

EUROPARLAMENTAARIKOT SANOMALEHDISSÄ
Suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat
suhteessa eteläsuomalaisten sanomalehtien uutisointiin

Pilvi Isotalus
Pro gradu –tutkielma
Kevät 2003
Yhteisöviestintä
Viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Isotalus, Pilvi	
Työn nimi Europarlamentaarikot sanomalehdissä Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategia suhteessa eteläsuomalaisten sanomalehtien uutisointiin	
Oppiaine Yhteisöviestintä	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika Kevät 2003	Sivumäärä 113 + 16
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>This study examines the publicity strategies of the Finnish members of the European Parliament in relation to the Southern Finnish newspaper articles that deal with MEPs. The subject is essential because the Finnish MEPs seem to have much less publicity in everyday journalism than the members of the national Parliament. However, most of the legislation comes from the European Parliament and MEPs are the representatives of Finland in EU who have been elected through referendum. Finnish citizens seem not to know how Parliament or EU works, which may be due to the minor publicity of the members.</p> <p>The main aim of the study was to find the publicity strategies and goals of the Finnish MEPs' communication. The publicity results that came out from the newspapers and the goals of the publicity strategies were compared to see how they meet. Four Finnish MEPs and four assistants of MEPs were interviewed for the study. In addition 14 MEPs answered an open e-mail questionnaire. The study material also consists 146 articles from seven daily newspapers published in Southern Finland. All collected articles deal with the work of the Finnish MEPs. The articles were published between 1st of April and 31st of July 2002. The questionnaire answers and the interviews were analysed through creating common themes. The newspaper articles were analysed through content analysis. In the end these analysed results were combined.</p> <p>As a main result it seems that the Finnish MEPs have publicity strategies. The strategies were not always realized but all MEPs had some policy how to manage media and to reach the communication goals. There were four functions of the MEPs' communication: to communicate, to serve, to campaign and to influence. The main goals of the MEPs' communication that came out were: to offer EU-information, to be seen in media, to present own work and to pursue important matters. According to this study it seems that the goal to offer EU-information was not fulfilled because nearly half of the articles deal with the national politics. The aim to present own work was well fulfilled because about a quarter of the articles deal with the work of the MEPs. Some MEPs got much more space in the articles than others.</p> <p>The Finnish MEPs seemed to be satisfied with their public images but not with their communication passage through. So they seemed to want more space in media. They also said that Finnish people do not know enough about EU and accused media, the EU bureaucracy or just difficult matters for it. So as a conclusion the Finnish MEPs should aim to clarify their communication so that the normal citizens would understand it better. They could also increase the ways to communicate and try to communicate more actively. So they would have more chances managing the news flow.</p> <p>Furthermore this study shows that the world wide trends in political communication – like growing importance of media, the flow of opinion polls, emphasized political images and more efficient news management – are also valid in the communication of the Finnish MEPs, although there is many traditional Finnish features still left.</p>	
<p>Asiasanat Publicity strategy (julkisuusstrategia), news management (julkisuuden hallinta), media publicity (mediajulkisuus), political communication (poliittinen viestintä), organizational communication (organisaatioviestintä)</p>	
Säilytyspaikka	Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto
Muita tietoja	

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
1.1 Tutkimuslähtökohta	5
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja kysymykset	7
1.3 Keskeiset käsitteet	8
1.4 Työn rakenne	11
2 TEORIA JA AIEMMAT TUTKIMUKSET	12
2.1 Organisaation mediaviestintä ja –julkisuus	12
2.1.1 Organisaation viestinnän suunnittelu	14
2.1.2 Viestintä- ja julkisuusstrategia	15
2.1.3 Julkisuuden hallinta	16
2.2 Poliittinen viestintä	18
2.2.1 Poliittikka, demokratia ja media	19
2.2.2 Poliittinen viestintäkulttuuri ja sen muutostrendit	21
2.2.3 Poliittinen julkisuus ja imago	25
2.3 Sanomalehtiutustien taustaa	27
2.3.1 Suomalaiset sanomalehdet	28
2.3.2 Uutinen ja uutiskriteerit	29
3 EUROOPAN PARLAMENTTI JA TIEDOTUS	32
3.1 Euroopan unioni	32
3.2 Euroopan parlamentti	33
3.3 Euroopan parlamentin julkisuus ja tiedotus	34
3.4 Euroopan unioni ja suomalaiset	36
4 TUTKIMUSASETELMA	38
4.1 Tutkimus pähkinänkuoressa	38
4.2 Tutkimuskysymykset	39
4.3 Sanomalehtiaineisto ja sisällönanalyysi	40
4.4 Taustakysely ja teemahaastattelut	41
4.5 Teemoittelu analyysikeinona	43
4.6 Sanomalehti- ja haastatteluaineiston yhdistäminen	44
4.7 Validiteetti ja reliabiliteetti	44
5 JULKISUUSTULOKSET JA –STRATEGIAT	46
5.1 Euroopan parlamentin jäsenet sanomalehdissä	46
5.1.1 Mainintamäärät ja kuvat	47
5.1.2 Asiapainotteisia juttuja	48
5.1.3 Kotimaan politiikka teemana	49
5.1.4 Johtopäätöksiä julkisuustuloksista	52

5.2 Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat	54
5.2.1 Julkisuusstrategian lähtökohdat	55
5.2.2 Viestinnän keinot ja käytännöt	58
5.2.3 Viestinnän tavoitteet ja periaatteet	64
5.2.4 Mediaviestinnän suunnittelu	67
5.2.5 Mediaviestinnän asiasisällöt	68
5.2.6 Viestinnän onnistuminen	69
5.2.7 Julkisuuskuva ja tyytyväisyys	73
5.2.8 Mediasuhteet ja median vastaanotto	77
5.2.9 Suhde suomalaisiin	81
5.2.10 Johtopäätöksiä julkisuusstrategioista	85
5.3 Julkisuustulosten ja strategioiden kohtaaminen	87
5.3.1 Teemojen vastaavuus	88
5.3.2 Mediajulkisuustilat	91
5.3.3 Kokemuksen näkyvyydestä ja julkisuustulokset	93
5.3.4 Tavoitejulkisuuskuvat ja julkisuustulokset	95
5.3.5 Viestinnän tavoitteet suhteessa julkisuustuloksiin	96
5.3.6 Johtopäätöksiä tulosten ja strategioiden kohtaamisesta	97
6 POHDINTAA	99
KIRJALLISUUS	108
LIITTEET	114
<i>Taulukko 1</i>	<i>46</i>
<i>Taulukko 2</i>	<i>59</i>
<i>Taulukko 3</i>	<i>73</i>
<i>Taulukko 4</i>	<i>82</i>
<i>Taulukko 5</i>	<i>88</i>
<i>Taulukko 6</i>	<i>92</i>

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuslähtökohta

Suomalainen Euroopan parlamentin jäsen Eija-Riitta Korhola sanoo Seura-lehden (Huoni ja Toivonen 2002, 34) haastattelussa olevansa pettynyt suomalaiseen mediaan, koska ”parlamentille uhrataan selvästi vähemmän huomiota kuin eduskunnalle, vaikka suurin osa lainsäädännöstä tulee EU:sta”. Ollessani työharjoittelussa Euroopan parlamentin Suomen tiedotustoimistossa keväällä ja kesällä 2002 huomasin myös itse, että Euroopan parlamentin jäsenistä kirjoitettiin yllättävän vähän verrattuna muihin suomalaisiin poliitikkoihin. Tiedotustoimistossa kerätään päivittäin Euroopan unionia, erityisesti Euroopan parlamentin toimintaa ja parlamentaarikkoja koskevat uutiset kahdeksasta eteläsuomalaisesta päivälehestä ja yhdestä viikkolehdestä. Niistä kootaan englanninkielinen yhteenveto, jota levitetään sähköpostilla muun muassa EU:n toimielinten virkakoneistolle ja Euroopan parlamentin jäsenille. Kerätessäni näitä leikkeitä havaitsin, että uutisten aiheiksi nousivat useammin parlamentaarikon henkilökohtaiset asiat tai kotimaan politiikkaan liittyvät tapahtumat kuin hänen saavutuksensa Euroopan parlamentissa. Näistä ajatuksista heräsi kiinnostukseni tutkia parlamentaarikkojen julkisuusstrategioiden ja eteläsuomalaisen sanomalehtiutisoinnin suhdetta.

Media näyttää olevan nykyisin poliittisen viestinnän päänäyttämö. Äänestäjä on riippuvainen median tarjoamasta tiedosta, ja poliitikko on riippuvainen mediajulkisuudesta. (Isotalus 1998b, 7.) Media on osa politiikkaa, koska se on ehkä tärkein välikäsi äänestäjien ja

poliitikkojen välillä. Koska median rooli on politiikassa niin mahtava, poliitikoilla on yhä suuremmat paineet yrittää vaikuttaa median uutisointiin ja pyrkiä hallitsemaan omaa julkisuuttaan.

Euroopan parlamentin suomalaisilla jäsenillä on monilla poliittinen ura myös Suomessa. He osallistuvat eduskuntavaaleihin tai oman puolueensa sisäisiin vaaleihin. Siksi heillekin olisi tärkeää saada julkisuutta ja olla esillä kotimaassaan. Se voi kuitenkin olla vaikeaa, koska heidän varsinainen työpaikkaansa sijaitsee Keski-Euroopassa, Brysselissä Belgiassa ja Strasbourgissa Ranskassa. Kaikkiin suomalaisen median tarpeisiin ei sieltä käsin ehkä pysty vastaamaan tarvittavalla panostuksella. Myös tätä näkökantaa on tarkoitus pohtia tarkemmin tässä tutkielmassa.

Kansalaisia tuntuu tutkimustenkin mukaan kiinnostavan Euroopan unioni ja siihen liittyvät asiat, mutta he tietävät siitä edelleen todella vähän. Hieman yli puolet (52 %) suomalaisista myöntää, ettei heillä ole minkäänlaista kuvaa siitä, mitä maamme edustajat Euroopan parlamentissa ovat tehneet tai aikovat tehdä. (EVA 2002, 14-17, 53.) Myös tästä syystä aiheeni on tärkeä tutkimusalue. Media on oikeastaan ainoa EU-tiedon lähde suomalaisten aikuisten parissa (esim. Mörntinen 2000, 112). Jos suomalaisten tietotaso europarlamentaarikkojen työstä on näinkin huono, on ehkä syytä huolestua. Parlamentaarikkojen tekemät päätöksethän vaikuttavat myös suomalaisten elämään – tiesivät he niistä tai eivät. Siksi tutkielmani tuloksista saattaisi olla hyötyä paitsi itse parlamentaarikoille paremman strategian luomista varten, myös toimittajille, jotta he pystyisivät uutisoimaan EU-aiheista tasapuolisesti.

Euroopan parlamentin jäsenten julkisuudesta on tehty useita tutkimuksia, mutta ne kaikki keskittyvät vaalien aikana tehtyyn kampanjatyöhön. Perinteisestikin poliittisen viestinnän tutkimus on ollut eniten kiinnostunut vaaleihin liittyvästä viestinnästä (Isotalus 1998b, 11). Esimerkiksi Helsingin yliopistossa on tehty pro gradu –tutkielmat *Kamppailu mediajulkisuudesta vaalikampanja-aikana – tapaustutkimus Euroopan parlamentin vaaleista* (Pere 1998) ja *Europarlamenttivaalien poliittinen julkisuus Suomen, Ruotsin ja Ison-Britannian sanomalehdissä 1999* (Pehrmann 2000). Pere tarkasteli tutkielmassaan parlamenttivaalien ehdokkaiden kamppailua mediajulkisuudesta haastattelemalla ehdokkaita ja toimittajia. Pehrmann taas tutki määrällisen sisällönanalyysin avulla kolmen maan sanomalehtiutisoinnin eroja Europarlamenttivaalien 1999 aikana. Kemiläinen (1997) tarkasteli Euroopan parlamentin vaalien niin sanottuja julkkisehdokkaita journalistiikan pro

gradu –tutkielmassaan *TV-tutusta euroedustajaksi? Parasosiaalisen suhteen yhteys äänestyspäätökseen*. Viestinnän alalla tutkittiin runsaasti erilaisia aiheita myös Suomen EU-kansanäänestyksen kynnyksellä vuonna 1994. Tutkijat ovat olleet kiinnostuneita EU-äänestyksen ja EU-teemojen uutisoinnista (esim. Mörä 1999) ja myös siitä, miten kansa on kokenut tiedonvälityksen tuona aikana (esim. Alastalo 1996). Maj-Lis Tanner (1999) on tutkinut väitöskirjassaan uutisvirtaa EU:n sisällä ja muun muassa sitä, kuka määrittää EU-uutisten agendan eli päiväjärjestyksen.

Tämä tutkielmani keskittyy poliitikkojen viestinnän arkirutiineihin ja euroedustajien julkisuuteen kotimaassaan vaalien välillä. Tutkimusaineisto on kerätty 2002 ja 2003. Seuraavat viiden vuoden välein järjestettävistä Euroopan parlamentin vaaleista järjestetään kesäkuussa 2004. Mielestäni myös arkista tiedotusta ja vaalien välisiä tapahtumia on tärkeää tutkia, jotta saataisiin oikea kuva poliittisen julkisuuden koko kirjosta. Tutkimuksissa on toisaalta todettu myös vaalien välisen ajan muuttuneen yhä enemmän kampanjoinniksi.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tutkielmani pääajatus on, että parlamentin jäsen on organisaatio, jolla on julkisuusstrategia. Pyrin tässä työssäni osoittamaan, mihin tämä strategia perustuu, mitä se pitää sisällään ja miten se toimii. Parlamentaarikko ja hänen avustajansa ovat tämän tutkimuksen toimijoita, jotka pyrkivät vaikuttamaan parlamentin jäsenen julkisuuskuvaan ja näkyvyyteen. Kysyn myös, millaisia tavoitteita parlamentaarikot asettavat strategioilleen. Onko parlamentaarikkojen tiedotus jatkuvaa poliittista kampanjointia vai onko sillä muita tavoitteita? Tutkimuksen tuloksista pitäisi käydä ilmi parlamentaarikkojen mahdolliset tavoitejulkisuuskuvat ja tyytyväisyys olemassa oleviin julkisuuskuviin. Myös parlamentaarikkojen suhdetta ja tyytyväisyyttä mediaan on tarkoitus pohtia, koska se vaikuttaa julkisuusstrategiaan.

Tarkastelen myös, minkä verran Euroopan parlamentin jäsenet saavat huomiota sanomalehtiutisissa eteläisessä Suomessa ja missä asiayhteyksissä. Lisäksi tarkoitukseni on pohtia, vastaavatko strategian tavoitteet ja eteläsuomalaisissa sanomalehdissä julkaistut uutiset toisiaan. Tutkimuksen keskeisin tavoite on siis selvittää, miten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat toimivat suhteessa eteläsuomalaiseen sanomalehtiutisointiin. Onko eri parlamentaarikkojen välillä suuria eroja käytännöissä, tavoitteissa tai toisaalta julkisuustuloksissa? Pohdin myös, mistä nämä erot mahdollisesti johtuvat.

Tarkastelen suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuuden hallintaa pääasiassa kahdelta kannalta. Ensinnäkin minua kiinnostavat parlamentaarikkojen julkisuusstrategiat sekä niiden lähtökohdat, tavoitteet ja periaatteet. Toisaalta tarkastelen suhdetta sanomalehtiutisten ja julkisuusstrategioiden välillä. Toteutuvatko parlamentin jäsenten tavoitteet julkisuuden hallinnassa sanomalehtiutisten asiasisällöissä, näkyvyydessä tai suhteessa parlamentaarikkojen panostukseen?

Toimiva julkisuusstrategia ei välttämättä ole suorassa yhteydessä medianäkyvyyteen. Julkisuuteen pääsy on usein hyvin sattumavaraista. Uutisen syntyyn vaikuttavat journalistiset käytännöt ja periaatteet kuten uutiskriteerit ja mediarutiinit, joita esittelen tarkemmin teoriaosuudessa. Myös arkiset olosuhteet, kuten kiire ja välimatka, vaikuttavat julkisuuteen pääsyyn.

1.3 Keskeiset käsitteet

Yhteisön tai organisaation sisäiseen ja ulkoiseen viestintään on käytetty pitkään käsitettä *tiedotus*, *tiedottaminen* tai *tiedotustoiminta*. Ajatellaan, että yhteisöllä on tarvetta ja hyötyä kertoa itsestään ulkopuolisille. Käsite tiedotus erottaa yhteisöjen oman tiedonvälityksen joukkotiedotuksesta tai -viestinnästä, jonka toimeenpanijoita ovat joukkoviestimet ja niissä toimivat journalistit. (Juholin 2001, 18-19.)

Anssi Siukosaaren (1999, 12) määritelmän mukaan *yhteisöviestintä* on yhteisön tiedotusta kokonaisvaltaisempaa, suunnitelmallista, tavoitteellista ja johdettua toimintaa oikean, selkeän ja vahvan yhteisökuvan rakentamiseksi sekä avoimen ja vuorovaikutteisen tiedonkulun varmistamiseksi.

Public Relations (PR) eli suomennettuna organisaation *suhdetoiminta* tai *julkisuustyö* määritellään usein samalla tavoin kuin yhteisöviestintä. Lehtonen (1998, 119) määrittelee suhdetoiminnan organisaation tavoitteellisena, suunniteltuna ja jatkuvana toimintana, joka pyrkii aikaansaamaan ja ylläpitämään organisaation ja sen yleisöjen välistä yhteisymmärrystä ja luottamusta. PR:n kohteena voi olla suuri yleisö tai mediajulkisuus. Public Relations -käsite otettiin käyttöön alun perin Yhdysvalloissa kuvaamaan yritysmaailman keinoja parantaa suhteitaan yleisöön (Siukosaari 1999, 14).

Julkisuus on tila, jossa yhteisö, henkilö tai asia nousee tavanomaista lähipiiriä laajempaan tietoisuuteen ja tunnettuuteen. Useimpien yhteisöjen toiminta on ainakin jossain määrin julkista. (Ikävalko 1996, 169.) *Tunnettuus* on yleinen yhteisön viestinnän tavoite (Juholin 2001, 83). *Julkisuusstrategia* on keino, jolla pyritään julkisuuden hallintaan. *Julkisuusstrategiaan* luodaan organisaation päälinjat siitä suunnitelmasta, miten se pyrkii tavoitejulkisuuskuvaansa. (Ikävalko 1996, 271, 273.) *Julkisuuden hallinnalla* tarkoitetaan yhteisön kykyä vaikuttaa omaan julkisuuskuvaansa mediassa (Juholin 2001, 184). *Viestinnän strategia* on ikään kuin viestinnän suunnittelun puitemalli. Se nojaa yhteisön toimintastrategiaan, ja siinä määritellään niitä peruslinjoja, joiden avulla viestintä tukee yhteisön strategian toteutumista. (Siukosaari 1999, 21.)

Imago on ihmisten *mielikuva* jostakin henkilöstä, yhteisöstä, tavarasta tai muusta sellaisesta perustuen heidän tietoihinsa, kokemuksiinsa, päätelmiinsä, asenteisiinsa, uskomuksiinsa, tunteisiinsa ja käsityksiinsä. Poliittisessa journalismissa on havaittu niin sanottua poliitikkojen imagonrakennusta, jonka avulla he pyrkivät hallitsemaan ennen kaikkea sähköisten tiedotusvälineiden uutisjulkisuutta. (Kuutti 1994, 25.) *Profiloinnilla*, imagon tai maineen rakentamisella, tarkoitetaan johdonmukaisuutta sanoissa ja teoissa sekä visuaalisessa ilmeessä. Imagoa ei voi rakentaa tyhjästä tai tyhjän päälle, vaan mielikuvat syntyvät ja niitä voidaan vahvistaa vain siltä pohjalta, mitä kohde on. (Juholin 2001, 149.)

Käsitteet *agenda setting* ja *agenda building* tarkoittavat suomeksi *päiväjärjestystä*. Heikki Kuutin (1994, 74) mukaan päiväjärjestyksellä tarkoitetaan tiedotusvälineiden mahdollisuutta asettaa erityinen yhteiskunnallinen esityslista, toisin sanottuna julkiseen keskusteluun nostettavat asiat. Tiedotusvälineillä on mahdollisuus määrätä keskustelun aiheet, tiedonvälityksen sisältö, asioiden referointitavat ja keskustelun rajat. *Portinvartijalla* Kuutti (1994, 71-72) viittaa journalistiin, jolla on tiedotusvälineen sisällä organisatorisen asemansa perusteella päätösvalta siitä, mikä aineisto julkaistaan ja mikä ei. Portinvartija voi olla esimerkiksi päätoimittaja tai toimitussihteeri. Portinvartijan tekemiin valintoihin vaikuttavat objektiiviseen ja puolueettomaan uutisvalintaan pyrkimisen lisäksi muun muassa journalistin oma arvomaailma ja kokemus, toimituksen resurssit ja viestimen luonne sekä vastaanottajien odotukset ja arvostukset.

Monille tutkijoille *politiikka* on hallitsemiseen liittyvä käsite. Berndtson (1992, 25, 27-28) viittaa Janssoniin (1970) selittäessään politiikan käsitettä. Janssonin mukaan politiikka on laajassa mielessä kaikkinaista organisoituneiden ihmisryhmien hallitsemista. Ahtaammassa

mielessä Jansson ymmärtää politiikan julkisten organisaatioiden, joista tärkein on valtio, hallitsemiseksi. Poliitiikan tutkijat käsittävät politiikan myös vaaleihin, puolueisiin ja valtiovaltaan liittyvänä ja kohdistuvana toimintana. Heille politiikka on taistelua vallasta ja yhteisten asioiden hoitoa. Tutkimuksen kannalta on hyödyllisintä nähdä politiikka prosessina, joka on koko ajan käynnissä oleva, jatkuvasti muuttuva tapahtumien sarja. Tälle prosessille on ominaista, että se lähtee ihmisten erilaisista tarpeista, eduista, arvoista ja haluista, joita jokainen pyrkii tyydyttämään. Poliittinen toiminta eroaa muusta yhteiskunnallisesta toiminnasta siinä, että siihen liittyy aina konflikti. Konflikteja syntyy, kun ihmisten tavoitteet ovat ristiriidassa. Poliitiikka on myös aina yhteistoimintaa ja se vaatii yhteistyötä. Poliittiseen prosessiin liittyy aina vallankäyttöä ja päätöksentekoa.

Demokratian käsite on peräisin antiikin Kreikasta. Aristoteleen luokittelussa demokratia (kansanvalta) oli ihannevaltio politeian (kansalaisvallan) vääristynyt muoto. Demokratia olikin aina 1800-luvulle asti negatiivinen käsite. Vasta nykyaikaisen valtion muotoutuessa demokratia sai positiivista merkitystä. Poliittinen demokratia syntyi teollisesti kehittyneissä länsimaissa. Demokratian tavoitteena on kansanvalta, mutta todellisuudessa kansalaiset eivät koskaan pysty käyttämään valtaa suoraan, vaan sen voivat tehdä vain kansalaisia edustavat ryhmät (puolueet, kansanedustajat jne.). Demokratiassa onkin kyse siitä, että periaatteessa kaikilla on samanlaiset mahdollisuudet pyrkiä ajamaan omia etujaan ja arvojaan. Demokratian perusedellytyksenä ovat tietyt muodollisuudet, joista tärkeimpiä ovat vapaa mielipiteen muodostus, yleinen ja yhtäläinen äänioikeus, laillisen opposition olemassaolo ja toimeenpanovallan edustuksellisuus. Käsitykset demokratiasta voivat painottua eri tavalla ja sen olemuksesta käyty keskustelu on aina ollut vilkasta politiikan tutkijoiden keskuudessa. Demokratialle ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa määritelmää. Käsite saa tarkemman sisältönsä pelkästään osana poliittista järjestelmää ja valtion toimintaa. (Berndtson 1992, 183-184, 187, 190.)

Tässä työssä tulee esille myös useita lyhenteitä ja sanoja *Euroopan unioniin* liittyen. Unionista käytetään yleisesti lyhennettä *EU* ja *Euroopan parlamentista* lyhennettä *EP*. Parlamentista voidaan puhua myös *europarlamenttina*. *Euroopan parlamentin jäsenistä* käytetään myös sanoja *europarlamentaarikko*, *parlamentaarikko* ja *euroedustaja*. Lisäksi Suomessakin on vakiintumassa sana *meppi*, jolla tarkoitetaan parlamentin jäsentä. Kirjaimet *mep* tulevat englannin kielen sanoista *Member of European Parliament*.

1.4 Työn rakenne

Tässä luvussa olen esitellyt tämän tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet alustavasti. Luvussa kaksi valotan tutkimukselleni olennaista teoriaa. Lähdän liikkeelle organisaation viestinnän suunnittelusta, julkisuusstrategiasta ja julkisuuden hallinnasta. Sen jälkeen esittelen poliittisen viestinnän erityispiirteitä ja muutostrendejä. Luon myös katsauksen poliitikon ja julkisuuden suhteeseen teorian pohjalta. Kakkosluvun päätteeksi esittelen vielä joukkoviestinnän ja sanomalehtiutisten teoriapohjaa. Kakkosluvussa esittelen myös aikaisempia tutkimuksia, joissa on tarkasteltu tälle tutkielmalle läheisiä tai tärkeitä aiheita.

Kolmannessa luvussa esittelen kohdeorganisaatiota Euroopan unionia ja Euroopan parlamenttia. Kerron myös Euroopan parlamentin julkisuus- ja tiedotuseriaatteista. Pysin lisäksi valottamaan Euroopan unionin ja parlamentin suhdetta suomalaisiin aikaisempien tutkimusten perusteella. Neljännessä luvussa esittelen syvällisemmin tutkimuskysymykseni ja kerron aineiston hankinnasta ja analysointitavoista. Lisäksi pohdin tämän tutkimuksen validiteettia ja reliabiliteettia.

Luvussa viisi esittelen tutkimuksen tulokset ja teen johtopäätöksiä. Kappaleen viisi alussa kerron sanomalehtiaineiston analyysistä saamani tulokset, kuten juttujen määrän ja aiheiden jakautumisen. Sen jälkeen esittelen teemahaastatteluaineiston tuloksia eli parlamentaarikkojen julkisuusstrategioita. Luvun viisi päätteeksi vertailen näitä kahta aineistoa ja pyrin sitomaan ne yhteen.

Luvussa kuusi tiivistän vielä tutkimustulokset. Tarkastelen tuloksia myös suhteessa teoriaan ja muuhun ympäröivään maailmaan. Esitän omia ajatuksiani tuloksista ja pohdin tulevaa kehitystä niiden valossa.

2 TEORIAA JA AIEMMAT TUTKIMUKSET

2.1 Organisaation mediaviestintä ja -julkisuus

Yhteisöviestinnän näkökulmasta joukkoviestimet kuuluvat yhteisön välillisiin kanaviin eli varsinaiset vastaanottajat saavutetaan journalistisen käsittelyn jälkeen. Yhteisö pyrkii median kautta tavoittamaan sidosryhmiään ja muita kohdeyleisöjä, ja samalla media on itsessään yksi keskeinen sidosryhmä. Yhteisölle mediajulkisuus on keino tehdä itsensä tunnetuksi, käydä julkista keskustelua ja vaikuttaa sidosryhmiin. Se on mahdollisuus informoida itsestään, nostaa keskusteluun tärkeinä pitämiään asioita, pyrkiä vaikuttamaan yrityskuvaansa ja saavuttamaan ilmaisjulkisuutta käyttämällä mediajulkisuutta yhtenä markkinointiviestinnän kanavana. (Juholin 2001, 184.) Jos viesti tulee julkisuuteen journalistisena tuotoksena, pidetään sitä usein arvokkaampana kuin lähettäjän omaa kerrontaa tai asian kertomista maksetun mainonnan välityksellä. Mediajulkisuuden saavuttaminen on kuitenkin vaikeaa ja sattumanvaraista. (Ikävalko 1996, 170, 194-195.) Poliitikolle mediajulkisuus on elinehto. Ilman sitä hän ei pystyisi saavuttamaan tarvitsemaansa tunnettuutta laajan äänestäjäryhmän parissa, eikä pitämään tunnettuutta yllä (ks. Isotalus 1998a). Äänestäjien on tunnettava poliitikko kyetäkseen tai halutakseen äänestää tätä. Euroopan parlamentin jäsenille mediajulkisuuden saavuttaminen Suomessa on erityisen tärkeää, koska he ovat suurimman osan ajastaan Brysselissä ja Strasbourgissa eivätkä läsnä kotimaassaan.

Kivikurun (1996, 21) mukaan mediajulkisuus on joukkoviestinten näkökulmasta aina tietoisesti rakennettua niin, että jokaisella joukkoviestimellä on linjansa ja tavoitteelliset

toimintakäytäntönsä. Mediajulkisuuteen kuuluu aina myös arvaamattomia ja sattumanvaraisia piirteitä, joista osa johtuu tiukoista aikatauluista ja osa syntyy mediakulttuurin vakiintuneiden käytäntöjen myötä. Viime aikoina yhteiskunnalliset toimijat ovat hyväksyneet maailman viestinällistymisen ja pyrkivät yhä useammin puhuttelemaan kansalaisia julkisuuden kautta, joukkoviestinten välityksellä. Median ulkopuoliset tahot pyrkivät näin vaikuttamaan media-agendaan eli päiväjärjestykseen. Median maailma ja ihmisten maailma eivät kuitenkaan välttämättä kohtaa, vaikka agendat saattavatkin olla yhteneväiset tai ainakin yhdensuuntaiset.

Juholin (2001, 191) listaa aiemman analyysinsä (Ikävalko 1996) pohjalta neljä erilaista yhteisön mediajulkisuustilaa. Mediajulkisuus voi olla tasapainotila, jossa median kysyntä ja organisaation tarjonta ovat samassa suhteessa. Tila voi olla myös ristiriidassa, jolloin median kysyntä on suurempi kuin organisaation halu tulla julkisuuteen. Latenssitilassa media ei ole kiinnostunut organisaatiosta, eikä organisaatio ole itse kiinnostunut tulemaan esiin. Ryntäystilassa yhteisö pyrkii aktiivisesti julkisuuteen, mutta tulee median torjumaksi. Tasapainotilassa organisaatiolla on yleensä käytössään proaktiivinen eli ennakoiva ote mediaan. Ristiriitatilanteessa organisaatiolle ominaisempaa on reaktiivinen eli vetäytyvä toimintatapa. Ryntäystilan organisaatioiden strategia on aktiivinen.

Pyrin löytämään tässä työssä suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten mediajulkisuustilat, koska tiloista voi päätellä, onko julkisuusstrategia toimiva tai onnistunut. Tasapainotilassa julkisuusstrategia toimii parhaiten. Ristiriitatilassakin strategia toimii, mutta median mielenkiinnon loppumiseen ei ole varauduttu. Latenssi- ja ryntäystiloissa julkisuusstrategia ei ole onnistunut parhaalla mahdollisella tavalla.

Organisaation mediaviestintä koostuu käytännössä tiedotteista tai muista dokumenteista, tiedotustilaisuuksista tai muista tapahtumista, haastatteluista, briefauksesta ja vuodoista. Uutinen on joukkoviestinnän kulutustavaraa ja tiedote sen raaka-ainetta. Tiedotustilaisuuksia pidetään yleensä vain silloin, kun asia on poikkeuksellisen tärkeä tai kiinnostava ja pelkkä tiedote ei riitä. Haastattelu tehdään joko tilaisuuden yhteydessä tai omana journalistisena kokonaisuutena. Jos missä tahansa yhteisöä koskevassa jutussa on virheitä, on yhteisöllä oikeus korjata ne oikaisulla tai vastineella. Taustatilaisuudessa toimittajat perehdytetään laajempaan asiakokonaisuuteen, vaikka varsinaista uutista ei olisikaan tarjolla. Briefauksessa organisaatio järjestää toimittajille tilaisuuden selvittää ajankohtaisen asian taustoja niin, ettei lähdettä lainata suoraan. Vuodossa lähde kertoo yksittäiselle toimittajalla henkilökohtaisesti asiasta, jota ei halua julkisuuteen omissa tai organisaation nimissä. Vuodot ovat tyypillisiä

EU:ssa, jossa asiakirjojen salassapitosäädökset ovat pohjoismaista käytäntöä tiukempia. (Juholin 2001, 194-202; Mörä 1999, 114.)

Internet ja sähköposti ovat mullistaneet tiedotuskäytännöt. Ennen tiedotteiden lähettämiseen käytettiin fakseja, mutta nykyisin tiedotteet lähetetään yleisimmin sähköpostilla. Myös Internet-sivut ovat tärkeitä tiedotteiden julkaisu- ja tallennuspaikkoja sekä tiedotuskanavia. Organisaation yhteys- ja muut perustiedot ovat helposti löydettävissä Internetistä. Internet ja sähköposti ovat luultavasti merkittäviä kanavia myös Euroopan parlamentin jäsenille, jotka työstelevät kotimaansa ulkopuolella, mutta haluavat säilyttää yhteyden suomalaisiin.

2.1.1 Organisaation viestinnän suunnittelu

Yhteisön viestinnän suunnittelu perustuu yhteisön tehtävään ja tavoitteisiin sekä viestinnälle asetettuihin tehtäviin. Viestinnän kokonaisvaltaista suunnitelmaa kutsutaan yleensä strategiaksi erottamaan se käytännön toimenpiteiden suunnittelusta. (Juholin 2001, 52.) Ikävalko (1996, 278) käyttää käytännön työstä termiä julkisuustaktiikka, jolla hän tarkoittaa sitä, millä tavoin ja miten paljon voimavaroja yhteisö sitoo julkisuuskuvansa saavuttamiseen, ja mitä keinoja se käyttää arkiviestinnässään. Arkiviestinnällä tarkoitetaan päivittäistä tiedonvirtaa ja keskusteluja eri sidosryhmien kanssa (Juholin 2001, 87). Tässä tutkielmassa tarkastellaan nimenomaan suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten arkiviestintää.

Yhteisön viestintä, niin kuin koko muukin toiminta, on suunniteltua ja johdettua. Yhteisöviestinnässä onnistuminen perustuu siihen, kuinka hyvin yhteisö pystyy vastaamaan sille asetettuihin odotuksiin. Siksi yhteisön on tunnettava omat sidosryhmänsä sekä niiden odotukset ja tarpeet sekä viestinnän että toiminnan suhteen. Lisäksi viestinnän suunnittelussa on huomioitava yhteisön omat tarpeet kertoa itsestään. Viestinnän suunnitteluun kuuluu myös sidosryhmien kirjaaminen. Viestinnän suunnitelma voi olla pitkän aikavälin suunnitelma (2-4 vuotta) tai vuosisuunnitelma. Näiden lisäksi voidaan vuodessa tehdä useitakin hankesuunnitelmia tarpeen tullen. Myös talousarvio on osa viestintäsuunnitelmaa. Ellei ole määrärahoja, ei ole viestintääkään. (Siukosaari 1999, 20-21.) Myös tässä tutkielmassa kartoitetaan Euroopan parlamentin jäsenilleen antamia tiedotusresursseja. Tiedotustarkoitukseen suunnatut resurssit saattavat olla myös organisaation tapa ohjata yksiköiden tiedottamista ja kannustaa viestintään.

Yhteisön viestinnän tavoitteellinen ajattelu alkaa strategiselta tasolta. Silloin muotoillaan, mitä tavoitteita viestinnälle voidaan asettaa, jotta ne palvelisivat koko yhteisön tavoitteita. Viestinnän tavoiteasetannassa on tärkeää erottaa toisistaan viestinnän ja koko toiminnan tavoitteet. Tyypillisiä viestinnän tavoitteita ovat yhteisön tunnettuus, suhteiden toimivuus, tietynlainen yhteisökuva tai toimiva tiedonkulku. Tavoitteiden määrittelyssä on myös tärkeää erottaa viestinnän tulemat ja vaikutukset. Tulemilla tarkoitetaan erilaisia viestinnän tuotoksia kuten esitteitä ja julkaisuja. Vaikutukset taas kohdistuvat yhteisön yhteistyö- ja kohderyhmiin. (Juholin 2001, 80-82.)

2.1.2 Viestintä- ja julkisuusstrategia

Viestintästrategia muodostuu niistä määrittelyistä, valinnoista ja tavoitteista, joita soveltamalla ja toteuttamalla yhteisö menestyy nyt ja tulevaisuudessa hyödyntämällä viestintäresurssejaan mahdollisimman hyvin. Strategian päähuomio on yleensä tulevaisuudessa. Juholin (2001, 52) viittaa Sandra Thorntonin (2000), joka havainnollistaa strategisen ja operatiivisen suunnittelun eroa kolmella kysymyksellä: mitä, miten ja miksi? Kaksi ensin mainittua kysymystä edustaa operatiivista ja ”miksi?” edustaa strategista ajattelua. Tarkasteltaessa parlamentaarikkojen julkisuusstrategioita on tässä tutkielmassa siis tärkeää kysyä: miksi jäsenet pyrkivät julkisuuteen?

Ikävalko (1996, 271, 273) tarkoittaa julkisuusstrategialla organisaation luomia päälinjoja siitä, miten se pyrkii tavoitejulkisuuskuvaansa. Organisaatiolla voi olla useita strategioita. Yksi on virallinen, johdon tai johtajan strategia, mutta yksiköt ja henkilöt voivat noudattaa omaa strategiaansa. Jokaisella organisaatiolla on joka tapauksessa jonkinlainen politiikka tai tiettyjä käytäntöjä, miten mediaan suhtaudutaan tai tulisi suhtautua. Strategian tulisi perustua organisaation ominaisuuksiin ja asemaan niin mediajulkisuudessa kuin koko yhteiskunnassa. Organisaation tulisi tiedostaa oma olemuksensa ja sen sanelema julkisuusvetoisuus. Jos strategia on oikea, organisaatio on paremmassa sopusoinnussa ympäristönsä ja median kanssa. Silloin se saa myös helpommin viestinsä läpi mediajulkisuuteen.

Tutkielmani yhtenä pääajatuksena on, että parlamentin jäsenillä on yksilöinä tai yhdessä avustajiensa kanssa oma julkisuusstrategia. Euroopan parlamentin julkisuustavoitteet vaikuttavat myös jäsenten strategiaan, mutta he itse muotoilevat sen sopivaksi juuri omaan käyttöönsä, julkisuuskuvaansa ja tarpeisiinsa. Tämä on mahdollista, koska he eivät yhdessä muodosta esimerkiksi yhtä Suomea edustavaa ryhmää, vaan kuuluvat parlamentin

puolueyrymiin ja valiokuntiin yksilöinä. Näin myös heidän tarjoamansa aiheet vaihtelevat ja he näkyvät suomalaisessa mediajulkisuudessa usein yksilöinä, eivätkä esimerkiksi suomalaisen puolueensa edustajana.

Oikeaa media- tai julkisuusstrategiaa ei ole, vaan jokaisen yhteisön on itse arvioitava, mikä juuri sille sopii missäkin tilanteessa. Jos organisaatio on suuri ja merkittävä, toimii ennakoiva strategia parhaiten ja reaktiivinen tuottaa helposti vain ikävyyksiä. Pienen yhteisön kannattaa lähestyä mediaa maltillisesti. (Juholin 2001, 191.)

2.1.3 Julkisuuden hallinta

Tiedotusvälineiden vaikutusvallan jatkuva kasvu on pakottanut julkisuudessa esiintyvät miettimään, miten selviytyä mediayhteiskunnassa ja voiko median voimaa neutraloida tai kääntää omaksi eduksi. Julkisuuden hallinnasta on kehittynyt joukkoviestimien vahvan yhteiskunnallisen aseman takia tärkeä osaamisen erikoisalue. Julkisuuden hallinnan kehittyessä ammatilliseksi spontaanisuus on joutunut tekemään tilaa suunnitelmallisuudelle. (Uimonen 1996, 50-51.) Julkisuuden hallinta on poliitikoille erityisen tärkeää, kun he pyrkivät nostamaan esille haluamiaan aiheita tai kun he haluavat päästä suurempaan tunnettuuteen äänestäjien keskuudessa.

Luostarinen (1998, 189-191) sanoo julkisuuden hallinnan käsitteen olevan mukaelma englanninkielisestä termistä ”news management”. Läheisiä termejä sille ovat imagon rakennus, tiedotustoiminta ja PR. Julkisuuden hallinta kuvaa tilannetta, jossa eri toimijat yhteiskunnassa yrittävät yhä päämäärätietoisemmin ja ammattitaitoisemmin vaikuttaa joukkotiedotusvälineiden luomaan julkisuuskuvaan. Tällaisiin ”julkisuuspeleihin” on alettu myös tutkimuksissa kiinnittää yhä enemmän huomiota. Tässä pelissä tiedotusvälineet kilpailevat siitä, kuka saa uutisarvoisimmat ja vaikutusvaltaisimmat lähteet. Lähteet kilpailevat keskenään journalistisesta huomiosta. Lähteet kilpailevat myös journalistien kanssa siitä, kumman näkökulma ja käsitteet asettuvat etusijalle.

Journalistisen julkisuuden hallinnassa on Luostarisen (1994, 67) mukaan ainakin kolme ulottuvuutta, jotka ovat julkisuuteen pääsy, lähtevän sanoman kontrolli ja vaikutus. Lähde etsii ensinnäkin julkisuudessa tilaa erityisesti sellaisessa paikassa, että yleisö on oikea. Lisäksi ajoituksen tulisi olla oikea ja julkisuustila olisi saatava halutusta paikasta haluttuun aikaan aina, kun siihen on erityinen tarve. Sanoman kontrolli rakentuu kolmesta osasta: lähde

päätää, mitä sanoo eikä sanottua editoida tai kommentoida. Lisäksi lähde yrittää vaikuttaa journalisteihin, muihin organisaatioihin ja yleisöön. Vaikutukset voivat olla suoria tai välillisiä. Suorista vaikutuksista on kyse silloin, kun lähde pyrkii vaikuttamaan journalismin agendalla oleviin asioihin, omaan tunnistettavuuteen tai yleisön mielipiteeseen. Jälkimmäisiä vaikutukset ovat silloin, kun tavoitteena on esimerkiksi vain vahvistaa lähteen yhteiskunnallista painoarvoa. Euroopan unioni ja parlamentti ovat Suomessa suhteellisen uusia hallinnollisia elimiä ja siksi niille on mielestäni edelleen tärkeää pyrkiä vahvistamaan omaa painoarvoaan suomalaisessa yhteiskunnassa, jotta ne hyväksyttäisiin ja ymmärrettäisiin osaksi päätöksentekokoneistoa.

Julkisuuden hallinnan järjestelyissä organisaation on tehtävä toiminnallisia valintoja. Organisaatio voi toimia aktiivisesti tai reaktiivisesti (ks. edellä). Lisäksi lähde voi pyrkiä operoimaan julkisuudessa kahdessa roolissa joko synnyttäen uutisia tai ainoastaan kommentoiden niitä asiantuntijana. Lähtevän viestin tarkan valvonnan takaa tiukka keskusjohtoisuus ja muutaman auktorisoidun henkilön asioiminen toimittajien kanssa – keskittäen. Hajauttaen toimiva organisaatio antaa myös alemmille tasoille valtuuksia kertoa oman lähipiirinsä kysymyksistä medialle, mutta organisaation toiminnan kokonaisuuteen vaikuttavat asiat ohjataan tiedottajille tai johtajille. Lähde voi myös hoitaa informaation jakelun avoimesti tai salaisesti niin, että sekä journalistit että yleisö saavat lähteen selville tai niin, että vain väline tietää tarkan lähteen tai niin, ettei sen paremmin väline kuin yleisökään saa selville tiedon todellista lähdettä (ks. edellä briefaus ja vuoto). Organisaatio voi jakaa tietoa myös tukussa tai vähitellen. (Luostarinen 1994, 69-72.)

Julkisuutta voidaan hallita myös rajoittavilla menetelmillä tai painostamalla. Painostus voi olla fyysistä suoraan toimittajiin kohdistuvaa väkivaltaa, taloudellista kuten kuluttaja- tai mainosboikottia tai poliittista. Ammatillisella painostuksella tarkoitetaan erilaisia tapoja pyrkiä osoittamaan puutteita toimittajan ja tiedotusvälineen ammattitaidossa tai itsenäisyydessä. Rajoittavia julkisuuden hallinnan menetelmiä ovat informaation saantia ja informaation käyttöä rajoittavat toimet. Suostutteleva menetelmä on esimerkiksi lahjonta tai tuttavuus lähteen ja toimittajan välillä. Suostutteleviin hallintakeinoihin voidaan laskea myös tietovuodot ja houkuttelevan materiaalin tuottaminen. (Luostarinen 1994, 73-75, 77-85.)

