökulma	kyllä	14	6	20
	ei	18	7	25
Total		32	13	45

selostusnäkökulma * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
selostusnäkökulma	kyllä	17	9	26
	ei	15	4	19
Total		32	13	45

syynäkökulma * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
syynäkökulma	kyllä	15	2	17
	ei	17	11	28
Total		32	13	45

hitler-vertaus * vuosi Crosstabulation

Count

		vuosi		
		1995	2001	Total
hitler-vertaus	kyllä	6		6
	ei	26	13	39
Total		32	13	45

Liite 7. Aineistona käytetyt lehtiartikkelit

Helsingin Sanomat 8. – 22.11.1995:

Voimakas rotusorto ajoin koripalloilija Parkerin kotiin. HS 8.11.1995. Urheilu, C13.
Parkeria ahdistelleet skinit oikeuteen torstaina Joensuussa. HS 9.11.1995. Kotimaa, A12.
Joensuun käräjäoikeus lykkäsi koripalloilijan ahdistelujutun käsittelyä. HS 10.11.1995. Kotimaa, A12.
Joensuun kaduilla saa pelätä rasismia. Tummaihoinen pysyttelee pimeän tultua kotonaan. HS 12.11.1995. Vinkkisivu A3. Itse pääjuttu sivulla A5: "Suomi suomalaisille" kajahtaa pikkuskinien huuto Joensuun torilla. Tavallinen perjantaiyö Joensuussa. Kainalojutut 1) Joensuu pelkää skinheadeja ja 2) "Tietämättömyys on tuskaa".
Joensuun kirkkoherrojen mielestä muukalaisvihan syyt on selvitettävä. HS 12.11.1995, Kotimaa A5.
Muut lehdet: Roturähinöintiin tartuttava. HS 14.11.1995, A2.
Joensuun skinit – yhteisön tuote? HS 17.11.1995. Vieraskynä, A2.
Muut lehdet: Yleistäminen on rasismia. HS 17.11.1995, A2.
Somalit kantavat monta taakkaa. HS 17.11.1995, A5.
Kolumni: Mitä ajattelin tänään. HS 17.11.1995, Nyt-liite, 46.
Tampereen poliisi torjuu väitteet ulkomaalaisten rikosten yleisyydestä. Näpistelevät turistit poliisin mukaan suurempi ongelma. HS 18.11.1995. Kotimaa, A14.
Pelko ja tietämättömyys muukalaisvihan taustalla. HS 19.11.1995. Pääkirjoitus, A2.
Nationalismia potevat kaikki. HS 19.11.1995, Mielipide, A15.
Karjalainen seurasi skinejä alusta asti. HS 21.11.1995. Mielipide, A15.

Ilta-Sanomat 8. – 22.11.1995:

Skinheadit pahoinpitelivät jenkkikoripalloilijan. Darryl Parker pakeni kotimaahansa rasismin pelossa. IS 8.11.1995, A2.
Joensuun muukalaisvainoissa katkaistu jopa kaulavaltimo. IS 9.11.1995, 9.
Skinien kelttilippu liehui Joensuun kristalliyössä. IS 10.11.1995, 16–17. Kainalojutut: 1) "Somalipakolaisten tulo kärjisti ennakkoluulot", 2) "Nuorilla harhaluuloja ulkomaalaisista", 3) Aaro Heikkilä: Joensuun rasistit ilmiselviä heittiöitä, 4) Anneli Sauli: Asiaan puututaan liian myöhään ja 5) Matti Puhakka: Mukana on myös fasismia.
Amerikkalaislehti uutisoi Parkerin pakenemisesta Suomesta. IS 11.11.1995, A2.
Norrback nostatti poliitikkoja rasismia vastaan. IS 13.11.1995, A3.
Hyväksymmekö rasismin? IS 13.11.1995, Mielipide A4.
15-vuotiaan surmasta epäilty vangitaan tänään. IS 14.11.1995, 2.
Hävettää olla Joensuusta. IS 15.11.1995, Mielipide, A4.
Darryl Parkerin surullinen tapaus. IS 15.11.1995, Urheilu, A39.
Rasismi on tuomittava. IS 16.11.1995. Mielipide, A4.
Halonen tuomitsee rasismin. IS 17.11.1995, 11.
Joensuun poliisit loukkaantuivat rasismiväitteistä. Presidentin olisi puututtava rotuvihaan. IS 18.11.1995, A16.
Lainatut –palstan maininnat (2 kpl). IS 18.11.1995, A6.

