



PROCOMMA ACADEMIC 2018

# Diplomaattinen viestintä







Diplomaattinen viestintä





Päätoimittajat:

**Elina Melgin**, filosofian tohtori, toimitusjohtaja, ProCom ry ja oy

**Hannu Nieminen**, dekaani, Helsingin yliopisto

Toimituskunta:

**Kirsi Eräranta**, apulaisprofessori, Aalto-yliopisto

**Erkki Karvonen**, professori, Oulun yliopisto

**Vilma Luoma-aho**, viestinnän johtamisen professori, Jyväskylän yliopiston kauppa- ja talousakademi

**Elina Melgin**, toimitusjohtaja, ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry

**Hannu Nieminen**, dekaani, Helsingin yliopisto

**Tuula-Riitta Välikoski**, yliopistonlehtori, Tampereen yliopisto

Ulkoasu ja taitto:

**Virpi Vihervuori**, Baasis Design

Jakelu:

**Julkaisu on maksuton ProComin jäsenille, ja jakelu tapahtuu tilauspohjaisesti.**

**Kirjaa toimitetaan laajasti myös oppilaitoksiin käytettäväksi viestintäopintojen**

**ohjelmistomateriaalina. Osa artikkeleista julkaistaan myös [www.viestijat.fi](http://www.viestijat.fi)-sivustolla.**

**Kirjaa voi myös tilata ProComista hintaan 25 euroa sisältäen postituskulut.**

Painos:

**1300 kappaletta**

Kustantaja:

**ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry**

**Kasarmikatu 23, 00130 Helsinki, Puh. (09) 135 7775, [procom@procom.fi](mailto:procom@procom.fi)**

Koko ja paperi:

**A5, 14,85 cm x 21 cm, Munken Polar**

**ISSN 2343-4090**

**ISBN 978-952-68576-2-6**

Paino:

**Libris, Helsinki 2018**

PROCOMMA ACADEMIC 2018

# Diplomaattinen viestintä



ESIPUHE.....	8	AVOIMUUDEN STRATEGIA DIPLOMATIASSA – TAPAUS BREXIT.....	78
JULKISUUSDIPLOMATIA JA VIESTINTÄ.....	10	Jussi Seppälä	
Elina Melgin ja Hannu Nieminen		EPÄDIPLOMAATTISTA DIPLOMAATTISTA VIESTINTÄÄ VENÄJÄN ISON- BRITANNIAN-SUURLÄHETYSTÖN TWITTER-TILILLÄ.....	92
VIESTINTÄ MONIKULTTUURISESSA YHTEISKUNNASSA.....	28	Janne Riiheläinen ja Tiina Sotkasiira	
Emma Nortio, Inga Jasinskaja ja Sirku Varjonen		KAUPUNKIDIPLOMATIAN MURROKSIA JA JATKUVUUKSIA – TAPAUS HELSINKI.....	108
NEGATIIVISET ASIAKASKOKEMUKSET JA DIPLOMATIA.....	38	Laura Kolbe	
Matias Lievonen		PUHEIDEN ROOLI DIPLOMATIASSA – TAPAUS KEKKONEN.....	122
VOIKO LIIKA KOHTELIAISUUS OLLA SYYNÄ VÄÄRINYYMMÄRRYKSIIN?.....	50	Jukka-Pekka Puro	
Arto Mustajoki			
VALTIOLLISTA PROPAGANDAA.....	64		
Joonas Pörsti			



PROCOMMA ACADEMIC 2018



---

## esipuhe

---

*Tervetuloa*

PROCOMMA ACADEMICIN

*5. numeroon, joka kysyy:*

### ONKO VIESTINTÄMME DIPLOMAATTISTA?

Globalisaatio, teknologia ja jännitteet suurvaltapolitiisissa suhteissa ovat muuttaneet perinteistä valtioiden välistä diplomatiata. Diplomatian muodot ja tekijäjoukko ovat monipuolistuneet. Nykyään yhteisöjen ja yritysten on mahdollista harjoittaa kansainvälistä kanssakäymistä, jolla voi olla vaikutusta niin valtiolliseen kuin valtioiden väliseenkin politiikkaan. Myös kaupungeilla on yhä enemmän diplomatiiaan liittyviä tehtäviä. Diplomiasta on tullut 2000-luvulla kaikkien yhteiskunnan demokraattisten toimijoiden harjoittamaa työtä, jonka tavoitteina ovat kulttuureiden välisen yhteisymmärryksen edistäminen, yhteistyösuhteiden rakentaminen ja ylläpitäminen sekä vaikuttaminen yhteisten päämäärien toteutumiseksi. Diplomatian nimissä harjoitetaan kuitenkin nykyään myös propagandaa ja disinformaation levittämistä, kuten tämän kirjan artikkelit osoittavat.

Diplomatiata on paitsi ulkopoliitiikan prosessi myös taito. Kirjassa käsitellään näitä diplomatian molempia alueita. Koska kyseessä on taito, diplomaattinen viestintä liittyy olennaisesti viestinnän ammattilaisuuteen. Tavallaan kaikki viestintäammattilaisen tekemä työ on diplomaattista käsitteen taitoon liittyvässä mielessä. Maineenhallinnassa on kyse hyvän, oikean ja kestävä mielikuvan rakentamisesta ja ylläpitämisestä. Kuuntelun taito on olennainen, kun etsitään yhteisiä intressejä. Organisaatioilta vaaditaan nykyään avoimuutta, ja sama koskee valtiollista diplomatiata.

Teoksen kirjoittajat edustavat eri tieteenhaaroja. Olemme kutsuneet kokeneita ja tunnustettuja asiantuntijoita kirjoittamaan heille läheisistä diplomatiiaan liittyvistä teemoista. Ehdotamme, että diplomatiata tulee tutkia poikkitieteellisesti. Johdantoartik-

kelissa kuvataan diplomatian murrosta ja julkisuusdiplomatian peruskysymyksiä. Tavoite on avata viestintään liittyviä käsitteitä ja johdattaa diplomaattisen viestinnän mahdollisuuksiin viestijän ammattikuvan kannalta.

Kirjan muut artikkelit voidaan jakaa kolmeen ryhmään. Kansallisen tason diplomaattista viestintää käsitellään sekä monikulttuurisuuden ymmärtämisen että siitä viestimisen kannalta. Näkökulmana on myös kieleen perustuvan arjen diplomatian haasteet sekä negatiivisten asiakassuhteiden diplomatia. Nykyajan kansainvälistä suurvaltapolitiikkaa koskevat tapaustutkimukset puolestaan osoittavat, kuinka supervallat käyttävät diplomatiakontekstia informaatiovaikuttamiseen ja propagandaan. Mukana on myös ajankohtainen journalistinen tapaustutkimus Brexitin ensimmäisen vaiheen diplomaattisesta viestinnästä. Kolmannessa osassa muistutetaan diplomatian historiallisesta perspektiivistä. Helsinkiä käsittelevä artikkeli kertoo kaupunkidiplomatian muuttuvista muodoista, ja Kekkosta käsittelevä artikkeli puheiden avulla harjoitetusta vaikuttamisesta sisä- ja ulkopoliittikan areenoilla.

Suomea koskevat samat uhkat kuin muita Euroopan maita: Euroopan Unionin epävakaa kehittyminen, tietoturvaan liittyvät haasteet, populismin kasvu, disinformaation leviäminen, maahanmuuton seuraukset, vihapuhe ja ilmastonmuutos. Rohkaisemme tämän teoksen avulla viestinnän ammattilaisia avaamaan organisaatioissaan keskustelua ylikansallisista ongelmista ja tarjoamaan yhteistyöhön liittyviä keinoja niiden voittamiseksi. Ottamalla globaalien haasteiden osaksi strategista viestintää organisaatio ja sen viestintäammattilaiset toimivat diplomaattisen viestinnän moniulotteisella kentällä.

**Elina Melgin & Hannu Nieminen**

*Päätoimittajat*

*ProComma Academic 2018*



## KETKÄ?

### Elina Melgin ja Hannu Nieminen

- *Filosofian tohtori Elina Melgin väitteli Helsingin yliopistossa propagandan ja julkisuusdiplomatian roolista sekä kulttuurin käytöstä maakuvi- viestinnässä. Hänen tutkimuskoh- teitaan ovat julkisuusdiplomatian rinnalla mm. vaikuttajaviestintä ja ammattikuvan kehittyminen. Hän kirjoittaa muotoilusta ja taiteesta hyvinvointiyhteiskunnan arvoina ja maabrändin elementteinä. Melgin toimii ProCom ry:n ja oy:n toimitus- johtajana. Aiemmin hän työskenteli mm. Nokia Oyj:ssä ja Taideteollisessa korkeakoulussa (nykyisin Aalto Arts). Melginin käsikirjoittamia ja toimit- tamia teoksia ja tuotteita on palkittu kotimaassa ja ulkomailla. Hän on aktiivinen bloggaaja (viestijat.fi). Melginillä on yli kymmenen vuoden kokemus hallitustyöstä erilaisissa organisaatioissa.*

*Hannu Nieminen on Helsingin yliopiston viestintäpolitiikan profes- sori ja valtiotieteellisen tiedekunnan dekaani. Ennen tuloaan Helsingin yliopistoon Nieminen toimi media- tutkimuksen professorina Turun yliopistossa. Hänen väitöskirjansa käsitteli Jürgen Habermasin ja Raymon Williamsin julkisuusteori- oita. Nieminen on julkaissut laajasti kotimaisissa ja kansainvälisissä julkaisuissa median ja demokratian sekä viestintäpolitiikan ja sääntelyn kysymyksistä. Vuodesta 2013 alkaen Nieminen on toiminut Yleisradion hallintoneuvoston asiantuntijana julkisen palvelun kysymyksissä.*

## JULKISUUSDIPLOMATIA JA VIESTINTÄ

**T**ässä artikkelissa annetaan yleiskatsaus diplomatian murrokseen ja julkisuusdiplomatian tutkimukseen sekä pohditaan julkisuusdiplomatian suhdetta viestintään ja viestinnän ammattilaisten tehtäväkenttään. Artikkelissa ei käsitellä diplomatiata valtioiden välisenä prosessina tai poliittisena viestintänä vaan pikemminkin taitona.

**Vuoden 2001 New Yorkin terrori-iskun jälkeen on ryhdytty puhumaan uudesta julkisuusdiplomatiasta (*new public diplomacy*) (Melissen 2013). Yhteneväistä käsitystä siitä, mitä julkisuusdiplomatian käsite pitää sisällään, ei ole. Artikkelissa koostetaan käsitteitä ja pohditaan, millainen merkitys viestinnällä on tämän päivän julkisuusdiplomatiassa.**

### Johdanto

Globalisaatio ja teknologia ovat muuttaneet valtioiden ja monikansallisten organisaatioiden välistä vuorovaikutusta pysyvästi. Vuosikymmeniä sitten virallinen diplomaattisten suhteiden hoito kuului etupäässä pienelle ja etuoikeutetulle joukolle valtioiden virkamiehiä. Lähetystöjen ja ulkoministeriöiden rooli on edelleen vahva virallisessa valtioiden välisessä vuorovaikutuksessa, mutta nykyään yhteisöjen ja yritysten on yhtä lailla mahdollista harjoittaa kansainvälistä kanssakäymistä, jolla voi olla valtioon vaikuttavaa merki-

tystä. Lähes kenellä tahansa on mahdollisuus verkottua maailmalla fyysisesti tai sosiaalisen median alustoilla, neuvotella ja edistää kauppaa-, kulttuuri- ja muita suhteita sekä rakentaa omalta osaltaan mielikuvaa maasta.

*Cambridge Dictionary* antaa kaksi määritelmää diplomatian käsitteelle. Ensimmäisen, perinteisen määritelmän mukaan kyse on valtioiden välisestä vuorovaikutuksen johtamisesta; ja toisen mukaan diplomatiassa on kyse taidosta tulla sujuvasti ja ketään uhkaamatta toimeen erilaisten ihmisten kanssa. Keskeinen diplomatiiaan liittyvä käsite on sovittelu, *mediation*. (*Cambridge Dictionary* 2013.) Diplomatiasta puhuttaessa on tärkeää ylipäänsä tuoda esiin, milloin puhutaan prosessista ja milloin taidosta.

Diplomatiikan käsite on 2000-luvulla epämääräistynyt. Se on pilkottu osiin. Puhutaan esimerkiksi e-diplomatiasta, Twiplomatiasta, ehkäisevästä diplomatiasta, kansalaisdiplomatiasta, julkisuusdiplomatiasta tai kaupunkidiplomatiasta. (Cooper ym. 2013, Pluijm 2007, Adesina 2017.) Diplomatiasta on tullut hyväksyttävä metodi kaikelle eri kulttuureja ja niiden jäseniä yhdistävälle vuorovaikutukselle ja viestinnälle, jossa ollaan sovinnollisessa hengessä tekemisissä eri maiden kansalaisten tai oman maan erilaisten kansanosien kanssa. Diplomatiasta on tullut suosittu aihe televisiosarjoihin (kuten yhdysvaltalainen *Rouva ministeri* ja tanskalainen *Vallan linnake*). Yllättävän usein diplomatiakunnasta puhutaan nykyään Valkoisen talon tapahtumien uutisoinnissa (esim. Yle uutiset 2018 a, 2018 b).

Varsinkin julkisuusdiplomatia, *public diplomacy*, voidaan nähdä periaatteessa jokaista organisaatiota tai kansalaista koskevana arkisena viestintään liittyvänä toimintana. Julkisuusdiplomatia, jota harjoitetaan nykyään ihmisten parissa internetin erilaisilla blogien ja e-julkaisujen alustoilla, vaikuttaa sijoittuvan luontevaksi osaksi ”kansainvälisen viestinnän valtakuntaa”, *global communications’ realm*, kuten vaikutusvaltainen julkisuusdiplomatian tutkija Jan Melissen sanoo (2011 b, 1). Diplomatia vilahtaa usein myös sananvapaus- ja sananvastuukeskusteluissa. Viha-puheen ehkäisyyn suositellaan tahdikasta viestintää ja diplomatiata. Diplomatiasanaston arkipäiväistymisestä kertovat myös julkisuuden ilmiöt, kuten ”Saara Aalto-diplomatia” tai kiinalaisten harjoittama ”pandadiplomatia”.

Julkisuusdiplomatian käsite syntyi amerikkalaisen tutkijan Edmund A. Guillionin ehdotuksesta vuonna 1965 vaihtoehdoksi propaganda-termille. Puolessa vuosisadassa käsite on muuttanut muotoaan moneen kertaan, mutta pääosin amerikkalaistutkijoiden toimesta. (Cull 2009) Vuoden 2001 New Yorkin terrori-iskun jälkeen on ryhdytty puhumaan uudesta julkisuusdiplomatiasta (*new public diplomacy, NDP*) (Melissen 2013).

### Kohti verkostodiplomatiata

Suuret muutokset ”totuuden jälkeiseksi” ajaksi kutsutulla 2010-luvulla ovat haastaneet perinteistä diplomatiata niin vahvasti, että on puhuttu jopa diplomaattien ammattikunnan kuolemasta. Toisaalta sosiaalinen media on synnyttänyt Twiplomatian.

Parhaimmillaan eurooppalaisilla diplomaateilla tai poliitikoilla on miljoonia seuraajia sosiaalisessa mediassa (Adessina 2017, 9). Keskustelu lähettiläiden roolista alkoi jo aiemmin. Yhdysvalloissa kysyttiin suoraan, mihin lähettiläitä enää tarvitaan, jos ulkopoliitiikan alueen toimijoiksi kelpaavat muutkin kuin ammattidiplomaatit. (Rothkopf 2009.) Brittidiplomaatti Tom Flectcherin mukaan globaaleihin rauhaan, hyvinvointiin ja demokratiaan liittyvien kotimaisten ja kansainvälisten ongelmien ratkaisemiseen ei ole kuitenkaan keksitty parempaakaan keinoa kuin diplomatia. Niinpä hän julkaisi muutama vuosi sitten kirjan pitääkseen diplomaatit mukana digitalisaation tuomassa kehityksessä. (Fletcher 2016, 15) 2000-luvun murroksessa perinteinen diplomatia on jakaantunut kahtia. Puhutaan klubidiplomatiasta (*club diplomacy*) ja verkostodiplomatiasta (*networking diplomacy*). (Cooper ym. 2013, 23; Kaavio 1.)

---

**KAAVIO 1:**  
Klubidiplomatian ja verkostodiplomatian erot

---

	Montako osallistuu	Struktuuri	Muoto	Läpinäkyvyys	Päätavoite
<b>Klubidiplomatia</b>	Muutama	Hierarkinen	Kuukausittainen	Matala	Sopimus, allekirjoitus
<b>Verkostodiplomatia</b>	Monta	Matala	Suullinen	Korkea	Kahdenkeskinen vuoro-vaikutus

Muutama vuosi sitten Suomessa kohistiin siitä, että Suomen lähetystöjen resursseja maailmalla pienennettiin (Yle 2012, Yle 2013). Samaan aikaan ammattidiplomaatit alkoivat rajata omaa tekemistään suhteessa julkisuuteen, ja joissakin maissa ammattidiplomaatit halusivat kokonaan irtisanoutua yleisösuhteista (Brown 2015). Ns. ”old school” -diplomaatit, toisella termillä klubi- tai kabinettidiplomaatit, eivät ole halunneet amatöörejä diplomatian kentälle (Melissen 2013). Diplomatian toimintakentän omiminen vaikuttaa tarpeesta pitää perinteistä kiinni. Suomessa on yritetty ulkoministeriön tuella ja johdolla päinvastoin yhdistää erilaisten ulkopolitiikan, viennin ja julkisuusdiplomatian toimijoiden voimia viimeisen vuosikymmenen aikana. Näyttää siltä, että diplomatian verkostomallia on haluttu kehittää. Julkisrahoitteinen, laajasti yritysmaailmaa huomioiva ja kansainvälistä yhteistyötä tukeva yhteistyömalli Team Finland ei ole kuitenkaan täysin onnistunut tavoitteen saan, vaikka sitä resursoitiin muutama vuosi sitten 10 miljoonalla eurolla. (Larsen 2016; Moilanen 2015, 330.) Vuoden 2018

alussa uudelleenorganisoinnin nimissä perustettiin kansainvälistymis-, investointi- ja matkailunedistämispalveluita tarjoavan Finpron ja innovaatorahoitusta tarjoavan Tekesin yhteinen elin Business Finland. Uudistusten tavoitteena on selkeyttää ulkoministeriön sekä työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämien kansainvälistymisorganisaatioiden toimijoiden roolia (Uusi teknologia 2017).