Mediajulkisuuden hallintaan liittyy usein myös ulkoinen luotauksen eli julkisuuden seuranta. Yhteisön kannalta on arvokasta seurata, mitkä tahot ja yhteisöt esiintyvät oman alan

julkisuudessa ja mikä yhteisön oma asema siinä on. Eli minkä verran yhteisö näkyy mediassa ja millaisin painotuksin. (Juholin 2001, 256, 270.)

Euroopan parlamentin jäsenten kohdalla on erityisen tärkeää pyrkiä seuraamaan kansallisen median uutisointia, koska jäsenet työskentelevät Keski-Euroopassa, eivätkä siksi voi olla läsnä Suomessa silloin, kun keskustelua käydään. Toisaalta seuranta ja luotaus voi olla heille vaikeaa juuri välimatkan vuoksi. Suomalaisten lehtien saatavuus saattaa olla huono Euroopan parlamentissa eikä television seuraaminen siellä ole lainkaan mahdollista. Internetin kautta seuranta ja luotaus onnistuu ulkomaillakin. Toisaalta Internetissä ei välttämättä julkaista kaikkia uutisia ja esimerkiksi lehtijutut saattavat olla lyhenneltyjä.

2.2 Poliittinen viestintä

Poliittisen viestinnän käsite on vaikea määritellä, koska sen molemmat osat politiikka ja viestintä voivat saada monia erilaisia selityksiä. McNair (1999, 3-4) viittaa Dentoniin ja Woodwardiin (1990), jotka määrittelevät poliittisen viestinnän olevan julkista keskustelua julkisista resursseista, julkisista viranomaisista, joilla on päätöksentekovalta laillisissa ja lainsäädännöllisissä kysymyksissä sekä virallisista sanktioista, joilla valtio palkitsee tai rankaisee. Tämä määritelmä ei kuitenkaan pidä sisällään viestinnän symbolista puolta. Samat tutkijat määrittelevät poliittisen viestinnän myös siten, että sen lähettäjät haluavat vaikuttaa poliittiseen ympäristöön. Poliittinen viestintä siis pitää sisällään poliittisen keskustelun. Siihen sisältyvät paitsi sanalliset ja kirjoitetut lausunnot, myös visuaaliset elementit kuten pukeutuminen, meikkaus, hiustyyli ja logo. Siis kaikki ne viestinnän elementit, joista poliittinen imago tai identiteetti rakentuu. Nykyisin poliitikkojen ulkonäköön on alettukin kiinnittää yhä enemmän huomiota, koska politiikka on henkilöitynyt ja imagot ovat nousseet keskeisempään asemaan (Isotalus 1998b, 9). Tästä voi nähdä todisteena Suomessa esimerkiksi sen, että kansanedustajavaalien alla maaliskuussa 2003 MTV3:n suuren vaalikeskustelun jälkeen puolueiden puheenjohtajia oli politiikan asiantuntijoiden ohella arvioimassa pukeutumisen ja meikkauksen asiantuntija.

Poliittisen viestinnän tutkimus kohdistuu yleensä kolmen tekijän välisiin suhteisiin. Nämä kolme tekijää muodostavat ja toteuttavat poliittisen toiminnan. Poliittisen viestinnän kolme elementtiä ovat poliittinen organisaatio, media ja kansa. Poliittiset organisaatiot koostuvat poliittisista toimijoista, jotka tavoittelevat valtaa päätöksenteon prosessissa. Poliittisia organisaatioita ovat esimerkiksi puolueet, julkisyhteisöt, eturyhmät, terroristijärjestöt ja

hallitukset. (McNair 1999, 5.) Uusimpia poliittisia organisaatioita Suomessa edustavat juuri Euroopan unionin instituutiot.

Poliittisen viestinnän ja poliittisen retoriikan tarkastelun juuret ovat antiikin retoriikassa. Retoriikka käsittelee nimenomaan julkista keskustelua, joka tuolloin oli tärkein vaikuttamisen ja päätöksenteon väline. Poliittinen viestintä on ollut myös nykyisten viestintätieteiden tutkimuskohteena niiden synnystä eli 1900-luvun alusta saakka. Omaksi poikkitieteelliseksi tutkimusalueeksi poliittinen viestintä muodostui 1950-luvulla (Nimmo ja Sanders 1981, Aarnion ja Isotaluksen 2000, 5-6 mukaan). Poliittisella viestinnällä on ollut vahva asema viestintätieteissä niiden alkua ajoista lähtien. Poliittinen viestintä termi kuvaa sitä, että politiikka on yksi niistä konteksteista, joita viestinnän tutkimuksessa tarkastellaan. Poliitiikan kontekstilla täytyy siis olla joitakin sellaisia viestinnällisiä ominaispiirteitä, jotka erottavat sen muista viestinnän osa-alueista. (Aarnio ja Isotalus 2000, 5-7.)

2.2.1 Poliitiikka, demokratia ja media

Ennen tiedotusvälineiden laajaa levinneisyyttä vaalikampanjoiden kontrolli kuului puolueille. Joukkotiedotusvälineiden kasvu on siirtänyt valtaa medialle. Nykyään tiedotusvälineet ovat merkittävä vaalikampanjan agendan rakentaja. Jo 1960-luvulta lähtien on etenkin yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa oltu kuitenkin huolestuneita tiedotusvälineiden kasvavasta vaikutuksesta politiikkaan, vaaleihin ja kaikkeen ihmisten poliittiseen käyttäytymiseen. (Aura 2000, 95.)

Poliitikot ovat käyttäneet mediaa hyväkseen niin kauan kuin tiedotusvälineitä on ollut olemassa. Aluksi poliitikot ryhtyivät Suomessakin perustamaan sanomalehtiä havaittuaan, kuinka käyttökelpoisia kanavia ne olivat poliittisessa kamppailussa. (Uimonen 1996, 53.) Poliittisen julkisuuden hallintaan liitetään myös kielteistä salaperäisyyttä, jota kuvaa esimerkiksi englanninkielinen ilmaisu *spin doctor* (Luostarinen 1998, 190). Spin doctor -termi esiintyi ensimmäisen kerran Yhdysvalloissa presidentti Reaganin vaalikampanjassa 1980-luvulla. 1990-luvulla termin käyttö yleistyi politiikassa ja sai negatiivisen sivumerkityksen (*to spin* tarkoittaa suomeksi kutoa tai punoa verkkoa, pyörittää, kieputtaa). (Juholin 2001, 194.) Yhden määritelmän mukaan spin doctor voi olla ammattitaitoinen poliittinen konsultti kuten suurin osa Yhdysvaltojen spin doctoreista. Spin doctor voi olla myös median ja PR:n asiantuntija, joka on palkattu tehtävään juuri markkinointiosaamisensa eikä poliittisen taustansa ansioista tai hän voi olla kokenut puoluepoliitikko, jolla on erityisesti kokemusta ja

tietoa kampanjoinnista. Spin doctor pyrkii vaikuttamaan yleiseen mielipiteeseen tarjoamalla medialle tai yleisölle ajamastaan asiasta myönteisen ja edullisen kuvan. (Esser, Reinemann ja Fan 2001, 24.)

Euroopan unionin poliittiseen viestintäkulttuuriin liittyvät kiinteästi myös *lobbarit*. Niillä tarkoitetaan henkilöitä, jotka vaikuttavat organisaation tai asian puolesta viranomaisiin ja poliittisiin päättäjiin. Nimikettä käytetään mediasuhteiden yhteydessä silloin, kun media on osa vaikuttamisen kohdetta. (Juholin 2001, 194.) Myös Euroopan parlamentin jäsenet ovat lobbauskohteita, jos jokin järjestö tai muu yhteisö haluaa vaikuttaa parlamentin tuleviin tai käsittelyssä oleviin päätöksiin. Nykyaikainen lobbaus on ammattitaitoista ja lobbarit ovat tarkasti perehtyneitä niihin asioihin, joihin he pyrkivät vaikuttamaan.

Minkäänlainen demokraattinen päätöksenteko ja sitä edeltävä keskustelu ei voi toteutua ilman palvelevaa viestintäjärjestelmää. Ihanteellisessa demokratiassa enemmistön tahto voi muodostua vain avoimen julkisen keskustelun kautta. Keskustelun tuloksena muodostuu niin sanottu julkinen mielipide, joka ilmentää enemmistön tahtoa. Nieminen (1998, 275) kirjoittaa artikkelissaan Habermasiin (1989) ja Williamsiin (1982) viitaten, että viestinten tehtävänä demokratiassa on muun muassa levittää tehokkaasti tietoa, turvata avoin keskustelu, informoida päättäjiä julkisesta mielipiteestä, julkistaa jo tehdyt päätökset sekä tiedottaa päätösten toimeenpanosta ja seurauksista. Demokratian ongelmat ilmenevät usein kansalaisten suhtautumisessa joukkoviestimiin ja niiden ylläpitämään julkisuuteen. Tutkimuksissa on huomattu, että heikentynyt luottamus viestimien levittämään tietoon ja informaatioon heijastuu myös poliittisen aktiivisuuden laskuna. Nieminen viittaa tässä Kivikuruun (1996), joka sai vastaavia tuloksia median ja poliittisen aktiivisuuden suhteesta tutkiessaan Suomen EU-kansanäänestystä ja sitä edeltänyttä uutisointia vuonna 1994. (Nieminen 1998, 276.) Suomen äänestysprosentti viime europarlamenttivaaleissa oli yksi unionin maiden huonoimmista. Seuraavia vaaleja silmällä pitäen onkin ehkä syytä tarkastella median suhtautumista myös parlamentin nykyisiin jäseniin.

Journalismin kriittinen, ulkopuolisen kyyninen katse julkisuuden hallintaan ja politiikkaan tuottaa ongelmia demokratialle. Karvonen (1999, 35-36) esittää, että journalistit selostavat politiikkaa kuin hevospilpailuja (horse race journalism). Media tarkkailee, kuka rökittää kenet likaisessa pelissä, kuka johtaa mielipidetiedusteluissa ja kuinka musta hevonen kirii voittoon viime metreillä. Näin myös ihmiset oppivat ikään kuin asettumaan katsomoon seuraamaan ulkopuolisina poliittista näyttämöä. He vieraantuvat osallistumisesta yhteisten asioiden

hoitamiseen, vaikka osallistuminen on koko politiikan idea demokraattisessa yhteiskunnassa. Median kielteisen poliittisen raportoinnin sekä epäileväisyyden politiikkaa ja poliitikkoja kohtaan on nähty olevan syynä myös kansalaisten luottamuspulaan poliittista eliittiä kohtaan (Swanson ja Mancini 1996, 16; Isotalus 2001, 10).

EU:ssa ongelmana on demokraattisten viestintäsuhteiden kannalta se, että Euroopan tasolla ei ole olemassa mitään yleiseurooppalaista julkisuutta samassa mielessä kuin kansallisvaltion tasolla. EU:lta puuttuu yhteinen kieli sekä yhdistävä käsitys siitä, mitkä ovat yhteisiä eurooppalaisia kysymyksiä. Lisäksi unionilla ei ole kaikille maille yhteisiä laajalle levinneitä viestintävälineitä kuten sanomalehtiä, radiota ja televisiota. (Nieminen 1998, 278-279.) Tulevaisuudessa unionin tilanne vain monimutkaistuu, koska laajentumisen myötä mukaan tulee lisää maita ja kieliä. Demokratian ylläpitämiseksi olisikin syytä miettiä EU-maille yhteisten joukkoviestintävälineiden luomista. Lisäksi kansalaiset täytyisi saada kiinnostumaan näistä välineistä.

2.2.2 Poliittinen viestintäkulttuuri ja sen muutostrendit

Isotalus (1998b, 8) määrittelee poliittisen viestintäkulttuurin olevan kansalaisten, poliitikkojen ja toimittajien käytäntöjä ja tapoja, skeemoja ja ajattelumalleja sekä yleisiä muutostrendejä, jotka liittyvät joukkoviestinteen tapaan käsitellä politiikkaa. Median rooli poliittisen viestintäkulttuurin kannalta ei ole aina ollut yhtä merkittävä. Nykyisen poliittisen viestintäkulttuurin leimallisina piirteinä onkin se, että media on saanut hyvin keskeisen aseman äänestäjän ja poliitikon välisessä vuorovaikutuksessa. Media on muuttunut pelkästä politiikan raportoijasta poliittiseksi toimijaksi, jopa vaikuttajaksi.

Poliittisessa viestintäkulttuurissa on havaittavissa monia uusia muutostrendejä. Poliitiikan teko näyttää muuttuneen yhä enemmän julkisuuden tavoitteluksi, politiikka on kaupallistunut, mediasta on tullut politiikan ensisijainen kohderyhmä, poliitikon persoona korostuu puolueen roolin heikentyessä, poliittiset imagot ovat nousseet keskeiseen asemaan, kampanjat suunnitellaan ensisijaisesti medialle, politiikka viihteellistyy ja poliittisesta viestinnästä tulee yhä ammattimaisempaa. Näiden piirteiden on katsottu olevan tyypillisiä demokratioissa kaikkialla maailmassa ja tällaista kehitystä on kutsuttu viestinällistymiseksi, amerikkalaistumiseksi tai modernisaatioksi. (Isotalus 1998b, 8-9; Swanson ja Mancini 1996, 2-4.)

Pia Pere (1998, 81, 99) löysi omassa työssään viitteitä näistä muutostrendeistä. Hän havaitsi europarlamenttivaalien henkilöityneen. Hänen haastattelemansa europarlamenttiehdokkaat ja toimittajat kuvasivat vuoden 1996 vaaleja presidentinvaaleiksi pienemmässä mittakaavassa ja perusteluna tälle oli vaalien luonne: Valtakunnallisesti tunnetut ehdokkaat olivat etulyöntiasemassa ja kampanjoissa oli samankaltaisuutta. Peren tutkielmassa tuli myös ilmi, että henkilövaaliasetelma puhutti samalla, kun puolueet jäivät taka-alalle. Lisäksi toimittajat pitivät ammattimaisia kampanjatoimistoja uutena elementtinä vuoden 1996 europarlamenttivaaleissa.

Viestinällistymisen (medialization) käsite korostaa median roolin tärkeyttä ja vallan kasvua. Aspin ja Esaiassonin (1996, 80-81) mukaan viestinällistyminen on kolmiportainen prosessi. Ensinnäkin joukkoviestintä muodostaa tärkeimmän kanavan hallitsijoiden ja hallittujen välillä. Toiseksi joukkoviestinnästä tulee itsenäinen toimija, jolla on valtaa yleisöön, mutta myös valtaa kuviin, jotka vaikuttavat yleisöön. Kolmanneksi yhteiskunta mukautuu joukkoviestinnän työskentelytapoihin ja tilanteeseen, jonka media on luonut. Termiä viestinällistyminen käyttävät yleensä eurooppalaiset, etenkin skandinaaviset tutkijat. Isotalus (2001, 7) viittaa muun muassa Negrineen (1996) ja kirjoittaa, että modernisaatio (modernization) puolestaan korostaa sitä, että myös poliittisen viestinnän muutokset johtuvat yhteiskunnallisista muutoksista. Se pyrkii kuvaamaan laajempaa ja yleisempää kehitystä kuin viestinällistyminen tai amerikkalaistuminen.

Amerikkalaistuminen

Amerikkalaistuminen oli nykyisen poliittisen viestinnän kehityksen ensimmäinen selitys. Amerikkalaistuminen on ongelmallinen termi, koska on vaikeaa sanoa varmasti, että tietyt poliittisen kampanjoinnin piirteet ovat syntyneet juuri Yhdysvalloissa ja levinneet sieltä muualle maailmaan, eikä toisinpäin. Suomalaisessa julkisessa keskustelussa amerikkalaistuminen on runsaasti viljelty käsite. Termi kuvaa samojen poliittisen viestinnän piirteiden omaksumista monissa maissa ympäri maailmaa. Yhdysvalloissa tämä kehitys on pisimmällä. (Isotalus 2001, 7-8.)

Isotalus (2001, 9-10) luettelee amerikkalaistumisen keskeisiä ilmiöitä. Vaalikampanjoihin palkataan yhä enemmän markkinoinnin ja viestinnän ammattilaisia tuottamaan tehokasta kampanjamateriaalia. Median käyttö on muuttunut suunnitelmallisemmaksi ja poliitikot pyrkivät enemmän vaikuttamaan median poliittiseen raportointiin. Myös julkisuudesta on

tullut tärkeämpää poliitikoille ja he rakentavat mediastrategioita hallitakseen sitä. Mediasta on tullut poliitikkojen tärkein kohderyhmä. Äänestäjien valinta riippuu yhä enemmän suhteesta yksittäiseen ehdokkaaseen henkilönä, minkä seurauksena puolueiden rooli on heikentynyt. Myös erilaisten mielipidetutkimusten määrä on kasvanut merkittävästi. Negatiivisten kampanjoiden, joissa puolueet halventavat muiden puolueiden ehdokkaita, suosio on nousussa. Myös viihteelliset elementit ovat nostaneet päätään poliittisessa viestinnässä. Siihen on vaikuttanut etenkin kilpailu eri medioiden välillä. Viihteellisyyden lisääntyminen on myös johtanut siihen, että poliitikkojen henkilökohtaiset suhteet ja asiat ovat alkaneet kiinnostaa mediaa. Julkisen ja yksityisyyden raja mediassa on hämärtynyt (Asp ja Esaiasson 1996, 83).

Myös Ruotsissa poliittinen viestintäkulttuuri on osittain amerikkalaistunut, vaikka siellä kansalliset piirteet ovat säilyneet hyvin. Etenkin mielipidetutkimuksilla on aikaisempaa suurempi rooli ruotsalaisessa politiikassa. Kaikki johtavat mediat julkaisevat omia tutkimuksiaan puolueiden tukemisesta, puoluejohtajien suosiosta tai eri hallitusmuotojen kannatuksesta. Ehkä kuitenkin näitä merkittävämpänä kehityksenä voidaan pitää sitä, että Ruotsissa poliittiset puolueet teettävät itse mielipidetutkimuksia, joita ei julkaista ja joiden tarkoituksena on yleensä testata poliittisia ehdotuksia ja kantoja yleisön parissa. (Nord 2001, 115.) Median tekemät mielipidetutkimukset ja niiden saama laaja julkinen huomio ovat tuttu ilmiö myös Suomessa. Tulevaisuudessa saattavat myös puolueiden tai jopa yksittäisten poliitikkojen tekemät tutkimuksen yleisestä mielipiteestä lisääntyä meilläkin.

Vaikka suomalainen poliittinen viestintä näyttää osin amerikkalaistuneen kansainvälisten trendien mukaisesti, meillä on nähtävissä myös täysin vastakkaisia ilmiöitä. Esimerkiksi viimeisimmissä presidentin vaaleissa vuonna 2000 negatiivinen kampanjointi ei lisääntynyt, vaan päinvastoin harmonia lisääntyi. Tämä osoittaa, että kansainvälisistä samankaltaisuuksista huolimatta myös kulttuurisilla tekijöillä ja yhteiskunnallisella tilanteella on vaikutuksensa poliittisen viestinnän kehitykseen. Suomalaisilla puolueilla on ollutkin huonoja kokemuksia ulkomaisista kampanjakonsulteista, jotka eivät ole olleet tarpeeksi perehtyneitä suomalaiseen kulttuuriin. (Isotalus 2001, 18-19.)

Moring ja Himmelstein (1996, 142-143) toteavat, että suomalainen poliittinen kulttuuri alkoi kehittyä uuteen suuntaan 1990-luvun alun vaaleissa. Heidän mukaansa eduskuntavaalien 1991 ja kunnallisvaalien 1992 alla tehdyt vaalikampanjat toivat etenkin televisiossa esiin uudenlaisen politiikan kuvan. Poliitiikka viihteellistyi vahvasti aikaisempaa enemmän, mutta viihteelliset piirteet kampanjoissa eivät tuntuneet toimivan suomalaisten äänestäjien

houkuttelemisessa. Analysoidessaan television vaaliohjelmaa tutkijat huomasivat, että toimittajat usein laiminlöivät tärkeitä poliittisia kysymyksiä ohjelman dramaturgian ja lyhytaikaisten ”kuumien” aiheiden noustessa etusijalle. Tutkijoiden mukaan Suomessa oli presidentinvaaleissa 1994 edelleen kuitenkin olemassa kaksijakoisuutta vanhan mallin politiikan (the old politics) ja uudenlaisen politiikan (new-image politics) kesken kuitenkin niin, että imagon, persoonan ja television merkitys suomalaisessa vaalikampanjoinnissa oli kasvussa.

Juholin (2001, 281) arvioi tulevaisuuden kehityksen yhteisöviestinnän näkökulmasta olevan amerikkalaistumiselle ja viestinällistymiselle vastakkaista. Hän ennakoii, että tulevaisuudessa joukkoviestimien merkitys vähenee ja suorien yhteydenpitokeinojen käyttö kasvaa. Kuitenkin suurten ja merkittävien organisaatioiden on edelleen hankittava ja ylläpidettävä kelpoisuutensa mediajulkisuudessa, mikä taas vaatii entistä parempaa mediajulkisuuden hallintaa.

Kahden palatsin peli

Kivikuru (1996, 18) viittaa Manciniin (1991) ja kyseenalaistaa käsityksen politiikan viestinällistymisestä sikäli, että kyse saattaakin olla ”kahden palatsin pelistä”. Siinä kaksi eliittiä, poliittistaloudellisen vallan käyttäjät ja media toimivat rinnakkain eivätkä ristikkäin. Mediajulkisuuden ja politiikan lähentyminen on näin intressien yhteisyyttä ja kielikin on yhteinen. Toisaalta medialle on tyypillistä politiikkaa peilaavien kiinnostusten ohessa arvaamattomuus ja anarkistisuus, joka nostaa esiin myös toisen palatsin kannalta epäedullisia seikkoja. Palatsien välinen yhteys kuitenkin toimii, kun taas palatsien ja kansalaisten välisiä yhteyksiä testataan sisällöstä käsin harvoin. Molemmilla palatseilla on taipumus asemoida kansalainen yksiselitteisesti vastaanottajaksi, ei osanottajaksi. Journalistit ja poliittiset eliitit käyvät keskenään keskustelua tavallaan kansalaisten päiden yläpuolella (Mancini 1991, Mörän 1996, 219 mukaan). EU-uutisoinnin tilanne saattaa olla juuri kahden palatsin peliä, koska kansa ei tunne EU:ta, vaikka olisikin kiinnostunut unioniin liittyvistä asioista (ks. EVA 2002). EU:sta keskustellaan ehkä kansalle liian monimutkaisella tavalla ja vaikeaselkoisesti virkamiesten, poliitikkojen ja journalistien kesken. Kansa ei ymmärrä, eikä siksi pysty seuraamaan unionin ja parlamentin päätöksentekoa. EU-uutisointi lähtee yleensä instituutioiden näkökulmasta eikä kansan ongelmista suhteessa EU:hun, vaikka median yksi tehtävä on välittää kansalaisten näkemyksiä poliitikoille eikä vain toisinpäin.

Kahden palatsin pelistä (Mikkonen 1993, Kivikurun 1996, 18 mukaan) on näyttöä esimerkiksi sodanjälkeisestä Suomesta. Silloin poliittisen julkisuuden pääteemoja määrittivät tiedotusvälineissä vakiintuneet auktoriteetit. Eheyttä ja kansallista yhteisyyttä sekä talouden ja politiikan erottelua säätelivät valtavälineissä poliittisesti arvovaltaiset henkilöt, joiden valta murtui vasta EU-prosessin aikana. Mörä (1996, 219) pitää yhtenä esimerkkinä tästä ilmiöstä myös sitä, että siirtyminen journalismista hallinnon puolelle on melko yleistä. Roolien vaihto on helppoa yhteisen kielen ja muodostuneen läheisyyden vuoksi.

2.2.3 Poliittinen julkisuus ja imago

Poliitikko on julkisuudessa hyödyn takia. Julkisuus on poliitikon keino lisätä suosiotaan. Esiintyminen julkisuudessa lisää poliitikon tunnettuutta ja auttaa äänestäjän tutustumista häneen. Kaikki julkisuus ei ole poliitikolle eduksi. Julkisuuden määrän ääripäinä ovat jääminen tuntemattomaksi tai kuuluisuus, jonka seurauksena äänestäjät kyllästyvät poliitikkoon tai hän saa pinnallisen leiman. Poliitikko ei myöskään saisi jäädä äänestäjille liian etäiseksi, mutta liiallisen yksityiselämän paljastamisen seurauksena uhkaa taas pinnalliselta näyttäminen. (Isotalus 1998a, 242, 248-249.) Nykyisin suuri tunnettuus ihmisten keskuudessa voidaan saavuttaa käytännössä vain tiedotusvälineiden kautta. Poliitikassa käytetään usein hyväksi jo olemassa olevaa suurta tunnettuutta. Jos poliitikoksi pyrkivä on jo ennestään tunnettu tv-kasvo, hänen ei tarvitse enää panostaa suuria summia tunnettuuden lisäämiseen. (Karvonen 1999, 18-19.) Tämä selittää niin sanotut julkkisehdokkaat (ks. Kemiläinen 1998).

Ehdokkaana oleva poliitikko on yleensä eniten esillä oman paikkakuntansa tiedotusvälineissä. Valtakunnallisesti tunnetut ehdokkaat saavat julkisuutta valtakunnallisissa välineissä. Periaatteessa poliitikko on aina julkkis, mutta erottaa voidaan valtakunnallinen ja paikallistason julkisuus. (Kemiläinen 1998, 125.) Pere (1998, 86, 97) havaitsi tutkimuksessaan, että europarlamenttivaaleissa 1996 niin sanotut alueelliset ehdokkaat pohtivat ankarasti keinoja, joilla ylittää uutiskynnys. Valtakunnallisesti tunnetut ehdokkaat taas pohtivat sitä, mitä asioita itsestään ja läheisistään he haluavat kertoa julkisuudessa. Tästä Pere päätteli, että alueellisten ehdokkaiden painopisteenä oli mediajulkisuuden määrä, kun taas valtakunnallisille ehdokkaille tärkeää oli julkisuuden laatu. Peren tekemistä tutkimushaastatteluilta kävi myös ilmi, että poliittisesti kokematon populaariarvoa omaava ehdokas sai määrällisesti hyvin mediajulkisuutta, muttei kuitenkaan niiden asioiden tiimoilta, joilla itse olisi halunnut tulla esiin. Alueellisesti tunnettu ehdokas sai mediajulkisuutta lähinnä

paikallisella tasolla ja ylitti valtakunnallisen uutiskynnyksen vain menestymällä mielipidetiedusteluissa tai tekemällä erittäin voimakasta maakunnallista kampanjaa.

Mielikuvalliset tekijät eli imago ja maine ovat olleet jo pitkään tärkeitä äänestäjiä kosiskeltaessa. Jo 1950-luvulla kirjoitettiin siitä, kuinka poliitikot alkoivat käyttää autojen markkinoinnista tuttuja mainostamisen keinoja. Puolueiden menestys riippuu pitkälti siitä, millainen imago tai maine niillä on – eli millainen mielikuva ihmisillä niistä on. Samoin yksittäinen poliitikko on riippuvainen maineestaan. Maine ja mielikuvatekijät ovat tärkeitä, koska ne ohjaavat ihmisten tekemiä valintoja ja päätöksiä, kuten äänestyspäätöksiä. Amerikassa poliitikkojen tuotteistaminen on jo pitkällä. Poliitiikan viestinällistyminen, etenkin television vahva läsnäolo politiikassa, on muuttanut politiikan tekemisen ehtoja. Televisio ei ole vienyt poliitikoilta mitään vaatimuksia, vaan tuonut niitä lisää. Poliitiikan huipulla täytyy hallita asiat rautaisella ammattitaidolla ja sen lisäksi poliitikon on oltava hyvä mediaesiintyjä. Tämä lisävaatimus suosii myös uudenlaista poliitikkolajia. Imagonrakennus ei todellisuudessa kuitenkaan ratkaise kaikkea. (Karvonen 1999, 18-19, 33-34, 221.)

Media on voimakkain imagonrakentaja, vaikka toimittajat eivät mielellään käytä tuota nimitystä itsestään. Eikä media usein rakennakaan myönteistä kuvaa kohteestaan. Toimittajat ehkä hahmottavat imagon viestin lähettäjän harrastamaksi kaunisteleväksi myyntipuheeksi tai propagandaksi. Toimittaja on tavallaan kriittisen kuluttajan asemassa selvittäessään, miten asiat todella ovat. Markkinointipuolella imagoa tai mielikuvaa ei käsitetä viestien lähettämiseksi, vaan sillä tarkoitetaan viestien vastaanottajien kohteesta muodostamia käsityksiä. (Karvonen 1999, 21-23.) Poliitikon imago ja maine syntyy kaikesta siitä, mitä hän tekee, mitä kertoo toiminnastaan ja mitä muut hänestä kertovat. Erilaiset viestit välittyvät vastaanottajille sekä tietoisesti valittuina ja kohdennettuina että tiedostamatta välitettyinä. (Juholin 2001, 149.)

Mielikuvia syntyy aina ja koko ajan halusi lähettäjä sitä tai ei. Siksi niitä kannattaa pyrkiä kontrolloimaan. Yleisöllä on oma mielikuva myös suomalaisista Euroopan parlamentin jäsenistä. Tämä mielikuva voi perustua esimerkiksi jäsenen taustaan kotimaan politiikassa tai urheilussa, julkisuuteen nousseisiin kannanottoihin tai mielipiteisiin – jopa jäsenen ulkonäköön.

Kemiläinen (1998, 149) rakensi tutkielmansa perusteella suomalaisen euroedustajan ideaalityypin. Hänen tutkielmansa mukaan kansalaisten mielestä paras Suomen edustaja

Euroopan parlamentissa olisi fiksu, luonnollinen ja tavallinen, hyvä esiintyjä, ajatusmaailmaltaan monissa asioissa kansalaisten kanssa samaa mieltä, suhteellisen mukava, miellyttävän näköinen ja ammattitaitoinen poliitikko. Näihin kaikkiin mielikuviin vastaaminen on keneltä tahansa poliitikolta kovan työn takana. Kemiläisenkin tuloksissa tulivat esille, että nykyaikaisen poliitikon on oltava miellyttävän näköinen ja hyvä esiintyjä sekä lisäksi ammattitaitoinen poliitikko.

2.3 Sanomalehtiutisten taustaa

Yleisen määritelmän mukaan joukkoviestintä on sanomien välittämistä suhteellisen suurelle, ennalta rajaamattomalle yleisölle. Siinä käytetään apuna teknisiä välineitä eli kanavia ja ainakin lyhyellä aikavälillä se on yleensä yksisuuntaista. Tämän määritelmän perusteella joukkoviestintää ovat siis kaikki median muodot elokuvista kirjallisuuteen ja radiomainoksiin. Joukkoviestintään yhdistyy sen julkisuus. Sen yleisö itse päättää ryhtymisestä yleisöksi ja sanomat ovat kaikkien saatavilla, vaikka käytännössä yleisö valikoituisikin suppeaksi. (Kunelius 1998, 15-16.)

Journalismi on ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää. Nykyisen kaupallisen journalismin ytimessä on ajatus, että journalismi kertoo siitä, mitä maailmassa tapahtuu tai on juuri tapahtunut. Journalismi heijastelee yksinkertaistettua realistista näkemystä todellisuudesta. Se on ikään kuin tosiasioiden pakkaamista ja lähettämistä yleisölle. Nykyjournalismin määritellään myös sekä edustavan yleisöä että toimivan itsenäisen, journalistisen harkinnan perusteella. Journalistien ammattikunta pyrkii suojelemaan omia tuotoksiaan manipulointi- ja vaikutusyrityksiltä. Hyvä journalisti osaa varoa ja torjua yritykset vaikuttaa toimituksellisen aineiston luotettavuuteen. Journalistin kannalta organisaation tavoite hallita julkisuuttaan saattaakin vaikuttaa yritykseltä puuttua toimitustyön itsenäisyyteen. (Kunelius 1998, 18-19.) Siksi julkisuuden hallinta on vaikeaa ja saattaa joskus tuntua jopa mahdottomalta. Kuitenkin toimivalla julkisuusstrategialla on mahdollista ohjailta journalismin aiheita ja juttujen määrää.

Journalismin tärkeimmäksi tehtäväksi tiedon välittämisen ohella esitetään usein päätöksentekojärjestelmän valvomista. Sen tehtävänä on siis olla niin sanotusti neljäs valtiomahti. Journalismi valvoo kansalaisten puolesta julkisen vallan käyttäjiä. Näin se sekä pitää yllä päätöksentekojärjestelmän toimivuutta että sen uskottavuutta. Journalismi on siis eliitin keskeinen viestinnän väline. Journalismi on usein korvaamaton apu tehtyjen päätösten

tiedottamisessa suurelle yleisölle. (Kunelius 1998, 176-177.) Euroopan parlamentin kohdalla neljännen valtiomahdin rooli on ongelmallinen, koska parlamentilla ei ole kaikille unionin maille yhteistä joukkoviestintäkanavaa. Siksi tätä valvontatyötä täytyisikin tehdä kansallisissa joukkoviestimissä tehokkaasti.

Joukkoviestimet ovat kasvava osa modernin ihmisen elämänympäristöä, mutta suhde niihin saattaa pysyä hyvinkin rituaalisena. Levikkiluvut tai median parissa vietetty aika eivät siksi suoraan todista sitä, että median merkitys olisi arjessa kasvanut. Vain harvoin kansalainen pystyy määrittelemään, mistä välineestä ja milloin hän on informaationsa saanut. Usein tieto kulkeutuu hänen elämysmaailmaansa satunnaisia reittejä. Kansalaisen tulkintoja median sisällöstä määrittää oma elämäntodellisuus. (Kivikuru 1996, 21-22.)

2.3.1 Suomalaiset sanomalehdet

Suomalaisten sanomalehtien kehitys alkoi 1700-luvulla, vaikka muihin Euroopan maihin verrattuna Suomi sai ensimmäisen lehtensä myöhään. Aluksi suomalaiset sanomalehdet olivat ruotsinkielisiä, mutta ensimmäinen suomenkielinen lehti Suomenkieliset Tieto-Sanommat ilmestyi 1776. Kuitenkin vasta 1800-luvun autonomian aikana suomenkieliset lehdet saivat hyvät toimintaedellytykset. Viime vuosikymmenille on ollut ominaista paikallislehtien kasvu ja kakkoslehtien kuolema. (Nordenstreng ja Wiio 1994, 34.) Lama koetteli 1990-luvulla myös sanomalehdistöä. Ilmoitustulot ja levikit laskivat kautta linjan. Seurauksena on ollut lehtikuolemia ja ilmestymistiheyden harvenemista. Yksi selvä kehityslinja on viime vuosina ollut keskittyminen. Vahvat lehtitalot ovat hankkineet omistukseensa muita sanoma- ja paikallislehtiä. Noin kolmannes suomalaisista sanoma- ja paikallislehdistä on jonkin suuremman lehtiyrityksen omistuksessa (tilanne vuonna 1994). (Jyrkiäinen ja Savisaari 1994, 58-59.)

Lehdistön kasvu Suomessa 1800-luvun jälkipuoliskolla liittyi yhteiskunnan puoluepolitisoitumiseen. Uudet aatteet ja puolueyhymät tarvitsivat omia äänitorvia. Sotavuosien jälkeinen ykköslehtikehitys oli osaltaan edellisen ajan tiukan puoluelehtivaiheen purkautumista. Lujasti puoluelehden roolista pitivät kiinni vasemmiston sanomalehdet. Niiden kiiwas keskinäinen kamppailu auttoi porvarillisia lehtiä selviytymään voittajina ykköslehtikilpailussa. (Tommila 1994, 37, 41-42.) Puolueista irtautuminen on jatkunut viime vuosiin saakka kiihtyvällä vauhdilla. Vuonna 1994 päivälehdistä vain 11 ilmoitti olevansa sidoksissa johonkin puolueeseen. Kauimmin puoluepoliittista leimaa on kantanut

keskustalainen lehdistö, mutta 1990-luvulla siinäkin alkoi irtautuminen. (Jyrkiäinen ja Savisaari 1994, 59.)

Sanomalehti tavoittaa suomalaiset päivittäin paremmin, kuin mikään muu media. Tutkimusten mukaan yli yhdeksän kymmenestä 12-69-vuotiaista lukee päivittäin sanomalehteä. Aikuiset viihtyvät lehtien seurassa keskimäärin 48 minuuttia päivittäin. Suomi on sanomalehtien levikkien määrässä EU-maiden kärjessä, ja koko maailman levikeissä kolmantena Norjan ja Japanin jäljessä. Sanomalehtien kokonaislevikki tuhatta asukasta kohden Suomessa on noin 544 kappaletta. Suomessa ilmestyi vuonna 2002 yhteensä 202 sanomalehteä. Kymmenen suurinta suomalaista päivälehteä ovat Helsingin Sanomat (levikki vuonna 2001: 446 380), Ilta-Sanomat (218 829), Aamulehti (135 478), Iltalehti (134 777), Turun Sanomat (115 142), Kauppalehti (85 292), Kaleva (83 151), Keski-suomalainen (77 135), Savon Sanomat (67 219) ja Etelä-Suomen Sanomat (62 330). Levikit on selvittänyt Levikintarkastus Oy. (Sanomalehtien liitto 3.11.2002.) Suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten sanomalehtijulkisuutta on olennaista tutkia myös siksi, että Suomi on unionin maiden kärjessä lehtien levikkien määrässä. Suomessa levikkimäärä perustuu muun muassa siihen, että meillä tilataan lehdet kotiin, kun monissa muissa unionin maissa sanomalehdet ostetaan irtonumeroina.

Sanomalehdet ovat monille Euroopan parlamentin jäsenille ja muillekin poliitikoille tärkeä julkisuuskanava, koska niissä on usein helpompi päästä esille poliittisilla aiheilla kuin esimerkiksi televisiossa, joka saattaa suosia etenkin pitemmissä jutuissa viihteellisempiä aiheita. Monille poliitikoille lehdet ovat tärkeä kanava myös omien näkemysten julkaisemisessa kolumnien muodossa.

2.3.2 Uutinen ja uutiskriteerit

Medioihin tulvii materiaalia moninkertaisesti niiden tarpeisiin nähden, ja vain murto-osa aineistosta tulee julkaistuksi tavalla tai toisella. Mediaviestinnässä keskeisiä termejä ovat uutisarvo, uutiskynnys ja uutiskriteeri. Uutisarvo on median tai toimittajan antama merkitys ja painoarvo uutiselle tietyllä hetkellä suhteessa muihin tarjolla oleviin uutisiin. Uutisarvo näkyy esimerkiksi niin, että enemmän uutisarvoa omaava juttu saa isomman otsikon ja näyttävämmän kuvituksen tai että uutisarvoinen juttu pääsee ylipäätään lehteen ja arvoton ei pääse. Uutisarvoon vaikuttaa paitsi media, ajankohta ja uutistilanne myös lähdeorganisaation tunnettuus ja mielenkiinto. Uutiskynnys on se raja, jolloin jostakin asiasta tulee uutisen

arvoinen. Median kilpailutilanteen kiristytessä yhteisöjen on entistä vaikeampaa saada asioitaan läpi joukkoviestimissä. Julkaistavilta asioilta vaaditaan entistä suurempaa uutisarvoa ja vaikuttavuutta. Utiskynnys nousee yleensä uutisvälineen koon kasvaessa. (Juholin 2001, 187, 194.)

Pia Pere (1998, 83-85) huomasi tutkiessaan europarlamenttivaalien 1996 ehdokkaiden mediajulkisuutta, että valtakunnallisesti tunnetun ja valovoimaisen ehdokkaan oli helpompi ylittää utiskynnys niin valtakunnallisissa kuin alueellisissakin tiedotusvälineissä. Peren haastattelemat sanomalehtitoimittajat pitivät utiskynnykselle olennaisina journalistisia valintoja tai periaatetta, että ”juttu tehdään vain, jos on uutista”. Sanomalehtitoimittajat eivät siis suosineet lähteenään julkisehdokkaita. TV-toimittajien mukaan taas heidän utiskynnyksensä riippui eniten yksittäisen toimittajan valinnoista. Iltapäivälehtien toimittajat taas pitivät mediajulkisuutta auttavana tekijänä kiinnostavuutta ja ”myyvyttä”.

Utiskriteerit ovat kokoelma ääneenlausumattomia asioita, joiden perusteella jostakin asiasta tulee uutinen. Näitä kriteerejä ovat Mörän (1996, 106) mukaan ainakin tärkeys eli vaikutus monien ihmisten elämään, ilmiön epätavallisuus, ajankohtaisuus, läheisyys ja ristiriitaisuus. Yhä tärkeämmiksi nykyään ovat nousseet niin sanotut human interest –aspektit. Ihminen on nykyään helpommin uutinen kuin asia ja asia helpommin kuin prosessi. Human interest -termi tarkoittaa aiheita, jotka ovat inhimillisesti mielenkiintoisia, tunteisiin vetoavia, elämyksiä tuottavia niin sanottuja pehmeitä uutisia (Juholin 2001, 187-188). EU-asiat koskevat yleisimmin prosessia tai asioita ja harvoin henkilöitä.

Utisten ja juttujen jatkuva tuotanto edellyttää rutiineja, joilla tietotulvasta valitaan muutama julkaistava aihe sekä niiden käsittelytapa nopeasti ja tehokkaasti. Tällaisia vakiintuneita työskentelytapoja Mörä kutsuu mediarutiineiksi. Poliittisen uutisoinnin kannalta on merkittävä tieto, että journalisteilla on taipumus suodattaa useat asiat eliittilähteiden eli esimerkiksi poliitikkojen kautta. Mörä lainaa McQualia (1992) ja kertoo, että uutiset virtaavat yleensä ylhäältä alaspäin. (Mörä 1996, 105, 108.) EU-uutisointi Suomessa tuntuu olevan juuri ylhäältä alaspäin suuntautuvaa. Harvoin näkee EU-aiheisia juttuja, joissa käsiteltäisiin jotenkin kansalaisnäkökulmaa. Jutut tuntuvat keskittyvän EU:n päätöksentekoon ja direktiivi-uutisointiin.

Luostarinen (1994, 91) on muotoillut journalistista itsenäisyyttä tukevia ja organisaation julkisuuden hallinnan yrityksiä vaikeuttavia tekijöitä. Niitä ovat professionaalinen identiteetti,

ammattillinen ja oikeudellinen suoja sekä taloudellinen riippumattomuus, informaation saannin ja käytön mahdollisimman suuri vapaus, pyrkimys journalismin agendan, tematisaatioiden ja lähteiden itsenäiseen ja riippumattomaan valintaan. Myös pyrkimys itsenäiseen tiedonhankintaan, aikataulupäätöksiin, editointiin ja kommentointiin sekä pyrkimys vastustaa suostuttelevia julkisuuden hallinnan keinoja tukevat journalistista itsenäisyyttä.

Tulevaisuuden uhkakuvana voidaan pitää tilannetta, jossa mediajulkisuus pyörii yhä harvemmin agendojen eli asiasisältöjen ympärillä, jotka kuitenkin vievät suurimman osan yhteiskunnan voimavaroista. Seurauksena vähemmän elämykselliset, mutta kansalaisten ja yritysten arkielämään kuuluvat tärkeät asiat jäävät vähälle huomiolle tai täysin huomiotta. (Juholin 2001, 188.)

Uutinen syntyy siis uutiskriteereihin ja uutisarvoihin perustuen, mutta sen syntyä vaikuttavat myös sattuma ja arkiset tilanteet kuten välimatka. Vaikka Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategia olisi toimiva, ei se välttämättä näy suurena uutisten määränä. Myös välimatka Keski-Euroopasta saattaa vaikuttaa heidän uutisarvoonsa. Parlamentin uutisarvon luulisi kuitenkin olevan korkea, koska suurin osa kansallisestakin lainsäädännöstä on lähtöisin parlamentin käsittelystä. Toisaalta EU:sta tulee paljon informaatiota eri kanavien kautta ja sen instituutiot – komissio, neuvosto ja parlamentti – kilpailevat uutispaikoista myös keskenään ehkä samojenkin aiheiden kohdalla. EU-uutiset julkaistaan nykyään sanomalehdissä yleisesti kotimaan osastolla. Ne siis kilpailevat myös kotimaan politiikan kanssa julkisuuteen pääsystä ja saattavat hävitä taistelussa tilan ollessa aina rajallinen. Usein EU-asioista uutisoidessa juttu henkilöityy pääministeriin, joka yleensä edustaa Suomea neuvoston kokouksissa. Kuitenkin Euroopan parlamentin jäsenet ovat suorilla kansanvaaleilla unioniin valittuja edustajia, joiden asiantuntemusta tai unionin sisäistä näkemystä hyödynnetään suomalaisessa uutisoinnissa melko vähän.