Pudotetaan pohja rasismilta. IS 18.11.1995, Vapaa sana, A5.
Puukotetun Tuulin äiti seurasi rasismin vastaista kulkuetta. "Miksi rikollisia kohdellaan silkkihansikkain?" IS 20.11.1995, A15.
Nyt riittää, Hyvät, pahat ja rumat! IS 20.11.1995, Mielipide, A4.
Joensuun uusi jenkki on valkoinen. IS 21.11.1995, Urheilu, 34.
Aalto-Setälä ja skinit. IS 21.11.1995, Mielipide, A4.

Iltalehti 8. – 22.11.1995:

Rasismin nousu masentaa Larry Pondsia, Greg Joyneria ja Gerald Leetä. "Tämä on häpeällistä". IL 9.11.1995.
Joensuun tavalliset nuoret karttavat keskustaa. Poliisit estivät nahkatukkia käymästä mielenosoittajien kimppuun. IL 10.11.1995. Kainalojuttu: 7 skinheadia ja yksi somali saivat tuomiot Joensuussa.
Suojelupoliisin ylitarkastaja Heikki Maijanen: "Rasismia ei voi estää laeilla". IL 13.11.1995.
Herätys suomalaiset. IL 14.11.1995. Mielipide.
Sisäministeriö tutkii Joensuun rasismia. IL 15.11.1995.
Joensuun skinheadien edustajat uskovat: Suomi on puhdas maa viidessä vuodessa. IL 17.11.1995.
Voiko rasismia ymmärtää. IL 18.11.1995.
Nyt riittää, Hyvät, pahat ja rumat! IL 20.11.1995, Mielipide.
Aalto-Setälä ja skinit. IL 21.11.1995, Mielipide.

Helsingin Sanomat 22. – 31.8.2001:

Rasismi on taas kasvussa Joensuussa. HS 22.8.2001. Vinkkisivu A3. Itse juttu sivulla A11: Joensuussa rasistiset yhteenotot lisääntyneet. Kahinoissa mukana monia kansallisuuksia.

Pidätyksiä Joensuun rasismirikoksista. Poliisi kaipaa yhä havaintoja tapahtumista. HS 23.11.2001, A9.

Rasismi pilaa Joensuun maineen. HS 23.8.2001, Pääkirjoitus A2.

Joensuun valtuusto pohtii rasismin syitä kaupungissa. Poliisi selvitti pizzerian ikkunoiden kivittämisen. HS 24.8.2001.

Jalkapallo on yhteinen kieli. HS Verkkoliite 24.8.2001, Vieraskynä.

Lisää kiinniottoja Joensuun rasistisista rikoksista. HS 25.8.2001, A7.

Joensuun poliisi pidätti kolme epäiltyinä rasistisista rikoksista. Kiinniottoja tehdään lisää vielä viikonlopun aikana. HS 26.8.2001, A8.

Joensuun kaupunginhallitus: Rasismia ei kitketä äkkikeinoilla. Poliisin mielestä rasismin torjuntaan tarvitaan lisää koordinaatiota. HS 28.8.2001, A9.

Joensuun valtuusto vetosi vähemmistöjen suvaitsemiseksi. Rasismin torjunta herätti valtuutetut puhumaan yöhön asti. HS 29.8.2001, A9.

Joensuun menetetty maine. HS 31.8.2001. Merkintöjä, A2.

Rasismin vastainen työ kääntyy joskus itseään vastaan. HS 31.8.2001.

Ilta-Sanomat 22. – 31.8.2001:

Maahanmuuttajien hermot kireällä Joensuussa. IL 28.8.2001. Kainalojuttu: Rasismin tutkija: Joensuussa suunnitteilla yhteenottoja.

Iltalehti 22. – 31.8.2001:

Ulkomaalaisten autoja tuhottiin. IL 22.8.2001, 15.