### Katsaus historiaan

Diplomatian murros muistuttaa kovasti aikaa ennen diplomatian kukoistuskautta. Ehkä perinteinen, harvoille kuulunut ammattidiplomatia koskeekin vain lyhyttä parin sadan vuoden ajanjaksoa historiassa. Diplomatiaa on ollut maailmassa nimittäin jo ennen valtioita. Merkkejä sanansaattajista ja lähettiläistä eri heimojen välillä löytyy kauempaakin kuin antiikin Kreikasta. Euroopassa kuninkaiden ja muiden valtaapitävien suosiota nauttineet luotetut henkilöt toimivat viestinviejinä tai rauhanrakentajina. Myös katolisella kirkolla ja paavin lähettiläillä oli merkitystä rauhanomaisten suhteiden

rakentajana. Renessanssiajalla ratkaistiin kaupunkien ja kaupunkivaltioiden välisiä kiistoja diplomaattiedustustojen avulla. Esimerkiksi ruhtinas Niccolo Macchiavelli edusti kotikaupunkiaan Firenzeä Ranskassa ja Espanjassa. Vaikka Britannia nimitti lähettilään Pariisiin jo vuonna 1505, diplomaattikunnasta ei kuitenkaan voinut vielä puhua. Vasta Wienin kongressissa 1815 sovittiin diplomaattien arvojärjestyksestä ja diplomatiasta tuli ammatti. Alkoi ”vanhan diplomatian” eli klubidiplomatian kulta-aika. Diplomaattikunnan edustajalla oli varallisuutta, sivistystä ja tapoja. Poikkeuksen arvopohjaisen aateli- sen diplomaattiluokan keskuuteen toivat porvarilliset lähettiläät uudelta mantereelta Yhdysvalloista. (Cooper ym., 2013, 3–6; List of ambassadors, 2018.)

Kansainvälisten suhteiden hoitaminen siirtyi pois hallitsijoilta, ja kansan mielipidettä tarkkailtiin entistä enemmän lehdistön kasvun mukana 1800-luvulta alkaen. Liikenneyhteyksien kehittymisen vaikutti siihen, että kansainvälisissä suhteissa, ulkopolitiikassa, kaupassa ja diplomatiassa tapahtui muutoksia. Suomi teki merkittävää julkisuusdiplomatiaa (maapropagandan nimellä) jo ennen itsenäistymistään vuonna 1900 Pariisiin maailmannäyttelyssä. Identiteettiprojektin rinnalla ajettiin poliittista agendaa. ”Diplomaattisia” suhteita hoidettiin myös ns. jääkäridiplomatian nimissä Saksaan päin ennen itsenäistymistä. Varhaista, epävirallista diplomatiatyötä tekivät virkamiesten rinnalla teollisuus- ja tiedemiehet sekä taiteilijat. (Suomi 2003, Smeds 1996, Maijala 2017, Melgin 2015.) Kutsuttai-

siinko 1800-luvun lopun sortovuosista nousutta kansainvälistä propagandaa harjoittanutta vastarintaliikettä nykyään aktivismidiplomatiaksi vai kansalaisdiplomatiaksi?

Maailmansotien jälkeisen ajan diplomatiassa valtioiden välisten suhteiden ja yhteisten kiinnostusten kohteiden yläpuolelle asettui kansainvälisen yhteisön yhteinen etu. Aluksi Kansainliitto ja toisen maailmansodan jälkeen Yhdistyneet kansakunnat ovat olleet kaksi maailmansotaa kokeneiden Euroopan maiden yhteisesti hyväksytyjä diplomaattisia ratkaisuja, joilla hoidetaan kansainvälisiä poliittisia suhteita paremmin jatkossa. Nykyisin diplomatiakirjallisuudessa listataan kaikki mahdolliset ylikansalliset järjestöt Euroopan Unionista Natoon. (Esim. Pagovski 2015.)

Järjestöt, aktivistiryhmät tai ylikansalliset organisaatiot ovat toimineet ja toimivat edelleen perinteisen diplomatian alueella, vaikkakin epävirallisessa tai valtion rahoittamassa puolivirallisessa roolissa. Myös kaupungeilla ja erityisesti pääkaupungeilla, kuten Helsingillä, on diplomatiaan liittyviä rooleja, omia kansainvälisiä verkostoja ja toimintaa, joilla ylläpidetään rauhanomaisia kansainvälisiä suhteita sekä edistetään vieniä ja kulttuuridiplomatiaa. Diplomatiasta on tullut 2000-luvulla teknologian kehityksen myötä työtä kaikkien näiden demokraattisten toimijoiden harjoittamaa toimintaa, jonka tavoitteina ovat kulttuureiden välisen yhteisymmärryksen edistäminen, yhteistyösuhteiden rakentaminen ja ylläpitäminen sekä vaikuttaminen paitsi omien myös



yhteisten päämäärien toteutumiseksi. (Ks. esim. Fiske de Gouveia & Plumridge 2005.)

Kuten lyhyt historiikatsaus osoittaa, diplomatiataa ja maakuvatyötä on tehty kauan. Voidaan siis kysyä, onko valtiollisen klubidiplomatian kehitys vain palannut takaisin aikaan, jossa ei-valtiollista diplomatiataa harjoitettiin verkostomaisesti, mutta toki pienessä skaalassa ja hyvin etuoikeutettujen kosmopoliittien diplomaattisten taitojen avulla.

### **Julkisuusdiplomatiian käsite ja tutkimus**

Julkisuusdiplomatiia ollut viime vuosina kansainvälisen diplomatiakeskustelun keskiössä (Melissen 2011, 213; Heine 2013; Gilboa 2008, Taylor 2009, Potter 2002–2003). Diplomatiian yhdestä osa-alueesta on tullut hyvin suosittu kouluttautumisaihe yliopistoissa ja tutkimuskohde akateemikoiden parissa, joskaan ei vielä Suomes-

sa. Viestintä, PR ja media ovat keskeinen osa julkisuusdiplomatiataa. Diplomatiataa koskevia akateemisia artikkeleita etsiessä, riippumatta siitä edustaako tutkija politiikan, sosiologian, brändinhallinnan, johtamisen, psykologian tai kulttuurihistorian tutkimusta, asiansanoiksi nousevat lähes aina myös viestintä, strateginen viestintä ja PR eli suhdetoiminta. Julkisuusdiplomatiata voi ja tulee tarkastella hyvin monesta näkökulmasta. (Gilboa 2008, 74.) Julkisuusdiplomatiia liittyy kokonaisvaltaiseen kulttuuriseen toimintaympäristöön. Joissakin maissa, kuten Tanskassa tai Brasiliassa, diplomatiia esimerkiksi liittyy vahvasti kaupallisuuteen eli viennin edistämiseen (Nyberg 2018). Joissakin tapauksissa uskonto ja arvopohja luovat olennaisen kontekstuaalisen tarkastelukulman, jos tutkitaan vaikkapa turvallisuuspolitiikkaan liittyvää valtiovastuun strategista viestintää. (Kaavio 2: Melgin 2018.)

## **KAAVIO 2: Melgin 2018**

### **Julkisuusdiplomatiian tutkimuksen liittymäpinnat**

#### **POLIITTINEN MAISEMA /**

#### **KANSALLINEN AGENDA**

geopolitiikka, ihmis- ja muut oikeudet, sisä- ja ulkopoliitiikka, talous

#### **KULTTUURI**

uskonto, uskomukset, arvot, myytit, kansallinen kulttuuripolitiikka, kulttuurimaisema (tiede ja taide), kansainvälisen kulttuurin megatrendit

#### **PROSESSIT JA TYÖKALUT**

viestintä, brändäys, markkinointi, propaganda, neuvottelu, suhdetoiminta, verkostoituminen, vaihto-ohjelmat, sopimukset jne.

#### **TOIMIJA**

valtiot, ministeriöt, lähetystöt, konsulaatit, yhdistykset, säätiöt, keskusket, yritykset, yliopistot, instituutiot, museot, aktivistiryhmät, media, yksilöt

## Julkisuusdiplomatian käsite ja tutkimuskenttä

Julkisuusdiplomatiasta on ryhdytty tutkimaan suhteessa strategiseen viestintään (Löffelholz ym. 2015). Viestinnän merkitys julkisuusdiplomatiassa on niin keskeinen, että jotkut tutkijat ovat katsooneet julkisuusdiplomatian kuuluvan viestinnän kattokäsitteen alle sekä ehdottaneet, että sen tarkastelussa tulisi korostaa viestinnän ja PR:n osuutta (Pamment ym. 2017, Ingenhoff & Buhmann 2017, Dyke & Verčič 2009, Signitzer & Coombs 1992). Monet tutkijat moittivat julkisuusdiplomatiatutkimuksen liiallista amerikkalaista painotusta (esim. Yun 2012, Löffelholz ym. 2015). Kiinan ja muiden Aasian maiden tapaa soveltaa julkisuusdiplomatiata läntisen maailman mallien mukaan omiin tarpeisiinsa on viime vuosina ryhdytty tutkimaan. Tutkimuskohteena on esimerkiksi, miten Japani tasapainoilee julman sotahistorian perintönsä kanssa viestittäessään liberaalia identiteettiään ulkopoliittikan areenalla. (Melissen 2011 a.) Suomessa käydään julkista keskustelua valtiontason strategisesta viestinnästä ja julkisuusdiplomatiasta aika vähän (esim. Siren 2014, Melgin 2014 b.).

Islamfobian kasvun myötä amerikkalaiset alkoivat hyödyntää 2000-luvulla ns. pehmeän vallan (*soft power*) ulkopoliittikkaa ja diplomatiata kansainvälisissä suhteissaan kovan vallan (*hard power*) vastapainona. Siteeratun valtiotieteilijä Joseph S. Nyen älykään vallankäytön (*smart power*) käsite on myös esillä julkisuusdiplomatiikan tutkimuksissa todistamassa, että onnistuneen ulkopoliittikan

takana on paljon muuta kuin strategista sodankäyntiä. Julkisuusdiplomatiikan taustalla on nimenomaan kulttuurista vuorovaikutusta. (Nye 2004, Snow 2009.) Tässä 2000-luvun alun kehityksessä julkisuusdiplomatiikan harjoittaminen ulottui myös ei-valtiollisiin toimijoihin. Kulttuuri-instituuttien, kuten Goethe-instituutin tai British Councilin, kaltaisten organisaatioiden ja monikansallisten, muun muassa kehitysmaiden koulutusolojen edistämiseksi perustettujen, liittoutumien rooli julkisuusdiplomatiikan alueella vahvistui.

Julkisuusdiplomatiikan ja diplomatiikan määrittelyitä on yhtä monta kuin sen tutkijoita. Esimerkiksi Nicholas Cull sisällyttää julkisuusdiplomatiikkaan muiden yhteiskuntien tarkkailun (*listening*), omien kantojen edistäminen (*advocacy*), kulttuuridiplomatiikan (*cultural diplomacy*), kansainvälisen koulutukseen ja tutkimukseen liittyvän vaihdon (*exchange*) sekä median välityksellä ulkomaille levitetyn viestinnän (*international broadcasting*) (Cull 2008, ks. myös Melgin 2014, 16).

Viestinnän toimialan kannalta toimivampaa on tarkastella, mitä uuden diplomatiikan ytimeen voidaan sijoittaa. Sieltä löytyvät usein seuraavat asiat (Löffelholz ym. 2015, Melissen 2013):

- valtion ohjaamien organisaatioiden rinnalla julkisuusdiplomatiikkaa harjoittavat myös ei-valtiolliset organisaatiot
- julkisuusdiplomatiikka ei kohdistu enää vain ulkomaille, vaan sitä voidaan harjoittaa suoraan tai median avustuksella myös kotimaisiin yleisöihin

- julkisuusdiplomatialla pyritään suoraan tai välillisesti vähentämään negatiivisia yleistyksiä ja ennakkoluuloja
- julkisuusdiplomatian tarkoitus on kasvattaa sympatiaa ja ymmärrystä kansakunnan tai maan pääomaa (kulttuuri, yhteiskuntamalli jne.) ja päämääriä kohtaan
- julkisuusdiplomatialla voidaan edistää turismia, kansainvälistä liiketoimintaa ja ulkomaisia pääomasijoituksia, joista maa, organisaatiot, yritykset ja yksilöt lopulta kaikki hyötyvät
- julkisuusdiplomatialla edistetään yhteisiä kehityshankkeita esimerkiksi ilmastonmuutokseen tai tyttöjen koulutukseen liittyen.

Kaikki julkisuusdiplomatia ei ole kuitenkaan myönteistä. Pakolaisaallon myötä on syntynyt myös negatiivista julkisuusdiplomatiata, jonka tavoitteena on estää pakolaisten tulo maahan (Hartig 2017). Monissa maissa on erilaisista kulttuuritaustoista tulleita yhteisöjä, joten julkisuusdiplomatia voi kohdistua myös kansalliseen kenttään. Joidenkin tutkijoiden mukaan maan sisällä harjoitettu poliittinen strateginen viestintä tai julkisuusdiplomatia on luonteeltaan lobbausta. (Pamment ym. 2017.) Yleensä julkisuusdiplomatian yhteydessä ei puhuta kuitenkaan lobbaamisesta, koska diplomatiakontekstissa ei ole tavoitteena myydä, vaan paremminkin päästä toivottuun päämäärään sovittelun ja suhdetoiminnan avulla.

Suomen ulkoministeriön maakuvatyötä

organisoivan yksikön johtajan, lähestystöneuvos Petra Themanin mukaan julkisuusdiplomatiata tekevät hyvin erilaiset organisaatiot ja kehityssuunta on ulkoministeriölle tervetullut, koska maakuvatyötä varten on käytössä vain vähän resursseja. Suomen virallisessa viestinnässä ulkomaila *public diplomacy* -termi on ollut käytössä käsitteen levinneisyyden takia, mutta kotimaassa on puhuttu aivan viime vuosina maakuvatyöstä, erotuksena maabrändistä, koska brändi käsitteenä ei ole yhtä kokonaisvaltainen. Ylipäänsä käsitteet ovat olleet vaikeita Suomessa diplomatian ja kansainvälistymistoimintojen harjoittajille (Theman 2017; Moilanen 2015, 324, 328). Vuonna 2012 ilmestyi julkisuusdiplomatian verkostomallin työn tehostamiseksi opas, jossa on työkaluja maakuviaviestintää varten (Maakuvan viestinnän työkirja 2012). Ruotsilla on oma työkalupakkinsa ”Brand Sweden” (Identity Sweden 2018). Samoihin aikoihin vähennettiin julkisuusdiplomatia-käsitteen käyttöä suomeksi. Ongelmana pidettiin sen liiallista profiloitumista viestintään ja julkisuuden hoitoon, kun itse toiminto haluttiin nähdä laajempina diplomatiatyönä. ”Muun työn” määrittämisessä toistuvat kuitenkin siinäkin paradoksaalisesti juuri viestinnän ytimeen kuuluvat tehtävät, kuten ”verkotaminen, sitouttaminen ja kohderyhmävaikeuttaminen”. (Heino 2015, 296.)

### **Onko se maabrändäystä?**

Yhteistä näkemystä siitä, mitä julkisuusdiplomatian tulisi olla ja kenelle tehtäväkenttä kuuluu, ei ole kuitenkaan löytynyt. Toiset korostavat kohderyhmänä

suuria massoja ja painottavat *maabrändiä* (*country branding, place branding*) julkisuusdiplomatian tutkimuksessa, mikä liittyy julkisuusdiplomatian markkinointiin ja myyntiin. Tämä näkökulma on eurooppalainen ja vahvasti brittitutkijoiden muokkaama. (Szondi 2008.) *Journal of Brand Management* tai *Place Branding* sekä *The Nation Brand Index* julkaisevat tietoa maiden suosiollisuudesta ja näkyvyydestä tästä näkökulmasta. Maabrändien vertailututkimuksia on useita. (Rankings 2018.) Suomikin on mukana erilaisissa maakuvan vertailututkimuksissa tai ”kauneuskilpailuissa”, joissa mitataan esimerkiksi kulttuurin merkitystä maakuvassa muihin maihin verrattuna (esim. Finland Promotion Board maakuvakatsaus 2015–16). Vertailevissa maakuvan bränditutkimuksissa painottuu mediatutkimus, sillä maakuva tarkastellaan suhteessa ansaittuun, journalistisesti tuotettuun, ei-maksettuun tai lainattuun mediaan, jota arvostetaan bränditutkimuksissa edelleen muita enemmän. (WE Communication survey 2016.) Maabränditutkimuksissa painottuvat lisäksi intuitio, mielikuvat ja käytäntö teorian kustannuksella.

### **Onko se propagandaa?**

Tunnetuimmat aikamme sitaatit diplomaatiasta liittyvät taitoon. Winston Churchillin kerrotaan sanoneen, että diplomaatia on taidetta lähettää ihmisiä helvettiin tavalla, jolla saadaan heidät pyytämään opastusta sinne. (“Diplomacy is the art of telling people to go to hell in such a way that they ask for directions.”). Sitaatti liittyy toiseen maailmansotaan, jolloin viestinnän

olemus oli toinen. Puhuttiin propagandasta, ja vihollisen harhaanjohtaminen oli hyväksyttyä. Nykyään diplomatian taito yhdistetään sen sijaan etupäässä rauhanomaiseen vuorovaikutukseen, neuvottelutaitoihin ja suostutteluun. Psykologinen sodankäynti, harhautus ja propaganda sekoitetaan kuitenkin edelleen julkisuusdiplomatiaan (Gilboa 2008).