3 EUROOPAN PARLAMENTTI JA TIEDOTUS

3.1 Euroopan unioni

Euroopan unioni (EU) perustettiin toisen maailmansodan jälkeen. Yhdentymisen käynnistyi 1950, kun Ranska ehdotti virallisesti eurooppalaisen liittovaltion perustamista. Kuusi maata, Alankomaat, Belgia, Italia, Luxemburg, Ranska ja Saksa, ovat olleet mukana alusta lähtien. Tällä hetkellä EU:lla on neljän laajentumisen jälkeen (1995: Itävalta, Ruotsi ja Suomi) viisitoista jäsenvaltiota ja se valmistautuu ottamaan jäseneksi kolmetoista Itä- ja Etelä-Euroopan maata vappuna 2004. Euroopan unioni perustuu oikeusvaltion periaatteeseen ja demokratiaan. Unionin päätavoitteet ovat Euroopan kansalaisuuden luominen, vapauden, turvallisuuden ja oikeuden takaaminen, taloudellisen ja sosiaalisen edistymisen tukeminen ja Euroopan kansainvälisen roolin vahvistaminen. (Europa, 3.11.2002.)

EU:ta johtaa oikeusvaltion periaatteita noudattaen viisi toimielintä, joilla kullakin on oma tehtävänsä. Toimielimet ovat Euroopan parlamentti, Unionin neuvosto (koostuu jäsenvaltioiden hallitusten ministereistä), Euroopan komissio (aloitteentekijä ja toimeenpanija), tuomioistuin (valvoo lainsäädännön noudattamista) sekä tilintarkastustuomioistuin, jonka tehtävä on EU:n talousarvion moitteettoman ja lainmukaisen hoidon valvonta. Euroopan unioniin kuuluu myös viisi muuta elintä: Euroopan talous- ja sosiaalikomitea, Alueiden komitea, Euroopan oikeusasiamies, Euroopan investointipankki ja Euroopan keskuspankki. Järjestelmää täydentää joukko erillisvirastoja ja muita elimiä. (Europa, 3.11.2002.)

3.2 Euroopan parlamentti

Euroopan yhteisön perustamissopimuksessa vuodelta 1957 todetaan, että Euroopan parlamentti edustaa kansoja. Euroopan parlamentissa on nykyisin 626 jäsentä, jotka valitaan 15 jäsenmaasta. Kunkin jäsenvaltion edustajien lukumäärä on määrätty perussopimuksissa. Kesäkuussa 1979 Euroopan parlamentti valittiin ensimmäisen kerran suorilla vaaleilla. Euroopan parlamenttiin valittujen jäsenten toimikausi on viisi vuotta, mutta kausien määrää ei ole rajoitettu. Seuraavat vaalit ovat vuonna 2004. Parlamentti valitsee keskuudestaan puhemiehistön aina kahdeksi ja puoleksi vuodeksi kerrallaan. (Euroopan parlamentti, 25.11.2002; Europarl, 3.11.2002.)

Uudet perussopimukset ovat lisänneet parlamentin vaikutusvaltaa ja toimivaltuuksia Euroopan unionissa. Varsinkin vuonna 1992 tehty Maastrichtin sopimus ja sitä vuonna 1997 seurannut Amsterdamin sopimus ovat muuttaneet Euroopan parlamentin lakiasäätäväksi elimeksi, joka toimii kansallisten kansanedustuslaitosten tapaan. (Euroopan parlamentti, 25.11.2002; Europarl, 3.11.2002.) Lainsäädännössä parlamentin järein ase on yhteispäätösmenettely, jossa jäsenmaista koostuva ministerineuvosto ja Euroopan parlamentti yhdessä päättävät uusista direktiiveistä ja muista säädöksistä muun muassa seuraavilla aloilla: talous, ympäristö, tutkimus ja teknologia sekä kulttuuri. Unionin budjetti tarvitsee toteutuakseen parlamentin hyväksynnän. Parlamentilla nimittää Euroopan komission ja komission puheenjohtajan. Parlamentti hyväksyy myös Euroopan unionin uudet jäsenmaat ja nimittää Euroopan oikeusasiamiehen. (Sundell, Lumme ja Hellsten 2000, 144, 169; Colomer 2002, 290.)

Suomen ensimmäiset edustajat Euroopan parlamenttiin valitsi Suomen eduskunta omasta keskuudestaan joulukuussa 1994. 16 kansanedustajaa jätti silloin eduskunnan ja siirtyi parlamenttiin. Ensimmäiset eurovaalit järjestettiin Suomessa lokakuussa 1996. Viimeksi kesäkuun 1999 vaaleissa Suomen edustajiksi Euroopan parlamenttiin valittiin 16 henkilöä, jotka aloittivat toimessaan 20. heinäkuuta 1999 (liite 1). Suomesta valitut parlamentin jäsenet eivät muodosta varsinaista Suomea edustavaa ryhmää, vaan he ovat sijoittuneet parlamentissa toimiviin poliittisiin ryhmiin. Parlamentissa on edustettuna yli 120 poliittista puoluetta, jotka ovat muodostaneet monikansallisia poliittisia ryhmiä. Lisäksi on sitoutumattomia jäseniä. Suomen keskustan ja Ruotsalaisen kansanpuolueen edustajat kuuluvat ELDR-ryhmään (Euroopan liberaali- ja demokraattipuoleen ryhmä), Kansallinen kokoomuksen ja Suomen kristillisdemokraattien edustajat PPE/DE –ryhmään (Euroopan kansanpuolueen ryhmä ja

Euroopan demokraatit), Suomen Sosialidemokraattisen Puolueen edustajat PSE:hen (Euroopan sosialidemokraattisen puolueen ryhmä), Vihreä Liitto Verts/ALE-ryhmään (Euroopan vapaa allianssi –ryhmä) ja Vasemmistoliiton edustaja GUE/NGL-ryhmään (Euroopan yhtyneen vasemmiston konfederaatioryhmä – Pohjoismaiden vihreä vasemmisto) (liite 1). Ryhmien lyhenteet tulevat niiden ranskankielisistä nimistä. (Euroopan parlamentti 25.11.2002.)

Osa parlamentaarikon työstä tehdään valiokunnissa, joita on 17. Lisäksi parlamentti voi perustaa väliaikaisia ja tutkintavaliokuntia. Kukin parlamentin jäsen kuuluu varsinaisena jäsenenä tavallisesti yhteen valiokuntaan ja varajäsenenä toiseen. Lisäksi jäsenet kuuluvat sekavaliokuntiin tai valtuuskuntiin, jotka hoitavat suhteita kolmansiin maihin. Parlamentin jäsenet työskentelevät suurimman osan ajastaan Brysselissä, Belgiassa, missä kokoontuvat parlamentin valiokunnat ja poliittiset ryhmät. Parlamentin kotipaikka on Strasbourgissa, Ranskassa, jossa parlamentti pitää noin viikon mittaiset täysistunnot 12 kertaa vuodessa. Brysselissä pidetään ylimääräisiä täysistuntoja. Parlamentin pääsihteeristö toimii Luxemburgissa. Parlamentissa työskentelee varsinaisten jäsenten lisäksi noin 3 500 virkamiestä, tulkkia ja kääntäjää. (Euroopan parlamentti, 25.11.2002; Colomer 2002, 290.)

Euroopan parlamentti on unionin toimielimistä ainoa, joka on suorilla kansanvaaleilla valittu. Sen aseman kansalaismielipiteen ilmaisukanavana pitäisi siis olla merkittävä. Euroopan parlamentin vaalit ovat kuitenkin jääneet, ainakin äänestysaktiivisuudella mitattuna, äänestäjille vieraiksi niin Suomessa kuin muissakin EU:n jäsenmaissa. (Sundell, Lumme ja Hellsten 2000, 144, 169.) Vuonna 1996 Suomessa asuneista äänioikeutetuista äänesti Euroopan parlamentin vaaleissa 60,3 prosenttia, mutta vuoden 1999 vaaleissa Suomen äänestysprosentti romahti 30,1 prosenttiin (mukaan laskettu myös Suomen rajojen ulkopuolella asuvat äänioikeutetut). Suomi putosi näin myös EU-maiden hännille äänestysvilkkauksessa Britannian, Hollannin ja Ruotsin kanssa. (Euroopan parlamentti, 25.11.2002.)

3.3 Euroopan parlamentin julkisuus ja tiedotus

Euroopan parlamentin täysistunnot ovat avoimia yleisölle ja tiedotusvälineiden edustajille. Euroopan parlamenttia pidetäänkin avoimimpana unionin instituutiona, koska esimerkiksi komission ja neuvoston istunnot eivät ole kansalaisille ja tv-kameroille avoinna. Parlamentin mukaan esimerkiksi vuonna 1994 istuntoihin osallistui kaikista unionin maista yhteensä

keskimäärin 245 toimittajaa ja istunnoista tehtyjen tv-raporttien määrä oli kokonaisuudessaan 1 847 kappaletta, mikä tarkoittaa noin 325 tuntia lähetysaikaa. (Tanner 1999, 27.) Myös parlamentin valiokuntien työskentely on pääosin julkista. Parlamentin mietinnöt ja muut asiakirjat ovat julkisia ja ne painetaan 11 virallisella EU:n kielellä. Näin pyritään takaamaan tiedon kulku ja demokraattinen valvonta EU-maiden kansalaisia koskevista asioista päätettäessä. Euroopan parlamentin jäsenten on ilmoitettava julkiseen luetteloon ammatillinen toimintansa ja muut palkalliset toimet tai tehtävät. Lisäksi heidän on ilmoitettava taloudellisista eduistaan ja muista tulonlähteistään. (Europarl, 3.11.2002; Euroopan parlamentti, 25.11.2002.) Nämä ilmoitukset löytyvät Internetistä ja käytännössä ne ovat jokaisen parlamentaarikon omantunnon varassa. Esimerkiksi suomalaisista parlamentin jäsenistä vain noin puolet ilmoitti saavansa muita tuloja. (Euroopan parlamentin jäsenet, 13.4.2003.)

Euroopan parlamentilla ei ole varsinaista viestintästrategiaa. Sellaiselle olisi selvää tarvetta ja parlamentti onkin pyytänyt brysseliläistä konsultointiyritystä, nimeltään Hill and Knowlton, ehdottamaan sille strategiaa. Parlamentilla on useita keskusvirastoja (Directorate-General), joista yhden (DG III) ala on ”Information and Public Relations”. Sen alle kuuluvat lehdistötoimisto, audiovisuaalinen osasto ja ulkoiset tiedotustoimistot kaikissa jäsenmaissa. Lehdistötoimistolla on muun muassa 11 kieliosastoa ja lehdistökeskuksia Brysselissä ja Strasbourgissa. (Tanner 1999, 27.)

Kokonaisuudessaan viestintävirkamiesten määrä parlamentissa nousee reilusti yli sadan, kun mukaan lasketaan puolue ryhmien lehdistöavustajat, ulkoisten tiedotustoimistojen työntekijät, eri kieliyksiköiden toimittajat ja puhemiehen avustajat. Jotkut parlamentin jäsenet ovat antaneet avustajilleen sekä hallinnollisia että tiedotustehtäviä. He saattavat myös ostaa palveluita tiedotuskonsulteilta omassa maassaan. Tiedotusvirkamiesten mukaan tarve viestintätoiminnoille on kasvanut, mutta samaan aikaan resursseja on vähennetty. Muun muassa eri kielten suuri määrä on tehnyt työstä entistä vaikeampaa. (Tanner 1999, 28.)

Parlamentin julkisuustyön tärkein kohderyhmä ovat parlamentin jäsenet, koska he tiedottavat kotimaassaan ja näin välittävät tietoa eri tukiryhmille. Monet parlamentin jäsenet levittävät uutislehtiä kotimaassaan puolueille, teollisuudelle, ammattiyhdistyksille ja hallitukselle. Jäsenet käyttävät suhteellisen paljon aikaa esitellessään unionin politiikkaa ja työtään parlamentaarikkona kansalliselle medialle. Vastaavasti jäsenet tuovat mukanaan parlamenttiin kansallisten puolueiden ja kansalaisten huolenaiheita tai toiveita. (Tanner 1999, 28.)

Euroopan parlamentti julkaisee useita esitteitä ja lehdistötiedotteita, joita saa lehdistökeskuksista sekä jäsenvaltioiden tiedotustoimistoista. Myös tiedotustilaisuuksia järjestetään säännöllisesti joko omasta aloitteesta tai pyynnöstä. Parlamentissa käy paljon vierailijoita. Jokainen Euroopan parlamentin jäsen saa kutsua vuosittain 90 oman maansa kansalaista tutustumaan parlamenttiin. Parlamentti seuraa päivittäin reaktioita ja raportteja kansainvälisessä lehdistössä. Se on palkannut ulkopuolisen yrityksen tarkastelemaan julkisuuteensa laatua ja määrää. Tämän yrityksen (Hill and Knowlton) vuoden 1996 arvion mukaan EU:n tiedotukselta puuttuu strateginen suunta. (Tanner 1999, 28-30.)

3.4 Euroopan unioni ja suomalaiset

Elinkeinoelämän valtuuskunta tutkii säännöllisesti suomalaisten ja EU:n suhdetta. Sen tuoreen raportin mukaan 61 prosenttia vastanneista ilmoitti seuraavansa kiinnostuneina EU-jäsenyyteen liittyviä asioita, mutta jopa 60 prosenttia arvioi oman tietotasonsa huonoksi. (EVA 2002, 14-17.) Euroopan komission kaksi kertaa vuodessa teettämän Eurobarometrin mukaan suomalaiset arvioivat keväällä 2002 asteikolla 1-10 oman EU-tietouden tasonsa 4.5:n arvoiseksi. Suomalaisten enemmistö suosii televisiota (67 %) ja päivälehtiä (52 %) etsiessään tietoa Euroopan unionista, sen toimintatavoista ja instituutioista. Internetiä käyttää 23 prosenttia. Sen sijaan Euroopan unionin järjestämiä tiedotusmuotoja, kuten Eurooppa-tiedotuksia, Eurotietokeskuksia, Euro-tietopisteitä, Eurokirjastoja tai Euroopan unionin tiedotteita ilmoitustauluilla käyttää vain hyvin pieni osa suomalaisista. Suomalaiset eivät yleisesti ottaen luota kovin paljon Euroopan unioniin, mutta he luottavat yksittäisiin toimielimiin. Euroopan parlamenttiin luottaa Eurobarometrin mukaan 54 prosenttia suomalaisista. Suomalaiseen Jacob Södermaniin henkilöitynyt Euroopan oikeusasiamies sai myös suomalaisilta paljon luottamusta. Nämä tiedot perustuvat Suomessa 29.3.-1.5.2002 tehtyyn mielipidetiedusteluun, jossa haastateltiin 1 010 yli 14-vuotiasta suomalaista. (Euroopan komissio 2002, 1, 16, 26, 41-42.)

Alastalo (1996, 133-134, 143-146) selvitti tutkimuksessaan suomalaisten mielipiteitä EU- uutisoinnista. Hän tiedusteli kansalaisilta EU-uutisoinnin seuraamista EU-jäsenyytäänestyksen alla vuonna 1994. Alastalon mukaan ihmiset kaipasivat eniten tietoa joko heitä itseään koskevista asioista tai perustietoa EU:sta. Vastaajien mukaan EU-uutisoinnin vaikeaselkoinen kieli tuotti usein vaikeuksia ymmärtää asioita. Kaiken kaikkiaan EU aiheena tuntui jäävän varsin etäiseksi ihmisten arkielämälle. EU:sta kiinnostuivat ne, jotka

olivat jonkin julkisen roolin kautta sen kanssa tekemisissä ja hankkineet aiheesta itse lisätietoa.

Median rooli suomalaisten unionitodellisuuden ja -tietoisuuden muodostumisessa on tavanomaista merkittävämpi. Media on perinteisten rooliensa lisäksi toiminut opettajana unionin perusasioissa ja historiassa. EU-kansanäänestyksen alla 1994 media oli monelle äänestäjälle ainoa tiedonlähde, josta täytyi löytää ainekset oman näkemyksen luomiseksi. Suomalaisen median välittämä kuva EU-asioista on ollut vastaanottajan näkökulmasta etäinen ja tylsä. Tiedotusvälineet eivät ole saaneet suomalaisia aidosti kiinnostumaan esimerkiksi EU:n päätöksentekokoneistosta, mistä todisteena voi ehkä pitää paitsi useita mielipidetutkimuksia myös alhaista osallistumista Euroopan parlamentin vaaleihin. (Mörttinen 2000, 113, 112.)

Yleensä suomalaisessa poliittisessa journalismissa keskustelua käydään toimittajien ja poliitikkojen välillä. EU:n myötä keskusteluun ovat tulleet mukaan myös virkamiehet, joita EU:n instituutioissa pääasiassa työskentelee. Mörttisen mukaan poliitikkoja kiusaa uudenlainen virkamiehille ”menetetty” julkinen huomio. (Mörttinen 2000, 98.)

4 TUTKIMUSASETELMA

4.1 Tutkielma pähkinäkuoressa

Tämän tutkielman tavoitteena on tarkastella suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuustulosta eteläsuomalaisissa sanomalehdissä sekä jäsenten julkisuusstrategioita. Julkisuustulosta ja –strategiaa on tarkoitus myös verrata toisiinsa, jotta saadaan selville, missä suhteessa ne ovat toisiinsa. Pyrin siis tarkastelemaan, ovatko parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat onnistuneet suhteessa sanomalehtien uutisointiin. Lisäksi tutkin parlamentaarikkojen tavoitejulkisuuskuvia ja heidän tyytyväisyyttä julkisuuteensa. Myös parlamentin jäsenten mediasuhteet ovat tutkimuksen kohteena. Tutkimusaineistona ovat sanomalehtijutut ja parlamentin jäsenten tai avustajien haastattelut sekä kyselyvastaukset.

Ajatuksenani on se, että vaikka julkisuusstrategiaa ei olisikaan kirjoitettuna paperille, se kuitenkin on olemassa ja jokainen poliitikko pyrkii hallitsemaan julkisuutta jollakin tavalla. Haastatteluista ja kyselyvastauksista pyrin löytämään julkisuusstrategiat ja hallinnan keinot tiedotuskäytännöistä tavoitteisiin. Vertaamalla strategioita lehtijuttuihin yritän selvittää, miten strategiat ja käytännöt toimivat ja vastaavat tavoitteita, joita parlamentin jäsenet ovat asettaneet viestinnälleen.

4.2 Tutkimuskysymykset

Tutkielmani tutkimuskysymykset jakautuvat kolmeen osaan. Osat ovat sanomalehtijutut, niiden määrä ja sisältö, parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat, niiden lähtökohdat ja tavoitteet sekä näiden kahden näkökulman yhdistäminen lopputulokseksi eli julkisuusstrategioiden ja sanomalehtijuttujen julkisuustulosten kohtaaminen. Tutkimuskysymykset ovat:

Julkisuustulos sanomalehdissä:

1. Miten paljon ja millaisissa yhteyksissä Euroopan parlamentin jäsenet näkyvät suurissa eteläsuomalaisissa sanomalehdissä?

Tähän kysymykseen pyrin löytämään vastauksen analysoimalla lehtiartikkeleita suurimmista eteläsuomalaisista sanomalehdistä. Niistä lasken juttumäärän, kuvamäärän, juttujen sisällön ja teemat, jotka nousevat esille aineistosta.

Julkisuusstrategiat:

2. Millaisia ovat suomalaisten parlamentaarikkojen julkisuusstrategiat, niiden tavoitteet ja lähtökohdat?
3. Ovatko parlamentaarikot tyytyväisiä julkisuuskuvaansa?
4. Millainen suhde parlamentaarikoilla on mediaan?

Näihin kysymyksiin pyrin löytämään vastaukset teemahaastattelemalla suomalaisia Euroopan parlamentin jäseniä tai heidän tiedotukseen osallistuvia avustajiaan. Vastauksia näihin kysymyksiin myös sähköpostitse taustakyselyllä.

Julkisuustuloksen ja –strategian kohtaaminen:

5. Vastaako parlamentaarikkojen julkisuustulos eteläsuomalaisissa sanomalehtijutuissa heidän julkisuusstrategiansa tavoitteita?

Tähän kysymykseen pyrin vastaamaan yhdistämällä edellisten tutkimuskysymysten tulokset ja vertaamalla niitä keskenään. Ajatuksenani on, että julkisuustulos voidaan tietyltä ajanjaksolta nähdä julkaistuista uutisista. Vertaamalla tätä julkisuustulosta parlamentaarikkojen tai avustajien määrittämiin tavoitteisiin ja panostuksiin saadaan vastaus viidenteen tutkimuskysymykseen.

4.3 Sanomalehtiaineisto ja sisällönanalyysi

Analysoin määrällisen sisällönanalyysin keinoin (ks. Väliverronen 1998, 15) sanomalehti uutisia ajalta 1.4.-31.7.2002. Sanomalehtiä, joista olen kerännyt Euroopan parlamentin jäseniin liittyvät uutiset, ovat Helsingin Sanomat, Turun Sanomat, Aamulehti, Keski-suomalainen, Hufvudstadsbladet, Iltalehti ja Ilta-Sanomat. Tästä aineistosta tarkastelin, kuinka usein parlamentaarikot mainittiin, kuka missäkin lehdessä ja millaisten aiheiden yhteydessä heitä käsiteltiin. Lisäksi laskin, minkä verran kuvia parlamentaarikoista oli julkaistu.

Olin 1.4.-31.7.2002 työharjoittelussa Euroopan parlamentin Suomen tiedotustoimistossa ja myös lehdet ovat samoja, joista siellä artikkeleita kerättiin. Lehdet edustavat Etelä-Suomen suurimpia sanomalehtiä. Mukana on myös Suomen suurin ruotsinkielinen sanomalehti Hufvudstadsbladet. Suurimpien päivälehtien joukosta puuttuu ainoastaan Oulussa ilmestyvä Kaleva ja Kauppalehti (Sanomalehtien liitto 3.11.2002), koska niitä ei tilattu myöskään parlamentin Suomen tiedotustoimistoon, eikä niiden uutisaineisto ollut siksi yhtä helposti saatavilla tätä tutkimusta varten. Näin ollen sanomalehtiaineisto keskittyy Etelä-Suomeen. Aineisto vastaa hyvin tiedotustoimiston parlamentin sisällä levittämää päivittäistä sanomalehtikatsausta, josta myös parlamentaarikot seuraavat heistä julkaistuja uutisia. Tiedotustoimiston aineistosta olen jättänyt pois Uutislehti 100:n, koska se on ilmaisjakelulehti ja poikkeaa merkittävästi muista analysoimistani sanomalehdistä sekä Suomen Kuvalehden, koska se on viikkolehti. Mukana ei myöskään ole Helsingin Sanomien NYT-liitteen tai Kuukausiliitteen juttuja.

Aineistoon on kerätty vain parlamentin jäsenten työhön liittyvät jutut. Eli pelkkiä juorupalstajuttuja tai johonkin aivan muuhun kuin Euroopan parlamenttiin liittyviä juttuja, joilla ei ole merkitystä myöskään kotimaan politiikassa, ei ole otettu mukaan tarkasteluun. Tällaista periaatetta noudatetaan parlamentin Suomen tiedotustoimistossa, jonka varastoista materiaali on kasattu. Euroopan parlamentin jäsenen työtä käsittelevien juttujen lisäksi mukana ovat kotimaan politiikkaan liittyvät jutut, koska ne vaikuttavat usein myös jäsenten työhön parlamentissa. Keskittyminen juttuihin, jotka käsittelevät Euroopan parlamentin jäsenen työtä on mielestäni perusteltua tämän tutkielman rajauksen vuoksi. Haluan tutkia nimenomaan parlamentaarikkojen työhön liittyvää julkisuusstrategiaa ja siksi juttujenkin on keskityttävä heidän työnsä käsittelyyn.

Olen laskenut parlamentaarikoista tehdyt maininnat sanomalehdissä ja luokitellut ne eri lehtien ja jäsenten mukaan sekä seuraavasti: human interest –jutut eli niin sanotut pehmeät ja tunteisiin vetoavat jutut (ks. Juholin 2001), asiapainotteiset jutut, oma kolumni, toisen kirjoittajan kolumni ja pääkirjoitus. Lisäksi olen merkinnyt muistiin, missä lehdissä parlamentaarikkoa käsitelleessä jutussa on ollut hänen kuvansa mukana. Lisäksi tarkastelin, mitä teemoja nousee esille kunkin parlamentin jäsenten kohdalla. Käytin analysoinnissa apuna Microsoft Excel taulukko-ohjelmaa, joka helpotti yhteenlaskua ja lukumäärien vertailua. Maininnalla tarkoitan sitä, että parlamentin jäsenen nimi esiintyy kerran tai useammin jutussa. Yhdessä jutussa voi siis olla maininta useasta eri parlamentaarikosta, mutta vain kerran yhdessä jutussa.

Sisällönanalyysin eli erittelyn avulla voidaan luokitella ja laskea tekstin sisältämiä aiheita, asenteita, mielipiteitä tai siinä esiintyviä toimijoita ja niiden suhteita. Sisällönanalyysi voi olla laadullista tai määrällistä, mutta useimmiten termillä viitataan määrälliseen tutkimustapaan. Vaikka tämän analyysitavan suosio on viime vuosina hiipunut, on määrällinen sisällönanalyysi edelleen käyttökelpoinen tapa luoda yleiskuva jostakin suhteellisen laajasta dokumenttiaineistosta. Tuekseen määrällinen sisällönanalyysi tarvitsee teoreettisia selitysmalleja ja laadullisia analyysimenetelmiä. (Väliverronen 1998, 15-16.) Myös Pehrman (2000) käytti määrällistä sisällönanalyysiä vertaillessaan europarlamenttivaalien 1999 poliittista julkisuutta Suomen, Ruotsin ja Ison-Britannian sanomalehdissä.

4.4 Taustakyselyt ja teemahaastattelut

Lähetin syksyllä 2002 sähköpostilla suomalaisille Euroopan parlamentin jäsenille alustavan kyselyn (liite 2), jossa tiedustelin avoimilla kysymyksillä perusasioita heidän tiedotuksestaan pohjakartoitusta varten. Parlamentaarikkoja on yhteensä 16 ja vastauksia sain 14 (liite 3). Yksi vastauksista saneltiin puhelimesta. Kaksi parlamentaarikkoa, jotka eivät vastanneet taustakyselyyni jäivät kokonaan pois julkisuusstrategian tarkastelusta. He ovat kuitenkin mukana sanomalehtiaineistossa. Vastauksista osaan oli vastannut parlamentaarikon avustaja. Avustaja on usein myös se henkilö, joka pääasiassa huolehtii parlamentaarikon viestinnästä. Avustajien vastaukset olivat samanarvoisia jäsenten omien vastausten kanssa, koska kyselyssä käsiteltiin nimenomaan viestintään ja julkisuusstrategiaan liittyviä asioita. Vastausaika annoin noin kaksi viikkoa eli syyskuun loppuun saakka, mutta muutaman vastauksen otin vastaan vielä marras- ja joulukuussa.

Haastattelin kahdeksaa parlamentin jäsentä tai jäsenen tiedotukseen osallistuvaa avustajaa keväällä 2003 (liite 4). Alustavan kyselyn lopussa kysyin mahdollisuutta haastatteluun ja haastateltavat valikoituivat sen mukaan. Haastateltavia valitessani kiinnitin huomiota myös siihen, että materiaaliin saataisiin mukaan eri puolueiden edustajia. Myös avustajan tai parlamentaarikon valinnan ratkaisi heidän oma toivomuksensa. Lopulta haastattelin neljää eri parlamentaarikkoa ja neljää eri jäsenen avustajaa. Näin aineistossa on haastattelut kahdeksan jäsenen osalta. Haastattelut toteutin teemahaastatteluina (esim. Hirsjärvi ja Hurme 2001). Teemahaastattelun valitsin metodikseni, koska halusin saada kasaan mielipiteitä ja nähdä nouseeko eri edustajien kohdalla esille erilaisia näkökulmia ja asioita. Lisäksi aiheeni on vähän kartoitettu alue.

Haastattelussa on mahdollista saada ilmi vastausten taustalla olevia motiiveja ja ei-kielelliset ilmaisut auttavat ymmärtämään vastauksia. Teemahaastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu menetelmä, koska yksi haastattelun aspekti, haastattelun aihepiirit eli teema-alueet, ovat kaikille samat. Teemahaastattelulta puuttuu lomakehaastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys, mutta se ei ole täysin vapaa niin kuin syvähaastattelu. Teemahaastattelun runkona toimii teema-alueuuttelo. Teema-alueet edustavat teoreettisten pääkäsitteiden tarkennettuja alakäsitteitä. Ne ovat pelkistettyjä, iskusanamaisia luetteloita. Haastattelutilanteessa ne ovat haastattelijan muistilistana ja keskustelua ohjaavana kiintopisteenä. Haastateltaessa teema-alueet tarkennetaan kysymyksillä ja myös tutkittava toimii tarkentajana. Esihaastattelu on teemahaastattelun välttämätön ja tärkeä osa. Esihaastattelun tarkoituksena on testata haastattelurunkoa, aihepiirien järjestystä ja hypoteettisten kysymysten muotoilua. Esihaastatteluilla saadaan selville myös haastattelun keskimääräinen pituus. (Hirsjärvi ja Hurme 2001, 34, 47-48, 66, 72-73.)

Varsinaisia haastatteluja ennen tein esihaastattelun (liite 4) entisen suomalaisen Euroopan parlamentin jäsenen avustajan kanssa. Esihaastattelun jälkeen muokkasin haastattelurunkoani (liite 5) melko paljon. Muutin teemojen järjestystä, koska huomasin, että tietyt asiat linkittyivät yhteen ja seuraisivat luonnollisesti toisiaan keskustelunomaisessa haastattelutilanteessa. Lisäsin myös muutaman teeman, koska ne tulivat esille esihaastattelussa ja halusin varmistaa niiden mukanaolon myös varsinaisissa haastatteluissa. Harkitsin myös joidenkin teemojen poistamista, koska ne tuntuivat tulevan esille muiden teemojen alla. En kuitenkaan poistanut niitä, koska arvelin, että jokainen haastattelu saattaa lopulta muodostua hyvinkin erilaiseksi kokonaisuudeksi haastateltavan puheliaisuudesta,

painotuksista ja innostuksesta riippuen. Huomasin myös johdattelevani välillä liikaa haastateltavaa ja päätin pyrkiä yksinkertaisempiin kysymyksiin, kuitenkin niin, että haastateltava jatkaa keskustelua kanssani avoimesti.

Haastatteluiden pohjana toimineen teemaluettelon tein teoriataustan pohjalta. (liite 5). Tein myös laajemman teemaluettelon (liite 6) jo tässä vaiheessa silmällä pitäen analyysivaihetta. Tein haastattelut yleensä haastateltavan omassa toimistossa, joka oli ympäristönä rauhallinen. Haastatteluista suurin osa on noin 50-60 minuuttia pitkiä, mutta mukana on myös muutama 30-40 minuuttinen haastattelu. Haastattelun pituus vaihteli haastateltavan puhehalukkuuden, -nopeuden ja -tavan mukaan. Haastattelutilanteessa mukana oli myös sähköpostitse saamani edustajan tai hänen avustajansa vastaukset alustavaan kyselyyn, joita pystyin tarvittaessa tarkentamaan. Nauhoitin haastattelut Minidisc-nauhurilla ja litteroin ne pian haastattelun jälkeen. Hirsjärven ja Hurmeen mukaan (2001, 184) teemahaastattelututkimuksen laadukkuutta lisää hyvä haastattelurunko, ennalta mietityt syvemmät teemat ja vaihtoehtoiset lisäkysymysmuodot, teknisen välineistön kunto ja haastattelunauhan litterointi pian itse haastattelun jälkeen.

4.5 Teemoittelu analyysikeinona

Analysoin haastattelut teemoittelemalla. Tässä metodissa analyysivaiheessa tarkastellaan sellaisia aineistosta nousevia piirteitä, jotka ovat yhteisiä usealle haastateltavalle. Teemat saattavat pohjautua myös teemahaastatteluteemoihin, mikä on odotettavaakin. Lisäksi aineistosta tulee yleensä esille lukuisia muita teemoja, jotka usein ovat lähtöteemoja mielenkiintoisempia. Eli käytännössä, vaikka haastateltavat ilmaisevat saman asian eri tavoin, tutkija koodaa ne samaan luokkaan. (Hirsjärvi ja Hurme 2000, 173.)

Luin haastattelulitteraatioita useaan kertaan ja merkitsin muistiin ja alleviivasin litteraatioista teemoja, jotka toistuivat useissa haastatteluissa. Tein jo teemahaastattelurunkoa luodessani tarkemman teemaluettelon (liite 6), jota käytin apuna analyysivaiheessa. Aineistosta tuli esille lukuisia uusia teemoja ja osa ennakkoon luomistani teemoista tippui pois. Teemoja löytyi yhteensä 67 (liite 7). Kasasin teemojen alle haastateltujen vastauksia niin, että sain parhaan mahdollisen kuvan kokonaisuudesta ennen tulosten raportointia.

Tein osasta haastattelu- ja kyselyvastauksista ruudukkoita (liitteet 12–13) ja taulukoita (taulukot 2–4) taulukointiohjelmalla, jotka helpottivat tulosten tarkastelua ja raportointia.

Lisäksi ruudukoiden avulla julkisuusstrategiaosuuden tuloksia oli helpompi verrata julkisuustuloksiin. Tein ruudukoita niistä vastauksista, jotka olivat siihen tarkoitukseen tarpeeksi selkeitä ja toistuivat usealla vastaajalla.

4.6 Sanomalehti- ja haastatteluaineiston yhdistäminen

Analysoituani sanomalehtiaineiston ja haastattelut vertasin analyyseni toisiinsa. Tein myös vertailevia taulukoita (taulukot 5-6), joissa pyrin yhdistämään selkeästi molemmista aineistoista saamani tulokset. Vertasin aluksi parlamentaarikkojen teemoja sanomalehdissä ja heidän itse ilmoittamiaan teemoja, jotka tulivat ilmi joko haastattelussa ja taustakyselyn vastauksista. Tarkastelin olivatko teemat samoja kunkin jäsenen kohdalla ja tein johtopäätöksiä siitä, saavatko parlamentaarikot esille haluamiaan asiasisältöjä.

Lisäksi vertasin kunkin parlamentin jäsenen tiedotuksen aktiivisuutta suhteessa julkaistujen juttujen määrään. Tässä tein numeerista vertailua viestinnän keinomäärien ja juttumäärien välillä ja päätin sillä perusteella parlamentaarikon mediajulkisuustilan. Vertasin myös juttujen sisältöjä ja jäsenen tavoitejulkisuuskuvia. Myös viestinnän tavoitteita pyrin vertaamaan julkisuustuloksiin sanomalehdissä.

4.7 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Laadullisessa tutkimuksessa validiteetti merkitsee muun muassa henkilöiden, paikkojen ja tapahtumien kuvauksen ja siihen liitettyjen selitysten sekä tulkintojen yhteensopivuutta. Eli onko selitys luotettava. Validiteettia voidaan tarkentaa käyttämällä tutkimuksessa useita menetelmiä (triangulaatio). Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Siis sitä, että se antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliabiliteetti voidaan todeta esimerkiksi niin, että kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen tai jos samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja saadaan sama tulos, voidaan tulokset todeta reliaabeleiksi. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2000, 213-215.)

Tässä tutkielmassa on pyritty tulosten validiteettiin metodien yhdistämisellä (esim. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2000, 215.). Tutkielmassa yhdistetään määrällinen sisällönanalyysi ja laadullinen aineistonkeruumetodi, teemahaastattelu. Molemmilla metodeilla pyritään löytämään vastaus saman pulman kahteen eri puoleen. Eli sisällönanalyysin avulla pyritään

kartoittamaan saavutettua julkisuutta ja sen laatua. Teemahaastatteluilla taas yritetään selvittää, miten tähän julkisuuteen on päästy ja pyritty, sekä miten sitä mahdollisesti on kontrolloitu. Lopuksi näiden kahden metodin avulla saavutetut tulokset pyritään yhdistämään samoiksi johtopäätöksiksi.

Tämän tutkielman reliabiliteetti voidaan todistaa esimerkiksi sillä, että samansuuntaisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin on päädytty aiemmissakin tutkimuksissa. Näitä samansuuntaisia tuloksia esitellään tarkemmin kappaleessa kuusi. Reliabiliteettia on pyritty lisäämään myös kattavalla otoksella. Kuudestatoista parlamentin jäsenestä sain kyselyvastaukset neljältätoista, minkä lisäksi vielä haastattelin kahdeksaa, mikä on puolet suomalaisten jäsenten määrästä. Tein haastatteluista myös sanatarkat litteraatiot, joiden perusteella analysoitujen ja raportoitujen tulosten luotettavuus on korkea.

5 JULKISUUSTULOKSET JA -STRATEGIAT

5.1 Euroopan parlamentin jäsenet sanomalehdissä

Sanomalehdissä oli yhteensä 146 juttua. Kuukausittain (taulukko 1) ne jakautuivat niin, että huhtikuussa julkaistiin eniten juttuja, touko- ja kesäkuussa lähes saman verran ja heinäkuussa vähiten.

TAULUKKO 1

Eteläsuomalaisissa sanomalehdissä julkaistujen suomalaisten Euroopan parlamentin jäseniä käsittelevien juttujen määrät ajalta 1.4.-31.7.2002

	Analysoidut jutut
Huhtikuu	59
Toukokuu	35
Kesäkuu	30
Heinäkuu	22
Yhteensä	146

Heinäkuun määrää selittää se, että Euroopan parlamentti on kesälomalla heinäkuun puolesta välistä elokuun loppupuolelle. Heinäkuu on muutenkin poliittisella rintamalla hiljainen kuukausi. Huhtikuun juttumäärää nostivat kotimaan politiikan tapahtumat etenkin puolueiden puheenjohtajavaalien tiimoilta.

Yhteensä mainintoja eri parlamentin jäsenistä oli 198. Määrä oli suurempi kuin juttujen määrä, koska monissakin jutuissa mainittiin useita parlamentin jäseniä, yhdessä jutussa mainittiin jopa heidät kaikki. Laskin kaikki maininnat erikseen saadakseni selkeän kuvan näkyvyyseroista eri jäsenten kesken.

5.1.1 Mainintamäärät ja kuvat

Juttumäärät (liite 8) vaihtelivat parlamentin jäsenten välillä kolmesta 35:teen. Eli vaihtelu eri henkilöiden kesken oli melko suuri. Eniten mainintoja lehtijutuissa saivat Paavo Väyrynen ja Astrid Thors, joista molemmista kirjoitettiin 35 jutussa. Toiseksi eniten näkyvyyttä jutuissa sai Heidi Hautala 23 maininnalla (liite 8). Paavo Väyrysen ja Astrid Thorsin suuri näkyvyysosuus selittyy osittain sillä, että he olivat ehdokkaana oman puolueensa puheenjohtajavaaleissa Suomessa kesällä 2002. Ehdokaskamppailu alkoi sanomalehdissä jo huhtikuussa. Heidi Hautalan näkyvyysprosentille oli vaikea löytää yhtä selitystä, koska hänestä tehdyt maininnat olivat monilta aloilta ja niin kotimaan politiikasta kuin hänen työstään Euroopan parlamentissa. Monta mainintaa keränneet aiheet Hautalan kohdalla olivat ydinvoimakannanotot ja vihreiden siirtyminen oppositioon hallituksen ydinvoimaaänestyksen jälkeen kesällä 2002. Nämä kolme jäsentä saivat ylivoimaisesti eniten mainintoja. Muiden parlamentaarikkojen kesken mainintoja oli tasaisemmin.

Neljänneksi eniten mainintoja sai Ilkka Suominen (15) (liite 8). Ilkka Suominen suosimista haastateltavana voi selittää ainakin se, että hän on parlamentin puoluehämänsä (PPE/DE) varapuheenjohtaja. Hänen jälkeensä seuraavat olivat Piia-Noora Kauppi (13), Matti Wuori (11), Eija-Riitta Korhola (10), Riitta Myller (9), Reino Paasilinna (9), Mikko Pesälä (9) ja Ari Vatanen (8) (liite 8). Kolmanneksi häntäpästä laskettuna sijoittui Kyösti Virrankoski kuudella maininnalla. Toiseksi vähiten eli neljä mainintaa saivat Marjo Matikainen-Kallström, Samuli Pohjamo ja Esko Seppänen. Vähiten mainintoja eli kolme kappaletta sai Ulpu Iivari (liite 8).

Kuvissa juttujen ohessa parlamentaarikot esiintyivät yhteensä 62 kertaa (liite 9). Eli 146 jutusta 84 jutussa ei ollut kuvaa parlamentin jäsenestä, mikä oli yli puolet koko määrästä. Kuviksi laskin sekä piirros- että valokuvat. Piirroskuvia käytettiin etenkin pääkirjoitusten yhteydessä. Eniten myös kuvia julkaistiin Astrid Thorsista (14) ja Paavo Väyrysestä (14). Havaitsin erikoisuutena, että Paavo Väyrysen ja Astrid Thorsin mainintamäärä ja kuvamäärä oli täsmälleen samat molemmilla. Kolmanneksi eniten kuvia julkaistiin Matti Wuoresta (10)

(liite 9), mikä selittyy osittain sillä, että hänellä oli säännöllisesti oma kolumni Iltalehdessä ja siinä yhteydessä julkaistaan joka kerta myös hänen kuvansa.

Kolmanneksi eniten kuvitukseen pääsi Heidi Hautala, josta julkaistiin kahdeksan kuvaa (liite 9), mikä oli hyvässä suhteessa hänestä tehtyihin mainintoihin jutuissa. Eija-Riitta Korholasta julkaistiin viisi kuvaa, Piia-Noora Kaupista ja Ilkka Suomisesta neljä sekä Reino Paasilinnasta, Mikko Pesälästä ja Kyösti Virrankoskesta kustakin yksi kuva (liite 9). Muista parlamentin jäsenistä ei julkaistu lainkaan kuvia tarkastelemallani kaudella, vaikka jokaisesta oli vähintään kolme mainintaa jutuissa.

Jutut ja kuvat jakautuivat suuresti myös lehdittäin (liitteet 8-9). Turun Sanomissa tehtiin noin neljäsosa kaikista maininnoista, yhteensä 47 kappaletta. Hufvudstadsbladetissa mainintoja oli 40 ja Helsingin Sanomissa 39. Aamulehdessä parlamentin jäsen mainittiin 24 ja Iltalehdessä 22 kertaa. Keskisuomalaisessakin mainintoja oli 19, mutta Ilta-Sanomissa parlamentaarikot kiinnostivat vain seitsemän maininnan verran (liite 8). Kuvia parlamentin jäsenistä julkaisi eniten Iltalehti, jossa he olivat päässet kuvaan 21 kertaa. Matti Wuoresta julkaistiin Iltalehdessä yhdeksän kuvaa. Helsingin Sanomat kuvitti parlamentaarikon kuvalla 11 kertaa ja Hufvudstadsbladet yhdeksän kertaa (liite 9). Ilta-Sanomissa kuvia oli seitsemän, mikä oli sama kuin mainintojen määrä Ilta-Sanomissa (liitteet 8-9). Käytännössä siis kaikki Ilta-Sanomien parlamentaarikkoja käsitelleet jutut oli myös kuvitettu heidän kuvallaan. Turun Sanomissa ja Keskisuomalaisessa julkaistiin molemmissa kuusi kertaa kuva parlamentin jäsenestä. Aamulehdessä kuvitettiin jäsenen kuvalla ainoastaan kaksi kertaa, vaikka kaikkiaan mainintoja oli siellä 24 (liitteet 8-9).

5.1.2 Asiapainotteisia juttuja

Suurin osa aineistoni jutuista oli asiapainotteisia eli uutistyyppisiä juttuja (liite 10). Tällaisia mainintoja oli 128 mainintojen kokonaismäärän ollessa 198. Asiapainotteisia juttuja oli siis noin kaksi kolmasosaa maininnoista, mikä johtuu ehkä osaltaan aineistoni valinnasta. Aineistossahan olivat mukana vain ne jutut, jotka liittyivät parlamentin jäsenen työhön politiikassa – parlamentissa tai kotimaassa. Kevyempiä human interest –juttuja löytyi yhteensä 15 maininnan verran. Kevyitä juttuja enemmän mainintoja oli pääkirjoituksissa (20). Jonkun toisen kirjoittamissa kolumneissa parlamentaarikko mainittiin 19 kertaa. Tosin yksi kolumni mainitsi kaikki parlamentaarikot pohtiessa heidän jatkoaan seuraavalla kaudella.

Tässä yhdessähän tulee näin katettua jo 16 mainintaa. Jäsenten omia kolumneja aineistossani oli 16 (liite 10).

Eniten asiapainotteisia mainintoja sai Paavo Väyrynen (27) ja toiseksi eniten Astrid Thors (25) (liite 10). Kolmanneksi eniten uutistyyppisissä jutuissa mainittiin Heidi Hautala (17). Neljännen sijan sai Ilkka Suominen 11 maininnalla. Viidennen paikan asiajutuissa mainituista jakavat Eija-Riitta Korhola ja Piia-Noora Kauppi molemmat kahdeksalla esiintymisellä. Seuraavalla jaetulle paikalle pääsivät Riitta Myller ja Reino Paasilinna kumpikin kuudella maininnalla. Mikko Pesälä sai viisi mainintaa, Ari Vatanen neljä ja Esko Seppänen kolme. Ulpu Iivari sai kaksi mainintaa. Samuli Pohjamo, Kyösti Virrankoski ja Matti Wuori mainittiin kertaalleen asiajutuissa, joten jokaista parlamentin jäsentä käsiteltiin ainakin kerran uutistyyppisissä jutuissa (liite 10).

Human interest -juttujen maininnat jakautuvat hyvin tasaisesti (liite 10). Kaikkia jäseniä ei mainittu tämän tyyppisissä jutuissa ollenkaan. Piia-Noora Kauppi sai kolme human interest -mainintaa. Reino Paasilinna ja Kyösti Virrankoski keräsivät molemmat kaksi. Kerran tällaisissa pehmeämmissä jutuissa mainittiin Eija-Riitta Korhola, Riitta Myller, Mikko Pesälä, Samuli Pohjamo, Ilkka Suominen, Astrid Thors, Ari Vatanen ja Paavo Väyrynen (liite 10).

Pääkirjoituksissa Astrid Thors mainitaan seitsemän kertaa ja Paavo Väyrynen viisi kertaa. Kaksi mainintaa pääkirjoituksissa saivat Heidi Hautala ja Ari Vatanen. Kerran pääkirjoituksissa mainittiin Riitta Myller, Mikko Pesälä, Ilkka Suominen ja Kyösti Virrankoski (liite 10).

Kolumneja oli ahkerimmin tähän aineistoon kirjoittanut Matti Wuori (9) (liite 10). Nämä kaikki yhdeksän ovatkin Iltalehden kolumneja. Heidi Hautalan kirjoittamia kolumneja aineistossa oli kolme. Hän kirjoittaa aineistostani päätellen säännöllisesti Turun Sanomiin. Kolumnin olivat kirjoittaneet itse myös Samuli Pohjamo, Mikko Pesälä, Astrid Thors ja Kyösti Virrankoski. Kaksi mainintaa toisen kolumnissa saivat Piia-Noora Kauppi, Ilkka Suominen ja Paavo Väyrynen (liite 10).

5.1.3 Kotimaan politiikka teemana

Tarkastelin sanomalehtijutuista myös niiden asiasisältöjä eli teemoja (liite 11). Muodostin jutuista nousseille teemoille yläkäsitteet niin, että jokainen juttu istui jonkun teemaotsikon

alle. Teemojen löytäminen oli suhteellisen helppoa. Joidenkin juttujen teeman olisi voinut merkitä kahdenkin otsikon alle, mutta päätin kuitenkin merkitä vain yhden teeman jokaiselle maininnalle. Valitsin tällöin teemoista niin sanotusti päällimmäisen. Kuutta juttua en osannut sijoittaa mihinkään teemoista, koska niissä jutuissa ei ollut varsinaista poliittista teemaa vaan ne kertoivat esimerkiksi jostakin tapahtumasta, jossa parlamentin jäsen oli ollut mukana. Teemoja löytyi yhteensä kymmenen, jos kategoria ”Ei selkeää teemaa” lasketaan mukaan. Muita teemoja olivat: ympäristö ja luonto, kotimaan politiikka, sosiaalipolitiikka ja ihmisoikeudet, EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen, talous ja tuet, liikenne ja autoverotus, työ euroedustajana, kulttuuri ja taide sekä tutkimus ja teknologia (liite 11). Muodostamani teemat nousivat jutuista, eikä niitä oltu etukäteen määritelty.

Lähes puolet jutuista käsitteli kotimaan politiikkaan liittyviä aiheita. (liite 11). Kotimaan poliittisissa jutuissa parlamentin jäsen mainittiin jopa 90 kertaa, kun kaiken kaikkiaan mainintoja oli 198. Tällaisia aiheita olivat muun muassa jäsenen mahdollinen osallistuminen maaliskuun 2003 eduskuntavaaleihin tai puolueen sisäisiin vaaleihin. Lisäksi parlamentaarikot saattoivat ottaa kantaa eduskunnan tai puolueensa toimintaan Suomessa. Useimmin kotimaan politiikkaa käsittelevissä jutuissa mainittiin Paavo Väyrynen (29) ja toiseksi useimmin Astrid Thors (28) (liite 11). Heidi Hautala mainittiin kymmenen kertaa kotimaan politiikkaa käsiteltäessä (liite 11). Ilkka Suominen mainittiin viisi ja Eija-Riitta Korhola neljä kertaa kotimaan politiikkaa sivuten. Kaksi kertaa tässä kategoriassa mainittiin Matti Wuori, Mikko Pesälä ja Reino Paasilinna. Muut jäsenet mainittiin kategoriassa kerran.

Noin neljännes maininnoista käsitteli parlamentin jäsenten omaan työhön liittyviä aiheita (51) (liite 11). Tämän kategorian jutuissa käsiteltiin muun muassa parlamentaarikkojen palkkausta, avoimuutta, jatkamista seuraavalla kaudella tai muuten yleisesti parlamentin tapahtumia ja työtä siellä. Eniten tässä kategoriassa pääsi esille Ilkka Suominen kahdeksalla maininnalla (liite 11). Piia-Noora Kauppi mainittiin kuusi ja Paavo Väyrynen viisi kertaa. Neljä mainintaa sai Heidi Hautala, Riitta Myller ja Kyösti Virrankoski. Kaksi kertaa mainittiin Ulpu Iivari, Reino Paasilinna, Samuli Pohjamo ja Ari Vatanen. Marjo Matikainen-Kallström, Esko Seppänen ja Matti Wuori mainittiin kerran (liite 11).

Kolmanneksi suosituimmassa kategoriassa oli jo huomattavasti vähemmän mainintoja. Ympäristöä ja luontoa käsittelevissä artikkeleissa mainittiin parlamentaarikko 14 kertaa (liite 11). Useimmiten mainittiin Heidi Hautala (6). Kahdesti mainittiin Eija-Riitta Korhola ja Riitta Myller. Yhdesti mainittiin Reino Paasilinna, Mikko Pesälä, Astrid Thors ja Kyösti

Virrankoski (liite 11). Tämän teeman jutut käsittelivät esimerkiksi direktiivejä, jotka koskivat sähköromua, eläinsuojelua ja ympäristönsuojelua. Myös maataloutta koskevat jutut laitoin tämän teeman alle, jos niissä ei puhuttu suoranaisesti tukimenettelyistä.

Neljänneksi käsitellyin aihe oli EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen (11) (liite 11). Näissä jutuissa pohdittiin muun muassa parlamentin mielipidettä Israelin vastaisiin pakotteisiin sekä laajentumisaikataulua. Reino Paasilinna esiintyi jutuissa eniten kolmella maininnalla. Matti Wuori esiintyi kahdesti ja Piia-Noora Kauppi, Marjo Matikainen-Kallström, Riitta Myller, Esko Seppänen, Ilkka Suominen sekä Paavo Väyrynen kerran. Sosiaalipolitiikka ja ihmisoikeudet teemasta kirjoitettiin kymmenen maininnan verran. Siinä Matti Wuori oli esillä kolme kertaa ja Heidi Hautala sekä Astrid Thors kahdesti. Eija-Riitta Korhola, Marjo Matikainen-Kallström ja Ari Vatanen mainittiin tässä kategoriassa kerran (liite 11). Sosiaalipolitiikka ja ihmisoikeudet teeman jutuissa käsiteltiin muun muassa työllisyyttä, seksuaalista häirintää ja aborttia.

Talouteen ja tukiin liittyviä mainintoja oli yhteensä seitsemän (liite 11). Näissä mainittiin Piia-Noora Kauppi neljä kertaa, Matti Wuori kahdesti ja Heidi Hautala kerran. Seuraava kategoria ”Ei selkeää teemaa” keräsi kuusi mainintaa. Riitta Myller, Reino Paasilinna, Esko Seppänen, Ilkka Suominen, Astrid Thors ja Ari Vatanen mainittiin tällaisissa jutuissa kerran (liite 11). Jutuista ei löytynyt selkeää teemaa, vaan ne olivat pelkästään kuva ja kuvateksti muodossa tai parlamentaarikon vierailuja paikkakunnilla ja tapahtumissa. Liikenne ja autoverotus teeman alle kerääntyi neljä mainintaa, joista kolmessa mainittiin Ari Vatanen ja yhdessä Piia-Noora Kauppi. Myös tutkimus ja teknologia teema sai neljä mainintaa, joista kolmessa esiintyi Mikko Pesälä ja yhdessä Samuli Pohjamo. Vähiten käsitelty teema oli kulttuuri ja taide, joka oli vain kerran Matti Wuoren oman kolumnin teemana (liite 11).

Teemoja voi tarkastella myös henkilöittäin (liite 11). Heidi Hautalan yleisin teema oli kotimaan politiikka (10) ja toiseksi yleisin oli ympäristö ja luonto (6). Ulpu Iivarin kolmesta maininnasta kaksi oli työhön euroedustajana liittyviä. Piia-Noora Kaupin yleisin teema oli työ euroedustajana (6) ja toiseksi yleisin talous ja tuet (4). Eija-Riitta Korholan yleisin kategoria oli kotimaan politiikka (4) ja toiseksi yleisin työ euroedustajana (3). Marjo Matikainen-Kallström esiintyi kerran teemoilla: kotimaan politiikka, sosiaalipolitiikka ja ihmisoikeudet, EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen ja työ euroedustajana. Riitta Myller esiintyi eniten teeman työ euroedustajana alla (4) ja kahdesti teemassa ympäristö ja luonto. Reino Paasilinna sai

kolme mainintaa EU:n ulkosuhteita ja laajentumista käsiteltäessä. Mikko Pesälä sai kolme mainintaa työ euroedustajana sekä tutkimus ja teknologia sarakkeissa.

Samuli Pohjamo sai kaksi mainintaa sarakkeessa työ euroedustajana (liite 11). Esko Seppänen mainittiin vain kerran neljässä eri kategoriassa: kotimaan politiikka, EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen, työ euroedustajana ja ei selkeää teemaa. Ilkka Suomisen yleisin teema oli työ euroedustajana (8) ja toiseksi yleisin oli kotimaan politiikka (5). Astrid Thorsin kohdalla huomattavasti yleisin teema oli kotimaan politiikka (28) ja toiseksi yleisin työ euroedustajana (3). Ari Vatasen yleisin teema oli liikenne ja autoverotus (3), Kyösti Virrankosken työ euroedustajana (4). Paavo Väyrysen yleisin teema oli ylivoimaisesti kotimaan politiikka (29) ja toiseksi yleisin työ euroedustajana (5). Matti Wuori mainittiin useimmiten sosiaalipolitiikkaa ja ihmisoikeuksia käsittelevissä jutuissa, yhteensä kolme kertaa. Näihin jäsenittäin jakautuneisiin teemoihin palataan vielä tarkemmin luvussa 5.3.

5.1.4 Johtopäätöksiä julkisuustuloksista

Sanomalehtiaineistoa koskeva tutkimuskysymykseni oli: Miten paljon ja millaisissa yhteyksissä Euroopan parlamentin jäsenet näkyvät suurissa eteläsuomalaisissa sanomalehdissä? Tähän kysymykseen löytyvät tarkat vastaukset edeltä. Nämä tulokset koskevat vain neljän kuukauden ajanjaksoa ja 146 juttua. Kyse oli kuitenkin yhdestä kolmasosasta vuotta ja mukaan mahtuu niin sanottu normaali uutiskuukausi huhtikuu ja lomakuukausi heinäkuu. Siksi uskon, että sanomalehtiaineistoni vastaa kysymykseeni nimenomaan eteläsuomalaisten suurimpien lehtien kohdalla. Aineiston ulkopuolisia yleistyksiä esimerkiksi kaikkiin Suomen sanomalehtiin tuloksistani ei voi tehdä, koska aiemmissa tutkielmissa (ks. Pere 1998; Kemiläinen 1997) on havaittu, että niin sanotut alueelliset parlamentaarikot saavat enemmän julkisuutta omalla alueellaan ja valtakunnallisesti tunnetut saavat enemmän valtakunnallista julkisuutta. Eteläsuomalaisia parlamentin jäseniä ovat ainakin Heidi Hautala, Ulpu Iivari, Marjo Matikainen-Kallström, Astrid Thors, Matti Wuori ja Eija-Riitta Korhola.

Parlamentaarikkojen kesken oli suuria eroja julkisuustuloksissa. Määrällisesti aineistosta erottuivat kaksi parlamentin jäsentä: Astrid Thors ja Paavo Väyrynen. Heistä molemmista tehtiin jutuissa 35 mainintaa ja hyppy seuraavaan Heidi Hautalaan, josta julkaistiin 23 mainintaa, oli suuri. Astrid Thorsin ja Paavo Väyrysen maininnat jutuissa liittyivät suurimmaksi osaksi kotimaan politiikkaan, mikä selittää ainakin osittain juttujen suurta

määrää. He molemmat kamppailivat puolueidensa puheenjohtajan paikasta keväällä ja kesällä 2002. Toisaalta Paavo Väyrynen on julkisuudessa Suomessa esillä tasaiseen tahtiin, koska hänellä on takanaan pitkä ura kotimaan politiikassa. Hän on muun muassa Suomen kaikkien aikojen pitkäaikaisin ulkoministeri ja ollut pitkään keskustan puheenjohtajana. Astrid Thorsin 35 jutusta 18 julkaistiin Hufvudstadsbladetissa, joka on suurin ruotsinkielinen lehti Suomessa. Tämä selittää paljon hänen julkisuustuloksestaan, kun otetaan huomioon, että hän on ruotsalaisen kansanpuolueen ainoa edustaja Euroopan parlamentissa ja Hufvudstadsbladet kirjoittaa muutenkin näkyvästi RKP:n asioista.

Myös Heidi Hautala loisti aineistossani julkisuustuloksellaan. Hänestä oli maininta 23 jutussa, mikä oli suuri ero seuraavaan Ilkka Suomiseen, joka sai 15 mainintaa. Heidi Hautalan osalta ei ole yhtä selkeää selittäjää kuin Väyrysen ja Thorsin kohdalla. Hautalankin jutuista suuri osa eli kymmenen kappaletta maininnoista liittyi kotimaan politiikkaan. Näissä yksi asiasisältö olivat Hautalan ydinvoimakannanotot ja vihreiden oppositioon siirtymiseen liittyvät mielipiteet. Myös monessa parlamenttiin liittyvässä, esimerkiksi direktiivi uutisessa, oli kysytty Hautalan mielipidettä. Ilkka Suomen kommenttia oli myös kysytty useissa parlamentin päätöksiin liittyvissä jutuissa, mikä saattaa selittyä sillä, että Suominen on parlamentin puolueeryhmänsä varapuheenjohtaja. Media voi kokea hänet siksi luotettavana lähteenä. Ilkka Suominen on myös tunnettu Suomessa muutenkin kuin parlamentaarikkona. Hän on muun muassa entinen kokoomuksen puheenjohtaja ja ministeri.

Kolmen eniten mainintoja saaneen parlamentin jäsenen jälkeen maininnat jakautuvat tasaisemmin 15:sta ja kolmen välille. Ulpu Iivari mainittiin vain kolmessa jutussa ja jos huomioidaan, että yhdessä kolumnissa mainittiin kaikki parlamentin jäsenet, oli Ulpu Iivarista vain kaksi henkilökohtaista mainintaa. Marjo Matikainen-Kallström, Samuli Pohjamo ja Esko Seppänen mainittiin neljä kertaa. Ulpu Iivari, Marjo Matikainen-Kallström ja Esko Seppänen ovat tunnettuja suomalaisessa julkisuudessa, mutta jostain syystä heistä oli vain vähän mainintoja. Samuli Pohjamo taas on selkeästi Pohjois-Suomen parlamentaarikko, koska on kotoisin Oulusta. Hän on luultavasti enemmän esillä oman alueensa lehdissä.

Ainakaan tämän aineiston perusteella ei voida puhua median viihteellistymisestä. Pehmeitä juttuja edustavia human interest –mainintoja aineistosta löytyi 15, kun asiapainotteisia oli 128. Eniten pehmeissä uutisissa mainittiin Piia-Noora Kauppi, mutta hänetkin vain kolme kertaa. Eniten kolumneja analysoimiini lehtiin kirjoitti Matti Wuori, joka julkaisi yhdeksän

kirjoitusta neljän kuukauden aikana. Suurin osa parlamentaarikoista kolumnoi lehtiin, joita ei ole mukana aineistossani.

Kuvissa parlamentin jäsenet esiintyivät 62 kertaa. Julkaistujen kuvien määrä on samassa suhteessa mainintojen määrään parlamentin jäsentä kohden. Kuvan saamisella lehteen jäsenen näkyvyys ja tunnettuus kasvaa, koska hän saa myös kasvonsa laajempaan julkisuuteen. Iltalehti julkaisi kuvia eniten (21) ja Ilta-Sanomat julkaisi täsmälleen saman verran kuvia ja juttuja. Tämä kertoo iltapäivälehtien runsaasta kuvituksen käytöstä. Niissä julkaistaan tuskin lainkaan kuvattomia juttuja. Toisessa ääripäässä tässä suhteessa oli Aamulehti, jonka 24 maininnasta vain kaksi oli kuvitettu parlamentaarikon kuvalla. Tämä herättääkin kysymyksen siitä, onko Aamulehdessä yleensäkin kuvia vähemmän, kuin muissa suurissa päivälehdissä.

Kotimaan politiikka oli jutuissa yleisin teema. Tämä tulos saattaa kertoa siitä, että kotimaan poliittiset teemat pääsevät paremmin julkisuuteen kuin EU-poliittiset. Toisaalta toinen suuri teemaryhmä oli parlamentin jäsenten oma työ. Se taas voi kertoa siitä, että julkisuuteen pääsee paremmin henkilö- kuin asiakysymyksillä. Suuri osa parlamentaarikon työhön liittyvistä jutuista koski heidän mahdollista jatkamistaan seuraavalla kaudella. Laajasti käsitelty asia oli myös parlamentaarikkojen palkkaus, mikä taas saattaa kertoa lehtien sensaatiohakuisuudesta, koska uutisissa käsiteltiin nimenomaan palkkojen mahdollista korottamista. Muista teemoista ympäristö ja luonto oli suosituin sekä ulkosuhteet ja laajentuminen seuraava. Nämä molemmat olivat vuonna 2002 ajankohtaisia teemoja EU:ssa ja myös Suomessa, mikä selittää niiden suosiota. Kulttuurista ja taiteesta kirjoitettiin vain yhdessä jutussa. Kulttuuri ja taide, sekä niihin liitetty politiikka, ylittävät harvoin uutiskynnystä, koska niitä ei ehkä pidetä kovassa uutismaailmassa kovin tärkeinä asioina. Kulttuurijutuille voi myös olla olemassa omat kanavansa.

5.2 Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat

Seuraavat tulokset perustuvat sekä 14 kyselyvastaukseen (liite 3) että kahdeksaan haastatteluun (liite 4). Sähköpostivastaukset ja yhden puhelimesta sanellun vastauksen kyselyyni sain suomalaisilta Euroopan parlamentin jäseniltä tai heidän avustajiltaan syksyllä 2002. Koska kaksi suomalaista Euroopan parlamentin jäsentä – Heidi Hautala ja Reino Paasilinna – eivät vastanneet kyselyyni lainkaan, he puuttuvat seuraavasta aineistosta kokonaan. Suurempi ja tarkempi osuus tämän luvun tuloksista pohjautuu haastatteluihin,

joissa kartoitin laajemmin julkisuusstrategian muodostumista. Jos jotakin teemaa on kysytty myös alustavassa sähköpostikyselyssä, tuloskin kattaa kaikki 14 kyselyyn vastannutta jäsentä.

Kahdeksan haastattelua tein kevään 2003 aikana (liite 4). Haastatellut edustavat eri taustaisia sekä moniin puolueyhmiin ja puolueisiin kuuluvia parlamentaarikkoja (liite 1). Heissä oli miehiä neljä ja naisia neljä, niin avustajissa kuin itse jäsenissäkin saman verran. Tässä luvussa pyrin muodostamaan kysely- ja haastatteluvastausten perusteella kuvan jäsenten julkisuusstrategioista.

Julkisuusstrategialla tarkoitetaan organisaation – tässä tapauksessa siis parlamentin jäsenen ja hänen avustajiensa – luomia päälinjoja siitä, miten se pyrkii tavoitejulkisuuskuvaansa. Julkisuusstrategia on mediaviestinnän kokonaisvaltainen suunnitelma. Julkisuusstrategiaan liittyy kiinteästi suhde tiedotusvälineisiin. Jokaisella organisaatiolla on jonkinlainen politiikka, miten mediaan suhtaudutaan tai pitäisi suhtautua. Jos julkisuusstrategia on oikea, organisaatio saa myös helpommin viestinsä läpi tiedotusvälineissä. (ks. Juholin 2001.) Julkisuusstrategia muodostuu viestinnän keinoista, käytännöistä, tavoitteista, suunnittelusta, mediaviestinnästä, seurannasta ja luotauksesta.

5.2.1 Julkisuusstrategian lähtökohdat

Suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiasta ja viestinnästä vastasi yleisimmin avustaja. Yksittäiset jäsenet eivät käyttäneet apuna ammattitiedottajia vaalien välisenä aikana. Viestintätukena saattoi tosin olla puolueyhmiin tai muun kokoonpanon yhteinen suomenkielinen tiedottaja. Euroopan parlamentin antamat tiedotusresurssit koettiin riittäviksi. Joillekin parlamentaarikoille oli myös hyötyä heidän omasta viestinnän ammattilaisen taustastaan.

Jokaisella haastattelemani jäsenellä oli useita avustajia, joilla yleensä oli myös tiedotustehtäviä. Avustajia oli yhdellä jäsenellä keskimäärin kolme. Ainakin kaksi avustajaa oli kaikilla – yksi Suomessa ja yksi Brysselissä. Astrid Thorsilla oli Suomessa yksi varsinainen avustaja ja yksi puolipäiväinen avustaja. Brysselissä hänellä oli töissä yksi avustaja sekä kaksi harjoittelijaa. Lisäksi Strasbourgin täysistuntoviikon aikana hänellä oli siellä töissä harjoittelija. Marjo Matikainen-Kallströmillä oli yksi avustaja Brysselissä ja yksi Suomessa. Lisäksi hänellä työskentelee Brysselissä harjoittelija. Ari Vatasella oli kaksi avustajaa Brysselissä ja Suomessa yksi, Ulpu Iivarilla oli yksi avustaja Suomessa, yksi

Brysselissä ja yksi huolehtimassa suoramarkkinoinnista. Riitta Myllerillä oli Brysselissä kaksi avustajaa ja Suomessa yksi. Samuli Pohjamolla oli yksi avustaja Suomessa ja kolme Mikko Pesälän kanssa yhteistä avustajaa Brysselissä. Matti Wuorella oli kaksi avustajaa Brysselissä ja Paavo Väyrysellä yksi Suomessa sekä yksi Brysselissä.

Yleisimmän vastauksen mukaan parlamentin jäsenten avustajat vastaavat tiedotuksesta (liite 12). Tällaisia vastauksia tuli 6/14. Avustajien vastuulla tiedotus oli Marjo Matikainen-Kallströmillä, Mikko Pesälällä, Samuli Pohjamolla, Ilkka Suomisella (Brysselin avustaja), Ari Vatasella (Brysselin avustaja) ja Matti Wuorella (Brysselin toimisto ja avustajat). Viisi parlamentaarikkoa vastaa tiedotuksesta itse yhteistyössä avustajiensa kanssa. He ovat: Ulpu Iivari, Eija-Riitta Korhola, Astrid Thors, Kyösti Virrankoski, Paavo Väyrynen ja Riitta Myller. Siis yhteensä kahdellatoista tutkimukseen osallistuneen jäsenen avustajilla oli tiedotustehtäviä. Piia-Noora Kauppi ja Esko Seppänen sanoivat vastaavansa tiedotuksesta itse. Ainakin Ari Vatasen ja Samuli Pohjamon avustajat myös loivat tiedotteiden ja sähköpostivastausten pohjia, joita parlamentaarikot itse muokkasivat ja jotka he hyväksyivät lopullisesti. Osa kertoi lisäksi saavansa tiedotuspalveluita esimerkiksi oman suomalaisen puolueensa tai Euroopan parlamentin puolueyhmän suomalaisilta tiedottajilta.

Useilla parlamentin jäsenillä oli itsellään toimittajan tai tiedottajan tausta. Ehkä myös siksi heistä moni osallistui itsekin tiedotukseen tai kirjoitti itse puheensa ja kolumninsa. Esimerkiksi Samuli Pohjamo oli ennen toiminut Suomenmaa-lehden päätoimittajana, Ulpu Iivari toimittajana ja tiedottajana sekä muun muassa SDP:n lehdistösihteerinä. Myös Riitta Myller ja Eija-Riitta Korhola olivat taustaltaan viestinnän ammattilaisia. Samuli Pohjamo kertoi taustansa vaikuttaneen työhön parlamentin jäsenenä seuraavasti:

” No ehkä sillä tavalla tämä journalistinen tausta on vaikuttanut, että kirjoituksia teen itse. (--) Se on niinkö aika kätevä tapa minulle kirjoittaa kolumneja ja juttuja. Ja sitten semmoinen etu siitä on kyllä, kun tuollakin on paljon paperia ja paljon asiaa, niin pitäisi aina nopeasti löytää se olennainen juttu, niin lehtialalla just joutuu sitä tekemään. Aina on kiire ja täytyy se, että mikä tässä on se pointti, löytää sieltä niin, siinä musta on sillä tavalla hyötyä tästä taustasta.”

Ulpu Iivari uskoi taustastaan olleen hyötyä tiedottamisessa:

”Itseasiassa mä koen, et siitä viestintäkonsultin ajasta, jollon mä työskentelin ihan muunlaisessa ympäristössä kuin politiikan ympäristössä, on ollu hirmusen paljon hyötyä nyt. Et mä ehkä toimin sen ansioista järjestäytyneemmin ja ehkä pystyn katsomaan myös niin kuin

omaa työtäni välillä vähän kauempaa ja mulla kehitty siinä sellaisia työkaluja, joilla voi arvioida sitten sitä työtä, mitä itse tekee.”

Kenelläkään tähän tutkimukseen osallistuneella ei ollut ammattitiedottajaa jatkuvasti apunaan. Paavo Väyrysen avustaja Johannes Alaranta arveli, että vaalien aikana parlamentaarikot käyttävät apunaan ammattilaisia. Paavo Väyrynen oli esimerkiksi käyttänyt mainostoimiston palveluja ollessaan ehdokkaana keskustapuolueen puheenjohtajaksi keväällä 2002. Ulpu Iivari kertoi satunnaisesti konsultoivansa tuttujen viestinnän asiantuntijoiden kanssa. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki kertoi, että edellisellä kaudella kokoomuksen parlamentaarikoilla oli yhteinen tiedottaja Suomessa, mutta tällä kaudella 1999-2004 siitä luovuttiin. Punamäen mukaan tiedottajasta oli ollut runsaasti apua edellisen kauden tiedottamisessa, mutta luultavasti siitä luovuttiin jäsentenvälisen kilpailun takia.

Aineistostani tuli ilmi, ettei parlamentti suoranaisesti velvoita jäseniä tiedottamaan, mutta suo tiedotukselle hyvät mahdollisuudet (liite 12). Parlamentti antoi jäsenten mukaan ”riittävät”, ”ok”, ”hyvät”, ”runsaat”, ”erittäin riittävät”, ”kohtuulliset” taloudelliset resurssit tiedotukselle. Joidenkin vastausten mukaan summa oli käytännössä 20 000-30 000 euroa vuodessa, joka täytyi käyttää tarkasti EU-poliittisiin tarkoituksiin. Raha kanavoitiin yleensä parlamentin puolueyhjän kautta. Sitä sai käyttää esimerkiksi lehti-ilmoitteluun ja painotuotteisiin tai tilaisuuksien ja seminaarien järjestämiseen eli käytännössä kaikkeen Euroopan parlamenttia tai unionia käsittelevään tiedotukseen. Ulpu Iivari kertoi rahojen tarkasta käyttörajoituksesta seuraavaa:

”Ja näissä on hirveen tarkat säännöt, mä tiedän ku mä oon tän ison ryhmän taloudenhoitaja, et se pitää todella olla tämmöstä EU-asiaa, et esim. kotimaan politiikkaan ei saa sekaantua. Kerran kiihdyksissäni kirjoitin ton pääjutun Suomen politiikasta ja sit tää ryhmä ei maksanu sitä [Terälehteä] ollenkaan ja se oli ihan oikein. Mut siis kyl sitä on kyllä ihan hyvin, et se on ollukin kauheen mukava, et se on antanu pitkäjänteiselle toiminnalle puitteet. Mulla se tiedotusraha menee tohon mun Terälehteen ja noihin mun seminaareihin.”

Riitta Myller sanoi, ettei viestinnän ongelma ole resursseissa vaan jaksamisessa:

”Meillä ei mun mielestä oo kysymys siitä, että meillä ei oo resursseja tehdä tätä työtä, kysymys on siitä, et miten paljon me jaksetaan ideoida. Resurssit ei oo tullu vielä vastaan.”

Monien parlamentin jäsenten tiedotus toimi osittain yhdessä saman suomalaisen puolueen jäsenten tai parlamentin puolueyhjän kanssa. Jäsenet osallistuivat myös puolueen tai ryhmän tilaisuuksiin. Esimerkiksi kolmea suomalaista sosialidemokraattia yhdisti Euroopan

Sosialidemokraattisen Puolueen parlamenttiryhmän Suomen valtuuskunta. He olivat palkanneet yhdessä Brysseliin tiedottajan, jonka tehtävänä oli muun muassa järjestää pari kertaa kuukaudessa valtuuskunnan ja toimittajien tapaaminen sekä pitää yllä yhteisiä Internet-sivuja. Valtuuskunnalla oli myös yhteinen pääsihteeri, joka hoiti hallintoasioita. He siis pyrkivät toimimaan yhdessä sosialidemokraattisena valtuuskuntana, eivätkä vain yksittäisinä parlamentin jäseninä.

5.2.2 Viestinnän keinot ja käytännöt

Löysin yhteensä neljätoista keinoa, joita suomalaiset parlamentin jäsenet käyttävät viestinnässään. Viestintäkeinoista tärkein tuntui aineistoni perusteella olevan tiedote (taulukko 2). Tiedotteita lähetettiin tiedotusvälineille ja myös niitä erikseen pyytäneille muille tilaajille sähköpostilla. Kaikkiaan kolmetoista tutkimukseeni osallistunutta parlamentin jäsentä sanoi lähettävänsä tiedotteita. Internet-sivut löytyivät kaikilta tutkimukseen osallistuneelta parlamentaarikolta. Myös kolumni (12) ja parlamentin Suomen tiedotustoimiston järjestämät pressiaamukahvit (10) olivat suosittuja viestintäkeinoja ja -kanavia.

Tiedotteita lähetettiin medialle etenkin täysistuntoviikon alla ja sen jälkeen. Useat jäsenet sanoivat lähettävänsä tiedotteita silloin, kun ”tarve vaatii”, ”jotakin on tapahtunut” tai esimerkiksi ”asiapohjalta”. Säännöllisesti tiedotteita kertoivat lähettävänsä Piia-Noora Kauppi, Marjo Matikainen-Kallström ja Paavo Väyrynen. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja kertoi, että tiedotteita lähetetään lähinnä tilaisuuksista. Eija-Riitta Korhola sanoi lähettävänsä useita tiedotteita kuukaudessa. Puheensa täysistunnoissa ja muualla tiedotteina julkaisevat ainakin Riitta Myller, Ulpu Iivari ja Ilkka Suominen. Tiedotteissa puheet ovat yleensä referoituina. Suomalaisilla kokoomuslaisilla (Ari Vatanen, Ilkka Suominen, Piia-Noora Kauppi, Marjo Matikainen-Kallström) parlamentaarikoilla oli yhteinen sähköpostitiedote, johon kerättiin koosteet heidän täysistuntopuheistaan. Useimmat kertoivat myös julkaisevansa tiedotteet Internetissä kotisivuillaan.

Matti Wuori kertoi, ettei hän mielellään lähetä tiedotteita:

”Meillä ei mielellään lähetetä lehdistötiedotteita, sehän on se normaali. Mä en oo ammattipoliitikko, niin mulla ei ole ammattipoliitikon tapoja ja meillä enemmänkin on kielletty lähettämästä lehdistötiedotteita. Se rutiininomainen tiedottamistapa kansanedustajilla ja myös europarlamentissa on se, että kotimaan medioihin lähetetään joskus varmaan useita päivässä ja toiset vähän säästeliäämmin ja me ei olla sitä harrastettu, vaan me pyritään hoitamaan osallistumista keskusteluun vähän muilla tavoin.”

TAULUKKO 2

Suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten viestinnän keinot

	Tiedote	Kolumni	Sähkö- postilehti	Muu lehti	Kirja	Seminaari	Suhteet toimittajiin
Iivari, Ulpu	1	1	1	1		1	
Kauppi, Piia-Noora	1					1	1
Korhola, Eija-Riitta	1	1			1		1
Matikainen-Kallström, Marjo	1	1	1	1			
Myller, Riitta	1	1			1	1	
Pesälä, Mikko	1	1					
Pohjamo, Samuli	1	1		1			1
Seppänen, Esko	1	1		1	1		
Suominen, Ilkka	1						
Thors, Astrid	1	1	1	1			1
Vatanen, Ari	1	1	1				
Virrankoski, Kyösti	1	1					
Väyrynen, Paavo	1	1		1	1	1	1
Wuori, Matti		1			1		
Yhteensä	13	12	4	6	5	4	5

	Kotisivu	Kirjeet	Radio- pakinat	Tiedotus- tilaisuus	Aamu- kahvit	Muu oma tilaisuus	Puolueen tapahtuma	Yhteensä
Iivari, Ulpu	1	1			1	1	1	10
Kauppi, Piia-Noora	1			1	1		1	7
Korhola, Eija-Riitta	1	1	1		1		1	9
Matikainen-Kallström, Marjo	1	1		1				7
Myller, Riitta	1			1	1		1	8
Pesälä, Mikko	1					1	1	5
Pohjamo, Samuli	1	1			1	1	1	9
Seppänen, Esko	1			1				6
Suominen, Ilkka	1			1	1			4
Thors, Astrid	1	1	1	1	1			10
Vatanen, Ari	1	1		1	1		1	8
Virrankoski, Kyösti	1			1		1	1	6
Väyrynen, Paavo	1	1		1	1	1		11
Wuori, Matti	1	1			1		1	7
Yhteensä	14	8	2	9	10	5	9	

Kaikkia tiedotteita ei kuitenkaan edes odotettu julkaistavan. Esimerkiksi Ulpu Iivari kommentoi näin sähköpostivastauksessaan:

”Laitan medialle tiedoksi täysistuntopuheeni. En odota niiden tulevan julkaistuksi, mutta osoitan niiden kautta olevani hengissä.”

Myös Riitta Myller sanoi, ettei odota kaikkien tiedotteidensa menevän läpi mediassa:

”Tiiän, ettei voi olettaakaan, et jokainen läpyskä, jonka laittaa liikkeelle, niin tulee jossain ulos, et ei ala tasajalkaa hyppimään, että taas mut on unohettu. Niinku tuntuu, et jotkut on sitä mieltä, et ne on kauheen kärtysiä, jos ei oo jokaista sanaa lainattu, minkä ne on päästäny maailmalle.”

Lähes jokainen (12) tutkimukseeni osallistunut parlamentin jäsen kirjoitti kolumneja säännöllisesti useisiin lehtiin (taulukko 2). Piia-Noora Kauppi ja Ilkka Suominen eivät maininneet kolumneja viestintäkeinoikseen. Parlamentaarikot lähettivät kolumneja sopimuksen mukaan tiettyihin sanomalehtiin säännöllisesti tai pyydettyinä. Osa myös lähetti kolumneja lehtiin ilman sopimusta ja jätti lehden päätettäväksi niiden julkaisemisen. Yleensä kolumni erotetaan mielipidekirjoituksesta niin, että kolumni perustuu sopimukseen eikä sitä sensuroida. Koska tutkimukseeni osallistuneet käyttivät termiä kolumni luultavasti kaikista mielipidekirjoituksistaankin, käytän myös itse tuota sanaa tässä tutkielmassa.

Ari Vatanen kirjoitti sähköpostivastauksessaan, että hänen kolumnejaan julkaistaan hyvin. Samalla hän kuitenkin kritisoi Helsingin Sanomien valikoivaa taktiikkaa kolumnien julkaisussa. Hän onkin julkaissut kolumninsa kyseisessä lehdessä ilmoituksina omilla tiedotusrahoillaan. Hän kirjoitti kyselyvastauksessaan näin:

”Median vastaanotto on ollut vaihteleva, mutta varsin hyvin esim. kolumnini ovat päässeet läpi. Sen sijaan minua huolestuttaa maamme päälehden - Helsingin Sanomien - tosiasiallinen tiedotusmonopoli. Näyttäisi siltä, että osittain sinne pääsee suhteiden eikä sanottavan perusteella. Kummatkin kolmen vuoden aikana HS:lle lähettämistäni varsinaisista kolumneista (ydinvoima ja autovero) tulivat bumerangina takaisin. Ensimmäisessä syynä oli väärä mielipide (!) ja jälkimmäisessä väärä tyylilaji. Julkaisin molemmat kirjoitukset HS:ssa ilmoituksina EU-inforahoilla.”

Astrid Thors kolumnoi säännöllisesti Etelä-Suomen Sanomissa, Riitta Myller Karjalaisessa, Demarissa sekä puolueensa Ruusuverkko-lehdessä. Ari Vatanen kolumnoi Nykypäivässä ja Karjalaisessa sekä lähetti kolumnejaan noin kymmeneen maakuntalehteen ja jätti julkaisun lehtien päätettäväksi. Ulpu Iivari ja Riitta Myller lähettivät kolumnejaan myös UP-Uutispalvelun kautta. Samuli Pohjamo kirjoitti Suomenmaahan säännöllisesti ja satunnaisemmin Pyhäjokilaaksoon, Pohjolan Sanomiin, Kainuun Sanomiin, Lapin Kansaan ja muihin maakunta- tai erikoislehtiin. Marjo Matikainen-Kallström kirjoitti pääasiassa ammattilehtiin: säännöllisesti Nykypäivään, Tekniikan akateemiset -lehteen ja Elämä pelissä -lehteen. Paavo Väyrynen kirjoitti kolumnin kolmeen lehteen viikossa. Lehdet olivat maakuntalehtiä ympäri maata. Mukana olivat muun muassa Lapin Kansa, Pohjolan Sanomat ja Suomenmaa. Väyrysellä oli sopimukset lehtien kanssa ja vuorot sovittiin aina vuoden

alussa. Matti Wuori kertoo kirjoittavansa kolumneja ja artikkeleita pyydettyään suurimpiin suomalaisiin sanomalehtiin. Hän ei kirjoita kolumneja omasta aloitteestaan. Astrid Thors ja Eija-Riitta Korhola tekivät radiopakinoita. Thors pakinoi kerran kuussa Lapin radiossa, Korhola Lapin radiossa ja Radio Deissä.

Kuusi jäsentä kertoi julkaisseensa erilaisia tiedotuslehtiä sanomalehtien välissä tai suoraan tilaajille lähetettynä (taulukko 2). Ulpu Iivari julkaisi Terälehti nimistä tiedotuslehteä, jolla oli noin 1 400 tilaaja ja se postitettiin heille kotiin kirjekuudessa. Lehti ilmestyi viisi kertaa vuodessa. Esko Seppänen julkaisi 4-5 kertaa vuodessa 12-sivuista lehteä, jolla oli 7 000 tilaajaa. Samuli Pohjamo oli julkaissut sivun tai kahden paksuista liitettä joitakin kertoja Suomenmaan, Keskipohjanmaan ja Kainuun Sanomien välissä. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki kertoi kerran vuodessa ilmestyvästä Havuja-lehdestä seuraavaa:

”Me tehdään kerran vuodessa lehti, jonka nimi on Havuja. Ja se on niin kun EPP:n ja parlamentin ja hänen työnsä esittelyä. (--) Se ilmestyy Uusi-Espoo ja Uusi-Vantaa lehtien välissä Espoolla ja Vantaalla joka talouteen kerran vuodessa. Viime vuonna tehtiin kaksi. Se on meille semmonen tärkeä kanava.”

Paavo Väyrysellä oli aiemmin ollut Pohjantähti niminen viisi kertaa vuodessa ilmestynyt tiedotuslehti, mutta se ei ilmestynyt enää. Myös Astrid Thorsilla oli aiemmin ollut RKP:n puoluelehden sisällä neljäsvuvinen liite.

Myös sähköpostilehtiä julkaistiin (taulukko 2). Ulpu Iivari kertoi lähettävänsä täysistuntoviikon jälkeen 130 kappaletta sähköpostilehteä nimeltään e-uutiskirje. Astrid Thors lähetti ennen täysistuntoviikkoa ja sen jälkeen sähköpostilla viikkotiedotteen, joiden nimet ovat Bryssel-bulletin ja Strasbourg-raportti.

Kaikilla (14) tutkimukseeni osallistuneella parlamentin jäsenellä oli myös Internet-sivut, joilla julkaistaan tiedotteita, puheita ja parlamentissa tehtyjä mietintöjä (taulukko 2). Usein sivuilta löytyivät myös jäsenen aikataulut ja matkat Suomessa sekä jäsenen ja avustajien yhteystiedot. Ulpu Iivari sanoi Internet-sivujen olevan viestintänsä runko. Iivari sanoi uskovansa sivujen kehittämiseen ja hän oli panostanut niihin niin, että ne olivat yksinkertaiset ja toimivat. Sivujen kävijämäärä oli hänen mukaansa kasvanut vähitellen. Eija-Riitta Korhola sanoi Internetin olevan keskeinen väline hänen tiedotuksessaan. Astrid Thorsin avustaja kertoi, että Internet-sivuihin satsattiin paljon ja niiltä löytyivät kaikki kirjalliset ja suulliset kysymykset

sekä lehdistötiedotteet. Samuli Pohjamon mukaan palautteesta päätellen hänen sivuillaan kävi moni. Internetistä löytyi kaikki hänen julkaisemansa materiaali. Riitta Myller kertoi sivujensa olevan asiantuntijan tekemät ja avustajien päivittävän niitä. Matti Wuori kertoi kotisivujensa toimivan pääasiassa tekstivarastona. Paavo Väyrysen Internet-sivuilla julkaistiin myös hänen kolumninsa ja avustajan mukaan kävijätietojen perusteella niitä luettiin paljon.

Ainakin kaikki kolme suomalaista sosialidemokraattia yhdessä valtuuskuntana sekä Paavo Väyrynen ja Esko Seppänen julkaisivat kirjoja EU-aiheista (taulukko 2). Myös Eija-Riitta Korhola julkaisi lokakuussa 2002 ensimmäisen kirjansa, jota voidaan toisaalta pitää niin sanottuna vaalikirjana, koska hän oli ehdolla eduskuntavaaleissa maaliskuussa 2003. Esko Seppänen julkaisi kirjan joka vuosi. Paavo Väyrynen oli julkaissut uransa aikana noin 20 kirjaa. Myös Matti Wuori sanoi kirjoittavansa artikkeleita aikakauskirjoihin.

Tiedotustilaisuudet ja seminaarit

Henkilökohtaisia tiedotustilaisuuksia parlamentin jäsenet järjestivät tarvittaessa (taulukko 2). Usein tilaisuus liittyy esimerkiksi vierailuun maakunnassa tai muuhun tapahtumaan. Kaikki eivät maininneet tiedotustilaisuuksia lainkaan taktiikakseen. Samuli Pohjamolla oli jopa 3-5 tilaisuutta tai henkilökohtaista tapaamista viikossa Suomessa. Käytännössä nämä tilaisuudet keskittyvät viikonlopuille ja Pohjois-Suomeen. Mikko Pesälällä oli 2-4 tilaisuutta viikossa. Myös Riitta Myller kertoi, että useimmat hänen viikonlopuistaan ovat varattuja tilaisuuksille ja kokouksille kotimaassa. Ari Vatanen järjesti lehdistötilaisuuden esimerkiksi silloin, kun Suomen eduskunta oli hyväksynyt uuden autoveron. Tilaisuudessaan Vatanen käsitteli päätöstä ja pohti, mitä pitäisi vielä korjata, että Suomen autoverolaki täsmäisi kaikkien EU:n sääntöjen kanssa. Astrid Thors järjesti omia tiedotustilaisuuksia esimerkiksi, jos joku nimihenkilö oli Suomessa vierailulla. Kun hän ilmoitti jäävänsä Euroopan parlamenttiin, vaikka tulisi valituksi Suomen eduskuntaan maaliskuun vaaleissa 2003, Thors piti tiedotustilaisuuden. Marjo Matikainen-Kallström järjesti omia tilaisuuksia tarpeen mukaan, mutta ei kovin usein. Matti Wuori ei järjestänyt omia tiedotustilaisuuksia.