Eri maiden presidenttejä, ministereitä tai lähettäjiä kutsutaan suuriksi diplomaateiksi. Suomea edustavaan epäviralliseen lähettilään rooliin nimitetään toisinaan myös urheilijoita ja taiteilijoita, silläkin riskillä, ettei kaikki aina mene valtion edun suunnitelmien mukaan. (Ks. esim. Clerc 2015.) Ulkopoliittisessa taktikoinnissa pätevyityneellä Juho Kusti Paasikivellä on ollut elintärkeä rooli neuvotella kansakuntaa koskevia ratkaisuja Suomen historiassa. Oman aikamme tunnetuin suomalainen diplomaatti Martti Ahtisaari palkittiin Nobelin rauhanpalkinnolla kansainvälisillä konfliktialueilla osoitettujen rauhaa edistävien neuvottelutaitojensa ansiosta. Kuuntelu ja yhteisen ratkaisun etsiminen ovat edelleen Ahtisaaren työtä. Vaikka Yhdysvaltojen nykyinen presidentti Donald Trump on ykkösvaijuttaja yhdessä suurimmista supervalloista ja palvelee ylimmässä mahdollisessa diplomaatin tehtävässä, häntä on vaikea kutsua diplomaatiksi. Ammattidiplomaatilta edellytetään tietynlaista käytöstä, jota Trump monin tavoin uhmaa. Trumpista ei välity mielikuva harkitsevasta valtiojohtajasta, vaan hän nakertaa perinteisen diplomatian arvoa käyttämällä diplomaatikontekstissa propagandistista tapaa ilmaista vain oma

näkemykseen asioihin. Hän harjoittaa yksisuuntaista tiedottamista tai jopa sanelua. Twiiteissään ja puheissaan hän käyttää lisäksi alatyylisiä ilmaisuja, jotka loukkaavat vastaanottajaa ja vaarantavat maidenvälisiä rauhanomaisia suhteita. Hän syyttää demokratian kannalta keskeisiä Yhdysvaltojen medioita valeutisten tuottajiksi (ks. esim. Laine 2018). Ei ole ihme, että kansainvälisen perinteisen diplomatian koetaan olevan kriisissä ja liittyvän propagandaan.

Useimmiten julkisuusdiplomatiasta nähdään suhteessa ulkosuhteisiin. Ajankohdittainen esimerkki strategisesta ulkopoliittisesta vaikuttamisesta julkisuusdiplomatiasta keino on kiinalaisten harjoittama panda-diplomatiasta, jonka tuloksena Suomeen, Ähtärin eläinpuistoon tuotiin kaksi panda julkiseksi vetonauloiksi vuonna 2018. Noin miljoonan euron hintainen kahden pandan vuokra Suomelle ja muille maille, joihin niitä on sijoitettu, edistää Kiinan asemaa kohdemaissa strategisena kumppanina tai liittolaisena samaan aikaan, kun Kiinaa yleisesti moititaan ihmisoikeuksien loukkaamisesta. Asiantuntijoiden mielipiteet ja arvostukset panda-diplomatiasta vaihtelevat. Edistetäänkö pandojen sijoittelulla eläinten suojelua, puhdistaa Kiina kyseenalaista mainettaan oikeusvaltiona vai edistääkö Kiina pandapolitiikkalaan ensisijaisesti maansa kauppasuhteita? (Ks. esim. Saavalainen 2018.) Asiaa on tarkasteltu myös kylmäverisen propagandan näkökulmasta (Luostarinen 2017).

Suhde propagandaan tai valkoiseen propagandaan ratkaistaan usein kansallisella tasolla, ja käytetyt käsitteet vai-

televat sen mukaisesti. Käsite-erot tulee tunnistaa akateemisissa tutkimuksissa. Esimerkiksi ranskalaiset puhuvat maakuvatyön kohdalla kulttuurisesta toiminnasta (*l' action culturelle*), saksalaiset kulttuuripolitiikasta (*auswärtige Kulturpolitik*) ja amerikkalaiset julkisuusdiplomatiasta (*public diplomacy*). (Brown, 332.) Kulttuuridiplomatiasta sopisi myös Kiinan panda-diplomatiasta tarkastelulukulmaksi, siinä missä propagandakin.

### Se on viestintää ja suhdetoimintaa

Julkisuusdiplomatiasta metodeihin perehtynyt Eytan Gilboa ehdottaa ratkaisuksi sitä, että aihetta tulisi tutkia monitieteellisesti ja julkisuusdiplomatiasta käytännön työn tekijöitä tulisi tuoda enemmän esiin (Gilboa 2008). Suomalaisessa historian-tutkimuksessa on julkaistu 2010-luvulla muutamia teoksia, joissa on tarkasteltu käytännön tason propagandaa ja julkisuusdiplomatiasta muidenkin kuin ulkoasiainhallinnon näkökulmasta (Melgin 2014; Kivioja ym., 2015; Fields 2016). Elina Melgin on tarkastellut julkisuusdiplomatiasta historiaa poikkitieteellisesti ja käyttänyt väitöskirjassaan käsitettä maakuvan viestintää. (Melgin 2014; ks. myös Clerc 2015, 189.) Käsitteet elävät ajan mukana ja saavat uusia merkityksiä. Pidättäytymisen pelkäämistään aikalaiskäsitteisiin, kuten maapropagandaan, ei avaa menneen maailman julkisuusdiplomatiakentän epävirallisia tai puolivirallisia toimijoita eli juuri niitä aktoreita, jotka on nykyään hyväksytty sisältyväksi diplomatiasta käsitteeseen. (ks. Cooper ym. 2013 passim.)

Kansainvälistä liiketoimintaa tekevät

yritykset, monikansalliset yhteisöt ja organisaatiot harjoittavat myös julkisuusdiplomatiaa (Reinhard 2009). Suomalaisiksi esimerkiksi sopivat vaikkapa Nokia tai Lapin turismia edistävä Visit Rovaniemi-hanke. Puhelimia valmistanut Nokia toi paljon hyvää julkisuutta Suomelle kaksikymmentä vuotta sitten, mutta kun se vuonna 2008 sulki tehtaansa Bochumissa, Saksassa tapahtui täysin käänteinen vaikutus. Bochumin tapahtuma oli pr-tappio, joka vahingoitti tuolloin Suomea ja sen maakuva. (Nyberg 2018 a, b.) Tehtaan sulkemisesta kehkeytyi suuri maineeseen vaikuttanut mediatapaus, jonka pariin tuoreeltaan kehoitettiin viestintäalan tutkijoita. (Yle 2008.)

Julkisuusdiplomatialla on aina edistetty ja edistetään edelleen monipuolisesti paitsi kauppa- ja kulttuurisuhteita, myös yhteisiä intressejä, kuten turvallisuutta tai tautien leviämisen estämistä. Diplomatiatyön ulottuminen esimerkiksi ihmisoikeuksien alueelle edellyttää sitä, että monikansalliset yhtiöt ja yhteiskunnalliset toimijat saadaan osallistumaan yhteistyöhön. Toiminta-alueen laajentumisen seurauksena yleisösuhteista tulee osa diplomatian käytäntöä. Valtion julkisen viestinnän tulisi tässä tapauksessa olla linjassa vallitsevan politiikan kanssa. (Brown 2015.)

### **Mahdollisuuksien rooli viestijöille**

Viestinnän ammattilaisen perustaitoihin kuuluvat taidot neuvotella, sitouttaa, rakentaa luottamusta, kuunnella sekä toimia verkostoissa sekä organisaation sisällä että sen ulkopuolella (Tench ym.

2017, Zerfass & Volk 2017, Salminen 2014). Kyky toimia eettisesti tekee viestijästä ammattilaisen (Asunta 2016). Samoja ominaisuuksia edellytetään diplomaatilta (ks. esim. Fletcher 2016, 96–97; Fréshette, 2013). Varsinkin julkisuusdiplomatia, eli julkisuuden areenalla toteutuva diplomatia yksityisen diplomatian vastakohtana (*public vs. private diplomacy*), ymmärretään usein viestinnäksi, suhdetoiminnaksi sekä suosiollisen mielikuvan, maineen ja maabrändin rakentamiseksi. Diplomatiassa suhteet ovat aivan olennaisia. Henkilökohtaisten suhteiden merkitystä ei voi kyllin korostaa, jos ratkaistavana on vaikeita ulkosuhteisiin liittyviä ongelmia (Nyberg 2018).

Viestinnän ammattilaisen rooli on monipuolistunut 2010-luvulla globalisaation ja teknologian myötä. Viestijälle on syntynyt tehtäviä, joissa on samankaltaista sisältöä kuin diplomaateilla. Jotkut tutkijat kuvaavat viestijän uutta tehtäväkenttää roolikäsittellä lähettiläs (*ambassador*), puolestapuhuja (*advocate*) tai sillanrakentaja (*bridge builder*) (Zerfass & Volk 2017; Mykkänen and Vos 2015; Salminen 2010, Asunta 2016, 230). Valtionhallinnon viestijöiden ohjeistuksessa sanotaan, että maakuva työ on luonnollinen osa ministeriöiden ja laitosten viestijöiden arkityötä (Valtionhallinnon viestintäsuositus 2016, 13). Kolmasosa globaaliin viestinnän ammattilaisutkimukseen vastanneista pitää luottamuksen rakentamista ja ylläpitämistä tärkeimpänä strategiisiin viestintätehtäviin kuuluvana tehtävänä vuoteen 2020 mennessä (EACD Monitor 2017). Näissä viestijän ammattiin liittyvissä tutkimuk-

sisä ei kuitenkaan avata rooleja diplomaatikontekstin kautta. Viestinnän ammattilaiset harjoittavat julkisuusdiplomatiaa organisaatioissaan vielä niukasti, koska sen aluetta ei ole täysin oivallettu. Saksläistutkimuksen mukaan sitä ei harjoiteta, koska sille ei ole kohdennettu tarpeeksi resursseja. Kyseessä on kuitenkin mahdollisuuksien rooli. (Löffelholz ym. 2015.)

Mitä tämä mahdollisuuksien rooli voisi käytännössä tarkoittaa? Tavallaan kaikki viestintäammattilaisen tekemä työ on diplomaattista käsitteen taitoon liittyvässä mielessä. Maineenhallinnassa on kyse hyvän, oikean ja kestävä mielikuvan rakentamisesta ja ylläpitämisestä. Suhteita voi ylläpitää, jos on kyky ja halu kuunnella ja etsiä yhteisiä intressejä. Kaikessa työssään viestinnän ammattilainen noudattaa alan eettisiä sääntöjä ja oman organisaationsa *code of conduct* -periaatteita. Eettisten kysymysten määrä on lisääntynyt viestintäjohtajien työssä. He joutuvat ottamaan kantaa entistä useammin esimerkiksi kasvaneeseen disinformaatioon ja valeuutisointiin verkossa. (Johtavien viestijöiden tutkimus 2017.) Viestijät pyrkivät aikaansaamaan myönteistä julkisuutta: He rakentavat työnantajakuva ja vaalivat organisaatiokulttuuria. He selvittelevät kriisejä ja asettelevat sanansa huolellisesti ehkäistäkseen työnantajan maineen, etujen tai suhteiden vahingoittumisen. Organisaatioilta vaaditaan yhä enemmän avoimuutta (Luoma-aho 2015), mikä koskee myös valtiollista diplomatiaa. (Heine 2013, 61–63.)

## Gloaalit haasteet osaksi brändiä

Kyse on ennen kaikkea viestinnän ammattilaisten työnkuvan hahmottamisesta uudella tavalla. Se, mitä organisaatio tekee ja tavoittelee, voidaan nähdä julkisuudiplomatian kontekstissa. Julkisuusdiplomatia voidaan nähdä nimensä mukaisesti jonkin omaa organisaatiota suuremman kokonaisuuden osana. Tästä näkökulmasta viestijällä voisi olla mahdollisuus liittää organisaation strateginen viestintä kansainvälisiin poliittisiin, kaupallisiin ja kulttuurisiin suhteisiin. Organisaatio voisi antaa viestijälle mandaatin toimia, mikäli ylikansallinen aihe, kuten ilmastonmuutos, sopii sen strategiaan ja brändiin.

Viestijälle julkisuusdiplomatian alueen rooli tulee mahdolliseksi asiantuntijuuden avulla. Substanssiosaamista voi vahvistaa koulutuksen avulla. Esimerkiksi metsäteollisuutta, ulkopoliittikkaa ja viestintää opiskelleella viestijällä olisi tänään hyvin vahva rooli myös julkisuusdiplomatian alueella. Viestijä voi toki olla yhtä hyvin vain keskustelun avaaja organisaation sisällä. Viestinnän ammattilainen voi linkittää organisaation tahtotilan yleisempään maakuvaan liittyvään agendaan. Kansainvälisen viestijöiden tutkimuksen mukaan organisaatiot ottavat vielä hyvin vähän kantaa tai rooleja globaaleissa haasteissa, kuten ekologiaan tai maahanmuuttoon liittyvissä kysymyksissä (EACD Monitor 2017, 74). Tutkimustulos on yllättävä, sillä organisaatioiden brändiagendalle on viime vuosina vahvasti noussut vastuullisuuden osoittaminen eli CSR-asiat (*corporate social responsibility*). Julkisuusdiplomaattinen työ, jos mikä, on vastuunkantamista oman

organisaation tarkoitusta suuremssa kehyyksessä.

Moni viestintäjohtaja on edennyt urallaan organisaationsa sidosryhmävuoropuhelusta vastaavaksi johtajaksi. Voisi ajatella, että taitava viestinnän ammattilainen kykenisi saamaan roolia myös julkisuusdiplomatian alueella. Pitää muistaa, että virallista julkisuusdiplomatiaa tekeillä ei useinkaan ole viestinnän ammattilaisen osaamista, vaikka juuri viestintä tai strateginen viestintä kuuluvat julkisuusdiplomatian ytimeen (Löffelholz ym. 2015). Julkisuusdiplomatiaan liittyvät tehtävät edellyttävät luonnollisesti kielitaitoa, monikulttuurista sivistystä ja ulkopoliittikan tuntemusta. Ulkoministeriö, työ- ja elinkeinoministeriö ja Business Finland fasilitoivat Suomen hyvinvointia edistävää julkisuusdiplomatiaa virallisella taholla, mutta kuten maabrändityöryhmä muutama vuosi sitten ehdotti, kyse on työstä, joka kuuluu kaikille suomalaisille (Maabrändiraportti 2010, Moilanen 2015). Tehtävä Suomelle -raportin toimenpite-ehdotukset eivät kuitenkaan valitettavasti siirtyneet käytäntöön (Moilanen 2015, 324). Raportti ei tullut ymmärrettäväksi edes viestinnän ammattilaisille, joka olisi ollut luonteva kohdejoukko asian jalkauttamiseksi heidän omissa organisaatioissaan. Viestijän rooli Suomen julkisuusdiplomatian alueella voisi kuitenkin jatkossa olla keskeisempi, etenkin jos pyritään osallistamaan organisaatioita ja kansalaisia tärkeisiin valtiollisiin julkisuusdiplomaattisiin hankkeisiin.

Suomea koskevat samat uhkat kuin muita Euroopan maita. Euroopan Unionin

epävakaana kehittyminen, tietoturvaan liittyvät kasvavat haasteet, populismin kasvu, disinformaation leviäminen, maahanmuuton seuraukset, vihapuheen leviäminen, ilmastonmuutos... Mahdollisuuksien joukosta on helppo löytää sellaisia asioita, joita yhteisöllisellä viestinnällä, vuorovai- kutuksella ja suhdetoiminnalla voidaan edistää. Ottamalla globaalin haasteen osaksi strategista viestintää organisaatio ja sen viestintäammattilaiset toimivat julkisuusdiplomatian kentällä. Aina kyse ei ole resurssien puutteesta. Viestinnän ammattilainen voi perehtyä kansainväli- siin ajankohtaisiin poliittisiin kysymyksiin ja valistaa omaa organisaatiotaan tärkeän työn edistämiseksi ilman, että siihen allo- koidaan yhtään euroa.

Viestinnän ammattilaisen diplomaatti- nen viestintä voi tarkoittaa esimerkiksi:

- Julkisuusdiplomatian avulla organisaatio voi linkittää toimintansa ja tavoitteensa koko maata ja/tai tärkeää kansainvälistä kokonaisuutta (kuten ilmastomuutosta) koskevaan suurempaan kokonaisuuteen.
- Julkisuusdiplomatian avulla organisaation toiminta ja tarkastelutapa siirtyvät kansalliselta tasolta kansainvälikseksi.
- Ulkoministeriön ohjeet ja oppaat sisältävät hyviä ideoita viestijöille, ja ne ovat vapaasti saatavilla verkossa oman organisaation kansainvälisen viestinnän tueksi.
- E-diplomatia kuuluu nykyään olennaisesti viestinnän ammattilaisen rooliin. Viestijät voivat ehkäistä sosi- aalisessa mediassa negatiivista julki-



suutta ja vihapuhetta yleisellä tasolla sekä toimia ei vain oman organisaation vaan koko Suomen asialla.

- Viestijät ovat organisaatioissaan avainhenkilöitä, jotka voivat tunnistaa disinformaatiota ja propagandaa sekä osoittaa sen vaaroja omalle organisaatiolle, toimialalle ja eurooppalaiselle demokratialle.

## LÄHTEET

Adesina Olubukola, S (2017). Foreign Policy in an era of digital diplomacy. *Journal of Cogent social sciences*. Julkaistu verkossa: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2017.1297175>

Asunta, L. (2016). The role, the goal and the soul of professional public relations: developing a holistic model of PR professionalism. *Jyväskylä studies in humanities* 276. Saatavilla verkossa: <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/48239>

Brown, R. (2015). Maakuvapolitiikan neljä paradigmaa kansainvälisissä suhteissa. 331–344. Teoksessa Kivioja, V., Kleemola, O., Clerc, L. (toim.) *Sotapropagandasta brändäämiseen. Miten Suomi-kuvaa on rakennettu*. Docendo.

Cambridge Dictionary (2017). Julkaistu verkossa: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/diplomacy>

Clerc, L. (2015). Ulkoasiainministeriö ja Suomen maakuvapolitiikan koordinointi kylmän sodan aikana. Teoksessa Kivioja, V., Kleemola, O., Clerc, L. (toim.) *Sotapropagandasta brändäämiseen. Miten Suomi-kuvaa on rakennettu*. Docendo.