Myös erilaiset seminaarit ja koulutustapahtumat olivat osa parlamentaarikkojen viestintää. Ulpu Iivari järjesti kahdesti vuodessa seminaareja, joihin osallistui noin 100 henkeä kerrallaan. Samuli Pohjamo kertoi myös järjestäneensä seminaarin Oulussa. Paavo Väyrynen oli järjestänyt esimerkiksi vuonna 2002 Eurooppa-koulutusseminaarin keskustan puolueväelle ja nuorille suunnatun Eurooppa-koulun kaksi kertaa aikaisemmin. Kolmen

sosialidemokraattisen parlamentaarikon valtuuskunta järjesti Suomessa muutaman 150-200 hengen seminaarin vuosittain.

Euroopan parlamentin Suomen tiedotustoimiston pressiaamukahvitilaisuuteen useimmat (10) ilmoittivat osallistuvansa kerran tai pari vuodessa (taulukko 2). Tämä tilaisuus sai kiitosta siitä, että siellä oli yleensä aina hyvin mediaa paikalla ja asiat menivät hyvin läpi julkisuuteen. Samuli Pohjamo kertoi aamukahveista omalta osaltaan, että ne ovat hänelle tärkeä kanava valtakunnalliseen julkisuuteen:

”Muutaman kerran oon käyny, kyllähän siellä toimittajia on paikalla ja joka kerta, kun siellä on käyny, niin jotakin juttuja on siitä tullu. Kyllä se toimii sekin systeemi. Ja sillä tavalla etenkin meillä maakuntien mepeillä, jotka ollaan täältä kotosin, niin se Helsingin pää jää vähän heikolle, että sitä kuitenkin aina tulee tänne kotipuoleen ja aika harvoin siellä Helsingissä tulee käytyä, mutta sillon se tulee, kun tuo hommaa ne toimittajat koolle sinne, niin tulee sitä päätä hoidettua myöskin.”

Tosin tilaisuus sai myös kritiikkiä siitä, että tarjottu aika ei aina sovi omaan aikatauluun. Ari Vatasen avustaja sanoi, että vuoroja osuu kohdalle liian harvoin, koska jäseniä on kuusitoista. Lisäksi hän kuitenkin sanoi, että tilaisuus meni aina läpi etenkin STT:n kautta. Paavo Väyrysen avustaja sanoi, että tilaisuudet menivät vaihtelevasti läpi. Hänen mukaansa paikalle ei välttämättä tullut toimittajia lainkaan, jos tilaisuudella ei ollut tarpeeksi mielenkiintoista otsikkoa. Riitta Myller kritisoi, että ”sieltä ei koskaan saa aikaa silloin, kun itsellään olisi tiedotettavaa.”

Haastattelemani parlamentaarikot ja avustajat näkivät yhtenä tärkeänä viestinnän osana vierailuryhmien kutsumisen Euroopan parlamenttiin. Jokainen parlamentin jäsen saa vuosittain tuoda 90 suomalaista tutustumaan parlamentin työhön joko Brysselissä tai Strasbourgissa. Vierailuryhmien matkakustannuksiin on varattu oma rahoitus varsinaisen tiedotusrahan lisäksi. Esimerkiksi Astrid Thorsin avustaja Mikaela Grönqvist uskoi, että vierailut ovat osa viestintää, koska niille osallistuvat ihmiset oppivat tuntemaan paremmin EU:ta ja sitä, mitä siellä tapahtuu. Myös Ari Vatasen avustaja Toni Vanhala ja Samuli Pohjamo toivat vierailuryhmät haastatteluissa erikseen esille.

5.2.3 Viestinnän tavoitteet ja periaatteet

Useimmat parlamentaarikot kokivat tehtäväkseen tiedottamisen EU-asioista tai parlamentin työstä suomalaisille, eli tietynlaisena EU-asiantuntijana toimimisen. Kolmetoista vastaajaa neljästätoista sanoi haluavansa kertoa, mitä EU:ssa, parlamentissa tai Brysselissä tapahtuu (liite 13). Eija-Riitta Korhola ja Marjo Matikainen-Kallström mainitsivat myös haluavansa tuoda EU:ta lähemmäs kansalaisia. Paavo Väyrysen avustaja, Samuli Pohjamo ja Ari Vatasen avustaja korostivat EU-tiedosta kertomisen tärkeyttä sanomalla, että se kuuluu parlamentin jäsenen työhön ”ehdottomasti”, ”tietenkin” ja ”tottakai”. Paavo Väyrysen ja Marjo Matikainen-Kallströmin avustajat arvioivat, että parlamentin jäsenen päätyö oli Brysselissä ja Strasbourgissa tehtävä lainsäädäntötyö ja Suomen kansalaisten edun ajaminen unionissa. Toinen tehtävä oli sitten Suomessa tiedottaa kansalaisille EU:sta. Riitta Myller sanoi, että parlamentin jäsenten täytyy tuoda Suomeen EU-tietoa, koska kukaan muu ei sitä tee:

”Joo, koska kukaan muu sitä ei tee. Ja sit jos me halutaan saada ymmärrettäväksi meidän työemme, niin sehän on välttämätöntä. Ja koska minä nään, että tällä poliittisella yhteistoiminnalla Euroopan tasolla on merkitystä ja sitä pitää kehittää ja syventää, niin kyllä mä haluan, että demokraattisessa yhteiskunnassa ihmiset tietää myös ne perusteet, minkä takia näin ajatellaan. Et ei se oo semmosta vaan, että kädet ylös, apua meitä viedään.”

Matti Wuori oli tästä asiasta eri mieltä ja totesi haluavansa käyttää tiedotustukea ennemmin asioiden edistämiseen, kuin ”EU:n kuvan kiillottamiseen”. Hän jatkoi aiheesta näin:

”Mä oon suhtautunut vähän allergisesti semmoseen piilotiedottamiseen, joka on EU:lle hyvin tyyppillistä. Se on ylhäältä alaspäin ja mä en käy edes EU-tilaisuuksissa kovin mielelläni. Musta sen pitäis lähteä siitä, että mitkä on ihmisten ongelmia suhteessa EU:hun, mitkä on heidän mielestään päin helvettiä. Tää pitäis aina kysyä ensin ja sitten siellä voi olla väärinkäsityksiä, jotka voi olla ehkä jopa oikaistavissa, mutta siellä on myös ihan oikeita todellisia ongelmia ja tämä itseriittoisuus, jolla EU-instituutiot toimii esim. parlamentti. Se on tehotonta ja jopa kääntyy itseään vastaan. Se tökkii ihmisiä.”

Yksi jäsenten viestinnän tavoite oli poliitikon näkyvyys tiedotusvälineissä ja julkisuudessa. Paavo Väyrysen avustaja sanoi, että poliitikko tiedottaa, jotta ihmiset huomaisivat, että hän tekee jotakin. Astrid Thorsin avustaja arvioi, että tiedottaminen oli poliitikolle tärkeää, jos hän haluaa tulla valituksi uudestaan ja siksi hänen täytyy saada näkyvyyttä. Ainakin se oli avustajan mukaan suositeltavaa, jotta ihmiset näkevät, että poliitikko tekee jotakin myös vaalien välillä.

Esko Seppänen sanoi kyselyvastauksessaan, että hänen viestintänsä tavoitteena oli jatkuva poliittinen kampanjointi. Piia-Noora Kauppi, Mikko Pesälä ja Samuli Pohjamo mainitsivat erikseen, ettei heidän viestintänsä ole kampanjointia. Ari Vatanen kommentoi näin:

”Saan näppylöitä puoluepoliittisesta kampanjoinnista. Tiedotuksessani pyrin saattamaan kansalaisten tietoon ne hankkeet, joiden osalta itse olen aktiivinen.”

Toinen edelliseenkin liittyvä tavoite jäsenten viestinnässä oli aineistoni mukaan oman työn julkisuuteen saaminen. Astrid Thorsin avustaja sanoi, että he yrittävät tiedottaa siitä, mitä Thors oli tehnyt ja saanut aikaan sekä hänen mielipiteistään. Ari Vatasen avustajan mukaan tiedotuksella pyrittiin saattamaan yleiseen tietoon ne hankkeet, joiden osalta Vatanen oli ollut aktiivinen. Myös Riitta Myller sanoi olevan turhauttavaa, jos oli tehnyt paljon töitä, eikä saanut mitään julkisuuteen:

” Jos tekee tällasta julkista työtä, mitä politiikka on, niin tottakai haluaa ees jollain tavalla esille sen työn, mitä tekee, koska sehän on se keino, millä ihmiset voi arvioida työn onnistumista. Ja jos ei saa mitään julki, niin se on tietysti aika turhauttavaa, jos on omasta mielestään tehny töitä.”

Monet sanoivat viestinnällä tavoiteltavan asioiden ajamista ja niiden julkisuuteen tuomista. Ulpu Iivari sanoi haluavansa antaa ”päiväkohtaisille uutisille taustaa ja vahvistaa ihmisten osallisuuden tunnetta”. Riitta Myllerin tavoitteena oli osallistua keskusteluun ja kertoa missä mennään lainsäädännöllisissä asioissa. Matti Wuori kertoi viestintänsä tavoitteiksi itselleen tärkeiden asioiden kuten ihmisoikeuksien pitämisen ”agendalla”. Paavo Väyrysen avustaja kertoi tavoitteeksi saada oma mielipide ja ääni kuuluville. Samuli Pohjamo kertoi, että hänellä viestintä hoidetaan aina asioihin liittyen. Hän ja Mikko Pesälä korostivat, etteivät pyri ”populistisuuteen”, vaan tiedottavat asiapohjalta. Ari Vatasen avustaja Toni Vanhala luetteli asioita, joita oli tavoitteena ajaa myös viestinnällä. Hän kertoi seuraavaa:

”Hän myös tuo EU:n periaatteita tunnetuksi, nimenomaan just tätä tavaroiden vapaata liikkumista, mitä tää autoverolakikin tai autoverokampanja on käsitelly ja sitten, että mitä konkreettista hyötyä EU:hun liittymisestä on myös Tuupovaaran peräkylän asukkaille. Että aika tällainen kansalaisnäkökulma hänellä on ollu siinä kyllä. Mut tottakai, jos jotain tiettyä yksittäistä asiaa tiedotetaan, niin hän tuo ne omat näkökulmansa ja miten hän tähän ja tähän direktiiviesitykseen sitten suhtautuu.”

Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja kertoi viestinnän yhdeksi tavoitteeksi puhumisen asioista ilman ”kapuloita”. Astrid Thorsin avustaja Mikaela Grönqvist sanoi tavoitteeksi myös

mahdollisimman suuren näkymisen eri medioissa, jotta myös sanomalle saataisiin enemmän julkisuutta.

Viestinnällään jäsenet halusivat tulosten perusteella myös vaikuttaa ja muuttaa suomalaisten asenteita EU:ta kohtaan myönteisemmiksi. Kyösti Virrankoski mainitsi haluavansa vaikuttaa Suomen ja suomalaisten kantoihin, mutta ei määritellyt asiaa tarkemmin. Eija-Riitta Korhola taas nosti esiin, että hän toivoisi voivansa nostaa äänestysprosenttia. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki sanoi haastattelussa yhdeksi tavoitteeksi EU-vastaisuutta vastaan taistelemisen. Piri Punamäki keskusteli kanssani näin:

”PP: Voi sanoa melkeen niin, ettei koskaan oo sellasta tilaisuutta, missä ei joku tois tätä EU-vastaisuutta jossain kysymyksessä esiin, et se tulee kyllä aina.

PI: Mistä sä luulet, et se vastaus johtuu?

PP: Tietämättömyydestä, sitä se on.

PI: Jota vastaan sitten taas yritetään taistella tiedottamalla.

PP: Juuri näin.”

Ulpu Iivari sanoi, että hänen viestintänsä periaatteena oli kansalaisten kunnioitus. Hän ei halua vain ”työntää propagandaa”, vaan hän pyrkii ensin selvittämään tiedon tarpeet. Matti Wuoren periaatteena viestinnässä oli hänen mukaansa se, ettei se ole tiedottamista perinteisessä mielessä, vaan tiedotusvälineiden palvelua:

”Eli tiedotusta tossa tavanomaisessa mielessä ei ole. Että me yritetään nimenomaan palvella, niin, että me toimitetaan aineistoa myös toimittajille, mutta se on aina aihekohtaista, se on se temaattinen yhteys eikä se, että nyt pitäis saada valtaviestimiin jotakin näkyvää. Vaan sen pitää nousta jostain temaattisesta ajankohtaisuudesta ja siinä pitää olla myös jotakin sanottavaa.”

Myös Piia-Noora Kaupin ja Marjo Matikainen-Kallströmin avustajat mainitsivat viestinnän yhdeksi tehtäväksi toimittajien palvelemisen.

5.2.4 Mediaviestinnän suunnittelu

Kaikilla tämän tutkimuksen Euroopan parlamentin jäsenillä viestintä oli suunniteltua ainakin joiltakin osin. Yleensä tiedotteita lähetettiin spontaanisti, kun jotakin asiaa ilmeni, mutta tilaisuudet, painotuotteet, kolumnit ja muut säännölliset elementit olivat etukäteen tiedossa.

Ulpu Iivari sanoi, että hänellä oli viestintästrategia. Strategisesta ajattelustaan hän kertoi muun muassa seuraavaa:

”On tää musta aika suunniteltua ja se lähti jo mun vaalityöstä, jossa me käytettiin paljon tämmöstä suoramarkkinointia, et me kirjoitettiin suoraan kirjeitä SDP:n jäsenille ja siitä tätä on sitten kehitetty. Siinä oli hirveen paljon sellasta niin kuin sidosryhmäajattelua ja tämmöstä suoraa yhteydenottoa. (--) Me toimitaan myös sillä tavalla systemaattisesti, et me aina välillä pidetään yhdessä kokouksia, (--) sitten me aina puhutaan myös paitsi näistä käytännöistä, niin myös periaatteista. ”

Astrid Thorsin tiedotus vaikutti hyvin taktikoidulta ja suunnitellulta, vaikka lehdistötiedotteet yleensä tehtiin spontaanisti. Hänen avustajansa kertoi esimerkiksi, että parlamentin Helsingin toimiston pressiaamukahvien ajankohta suunniteltiin näin tarkasti:

”Meillä on nyt elokuussa sovittu ennen kuin parlamentti alottaa uudestaan sit syksyllä, et ku on ensimmäinen Strasbourgin viikko, et silloin Astrid tykkää, et se on hyvä ajankohta, et lehdistö on silloin kiinnostunu ja muutenkin kesällä ei tapahdu paljon muuta.”

Paavo Väyrysen avustaja sanoi, ettei viestintää suunniteltu mitenkään ja tiedotteita lähetettiin, kun vastaan tuli jotakin mielenkiintoista. Kuitenkin heilläkin suunniteltiin etukäteen kolumnien aikataulut, jotka sovitaan aina vuoden alussa. Samuli Pohjamo kertoi tiedottavansa silloin, kun oli asiaa, mutta hänelläkin toimittajatilaisuudet Brysselissä ja tiedotusliitteet suunniteltiin etukäteen. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja sanoi heidän viestintänsä koostuvat säännöllisistä elementeistä kuten tiedostuslehdessä ja tilaisuuksista sekä reagoinnista tapahtumiin tiedotteilla. Riitta Myllerin tiedottamisessa Internet-sivut ja valtuuskunnan seminaarit edustivat suunniteltua tiedottamista. Muuten hän kertoi päivittäisen arkiviestintänsä olevan reagointia ympäröivään maailmaan. Myller kertoi myös sosialidemokraattien valtuuskunnan toiminnan olevan pitkälti suunniteltua.

Ari Vatasen avustajan mukaan heillä ei ollut strategiaa, vaan viestintä toimii tarvepohjalta. Matti Wuori sanoi, ettei hänellä ollut mitään viestintäaikatauluja. Hän jatkoi myös, että hän yrittää työntää asioita ulos silloin, kun asiat ovat kypsiä, eikä silloin, kun hän itse tarvitsisi julkisuuspiikkiä.

Mediaseuranta ja luotaus

Vain kaksi haastattelemistani parlamentaarikoista käytti ulkopuolista leikepalvelua mediaseurantaansa - Matti Wuori ja Astrid Thors (liite 13). Neljä kertoi pääasiassa Suomen

avustajan seuraavan jäsenen julkisuutta etenkin sanomalehdistä. Nämä olivat Marjo Matikainen-Kallström, Riitta Myller, Samuli Pohjamo ja Ari Vatanen. Paavo Väyrysen mediaseurannasta huolehti Väyrysen itsensä lisäksi Brysselin avustaja, ja Ulpu Iivari sanoi seuraavansa lehtiä itse Internetistä. Iivari ei kokenut leikepalvelua tarpeelliseksi, koska hän oli niin vähän esillä julkisuudessa. Paavo Väyrysen ja Marjo Matikainen-Kallströmin avustajat sanoivat seuraavansa myös parlamentin Suomen tiedotustoimiston kokoamaan leikepalvelua, joka lähetettiin jäsenille skannattuna sähköpostilla. Kaikki uskoivat tietävänsä aina, kun esiintyivät julkisuudessa jossain päin Suomea. Ari Vatasen avustaja sanoi, että viime kädessä Vatasen laaja tuttavaverkosto kertoi mahdollisista jutuista, ja Samuli Pohjamo kertoi, että joskus kotiväkikin leikkeli juttuja lehdistä.

Ari Vatasen, Paavo Väyrysen ja Astrid Thorsin avustajat ja Riitta Myller toivat esille myös yleisen uutisseurannan – luotauksen – Suomesta parlamenttiin. Ari Vatasen avustaja seuraa pääuutisia ja täysistuntoviikolla suomalaisen median reaktioita. Astrid Thorsin avustaja kertoi, että lehtiä seurattiin, jotta osattaisiin vastata ja reagoida niihin asioihin, joista media oli kiinnostunut. Paavo Väyrysen avustaja kertoi seuraavansa myös kotimaan politiikkaa, koska se kiinnostaa Väyrystä taustasta takia.

Samuli Pohjamo kertoi seuraavansa Suomen asioita kotimaan tapahtumissa kiertäessään:

”Että näitä kotimaan tapahtumia, ku on ja tilaisuuksia, tutustumisia, niin se on tietenkin sitten toisinpäin, että pystyy sitten siellä omassa valiokunnassa ja siellä parlamenttityöskentelyssä käyttää niitä asioita hyväksi ja tämä Suomen näkökulma tulee huomioon otetuksi.”

5.2.5 Mediaviestinnän asiasällöt

Suurella osalla suomalaisista Euroopan parlamentin jäsenistä oli jonkinlaisia teemoja, joihin heidän viestintänsä keskittyi (liite 12). Pääosin nämä teemat määräytyvät niiden valiokuntien kautta, joissa jäsenet istuivat parlamentissa. Kuitenkaan kaikilla jäsenillä ei ole erityisiä asia-alueita. Marjo Matikainen-Kallström ja Paavo Väyrynen sanoivat teemojensa vaihtelevan ja kertoivat tiedottavansa yleensä sillä hetkellä parlamentin käsittelyssä olevista asioista. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja kuitenkin luetteli myös teemoja: energia-, teknologia-asiat, koulutus, liikunta, huumeet. Matti Wuoren pääteemoja olivat ihmisoikeudet ja kaikki niihin liittyvä, koska se oli hänen ”profiilinsa” parlamentissa. Ulpu Iivari oli kulttuurivaliokunnan jäsen ja hänen teemojaan olivat oppimisen, koulutuksen ja kulttuurin merkitys yhteiskunnassa sekä EU:n tulevaisuus ja laajentuminen. Ari Vatasen teemoja olivat liikenne ja autovero,

koska hän kuului liikennevaliokuntaa. Myös ihmisoikeudet olivat Ari Vatasen teema. Hänen avustajansa mukaan parlamentin jäsenten täytyi keskittyä joihinkin asiasisältöihin, koska kaikkea ei voinut hallita. Samuli Pohjamon asiasisällöt – alue- ja liikennepolitiikka, matkailu, energia, tutkimus- ja teollisuuspolitiikka – määräytyivät lähinnä valiokunnan mukaan. Riitta Myllerin medialle tarjoamat asiat koskivat EU:n yleistä kehitystä, ympäristöä, sosiaalikesymyksiä, julkisia palveluja ja kuluttajasuojaa. Osa hänen teemoistaan tuli valiokuntien kautta, mutta osa oli vain yleisesti kiinnostavia asioita. Myllerin teemoja olivat myös aluepolitiikka ja rajayhteistyö, jotka tulevan hänen rajanpinnassa Joensuussa asumisestaan.

”Ne on mulle ensimmäisiä asioita, joita mut on tavallaan pistetty hoitamaan Euroopan parlamenttiin. (--) Mähän olin ensimmäisen kauden aluepoliittisessa valiokunnassa ja tein melkein kaikki raportit, jotka liitty näihin kysymyksiin. Sieltä se oikeestaan, et missä mulla on substanssiosaamista, niin niiltä alueilta, et en mä lähe semmosesta, mistä mä en tiedä yhtään mitään, niin myöskään tiedottamaan.”

Astrid Thorsin asiasisällöt olivat hyvin laajalta alueelta: ympäristö (erityisesti Suomenlahden tila), kuluttajasuoja, avoimuus, IT-yhteiskunta, geenimanipulaatio, lasten ja nuorten hyvinvointi ja koulutus. Avustajan mukaan Thors joutui tekemisiin monien erilaisten asioiden kanssa, koska hän oli RKP:n ainoa edustaja parlamentissa, eikä hän voinut keskittyä samaan tapaan kuin suurempien puolueiden edustajat.

Omien asiasisältöjensä näkyvyyttä julkisuudessa kommentoivat vain Ari Vatasen avustaja ja Ulpu Iivari. Ari Vatasen avustaja totesi, että jos parlamentin jäseniltä kysyttiin liikenneasioista, niin todennäköisimmin silloin asiaa kysyttiin juuri Vataselta. Hän sanoi myös, että autoveroasiassa he olivat onnistuneet, mutta muita asioita ei oltu saatu halutulla tavalla läpi. Ulpu Iivari taas sanoi tarjoavansa teemoja medialla, mutta ne eivät kiinnosta, koska eivät ole uutisia. Hän haluaisikin kirjoittaa itse artikkeleita aiheistaan.

5.2.6 Viestinnän onnistuminen

Parlamentaarikkojen tai heidän avustajiensa omat näkemykset viestinnän onnistumisesta ja näkyvyydestä vaihtelivat paljon (liite 13). Erityisesti mielipiteet oman huonon näkymisen syistä olivat erilaisia – jokainen näki omalla kohdallaan näkyvyyden puutteet eri syistä johtuviksi.

Ulpu Iivari arvioi, ettei hänen viestintänsä tai julkisuutensa ole ollut riittävää, mutta hänellä itsellään oli parempi olo näin, koska aiemmin hän oli omasta mielestään saanut liikaakin niin sanottua lööppijulkisuutta ja joutunut pettymään mediaan. Hän toivoisi kirjoittavansa enemmän esimerkiksi Helsingin Sanomien ”yliöön”. Lisäksi hän arveli, että seuraavissa vaaleissa äänten saaminen oli kovan työn takana, mutta viestinnän niukka linja oli myös tuottanut tulosta ja tuonut hänelle uskottavuutta poliitikkona, koska hän oli muun muassa ollut lyhyen ajan sisällä kahdessa ajankohtaisohjelmassa televisiossa. Ulpu Iivari totesi myös, että halutessaan hän pystyisi helposti sanomaan sellaisia yksityiselämän asioita, joilla saisi aikakaussilehtijulkisuutta. Lisäksi hän sanoi tietävänsä, miten myisi itsensä lehtiin ja kirjoittaisi referaatin, joka pääsisi palstoille. Kuitenkin Ulpu Iivari näkyvyys mediassa oli aika heikkoa, mikä herättää kysymyksen siitä, miksei hän käytä näitä keinoja hyväkseen. Ulpu Iivari toteaa itsekkin, että parlamentin jäsenten joukossa oli sellaisia, joilla oli paljon julkisuutta, mutta hän itse kuuluu niihin, joilla sitä oli vähän.

Samuli Pohjamo totesi, ettei hänellä ole omalla alueellaan Pohjois-Suomessa valittamista läpimenon suhteen, mutta valtakunnallinen media tuntui olevan häneltä suljettu. Hän uskoi sen johtuvan kahdestakin syystä. Ensinnäkin hänen teemasta kiinnostivat lähinnä Pohjois-Suomea ja toiseksi hän ei ole ollut mukana valtakunnan politiikassa.

”Kyllä tää valtakunnan välinen niin ne [mediat] on kyllä aikalailta minulta suljettuja taikka mä en niihin kovin herkästi pääse. Siihen on varmaan kaksikin juttua, et mä en oo valtakunnan politiikassa sillä tavalla toiminu niin kuin monet mepit ja toisaalta sitten aluepolitiikka, liikenne, matkailu, niin ne on niitä tämän alueen juttuja, joihin mä etupäässä oon keskittyny. Ja sitten toinen valiokunta on teollisuus, tutkimus ja energia, niin nekin jutut menee paremmin täällä omalla alueella. Sen mä oon huomannu, että tää aluepolitiikka ei näitä valtakunnan välineitä kovin paljon kiinnosta muutoinkaan.”

Samuli Pohjamo uskoi valtakunnallisesti tunnettujen parlamentaarikkojen pääsevän paremmin läpi mediassa. Lisäksi hänen mielestään pääkaupunkiseudun jäsenet ovat paremmassa asemassa kuin muut, koska suuret mediat toimivat pääkaupungin alueella, jonne myös alueen jäsenten omat tilaisuudet sijoittuvat. Myös Mikko Pesälä totesi julkisuutensa olevan alueellista.

Matti Wuori, Ilkka Suominen ja Paavo Väyrysen avustaja olivat tyytyväisiä tiedotukseensa ja läpipääsyyn. Matti Wuori sanoin muun muassa, että hän oli tyytyväinen, koska häntä ei yritetty raahata kaikkeen mahdolliseen, mutta toisaalta hän sai asiat hyvin läpi silloin, kun halusi. Paavo Väyrysen avustaja kertoi Väyrysen pääsevän suomalaisessa mediassa läpi

etenkin kotimaan politiikan aiheilla, koska Väyrynen oli ollut itse niin pitkään siinä mukana. Avustaja koki vain hyväksi asiaksi, että ylipäätään media oli kiinnostunut, eikä kokenut kotimaan politiikkaa rasitteeksi.

Astrid Thorsin avustaja arvioi, että heidän viestintänsä määrä oli suuri suhteessa näkyvyyteen mediassa. Hän sanoi, ettei heidän tarvitsisi niin paljon lähettää tiedotteita, mutta pohti myös, että ehkä oli aina sitä parempi, mitä enemmän tiedotteita lähetetään. Thorsin avustaja sanoi myös, että heille läpipääsy oli vaikeaa suomenkielisissä lehdissä, koska lehtien mielenkiinto oli vähäistä kolmen suurimman puolueen ulkopuolella. Lisäksi heidän täytyi kääntää tiedotteensa ruotsista suomeksi lähestyessään suomenkielisiä lehtiä. Myös kristillisdemokraattien edustaja Eija-Riitta Korhola koki häviävänsä näkyvyydessä suurten puolueiden edustajille.

Riitta Myller sanoi, että yleensä hän ei ollut onnistunut tiedotuspolitiikassaan. Myller totesi, että harva poliitikko pääsi asiajulkisuudella läpi. Hänen mukaansa läpi pääsi jollakin muulla kuin asioilla. Se ei Myllerin mielestä luonut kovin hyvää kuvaa parlamentin jäsenten työstä. Lisäksi Myller kritisoi tietolähteiden valintaa. Hän koki itse olevansa asiantuntija monella alueella, mutta media valitsi tietolähteekseen yleensä sen, joka eniten oli kyennyt vaikuttamaan toimittajiin.

”Jos joku rummuttaa kauheesti, niin se saa sen läpi, (--) oman näkökulmansa siitä asiasta, et se on mun mielestä yks, joka vääristää, tota kuvaa Euroopan parlamentista ja sen työstä, on se, että kun ei oo esimerkiksi toimittajaresursseja seuraamaan, mitä edustajat tekee siellä, niin se kuva siitä välittyy toimittajien kautta ja siitä, että miten hyvin kukin meistä on joko halunnu, pystyny tai viitsiny vaikuttamaan toimittajaan tehdäkseen oman työnsä tärkeeksi.”

Euroopan parlamentin jäsenten asema on erilainen verrattuna muihin suomalaisiin poliitikkoihin etenkin siksi, että parlamentaarikkojen varsinainen työpaikka sijaitsee Brysselissä Belgiassa ja Strasbourgissa Ranskassa. Kuitenkin heidän pitäisi päästä esille suomalaisissa tiedotusvälineissä. Haastatteluissa tuli ilmi myös muita eroja kotimaassa työskenteleviin poliitikkoihin verrattuna. Ulpu Iivari sanoi, että europarlamentaarikoilla oli enemmän tiedotusresursseja kuin suomalaisilla kansanedustajilla. Ari Vatasen avustaja Toni Vanhala uskoi, että media seurasi eduskunnan työtä hyvin tarkkaan, mutta ei seurannut samalla tavalla europarlamenttia. Riitta Myller arveli, että Brysselissä olevilla toimittajilla oli oikeasti halua saada parlamentin asioita läpi, mutta heidän karsiva seulansa oli Suomen pään toimitussihteeri. Koska EU-asiat olivat myös kotimaan politiikkaa, ne taistelivat palstatilasta eduskunta uutisten ja kunnallisten uutisten kanssa ja yleensä hävisivät tässä taistelussa.

Myllerin mukaan paikallinen toimitussihteeri ajatteli tuolloin ”ehkä omasta näkökulmastaan ihan fiksusti”, etteivät ihmiset olleet niin kiinnostuneita EU-asioista. Paavo Väyrysen avustaja Johannes Alaranta totesi, etteivät toimittajat ole Brysselissä samalla tavalla kuin eduskunnassa paikan päällä hankkimassa uutisaineistoa. Alarannan mukaan toimittajat eivät olleet Brysselissä juuri missään yhteydessä avustajiin tai parlamentin jäseniin.

Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki toi esille toimittajien lukumääräisen eron EU:n ja eduskunnan välillä. Hän sanoi näin:

”Hyvä huomio oli sellanen, että mä en nyt muista montaks tota lehtimiestä on eduskuntaan, näitä onks ne ny akreditoitu vai miten ne nyt on siellä, et ne saa siellä tehdä sitä työtään, no sanotaan nyt vaikka, et niitä on sataviiskymmentä lehtimiestä. Niin Brysselissä on kakstoista. Suhde on tää!”

Kaikki parlamentin jäsenet eivät nähneet Brysselin ja Suomen välimatkaa varsinaisena ongelmana. Osan mielestä se kuitenkin joissain tapauksissa hankaloitti viestintää. Esimerkiksi Ari Vatasen avustaja sanoi parlamentin Helsingin pressiaamukahveille osallistumisesta, että tilaisuuksien järjestäminen Suomessa tiettyyn aikaan voi olla hankalaa, koska parlamentaarikot olivat suurimman osan ajastaan ulkomailla. Samuli Pohjamo sanoi, että parlamentin toiminta jäi etäiseksi monille tärkeille toimijoille Suomessa juuri välimatkan takia. Hän myös totesi, että viikot Brysselissä rajoittivat kotimaassa matkustamista, tilaisuuksiin osallistumista ja asioiden seuraamista:

”Se tekee sillain aika raskaaksi tän meidän homman, et tätä matkustamista on aika paljon, ku me veivataan ees takas tätä Brysselin ja Strasbourgin väliä ja sitten täällä kotimaassa vielä viikonloppuna matkustellaan. Mut se on välttämätön, että se säilyy se yhteys tänne kentälle ja ihmisiin.”

Samuli Pohjamo näki yhtenä apuvälineenä välimatkaan Internetin, ja myös Ari Vatasen avustaja sanoi, ettei välimatka tuottanut suuria ongelmia, koska sähköiset viestintävälineet ajoivat asiaa ja haastattelu onnistui puhelimitse. Myös Astrid Thorsin avustaja totesi, että toimittajat halusivat harvoin tehdä haastatteluja kasvotusten. Paavo Väyrysen avustaja sanoi, että tiedottaminen oli pääasiassa sähköpostin varassa, joten oli ihan sama missä oli. Avustajan mukaan Marjo Matikainen-Kallström asui Espoossa ja kävi Suomessa joka viikko, joten ongelmia ei syntynyt välimatkan takia. He olivat valmiita sopimaan ”aika mahdottomiakin aikataulujuttuja” palvelukseen mediaa. Avustaja kertoi, että ”merkillisissäkin paikoissa häntä on haastateltu, mutta aina on joku hetki löytyny.”

Ulpu Iivari totesi, että kansalaisilla saattoi olla vaikeuksia suhtautua parlamentaarikkojen työpaikan sijaintiin:

”Me on siitä joskus keskenämme laskettu leikkiä, et ku on lähteny Euroopan parlamenttiin niin ihmiset luulee, et on eronnu politiikasta ja muuttanu ulkomaille.”

5.2.7 Julkisuuskuva ja tyytyväisyys

Monilla suomalaisilla Euroopan parlamentin jäsenillä oli olemassa jo vahva julkisuuskuva. Toiset myös pyrkivät muuttamaan sitä esimerkiksi karttamalla ei-toivottua julkisuutta ja pyrkimällä toisenlaiseen. Mietitty tavoitejulkisuuskuva oli viidellä tutkimukseeni osallistuneella parlamentaarikolla. Kolme ei kertonut pohtineensa tavoitejulkisuuskuvaa (taulukko 3).

TAULUKKO 3

Suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuuskuvat, tyytyväisyys niihin ja viihdejulkisuus

	Julkisuuskuva	Tyytyväisyys kuvaan	Viihdejulkisuus
Iivari, Ulpu	Mietitty: Uskottava ja fiksu poliitikko.	Tyytyväisempi kuin koskaan.	Ollut viihdejulkisuudessa. Aika tiukka linja.
Matikainen-Kallström, Marjo	Mietitty: asiakysymyksiä, ei yksityisasioita.	Tyytyväinen.	Pyyntöjä tulee jatkuvasti. Ollut useasti.
Myller, Riitta	Ei mietittyä kuvaa. Asiakysymyksiä.	Ajoittain tyytyväinen.	Ei tule pyyntöjä. Ollut Eeva-lehdessä.
Pohjamo, Samuli	Mietitty: Tule esiin asioiden hoitamisen kautta.	Omalla alueella tyytyväinen, ei valtakunnallisesti.	Ei tule pyyntöjä, eikä ole ollut.
Thors, Astrid	Ei mietittyä kuvaa. Pätevä ja uuttera.	Ihan tyytyväinen.	Ei ole ollut.
Vatanen, Ari	Ensisijaisesti EP:n jäsen. Ralliautoilijan ura takalalla. Mietitty.	Tyytyväinen.	Silloin tällöin tulee pyyntöjä, enemmän pyydetään urheiluun.
Väyrynen, Paavo	Vahva kuva jo muodostunut. Ei yritetä muuttaa.	Julkisuuskuva perustuu vanhoihin asioihin ja väärä.	Pyyntöjä tulee jatkuvasti. Ollut useasti.
Wuori, Matti	"Ei jokapaikan naamaksi." Mietitty.	Kohtuullisen tyytyväinen.	Pyydetään paljon. Kieltäytyy yleensä.

Paavo Väyrysen avustaja arveli Väyrysen olevan julkisuuskuvaltaan ”Väyrynen”. Hänen julkisuuskuvansa oli Suomessa vahva, vaikka ei avustajan mukaan vastannut todellisuutta ja perustui ”vanhoihin asioihin”. Tietoisesti Väyrynen ei kuitenkaan pyri julkisuuskuvaansa muuttamaan. Samuli Pohjamo sanoi, että hän oli päättänyt luoda julkisuuskuvaa asioiden hoitamisen kautta. Hän siis pyrkii omien sanojensa mukaan hoitamaan asioita niin hyvin kuin osasi ja antoi ihmisten arvioida, miten hyvin oli siinä onnistunut. Ari Vatasella oli vahva julkisuuskuva nimenomaan ralliautoilijana, mutta avustajansa mukaan hän halusi esiintyä julkisuudessa ensisijaisesti Euroopan parlamentin jäsenenä ja pyrkii tietoisesti siihen, että ralliautoilijan ura jäisi taka-alalle.

Astrid Thorsin avustaja ei ollut keskustellut itse Thorsin kanssa tavoitejulkisuuskuvasta. Thorsin nykyisen kuvan avustaja arveli olevan kuva pätevästä ja uutterasta parlamentaarikosta. Riitta Myllerillä ei ollut mietittyä julkisuuskuvaa, mutta hänenkin kuvansa oli asiakeskeinen tarkoituksella. Hän kommentoi kuvaan pyrkimistä näin:

”Jos mä oisin halunnu, että musta ois joku henkilökohtanen julkisuuskuva, niin kai mä oisin jotain tehny sen asian eteen. Mulla ei oo tippaakaan kiinnostusta olla julkisuudessa, muuta kuin työn kautta. Mä pidän sitä tosi kiusallisena ja ärsyttävänä, et ihmiset tietäis musta jotain muuta kuin työasioita.”

Tällainen tietynlaisen julkisuuden karttamisen kautta julkisuuskuvaan vaikuttaminen oli keinona myös Ulpu Iivarilla, Marjo Matikainen-Kallströmillä ja Matti Wuorella. Matti Wuorella oli Suomessa vanha kuva julkisuudessa, mutta Wuori sanoi karttavansa liian positiivista julkisuutta. Hän pelkäsi vaaraa tulla ”jokapaikan naamaksi”, koska siinä kuluttaisi itsensä ja myös asiat kärsisivät.

”Pahinta on se, että susta tehdään jonkinlainen sankari. Paitsi, että se on falskia ja kestämatöntä, niin siitä seuraa väistämättä se lokaanvetämisvaihe. Senkin takia semmonen halpojen pisteitten kerääminen ja niin kuin, hei minä tein tämän, niin se on kerta kaikkiaan tyhmää. Se on läpinäkyvää, niille, jotka ajattelee ja johtaa vain siihen, että ihan aidosti tympäännytään ja se on jopa ihan oikein ja kohtuullistakin, että tympäännytään ja tulee tämmösiä naamoja ja sitten vähän ajan kuluttua niitä ei paljon muistella.”

Marjo Matikainen-Kallström pyrki julkisuuteen asiakysymyksillä. Hänellä oli tiukka linja siitä, ettei hän antanut mitään yksityisasiotaan julkisuuteen. Avustaja Piri Punamäen mukaan:

”Et hän ei anna sellasia haastatteluja ollenkaan, missä näytetään vaatekaappii tai kotii tai lapsii tai aviomiestä tai mitään tämmösiä omaan yksityiselämään liittyviä asioita. Et ne on hänellä niinku se ehdoton raja. Ja joskus ollaan sitä sit pohdittu, että sitä kautta varmaan sais

enemmän julkisuutta tälle mepin työlle. Mut toisaalta (--) me palvellaan aina, et hänellä on varmaan sellanen maine, et kun häneen otetaan yhteyttä, niin aina tulee vastaus. (--) Et mä ihailen häntä, et hän on pystynyt sen rajansa pitämään ja olemaan silti kuitenkin vähän niinku lehdistön lemmikki.”

Ulpu Iivari tavoitteli julkisuuskuvaa fiksuna ja uskottavana poliitikkona. Hän ei myöskään suostunut julkisuudessa kommentoimaan kollegojensa tekemisiä ja hän halusi olla ”kyllä-poliitikko”, joka näki asiat mahdollisuuksien kautta. Hän ei halunnut julkisuuden pyörytykseen ja oli siksi säästeliäs julkisuuteen pyrkimisen suhteen. Hän koki olevansa nykyään poliitikkona paremmassa asemassa, kuin ennen ollessaan enemmän juorupalstoilla ja saadessaan runsaammin päivittäistä julkisuutta.

”Et mä silloin esimerkiksi puoluesihteerinä ollessani ja joskus myöhemminkin olin aika huoleton. Esim. mä ajattelin, että noh, että oikei, jos tulee kolhuja niin kyllä se sit pitkällä tähtäyksellä semmonen tietty oikeudenmukaisuus voittaa ja muuta, et mulla on ollu aika pahojakin kokemuksia. (--) Musta ei ole yhtään hauskaa, et on naama lööpeissä. (--) Mä oon niinku mieluummin pois julkisuutta kuin päästän sen käsistäni.”

Ulpu Iivari ja Astrid Thorsin avustaja toivat esille myös ulkoisen olemuksen osuuden julkisuuskuvassa. Ulpu Iivari sanoi kiinnittävänsä paljon huomiota ”ihmisten ilmoilla” siihen, että hän näytti siistiltä. Hän sanoi myös yrittävänsä aina käyttäytyä hyvin ja kohteliaasti, koska hän oli aina ulkona liikkeessään tietoinen siitä, ettei ollut yksityishenkilö. Astrid Thorsin avustajan mielestä ulkonäöllä oli suuri merkitys osana julkisuuskuvaa, mutta Thors itse ei kokenut sitä yhtä tärkeäksi vaan halusi, että hänet muistetaan enemmän siitä, mitä hän oli tehnyt.

Ulpu Iivari oli ainoa tutkimukseeni osallistunut, joka kertoi kartoittaneensa gallup-tutkimuksella omaa julkisuuskuvansa. Hän teetti tunnettuudestaan tutkimuksen ennen viime eurovaaleja ja uudestaan ”noin puolitoista vuotta” sitten. Vaalien jälkeen Iivarin tunnettuus oli laskenut, mutta samalla ärsyttävyyssiirteet olivat vähentyneet ja myönteiset lisääntyneet. Hän arveli teettävänsä uuden tutkimuksen vielä ennen seuraavia parlamentin vaaleja.

Seitsemän haastattelemaani sanoivat olevansa tyytyväisiä julkisuuskuvaan ainakin jossain määrin (taulukko 3). Paavo Väyrysen avustaja totesi kuvan vääräksi, ja että julkisuutta ylipäättään voisi saada enemmän. Väyrysen kuvaa ei kuitenkaan pyritty muuttamaan, joten ehkä siihen oltiin tyytyväisiä jollain tasolla. Ulpu Iivari kertoi olevansa nyt tyytyväisempi kuin koskaan aikaisemmin. Hän sanoi, ettei hänen tunnettuutensa ole suuri, mutta pohja oli parempi kuin koskaan ja hän oli ”löytännyt itsensä poliitikkona”. Riitta Myller sanoi olevansa

tyytyväinen ”ajoittain”, Matti Wuori oli ”kohtuullisen” tyytyväinen, Astrid Thorsin avustaja taas ”ihan” tyytyväinen. Samuli Pohjamo sanoi olevansa tyytyväinen julkisuuskuvaansa omalla alueellaan Pohjois-Suomessa, mutta valtakunnallisesti ei.

Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja sanoi, etteivät he tavoitelleet julkisuutta julkisuuden vuoksi, koska sitä oli aika paljon automaattisestikin. Ari Vatasen avustaja arvioi Vatasen saavan julkisuutta helpommin ralliautoilijana kuin parlamentin jäsenenä, mutta hän ei saanut parlamentaarikkona asioitaan paremmin läpi vain siksi, että oli tunnettu ralliautoilija.

Julkisuuden hallintaan kaikki parlamentin jäsenet eivät tuntuneet edes uskovan. Kolme haastattelemaani toi esiin, ettei median valintoihin voinut oikeastaan vaikuttaa. Paavo Väyrysten avustaja Johannes Alaranta sanoi, ettei julkisuuskuva pysty muuttamaan, koska toimittajat päättävät siitä. ”Se on kuitenkin toimittajien käsissä, että millä tavalla asioita esitetään”, hän totesi. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki toivoi, että tulevaisuudessa olisi keinoja ohjata mediaa ja saada sen kautta tärkeitä asioita esille. Hän ei uskonut sen vielä olevan mahdollista. Astrid Thorsin avustaja Mikaela Grönqvist sanoi, että aina hän ei haluaisi lehtien kirjoittavan sitä mitä ne kirjoittavat, mutta totesi, ettei lehdistöä voi määrätä millään tavalla.

Viihdejulkisuus

Viidelle haastattelemistani parlamentaarikoista tuli suhteellisen säännöllisesti tai jopa usein pyyntöjä viihdejulkisuuteen (taulukko 3). Paavo Väyrystä pyydettiin avustajan mukaan viihdeohjelmiin usein, mutta hän ei mennyt mukaan puhtaasti viihteen takia vaan ainoastaan silloin, jos käsiteltiin asiakysymyksiä. Hän oli ollut esimerkiksi Joonas Hytönen Show’ssa muutaman kerran, mutta läheskään joka kerta pyyntöihin ei edes vastattu. Avustajan mukaan Väyrystä oli pyydetty lähiaikoina (keväällä 2003) televisiolähetykseen tanhuamaan, mutta hän ei ollut suostunut. Aikakauslehtiin pyyntöjä Väyryselle tuli satunnaisemmin, minkä avustaja arveli juontuvan siitä, että hänen julkisuuskuvaansa oli kulunut ja hänen tunnettiin jo hyvin. Aikakauslehtien kohdalla päätös riippui myös siitä, kuka oli jutun tekijä. Avustajan mukaan lähiaikoina oli kieltäydytty muutamista lehdistä, koska niiden tiedettiin kirjoittavan ”tympeän sävyisiä juttuja”.

Ulpu Iivari yritti pitää tiukkaa linjaa viihdejulkisuuden suhteen. Hän oli kuitenkin ollut esimerkiksi Kotiliedessä ja television viihdeohjelmassa viime aikoinakin. Nykyisin hän ei

kuitenkaan joutunut kieltäytymään usein, mutta sanoi aikoinaan kieltäytyneensä ”kymppitonneista ja muista”. Ari Vatasta pyydettiin silloin tällöin viihdejulkisuuteen, mutta enemmän urheiluohjelmiin ja -juttuihin. Vatanen ei kuitenkaan ollut viihdejulkisuudessa ollut, koska hän oli vähän Suomessa. Marjo Matikainen-Kallströmille pyyntöjä viihdejulkisuuteen tuli jatkuvasti, ja hän oli ollut monessa tv-ohjelmassa myös mukana. Toisaalta hän oli aikakauslehtijulkisuuden välttänyt sillä, ettei hän halunnut tuoda yksityisyyttään julkisuuteen eikä antanut henkilöhaastatteluja. Avustajan mukaan he pyrkivät ensin näkemään tv-ohjelman ja päättivät sen jälkeen mentiinkö siihen mukaan. Matti Wuorta pyydetään viihdejulkisuuteen myös, mutta hän kieltäytyi aina. Hän ei mennyt viihdeohjelmiin eikä antanut ”hömppähaastatteluja”.

Samuli Pohjamo, Riitta Myller ja Astrid Thors eivät saaneet oikeastaan ollenkaan pyyntöjä viihdejulkisuuteen. Pohjamo ei uskonut olevansa viihdejulkisuuden kannalta mielenkiintoinen. Hän myös arveli, että jos häntä pyydetäisiin viihdejulkisuuteen, hän saattaisi kieltäytyä. Riitta Myller kertoi olleensa kerran Eeva-lehdessä. Myller kuitenkin sanoi, ettei hänellä ole sellaista kohtaan mitään kiinnostusta ja ettei se ”rakenna mitään mihinkään suuntaan”. Hän siis luultavasti kieltäytyisi, vaikka pyyntöjä tulisikin useammin. Astrid Thorsin avustaja ei muistanut Thorsin esiintyneen missään viihdejulkisuudessa. Avustaja ei kuitenkaan osannut varmuudella sanoa, tuliko Thorsille pyyntöjä lainkaan vai kieltäytyikö hän niistä aina.

5.2.8 Mediasuhteet ja median vastaanotto

Viisi tutkimukseen osallistunutta parlamentin jäsentä mainitsi erikseen viestintäkeinokseen henkilökohtaiset suhteet toimittajiin. Ainakin kolme jäsentä tapasi toimittajia Brysselissä säännöllisesti. Mediaa pidettiin yleisesti tärkeänä elementtinä yhteiskunnassa ja parlamentin jäsenen työssä, mutta median EU tietämystä ja kiinnostusta kritisoitiin runsaasti.

Riitta Myller ja Samuli Pohjamo kertoivat, että samaan suomalaiseen puolueeseen kuuluvien parlamentin jäsenten kanssa yhdessä järjestettiin tapaamisia suomalaisille toimittajille Strasbourgissa tai Brysselissä. Riitta Myller sanoi, että sosialidemokraattien valtuuskunta tapaa toimittajat Strasbourgissa viikolla tiistaisin ja ryhmäviikolla Brysselissä torstaisin. Myös valtuuskunnan vuosikokouksien yhteydessä he olivat järjestäneet lehdistölounaita. Samuli Pohjamo kertoi tapaavansa suomalaisia toimittajia Brysselissä yhdessä Mikko Pesälän kanssa. Hän kertoi tapaamisista seuraavaa:

”Me ollaan Pesälän kanssa tehty sillain, että me ollaan kutsuttu ne [toimittajat] vaan koolle ja sitten juteltu aika vapaamuotoisesti siitä, että mitä nyt on vireillä, ja mikä niitä kiinnostaa. Ja välttämättä ne ei tee mitään juttua siitä sen heti jälkeen, mutta sitten he saattaa jonku päästä, ku tietävät, että joku on tulossa, niin ottavat sitten yhteyttä.”

Piia-Noora Kauppi, Paavo Väyrynen, Samuli Pohjamo, Astrid Thors ja Eija-Riitta Korhola mainitsivat osaksi viestintäänsä henkilökohtaiset suhteet toimittajiin (taulukko 2). Paavo Väyrysellä oli avustajan mukaan suurimmissa sanomalehdissä luottotoimittajia. Samuli Pohjamo sanoi, että EU-asioita suomalaisissa lehdissä hoitavat toimittajat tulivat vähitellen työn kautta tutuiksi. Piia-Noora Kaupin avustaja kertoi, että he pyrkivät tarjoamaan toimittajille tietoa toimittajien kiinnostuksen kohteista. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja taas sanoi, ettei heillä ollut kiinteitä ja lämpimiä suhteita mediaan, mutta he pyrkivät palvelemaan mediaa mahdollisimman hyvin muun muassa niin, että avustajan sai aina kiinni puhelimella. Ari Vatasen avustajan mukaan hänen toimittajakontaktinsa olivat urheilutoimittajia, joista taas harvemmin oli hyötyä poliitikon julkisuudelle.

Kaikki kahdeksan haastattelemaani pitivät tiedotusvälineitä tärkeinä europarlamentaarikon työlle. Matti Wuoren mukaan asioita ajettaessa tarvittiin aina myös julkisuusulottuvuus. Ari Vatasen avustajan mielestä medialla oli suuri merkitys, koska muuten parlamentin jäsenet eivät saisi ajatuksiaan julkisuuteen. Ulpu Iivarille medialla ei ollut henkilökohtaista merkitystä, mutta yleiselle tiedotusilmapiirille ja politiikan uskottavuudelle se oli hänen mielestään tärkeä. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja sanoi, että tässä yhteiskunnassa, jossa media toimi neljäntenä valtiomahtina, se oli tärkeä. Samuli Pohjamo piti mediaa tärkeänä laajempien ihmisjoukkojen tavoittamisen takia. Riitta Myller sanoi, että median olemassaolo oli avoimuuden perusta ja sen merkitys toimi molempiin suuntiin niin, että kansalaiset tiesivät, mitä poliitikko teki ja toisaalta poliitikko pysyi selvillä kansan ajatuksista. Astrid Thorsin avustajan mielestä media oli tärkeä, koska poliitikon oli pakko saada julkisuutta. Paavo Väyrysen avustajan mukaan media oli paras keino saada mielipiteitä läpi, mutta hän ei pitänyt mediaa itseisarvona sinänsä.

Median ei koettu olevan kiinnostunut EU-asioista (liite 13). Kukaan 14 tutkimukseen osallistuneesta ei kritiikittömästi sanonut, että media olisi hyvin kiinnostunut EU:sta tai parlamentista. Esko Seppänen tunsii, ettei mediaa kiinnostaneet EU-asiat lainkaan. Parlamentaarikot kritisoiivat muun muassa sitä, että jos kiinnostuneita oltiin, katsottiin asiaa vain komission tai neuvoston kannalta ja unohdettiin parlamentti kokonaan. Samuli Pohjamo ja Ari Vatasen avustaja sanoivat, ettei mediaa kiinnostanut yksittäisten parlamentaarikkojen

tekemiset tai kannanotot. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki, Astrid Thorsin avustaja Mikaela Grönqvist sekä Paavo Väyrysen avustaja Johannes Alaranta sanoivat kaikki, etteivät parlamentti ja EU olleet tarpeeksi ”mediaseksikkäitä” aiheita. Avustajat sanoivat myös, että mediaa kiinnostivat enemmän henkilökysymykset kuin asiat.

Useat toivat esille sen, että toimittajilla oli vaikeuksia ymmärtää EU-aiheita tai päätöksentekoprosessia ja siksi siitä oli vaikeaa myös uutisoida. Esimerkiksi Samuli Pohjamo sanoi, että asioiden selvittäminen vaati paljon työtä toimittajilta. Riitta Myller sanoi, että media voi ollakin kiinnostunut EU-asioista, mutta kun lehdessä oli vain tietty määrä palstatilaa, jäivät EU ja parlamentti jonon hännille. Piia-Noora Kaupin avustaja Mikko Harjulehto totesi kyselyvastauksessa, että ”human interest –aiheet menevät aina läpi, asiat eivät niin hyvin”.

Kiinnostuksen ja tietämyksen todettiin lisääntyneen paljon Suomen EU-vuosien aikana. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki oli toiminut työssään viisi vuotta ja hänen mukaansa sinä aikana EU-uutisten määrä lehdissä oli kasvanut räjähdysmäisesti. Hänen mukaansa Suomen EU-jäsenyyden alkuaikoina jutut olivat täynnä virheitä, jotka vuosien myötä olivat vähentyneet. Piri Punamäki myös totesi, että nyt Suomessa alkoi olla koossa asiantunteva lehtimieskaarti, joka oli aidosti kiinnostunut EU:sta.

Parlamentaarikot listasivat myös muita mediassa tapahtuneita muutoksia. Ulpu Iivari sanoi ”oikean” tiedonvälityksen kaventuneen koko ajan. Riitta Myller arveli, että julkisuuskeskeinen kehitys olisi kääntymässä toiseen suuntaan politiikassa. Hän uskoi, että niin sanottujen julkisehdokkaiden jälkeen kysyttäisiin muutaman vuoden kuluttua enemmän kokemusta ja vakuutuksia ehdokkailta. Hän sanoi myös, että europarlamenttivaaleissa niin sanotut julkisehdokkaat ovat todella suuri kysymys, koska puolueet eivät halunneet laittaa vaaleihin rahaa eivätkä jaksaneet tehdä vaalitöitä, joten jo julkisuudessa runsaasti olleet ehdokkaat olivat niille Myllerin mukaan kuin ”taivaan lahja”.

Muutammat vertasivat suomalaista mediaa muiden unionin maiden mediaan. Samuli Pohjamon mielestä lähempänä Brysseliä tai Strasbourgia sijaitsevista maista toimittajia oli paikalla enemmän ja niiden maiden parlamentaarikotkin joutuivat enemmän ottamaan kotimaan julkisuuden huomioon. Riitta Myllerin mukaan suomalainen media kesti hyvin kansainvälisen vertailun siinä suhteessa, että meidän lehdistömme oli pääosin asiallista ja sivistynyttä, eikä pyrkinyt vain löytämään ongelmia ja paisuttelemaan yksityiskohtia kuten esimerkiksi

Britanniassa. Myös Matti Wuori totesi, että monissa muissa maissa pyrittiin Suomea enemmän ”paraatijulkisuuteen” ja tehtiin asioista ”spektaakkeleita”.

Tyytymättömyys mediaan ja toimittajiin

Koska kaikki tutkimukseeni osallistuneet olivat jossain määrin tyytymättömiä median kiinnostukseen EU:ta ja parlamenttia kohtaan, he esittivät myös runsaasti kritiikkiä tiedotusvälineitä ja toimittajia kohtaan. Esko Seppänen sanoi, että: ”Toimittajat eivät tunne asioita, ovat kielitaidottomia ja laiskanpulskeita.” Ari Vatasen avustaja kritisoi iltapäivälehtien sensaatiohakuisuutta, koska se ei palvellut asiaa, vaikka näkyvyyttä lisäsin. Hän toivoi lehdistön kertovan enemmän parlamentin työstä.

Monet sanoivat, etteivät tiedotusvälineet ymmärrä, miten tärkeitä EU ja parlamentti oikeastaan ovat Suomelle. Ilkka Suominen ja Ari Vatasen avustaja huomauttivat, että parlamentti säättää direktiivejä, joiden pohjalta eduskunta tekee yli puolet laeista. Silti tiedotusvälineet eivät kertoneet parlamentin lainsäädäntötyöstä heidän mielestään tarpeeksi. Myös Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja totesi, etteivät lehdet ymmärtäneet EU-politiikan tärkeyttä. Hän kritisoi myös etenkin televisiotoimittajia, jotka eivät ottaneet asioista itse selvää, vaan soittivat ennen jutun tekoa avustajalle ja kysyivät, miten asiat oikeastaan olivat.

Samuli Pohjamo kritisoi median yleistä kriittisyyttä EU-asioita kohtaan. Hänen mukaansa mediassa liian helposti kaiveltiin yksityiskohtia, uhkia ja ongelmia, eikä myönteinen juttu ole kovin hyvä uutinen. Myös Paavo Väyrysen avustaja totesi, että oli aivan sama mistä tiedotettiin, niin media repi sieltä esille sen, minkä uskoi ihmisiä kiinnostavan ja varsinainen asiasisältö saattoi jäädä sivummalle. Matti Wuoren mukaan media tyytyi liian helposti paraatijulkisuuteen sekä lähteiden että ongelmien valinnassa. Hän myös sanoi, että aktiivinen EU-kritiikki vaatisi toimittajilta paljon töitä ja paneutumista, joten se oli vähäistä.

Riitta Myller kertoi olevansa todella pettynyt sosialidemokraattien parlamentaarikkojen valtuuskunnan seminaarien saamaan julkisuuteen:

”Se on vaan vähän vahinko, että me aika harvoin saadaan valtakunnallista julkisuutta niillä seminaareilla, että vaikka ne on siis erittäin korkeatasoisia. (--) Et niin kuin, jos sanotaan, että Euroopan parlamentin jäsenet eivät tuota näy eivätkä kuulu, eivätkä ota kantaa asioihin, niin silloin kyllä pitää tiedotusvälineittenkin pikkusen kattoo peiliin. (--) Et siinä mielessä

täytyy olla aika pettynyt siihen panostukseen nähden, mitä me laitetaan niihin, jos ajatellaan verrattuna mihin tahansa, niin ne on tosi asiantuntevia ja tota hyvin resurssioituja juttuja.”

Riitta Myller kertoi myös saaneensa medialta palautetta siitä, että unionin asioista on vaikeaa kirjoittaa, koska toimittajat eivät tiedä, milloin asiat ovat päätöksessä ja milloin prosessi oli vielä kesken. Myllerin mielestä tiedotusvälineiden pitäisikin suhtautua EU-asioihin eri tavalla kuin perinteisiin uutisiin. Hänen mielestään niitä voitaisiin käsitellä mediassa esimerkiksi prosessimaisesti tai seurauksista lähtien.

”Onhan se tietysti selvää, että on ensimmäinen käsittely, johon me panostetaan, toinen käsittely tulee yhteisen kannan jälkeen ja sitten sovittelu. Mut siinä pitäiskin ottaa vähän eri asenne kuin pelkästään uutisointi, et siinä pitäis ottaa pikemminkin prosessuallinen ja missä vaiheessa se vaikuttaa tai miten se yhdistyy Suomen lainsäädäntöön ja miten Suomen eduskunta vaikuttaa siihen ja miten se on täällä sit menossa ja niin poispäin. Mun mielestä, kun ei voidaan kuitenkaan uutismaisesti seurata, ku on niin vähän henkilöstöä, sit pitäis prosessinomaisesti tai niin kuin seurauksista lähtien tiedottaa.”

Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja Piri Punamäki toivoi, että EU:sta uutisoitaisiin yleisesti enemmän. Ulpu Iivarin mukaan EU:n ja median suhde oli arkipäiväistynyt, mutta hän toivoi sen arkipäiväistyvän edelleen. Hyvänä kehityksenä hän piti sitä, että EU:n asiat kuuluvat nykyisin kotimaan osastolle.

5.2.9 Suhde suomalaisiin

Alustavassa kyselyssä tiedustelin parlamentin jäseniltä, ketä he kokivat edustavansa parlamentissa. Kuusi kyselyyn vastannutta sanoi ensisijaisesti edustavansa Suomea (liite 12). He olivat Piia-Noora Kauppi, Eija-Riitta Korhola, Esko Seppänen, Ilkka Suominen, Kyösti Virrankoski ja Paavo Väyrynen. Ensisijaisesti suomalaisia koki edustavansa kolme jäsentä – Marjo Matikainen-Kallström, Mikko Pesälä ja Ari Vatanen. Samuli Pohjamo sanoi edustavansa erityisesti pohjoissuomalaisia. Puoluettaan ensisijaisesti kertoi edustavansa Astrid Thors. Ulpu Iivari sanoi olevansa ”kansan valitsema suomalainen sosialidemokraatti”. Myös Riitta Myller sanoi olevansa suomalainen sosialidemokraatti. Matti Wuori totesi olevansa sitoutumaton sekä edustavansa oikeaksi ja hyväksi kokemiaan asioita.

Ulpu Iivari ja Marjo Matikainen-Kallström kertoivat viestintänsä suuntautuvan enemmän suoraan kansalaisille kuin medialle (taulukko 4). Riitta Myller, Samuli Pohjamo, Ari Vatanen, Paavo Väyrynen ja Matti Wuori suuntaavat viestintänsä median kautta kansalaisille. Astrid Thorsin avustaja taas kertoi heidän viestintänsä jakautuvan tasan median kautta tapahtuvaan

tiedottamiseen ja suoraan kansalaistiedottamiseen. Suoraksi kansalaistiedottamiseksi laskettiin yleisesti sähköpostivastaukset, Internet-sivut, kansalaisseminaarit ja muut suorat kansalaiskirjeet tai lehdet. Riitta Myller kertoi tiedottavansa suoraan myös järjestöille. Astrid Thorsilla oli erilaisia intressiryhmiä, joihin voi ilmoittautua Internet-sivujen kautta. Tällaiset ryhmät – esimerkiksi IT-yhteiskuntaan liittyvä ryhmä – saavat Thorsin tiedotteet kyseisen alan asioista.

TAULUKKO 4

Euroopan parlamentin suomalaisten jäsenten saama kansalaispalautte, tiedotuksen suuntaus kansalle tai medialle, jäsenten arviot kansan EU-tiedon tasosta ja sen syistä

	Kansalaispalautte	Kansalle/ medialle	Kansa & EU tietämys	Syy huonoon tietotasoon
Iivari, Ulpu	Sähköpostilla paljon, vastaa itse	Tiedotus suuntautuu kansalle	EP:n kuva epäselvä	Toimittajat
Kauppi, Piia-Noora	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	Toimittajat
Korhola, Eija-Riitta	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)
Matikainen-Kallström, Marjo	Sähköpostilla paljon, vastaa aina	Tiedotus suuntautuu kansalle	EU vaikeaa ymmärtää	Kapula-kieli
Myller, Riitta	Postia vähän, palautetta tilaisuuksissa	Median kautta kansalaisille	EU vaikeaa ymmärtää	Toimittajat
Pesälä, Mikko	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)
Pohjamo, Samuli	Sähköpostilla paljon, yritetään vastata	Kansalaisille median välityksellä	EU vaikeaa ymmärtää	EU:n byrokratia
Seppänen, Esko	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)
Suominen, Ilkka	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)
Thors, Astrid	Jonkin verran sähköpostilla ja puhelimitse	Tiedotus suuntautuu molempiin	EU vaikeaa ymmärtää	Toimittajat
Vatanen, Ari	Sähköpostilla paljon, pyritään vastaamaan	Median kautta kansalaisille	Suomessa ei totuttu	Lehti
Virrankoski, Kyösti	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)	(ei haastateltu)
Väyrynen, Paavo	Sähköpostilla päivittäin, vastaa aina	Enemmän median kautta	EU suhteellisen uusi asia	Asiat vaikeita
Wuori, Matti	Päivittäin sähköpostilla, vastaa aina	Median kautta kansalaisille	Harva ajan tasalla	Asiat vaikeita

Parlamentaarikot, jotka olivat kotoisin tai asuivat edelleen maakunnissa, olivat myös enemmän julkisuudessa omalla alueellaan. Samuli Pohjamon aluetta oli Pohjois-Suomi ja erityisesti Oulun seutu. Ari Vatasen ja Riitta Myllerin kotikenttää oli Pohjois-Karjala ja Joensuu. Marjo Matikainen-Kallström oli uusmaalainen ja asui Espoossa, ja se oli hänelle avustajan mukaan tärkeää aluetta. Paavo Väyrysen kotiseutua on oikeastaan Lappi, mutta hänen julkisuudessaan ei ollut enää alueellisia eroja, koska hän oli ollut niin pitkään valtakunnan julkisuudessa. Astrid Thorsin kohdalla tuli esille, että hän ei edustanut niinkään aluetta vaan laajemmin ruotsinkielistä Suomea, koska hän oli RKP:n ainoa edustaja parlamentissa. Suurin osa hänen tiedotteistaan ilmestyikin ruotsiksi ja vain noin joka viides suomennettiin.

Seitsemän haastatteluaineiston parlamentaarikkoa kertoi saavansa paljon suoria yhteydenottoja kansalaisilta erityisesti sähköpostilla (taulukko 4). Ainoastaan Riitta Myller kertoi saavansa enemmän palautetta tilaisuuksien yhteydessä ja puhelimitse. Neljä kertoi vastaavansa yhteydenottoihin aina ja loput kolme pyrkivät vastaamaan mahdollisuuksien mukaan. Matti Wuori kertoi saavansa kansalaispostia päivittäin ympäri Eurooppaa. Hän vastasi kaikkeen, mutta jos hän ei pystynyt vastamaan kysymykseen, hän sanoi sen suoraan. Hän ei myöskään suostunut antamaan asianajopalveluja poliitikkona. Hän kommentoi asiaa näin:

”Mä inhoan sitä, että voi kun teillä on mielenkiintoinen ongelma ja lähetän kirjeen paaville, täähän on se helppo tapa. Mutta mulla on hyvin tyly linja, jos mä en voi jotakuta auttaa, niin mä sanon sen heti. Joskus voin antaa jotain neuvoja ja vinkkejä. Sitten mulla on se erityisongelma, että ihmiset haluaa asianajopalveluja ikään kuin poliittisina palveluina, että tässä meillä on täydellinen hautaesirippu.”

Astrid Thorsille tuli postia avustajan mukaan jonkin verran, mutta ei hirveästi. Häneltä kysyttiin yleisiä EU-kysymyksistä ja EU:n tukipäätöksistä. Thors oli jäsenenä vetoamusvaliokunnassa, mistä syystä hänelle tuli todella vaikeitakin kysymyksiä kansalaisilta. Thorsin avustaja Mikaela Grönqvist kertoi, että:

”Sitten kun hän on tässä vetoamusvaliokunnassa, niin siinähan tulee, mutta nehän on hirveen vaikeita casejä. Me yritetään aina tehdä jotain niitten eteen, mutta se on aika vaikeeta kyllä. (--) Mutta ainahan me kyllä kuunnellaan ja silleen. Mut se, että voi tehdä jotain sen eteen ja siis, että ne ois tyytyväisiä siihen, et mitä sanotaan, ne kestää ehkä vuosia. Se on sellanen raskaampi puoli, kun sä istut siinä valiokunnassa.”

Ulpu Iivari kertoi saavansa yhteydenottoja kansalaisilta viikoittain. Marjo Matikainen-Kallström sai paljon postia ja vaikeimpia kysymyksiä olivat avustajan mukaan sellaiset, joissa

ihmiset vetosivat parlamentaarikkoihin asioissa, joille he eivät voineet mitään. He yrittivät kuitenkin aina vastata näihinkin ja kertoa kenen puoleen pitäisi kääntyä. Ari Vatanen sai paljon kansalaispostia ja avustajan mukaan etenkin autoverovastauksia oli saanut väentää ”pilvin pimein”. Samuli Pohjamo kertoi saavansa rahoituskysymyksiä ja kommentteja parlamentin tuleviin päätöksiin. Hän yritti vastata kaikkiin, jotka oli ”vakavassa mielessä lähetetty”. Paavo Väyrysen avustaja kertoi postia tulevan päivittäin. Avustaja karsi niistä oman harkintansa mukaan ne, jotka menivät itse parlamentaarikolle asti.

Samuli Pohjamo ja Matti Wuori toivat esille lobbarit kansalaispostin yhteydessä. Myös lobbareilta parlamentin jäsenet saivat paljon sähköpostia, joissa esitettiin yksityiskohtaista tietoa, toiveita ja kommentteja parlamentissa käsiteltävistä asioista. Matti Wuori sanoi pääosin hyvin ammattitaitoista lobbaripostia tulevan ympäri maailmaa. Koska Wuori oli ollut parlamentin ihmisoikeusvalmistelija, hän kertoi saavansa ”kirjaimellisesti kaiken maailman” ihmisoikeusasiat sähköpostiinsa.

Kaikkien haastattemieni mielestä suomalaisten EU-tiedon tasossa olisi parantamisen varaa (taulukko 4). Ulpu Iivarin mielestä Euroopan parlamentin asema oli ihmisten mielissä epämääräinen, eivätkä kansalaiset ja toimittajat ymmärtäneet, että se mitä EU tuotti politiikassa oli seurausta siitä, miten kansalaiset äänestivät sekä kansallisissa että parlamenttivaaleissa. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja arveli, että suomalaisten EU-vastaisuuskin johtui tietämättömyydestä. Matti Wuoren mukaan harva suomalainen tiesi tai ehti pysyä ajan tasalla siitä, mitä EU:ssa tapahtui.

Syitä suomalaisten huonolle EU-tiedon tasolle esitettiin useita (taulukko 4). Yhdeksi syyksi uskottiin sitä, että EU-asiat olivat vaikeita ymmärtää. Ari Vatasen avustaja viittasi siihen, että parlamentin asiat olivat tavallaan keskeneräisiä, eivätkä valmiita päätöksiä. Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja sanoi, että mielenkiintoisen parlamentin aiheen väentäminen kansantajuiseksi ja kansaa kiinnostavaksi saattoi olla hankalaa ja siksi myös niistä tiedottaminen oli vaikeaa. Myös Paavo Väyrysen avustaja totesi EU:n olevan ”vaikea kompleksi”.

Yhdeksi syyksi EU-tiedon tasoon nähtiin EU:n rakenne ja byrokraattisuus. Matti Wuori sanoi, että EU:n rakenteellinen epädemokraattisuus ja avoimuuden puute huononsivat myös kansalaisten tiedon tasoa. Samuli Pohjamon mielestä koko EU:n päätöksentekoprosessia pitäisi yksinkertaistaa ja selkiyttää ja byrokratiaa vähentää. Hänen mukaansa nyt raskaalla ja

monimutkaisella koneistolla käsiteltiin usein liian pieniä asioita. Myös unionin päätöksenteon avoimuuden lisäämistä ja tiedonkulun parantamista hän piti yhtenä ratkaisuna tiedon tason parantumiseen.

Ari Vatasen avustaja Toni Vanhala totesi, että ehkä parlamentin jäsenet voisivat vaikuttaa kansalaisten tietämykseen aktiivisemmalla tiedottamisella. Paavo Väyrysen avustaja Johannes Alaranta taas uskoi, että parlamentaarikot olivat voitavansa tehneet. Vanhala huomautti, ettei Suomessa oltu vielä totuttu siihen, että merkittävä osa lainsäädännöstä valmisteltiin muualla ja hänen mielestään kiinnostuksen asioita kohtaan pitäisi herätä Suomesta. Alarannan mukaan Euroopan unioni oli Suomessa suhteellisen uusi asia ja siksi sitä ei tunnettu.

Syy kansalaisten huonoon EU-tiedon tasoon saattoi löytyä joidenkin parlamentin jäsenten mielestä myös toimittajista tai mediasta. Astrid Thorsin avustaja Mikaela Grönqvist arveli, etteivät toimittajakaan ymmärtäneet EU-asioita ja he kirjoittivat vain suoraan sen, mitä joku sanoi. Silloin asia jäi yleensä liian yleiselle tasolla ja siksi hänen mielestään oli myös toimittajista ja lehdistä kiinni, etteivät kansalaiset ymmärtäneet asioita. Ari Vatasen avustaja korosti, etteivät kansalaiset voineet tietää, mitä parlamentissa tapahtui, koska lehdistö ei niistä kovin innokkaasti kertonut.

5.2.10 Johtopäätöksiä julkisuusstrategioista

Edellä esittelemiäni laadullisia tuloksia koskevat tutkimuskysymykseni olivat: Millaisia ovat suomalaisten parlamentaarikkojen julkisuusstrategiat, niiden tavoitteet ja lähtökohdat? Ovatko parlamentaarikot tyytyväisiä julkisuuskuvaansa? Millainen suhde parlamentaarikoilla oli mediaan? Näihin kysymyksiin vastaukset löytyvät tarkasti edeltä, mutta kokoan ne tässä vielä yhteen ja teen johtopäätöksiä.

Suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat muodostuivat käytännön tasolla aika perinteisistä viestinnän keinoista kuten tiedotteista, tiedotustilaisuuksista, tiedotuslehdistä ja kolumneista. Kolumnit ovatkin poliitikoille hyvä keino tuoda esiin mielipiteitä ja näkemyksiä sekä saada näkyvyyttä tiedotusvälineissä. Etenkin Euroopan parlamentin jäsenille kolumni on tärkeä kanava, koska sen voi lähettää sähköpostilla lehteen myös Brysselistä eikä poliitikon tarvitse olla paikan päällä Suomessa. Matti Wuori ei mielellään lähettänyt tiedotteita tai kolumneja oma-aloitteisesti, ja hänen suhtautumisensa tiedottamiseen oli muutenkin erilainen muihin tutkimukseen osallistuneisiin verrattuna. Matti

Wuoren julkisuusstrategia oli näiden tulosten perusteella vetäytyvä eli reaktiivinen ja muiden tutkittujen parlamentaarikkojen ennakoiva eli proaktiivinen. Parlamentin jäsenten viestinnän keinot olivat suurelta osin sähköistyneet: kaikilla oli omat Internet-sivut ja sekä tiedotteet että kansalaispalaute kulki pääasiassa sähköpostilla. Julkisuusstrategiat olivat ainakin osittain etukäteen suunniteltuja.

Julkisuusstrategioiden päälinjana oli asioiden kautta julkisuuteen pyrkiminen. Yksi keskeinen piirre parlamentaarikkojen julkisuusstrategioissa oli myös tietynlaisen julkisuuden karttaminen. Yleisesti julkisuudessa parlamentin jäsenet tavoittelivat kuvaa uskottavasta, asiantuntevasta ja tehokkaasta poliitikosta. Yksityisasioiden kautta saavutettua julkisuutta tai julkisuutta vain julkisuuden tähden pyrittiin välttämään tietoisesti. Tärkeimmäksi viestinnän tavoitteeksi parlamentaarikkojen julkisuusstrategioista nousi toimiminen EU-asiantuntijana ja kansalaisten EU-tiedon tason parantaminen. Kaikki muut tutkimukseeni osallistuneet paitsi Matti Wuori kokivat jopa velvollisuudekseen EU:n ja parlamentin asioista kertomisen. Varsinaisesti parlamentti ei velvoittanut heitä tällaiseen tehtävään. Se tarjoaisi kuitenkin hyvät resurssit nimenomaan EU-tiedottamiseen, joten osittain tämä viestinnän tavoite muodostui sitä kautta. Poliitikolle mediassa näkyminen on ehdoton edellytys, jotta hän voisi tehdä työtään. Siksi on ehkä syytä kysyä, onko EU-tiedon välitys oikeasti vilpittömän tavoite. Ehkä takana kuitenkin on oman näkyvyyden tavoittelu EU-asioiden kautta, koska oikeastaanhan parlamentinkin jäsenet ovat osa EU-tietoa. Julkisuuden ja viestinnän muiksi tavoitteiksi kerrottiin juuri poliitikon näkyminen mediassa, oman työn julkisuuteen saaminen ja asioiden ajaminen.

Parlamentaarikkojen julkisuusstrategioista tuli esille myös erilaisia viestinnän tehtäviä. Viestinnän tehtäviksi kerrottiin tiedottaminen, kampanjointi, vaikuttaminen ja palvelu. Esimerkiksi suurin osa parlamentin jäsenistä sanoi viestinnän tehtäväksi EU-asioista tiedottamisen. Esko Seppänen sanoi kampanjoivansa. Kyösti Virrankoski, Marjo Matikainen-Kallström ja Eija-Riitta Korhola halusivat vaikuttaa viestinnällään. Marjo Matikainen-Kallström, Matti Wuori ja Piia-Noora Kauppi sanoivat pyrkivänsä palvelemaan toimittajia mahdollisimman hyvin.

Suomalaiset parlamentaarikot olivat tämän tutkielman tulosten perusteella tyytyväisiä julkisuuskuvaansa. Ainoastaan Paavo Väyrysen avustaja sanoi julkisuuskuvan olevan ”väärä” ja ”vanhoihin asioihin perustuva”, mutta voi olettaa, että siihenkin oltiin jossain määrin tyytyväisiä, koska sitä ei aktiivisesti pyritty muuttamaan. Parlamentaarikkojen alueelliset erot

tulivat esille julkisuuskuvien tarkastelussa tässäkin tutkielmassa, kuten Peren (1998) työssä. Erityisesti Samuli Pohjamo sanoi olevansa tyytyväinen oman alueensa julkisuuskuvaan, mutta valtakunnallisesti hän koki, ettei minkäänlaista kuvaa oikeastaan edes ollut. Viidellä tähän tutkimukseen osallistuneista jäsenistä oli myös mietitty tavoitejulkisuuskuvaa, johon he pyrkivät julkisuusstrategiallaan. Oman viestinnän läpimenoon ei oltu yhtä tyytyväisiä kuin julkisuuskuviin. Näkyvyyttä parlamentaarikot siis tuntuivat kaipaavan enemmän.

Media sai parlamentin jäseniltä melko paljon kritiikkiä EU-asioiden hoidosta. Median ei koettu olevan tarpeeksi kiinnostunut tai toimittajat eivät tienneet tarpeeksi ”vaikeista” EU-asioista. Kolme haastateltua myös totesi, ettei EU ole tarpeeksi kiinnostava tai ”mediaseksikäs”. Media koettiin kuitenkin hyvin tärkeäksi osaksi poliitikon työtä sekä julkisuusulottuvuuden että tiedonvälityksen näkökulmasta. Median todettiin muun muassa olevan avoimen päätöksenteon perusta. Ehkä tässä yhteydessä myös parlamentin jäsenten kannattaisi miettiä, voisivatko he itse tehdä enemmän töitä median kiinnostuksen eteen. Jos EU ei kiinnosta mediaa, voisiko vika olla parlamentaarikoissa ja heidän julkisuusstrategioissaan tai tiedotteiden kapulakielessä?

Monet parlamentin jäsenet sanoivat, etteivät kansalaiset ymmärrä EU-asioita ja syyttivät siitä mediaa, EU:n byrokratiaa tai EU-asioiden vaikeutta. Ehkä tässäkin parlamentaarikot voisivat tehdä itse enemmän töitä selkeällä ja ymmärrettävällä suoralla kansalaistiedottamisella. Parlamentaarikkojen arveluita kansalaisten huonosta EU-tiedon tasosta tukevat aikaisemmat tutkimukset (ks. EVA 2002 ja Euroopan komissio 2002). Tutkimuksissa on myös todettu, että media on merkittävässä asemassa suomalaisten EU-tiedon rakentumisessa (ks. Mörttinen 2000), joten myös siinä parlamentin jäsenten tuntemukset saattoivat osua oikeaan.

Parlamentaarikkojen näkemykset oman näkyvyytensä ja läpipääsynsä perusteista olivat osittain hyvin omakohtaisia ja kapeakatseisia. Joku uskoi huonon näkyvyytensä johtuvan pienestä puolueesta, toinen valtakunnallisen tunnettuuden puuttumisesta tai siitä, ettei asiajulkisuudella ylipäättäen päässyt julkisuuteen. Niistä ei oikeastaan löytynyt minkäänlaista yhteistä linjaa paitsi se, että omista keinoista tai strategioista ei yleensä nähty puutteita.

5.3 Julkisuustulosten ja strategioiden kohtaaminen

Tämän luvun kahden aineiston yhdistävä analyysi pohjaa edellä esittelemiini tuloksiin. Vertasin aluksi parlamentaarikkojen teemoja sanomalehdissä ja heidän itse ilmoittamiaan

teemoja, jotka tulivat ilmi joko haastatteluissa ja taustakyselyn vastauksissa. Tarkastelin kunkin parlamentin jäsenen panostusta tiedotukseen suhteessa julkaistujen juttujen määrään. Tässä tein myös numeerista vertailua keinojen määrän ja lehtien mainintamäärän välillä. Näistä määristä päätin parlamentaarikkojen mediajulkisuustilat eteläsuomalaisissa sanomalehdissä. Lisäksi vertailin jäsenten omia kokemuksia näkyvyydestä sanomalehtien juttumääriin ja sisältöihin. Pyrin löytämään yhtäläisyyksiä myös juttujen sisältöjen ja tavoitejulkisuuskuvien sekä viestinnän muiden tavoitteiden välillä.

5.3.1 Teemojen vastaavuus

Medialle tarjotuissa ja juttuina julkaistuissa teemoissa löytyi ainakin yksi vastaavuus yhdentoista jäsenen kohdalla (taulukko 5). Tarjottujen ja läpimenneiden teemojen vastaavuus oli siis olemassa, mutta sitä ei voi pitää erityisen hyvänä.

TAULUKKO 5

Lehtijuttujen ja parlamentin jäsenen omien teemojen vastaavuus

	Omat teemat	Teemat lehdissä	Vastaavuudet
Iivari, Ulpu	Kulttuuri, koulutus, EU:n tulevaisuus	Kotimaa, työ euroedustajana	ei
Kauppi, Pii-Noora	Oma työ, konventti, rahoituslait	Kotimaa, EU:n ulkosuhteet, talous, liikenne, oma työ	kyllä
Korhola, Eija-Riitta	(ei vastausta)	Ympäristö, kotimaa, sosiaalipolitiikka, oma työ	-
Matikainen-Kallström, Marjo	Energia, teknologia, koulutus	Kotimaan politiikka, sosiaalipolitiikka, EU:n ulkosuhteet, oma työ	kyllä
Myller, Riitta	Ympäristö, sosiaalipol., julkiset palvelut	Työ euroedustajana, ympäristö, kotimaa, EU:n ulkosuhteet	kyllä, useita
Pesälä, Mikko	Maatalous, EU:n tulevaisuus	Työ euroedustajana, tutkimus, kotimaa, ympäristö	kyllä
Pohjamo, Samuli	Alue, liikenne, energia, tutkimus	Työ euroedustajana, kotimaa, tutkimus	kyllä
Seppänen, Esko	Liittovaltio, konventti, perustuslaki	Kotimaa, EU:n ulkosuhteet, työ euroedustajana	ei
Suominen, Ilkka	Ulkomaalais-politiikka	Työ euroedustajana, kotimaa, EU:n ulkosuhteet	kyllä, useita
Thors, Astrid	Ympäristö, avoimuus, koulutus	Kotimaa, oma työ, ympäristö, sosiaalipolitiikka	kyllä, useita
Vatanen, Ari	Liikenne, autovero, ihmisoikeudet	Liikenne, sosiaalipolitiikka, oma työ, kotimaa	kyllä, useita
Virrankoski, Kyösti	Maatalous, alue, EU:n budjetti	Työ euroedustajana, ympäristö, kotimaa	kyllä
Väyrynen, Paavo	Vaihtelevat, Eurooppa, kotimaa	Kotimaa, oma työ, EU:n ulkosuhteet	kyllä
Wuori, Matti	Ihmisoikeudet ja niihin liittyvät muut	Sosiaalipolitiikka, kotimaa, ulkosuhteet, talous, oma työ, kulttuuri	kyllä

Ulpu Iivarin ja Esko Seppäsen tarjoamien teemojen ja julkaistujen juttujen väliltä ei löytynyt vastaavuutta (taulukko 5). Piia-Noora Kaupilla, Marjo Matikainen-Kallströmillä, Mikko Pesälällä, Samuli Pohjamolla, Kyösti Virrankoskella, Paavo Väyrysellä ja Matti Wuorella – eli puolella tutkimukseen osallistuneista – löytyi yksi sama aihe sekä tarjotuista että julkaistuista teemoista. Neljä parlamentin jäsentä oli saanut läpi useita tarjoamia teemoja (taulukko 5). He olivat Riitta Myller, Ilkka Suominen, Astrid Thors ja Ari Vatanen. Eija-Riitta Korhola ei vastannut asiasisältöjä koskevaan kysymykseen kyselyvastauksessaan, joten hänen teemojensa vastaavuutta ei voitu tässä luvussa tarkastella.

Sanomalehtiaineistosta kävi ilmi, että Ulpu Iivarin kolmesta maininnasta kaksi liittyi työhön euroedustajana ja yksi käsitteli kotimaan politiikkaa (liite 11). Iivari kertoi omiksi medialle tarjoamiksi teemoikseen etenkin kulttuurin, koulutuksen ja EU:n tulevaisuuden. Hän ei erityisesti maininnut haluavansa tuoda julkisuuteen omia saavutuksiin parlamentaarikkona, kuten jotkut parlamentaarikot. Julkaistujen juttujen teemat ja hänen omat teemansa evät siis vastaa toisiaan (taulukko 5). Ulpu Iivari sanoikin, että hänen tarjoamansa teemat eivät kiinnostaneet mediaa, koska ne eivät olleet uutisia. Ulpu Iivarilla on takanaan myös ura kotimaan politiikassa, joten kotimaan politiikan jutun voi ehkä laittaa sen ansioksi.

Piia-Noora Kaupin yleisin teema sanomalehdissä oli työ euroedustajana ja toiseksi yleisin talous ja tuet (liite 11). Kaupin avustaja ilmoitti hänen omiksi teemoikseen oman työn, tulevaisuuskonventin ja rahoituslainsäädännön. Oma työ tuli esiin sekä tuloksissa että tarjonnassa. Kaupin kohdalla juttujen teemojen ja omien teemojen vastaavuus löytyi yhden teeman kohdalta (taulukko 5).

Marjo Matikainen-Kallström esiintyi sanomalehdissä teemoilla: kotimaan politiikka, sosiaalipolitiikka ja ihmisoikeudet, EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen ja työ euroedustajana (liite 11). Hänen omia teemojaan olivat: energia-, teknologia-asiat, koulutus, liikunta, huumeet. Hänen kohdallaan teemoista löytyi muutama vastaavuus, koska koulutuksen ja huumeiden voidaan ajatella liittyvän sosiaalipolitiikkaan (taulukko 5).

Riitta Myller esiintyi usein teeman työ euroedustajana alla sekä teemoissa ympäristö ja luonto, kotimaan politiikka ja EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen (liite 11). Riitta Myllerin medialle tarjoamat asiat koskivat EU:n yleistä kehitystä, ympäristöä, sosiaalikysymyksiä, julkisia palveluita, kuluttajasuojaa ja aluepolitiikkaa. EU:n yleisen kehityksen voidaan ajatella liittyvän myös työhön euroedustajana sekä EU:n ulkosuhteisiin tai laajentumiseen, joten siitä

löytyivät toisiaan vastaavat teemat. Lisäksi molemmin puolin Myllerin kohdalla tuli esille ympäristöteema. Hänellä omat teemansa vastasivat lehtien juttuja siis kahden teeman verran (taulukko 5).

Mikko Pesälä mainittiin työ euroedustajana sekä tutkimus ja teknologia sarakkeissa (liite 11). Hänestä oli kirjoitettu myös kotimaan politiikkaan sekä ympäristöön ja luontoon liittyviä juttuja. Pesälä ilmoitti kyselyvastauksessa omiksi teemoikseen maatalouden ja EU:n tulevaisuuden. Hänenkin aiheistaan ja läpimenneistä jutuista löytyi yksi vastaavuus, koska maatalouden voidaan ajatella kuuluvan teemaan ympäristö ja luonto (taulukko 5). Samuli Pohjamo sai kaksi mainintaa sarakkeessa työ euroedustajana ja yhden teemalla kotimaan politiikka sekä tutkimus ja teknologia (liite 11). Samuli Pohjamon medialle tarjoamat asiasisällöt olivat alue- ja liikennepolitiikka, matkailu, energia, tutkimus- ja teollisuuspolitiikka. Molemmilta puolilta löytyi hänenkin kohdallaan yksi vastaavuus: tutkimus (taulukko 5).