Cooper, A. F., Heine, J & Thakur, R. (toim.) (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford University Press.

Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy. Taxonomies and Histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616:1.

Cull, N. J. (2009). Public diplomacy before Guillion. The evolution of a phase. Teoksessa Snow, N. & Taylor, P.M. (toim.) *Routledge handbook of public diplomacy*, 19–23. New York: Routledge.

European Communication Monitor (2017). Saatavilla verkossa: <http://www.zerfass.de/ECM-WEBSITE/media/ECM2017-Results-Chart-Version.pdf>

Fields, M. (2015) *Reinforcing Finland's Attachment to the West – British and American Propaganda and Cultural Diplomacy in Finland, 1944–1962*. Helsingin yliopisto.

Finland Promotion Board maakuvakatsaus (2015–16). Saatavilla verkossa: [http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/finland-promotion-board-maakuvatyon-lisaa-tehoa](http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/finland-promotion-board-maakuvatyon-lisaa-tehoa)

Fiske de Gouveia, P. & Plumridge, H. (2005). European Infopolitik: *Developing EU Public Diplomacy Strategy*. Saatavilla verkossa: <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/kitaplar/EUpublicdiplomacystrategy.pdf>

Fletcher, T. (2017). *The Naked Diplomat. Understanding Power and Politics in the Digital Age*. William Collins.

Fréchet, L. (2013). *Diplomacy: Old Trade, New Challenges*. Teoksessa Cooper, A. F, Heine, J. & Thakur, R. (toim.) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press.

Gilboa, E. (2008). Searching for Theory of Public Diplomacy. *Annals*, 616 (March). Julkaistu verkossa: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716207312142>

Heine, J. (2013). From Club Diplomacy to Network Diplomacy. Teoksessa Cooper, A. F, Heine, J. & Thakur, R. (toim.) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press.

Heino, T. (2015). Julkisuusdiplomatian kehitysvaiheet 2000-luvulla ja nykytilanne. Teoksessa Kivioja, V., Kleemola, O., Clerc, L. (toim.) *Sotapropagandasta brändäämiseen. Miten Suomi-kuvaa on rakennettu*. Docendo.

Identity Sweden (2018). Saatavilla verkossa: <https://identity.sweden.se/>

Ingenhoff, D. & Buhmann, A. (2017). *Public Diplomacy. Messung, Entstehung und Gestaltung von Länderimages*. Konstanz: Halem Verlag.

Johdattien viestijöiden tutkimus (2017). ProCom ry ja T-Media. Julkaistu verkossa: [http://procom.fi/wp-content/uploads/2017/04/FINAL.2017\\_Johdattien\\_viestij%C3%B6iden\\_tutkimus\\_ProCom\\_raportti.pdf](http://procom.fi/wp-content/uploads/2017/04/FINAL.2017_Johdattien_viestij%C3%B6iden_tutkimus_ProCom_raportti.pdf)

Kivioja, V., Kleemola, O., Clerc, L. (toim.) (2016). *Sotapropagandasta brändäämiseen. Miten Suomi-kuvaa on rakennettu*. Docendo.

Laine, L. (2018). Trump julkisti ”valeuritispalkinnon”. *Helsingin Sanomat* 19.1.2018.

Larsen, S. (2016). Team Finland floppasi. *Tekniikka ja talous* 21.9.2016. Julkaistu verkossa: [https://www.tekniikkatalous.fi/talous\\_uutiset/team-finland-floppasi-16-yksikolla-omat-tehtavansa-budjettinsa-ja-johtamismallinsa-6584046](https://www.tekniikkatalous.fi/talous_uutiset/team-finland-floppasi-16-yksikolla-omat-tehtavansa-budjettinsa-ja-johtamismallinsa-6584046)

List of ambassadors of of the Kingdom of England to France (2018). Julkaistu verkossa: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_ambassadors\\_of\\_the\\_Kingdom\\_of\\_England\\_to\\_France](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ambassadors_of_the_Kingdom_of_England_to_France)

Luoma-aho, V. (2015). Läpinäkyvää. Teoksessa *ProComma Academic*. ProCom.

Luostarinen, H. (2017). *Kiinan median suuri harppaus*. Into Kustannus Oy.

Löffelholz, M., Auer, C. & Srugies, A. (2015). Strategic Dimensions of Public Diplomacy 439–458. Teoksessa Holzhausen, D., Zeffass, A. (toim.) *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. Taylor & Francis.

Maabrändiraportti (2010). Tehtävä Suomelle. Miten Suomi ratkaisee maailman viheliäisimpiä ongelmia. Consider it solved. Maabrändivaltuuskunnan loppuraportti 25.11.2010. Julkaistu verkossa: <https://toolbox.finland.fi/research/maabrändiraportti/>

Maakuvaviestinnän työkirja (2018). Julkaistu verkossa: <http://docplayer.fi/31698990-Maakuvan-viestinnan-tyokirja.html>

Maijala, M. (2017). *Kultakauden maanalainen vastarinta*. Otava.

- Mansala, A. & Suomi, J. (toim.) (2003). *Suomalainen diplomaatti: muotokuvia muistista ja arkistojen kätköistä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Melgin, E. (2014) a. *Propagandaa vai julkisuusdiplomatiaa?* Taide ja kulttuuri Suomen maakuvan viestinnässä 1937–52. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Melgin, E. (2014) b. Minkä tiedon maailma Suomesta tarvitsee? Julkaistu verkossa: <http://viestijat.fi/minka-tiedon-maailma-suomesta-tila-tyo-2014-08-14>
- Melgin, E. (2015). Tiedottajan ammattikuvan synty ja maakuviaviestintä. Teoksessa Kivioja, V., Kleemola, O., Clerc, L. (toim.) *Sotapropagandasta brändäämiseen*. Miten Suomi-kuvaa on rakennettu. Docendo.
- Melissen, J. (2011) a. Concluding Reflections on Soft Power and Public Diplomacy in East Asia. Teoksessa Leea, S. J. & Melissen, J. (toim.) *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Melissen, J. (2011) b. Beyond the new public diplomacy. *Clingendael paper*, 3. Netherlands institute of international relations Clingendael. Julkaistu verkossa: [https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20111014\\_cdsp\\_paper\\_jmelissen.pdf](https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20111014_cdsp_paper_jmelissen.pdf)
- Melissen, J. (2013). Public Diplomacy. Teoksessa Cooper, A. F., Heine, J. & Thakur, R. (toim.) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford University Press.
- Moilanen, T. (2015). Tiekartta Suomen maabrändin kehittämiseen. Teoksessa Kivioja, V., Kleemola, O., Clerc, L. (toim.) *Sotapropagandasta brändäämiseen*. Miten Suomi-kuvaa on rakennettu. Docendo.
- Mykkänen, M. & Vos, M. (2015). Contribution of Public Relations to Organizational Decision Making: Insights from the Literature. *Public Relations Journal*, 9 (2). Julkaistu verkossa: <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/46525>
- Nyberg R. (2011). Esitelmä: European Integration in a Global Economic Setting – China, Russia and CESEE. 21.11.2011, Wien. Julkaistu verkossa: <http://www.anselm.fi/stability-or-reform/>
- Nyberg, R. (2018). Emeritus-lähettiläs René Nybergin suullinen tiedonanto Elina Melginille 14.2.2018. Tekijän hallussa.
- Nye, J. (2004): *Soft power*. New York: Public Affairs.
- Pagovski, Z. Z., (2015). *Public Diplomacy of Multilateral Organizations*. Cases of NATO, EU, and ASEAN. University of Southern California. Saatavilla verkossa: <https://www.yumpu.com/en/document/view/54470281/public-diplomacy-of-multilateral-organizations-the-cases-of-natoeu-and-asean>
- Pamment, J., Dolea A. & Ingenhoff, D. (2017). The European refugee crisis: organisational responses and communication strategies. *Journal of Communication Management*, 21(4), 322–325. Julkaistu verkossa: <https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2017-0095>

Pluijm, R. van der (2007). *City Diplomacy: The Expanding Role of Cities in International Politics*. The Hague: Netherlands institute of international relations Clingendael. Julkaistu verkossa: [https://www.uclg.org/sites/default/files/20070400\\_cdsp\\_paper\\_pluijm.pdf](https://www.uclg.org/sites/default/files/20070400_cdsp_paper_pluijm.pdf)

Potter, E. (2002–2003). Canada and the new public diplomacy. *International journal* 63(1), 43–64.

Rankings (2018). Country branding & city branding. Julkaistu verkossa: [http://countrybrandingwiki.org/index.php/Rankings\\_-\\_Country\\_by\\_Country](http://countrybrandingwiki.org/index.php/Rankings_-_Country_by_Country)

Reinhard, K. (2009). American Business and its Role in Public Diplomacy. Teoksessa Snow, N. & Taylor, P. (toim.) *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge.

Rothkopf, D. (2009). Do we really need ambassadors? FP News. Saatavilla verkossa: <http://foreignpolicy.com/2009/05/28/do-we-really-need-ambassadors/>

Saavalainen, H. (2018). Kiina käyttää pörröistä valtaa. *Helsingin Sanomat* 20.1.2018.

Salminen H. (2017). *Viestinnän osajasta strategiseksi vuorovaikutusjohtajaksi – Viestinnän johtajuus 2010 –luvulta eteenpäin*. Sosiaalitie-  
teiden laitoksen julkaisu 2014: 19. Helsingin yliopisto.

Smeds K. (1996). *Helsingfors-Paris. Finland på världsutställningarna 1851–1900*. Svenska litteratursällskapet i Finland. Helsinki.

Snow N. (2009). Rethinking public diplomacy:

3–11. Teoksessa Snow, N. & Taylor, P. (toim.) *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge.

Signitzer, B. & Coombs T. (1992). Public relations and public diplomacy: Conceptual divergence. *Public Review* 18(2), 137–47.

Sirén T. (2014). Strateginen kommunikaatio vahvistaa turvallisuutta. *Helsingin Sanomat* 24.11.2014. Saatavilla verkossa: <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000002780031.html>

Suomi, J. (2003). Katsaus Suomen ulkoasiainhallinnon alkuvaiheisiin. Teoksessa Mansala & Suomi (toim.) *Suomalainen diplomaatti. Muotokuvia muistista ja arkistojen kätköistä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Szondi, G. (2008). Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. *Discussion papers*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael. Julkaistu verkossa: [https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20081022\\_pap\\_in\\_dip\\_nation\\_branding.pdf](https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20081022_pap_in_dip_nation_branding.pdf)

Taylor, P. (2009). Public Diplomacy and Strategic Communication. Teoksessa Snow, N. & Taylor, P. (toim.) *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge.

Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A. & Verhoeven, P. (2017). *Communication Excellence*. How to develop, Manage and lead exceptional communications. Palgrave Macmillan.

Theman, P. (2017). Elina Melginin tekemä Petra Themanin haastattelu 29.3.2017. Tekijän hallussa.

Uusi teknologia (2017). Uutinen 28.3.2017. Julkaistu verkossa: <https://www.uusiteknologia.fi/2017/03/28/tekes-yhteen-finpron-kanssa-nimeksi-business-finland/>

Valtionhallinnon viestintäsuositus (2016). Avoimesti, rohkeasti ja yhdessä – Valtionhallinnon viestintäsuositus. *Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja* 14/2016. Julkaistu verkossa: <http://vnk.fi/documents/10616/3541383/Valtionhallinnon-viestintasuositus-2016.pdf/5b1ec30b-107c-419f-8366-bfd9b9f923f8>

Van Dyke, M. A. & Verčič, D. (2009). Public Relations, Public Diplomacy, and Strategic Communication. Teoksessa Sriramesh, K. & Verčič, D. (toim.) *The Global Public Relations Handbook*. Abingdon: Routledge. Julkaistu verkossa: <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780203889374.ch39>

We Communication study (2016). Julkaistu verkossa: <https://www.holmesreport.com/research/article/earned-media-remains-most-influential-for-brands-says-news-study>

Volk, S. C., Berger, K., Zerfass, A., Bisswanger, L., Fetzer, M. & Köhler, K. (2017). *How to play the game. Strategic tools for managing corporate communications and creating value for your organization*. Communication Insights, Issue 3. Leipzig, Germany: Academic Society for Management & Communication. Julkaistu verkossa: [www.academic-society.net](http://www.academic-society.net)

Vuori, T. (2018). Business Finland ei ole yksin ratkaisu kansainvälistymiseen. *Kauppalehti* 6.2.2018. Julkaistu verkossa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/mielipide-business->

[finland-ei-ole-yksin-ratkaisu-kansainvalistymiseen/j4RrkyTC](https://www.kauppalehti.fi/uutiset/mielipide-business-finland-ei-ole-yksin-ratkaisu-kansainvalistymiseen/j4RrkyTC)

Yle Uutiset (2008). Bochum sai Nokian alakyn-teen, 14.2.2008. Julkaistu verkossa: <https://yle.fi/uutiset/3-5823239>

Yle Uutiset (2012). Ilkka Kilpeläinen, STT: Suomi sulkee uusia lähetystöjä 23.7.2012. Julkaistu verkossa: <https://yle.fi/uutiset/3-6226467>

Yle Uutiset (2013). Muutokset Suomen lähetystöverkossa jatkuvat. 11.1.2013. Julkaistu verkossa: <https://yle.fi/uutiset/3-6446679>

Yle Uutiset (2018) a. Trumpin läheinen neuvonantaja eroaa Venäjä-kohon takia. 14.2.2018. Julkaistu verkossa: <https://yle.fi/uutiset/3-9458491>

Yle Uutiset (2018) b. Joukkopako ravistelee Yhdysvaltain ministeriötä 13.2.2018. Julkaistu verkossa: <https://yle.fi/uutiset/3-10067521>

Yun, S-H. (2012). Relational Public Diplomacy. The Perspective of Sociological Globalism. *International Journal of Communication* 6 (212), 2199–2219. Julkaistu verkossa: <http://ijoc.org>

Zerfass, A. & Volk S. C. (2017). The boundary spanner. Which tasks are performed by communication executives? A new management tool reflects the many facets of the role, 78–83. *Communication Director* 4/2017.



kuva: Leena Häkkinen



kuva: Jari Lahti



kuva: Mikko Hynninen

## KETKÄ?

### Emma Nortio, Inga Jasinskaja-Lahti ja Sirkku Varjonen

- *Sosiaalipsykologi, VTM Emma Nortio viimeistelee monikulttuurisuutta käsittelevää väitöskirjaansa Helsingin yliopiston sosiaalitieteiden laitokselle. Väitöskirjatutkimuksessaan, joka on osa Inga Jasinskaja-Lahden johtamaa SOPU-projektia, Nortio tarkastelee enemmistö- ja vähemmistösuomalaisten puhetta identiteetistä, osallisuudesta ja yhteiskunnasta sekä kasvokkain että verkossa. Nortio on mukana myös näyttelijöitä, tutkijoita ja kaupunkiaktivisteja yhteen kokoavassa Puhekupla-projektissa.*

---

*Inga Jasinskaja-Lahti toimii professorina sosiaalipsykologian tieteenalalla Helsingin yliopistossa. Hän on tutkinut ryhmien välisiä suhteita ja maahanmuuttajien integraatiota vuodesta 2000, jolloin hän väitteli venäjänkielisten maahanmuuttajanuorten akkulturaatiosta ja sopeutumisesta Suomessa. Tällä hetkellä Jasinskaja-Lahti johtaa Koneen Säätiön rahoittamaa SOPU-hanketta, jonka keskiössä ovat maahanmuuttajien*

*ja valtaväestön keinot ja tavat rakentaa myönteisiä vuorovaikutussuhteita. Julkaisutoiminnan lisäksi Jasinskaja-Lahti osallistuu myös International Journal of Intercultural Relations -tieteellisen lehden toimitustyöhön.*

---

*Valtiotieteen tohtori, sosiaalipsykologi Sirkku Varjonen tutki väitöskirjassaan identiteetin rakentumista maahanmuuttajien elämäntarinoissa. Lisäksi hän on tutkinut inkerinsuomalaisten paluumuuttajien identiteettiä ennen ja jälkeen Suomeen muuton sekä maahanmuuttajien ja suomalaisten tapoja puhua monikulttuurisuudesta. Tällä hetkellä Varjonen työskentelee sosiaalipsykologian yliopistonlehtorina Helsingin yliopistossa. Hän toimii myös tutkijana Puhekupla-projektissa, jossa yhteiskuntatieteilijät, esiintyvät taiteilijat ja kaupunkiaktivistit käsittelevät maahanmuuttokysymyksiä erilaisten yleisöjen kanssa, osallistavan teatterin keinoin.*

---

## VIESTINTÄ MONIKULTTUURI- SESSA YHTEISKUNNASSA

**T**arkastelemme tässä artikkelissa viestinnän roolia tasa-arvoisen monikulttuurisen yhteiskunnan rakentamisessa. Lähestymme aihetta sosiaalipsykologisen ryhmien välisiä suhteita koskevan tutkimusperinteen näkökulmasta, jonka keskiössä eivät ole niinkään diplomaatikäsitteet vaan vastavuoroisuuden ja identiteettineuvottelujen käsitteet. Nämä käsitteet viittaavat laajasti kaikkeen sellaiseen sosiaaliseen viestintään ja vuorovaikutukseen, jossa suoraan tai epäsuoraan määritellään, luokitellaan ja asemoidaan ihmisiä ja ihmisryhmiä tai otetaan kantaa itseä ja omaa ryhmää koskeviin toisten tekemiin määrittelypyrkimyksiin. Artikkelin lopussa teemme joitain konkreettisia ehdotuksia viestinnän ammattilaisille.

### Johdanto

Lisääntynyt maahanmuutto ja yhteiskunnallinen moninaisuus ovat ajankohtaisia tutkimusaiheita ja kiivaan keskustelun kohteita yhteiskunnassamme. Keskustelun ytimessä ovat arvot ja identiteetit, joiden kautta sosiaalisia ryhmiä rakennetaan ja asemoidaan suhteessa toisiinsa. Maahanmuutto- ja monikulttuurisuuskeskustelua rytmittävät väitteet mielipiteiden polarisaatiosta, spekulointi hiljaisen enemmistön mielipiteillä, pyrkimykset sanavapauden uudelleenmäärittelyyn sekä vähemmistöjä vastaan suunnattu vihapuhe.