Esko Seppänen mainittiin neljässä eri kategoriassa: kotimaan politiikka, EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen, työ euroedustajana ja ei selkeää teemaa (liite 11). Hänen tarjoamiaan teemoja olivat liittovaltiokehitys, tulevaisuuskonventti ja EU:n perustuslaki. Hänen kohdallaan ei siis varsinaista vastaavuutta ollut (taulukko 5). Ilkka Suomisen yleisimmät teemat lehdissä olivat työ euroedustajana ja kotimaan politiikka. Suominen mainittiin myös EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen alla (liite 11). Suomisen tarjoamia teemoja olivat transatlanttiset suhteet, Lähi-idän tilanne ja ulkomaalaispolitiikka Suomessa ja EU:ssa. Transatlanttisilla suhteilla tarkoitetaan Atlantin valtamerä ympäröivien maiden keskinäisiä suhteita. Hänen kohdaltaan vastaavuuksia löytyi kaksi (taulukko 5). Transatlanttiset suhteet menivät EU:n ulkosuhteiden alle ja Suomen ulkomaalaispolitiikka kotimaan politiikan teemaan.

Astrid Thorsin yleisin teema jutuissa oli kotimaan politiikka. Thors mainittiin myös teemoilla työ euroedustajana, ympäristö ja luonto sekä sosiaalipolitiikka ja ihmisoikeudet (liite 11). Astrid Thorsin omia asiasisältöjä olivat: ympäristö (erityisesti Suomenlahden tila), kuluttajasuoja, avoimuus, IT-yhteiskunta, geenimanipulaatio, lasten ja nuorten hyvinvointi sekä koulutus. Thorsin omissa teemoissa ja läpimenneissä teemoissa oli kaksi vastaavuutta. Ympäristö löytyy molemmista, ja lasten ja nuorten hyvinvointi sekä koulutus vastaa sosiaalipolitiikan teemaa lehdissä (taulukko 5).

Ari Vatasen yleisin teema lehdissä oli liikenne ja autoverotus (liite 11). Ari Vatasen omista teemoista tärkeimmät olivat myöskin liikenne ja autovero (taulukko 5). Myös ihmisoikeudet olivat Ari Vatasen tarjoama teema. Hänestä oli myös kirjoitettu sosiaalipolitiikkaan ja ihmisoikeuksiin liittyvän teeman yhteydessä. Hänen kohdallaan siis omat teemat ja juttujen teemat vastasivat hyvin toisiaan (taulukko 5).

Kyösti Virrankosken näkyvyys oli suurinta teemalla työ euroedustajana (liite 11). Hänet mainittiin myös ympäristöä ja luontoa sekä kotimaan politiikkaa käsittelevissä jutuissa. Virrankosken omia teemoja olivat maatalous, aluepolitiikka ja EU:n budjetti (taulukko 5). Maatalous kuului ympäristö ja luonto teeman alle, joten Virrankosken teemoissa oli yksi vastaavuus (taulukko 5).

Paavo Väyrysen yleisin teema lehdissä oli kotimaan politiikka ja toiseksi yleisin työ euroedustajana (liite 11). Väyrynen sanoi teemojensa vaihtelevan sen mukaan, mitä oli parlamentin käsittelyssä (taulukko 5). Hänen avustajansa kuitenkin totesi heidän seuraavan kotimaan politiikkaa tarkasti ja myös pääsevän helposti läpi kotimaan poliittisilla teemoilla. Näin ollen Väyrysen kohdalla teemojen tarjonnan ja läpikäymisen voisi olettaa kohtaavan halutulla tavalla kotimaan politiikan osalta.

Matti Wuori mainittiin useimmiten sosiaalipolitiikkaa ja ihmisoikeuksia käsittelevissä jutuissa (liite 11). Matti Wuoren tarjoama pääteema olivat ihmisoikeudet ja kaikki niihin liittyvä (taulukko 5). Hänen kohdallaan tämä teema pääsi hyvin läpi (taulukko 5). Wuori mainittiin lehdissä myös teemoilla kotimaan politiikka, EU:n ulkosuhteet ja laajentuminen, talous ja tuet, työ euroedustaja sekä kulttuuri ja taide. Hänen asiasisältönsä olivat julkisuudessa huomattavasti laaja-alaisempi kuin hänen itsensä tarjoamat teemat. Hän sanoikin usein kääntävänsä haastattelun teeman haluamaansa suuntaan:

”Sehän on tietysti kaikilla sama, että kun pyydetään jonnekin, niin ei välttämättä ole aina juuri niitä aiheita, joista haluaisi puhua, mutta siinä täytyy myös olla taitava, että näitä voi kaapata omiin tarkoituksiinsa. Eli ihan niin, että kun tv:ssä toimittaja kysyy jotakin, niin vastaa ihan jotain muuta.”

5.3.2 Mediajulkisuustilat

Tässä osassa vertaan erilaisten viestintä- ja tiedotuskeinojen määrää lehdissä julkaistujen juttujen määrään. Päättelen niistä jäsenten mediajulkisuustilojen tasa-painoa. Juholin (2001,

191) oli analysoinut mediajulkisuustiloja ja löytänyt neljä erilaista julkisuusorientaatiota, jotka ovat tasapainotila, ristiriitatila, latenssitila ja ryntäystila. Tasapainotilassa median kysyntä ja organisaation tarjonta oli tasapainossa keskenään. Ristiriitatilassa median kysyntä oli suurempi kuin organisaation halu tulla julkisuuteen. Latenssitilassa media ei ole kiinnostunut organisaatiosta eikä organisaatio ole itse kiinnostunut tulemaan esiin. Ryntäystilassa yhteisö pyrkii aktiivisesti julkisuuteen, mutta tulee median torjumaksi.

Suurimmalla osalla (6/14) tutkimukseen osallistuneesta parlamentin jäsenestä mediajulkisuustila näyttäisi olevan tasapainossa (taulukko 6). Kolmella parlamentaarikolla mediajulkisuus näytti latenssitilalta ja ristiriitainen tilanne saattoi olla kolmella jäsenellä. Ainoastaan Ulpu Iivarin ja Samuli Pohjamon mediajulkisuus oli ryntäystilassa näiden aineistojen perusteella.

TAULUKKO 6

Parlamentaarikkojen mediajulkisuutilat sekä mainintojen ja keinojen yhteismäärät

	Tasapainotila	Ryntäystila	Ristiriitatila	Latenssitila	Maininnat	Keinot
Iivari, Ulpu		x			3	10
Kauppi, Pii-Noora	x				13	7
Korhola, Eija-Riitta	x				10	9
Matikainen-Kallström, Marjo				x	4	7
Myller, Riitta	x				9	8
Pesälä, Mikko			x		9	5
Pohjamo, Samuli		x			4	9
Seppänen, Esko				x	4	6
Suominen, Ilkka			x		15	4
Thors, Astrid	x				35	10
Vatanen, Ari	x				8	8
Virrankoski, Kyösti				x	6	6
Väyrynen, Paavo	x				35	11
Wuori, Matti			x		11	7

Eniten erilaisia tiedotuskeinoja käytti aineistoni mukaan Paavo Väyrynen (taulukko 6). Hänen käytössään oli jopa 11 erilaista keinoa, kun kaikkiaan aineistosta nousi esille 14 keinoa. Paavo Väyrysen keinot tuottavat tämän tutkimuksen mukaan myös tulosta, koska hän sai Astrid Thorsin rinnalla eniten mainintoja lehdissä (taulukko 6). Astrid Thors käytti kymmentä keinoa, mikä oli toiseksi suurin määrä (taulukko 6). Heidän panostuksensa ja tuloksensa olivat hyvin tasapainossa.

Kymmentä erilaista keinoa kertoi käyttävänsä myös Ulpu Iivari (taulukko 6). Kuitenkin hän sai vähiten mainintoja sanomalehtijutuissa (taulukko 6). Hänen tarjontansa ja tuloksensa ei ole tasapainossa, vaan mediajulkisuustila näytti ryntäystilalta (taulukko 4). Yhdeksää keinoa, eli kolmanneksi eniten käytti Samuli Pohjamo (taulukko 6). Hänkään ei yllä Thorsin ja Väyrysen tasolle mainintamäärässä: hänet mainittiin jutuissa neljä kertaa, eli toiseksi vähiten (taulukko 4). Hänenkin julkisuutensa oli siis luultavasti ryntäystilassa (taulukko 6).

Myös Eija-Riitta Korhola käytti yhdeksää keinoa (taulukko 6). Kahdeksaa keinoa käyttivät Riitta Myller ja Ari Vatanen (taulukko 6). He kolme kuuluivat myös julkisuustuloksien keskimääräiseen ryhmään ja he saivat suunnilleen saman verran mainintoja (taulukko 6). Eija-Riitta Korhola sai kymmenen mainintaa, Riitta Myller yhdeksän ja Ari Vatanen kahdeksan. Heidän mediajulkisuutilansa oli siis tasapainossa (taulukko 6) ja median kysyntä oli yhtä suurta kuin heidän tarjontansa. Seitsemää tiedotuskeinoa käytti Piia-Noora Kauppi (taulukko 6). Hänen julkisuustuloksensa oli hyvä tarjontaan verrattuna, sillä hän sai neljänneksi eniten mainintoja lehdissä (taulukko 6). Tila oli kuitenkin tasapainossa, koska erot edellisiin ja seuraaviin eivät olleet merkittäviä.

Seitsemää keinoa käyttivät myös Marjo Matikainen-Kallström ja Matti Wuori (taulukko 6). Esko Seppänen ja Kyösti Virrankoski käyttivät kuutta keinoa (taulukko 6). Marjo Matikainen-Kallström ja Esko Seppänen saivat lehdissä neljä mainintaa ja Virrankoski kuusi (taulukko 6). Heidän julkisuustilansa voisi siis ajatella olevan latenssitilassa (taulukko 6), koska heidän keinonsa ja läpimenoja ovat melko vähäiset muihin jäseniin verrattuna. Matti Wuori sai lehdissä yksitoista mainintaa (taulukko 6). Hänen mediajulkisuustilansa oli siis ristiriitaisessa (taulukko 6), jossa median kysyntä oli suurempaa kuin tarjonta. Ilkka Suominen (4) ja Mikko Pesälä (5) käyttivät vähiten keinoja viestinnässään (taulukko 4). Suominen keräsi kuitenkin kolmanneksi eniten (15) mainintoja lehdissä (taulukko 4). Pesäläkin keräsi yhdeksän mainintaa (taulukko 6). Suomisen julkisuustila oli suuremmassa ristiriidassa (taulukko 6) kuin Matti Wuoren tila. Pesälän julkisuustila oli myös ristiriidassa suunnilleen saman verran kuin Wuoren tila.

5.3.3 Kokemuksen näkyvyydestä ja julkisuustulokset

Eniten mainintoja lehdissä saivat siis Paavo Väyrynen ja Astrid Thors. Suurin osa heitä koskevista jutuista käsitteli kotimaan politiikkaa (liitteet 8, 11). Haastatteluissa Väyrysen ja Thorsin avustajat mainitsivat puheenjohtajakampanjan, joka saattoi lisätä heidän

näkyvyyttään tutkimusaineistossa. Väyrysen avustaja kertoi, että silloin heidän viestintänsä oli ollut hyvin suunniteltua ja apuna oli käytetty mainostoimistoa. Thorsin avustaja taas sivusi puheenjohtajakamppailua kertoessaan, kuinka silloin Thorsia haastateltiin muun muassa Suomen Kuvalehteen ja hän oli muutenkin paljon esillä mediassa. Väyrysen suuri panostus siis tuotti tulosta lehdissä kampanjan aikana. Thors tuntui olevan jatkuvasti tiedotustavoiltaan hyvin aktiivinen. Hän lähetti tiedotteita kaikista täysistuntopuheistaan ja muistakin aiheista usein. Myös hänen Internet-sivunsa olivat ajantasaiset ja niihin panostetaan. Thorsin avustaja uskoi jopa, että vähempikin tiedotus riittäisi läpimenoon suhteutettuna. Tämän tutkielman sanomalehtiaineistosta voidaan päätellä, että Thorsin tiedotusaktiivisuus oli kantanut hedelmää. Sekä Thors että Väyrynen kokivat päässeensä hyvin läpi mediassa.

Molempiin aineistoihini kuuluneista parlamentin jäsenistä kolmanneksi eniten mainintoja sai Ilkka Suominen (liite 8). Kyselyvastauksessaan Suominen kertoo saavansa aiheensa hyvin läpi mediassa. Hänen tiedotuskäytäntönsä eivät vaikuta erityisen aktiivisilta.

Seuraavaksi eniten lehdissä näkyivät Piia-Noora Kauppi, Matti Wuori, Eija-Riitta Korhola, Riitta Myller, Mikko Pesälä ja Ari Vatanen (liite 8). Piia-Noora Kaupin avustaja ei ollut kyselyvastausten mukaan tyytyväinen läpipääsyyn mediassa (liite 13), vaikka tämän tutkimuksen aineistossa Kauppi oli kärkipäässä. Matti Wuoren hyvä läpipääsy oli suurta suhteessa hänen reaktiiviseen tiedotuskäytäntöönsä. Luultavasti hänen asemansa julkisuudessa olikin niin vahva, että hän pystyi tiedottamaan ainoastaan vastaamalla median pyyntöihin ja silti olemaan suhteellisen paljon esillä. Eija-Riitta Korhola sanoi pääsevänsä läpi ”paremmin kuin aluksi”, Riitta Myller taas koki, ettei ollut onnistunut tiedotuksessaan. Mikko Pesälä kertoi julkisuuteensa olevan alueellista. Ari Vatanen kommentoi läpipääsyänsä olevan vaihtelevaa (liite 13).

Kolmanneksi vähiten mainintoja julkaistiin Kyösti Virrankoskesta (liite 8). Virrankoski sanoi läpimenoonsa olevan omasta mielestään kohtalaista (liite 13) – ja näin näyttää olevan. Toiseksi vähiten mainintoja saivat Marjo Matikainen-Kallström, Samuli Pohjamo ja Esko Seppänen (liite 8). Samuli Pohjamo sanoi haastattelussa, että hän oli tyytyväinen läpipääsyynsä omalla alueellaan Pohjois-Suomessa. Marjo Matikainen-Kallströmin avustajan haastattelun perusteella he tiedottivat säännöllisesti, tosin eivät kovin aktiivisesti. Avustaja sanoi tiedotteiden menevän huonosti läpi mediassa (liite 13). Matikainen-Kallströmin viestintä suuntautui enemmän suoraan kansalaistiedotukseen (taulukko 4) ja oli osittain reaktiivista, median pyyntöihin vastaamista. Parempaan läpimenoon Matikainen-Kallströmin kohdalla

saattaisi auttaa viestinnän aktivoiminen. Esko Seppänen kommentoi, ettei hän saa tekstejään aina julkisuuteen.

Vähiten mainintoja sai Ulpu Iivari (liite 8). Iivari totesi itsekin, että hän sai vähän julkisuutta. Iivari suuntasi viestintänsä pääasiassa suoraan kansalaisille, koska oli aikaisemmin pettynyt mediaan pahasti. Suoraan kansalaistiedotukseen painottuminen selittänee myös huonon julkisuustuloksen sanomalehdissä. Ulpu Iivarikin lähetti muun muassa puheistaan lehdistötiedotteita, mutta sanoi, ettei edes odota, että ne julkaistaisiin. Hän kuitenkin toivoisi pääsevänsä paremmin läpi mediassa (liite 13).

5.3.4 Tavoitejulkisuuskuvat ja julkisuustulokset

Suurin osa aineistoni jutuista oli asiajuttuja (liite 10). Tällaisia mainintoja oli 128/198. Kaikki haastattelemani parlamentaarikot pyrkivätkin asiakaskeisyyteen esiintyessään julkisuudessa. Kaikki kahdeksan karttoivat liiallista viihdejulkisuutta ainakin omien sanojensa mukaan. Kevyempiä human interest –juttuja löytyi lehdistä vain 15.

Eniten asiapainotteisia mainintoja sai Paavo Väyrynen (liite 10). Väyrysen julkisuuskuva Suomessa oli vahva ja kuva oli asiakaskeinen. Toiseksi eniten uutismainintoja sai Astrid Thors (liite 10). Astrid Thorsin julkisuuskuva oli hänen avustajansa mukaan kuva pätevästä ja utterasta parlamentaarikosta (taulukko 3). Seuraavan sijan asiasisältöisissä jutuissa aineistoni parlamentaarikoista sai Ilkka Suominen (liite 10). Riitta Myller esiintyi aineistossani kuudella asiasisältöisellä maininnalla (liite 10). Riitta Myllerin julkisuuskuva oli asiakaskeinen tarkoituksella (taulukko 3). Mikko Pesälä sai viisi asiajuttumainintaa, Ari Vatanen neljä, Marjo Matikainen-Kallström ja Esko Seppänen kolme (liite 10). Ari Vatasella oli vahva julkisuuskuva nimenomaan ralliautoilijana, mutta hän pyrki tietoisesti nostamaan kuvaansa parlamentin jäsenenä (taulukko 3). Marjo Matikainen-Kallström pyrki julkisuuteen asiakysymyksillä (taulukko 3).

Ulpu Iivari sai kaksi uutismainintaa (liite 10). Ulpu Iivari tavoitteli julkisuuskuvaa fiksunä ja uskottavana poliitikkona (taulukko 3). Samuli Pohjamo, Kyösti Virrankoski ja Matti Wuori mainittiin kertaalleen asiajutuissa (liite 10). Matti Wuori ja Samuli Pohjamo pyrkivät julkisuuteen nimenomaan asioiden kautta (taulukko 3).

Piia-Noora Kauppi sai sanomalehdissä eniten eli kolme human interest –mainintaa (liite 10). Hänen avustajansa Mikko Harjulehto kertoikin kyselyvastauksessaan, että human interest –aiheet menevät aina läpi mediassa, mutta asiat eivät. Toisaalta Piia-Noora Kauppi esiintyi asiakeskeisillä aiheilla aineistossani kahdeksan kertaa. Kyösti Virrankoski keräsi kaksi human interest –mainintaa (liite 10). En kuitenkaan löytänyt tälle tulokselle selitystä hänen kyselyvastauksistaan. Kerran tällaisessa pehmeämmässä jutussa mainittiin Eija-Riitta Korhola, Riitta Myller, Mikko Pesälä, Samuli Pohjamo, Ilkka Suominen, Astrid Thors, Ari Vatanen ja Paavo Väyrynen (liite 10). Viidelle haastattelemistani parlamentaarikoista tuli suhteellisen säännöllisesti tai jopa usein pyyntöjä viihdejulkisuuteen (taulukko 3). Samuli Pohjamo, Riitta Myller ja Astrid Thors eivät saaneet juuri ollenkaan pyyntöjä viihdejulkisuuteen (liite 10). Heidät kuitenkin mainittiin myös human interest –aiheisissa jutuissa.

Kolumnin olivat kirjoittaneet itse Matti Wuori, Samuli Pohjamo, Mikko Pesälä, Astrid Thors ja Kyösti Virrankoski (liite 10). Lähes jokainen (12) tutkimukseeni osallistunut parlamentin jäsen kirjoitti kolumneja säännöllisesti useisiin lehtiin (taulukko 2). Piia-Noora Kauppi ja Ilkka Suominen eivät maininneet kolumneja tiedotuskäytännöikseen, eikä aineistossanikaan ole heidän kirjoittamiaan kolumneja.

5.3.5 Viestinnän tavoitteet suhteessa julkisuustuloksiin

Useimmat parlamentaarikot, kolmetoista vastaajaa neljästätoista, kokivat tehtäväkseen ja jopa velvollisuudekseen EU-asiantuntijana toimimisen (liite 13). Kuitenkin lähes puolet kaikista jutuista käsittelivät kotimaan politiikkaa (liite 11), mikä oli ristiriidassa EU-tiedon välittämisen tavoitteen kanssa. Tästä voisi päätellä, että EU-tieto ei pääse läpi mediassa, vaikka sitä yritettäisiinkin tarjota. EU-tietoa saatettiin tarjota myös enemmän suoraan kansalaisille. Monet parlamentaarikot sanoivat, ettei media ollut kiinnostunut EU-asioista (liite 13). Kotimaan poliittisten aiheiden suuri osuus tuki käsitystä siitä, ettei EU-tieto kiinnosta.

Yksi jäsenten viestinnän tavoite oli poliitikon näkyvyys julkisuudessa. Tämän tavoitteet saavuttivat toiset muita paremmin. Esimerkiksi Paavo Väyrysen ja Astrid Thorsin avustajat kertoivat yhdeksi viestinnän tavoitteekseen näkyvyyden saavuttamisen. Paavo Väyrysestä ja Astrid Thorsista julkaistiin eniten myös kuvia. Kuvien tehtävänä on yleensä lisätä henkilön tunnettuutta ja näkyvyyttä, joten myös kuvien suuri määrä tukee Väyrysen ja Thorsin

näkyvyyden tavoitetta. Kolmanneksi eniten kuvia julkaistiin Matti Wuoresta. Wuorella onkin vahva julkisuuskuva Suomessa ja hänet tunnetaan myös ulkonäöltä. Eija-Riitta Korholasta lehdissä ilmestyi viisi kuvaa (liite 9), mikä saattaa johtua muun muassa siitä, että hän panostaa hyvin paljon ulkoiseen julkisuuskuvaansa ja saattaa olla niin sanotusti kuvauksellinen parlamentaarikko.

Yksi tavoite jäsenten viestinnässä oli aineistoni mukaan oman työn julkisuuteen saaminen. Toiseksi yleisin lehtijutuista esille tullut teema olikin parlamentaarikkojen oma työ ja siihen liittyvät asiat (liite 11). Tämä tavoite siis saavutettiin melko hyvin. Usea sanoi viestinnällä tavoiteltavan asioiden ajamista ja niiden julkisuuteen tuomista. Tässä mielessä julkisuustulos vastaa tavoitteita, koska suurin osa parlamentaarikkoja käsittelevistä jutuista oli uutistyyppisiä asiajuttuja (liite 10).

5.3.6 Johtopäätöksiä tulosten ja strategioiden kohtaamisesta

Edellä yhdistin kaksi aineistoani kokonaisuudeksi. Tätä kokonaisuutta koskeva tutkimuskysymykseni oli: Vastaako parlamentaarikkojen julkisuustulos eteläsuomalaisissa sanomalehtijutuissa heidän julkisuusstrategiansa tavoitteita? Tästä luvusta käy ilmi, että julkisuustulos vastaa tavoitteita osittain hyvin. Kaikkien jäsenten ja tavoitteiden kohdalla ei kuitenkaan ollut vastaavuutta.

Yksi tärkeimmistä esiin tulleista parlamentaarikkojen viestinnän tavoitteista oli EU-tiedon välittäminen. Sanomalehtiaineistosta kuitenkin lähes puolet maininnoista koski kotimaan politiikkaa. Tämä tavoite ei siis ainakaan tämän tutkielman ajanjaksolla tai aineiston lehdissä ole täyttynyt. Toinen tavoite oli poliitikon näkyvyys ja se täyttyi toisilla parlamentaarikoilla muita paremmin. Paavo Väyrösen ja Astrid Thorsin kohdalla näkyvyyden tavoitteen voi sanoa täyttyneen hyvin. Toiseksi suurin teema sanomalehtijutuissa oli parlamentin jäsenen omaa työtä käsittelevät jutut. Myös yksi parlamentaarikkojen viestinnän tavoite oli oman työn ja tekemisten esille tuominen.

Yksi tavoitteista oli asioiden ajaminen. Suurin osa sanomalehtien maininnoista oli sisällöltään asiajuttuja, joten tämä tavoite vastasi yleisesti hyvin julkisuustulosta lehdissä. Suurimmalla (11/14) osalla tutkimukseen osallistuneista myös tarjottujen asiasisältöjen ja julkaistujen mainintojen sisältöjen väliltä löytyi ainakin yksi sama teema (taulukko 5). Tässä suhteessa asioiden ajamisen tavoite onnistui siis osittain, mutta ei hyvin, koska suurimmalla osalla

jäsenistä vastaavuus löytyi vain yhden teeman kohdalla. Ulpu Iivarin ja Esko Seppäsen julkisuustuloksen teemat ja omat teemat eivät vastanneet toisiaan, joten heidän kohdallaan tavoite ei tämän aineiston pohjalta toteutunut.

Suurimmalla osalla tutkimukseen osallistuneista parlamentin jäsenistä mediajulkisuustila oli tasapainossa (taulukko 6), mikä kertoo myös onnistuneesta julkisuusstrategiasta. Kolmella parlamentaarikolla mediajulkisuus oli latenssitilassa ja silloin julkisuusstrategia ei ole onnistunut eikä se toimi aktiivisesti. Ristiriitainen tilanne oli myös kolmella jäsenellä. Nämä jäsenet saavat julkisuutta, vaikka eivät siihen pyrkisikään. Heillä julkisuusstrategia siis periaatteessa toimii tällä hetkellä, mutta sen pitempiaikaista tehokkuutta ei voida lainkaan ennustaa, eikä median mielenkiinnon hiipumiseen ehkä osata varautua. Kuitenkin julkisuusstrategian pitäisi suuntautua juuri tulevaisuuteen (ks. Juholin 2001). Ulpu Iivarin ja Samuli Pohjamon mediajulkisuus oli ryntäystilassa, eli heidän julkisuusstrategiansa ei tunnu toimivan hyvin.

6 POHDINTAA

Tämän tutkielman päätarkoituksena oli tutkia suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategioiden ja sanomalehtiutisten suhdetta. Pyrkimyksenä oli hahmottaa parlamentaarikkojen julkisuusstrategiat ja selvittää niiden tavoitteet sekä lähtökohdat. Lisäksi tutkittiin seitsemän eteläsuomalaisen päivälehdessä parlamentin jäsenistä julkaisemia uutisia ja niiden lukumäärää, kuvitusta, sisältöä ja teemoja. Tästä aineistosta saatiin parlamentaarikkojen julkisuustulos huhti-heinäkuulta 2002. Julkisuustuloksen ja julkisuusstrategioiden tavoitteiden välinen suhde pyrittiin lopuksi kokoamaan yhteen. Tutkimuskysymyksiäni olivat: Miten paljon ja millaisissa yhteyksissä Euroopan parlamentin jäsenet näkyvät suurissa eteläsuomalaisissa sanomalehdissä? Millaisia ovat suomalaisten parlamentaarikkojen julkisuusstrategiat, niiden tavoitteet ja lähtökohdat? Ovatko parlamentaarikot tyytyväisiä julkisuuskuvansa? Millainen suhde parlamentaarikoilla on mediaan? Vastaako parlamentaarikkojen julkisuustulos eteläsuomalaisissa sanomalehtijutuissa heidän julkisuusstrategiansa tavoitteita?

Yhtenä päätuloksena voidaan todeta, että suomalaisilla Euroopan parlamentin jäsenillä näyttäisi olevan julkisuusstrategiat. Niitä ei yleensä tiedostettu tai kirjoitettu ylös, mutta heillä kaikilla oli jonkinlainen politiikka siitä, miten mediaan suhtauduttiin ja miten viestinnälle asetettuihin tavoitteisiin pyrittiin. Tämä tulos tukee poliittisen viestintäkulttuurin kehityssuuntaa, jonka mukaan poliitikot pyrkivät yhä tehokkaammin hallitsemaan julkisuuttaan ja rakentavat sitä varten erityisiä strategioita (Asp ja Esaiasson 1996, 83). Ulpu Iivarilla oli valmiiksi pohdittu viestintästrategia. Parlamentin jäsenten viestinnästä nousi esille

neljä eri tehtävää: tiedottaminen, palvelu, kampanjointi ja vaikuttaminen. Viestinnälle asetettiin myös neljä tavoitetta: EU-tiedon tarjoaminen, poliitikon näkyvyys, oman työn esittely ja asioiden ajaminen.

Mediajulkisuus on yhteisölle mahdollisuus informoida itsestään, nostaa keskusteluun tärkeinä pitämiään asioita, pyrkiä vaikuttamaan julkisuuskuvaansa ja saavuttamaan ilmaisjulkisuutta käyttämällä mediajulkisuutta yhtenä markkinointiviestinnän kanavana (Juholin 2001, 184). Nämä asiat tulivat vastaan parlamentin jäsenten omista viestinnän tavoitteista. Suomalaisten parlamentaarikkojen yleisin viestinnän tavoite oli EU-asiantuntijana toimiminen. Tämä tavoite kuitenkin toteutui huonosti julkisuustulosten mukaan, koska lähes puolet parlamentaarikon maininneista jutuista käsitteli kotimaan politiikkaa. EU-tiedon välittämisen tavoitteen yhtenä lähtökohtana oli Euroopan parlamentin jäsenilleen antama tiedotusraha, joka täytyi tarkasti käyttää nimenomaan EU-asioihin liittyvään viestintään. Onko kuitenkaan EU-tiedon välitys parlamentin jäsenten todellinen henkilökohtainen viestinnän tavoite, vai olisiko heille politiikkoina tärkeämpää mahdollisimman suuren tunnettuuden saavuttaminen julkisuudessa? Toisaalta parlamentin jäsenet ovat itsekin osa EU:ta ja näin ollen siitä viestimällä he toivat myös itsensä ja työnsä esille. Poliitikko on julkisuudessa kuitenkin aina hyödyn takia. Esiintyminen julkisuudessa lisää poliitikon tunnettuutta ja auttaa äänestäjän tutustumista häneen. (Isotalus 1998a, 242.)

Yksi julkisuusstrategioiden tavoite oli oman työn esille saaminen. Noin neljäsosan kattava teema lehtijutuissa oli parlamentin jäsenten oma työ. Tämä tavoite siis täyttyi tutkimukseni mukaan melko hyvin. Toinen tavoite oli asioiden ajaminen. Suurin osa jutuista oli asiasisältöisiä juttuja. Tässä mielessä myös asioiden ajamisen tavoite täyttyi hyvin, mutta teemoissa ei ollut kovin suurta vastaavuutta tarjonnan ja läpimenneiden välillä. Näkyvyyden tavoite täyttyi toisten jäsenten kohdalla paremmin kuin toisten. Paavo Väyrynen ja Astrid Thors näkyivät aineistossani huomattavasti muita enemmän jutuissa ja kuvissa. Vähiten näkyvyyttä lehdissä sai Ulpu Iivari. Kuvia oli samassa suhteessa juttujen mainintojen kanssa: Ulpu Iivarista ei julkaistu yhtään kuvaa. Näkyvyys tuntui loppujen lopuksi olevan juuri se asia, mitä parlamentin jäsenet kaipasivat enemmän, koska he olivat tyytyväisiä julkisuuskuviinsa, mutta eivät läpipääsyynsä.

Kaikki julkisuus ei kuitenkaan ole poliitikolle eduksi (ks. Isotalus 1998a), ja sen olivat huomanneet myös parlamentaarikot. Kaikki pyrkivät jossain määrin välttämään viihdejulkisuutta tai julkisuutta vain julkisuuden vuoksi. Julkisuuden määrän ääripäinä ovat

jääminen tuntemattomaksi tai kuuluisuus, jonka seurauksena äänestäjät kyllästyvät politiikkaan. Poliitikko ei myöskään saisi jäädä äänestäjille liian etäiseksi, mutta liiallisen yksityiselämän paljastamisen seurauksena uhkaa taas pinnalliselta näyttäminen. (Isotalus 1998a, 248-249.) Matti Wuori mainitsi erikseen, että hän välttää tietoisesti liian positiivista ja liikaa julkisuutta. Marjo Matikainen-Kallström ei anna julkisuuteen yksityiselämänsä koskevia tietoja. Jutuissa oli käsitelty pehmeitä human interest –aiheita vähiten eli ainakaan tämän sanomalehtiaineiston perusteella ei voida katsoa suomalaisen poliittisen viestinnän vielä viihteellistyneen. Monien jäsenten julkisuuskuva rajautui tiukasti asiajulkisuuteen, mutta näkymistä haluttiin lisää. Viihdejulkisuudella ja laajemmalla pehmeämmän materiaalin tarjonnalla suurempi näkyvyys olisi saavutettavissa luultavasti suhteellisen helposti.

Suomalaisten parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat olivat pääasiassa proaktiivisia niin, että medialle tarjottiin aineistoa oma-aloitteisesti. Ainoastaan Matti Wuori sanoi viestintänsä olevan reaktiivista, eli hän palvelee mediaa vain pyynnöstä. Kuitenkin hän sanoi tarjoavansa oikeiksi ja tärkeiksi kokemiaan aiheita medialle – ehkä hänkin todellisuudessa toimii proaktiivisesti, vaikka pyrkimyksenä on reaktiivinen julkisuusstrategia. Matti Wuoren viestintä poikkesi muista myös tavoitteiden osalta: Hän ei kokenut velvollisuudekseen EU-asioista tiedottamista eikä hän järjestänyt omia tiedotustilaisuuksia.

Mainintamääriä ja keinomääriä vertailemalla löytämäni parlamentin jäsenten mediajulkisuustilat (ks. Juholin 2001) kertovat paljon myös heidän julkisuusstrategioidensa onnistumisesta. Viestinnässä onnistuminen näkyy myös siinä, miten hyvin yhteisö onnistuu vastaamaan sille asetettuihin odotuksiin (ks. Siukosaari 1999). Tasapainotilassa mediajulkisuus oli päätelmieni mukaan Piia-Noora Kaupilla, Eija-Riitta Korholalla, Riitta Myllerillä, Astrid Thorsilla, Ari Vatasella ja Paavo Väyrysellä. Heillä siis oma tarjonta ja median kiinnostus olivat tasa-painossa ja julkisuusstrategiaa voisi pitää onnistuneena. Heistä kaikki kuitenkin toivoivat pääsevänsä paremmin läpi mediassa tai saavansa enemmän näkyvyyttä, mutta silloin heidän täytyisi myös nostaa keinomäärää ja panostaa tiedotukseensa muutenkin enemmän. Näkyvyyttä he saisivat enemmän luultavasti myös lisäämällä pehmeiden aiheiden tarjontaa ja osallistumista viihdejulkisuuteen. Latenssitilassa mediajulkisuus oli tämän aineiston perusteella Marjo Matikainen-Kallströmillä, Esko Seppäsellä ja Kyösti Virrankoskella. He eivät siis kovin aktiivisesti tarjonneet itseään medialla, eikä media ollut heistä kiinnostunut. Ainakin Marjo Matikainen-Kallströmin tiedotus oli osittain myös reaktiivista ja rajautui tiukasti asiajulkisuuteen. Aktiivisemmalla

strategialla, pehmeiden aiheiden tarjonnalla, viihdejulkisuudella ja keinojen määrää lisäämällä median kiinnostusta olisi ehkä mahdollista lisätä.

Ristiriitaiselle mediajulkisuustilalle on ominaista reaktiivinen viestintä. Ristiriitatilassa näyttivät olevan Mikko Pesälän, Ilkka Suomisen ja Matti Wuoren julkisuudet. Media kirjoitti heistä runsaasti, mutta he eivät pyrkineet aktiivisesti julkisuuteen. Heidän julkisuusstrategiansa voisi siis ajatella toimivan juuri tällä hetkellä, mutta tällainen toiminta voi johtaa tulevaisuudessa yllättäviin tilanteisiin mediajulkisuuden muuttuessa. Ryntäystilassa mediajulkisuus näytti tämän tutkimuksen mukaan olevan Ulpu Iivarin ja Samuli Pohjamon kohdalla. He käyttivät monia viestinnän keinoja ja pyrkivät julkisuuteen aktiivisesti, mutta heistä oli sanomalehtijutuissa vain vähän mainintoja. Heidän strategiansa ei siis tuntunut toimivan. Toisaalta heidän molempien kohdalta voidaan löytää tulokselle toinenkin selitys: Iivari suuntasi viestintänsä pääasiassa suoraan kansalaisille ja Pohjamon julkisuus oli Pohjois-Suomi keskeistä. Alueelliset erot parlamentin jäsenten näkyvyydessä tulivat esille myös Peren (1998) ja Kemiläisen (1997) tutkimuksissa.

Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiat pystyy siis tämän tutkimuksen perusteella jakamaan kolmeen osaan: 1) aktiivinen ja toimiva, 2) reaktiivinen ja toimiva sekä 3) aktiivinen, mutta ei toimiva. Aktiivista ja toimivaa strategiaa edusti esimerkiksi Astrid Thorsin viestintä. Reaktiivinen ja toimiva strategia oli Matti Wuorella. Ulpu Iivarin julkisuusstrategia taas oli aktiivinen, mutta ei toimiva. Parlamentin jäsenten julkisuusstrategioissa oli siis suuria eroja. Myös jäsenten näkymisessä mediassa oli suuria eroja, mikä monien kohdalla selittyi julkisuusstrategioilla – niiden aktiivisuudella ja eri keinojen käytön määrällä. Tuloksista kävi kuitenkin myös ilmi, ettei keinojen määrä aina ole suoraan verrannollinen juttujen määrään.

Kukaan tutkimukseen osallistuneista ei sanonut kritiikittömästi median olevan kiinnostunut EU:n tai parlamentin asioista, mikä tuli esille myös tyytymättömyytenä omaan läpipääsyyn. Lisäksi toimittajien ja median katsottiin olevan osasyllisiä kansalaisten huonoon EU-asioiden tuntemukseen, mikä on tullut esille myös aiemmissa tutkimuksissa (esim. Mörntinen 2000). Yhtenä suurena syynä median vähäiseen kiinnostukseen EU:ta kohtaan nähtiin asioiden vaikeus. Silloinhan voisi päätellä varsinaisen ongelman olevan EU:n omassa viestinnässä ja sen epäselvyydessä eikä toimittajien kiinnostuksessa.

Poliittinen viestintä rakentuu kolmesta osasta: poliittinen organisaatio, media ja kansa (McNair 1999, 5). Siksi myös tässä tutkielmassa olen pyrkinyt kuljettamaan noita kolmea elementtiä läpi työn. Poliittinen keskustelu saattaa kuitenkin olla vain kahden palatsin peliä median ja poliittisen eliitin välillä (Kivikuru 1996, 18). Tämä teoria selittäisi myös tuloksiani siitä, että parlamentin jäsenet kokevat kansalaisten EU-tiedot huonoiksi, mutta pyrkivät silti suurimmaksi osaksi viestimään median kautta. Kahden palatsin peliä todistaa myös toimittajien yleinen siirtyminen politiikan tehtäviin, koska yhteys on jo valmiiksi olemassa (Mörä 1996, 219). Monet suomalaisista Euroopan parlamentin jäsenistä ovat taustaltaan toimittajia tai tiedottajia. Myös Matti Wuori viittasi kahden palatsin peliin sanoessaan, ettei hän pidä oikeana tapana EU:n ylhäältä alaspäin suuntautuvaa tiedottamista. Wuoren mielestä tiedottamisen pitäisi lähteä ihmisten ongelmista suhteessa EU:hun. Journalisteilla on yleinen taipumus suodattaa asiat eliittilähteiden kautta, jolloin uutiset virtaavat juuri ylhäältä alaspäin (McQual 1992, Mörän 1996, 108 mukaan).

Poliittinen viestintä pitää sisällään paitsi sanalliset ja kirjoitetut lausunnot, myös visuaaliset elementit kuten pukeutuminen, meikkaus ja hiustyyli. Siis kaikki ne viestinnän elementit, joista poliittinen imago tai identiteetti rakentuu (ks. McNair 1999). Kuitenkin vain kaksi tutkimukseen osallistunutta, Ulpu Iivari ja Astrid Thorsin avustaja, toivat esille ulkoisen olemuksen tärkeyden julkisuuskuvan muodostumisessa.

Julkisuuden hallinta kuvaa tilannetta, jossa eri toimijat yrittävät yhä päämäärätietoisemmin ja ammattitaitoisemmin vaikuttaa joukkotiedotusvälineiden luomaan julkisuuskuvaan (ks. Luostarinen 1994). Parlamentin jäsenet pyrkivät tämän tutkimuksen perusteella hallitsemaan julkisuuttaan – tosin muutama jäsen tai avustaja toi esille, ettei median ohjaaminen ole lainkaan mahdollista. He eivät siis olleet oman kokemuksensa mukaan onnistuneet julkisuuden hallinnassa. Julkisuutta voidaan hallita muun muassa rajoittavilla menetelmillä. Useat parlamentin jäsenet pyrkivät rajoittamaan viihdejulkisuuttaan. Hallita voidaan myös painostamalla, jolla tarkoitetaan erilaisia tapoja pyrkiä osoittamaan puutteita toimittajan ja tiedotusvälineen ammattitaidossa. Tässä työssä parlamentin jäsenet osoittivat puutteita muun muassa toimittajien EU-tiedoissa. Voisiko siinäkin olla vain kyse julkisuuden hallinnasta eikä sittenkään omasta rehellisestä mielipiteestä? Suostutteleva menetelmä on esimerkiksi tuttavuus lähteen ja toimittajan välillä. Parlamentin jäsenet olivat yhteydessä toimittajiin toimittajatapaamisissa Brysselissä tai Strasbourgissa. Joillakin oli myös henkilökohtaisia luottotoimittajia. Mediajulkisuuden hallintaan liittyy myös ulkoinen luotus ja julkisuuden seuranta. Kaikki haastattelemani jäsenet seurasivat julkisuuttaan jollakin tavalla, muutamat

hyvin systemaattisesti. Luotauksen erikseen mainitsivat vain muutamat. (ks. Luostarinen 1994.)

Poliittinen viestintäkulttuuri elää muutoksen aikoja ja tässäkin tutkielmassa tuli esiin todisteita sen keskeisistä muutostrendeistä. Poliitiikan teko näyttää muuttuneen yhä enemmän julkisuuden tavoitteluksi, mikä oli tämänkin tutkimuksen keskeinen tulos. Mediasta on tullut politiikan ensisijainen kohderyhmä ja tässäkin tutkimuksessa havaittiin, että vain kaksi parlamentin jäsentä suuntaa viestintänsä ensisijaisesti suoraan kansalaisille. Poliitikon persoona korostuu puolueen roolin heikentyessä, mikä on erityisen totta parlamentin jäsenten kohdalla, koska he eivät varsinaisesti istu oman suomalaisen puolueensa ryhmässä parlamentissa vaan jakautuvat omiin puolueryhmiinsä ja suurin osa totesikin ensisijaisesti edustavansa parlamentissa Suomea. Heidän julkisuuskuvansa on myös hyvin henkilöitynyt. Trendien mukaan myös erilaisten mielipidetutkimusten määrä on kasvanut. Esimerkiksi Ruotsissa myös puolueet itse tutkivat yleistä mielipidettä (ks. Nord 2001). Parlamentin jäsenistä Ulpu Iivari kertoi tutkineensa omaa tunnettuuttaan. Myös viihteelliset elementit ovat yleistyneet poliittisessä viestinnässä. (Isotalus 1998b, 8-9.) Useimpia tähän tutkimukseen osallistuneita pyydettiin viihdejulkisuuteen säännöllisesti tai jopa usein. Aiempien tutkimusten mukaan ihminen on nykyään helpommin uutinen kuin asia ja asia helpommin kuin prosessi (Mörä 1996, 106). Samaa mieltä olivat myös tämän tutkimuksen poliitikot. EU:n päätöksenteosta uutisoitaessa on usein kysymys juuri prosessista ja EU-asioiden todettiin nousevan uutisiksi liian harvoin. Riitta Myller sanoikin, että toimittajien pitäisi ottaa uudenlainen prosessuaalinen ja seurauksista kertova näkökulma EU-asioiden uutisointiin.

Näiden tulosten perusteella siis näyttäisi, että maailmanlaajuiset poliittisen kulttuurin muutostrendit ovat läpäisseet myös suomalaisten parlamentaarikkojen viestinnän. Parlamentin jäsenten viestintä oli kuitenkin säilyttänyt myös suomalaiselle viestintäkulttuurille ominaisia piirteitä, kuten on havaittu myös aikaisemmissa suomalaista poliittista viestintää tarkastelleissa tutkimuksissa (esim. Moring ja Himmelstein 1995; Isotalus 2001.) Esimerkiksi ulkonäön näki tärkeäksi osaksi poliitikon imagoa vain muutama tutkimukseen osallistunut. Lisäksi vain yksi parlamentin jäsen oli teettänyt mielipidetutkimuksia omasta tunnettuudestaan (vrt. Nord 2001).