Samalla kun luottamus perinteistä mediaa, politiikkaa ja tutkimusta kohtaan on vähentynyt, asiantuntijalausuntoihin perehtymisen sijaan tieteellistä tietoa prosessoidaan ja tulkitaan yhä enemmän myös poliittisten preferenssien ja arkitiedon perusteella (Anglin & Jussimb 2017). Tutkijoille ja viestinnän ammattilaisille tämä merkitsee haasteita ja uudenlaista vastuuta.

Yhteiskunnallisen moninaisuuden lisääntymiseen liittyy runsaasti neuvottelua identiteeteistä, ryhmärajoista, integraation ehdoista, statuseroista sekä yhdenvertaisesta kohtelusta. Nämä neuvottelut ovat jatkuvasti käynnissä olevia prosesseja, ja niitä käydään samanaikaisesti monissa eri konteksteissa. Esimerkkejä suomalaisuutta ja monikulttuurisuutta koskevista neuvotteluista ovat mm. internetin keskustelupalstoilla käytävät maahanmuuttoa koskevat väittelyt, joissa ”suomalaiset vanhukset” ja ”haittamaahanmuuttajat” asetetaan vastakkain, suomalaisuuden käsitettä eri tavoin hyödyntävät mainokset sekä tuttavien kesken käydyt keskustelut, joissa puhutaan siitä, mitä ulkomailla ajatellaan ”meistä”.

Ryhmien välisten suhteiden näkökulma on viestinnän ammattilaisille tärkeä siksi, että käytännössä kaikki viestintä kytkeytyy osaksi sosiaalisista ryhmistä ja identiteeteistä käytävää neuvottelua. Se, miten elettyä todellisuutta sanoitetaan, käsitteellistetään ja analysoidaan, asemoi ihmisiä ja ihmisryhmiä erilaisiin keskinäisiin suhteisiin silloinkin, kun viestinnän pääasiallinen sisältö koskee muita asioita. Ymmärrys vuorovaikutuksesta ryhmäsuh-

teiden ja identiteettien rakennustyömaana tai taistelulenttänä helpottaa reagoimista myös silloin, kun viestintä johtaa ennakoimattomiin seurauksiin ja syntyy esimerkiksi somekohu.

### **Ryhmäidentiteetit ja yhteiskunnallinen moninaisuus**

Sosiaalisten ryhmäjäsennyksien merkitys korostuu erityisesti vuorovaikutuksessa muiden ryhmien kanssa. Sosiaaliset ryhmät voivat perustua useisiin sosiaalisiin kategorioihin, kuten ikään, sukupuoleen tai etniseen taustaan. Yhä merkityksellisimmiksi ovat tulleet myös ns. mielipideryhmäjäsenyydet (*opinion-based group memberships*), jotka perustuvat jäsenyyksiin yhteisiä mielipiteitä tai arvoja jakavissa yhteisöissä (Bliuc ym. 2007). Sosiaaliset ryhmät määrittävät omat rajansa nojaten käsityksiin jaetuista moraalisisista arvoista, oikeudenmukaisuudesta ja säännöistä. Näitä käsityksiä voidaan kutsua ryhmän moraaliseksi inklusiivisuudeksi tai universonumiksi (Schwartz 2007), joka määrittelee sitä, keitä kaikkia kohtaan olemme lojalleja ja keistä kaikista koemme olevamme vastuussa.

### **Sisäryhmäidentiteetin määrittely: Keitä me olemme?**

Ryhmät ylläpitävät ja rakentavat jatkuvasti identiteettejään sisäisen ja ulkoisen vuoropuhelun kautta. Tämä tarkoittaa usein sen määrittelyä, ”keitä me olemme”. Erika Finell (2017) on tutkinut kansallisten symboleiden merkitystä suomalaisuuden määrittelyssä sekä näiden merkitysten muuttumista lukiolaisten keskuudessa

2000-luvulla. Tutkimuksessa pyydettiin nuoria valitsemaan noin 50 kuvan joukosta ne, jotka kuvaavat Suomea parhaiten. Vuodesta toiseen nuoret nostivat Suomen lipun lisäksi tärkeiksi Suomi-symboleiksi Suomen kartan, luonnon, saunan, Suomen vaakunan, Suomi-neidon ja jääkiekon. Tutkijan mukaan aatteellisuuden sijaan nykynuoret näkevät Suomen lipun pikeminkin kodin ja turvallisuuden symbolina.

Identiteetin määrittelyssä kulttuurinen jatkuvuus on keskeisessä roolissa (Smeeke & Verkuyten 2014), koska se luo tunteen identiteetin ja elämän jatkuvuudesta osana yhteisöä sekä vahvistaa ryhmän sisäistä luottamusta. Eemeli Hakokönkään (2017) tuore väitöskirja kuvaa suomalaisuuden kollektiivista muistia. Sillä hän viittaa toimintaan, jossa menneisyyttä koskevia sosiaalisesti jaettuja käsityksiä käytetään luomaan ja ylläpitämään yhteenkuuluvuuden tunnetta ja ryhmäidentiteettiä. Hänen mukaansa kollektiivinen muistaminen palvelee sekä nykyhetkeä että tulevaisuuden tarpeita. Kulttuurista jatkuvuutta ylläpidetään aktiivisesti. Suomi 100 -juhlavuoden uusi versio Tuntematont sotalas-elokuvasta on hyvä esimerkki uudelle sukupolvelle tarjotusta suomalaisen identiteetin rakennuspalikasta.

Anouk Smeekezin ja kollegoiden (2015) mukaan myös kollektiivinen nostalgia on yksi kulttuurisen jatkuvuuden tarpeen ilmentymistä. Sosiaalisten ja kulttuuristen muutosten aikoina koemme usein ”vanhat kunnan ajat” nykyhetkeä parempina, vilpittömmimpinä ja selkeämpinä. Tämä tunne tiivistää moraalista universoniamme ja pitää kulttuurista jatkuvuutta uhkaavia



tekijöitä sen ulkopuolella. Siksi tapa, jolla oma ryhmä määritellään, on merkityksellinen ryhmien välisten suhteiden kannalta. Eerika Finellin vuonna 2012 valmistuneen väitöskirjan mukaan kansalliset symbolit ovat yhteydessä maahanmuuttajiin kohdistuviin asenteisiin. Tutkimuksen osallistujat ilmaisivat sitä enemmän negatiivisia asenteita maahanmuuttajia kohtaan, mitä tärkeämpinä he pitivät sellaisia Suomi-symboleita, joiden yhteydessä on mahdollista rakentaa voimakasta vastakkainasettelua eri ryhmien välille. Tutkimuksessa tällaisia symboleja olivat esimerkiksi maiden väliin otelluihin liittyvä urheilusymboliikka ja talvisota.

Vastaus kysymykseen ”Keitä me olemme?” pitää sisällään myös sen määrittelyn, ketkä jäävät moraalisen sisäryhmän ulkopuolelle. Käynnissä olevassa kansainvälisessä tutkimuksessa (Leong ym., käsikirjoitus) on kysytty myös suomalaisen enemmistöön kuuluvilta Helsingin yliopiston opiskelijoilta, mitkä ominaisuudet tai teot ovat tärkeitä, jotta maahanmuuttaja voidaan hyväksyä Suomessa yhteiskunnan tasavertaisena jäsenenä. Näin määriteltynä keskeisiksi ”suomalaistumisen” tunnusmerkeiksi nousivat tutkimuksen osallistujien vastauksissa suomen kieli, myönteinen asennoituminen Suomeen ja suomalaisiin, hyvät suhteet naapureihin ja työtovereihin sekä suomalaisen median seuraaminen. Huomattavasti vähäisempään rooliin jäivät perinteisessä ”kriittisessä” maahanmuuttokeskustelussa vahvasti korostetut vaatimukset valtakulttuurin kanssa ristiriidassa olevien tapojen hylkäämisestä ja suomalaisen kulttuurin

omaksumisesta. Tulosten perusteella suomalaisuuden keskeisenä sisältönä on niin sanottu siviilikansalaisuus (*civic citizenship*), johon kuuluu aktiivinen sosiaalinen osallistuminen yhteiskuntaan, myönteiset ryhmäasenteet sekä yleinen halukkuus olla vuorovaikutuksessa ja tulla toimeen kanssaihmisten kanssa. Sen sijaan etnisyyteen ja kulttuurisiin kuuluvuuksiin perustuva kansalaisuuden määrittely (*ethnic citizenship*) näyttää saavan vähemmän vastakaikua enemmistöön kuuluvilla korkeasti koulutetuilla nuorilla ihmisillä Suomessa.

### Ryhmäsuhteiden neuvottelu puheessa

Diskursiivista lähestymistapaa hyödyntävässä tutkimuksessamme (Varjonen ym. 2017) tunnistettiin maahanmuuttajien integraatiota käsitelleistä ryhmäkeskusteluaineistoista kaksi erilaista tapaa rakentaa yhteiskunnallista jäsenyyttä tai kulttuurista kansalaisuutta (*cultural citizenship*) ja neuvotella siitä. Ensimmäinen painotti maahanmuuttajien (yksipuolista) velvollisuutta mukautua valtakulttuuriin ja esitti sen ihanteellisena integraation muotona. Toisessa puhettavassa puolestaan mukautumisen normia haastettiin aktiivisesti ja painotettiin vähemmistöjen oikeuksia. Aineistossamme suomalaisen enemmistöön kuuluvat ihmiset käyttivät molempia puhetapoja, kun taas maahanmuuttajien keskusteluissa jompikumpi puhetavoista painottui. Venäjän- ja vironkieliset maahanmuuttajat suosivat mukautumista painottavaa puhetapaa ja somalinkieliset maahanmuuttajat suosivat mukautumisvaatimusta kyseenalaistavaa puhetapaa.

Vaikka molemmat puhetaivat voivat toimia maahanmuuttajien kulttuurisen kansalaisuuden rakentamisen välineenä, on yksipuolisen mukautumisen velvoitetta korostava puhetapa hyvin ongelmallinen kansalaisten tasavertaisuuden näkökulmasta.

Ryhmiä välisiä suhteita ei rakenneta poliittisissa tai ideologisissa tyhjiöissä. Se, vallitseeko jossain yhteiskunnassa aktiivista kansalaisuutta vai valtakulttuuriin mukautumista painottava integraatio-odotus, heijastaa usein moninaisuuden hallintaan valjastettua ideologiaa. Suomen kotoutumispolitiikka on rakentunut vahvasti monikulttuurisuusideologian varaan (Saukko-nen 2013), joka korostaa ryhmien välistä dialogia ja vähemmistöryhmien oikeuksia vähemmistökulttuuriensa ylläpitämiseen ja kehittämiseen osana integraatioprosessia. Tutkimme hiljattain enemmistöön ja eri maahanmuuttajavähemmistöihin kuuluvien suomalaisten tapoja ottaa kantaa väestön moninaisuuteen ja monikulttuurisuutta koskeviin käytäntöihin. Tulostemme (Nortio ym. 2016) mukaan niin enemmistö- kuin vähemmistöryhmä-jäsenet kommentoivat monikulttuurisuutta vaihtelevasti, eikä mitään selvää jakoa enemmistön ja vähemmistöjen välillä ollut havaittavissa. Hieman yllättäen monet maahanmuuttajataustaiset osallistajat kritisoivat monikulttuurisuuspolitiikkaa ja sen tuottamia arjen käytäntöjä syrjivinä ja leimaavina maahanmuuttajia kohtaan. Näin monikulttuurisuusideologiaan pohjaava politiikka näyttäytyi paradoksaalisesti paikoin tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden esteenä, ei niinkään näiden mahdollista-

jana. Tulosten valossa monikulttuurisuus arjen ideologiana näyttäytyy tavallisten ihmisten puheessa varsin erilaisena kuin akateemisessa ja poliittisessa puheessa. Diskursiiviseen tutkimusotteeseen nojauvasta tutkimuksestamme ei voida tehdä johtopäätöksiä monikulttuurisuuspolitiikan onnistumisesta tai epäonnistumisesta. Sen sijaan tutkimuksemme perusteella voidaan kyseenalaistaa usein toistuva oletus siitä, että maahanmuuttajien ja valtaväestön esittämät näkemykset monikulttuurisuudesta olisivat keskenään hyvin erilaisia.

### **Neuvottelu yhteisestä identiteetistä**

Tutkijat ovat huomattavan yksimielisiä siitä, että yhteisesti saatavilla oleva ja jaettu kansallinen identiteetti on avainasemassa tasa-arvoisen yhteiskunnan luomisessa. Edellä mainitussa tutkimuksessamme (Nortio ym. 2016) monikulttuurisuutta koskevilla puhetaivoilla ei kuitenkaan näkynyt viitteitä inklusiivisesta, moninaisuuden mahdollistavasta suomalaisesta identiteetistä. Jos julkisessa keskustelussa suomalaisuus identiteettinä on varattu vain valkoisille, ei-muslimeille, suomea äidinkielenään puhuville ihmisille, joilla on suomalaiset sukujuuret, se jättää ulkopuolelle suuren joukon Suomessa asuvia ihmisiä.

Kansallisella enemmistöllä on valta-ase-ma koko kansallisen yhteisön identiteetin määrittelyssä eli siinä, keitä me olemme ja ketkä kuuluvat meidän ryhmäämme. Jos enemmistön määritelmää ei haasteta, saattaa syntyä käsitys määritelmän legitimeetistä eli siitä, että se on oikeutettu,

hyväksytyt ja asianmukainen (Tyler 2006), vaikka kaikilla yhteisön jäsenillä ei olisi tasavertaisia mahdollisuuksia osallistua identiteetin määrittelyyn. Identiteetin rakentamisprojekteissa on siis kyse psykologisesta, sosiaalisesta ja poliittisesta toiminnasta, jonka keskiössä on vuoropuhelu eri osapuolten välillä ja yhteiskunnallisen moniäänisyyden kuuleminen. Tässä projektissa tutkijoilla ja viestinnän ammattilaisilla on erityinen vastuu kontekstualisoida ja kyseenalaistaa vakiintuneita ryhmärepresentaatioita sekä tuoda esille myös vähiten kuultavia ääniä ja uusia identiteettejä.

Koko Hubaran Ruskeat Tytöt -sivusto ja saman niminen kirja (2017) ovat rohkaisevia esimerkkejä vallitsevan kansallisen identiteetin kriittisestä tarkastelusta ja avaamisesta. Myös maahanmuuttajayhteisöt ovat pyrkinet tarjoamaan omia tulkintojaan suomalaisuudesta ja omia versioitaan yhteiseksi identiteetiksi. Monille vähemmistöille on ollut tärkeää tulla tunnustetuiksi nimenomaan suomalaiseen kulttuuriin ja yhteiskuntaan kuuluviksi ryhmiksi, kuten esimerkiksi suomenso-maleiksi tai suomenvenäläisiksi. Outi Lepola ehdotti väitöskirjassaan (2000) käsitettä suomenmaalainen viittaamaan kaikkiin Suomessa asuviin Suomen kansalaisiin etnisyyteen ja kulttuuritaustaan katsomatta. Vaikka käsite ei ole vakiintunut osaksi suomalaista keskustelua, se osoittaa paikan kategorioiden ”suomalainen” ja ”ulkomaalainen” välissä ja tarjoaa havainnollisen esimerkin kielen merkityksestä identiteettien ja ryhmärajojen rakentamisessa.

### **Yhdenvertaisuus ja solidaarisuus yhteisen kansallisen identiteetin ytimessä**

Yhteinen identiteetti vaurioituu herkästi, mikäli toinen osapuoli rikkoo sen taustalla olevan ns. psykologisen sopimuksen (Robinson & Rousseau 1994), joka perustuu kaikkien osapuolten sitoutumiseen yhteisiin päämääriin, kunnioitukseen ja oikeudenmukaiseen kohteluun. Etninen syrjintä voidaan nähdä eräänlaisena psykologisen sopimuksen rikkomisena (*psychological contract violation*), jossa yhdenvertaisuus ei toteudu sovituista säännöistä huolimatta. Omissa tutkimuksissamme tarkastelimme venäjänkielisten maahanmuuttajien reaktioita heidän kokemaansa syrjintään Suomessa (Jasinskaja-Lahti ym. 2009). Havaitsimme, että syrjintää kokeneet maahanmuuttajat samaistuiivat heikommin suomalaiseen yhteiskuntaan, mikä puolestaan muutti heidän asenteitaan suomalaisia kohtaan kielteisimmiksi.

Viimeaikainen poliittinen keskustelu kaksoiskansalaisten mahdollisista lojaliteettidilemmoista on samaten nostattanut huolta ja pettymystä erityisesti venäjänkielisten maahanmuuttajien ja ulkosuomalaisten keskuudessa, joista monet ovat kokeneet, että heidän suomalaisuutensa tulee kyseenalaistetuksi. Vireillä olevassa tutkimuksessamme selvitämme parhailaan suomalaisen enemmistön suhtautumista venäläisten maahanmuuttajien kaksoiskansalaisuuteen. Alustavien tulosten mukaan kaksoiskansalaiset nähdään olevan lojaaleja Suomen lisäksi myös Venäjää kohtaan, mikä vähentää luottamusta sekä halua edistää heidän asemaansa Suomes-

sa. Ulkosuomalaisia tutkineen Johanna Peltolan (2017) mukaan monelle kaksoiskansalaiselle identiteetti on kuitenkin tärkeämpi kuin lojaliteetti. Peltola korostaa myös, että kasvaneen liikkuvuuden myötä kansalaisuuden merkitys on muuttunut, jolloin on vanhanaikaista rinnastaa sitä poliittiseen lojaliteettiin.

Jos vähemmistöryhmän jäsenet näkevät vallitsevat ryhmäsuhteet epäoikeudenmukaisina ja vähemmistöryhmän identiteetin tärkeänä, saattavat he ryhtyä kollektiivisesti muuttamaan ryhmäsuhteita (van Zomeren ym. 2008). Vähemmistöryhmän on lisäksi koettava, että sillä on resursseja ja mahdollisuus muuttaa omaa tilannettaan paremmaksi. Enemmistöryhmän jäsenet voivat tukea vähemmistöryhmää tämän aseman parantamisessa (Mallett ym. 2008). Tällaista ryhmäraajat ylittävää solidaarisuutta ilmenee erityisesti, jos enemmistö näkee oman ryhmän aseman etuoikeutettuna ja kokee myötätuntoa ja moraalisen velvollisuuden tunnetta toista ryhmää kohtaan. Esimerkkeinä tällaisesta kollektiivisesta toiminnasta voidaan mainita sosiaalisen median kautta organisoitu laajamittainen tuki turvapaikanhakijoille ja viimeaikaiset protestit kielteisen turvapaikkapäätöksen saaneiden pakkopalautusten yhteydessä.

### Lopuksi

Olemme tässä artikkelissa tarkastelleet ryhmäsuhteita koskevia neuvotteluja sosiaalipsykologisten tutkimusten valossa. Neuvottelujen ytimessä ovat identiteettien rakentaminen, haastaminen, puolustaminen ja uudelleen määrittelyt.

Suomalaisuus tarkoittaa monille yhä valkoihoisuutta. Kun ketsuppalvaimistaja vuonna 2016 tietoisesti haastoi tätä käsitystä valitsemalla mainokseensa tummaihoisen naisen ja toteamalla sloganissaan tuntevansa ”Josephinen ja miljoonien muiden suomalaisten maun”, se sai aikaan kohun ja boikottipuheita (Heino 2016). Pelkästään tämän yhden esimerkin valossa näemme, että suomalaisuudesta ja sen rajoista käydään yhä kiihkeitäkin neuvotteluja. Osa enemmistöstä pitää kiinni oletetusta oikeudestaan hyväksyä tai olla hyväksymättä sisäryhmäänsä tietynlaisia yhteiskunnan jäseniä sekä määritellä hyväksyntänsä ehtoja. Samalla pelot ja ennakkoluulot nousevat puheenaiheiksi, ja parhaassa tapauksessa niitä päästään kollektiivisesti työstämään.

Viestinnällä voi olla hyvin suoraviivainen vaikutus ihmisten uskomuksiin, asenteisiin ja käyttäytymiseen. Mediassa ja julkisessa tilassa tarjolla olevat epäsuoratkin kuvaukset ihmisistä ja ryhmistä hivuttautuvat osaksi arjen keskusteluja ja järkeilyä. Tapoja ottaa kantaa ja käsitellä moninaisuutta on useita. Tutkimuksessa nousee erityisesti kaksi toisistaan hyvin poikkeavaa tapaa nähdä, käsitellä, asemoitua osaksi moninaistuvaa ympäristöä: monikulttuurisuus- ja värisokeusideologiat (tai -uskomukset, *beliefs*). Siinä missä monikulttuurisuusideologian keskiössä on ryhmärajojen tunnustaminen ja kulttuuri-erojen hyödyntäminen ja vaaliminen, on värisokeusideologian tavoitteena häivyttää ryhmäraajat ja korostaa yksilöllisyyden näkökulmaa. Molemmissa tavoissa nähdä ja hallita moninaisuutta on sekä myönteisiä

että kielteisiä puolia ja seurauksia, joskin suurempi tutkimusnäyttö puhuu monikulttuurisuususkomusten myönteisten vaikutusten puolesta (ks. esim. Plaut ym. 2009). Aina ja kaikkialla toimivaa konseptia ei siis ole tarjolla: joissain tilanteissa maahanmuuttajille on tärkeä tulla nähdyiksi ja kuulluiksi nimenomaan vähemmistöryhmän jäsenenä, kun taas toisissa tilanteissa turha kulttuurierojen korostaminen voidaan nähdä tapana sulkea pois yhteisöstä. Kuitenkin myös värisokeus voi viestittää ennakkoluuloisuudesta tai vaikeudesta suhtautua erilaisuuteen ja näin toimia sosiaalisesti etäännyttävänä ja syrjivänä suhtautumistapana (Plaut ym. 2009).

Tavat nähdä ja esittää vähemmistöryhmiä ovat suorassa yhteydessä siihen, miten viestintä voi sekä edistää että estää tasa-arvoa yksilöiden ja ryhmien välillä.

- Kannustamme viestinnän ammattilaisia kiinnittämään huomiota ryhmiä ja ryhmäsuhteita koskeviin käsitteisiin, kuten monikulttuurisuuteen ja suomalaisuuteen, sekä niihin liitettyihin moninlaisiin merkityksiin.
- Kannustamme myös pohtimaan huolellisesti sitä, miten eri ryhmät viestinnässä esitetään ja minkälaisia oletuksia niistä tehdään: Minkälaisia identiteettejä viestinnässä pönkitetään tai haastetaan? Minkälaiset identiteetit jäävät kokonaan piiloon? Entä vahvistaako viestintä olemassa olevia ryhmärajoja ja hierarkioita vai purkaako se niitä?

## LÄHTEET

Anglin, S. M. & Jussimb, L. (2017). Science and Politics: Do People Support the Conduct and Dissemination of Politicized Research? *Journal of Social and Political Psychology*, 5(1), 142–172.

Bliuc, A. M., McGarty, C., Reynolds, K. & Muntele, D. (2007). Opinion-based group membership as a predictor of commitment to political action. *European Journal of Social Psychology*, 37(1), 19–32.

Elchereth, G., Doise, W. & Reicher, S. (2011). On the knowledge of politics and the politics of knowledge: How a social representations approach helps us rethink the subject of political psychology. *Political Psychology*, 32(5), 729–758.

Finell, E. (2012). *National symbols, their meanings, and how they relate to national identification, outgroup attitudes and national sentiments: Rhetorical, correlational and experimental studies*. Publications of the Department of Social Research 12/2012, Helsingin yliopisto.

Finell, E. (2017). Saatavilla verkossa: <https://www.uta.fi/ajankohtaista/uutinen/suomen-lippu-nuorille-kodin-ja-juhlapaivien-symboli>

Hakoköngäs, E. (2017). *Visual Collective Memory: A Social Representations Approach*. Publications of the Department of Social Research.

Heino, J. (2016). Rasismikohun keskelle joutunut Felix-mainoksen Josephine liikutui: Olen suomalainen, MTV3 24.3.2016. Saatavilla verkossa: <https://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/rasismikohun-keskelle-joutunut-felix-mainoksen-josephine-liikutui-olen>

suomalainen/5807552#gs.RmO5bag

Horenczyk, G., Jasinskaja-Lahti, I., Sam, D. L. & Vedder, P. (2015). Mutuality in acculturation. *Zeitschrift für Psychologie*.

Hubara, K. (2017). *Ruskeat Tytöt*. Helsinki: Like.

Jasinskaja-Lahti, I., Liebkind, K. & Solheim, E. (2009). To identify or not to identify? National disidentification as an alternative reaction to perceived ethnic discrimination. *Applied Psychology*, 58(1), 105–128.

Leong, C.-H., Hanke, K., Teng, E., Komisarof, A., Dandy, J., Jasinskaja-Lahti, I. & Safdar, S. (käsi- kirjoitus). “What does it take to become one of us?” A six-nation study on the universal markers for social inclusion and acculturation. *International Journal of Intercultural Research*.

Lepola, O. (2000). *Ulkomaalaisesta suomen- maalaiseksi. Monikulttuurisuus, kansalaisuus ja suomalaisuus 1990-luvun maahanmuuttopoliitissa keskustelussa*. Helsinki: SKS.

Mallett, R. K., Huntsinger, J. R., Sinclair, S. & Swim, J. K. (2008). Seeing through their eyes: When majority group members take collective action on behalf of an outgroup. *Group Processes & Intergroup Relations*, 11(4), 451–470.

Nortio, E., Varjonen, S., Mähönen, T. A. & Jasinskaja-Lahti, I. (2016). Interpretative

Repertoires of Multiculturalism. Challenging the Majority – Minority Juxtaposition in Supporting Multiculturalism. *Journal of Social and Political Psychology*, 2, 623–645.

Paluck, E. L. (2009). Reducing intergroup prejudice and conflict using the media: a field experiment in Rwanda. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(3), 574.

Peltola, J. (2017). Saatavilla verkossa: <https://www.uta.fi/ajankohtaista/luutinen/kaksoiskansalaiselle-identiteetti-tarkeampi-kuin-lojaliteetti>

Plaut, V. C., Thomas, K. M. & Goren, M. J. (2009). Is multiculturalism or color blindness better for minorities? *Psychological Science*, 20(4), 444–446.

Prilleltensky, I. (2001). Value-based praxis in community psychology: Moving toward social justice and social action. *American Journal of Community Psychology*, 29(5), 747–778.

Robinson, S. L. & Rousseau, D. M. (1994). Violating the psychological contract: Not the exception but the norm. *Journal of Organizational Behavior*, 15(3), 245–259.

Saukkonen, P. (2013) *Erilaisuuksien Suomi. Vähemmistö- ja kotouttamispolitiikan vaihtoehdot*. Helsinki: Gaudeamus.

Smeekes, A. & Verkuyten, M. (2014). Perceived group continuity, collective self-continuity, and in-group identification. *Self and Identity*, 13(6), 663–680.

Smeekes, A., Verkuyten, M. & Martinovic, B. (2015). Longing for the country’s good old days: National nostalgia, autochthony beliefs, and opposition to Muslim expressive rights. *British Journal of Social Psychology*, 54(3), 561–580.

Tyler, T. R. (2006). Psychological perspectives on legitimacy and legitimation. *Annual Review of Psychology*, 57, 375–400.

Varjonen, S., Nortio, E., Mähönen, T. A. & Jasinskaja-Lahti, I. (2017). Negotiations of Immigrants' Cultural Citizenship in Discussions Among Majority Members and Immigrants in Finland. *Qualitative Psychology*. Advance online publication.

Zomeran, M. van, Postmes, T. & Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: a quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134(4), 504.



KUKA?

## Matias Lievonen

- Filosofian maisteri Matias Lievonen on projektitutkija ja tohtorikoulutettava Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulussa. Hän tutkii viestinnän johtamisen väitöskirjassaan organisaatioiden negatiivisia sidosryhmäsuhteita. Hänen tutkimuksena kohdistuu sidosryhmien kokemuksiin ja tunteisiin sekä siihen, kuinka nämä vaikuttavat sidosryhmien osallistumiseen organisaatioiden viestintään digitaalisissa ympäristöissä.*

## NEGATIIVISET ASIAKAS- KOKEMUKSET JA DIPLOMATIA

**T**ässä artikkelissa kerrotaan, kuinka negatiivisten sidosryhmien edustajat verkossa eritellään toisistaan ja milloin organisaation tulisi osallistua negatiivisiin asiakaskokemuksiin liittyviin keskusteluihin digitaalisissa ympäristöissä. Lisäksi tarkastellaan, miten niin sanottu kuuntelemisen arkkitehtuuri hyödyttää organisaatioita negatiivisen viestinnän yhteydessä. Kappaleen lopussa annetaan myös viisi diplomatiaan pohjautuvaa neuvoa negatiivisen viestinnän kohtaamiseen.



## Johdanto

Diplomatiaa tarvitaan kasvavissa määrin asiakassuhteiden hallinnassa. Tämä näkyy monella tapaa digitaalisissa verkkoympäristöissä, joissa yritykset ja organisaatiot ovat vuorovaikutuksessa asiakkaidensa ja muiden sidosryhmiensä kanssa yhä useammin. Digitaalisen vuorovaikutuksen lisääntyessä myös negatiivisen viestinnän määrä korostuu. Näin ollen negatiivisten viestien tunnistaminen ja niihin oikeaoppisesti reagoiminen ovat nykyisin kiinteä osa yritysten ja organisaatioiden viestintää sosiaalisessa mediassa ja netin keskustelufoorumeilla. Diplomatiaitaidot ovat erityisesti negatiivisten asiakaskokemusten yhteydessä koetuksella, ja näissä tilanteissa asiakkaiden ja erilaisten sidosryhmien kuunteleminen on merkittävä osa diplomatiaitaitojen toteuttamista. Verkkokeskustelijoiden kuuntelemisen ohessa eri keskustelijoiden havainnointi sekä keskustelun sävyn aistiminen ovat myös olennaisia negatiiviseen keskusteluun osallistuvan viestintäammattilaisen taitoja.

## Negatiivinen viestintä digitaalisissa ympäristöissä ja negatiivisten sidosryhmien kategoriat

Asiakkaiden sitoutuminen tiettyihin brändeihin, yhdessä luominen sekä sidosryhmien erilaiset osallistumisen muodot ovat merkittävä osa nykyaikaisten organisaatioiden digitaalisia toimintaympäristöjä, niin hyvässä kuin pahassa (Hollebeek & Chen 2014; Brodie, Ilić, Jurić & Hollebeek 2013; Brodie, Hollebeek, Jurić & Ilić 2011). Nykyisin keskustelu onkin verkossa hyvin

aktiivista, ja tästä johtuen on tarpeen erotella tietyt ryhmät ja keskustelut suuresta massasta. Varsinkin negatiivisen viestinnän yhteydessä organisaatioiden tulee olla erityisen tarkkana sen suhteen, mihin keskusteluihin osallistutaan ja millaisia sidosryhmiä keskusteluihin osallistuu. Sidoryhmien erottelu toisistaan on tärkeää, koska positiivinen ja negatiivinen viestintä vaativat erilaista huomiota keskustelun sävystä riippuen ja verkkokeskusteluihin osallistumiseen kuuluu olennaisena osana keskustelijoiden tunnistaminen. Taulukossa 1 kategorisoidaan sidoryhmien negatiivista osallistumista (*negative engagement*) digitaalisissa verkkoympäristöissä jakamalla negatiiviseen viestintään osallistuvien sidoryhmien edustajia eri ryhmiin negatiivisten tunteiden voimakkuuden ja verkostoyhteyksien mukaan.

**Taulukko 1.** Negatiivisen osallistumisen (*negative engagement*) kategoriat (Lievonen, Luoma-aho & Bowden 2018)

	<b>YKSITYINEN TOIMINTA, VÄHÄINEN YHTEYS VERKOSTOIHIN (rajoitettu yleisö)</b>	<b>JULKINEN TOIMINTA, HYVÄ YHTEYS VERKOSTOIHIN (rajoittamattomat yleisöt)</b>
<b>JOUTILAS (vähäisiä negatiivisia tunteita)</b>	<b>Ryhmä 1:</b> Passiivinen, tyytymätön sidosryhmän edustaja (Passive Discontented Stakeholder)	<b>Ryhmä 2:</b> Uinuva, harmistunut sidosryhmän edustaja (Dormant Resentful Stakeholder)
<b>AKTIIVINEN (kohtalaisia negatiivisia tunteita)</b>	<b>Ryhmä 3:</b> Vihastunut sidosryhmän edustaja (Irate Stakeholder)	<b>Ryhmä 4:</b> Oikeutta ja/tai hyvitystä tavoitteleva vihajoukon (hateholders) edustaja, (Justice-seeking Stakeholder)
<b>ILKEÄ, PAHANSUOPA (voimakkaita negatiivisia tunteita)</b>	<b>Ryhmä 5:</b> Kostoa tavoitteleva sidosryhmän edustaja (Revenge-seeking Stakeholder)	<b>Ryhmä 6:</b> Provoisoiva, harhauttava ja vahinkoa aiheuttamaan pyrkivä sidosryhmän edustaja, ns. trolli (Troll Stakeholder)

Taulukon perusteella sidosryhmien negatiiviseen viestintään osallistumista voidaan kategorisoida erottelemalla kuusi erilaista ryhmää. Taulukossa esiteltävällä yksityisellä toiminnalla viitataan julkisten keskusteluiden ulkopuolella tapahtuvaan viestintään, ja vähäinen yhteys verkos-

toihin tarkoittaa sitä, että sidosryhmän edustajien negatiivinen viestintä ei tavoita yleisöjä merkittävässä määrin. Julkinen toiminta puolestaan viittaa viestintään, jota käydään julkisilla foorumeilla, ja hyvä yhteys verkostoihin tarkoittaa sitä, että sidosryhmän edustajien negatiivinen

viestintä tavoittaa julkista yleisöä organisaation kannalta merkittävässä määrin. Yhtenä esimerkkinä erityisen hyvistä yhteyksistä verkostoihin voidaan pitää julkisuuden henkilön omaa sosiaalisen median sivustoa, jolla on paljon seuraajia. Sosiaalisen median luonteesta johtuen on kuitenkin täysin mahdollista, että myös henkilöt, joilla on vähemmän seuraajia ja jotka eivät muuten ole julkisuudessa esillä, voivat saada julkisuutta viestinnälleen verkkoyhteisön tuen ja sisältöjen jakamisen avulla.

Taulukon kategorisointi ottaa huomioon myös negatiivisten tunteiden voimistumisen, jonka voidaan nähdä kasvattavan todennäköisyyttä negatiiviseen viestintään osallistumiseen (ks. esim. Donoghue & Klerk 2012; Surachartkumtonkun, McColl-Kennedy & Patterson 2015). Negatiivisten tunteiden voimistuessa sidosryhmien edustajat voivat myös siirtyä ryhmästä toiseen. Toisaalta on myös mahdollista, että ryhmästä toiseen siirtyminen tapahtuu yksityisestä julkiseen, jolloin esimerkiksi yhteisön tuen avulla yhteys verkostoihin paranee, vaikka negatiiviset tunteet eivät voimistuisikaan.

### Diplomatian tarve vaihtelee

Negatiivisen osallistumisen kategorioiden ryhmässä 1 negatiiviset tunteet pysyvät vähäisenä ja yhteydet julkisiin verkostoihin ovat rajoitetut, jolloin sidosryhmän edustajaa voidaan pitää passiivisena. Tämä vertautuu myös Leen, Oshitan, Oh:n ja Hoven (2014) ajatukseen ei-julkisten henkilöiden välinpitämättömyydestä. Näin

ollen sidosryhmän edustajilla **ryhmässä 1** on harvemmin suoraa yhteyttä kohdeorganisaatioon, koska he osallistuvat negatiiviseen keskusteluun korkeintaan yksityisesti (esim. keskusteluissa verkon ulkopuolella tai yksityisissä chat-viestittelyissä tuttavien kanssa), vaikka saattavatkin olla jollain tasolla tyytymättömiä organisaatioon. Tämän ryhmän kanssa diplomatian tarve on vähäinen, koska ryhmän edustajat voivat olla hyvinkin näkymättömiä. Olenaisinta viestinnän ammattilaiselle onkin tiedostaa, että toimenpiteitä edellytetään vasta siinä vaiheessa, kun negatiiviset tunteet ryhmässä voimistuvat tai jos toiminta siirtyy julkisemmalle tasolle.