Mielestäni olen löytänyt hyvin vastauksia asettamiini tutkimuskysymyksiin. Aineistoni rajaus kuitenkin rajoittaa tulosten yleistettävyyttä. Lehtiaineiston olisi voinut laajentaa koskemaan kaikkia suuria päivälehtiä Suomessa. Aineistoni jutut rajautuivat myös pelkkiin parlamentin

työtä käsitteleviin juttuihin, joten viihdejulkisuuden tarkempi tarkastelu ei lehtien aineistosta oikeastaan ollut mahdollista. Toisaalta parlamentin jäsenten viihdejulkisuus on oma aiheensa jo sinällään – tässä työssä pyrittiin keskittymään heidän työnsä julkisuuteen. Lisäksi yksi tälle tutkimukselle tärkeä aineisto olisivat olleet parlamentin jäsenten tiedotusmateriaali ja sen säännöllinen tarkastelu. Määrällinen tutkimus tästä aiheesta olisi voitu toteuttaa vertaamalla sanomalehtiaineistoa suoraan jäsenten lähettämiin julkaisuihin ja tarjoamiin viestinnän keinoihin. Toisaalta tämänkin aineiston pohjalta tällaista vertailua oli mahdollista tehdä. Mediajulkisuuteen kuuluu aina arvaamattomia ja sattumanvaraisia piirteitä (Kivikuru 1996, 21). Myös tämän tutkimuksen aineiston julkisuustulokset saattavat osittain johtua sattumasta, eivätkä kaikki johtopäätökset strategioiden ja tulosten välillä ole yleistettävissä. Tulos kertoo nimenomaan keräysaikana saadusta julkisuudesta aineiston seitsemässä lehdessä.

Laadullisen aineiston rajoituksena on huomattava, että kaikki sen tiedot perustuvat parlamentin jäsenten tai heidän avustajiensa kertomuksiin. He ovat saattaneet unohtaa mainita joitakin seikkoja tai poliitikot saattavat selittää asioita heille parhaalla tavalla. Heidän näkemyksensä olivat välillä hyvin omakohtaisia etenkin kysyessäni läpipääsyn takana olevia syitä. Lisäksi omat arviot esimerkiksi julkisuuskuvasta eivät välttämättä vastaa todellisuutta vaan niihin tulee suhtautua nimenomaan jäsenten ja avustajien omina mielipiteinä. Laadullinen aineistoni kuitenkin kattaa hyvin suomalaiset Euroopan parlamentin jäsenet, koska kyselyyni vastasivat melkein kaikki eli neljätoista kuudestatoista. Lisäksi haastattelin puolta eli kahdeksaa jäsenistä tai heidän avustajistaan. Avustajien kyselyvastaukset ja haastattelut ovat myös tärkeä osa julkisuustrategian tarkastelussa, koska he ovat oikeastaan parlamentin jäsenten spin doctoreita (ks. Esser ym. 2001). Kahdentoista tutkimukseen osallistuneet parlamentin jäsenen kohdalla avustajilla oli tiedotustehtäviä. Vain Piia-Noora Kauppi ja Esko Seppänen kertoivat vastaavansa tiedotuksesta itse. Lisäksi avustajien haastatteluissa asiat tulivat esille selkeämmin kuin itse jäsenten haastatteluissa, koska avustajilla ei ollut syytä niin sanottuun politikointiin tai he pystyivät katsomaan asioita hieman kauempaa. Jäsenet saattoivat keskustella paljonkin asian vierestä, koska he olivat pohtineet teemoja työssään jo niin paljon tai ne olivat muuten heitä ehkä liiankin lähellä.

Tämän tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että useimpien suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategia toimii hyvin suhteessa heidän aktiivisuuteensa ja käyttämiensä keinojen määrään. Koska monet eivät kuitenkaan olleet tyytyväisiä läpipääsyynsä mediassa, pitäisi heidän toimia vielä aktiivisemmin ja lisätä viestinnän keinoja. Pehmeitä uutisaiheita tarjoamalla parlamentaarikot saisivat myös

enemmän kaipaamaansa näkyvyyttä, mutta viihteellisemmän aineiston vaarana on tietysti myös poliittisen arvostuksen ja asiallisen imagon menettäminen. Viestinnän tärkein kehittämis ehdotus tulosteni perusteella koskee asioiden muotoilua. Vaikeaselkoisista EU-asioista tulisi viestiä selkeästi ja konkreettisesti, jotta media kiinnostuisi ja sekä toimittajat että kansalaiset ymmärtäisivät tiedotusta paremmin. Marjo Matikainen-Kallströmin ja Astrid Thorsin avustajat kertoivat, että he olivat tätä jo yrittäneet – mutta ilmeisesti he eivät ole onnistuneet. Asioiden vaikeus taas johtuu niiden alkuperästä eli EU:n päätöksentekoprosessin vaikeudesta ja byrokratiasta, joten todella selkeään ja tehokkaaseen viestintään päästäisiin ehkä vasta päätöksentekoa ja itse organisaatiota selkiyttämällä. Parlamentin jäsenet ja heidän avustajansa voisivat kuitenkin tehokkaammin toimia portinvartijoina, jotka keventäisivät EU:n tiedotusta ennen sen pääsemistä toimittajien ja kansalaisten tasolle.

EU:n yksi keskeinen tiedonvälityksen ongelma on, ettei sillä ole koko unionin kattavia joukkoviestintävälineitä, jotka olisivat sekä perillä EU:n asioista että pyrkisivät kertomaan niistä kansantajuisesti. Viestimillä on tärkeä tehtävä kaikissa demokratioissa levittää tehokkaasti tietoa, turvata avoin keskustelu, informoida päättäjiä julkisesta mielipiteestä, julkistaa jo tehdyt päätökset sekä tiedottaa päätösten toimeenpanosta ja seurauksista (ks. Nieminen 1998). Jos kansan EU-tiedon taso on muissakin unionin maissa yhtä huono kuin Suomessa eikä mediaa muuallakaan tunnu kiinnostavan EU, olisi unionin yhteisten joukkoviestimien kehittäminen ehdottomasti tärkeää. Miten EU ilman valvovaa neljättä valtiomahtia pystyy todella toimimaan demokraattisesti? Entä miten se pystyy nostamaan Euroopan maailmanpoliittista asemaa, jos sen sisäinen tiedonvälitys ei ole kunnossa?

Viimeksi Euroopan parlamentin vaaleissa vuonna 1999 äänestysprosentti oli Suomessa todella pieni (30,1 %). Median vääristynyt suhtautuminen poliitikkoihin ja poliittiseen peliin välittyy myös kansalaisille, vähentää heidän luottamustaan poliitikkoihin ja laskee äänestysprosenttia (esim. Nieminen 1998). Koska Euroopan parlamentin jäsenet määrittivät tämän tutkimuksen tuloksissa selkeästi yhdeksi velvollisuudekseen viestinnän, seuraavien vaalien 2004 äänestysprosentilla mitataan oikeastaan myös julkisuusstrategiat paitsi vaalien, myös koko kauden ajalta. Seuraavissa vaaleissa mitataan tämän teorian perusteella myös median suhtautuminen EU:hun.

Jatkotutkimuksessa voitaisiin kartoittaa toimittajien näkökantaa EU-uutisoinnista tai parlamentin jäsenten merkityksestä poliittisen viestinnän kentässä. Lisäksi voitaisiin tutkia sitä, ymmärtävätkö toimittajat EU:n päätöksentekoa tai ovatko he siitä kiinnostuneita.

Jatkossa voitaisiin tehdä vertailua muihin EU-maihin parlamentaarikkojen läpipääsyn ja strategioiden osalta. Myös parlamentin jäsenten alueellista julkisuutta olisi tärkeää kartoittaa tutkimuksella, koska tämän tutkielman lisäksi alueelliset ja valtakunnallisesti tunnetut parlamentaarikot tai ehdokkaat erottuivat myös Peren (1998) ja Kemiläisen (1997) tutkielmissa. Tämän tutkielman jatkotutkimuksena voisi siirtyä tutkimaan suomalaisten Euroopan parlamentin julkisuusstrategioita vaalien aikana ja tarkastella viestinnän eroja verrattuna tämän työn kartoittamaan vaalien väliseen arkitiedotukseen. Seuraava vaalikampanja käy pian kuumana, koska seuraavat parlamentin jäsenet valitaan suoralla kansanäänestyksellä kesällä 2004.

KIRJALLISUUS

Aarnio, Eeva & Isotalus Pekka 2000. Miten presidentti on tehty? Teoksessa Isotalus, Pekka & Aarnio, Eeva (toim.) Presidentti 2000. Mistä vaalit on tehty? Jyväskylän yliopisto: SoPhi, 5-21.

Alastalo, Marja 1996. ”Ei totuutta tuoda julki”. Rahvaan mediakritiikki EU-uutisoinnissa. Teoksessa Luostarinen, Heikki, Kivikuru, Ullamaija & Ukkola, Merja (toim.) Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulma. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. Jyväskylä: Gummerus, 133-150.

Asp, Kent & Esaiasson, Peter, 1996. The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization. Teoksessa Swanson, David L. & Mancini, Paolo (toim.) Politics, Media and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences. Lontoo: Praeger, 73-90.

Aura, Vappu 2000. Puolueiden ja joukkotiedotusvälineiden vaaliagenda eduskuntavaaleissa. Teoksessa Hellsten, Villiina, Martikainen, Tuomo & Pekonen, Kyösti (toim.) Vaalista vaaliin: Vaalit, puolueet ja kansalaiset vuosituhaten vaihteessa. Helsingin yliopisto: Yleisen valioopin laitos, 95-119.

Berndtson, Erkki 1992. Poliittika tieteenä. Johdatus valtio-opilliseen ajatteluun. Valtionhallinnon kehittämiskeskus. Helsinki: VAPK-kustannus.

Colomer, Josep M. 2002. The European Union: federalism in the making. Teoksessa Colomer, Josep M. (toim.) Political Institutions in Europe. 2. painos. London: Routledge, 279-307.

Elinkeinoelämän valtuuskunta (EVA) 2002. Suomi, EU ja maailma. Suomalaisten EU-kannanotot. Taloustieto.

Euroopan komissio 2002. Eurobarometri 57.1. Suomalaisten mielipiteet Euroopan unionin laajentumisesta, luottamus yhteiskunnallisiin instituutioihin ja asennoituminen Euroopan unionin toimintaan. Saatavilla www-muodossa:

<URL:http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb/eb57/eb57_finland.pdf>.

18.2.2003.

Europa. Euroopan unioni on-line. Saatavilla www-muodossa:

<URL: http://europa.eu.int/index_fi.htm>. 3.11.2002.

Europarl. Euroopan parlamentti. Saatavilla www-muodossa:

<URL: http://www.europarl.eu.int/home/default_fi.htm>. 3.11.2002.

Euroopan parlamentti. Saatavilla www-muodossa:

<URL: <http://www.europarl.fi/suomi/index.htm>>. 25.11.2002.

Euroopan parlamentin jäsenet. Saatavilla www-muodossa:

<URL:http://wwwdb.europarl.eu.int/ep5/owa/p_meps.short_list?ilg=FI&ictry=FI&ipolgrp=&iorig=>>. 13.4.2003.

Esser, Frank, Reinemann, Carsten & Fan, David 2001. Spin Doctors in the United States, Great Britain, and Germany: Metacommunication about Media Manipulation. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 6 (1), 16-46.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2000. Tutki ja kirjoita. 6. painos. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Houni, Pirjo & Toivonen, Hannu 2002. Parlamentilla on valtaa. *Seura* (15) 34.

Ikävalko, Elisa 1996. Organisaatiot julkisuuden pelikentillä. Teoksessa Uimonen, Risto & Ikävalko, Elisa Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki: Inforviestintä, 167-306.

Isotalus, Pekka 1998a. Epilogi: Jännitteinen poliittisen viestinnän kenttä. Teoksessa Isotalus, Pekka (toim.) Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa. Jyväskylä: Atena, 241-258.

Isotalus, Pekka 1998b. Johdanto: Poliittinen viestintäkulttuuri lähtökohtana. Teoksessa Isotalus, Pekka (toim.) Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa. Jyväskylä: Atena, 7-17.

Isotalus, Pekka 2001. Presidential campaigning in Finland and Americanization. *World Communication*. 30 (2), 5-23.

Juholin, Elisa 2001. *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. Helsinki: Inforviestintä.

Jyrkiäinen, Jyrki & Savisaari, Eero 1994. Sanomalehdistön nykytila. Teoksessa Nordengstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) *Joukkoviestintä Suomessa*. 2. Painos. Helsinki: Weilin+Göös, 53-59.

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

Kivikuru, Ullamaija 1996. Suomalaisen kansalaisyhteiskunnan premissit. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija (toim.) *Kansa euromyllyssä. Journalismi, kampanjat ja Suomen mediamaiset Suomen EU-jäsenyyssprosessissa*. Helsinki. Yliopistopaino, 5-26.

Kemiläinen, Marjut 1997. TV-tutusta euroedustajaksi? Parasosiaalisen suhteen yhteys äänestyspäätökseen. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Journalistiikka. Pro gradu -tutkielma.

Kemiläinen, Marjut 1998. TV-tutusta euroedustajaksi. Teoksessa Isotalus, Pekka (toim.) *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Jyväskylä: Atena, 118-151.

Kunelius, Risto 1998. Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.

Kuutti, Heikki 1994. *Journalistiikan sanasto*. Jyväskylä: Atena.

Lehtonen, Jaakko 1998. Yhteisöt ja julkisuus. Mainonnasta yhteiskunnalliseen keskusteluun. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.) Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön. Juva: WSOY, 119-142.

Luostarinen, Heikki 1994. Mielen kersantit. Julkisuuden hallinta ja journalistiset vastastrategiat sotilaallisissa konflikteissa. Juva: WSOY.

Luostarinen, Heikki 1998. Vahvojen asialla? Julkisuuden hallinnan mekanismit ja journalismin itsenäisyys. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.) Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön. Juva: WSOY, 189-206.

McNair, Brian 1999. An Introduction to Political Communication. 2. painos. Lontoo: Routledge.

Moring, Tom & Himmelstein, Hal 1996. The New-Image Politics in Finnish Electoral Television. Teoksessa Paletz David L. (toim.) Political Communication Research. Norwood, New Jersey: Ablex, 117-143.

Mörttinen, Matti 2000. Media. Tiedonvälittäjänä opettajana ja pelinappulana. Teoksessa Raunio, Tapio & Wiberg, Matti (toim.) EU ja Suomi. Unionijäsenyyden vaikutukset suomalaiseen yhteiskuntaan. Helsinki: Edita, 95-113.

Möra, Tuomo 1996. Journalistit rutiinien verkossa. Teoksessa Luostarinen, Heikki, Kivikuru, Ullamaija ja Ukkola, Merja (toim.) Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulma. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. Jyväskylä: Gummerus. 105-116.

Möra, Tuomo 1999. EU-journalismin anatomia. Mediasisältöjä muokanneet tekijät ennen kansanäänestystä 1994. Helsingin yliopisto: Viestinnän laitos.

Nieminen, Hannu 1998. Viestintä ja demokratia. Kohti pluralistista julkisuutta? Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.) Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön. Juva: WSOY, 275-299.

Nord, Lars W. 2001. Americanization v. the Middle Way: New Trends in Swedish Political Communication. Harvard International Journal of Press/Politics. 6 (2), 113-120.

Nordengstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) 1994. Joukkoviestintä Suomessa. 2. Painos. Helsinki: Weilin+Göös.

Pehrmann, Katja 2000 Europarlamenttivaalien poliittinen julkisuus Suomen, Ruotsin ja Ison-Britannian sanomalehdissä 1999. Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos. Pro gradu -tutkielma.

Pere, Pia 1998. Kamppailu mediajulkisuudesta vaalikampanja-aikana – tapaustutkimus Euroopan parlamentin vaaleista. Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos. Pro gradu -tutkielma.

Sanomalehtien Liitto. Saatavilla www-muodossa:

<URL: <http://www.sanomalehdet.fi/fi/index.shtml>>. 3.11.2002.

Siukosaari, Anssi 1999. Yhteisöviestinnän opas. Yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon ja yksikön tai muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Helsinki: Tietosanoma.

Sundell, Susan, Lumme, Ulla & Hellsten, Villiina 2000. Europarlamenttivaalit 1999. Toissijaisuus kolmannen asteen vaaleihin. Teoksessa Hellsten, Villiina, Martikainen, Tuomo & Pekonen, Kyösti (toim.) Vaalista vaaliin: Vaalit, puolueet ja kansalaiset vuosituhatosen vaihteessa. Helsingin yliopisto: Yleisen valio-opin laitos, 144-171.

Swanson, David L. & Mancini, Paolo 1996. Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction. Teoksessa Swanson, David L. & Mancini, Paolo (toim.) Politics, Media and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences. Lontoo: Praeger, 1-26.

Tanner, Maj-Lis. 1999. Appendix 6. Communication and public relation activities of the EU institutions. Teoksessa The News Beat. A Study of the Center-periphery News Flow in the EU. Helsingin yliopisto. Viestinnän laitos. Väitöskirja, 25-34.

Tommila, Päiviö 1994. Suomen sanomalehdistö 1700-luvulta nykypäivään. Teoksessa Nordengstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.) Joukkoviestintä Suomessa. 2. Painos. Helsinki: Weilin+Göös, 35-52.

Uimonen, Risto 1996. Katkeria kyyneliä ja makeita voittoja. Imagot, mielikuvat ja julkisuuden hallinta mediayhteiskunnassa. Teoksessa Uimonen, Risto & Ikävalko, Elisa Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki: Inforviestintä, 11-166.

Väliverronen, Esa 1998. Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa Kantola, Anu, Moring, Inka & Väliverronen, Esa (toim.) Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 13-39.

LIITTEET

Liite 1

Suomalaiset Euroopan parlamentin jäsenet 1999-2004

	Puolue Suomessa	Puolue ryhmä EP:ssä	Valiokunnat EP:ssä
Hautala, Heidi	Vihreät	VERST/ALE	FEMM, JURI, ENVI
Iivari, Ulpu	SDP	PSE	CULT, AFET
Kauppi, Piia-Noora	Kokoomus	PPE/DE	ECON, JURI
Korhola, Eija-Riitta	KD	PPE/DE	ENVI, AFET
Matikainen-Kallström, Marjo	Kokoomus	PPE/DE	ITRE, LIBE
Myller, Riitta	SDP	PSE	ENVI, EMPL
Paasilinna, Reino	SDP	PSE	ITRE, AFET
Pesälä, Mikko	Keskusta	ELDR	AGRI, ECON
Pohjamo, Samuli	Keskusta	ELDR	RETT, ITRE
Seppänen, Esko	Vasemmistoliitto	GUE/NGL	ITRE, BUDG, CONT
Suominen, Ilkka	Kokoomus	PPE/DE	AFET, EMPL, PECH
Thors, Astrid	RKP	ELDR	ENVI, PETI, JURI
Vatanen, Ari	Kokoomus	PPE/DE	RETT, AGRI
Virrankoski, Kyösti	Keskusta	ELDR	BUDG, CONT
Väyrynen, Paavo	Keskusta	ELDR	AFET, AFCO
Wuori, Matti	Vihreät (sit.)	VERST/ALE	AFET, JURI

SDP: Suomen Sosialidemokraattinen puolue

KD: Suomen Kristillisdemokraatit

RKP: Ruotsalainen kansanpuolue

Parlamentin puolue ryhmät

VERST/ALE: Euroopan vapaa allianssi -ryhmä

PSE: Euroopan sosialidemokraattisen puolueen ryhmä

PPE/DE: Euroopan kansanpuolueen (kristillisdemokraatit) ja Euroopan demokraattien ryhmä

GUE/NGL: Euroopan yhtyneen vasemmiston konfederaatioryhmä/ Pohjoismaiden vihreä vasemmisto

ELDR: Euroopan liberaali- ja demokraattipuolueen ryhmä

Parlamentin valiokunnat

AFET: Ulkoasioiden, ihmisoikeuksien sekä yhteisen turvallisuuden ja puolustuspolitiikan valiokunta

BUDG: Budjettivaliokunta

CONT: Talousarvion valvontavalioikunta

LIBE: Kansalaisvapauksien ja -oikeuksien sekä oikeus- ja sisäasioiden valiokunta

ECON: Talous- ja raha-asioiden valiokunta

JURI: Oikeudellisten ja sisämarkkina-asioiden valiokunta

ITRE: Teollisuus-, ulkomaankauppa-, tutkimus- ja energiavalioikunta

EMPL: Työllisyys- ja sosiaalivaliokunta

ENVI: Ympäristöasioiden, kansanterveyden ja kuluttajapolitiikan valiokunta

(liite 1 jatkuu)

Liite 1 (jatkuu)

AGRI: Maatalouden ja maaseudun kehittämisen valiokunta

PECH: Kalatalousvaliokunta

RETT: Aluepolitiikka-, liikenne- ja matkailuvaliokunta

CULT: Kulttuuri-, nuoriso-, koulutus-, tiedonvälitys- ja urheiluvaliokunta

DEVE: Kehitysyhteistyövaliokunta

AFCO: Perussopimus-, työjärjestys- ja toimielinasioiden valiokunta

FEMM: Naisten oikeuksien ja tasa-arvoasioiden valiokunta

PETI: Vetoamusvaliokunta

Lähde: <http://www.europarl.fi/suomi/edustajat.htm>

Liite 2

HYVÄ EUROOPAN PARLAMENTIN JÄSEN

Olen Pilvi Isotalus ja opiskelen Jyväskylän yliopistossa yhteisöviestintää. Kesällä 2002 olin palkallisena harjoittelijana Euroopan parlamentin Suomen tiedotustoimistossa. Siellä sain myös idean tarkastella pro gradu -työssäni suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategiaa ja sen toimivuutta suhteessa suomalaisiin sanomalehtiin. Työni antaisi mahdollisesti myös teille hyödyllistä tietoa. Graduni ohjaaja on yhteisöviestinnän professori Elisa Juholin.

Jotta työni valmistuisi, tarvitsisin teidän apuunne. Siksi toivoisin teidän ystävällisesti vastaavan alla oleviin alustaviin kysymyksiin. Tiedustelen tällä lomakkeella myös mahdollisuutta haastatella teitä tai avustajaanne työni edistyessä. Nämä kysymyksen vastauksineen voitte palauttaa sähköpostilla osoitteeseen: piisotal@st.jyu.fi. Tai tulostettuna osoitteeseen: **Pilvi Isotalus, Mechelininkatu 47 A 16, 00250 Helsinki**. Lisätietoja saa minulta myös puhelimitse: **041-43 651 43**. Toivoisin saavani vastaukset mahdollisimman pian, kuitenkin viimeistään **30.9.2002**.

1. Kuka vastaa tiedotuksestanne (te itse, avustaja, tiedottaja, puoluetoimiston tiedottaja jne.)?
2. Julkaisetteko säännöllisesti tiedotteita, kirjoja tai muuta materiaalia?
3. Mistä muusta viestintänne rakentuu (henkilökohtaiset tai puolueen tiedotustilaisuudet, Suomen tiedotustoimiston järjestämät tapaamiset yms.)?
4. Mihin viestintänne pyrkii? Onko se jatkuvaa poliittista kampanjointia vai onko tiedotuksellanne muita tavoitteita?
5. Millaisia sisältöjä ja aiheita olette tarjonneet medialle?
6. Miten olette onnistuneet aiheiden ym. tarjonnassa ja millainen on ollut median vastaanotto?
7. Miten kiinnostunut media mielestänne yleensä on EU-asioista?
8. Millaiset resurssit (määrärahat ym.) Euroopan parlamentin jäsenillä on tiedotukseen?
9. Koetteko edustavanne Euroopan parlamentissa Suomea/suomalaisia vai puoluettaanne?
10. Olisiko teitä tai avustajaanne mahdollista haastatella Suomessa?

Mikä olisi mahdollinen ajankohta (jos tiedossa)?

Lämpimät kiitokset yhteistyöstä!

Pilvi Isotalus

Liite 3**Alustavan kyselyn vastaukset ja päivämäärät****SÄHKÖPOSTIVASTAUKSET:**

Ulpu Iivari 17.9.2002

Esko Seppänen 18.9.2002

Ilkka Suominen 18.9.2002

Jouni Lind, Mikko Pesälän avustaja 23.9.2002

Jouni Lind, Samuli Pohjamon avustaja 23.9.2002

Eija-Riitta Korhola 24.9.2002

Mikaela Grönqvist, Astrid Thorsin avustaja 24.9.2002

Riitta Myller 29.9.2002

Johannes Alaranta, Paavo Väyrysen avustaja 3.10.2002

Ari Vatanen 9.10.2002

Piri Punamäki, Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja 11.10.2002

Matti Wuori 13.11.2002

Kyösti Virrankoski 3.12.2002

PUHELIMESSA SANELTU VASTAUS:

Mikko Harjulehto, Piia-Noora Kaupin avustaja 4.10.2002

Liite 4

Teemahaastatteluihin osallistuneet, päivämäärät ja haastatteluiden kestot

Esihaastattelu

Sanna Kangasharju, Outi Ojalan entinen avustaja 28.1.2003 (pituus: 61.11 min)
(Outi Ojala oli Euroopan Parlamentin jäsen 1996-1999)

Parlamentin jäsenet

Ulpu Iivari 31.1.2003 (pituus: 58.17 min)

Riitta Myller 7.2.2003 (pituus: 56.57 min)

Samuli Pohjamo 21.2.2003 (pituus: 42.22 min)

Matti Wuori 25.2.2003 (pituus: 54.53 min)

Avustajat

Piri Punamäki, Marjo Matikainen-Kallströmin avustaja 29.1.2003 (pituus: 50.51 min)

Mikaela Grönqvist, Astrid Thorsin avustaja 27.2.2003 (pituus: 51.41 min)

Toni Vanhala, Ari Vatasen avustaja 10.3.2003 (pituus: 31.40 min)

Johannes Alaranta, Paavo Väyrysen avustaja 10.4.2003 (pituus: 26.51 min)

Liite 5

Suomalaisten Euroopan parlamentin jäsenten julkisuusstrategia

TEEMAHAASTATTELUT

TAUSTATIEDOT:

- Haastattelun päivämäärä ja aloitusaika
- Euroopan parlamentin jäsenen nimi
- Avustajan nimi (jos haastattelussa avustaja)
- Avustajan tehtävät (tai yleisesti avustajien tiedotustehtävistä, jos haastattelussa jäsen)

TEEMAT:

1. Tiedotuskäytännöt:

- Viestinnän tavoitteet
- Tiedotukset asiasisällöt
- Viestinnän suunnittelu
- Euroopan parlamentin tiedotus
- Brysselistä Suomeen tiedotus

2. Tavoitejulkisuuskuva:

- Parlamentaarikon omat saavutukset ja niiden julkisuus
- Julkisuuden seuranta
- Tyytyväisyys julkisuuskuvaan

3. Toimittajat/media ja EU:

- Median merkitys
- Median viihteellistyminen yms. kehitys

Voiko haastelutuloksista raportoitaessa käyttää haastatellun nimeä?

Liite 6

Laajemmat teemat:

Tiedotuskäytännöt

1. Tiedottaja ja päävastuu tiedotuksesta
2. Jäsenen oma osuus tiedotuksesta
3. Viestinnän ammattilaisten rooli
4. Erot arkiviestinnän ja vaalikampanjoinnin välillä
5. Medialle vai suoraan kansalaisille
6. Euroopan parlamentin määräykset, suositukset ja niiden vaikutus
7. Avoimuusperiaatteet parlamentissa ja niiden vaikutus
8. Puolueyhymän/puolueen tms. tiedotus Suomessa ja parlamentissa

Tiedotus

9. Viestinnän tavoitteet
10. Viestinnän lähtökohdat eli miksi
11. Tiedotteita
12. Tilaisuuksia
13. Kolumneja
14. Muita keinoja
15. Ajoitus ja kuinka usein
16. Aktiivista vai reaktiivista
17. Oma näkemys viestinnän määrästä
18. Oma näkemys viestinnän onnistumisesta
19. Onnistumisen mittaaminen
20. Oman viestinnän muutokset poliittisen uran aikana
21. Oma näkemys tulevaisuuden muutostrendeistä

Tiedotukset asiasisällöt

22. Jäsenen omat teemat
23. Teemojen valinta
24. Teemojen lähtökohta
25. Teemojen näkyvyys tiedotuksessa
26. Teemojen näkyvyys mediassa

Brysselistä Suomeen tiedotus

27. Erot verrattuna kotimaan poliitikkoihin
28. Huonoja puolia
29. Hyviä puolia
30. Median suhtautuminen
31. Kansan suhtautuminen
32. Muiden maiden jäsenten julkisuus omassa maassaan

Omat saavutukset ja niiden julkisuus

33. Euroopan parlamentin jäsenen työstä uutisointi
34. Uutisoinnin onnistuminen
35. Uutisoinnin tärkeys
36. Oma saavutus ja sen onnistunut julkisuus
37. Oma saavutus ja sen epäonnistunut julkisuus

(Liite 6 jatkuu seuraavalla sivulla)

Liite 6 (jatkuu)**Tavoitejulkisuuskuva**

38. Julkisuuden merkitys
39. Julkisuuden tavoitteet
40. Julkisuuden lähtökohdat eli miksi
41. Tavoitejulkisuuskuva
42. Tavoitejulkisuuskuvan saavuttaminen
43. Mahdolliset tutkimukset omasta julkisuuskuvasta
44. Julkisuuden vaarat tai huonot puolet

Median rooli

45. Median rooli tiedon välittäjänä
46. Median luoma kuva jäsenen työstä
47. Median merkitys
48. Median kiinnostuneisuus
49. Oma suhde mediaan
50. Omat suhteet toimittajiin
51. Palaute medialta
52. Median roolin mahdolliset muutokset viime aikoina
53. Juttujen sisältöjen mahdolliset muutokset viime aikoina
54. Näkemys median roolista tulevaisuudessa

Sanomalehdet ja toimittajat

55. Sanomalehden merkitys kanavana
56. Eri lehdet ja merkitys
57. Viestinnän erityislaatu
58. Viestinnän erityissisällöt
59. Sanomalehtien kiinnostuneisuus
60. Alueelliset erot kiinnostuksessa
61. Toimittajien asiantuntemus
62. Toimittajien kiinnostus
63. Toimittajien ongelmat
64. Suomalaiset sanomalehdet/muut eurooppalaiset sanomalehdet
65. Suomalaiset toimittajat/muut eurooppalaiset toimittajat

Seuranta

66. Sanomalehdet
67. Muu media
68. Oma tapa
69. Seurannan tarpeellisuus
70. Seurannan rekisteröinti
71. Tulokset
72. Tyytyväisyys tuloksiin eli julkaistuihin juttuihin

Liite 7

Teemoittelussa löytyneet teemat

VIESTINNÄN LÄHTÖKOHDAT

1. Avustajat
2. Päävastuu tiedotuksesta
3. Jäsenen oma osuus tiedotuksesta
4. Parlamentaarikon toimittajan tai tiedottajan tausta
5. Viestinnän ammattilaisten rooli
6. Erot arkiviestinnän ja vaalikampanjoinnin välillä
7. Medialle vai suoraan kansalaisille
8. Euroopan parlamentin tiedotusresurssit
9. Vierailuryhmät
10. Parlamentin puolueyhmän tai puolueen viestinnän osuus

VIESTINNÄN KEINOT

11. Tiedotteita
12. Henkilökohtaisia tiedotustilaisuudet ja seminaarit
13. Toimittajatapaamisia Brysselissä
14. Suomen toimiston pressiaamukahvit
15. Kolumneja
16. Internet-sivut
17. Kirjat
18. Omat lehdet (painetut ja sähköposti)

VIESTINNÄN TAVOITTEET

19. Viestinnän tavoitteena poliitikon näkyvyys
20. Viestinnän tavoitteena oman työn julkisuus
21. Viestinnän tavoitteena asioiden ajaminen
22. Viestinnän periaatteet
23. Rooli EU-asiantuntijana/velvollisuus tuoda EU-tietoa
24. Viestinnän suunnittelu
25. Uusien tiedotuselementtien tai tapojen suunnittelu
26. Oma näkemys viestinnän määrästä
27. Oma näkemys viestinnän onnistumisesta

VIESTINNÄN ASIASISÄLLÖT

28. Jäsenen omat teemat
29. Teemojen valinta
30. Teemojen näkyvyys mediassa

BRYSSelistä Suomeen tiedotus

31. Erot verrattuna kotimaan poliitikkoihin
32. Välimatkan mahdollisia ongelmia
33. Median suhtautuminen
34. Euroopan parlamentti ja muiden maiden media (liite 7 jatkuu)

Liite 7 (jatkuu)**OMAT SAAVUTUKSET JA NIIDEN JULKISUUS**

- 35. Euroopan parlamentin jäsenen työstä uutisointi
- 36. Omat saavutukset ja niiden onnistunut julkisuus
- 37. Oma saavutukset ja niiden epäonnistunut julkisuus

TAVOITEJULKISUUSKUVA

- 38. Julkisuuden hallinta
- 39. Näkyvyys tavoitteena
- 40. Julkisuuden karttaminen
- 41. Tavoitejulkisuuskuva
- 42. Julkisuuskuva ja ulkoinen olemus
- 43. Tavoitejulkisuuskuvaan pyrkiminen
- 44. Julkisuuteen pääsy eli ns. läpipääsy
- 45. Mahdolliset tutkimukset omasta julkisuuskuva
- 46. Tyytyväisyys omaan julkisuuskuva
- 47. Julkisuuden vaarat tai huonot puolet

MEDIAN ROOLI

- 48. Median merkitys
- 49. Median kiinnostuneisuus
- 50. Omat suhteet mediaan ja toimittajiin
- 51. Palaute medialta
- 52. Median muutokset
- 53. Kritiikki toimittajia/mediaa kohtaan
- 54. Media ja EU
- 55. Pyynnöt viihdejulkisuuteen
- 56. Kieltäytyminen viihdejulkisuudesta

SEURANTA

- 57. Seurantatapa
- 58. Luotaus

KANSA

- 59. Oma alue Suomessa
- 60. Suoria yhteydenottoja kansalaisilta
- 61. Lobbarit
- 62. Suomalaisten EU tuntemus
- 63. Syy huonoon EU-tiedon tasoon asioiden vaikeudessa
- 64. Syy huonoon EU-tiedon tasoon EU:ssa
- 65. Syy huonoon EU-tiedon tasoon parlamentin jäsenissä
- 66. Syy huonoon EU-tiedon tasoon suomessa/suomalaisissa
- 67. Syy huonoon EU-tiedon tasoon toimittajissa/mediassa

Liite 8

Euroopan parlamentin jäseniä koskevat jutut sanomalehdissä
1.4.-31.7.2002

	Helsingin Sanomat	Ilta- Sanomat	Aamu- lehti	Turun Sanomat	Keski- suomalainen	Ilta- lehti	Hufvudstads- bladet	Yht.
Hautala, Heidi	4		4	7	3	1	4	23
Iivari, Ulpu			1	1			1	3
Kauppi, Pii-Noora		1	3	5		2	2	13
Korhola, Eija- Riitta	4	2		1	1	1	1	10
Matikainen- Kallström, Marjo	1			2			1	4
Myller, Riitta	1		1	4	2		1	9
Paasilinna, Reino	4			3		1	1	9
Pesälä, Mikko	2		1	3	1	1	1	9
Pohjamo, Samuli	2			1			1	4
Seppänen, Esko	1			1	1		1	4
Suominen, Ilkka	1		3	5	2	2	2	15
Thors, Astrid	6	1	4	4	1	1	18	35
Vatanen, Ari	3		2	1	1		1	8
Virrankoski, Kyösti	1			1	3		1	6
Väyrynen, Paavo	9	3	5	7	3	4	4	35
Wuori, Matti				1	1	9		11
Yhteensä	39	7	24	47	19	22	40	198

Liite 9

Euroopan parlamentin jäsenistä julkaistut kuvat sanomalehdissä
1.4.-31.7.2002

	Helsingin Sanomat	Ilta- Sanomat	Aamu- lehti	Turun Sanomat	Keski- suomalainen	Ilta- lehti	Hufvudstads- bladet	Yht.
Hautala, Heidi	1			3	1	1	2	8
Iivari, Ulpu								0
Kauppi, Pii-Noora		1		1		2		4
Korhola, Eija-Riitta	1	2			1	1		5
Matikainen- Kallström, Marjo								0
Myller, Riitta								0
Paasilinna, Reino						1		1
Pesälä, Mikko						1		1
Pohjamo, Samuli								0
Seppänen, Esko								0
Suominen, Ilkka	2					2		4
Thors, Astrid	2	1	1	2	1	1	6	14
Vatanen, Ari								0
Virrankoski, Kyösti						1		1
Väyrynen, Paavo	5	3	1		1	3	1	14
Wuori, Matti						1	9	10
Yhteensä	11	7	2	6	6	21	9	62

Liite 10

Euroopan parlamentin jäsenistä julkaistujen juttujen sisällöt sanomalehdissä
1.4.-31.7.2002

	Human interest -jutut	Asiapainotteiset jutut	Pääkirjoitus	Oma kolumni	Toisen kolumni	Yht.
Hautala, Heidi		17	2	3	1	23
Iivari, Ulpu		2			1	3
Kauppi, Piia-Noora	3	8			2	13
Korhola, Eija-Riitta	1	8			1	10
Matikainen-Kallström, Marjo		3			1	4
Myller, Riitta	1	6	1		1	9
Paasilinna, Reino	2	6			1	9
Pesälä, Mikko	1	5	1	1	1	9
Pohjamo, Samuli	1	1		1	1	4
Seppänen, Esko		3			1	4
Suominen, Ilkka	1	11	1		2	15
Thors, Astrid	1	25	7	1	1	35
Vatanen, Ari	1	4	2		1	8
Virrankoski, Kyösti	2	1	1	1	1	6
Väyrynen, Paavo	1	27	5		2	35
Wuori, Matti		1		9	1	11
Yhteensä	15	128	20	16	19	198

Liite 11

Euroopan parlamentin jäsenten teemat sanomalehdissä
1.4.-31.7.2002

	Ympäristö	Kotimaa	Sosiaalipolitiikka	EU:n ulkosuhteet	Talous	Liikenne	Oma työ	Kulttuuri	Tutkimus	Ei teemaa	Yht.
Hautala, Heidi	6	10	2		1		4				23
Iivari, Ulpu		1					2				3
Kauppi, Pii-Noora		1		1	4	1	6				13
Korhola, Eija-Riitta	2	4	1				3				10
Matikainen-Kallström, Marjo		1	1	1			1				4
Myller, Riitta	2	1		1			4			1	9
Paasilinna, Reino	1	2		3			2			1	9
Pesälä, Mikko	1	2					3		3		9
Pohjamo, Samuli		1					2		1		4
Seppänen, Esko		1		1			1			1	4
Suominen, Ilkka		5		1			8			1	15
Thors, Astrid	1	28	2				3			1	35
Vatanen, Ari		1	1			3	2			1	8
Virrankoski, Kyösti	1	1					4				6
Väyrynen, Paavo		29		1			5				35
Wuori, Matti		2	3	2	2		1	1			11
Yhteensä	14	90	10	11	7	4	51	1	4	6	198

Ympäristö: ympäristö, luonto, maatalous

Kotimaa: kotimaan politiikkaan liittyvät aiheet

Sosiaalipolitiikka: sosiaalipolitiikka, ihmisoikeudet

EU:n ulkosuhteet: EU:n suhteet muihin ulkopuolisiin maihin ja laajentuminen

Talous: talous ja tuet

Liikenne: liikenne, autoverotus

Oma työ: työhön parlamentaarikkona liittyvät aiheet

Kulttuuri: kulttuuri, taide

Tutkimus: tutkimus, teknologia, geenimanipulaatio

Liite 12

Euroopan parlamentin jäsenten omat teemat, resurssit ja vastuut

	Omat teemat	Ketä edustaa	Tiedotusresurssit	Tiedotusvastaava
Iivari, Ulpu	Kulttuuri, koulutus, EU:n tulevaisuus	Kansan valitsema suom. demari	Riittävät	Itse ja avustajat yhdessä
Kauppi, Piia-Noora	Oma työ, konventti, rahoituslait	1)Suomea, 2) suomalaisia, 3) puoluetta	Hyvät	Itse
Korhola, Eija-Riitta	(ei vastausta)	Suomea, suomalaisia, puoluetta	(ei vastausta)	Itse ja avustaja
Matikainen-Kallström, Marjo	Energia, teknologia, koulutus	1)suomalaisia, 2)Suomea, 3)puoluetta	Tukea ryhmän kautta	Avustajat
Myller, Riitta	Ympäristö, sosiaalipol., julkiset palv.	Olen suomalainen demari	Periaatteessa ok	Itse ja avustajat
Pesälä, Mikko	Maatalous, EU:n tulevaisuus	Suomalaisia ja keskustan kannattajia	Pieni rahasumma	Avustajat
Pohjamo, Samuli	Alue, liikenne, energia, tutkimus	Pohjois-suomalaisia, keskustaa	Pieni rahasumma	Avustajat
Seppänen, Esko	Liittovaltio, konventti, perustuslaki	Suomea	Runsaat	Itse
Suominen, Ilkka	Ulkomaalaispolitiikka	Suomea, EPP-ED:tä	Erittäin riittävä	Brysselin avustaja
Thors, Astrid	Ympäristö, kuluttajasuoja, avoimuus	Puoluetta ja suomalaisia	n. 25 000 euroa vuodessa	Itse ja avustajat yhdessä
Vatanen, Ari	Liikenne, autovero, ihmisoikeudet	Suomen kansaa, muita eurooppalaisia	n. 20 000 euroa vuodessa	Avustajat
Virrankoski, Kyösti	Maatalous, alue, EU:n budjetti	Suomea, suomalaisia	Kohtuulliset	Itse ja avustajat yhdessä
Väyrynen, Paavo	Vaihtelevat, Eurooppa	Suomea, puoluetta	n. 30 000 euroa, kaikki menee tiedotukseen	Itse ja avustajat yhdessä
Wuori, Matti	Ihmisoikeudet ja niihin liittyvät muut	Sitoutumaton, asioita	Tukea ryhmän kautta	Brysselin toimisto ja avustajat

Liite 13

Parlamentin jäsenten viestintä tavoitteista seurantaan

	Viestinnän tavoite	Median kiinnostus	Läpimeno	Seuranta
Iivari, Ulpu	Uutisille taustaa, osallisuuden tunnetta, EU-tietoa	Ei kovin kiinnostunut	Ei niin hyvin kuin toivoisi	Itse netistä
Kauppi, Pii-Noora	Mitä Brysselissä tapahtuu, ei kamp.	Vaikeaa päästä systeemiin sisälle	Onnistuminen tyydyttävää	(ei haastateltu)
Korhola, Eija-Riitta	Europolitiikkaa lähemmäs	Erittäin huonosti hoidettu	Paremminkin kuin aluksi	(ei haastateltu)
Matikainen-Kallström, Marjo	Lähentää EU:ta kansaan, omat	Kiinnostus ja tietämys lisääntyneet	Tiedotteet huonosti	Suomen avustaja
Myller, Riitta	Osallistua keskusteluun, EU-tietoa	Parlamentti unohtuu, komissio kohtuullisesti	Ei onnistunut	Suomen avustaja
Pesälä, Mikko	Mitä EP:ssä tapahtuu, ei kampanjointia	Yksittäinen edustaja ei kiinnosta	Julkisuus alueellista	(ei haastateltu)
Pohjamo, Samuli	Mitä EP:ssä tapahtuu, ei kampanjointia	Yksittäinen edustaja ei kiinnosta	Julkisuus alueellista	Suomen avustaja
Seppänen, Esko	Kampanjointia, tietoa Suomeen	Ei lainkaan	Ei aina julki tekstejä	(ei haastateltu)
Suominen, Ilkka	Antaa tuoretta tietoa EP:stä	Valitettavan vähän, EP:n työstä ei juuri	Hyvin omat aiheet läpi	(ei haastateltu)
Thors, Astrid	Mitä EU:ssa tapahtuu, näkyvyys	Jos vaikea asia, kiinnostus laskee	Yleensä hyvä vastaanotto	Leikepalvelu
Vatanen, Ari	Julkiseksi hankkeet, joissa aktiivinen, EU-tietoa	Kohtuullisen, sensaatiohakuista	Vaihtelevaa, kolumnit hyvin	Suomen avustaja
Virrankoski, Kyösti	Kertoa EU asioista, vaikuttaa kantoihin	Heikonlaisesti	Kohtalainen	(ei haastateltu)
Väyrynen, Paavo	Objektiivista tietoa Eurooppa asioista	Kiinnostunut tällä hetkellä, erityisesti henkilöt, ei muuten	Hyvin läpi	Brysselin avustaja
Wuori, Matti	Asioiden pitäminen agendalla	Vaihtelevaa, parantamisen varaa, EU ei seksikäs	Hyvin	Leikepalvelu