Uinuvat, harmistuneet sidosryhmän edustajat **ryhmässä 2** ovat joutilaita, mutta heillä on hyvät yhteydet verkostoihin ja näin ollen piilevää potentiaalia aiheuttaa harmia organisaatiolle. Negatiiviset tunteet tässä ryhmässä ovat kuitenkin edelleen vähäisiä. Sidoryhmän edustajien ei tällöin nähdä kohdistavan suurempia aikeita organisaatiota kohtaan, eikä ryhmää näin ollen pidetä aktiivisena negatiivisen osallistumisen kategorisoinnin näkökulmasta. Samoin kuin ryhmässä 1, ryhmän 2 sidoryhmän edustajat eivät jaa negatiivisia kokemuksiaan aktiivisesti, mutta heillä on kuitenkin käytössään laajempi valikoima julkisia foorumeita ja rajoittamattomammat yleisöt, mikäli he päättäisivätkin toimia toisin.

Ryhmässä 2 diplomatian tarve rajoittuu ryhmän olemassaolon tiedostamiseen, keskustelun seuraamiseen ja mahdollisesti vähäiseen osallistumiseen. On kuitenkin hyvä huomioida, että ne viestinnän

ammattilaiset, jotka tiedostavat tämän ryhmän potentiaaliset verkostoyhteydet, ovat askeleen edellä muita. Tällöin ollaan valmiimpia toimimaan, mikäli negatiiviset tunteet yllättäen voimistuvat ja toiminta siirtyy kategorisoinnin seuraaville tasoille.

Vihastunut sidosryhmän edustaja **ryhmässä 3** on aktiivisempi negatiivisten tunteiden näkökulmasta, mutta ei kuitenkaan pysty jakamaan negatiivisia viestejään suurelle yleisölle. Ryhmän 3 sidosryhmän edustaja onkin riippuvainen muista saadakseen yleisöjä julkiselle mielipiteelleen. Oletettavasti näillä sidosryhmillä ei ole pääsyä rajoittamattomiin yleisöihin, ja he ovat näin ollen voimattomampia synnyttämään julkista keskustelua.

Tämän ryhmän kanssa diplomatian tarve kasvaa jossain määrin. Viestinnän ammattilaisen näkökulmasta olennaista on tiedostaa ryhmän edustajien kohtalaiset negatiiviset tunteet, mutta samaan aikaan huomioida tällä tasolla vallitsevan keskustelun vähäinen julkisuus ja rajoitetut yleisöt. Rajoitetut yleisöt eivät kuitenkaan saa olla perusteena tämän ryhmän sivuuttamiselle. Kohonneesta negatiivisuudesta johtuen valmiutta reagoida keskusteluihin tulee nostaa, keskustelujen monitoroinnin määrää tulee lisätä ja osallistumisaktiivisuuden tulee myös olla suurempi, vaikka keskustelun julkinen näkyvyys olisikin vähäistä.

### **Vihajoukot ja maineriskit**

**Ryhmän 4** oikeutta tai hyvitystä tavoittelevat negatiivisen sidosryhmän edustajat ovat kaikkein haastavimpia organisaatioille sekä aineellisesta että aineettomasta

näkökulmasta. Nämä sidosryhmät edellyttävät usein aktiivista vuorovaikutusta organisaatiolta. Tähän ryhmään kuuluvia voidaan kutsua myös nimellä hateholder eli organisaation vihajoukon edustaja (Luoma-aho 2015). Vihajoukot tuottavat negatiivisia sisältöjä osallistumalla julkisesti verkkokeskusteluihin ja olemalla aktiivisia esimerkiksi sosiaalisessa mediasa (Gummerus ym. 2012, Heinonen 2011). Vihajoukot aiheuttavat omalla negatiivisella osallistumisellaan todellista harmia organisaatioille, vaarana on esimerkiksi maine menetyks.

Olennaista ja merkittävää ryhmässä 4 on se, että vihajoukkojen kohtalaiset negatiiviset tunteet sekä oikeutta tai hyvitystä tavoittelevat toimet yleensä varmistavat sen, että tämän ryhmän julkinen osallistuminen säilyy uskottavalla tasolla, ja siksi negatiivinen viestintä on tehokkaampaa ja perustellumpaa myös muun yleisön silmissä. Diplomiatien tarve onkin suurimmillaan ryhmässä 4, ja viestinnän ammattilaisten tulee osallistua aktiivisesti ja läpinäkyvästi organisaatiota käsittelevään negatiiviseen keskusteluun.

**Ryhmässä 5** ilmaistaan voimakkaita negatiivisia tunteita, ilkeitä ajatuksia ja tarkoituksenmukaista pahansuopuutta brändejä ja organisaatioita kohtaan, ja ne ilmenevät kostonhimona, brändin sabotoimisena sekä verkkorikollisuutena, ja -kiusaamisena (Bishop 2014, Hardaker 2010, Kähr ym. 2016). Tässä yhteydessä voidaan puhua myös ns. vihapuheesta tai uusimpien määritelmien mukaan vaarallisesta puheesta, joka yllyttää syrjimään, boikotoimaan tai toimimaan yksilöitä tai

organisaatioita vastaan (ks. esim. Dangerous Speech Project 2016). Erityisen voimakkaat negatiiviset tunteenpurkaukset kuitenkin usein vähentävät näiden sidosryhmien edustajien uskottavuutta, mikä omalta osaltaan vaikeuttaa kostoon ja syrjimiseen pyrkivien toimien toteuttamista, jos vertaa esimerkiksi oikeudenmukaisuutta tavoitteleviin vihajoukkoihin. Lisäksi rajoitetut yleisöt heikentävät toiminnan julkisuutta tässä ryhmässä.

Tämän ryhmän kanssa edellytetään erityisiä diplomatian taitoja, koska negatiiviset tunteet ovat kasvaneet voimakkaiksi. Vaikka voimakkaat tunteenpurkaukset heikentävät jossain määrin keskustelijoiden uskottavuutta ja vähäiset yleisöt rajoittavat keskustelun julkisuutta, tulee viestinnän ammattilaisten kuitenkin seurata tarkasti keskustelua tälläkin tasolla. Tärkeää on myös toimia proaktiivisesti, korjata mahdollisia virheellisiä väittämiä ja ennen kaikkea ennakoida mahdollinen keskustelun siirtyminen julkisemmalle tasolle.

Harhauttavalla, tuhoisalla tai häiritsevällä tavalla toimivat sidosryhmät, eli ns. trollit, pyrkivät aiheuttamaan harmia tai tekemään vaikutuksen vertaistensa joukossa (Bishop 2014). Lisäksi heillä voi myös olla poliittisia, taloudellisia tai ideologisia motiiveja toiminnalleen (Bishop 2014, Fosdick 2012). **Ryhmässä 6** tapahtuva trolloaminen pitääkin usein sisällään väärien tietojen levittämistä, ja verkon trolleihin on liitetty jopa sadistisia, psykopaattisia, narsistisia ja manipuloivia tunnusmerkkejä (Buckels, Trapnell & Paulhus 2014). Näiden keskustelijoiden

pääasiallinen tarkoitus on aiheuttaa sekaannusta yhteisöissä, joihin ne ovat vaikuttamassa. Negatiivinen viestintä on trolloamista myös silloin, kun toimitaan verkkoyhteisön yleisiä sääntöjä vastaan samalla harhauttaen ja häiriköiden muiden keskustelijoiden toimintaa.

Oleennaista ryhmässä 6 on huomioida se, että hyviä yhteyksiä verkostoihin ja yleisöihin saavuttavia trolleja on joskus hankalaa havaita, ja on vaativaa erotella niitä muista negatiiviseen viestintään osallistuvista sidosryhmien edustajista (kuten ryhmän 4 vihajoukoista). Viestinnän ammattilaiselta edellytetään kokemusta verkkokeskusteluista, ja keskustelujen monitorointiin tulee kiinnittää erityistä huomiota. Vuorovaikutus tulee kohdentaa ensisijaisesti niihin keskustelijoihin, jotka ovat trollien harhaanjohtavien viestien kohteena ja samalla näiden tietojen varassa. Suoraan vuoropuheluun trollien kanssa on siis turhaa lähteä. Koska viha leviää vauhdilla erityisesti sosiaalisessa mediassa (Obeidat, Xiao, Iyer & Nicholson 2017; Ferrara & Yang 2015) ja keskustelut leimahtavat liekkeihin yllättävän nopeasti (Patterson, McColl-Kennedy, Smith & Lu 2009; Gladwell 2001), tulee trollien valheelliset ja harhaanjohtavat väitteet korjata mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Tällöin voidaan välttää se, että julkinen keskustelu suuntautuu vääriille urille ja väärät tiedot leviävät laajemmalle, ja samalla varmistetaan asioiden totuudenmukaisuus. Keskustelu pysyy näin ollen mielekkäällä tasolla, ja mahdollisesti muihin keskustelijoihin tarttuneet voimakkaimmat negatiiviset tunteet saadaan heikennettyä.

## Kuuntelemisen arkkitehtuuri

Kuten aiemmin on jo tuotu esille, erilaisten negatiivisten sidosryhmien ja keskustelijoiden tunnistaminen on tärkeä osa negatiivisiin verkkokeskusteluihin osallistumista. Organisaatiossa tulee lisäksi olla kykyä ja halua hahmottaa mahdollisia piileviä aiheita, jotka saattavat nousta pinnalle negatiivisina asiakaskokemuksina ja ilmetä negatiivisina viesteinä. Tällöin muun muassa sosiaalisen median keskusteluiden monitorointi korostuu, jotta negatiivisiin viesteihin ehditään reagoida ajoissa ja keskusteluun osallistujat voidaan erotella toisistaan. Monitoroinnin ohessa on tärkeää keskittyä asiakkaiden kuuntelemiseen digitaalisissa ympäristöissä.

Asiakkaiden kuunteleminen palvelee organisaatiota monella tapaa. Esimerkiksi lisääntynyt ymmärrys asiakkaiden tarpeista ja negatiivisista kokemuksista edesauttaa oikeiden toimenpiteiden valinnoissa ja mahdollistaa ennakoivan toiminnan tulevaisuudessa. Kuunteleminen kasvattaa lisäksi organisaatioon kohdistuvaa luottamuksen määrää, ja kohentaa samalla organisaation mainetta sekä asiakastytyvyyttä organisaatiota kohtaan (Macnamara 2016). Tästä huolimatta viimeisimmät tutkimukset osoittavat, että liikeyritykset, julkishallinnon toimijat ja muut instituutiot eivät hyödynnä esimerkiksi sosiaalista mediaa ensisijaisesti asiakkaidensa tai muidenkaan sidosryhmiensä kuuntelemiseen. Sen sijaan organisaatiot keskittyvät edelleen enemmän oman äänensä korostamiseen (ks. esim. Macnamara 2016), vaikka nimenomaan kuunteleminen tarjoaisi oivia mahdollisuuksia organisaatioiden

toiminnan kehittämiseen.

Macnamara (2016) ehdottaa ns. *kuuntelemisen arkkitehtuurin* rakentamista, jolloin organisaation kulttuuri, käytännöt, järjestelmät, teknologia, resurssit, taidot ja artikulaatio valjastetaan asiakkaiden ja sidosryhmien kuuntelemiseen. Viestinnän ammatillaisen roolina on erityisesti viestintäkäytäntöjen, viestintätaitojen ja artikulaation kehittäminen ja niiden integroiminen erilaisten viestintäteknologioiden avulla osaksi laajempaa kuuntelemisen arkkitehtuuria organisaatiossa. Näillä toimenpiteillä myös negatiivisten asiakaskokemusten kohtaamiseen ollaan valmiimpia, kun organisaation toimintaympäristö on rakennettu tämän tyyppisen arkkitehtuurin ympärille.

On tärkeää huomioida, että kaikkia negatiivisia sidosryhmiä ei voi kohdata ja kuunnella samoilla periaatteilla. Kuten edellä on esitetty, vihajoukkojen kanssa on kyettävä verkossa aktiiviseen vuorovaikutukseen ja keskusteluun, kun taas trolleille on pyrittävä antamaan mahdollisimman vähän huomiota ja eväitä heidän omien harhauttavien toimiensa edistämiseksi (Bishop 2014, Fosdick 2012). Yleisesti käytössä oleva ohje ”Don’t feed the troll” toimii kuitenkin ainoastaan niin pitkään, kun kyseisen sidosryhmän edustajan pystyy tunnistamaan.

### **Negatiiviset tunteenpurkaukset: piilevä mahdollisuus?**

Vaikka ihmiset ovatkin taipuvaisia muistamaan negatiivisia kokemuksia (Bauemeister, Finkenauer & Vohs 2001) ja tartuttamaan negatiivissävytteisellä

viestinnällään negatiivisia tunteita digitaalisissa ympäristöissä myös muihin keskustelijoihin (Ferrara & Yang 2015; Kramer, Guillory & Hancock 2014; Fowler & Christakis 2008), voi negatiivisuuden takaa löytää myös hyödyllistä tietoa organisaation toiminnan kehittämiseksi. Keskustelun taustojen ymmärtäminen on kuuntelemisen ja negatiiviseen viestintään osallistumisen ydin. Lisäksi tiettyjen negatiivisten sidosryhmien kanssa tulisi olla vuorovaikutuksessa, vaikka keskustelun sävy saattaa ainakin alussa olla ikävää ja jopa uhkaavaa. Keskustelun sävyn takaa voi kuitenkin paljastua, että negatiiviseen kokemukseen perustuva ja oikeudenmukaisuutta tavoitteleva tunteiden purkaminen onkin perusteltua, ja se nostaa esille uusia asioita tarjoten samalla hyödyllistä tietoa organisaatiolle.

Olenainen havainto aiemmista tutkimuksista on se, että asiakkaat, jotka valittavat verkossa organisaatiosta, ovat myös halukkaampia ostamaan ja kuluttamaan saman organisaation tuotteita ja palveluita uudelleen (Bijmolt, Huizingh & Krawczyk 2014). Tämä perustuu ajatukseen negatiivisten kokemusten ja odotusten kääntämisestä positiivisemmaksi, jolloin henkilö kokee saavansa parempaa palvelua kuin aiemmin. Vaikka kulttuurien välillä vallitseekin tiettyjä eroja valituskäyttäytymisessä (Park, Kim & O'Neill 2014), voi negatiivisten kokemusten esille tuomiseen jopa kannustaa. Mikäli tyytymättömät asiakkaat eivät tuo tai saa ääntään kuuluviin, ei negatiiviseen kokemukseen ole mahdollista saada positiivisempia sävyjä (Bijmolt ym. 2014).

Organisaation toimintaa parannetaan välittömästi puuttamalla niihin epäkohtiin, joita negatiiviset asiakaskokemukset nostavat esille. Mikäli tilanne mahdollistaa läpinäkyvän ja julkisen keskustelun aiheen ympärillä, tarjoaa se mahdollisuuden organisaation maineen ja imagon paranemiselle myös suuremman yleisön silmissä. Tämän vuoksi negatiivissävytteistä keskustelua ei ole aina tarpeen ohjata yksityisiin viestintäkanaviin, vaan keskustelua voidaan käydä julkisilla foorumeilla, jolloin kuuntelemisen ja myötäelämisen taitoja voidaan osoittaa myös muille. Läpinäkyvän viestinnän avulla voidaan siis käsitellä myös negatiivisia aiheita.

### **Vinkkejä negatiivisen viestinnän kohtaamiseen verkossa**

Tässä artikkelissa on kuvattu, kuinka negatiivisten sidosryhmien tunnistaminen ja negatiivisten asiakaskokemusten kuunteleminen ovat olennaisia viestintäammatilaisen taitoja digitalisoituvassa maailmassa. Verkkokeskusteluihin osallistuvan organisaation henkilöstön on lisäksi tärkeää pystyä luotettavasti identifioitumaan verkkoyhteisön keskellä, koska monissa yhteisöissä keskusteluihin voi osallistua lähes kuka tahansa, eikä osallistumiseen välttämättä vaadita kirjautumista tai jäsenyyttä.

Anonyymit keskustelijat luovat omat haasteensa, koska tällöin keskustelijoiden identifointi on vaikeampaa, ja esimerkiksi trollien ja vihajoukkojen erottelu on toisistaan hankaloituu. Anonymiteetti ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö verkko-keskustelija voisi olla uskottava viesteis-

sään. Joka tapauksessa organisaation oma näkyvyys ja selkeä erottuminen mahdollisten nimettömien keskustelijoiden joukossa lisää uskottavuutta ja mahdollistaa myös sen, että organisaation näkemykset nousevat paremmin massasta esille. Negatiiviseen viestintään verkossa osallistuville viestinnän ammattilaisille on paikallaan tarjota viisi tiivistävää, diplomatiaan pohjautuvaa neuvoa:

### 1. Rakenna sosiaalinen pääoma etukäteen.

Ennakkoon rakennetulla vahvalla sosiaalisella pääomalla on myönteisiä vaikutuksia erityisesti negatiivisen viestinnän keskellä. Luottamuksen luominen nopeasti ja erottuminen sen avulla on tärkeää, sillä digitaalisissa ympäristöissä uskottavien keskustelijoiden tunnistaminen on haasteellista. Organisaatioiden tulee olla valmiita luomaan omia vahvoja vastanarratiivejaan osaksi keskustelua (Stewart 2017).

### 2. Tunnista, havaitse ja luokittele keskustelijat sekä arvioi keskustelun sävy.

Verkkokeskustelijoiden erotteleminen toisistaan on tärkeää, ja keskusteluihin tulee osallistua ajoissa ja ennakoivalla otteella. Tärkeimmät vaiheet ovat keskustelun sisällön havaitseminen, sidosryhmien tunnistaminen ja negatiivisten viestien tarkoituksenperän arvioiminen. Tämän jälkeen tulee tehdä nopeasti päätös, kannattaako

keskusteluun osallistua, vai onko se omiaan synnyttämään lisää negatiivisuutta tai jopa vihaa. Vähimmäisvaatimuksena on kuitenkin, että virheelliset ja harhaanjohtavat väittämät tulee pyrkiä oikaisemaan.

### 3. Huomioi aidot huolenaiheet, muista kuunteleminen.

Keskusteluja monitoroidessa ja havainnoidessa on tärkeintä erotella keskustelijoiden aidot huolenaiheet ja syyt negatiiviseen viestintään. Kehitä viestintäkäytäntöjä, viestintätaitoja ja artikulaatiota ja integroi nämä erilaisia viestintäteknologioita hyödyntäen osaksi laajempaa kuuntelemisen arkkitehtuuria organisaatiossa. Erityisen tärkeää on osoittaa kuulevansa ne epäkohdat, joita esimerkiksi vihajoukot nostavat perustellusti esille (Stewart 2017, Macnamara 2016).

### 4. Rajaa viha ja inhimillistä keskustelu.

Tärkeä tekijä negatiivisen viestinnän kohtaamisessa on keskustelun inhimillistäminen. Ihmiset ovat valmiimpia keskustelemaan oikeiden ihmisten kanssa kasvotomien yksilöiden tai organisaatioiden sijaan. Osoittamalla verkko keskustelijoille luotettavasti, että organisaation viestien takana on ihan oikea ihminen, voidaan negatiivisuuden ja vihan määrää merkittävästi rajata (Stewart 2017, O'Reilly 2017). Negatiivisen kokemuksen kääntäminen positiivisemmaksi on todennäköisempää, kun keskuste-



luun saadaan mukaan inhimillisiä sävyjä.

### 5. Säilytä oma tasapaino.

Negatiivisuudesta huolimatta keskustelun sävy yleensä pehmittyy ja muuttuu positiivisemmaksi oikeilla toimenpiteillä prosessin edetessä. Negatiivisen viestinnän vastapainoksi on tärkeää lukea myös positiivista palautetta ja rohkaisevaa sisältöä. Olennaista on myös huomata, että negatiivisuuden määrää ei ole tarvetta korostaa. Yleensä vihaiisuus koskettaa rajallista joukkoa, jolloin organisaatioon kohdistettu negatiivinen viestintä saattaa lopulta olla hyvinvinkin marginaalista, mutta toki keskusteluun osallistumisen arvoista.

### LÄHTEET:

Baumeister, R., Finkenauer, C., & Vohs, K. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370.

Bijmolt, T. H. A., Huizingh, E. K. R. E., & Krawczyk, A. (2014). Effects of complaint behaviour and service recovery satisfaction on consumer intentions to repurchase on the internet. *Internet Research*, 24(5), 608–628.

Bishop, J. (2014). Representations of ‘trolls’ in mass media communication: A review of media-texts and moral panics relating to ‘internet trolling’. *International Journal of Web-Based Communities*, 10(1), 7–24.

Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271.

Brodie, R. J., Ilić, A., Jurić, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114.

Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*. Saatavilla verkossa: <http://www.sciencedirect.com.ezproxy.jyu.fi/science/article/pii/S0191886914000324>

Dangerous Speech Project (2016). Saatavilla verkossa: <http://dangerousspeech.org/the-dangerous-speech-project-preventing-mass-violence/>

Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., Metcalfe, R., & Vlaev, I. (2012). Influencing behaviour: The mindspace way. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 264–277.

Donoghue, S. & de Klerk, H. M. (2013). Consumers’ anger and coping strategies following appraisals of appliance failure. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 214–221.

Ferrara, E., & Yang, Z. (2015). Measuring Emotional Contagion in Social Media. *PLoS ONE*, 10(11). Saatavilla verkossa: <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0142390>

Fosdick, H. (2012). Why people troll and how to stop them. Saatavilla verkossa: <http://www.osnews.com/story/25540>

Fowler, J. H. & Christakis, N. A. (2008). Dynamic spread of happiness in a large social network: longitudinal analysis over 20 years in the Framingham Heart Study. *BMJ*, 337, a2338. Saatavilla verkossa: <https://doi.org/10.1136/bmj.a2338>

Gladwell, M. (2001). *The tipping point: How little things can make a big difference*. London: Abacus.

Gummerus, J., Liljander, V., Weman, E., & Pihlström, M. (2012). Customer engagement in a Facebook brand community. *Management Research Review*, 35(9), 857–877.

Heinonen, K. (2011). Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers' social media behavior. *Journal of Consumer Behavior*, 10(6), 356–364.

Hollebeek, L. D., & Chen, T. (2014). Exploring positively-versus negatively-valenced brand engagement: a conceptual model. *Journal of Product & Brand Management*, 23(1), 62–74.

Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(24), 8788–8790. Saatavilla verkossa: <http://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>

Kähr, A., Nyffenegger, B., Krohmer, H., & Hoyer, W. D. (2016). When hostile consumers wreak havoc on your brand: The phenomenon of consumer brand sabotage. *Journal of Marketing*, 80(3), 25–41.

Lee, H., Oshita, T., Oh, H. J., & Hove, T. (2014). When do people speak out? Integrating the spiral of silence and the situational theory of problem solving. *Journal of Public Relations Research*, 26(3), 185–199.

Lievonen, M., Luoma-aho, V. & Bowden J. (2018). Negative Engagement. Teoksessa Johnston, K. A. & Taylor, M. (toim.) *Handbook of Communication Engagement*. Wiley-Blackwell.

Luoma-aho, V. (2015). Understanding stakeholder engagement: Faith-holders, hateholders & fakeholders. *Research Journal of the Institute for Public Relations*, 2(1).

Macnamara, J. (2016). The Work and 'Architecture of Listening': Addressing Gaps in Organization-Public Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 10(2), 133–148.

McColl-Kennedy, J., Patterson, P., Smith, A., & Brady, M. (2009). Customer rage episodes: emotions, expressions and behaviors. *Journal of Retailing*, 85(2), 222–237.

Obeidat, Z. M. I., Xiao, S. H., Iyer, G. R. and Nicholson, M. (2017). Consumer Revenge Using the Internet and Social Media: An Examination of the Role of Service Failure Types and Cognitive Appraisal Processes. *Psychology & Marketing*, 34, 496–515.

O'Reilly, E. (2017). Holding politics to account. *Communication Director. The Magazine for Corporate Communications and Public Relations*, 1, 58–61.

Park, S. G., Kim, K., & O'Neill, M. (2014). Complaint behavior intentions and expectation of service recovery in individualistic and collectivistic cultures. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 255–271.

Patterson, P. G., McColl-Kennedy, J. R., Smith, A. K., & Lu, Z. (2009). Customer Rage: Triggers, Tipping Points, And Take-Outs. *California Management Review*, 52(1), 6–28.

Stewart, M. (2017). Adapting to a new normal? *Communication Director. The Magazine for Corporate Communications and Public Relations*, 1, 54–57.

Surachartkumtonkun, J., Mccoll-Kennedy, J. R., & Patterson, P. G. (2015). Unpacking Customer Rage Elicitation. *Journal of Service Research*, 18(2), 177–192.



KUVA: Veikko Somerpuro

KUKA?

## Arto Mustajoki

- *Arto Mustajoki on venäjän kielen emeritusprofessori Helsingin yliopistossa. Hän on tutkinut erilaisia nykyvenäjän ilmiöitä ja venäläistä mentaliteettia. Tieteellisten kirjojen ja artikkelien lisäksi hän on kirjoittanut oppi- ja sanakirjoja sekä yleistajuisia teoksia. Hänen kirjansa Kevyt kosketus venäjän kieleen sai valtion tiedejulkistamispalkinnon vuonna 2013. Viime aikoina Mustajoki on tutkinut ja mallintanut väärinymmärtämisen syitä ja seurauksia, mistä aiheesta hän on valmistelemassa kirjaa. Koko uransa ajan Mustajoki on kirjoittanut eri lehtiin kolumneja ja blogeja, joiden aihepiirinä ovat Venäjän ja yliopistopolitiikan ohella suomalaisen yhteiskunnan ilmiöt. Vuonna 2017 ilmestyi Routledgen kustantamana hänen ja Henriikka Mustajoen kirjoittama kirja New approach to research ethics.*

## ARJEN DIPLOMATIAA: VOIKO LIIKA KOHTELLAISUUS OLLA SYYNÄ VÄÄRIN- YMMÄRRYKSIIN?

**P**yynnön esittäminen on vaativimpia puheakteja, koska siinä astutaan kuulijan reviirille asetamalla toiveita tai vaatimuksia, jotka voivat olla vastenmielisiä ja vaikeita suorittaa – tai kuulijalla olisi yksinkertaisesti parempaakin tekemistä. Taitava pyynnön esittäjä yrittää minimoida aiheuttamansa mielipahan välttämällä liian suoria ilmauksia ja käyttämällä erilaisia pyyntöä pehmentäviä keinoja. Tällainen arjen diplomatia saattaa kuitenkin johtaa väärinymmärrykseen, jos pyyntö jää kokonaan ymmärtämättä.

## Johdanto

Kieli on ihmisen nerokkaimpia keksintöjä. Se hakkaa menen tullen kaikkien muiden eläinlajien kommunikointivälineet. Toki välitämme informaatiota myös elein ja ilmein, asennoin ja asuin. Toisaalta esimerkiksi edellä esitettyä väitettä on vaikea esittää muuten kuin kielen avulla. Puhe sisältää myös monia muita elementtejä kuin ”pelkän kielen”. Äänensävyistä voimme päätellä puhujan tunnetiloja, tarkoituksia ja asenteita.

Eduistaan huolimatta kieli on epätaydellinen ja haavoittuva kommunikaatiöväline, jota käyttäessämme altistumme myös väärille tulkinnoille ja väärinkäsityksille. Tämä on väistämätöntä, koska meillä jokaisella on oma kieleemme, joka linkittyy vahvasti meidän omiin kokemuksiimme ja arvomaailmaamme. Samat sanat merkitsevät eri ihmisille eri asioita. Kielellisen vuorovaikutuksen onnistuminen on keskeistä yhteiskunnan ja yksilöiden menestymisen näkökulmasta. Sen vuoksi voidaan väittää, että väärinymmärtäminen ja muut puutteet ihmisten välisessä viestinnässä ovat maailman suurimpia ongelmia, ehkä suurin, koska monet muut ongelmat ovat seurausta siitä. Asian tärkeys on ollut motiivina sille, että olen viimeiset kymmenen vuotta yrittänyt ymmärtää ja mallintaa väärinymmärtämisen syitä ja seurauksia.

Vuorovaikutustaitoja tarvitaan nykyään kaikissa ammateissa, koska lähes kaikki työtehtävät sisältävät säännöllisesti kontakteja muihin työntekijöihin tai asiakkaisiin. Jotkut ammatit perustuvat nimenomaan puhekykyyn, kuten opettajan, papin, poliitikon ja puhelinmyyjän

työ. Toimittajien työ edellyttää poikkeuksellisen monipuolisia kielellisiä ja viestinnällisiä taitoja. Siksi vuorovaikutuksen sudenkuoppien tunnistaminen on heille erityisen tärkeää. Lisäksi medialla on nyky-yhteiskunnassa keskeinen rooli sekä merkityksiä luovana että viihdettä tarjoavana instituutiona.

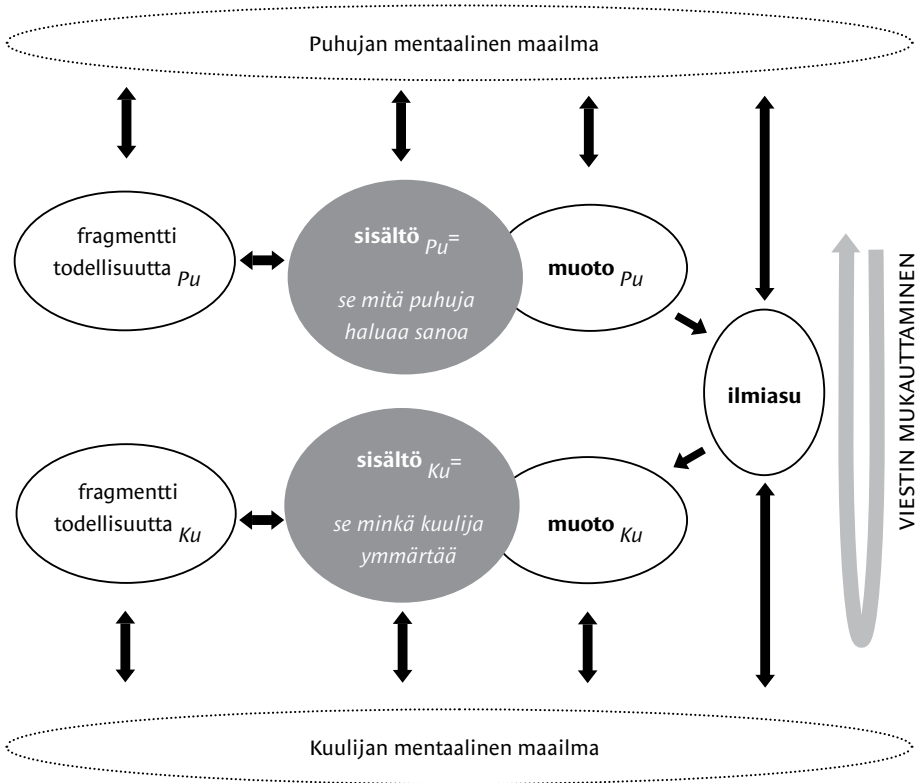
Arjen tilanteissa, niin töissä kuin vapaa-ajallakin, tarvitsemme diplomaattia, toisin sanoen keinoja vaikuttaa muiden toimintaan ja mielipiteisiin ilman konflikteja. Erilaisiin kohteliaisuusstrategioihin liittyy kuitenkin riski, että pehmemmämme puhetta liikaa ja niin viesti ei enää mene kukaan perille.

Tarkastelen ensin vuorovaikutustilanteisiin liittyviä tekijöitä yleisellä tasolla. Lopuksi otan esille konkreettisemmän esimerkin tilanteesta, johon toimittaja voi joutua.

## Väärinymmärtämisen syitä

Ihmisten välinen viestintä on avainasemassa nyky-yhteiskunnassa laajemmin ja toimittajan työssä eritoten. Arkikokemuksemme perusteella tiedämme sen, mikä on helppo osoittaa myös tutkimalla ihmisten välistä vuorovaikutusta: ymmärrämme toisiamme usein väärin tai ainakin vajavai-sesti. Syitä tähän on tutkittu muutaman vuosikymmenen ajan (ks. esim. Zaefferer 1977, Falkner 1997, Yus Ramos 1998, Das-cal 1999, Tzanne 2000, Hinnenkamp 2003, Verdonik 2010). Olen itse käyttänyt alla olevaa kaaviokuvaa väärinymmärtämisen syiden erittelemiseen (Mustajoki 2012, 2013, 2017).

Kuvio 1. Viestin tuottamis- ja ymmärtämisprosessi



Kuvion keskiosa kuvaa puheen tuottamisen ja vastaanottamisen vaiheita. Tosiasiassa ne eivät aina seuraa toisiaan erillisinä vaan limittyvät toisiinsa, mutta prosessin eri vaiheiden näkeminen irrallisena auttaa paremmin ymmärtämään, millaisia viestinnällisiä riskejä niihin liittyy. Kuvio eroaa klassisesta Shannonin ja Wieverin (Shannon & Wiever 1963)

linearisesta kommunikaatiomallista siten, että puhujan lähettämä viesti ikään kuin palaa takaisin alkuun, kun kuulija purkaa saamansa viestin vastakkaisessa järjestyksessä. Käytän vuorovaikutustilanteen osallistujista nimityksiä "puhuja" ja "kuulija" riippumatta siitä, välitetäänkö viesti kirjallisesti vai suullisesti.

Kuhunkin prosessin vaiheeseen liittyy

riskejä, jotka voivat johtaa väärinymmärtämiseen. Kun ihminen haluaa sanoa jotakin, hänen päässään oleva ajatus voi olla vielä kypsyvätön raakile, jolloin kuulijan on vaikea hahmottaa, mitä puhuja tarkoittaa. Oli ajatus selkeä tai sekava, sille on annettava jokin kielellinen muoto. Yleensä on monia tapoja ilmaista jokin asiasisältö. Kun gradun ohjaaja haluaa neuvoa opiskelijaa lyhentämään johdantoa, hän voi käyttää esimerkiksi jotakin seuraavista lauseista:

- 1) Lyhennä jutun johdantoa.
- 2) Johdantoa täytyy lyhentää.
- 3) Neuvoisin sinua lyhentämään jutun johdantoa.
- 4) Mielestäni johdanto on liian pitkä.
- 5) Johdanto voisi olla vähän lyhempi.
- 6) Johdanto vaatii varmaan vähän lyhentämistä.
- 7) Ehkä sinun kannattaisi lyhentää johdantoa.
- 8) Olisi varmaan parempi lyhentää johdantoa.
- 9) Sinuna lyhentäisin jutun johdantoa.
- 10) Yleensä johdanto on vähän lyhempi.
- 11) Ohjeiden mukaan johdanto ei saisi olla ihan noin pitkä.
- 12) En ole varma mutta saattaa olla, että johdanto on jonkin verran liian pitkä.

Kun päästää siihen vaiheeseen, että puhuja sanoo valitun ilmauksen ääneen, riskinä on muminan ja muun epäselvän ääntämisen aiheuttama väärinymmärrys. Ymmärtämistä voivat vaikeuttaa myös ulkoiset tekijät, kuten melu tai voimakas

taustääni. Kun puhe saavuttaa kuulijan, on mahdollista, että hän kuulee sen osittain tai kokonaan väärin. Tässä tilanteessa kuulija ei aina kysy, mitä puhuja sanoi, vaan täydentää itse kuulemaansa omilla arvauksillaan (*ns. overguessing*). Tämä on tavallista tuttujen kesken arkipäivän tilanteissa, joissa keskustelijat eivät ole täysipainoisesti läsnä. Sivusta seurattuna tällainen ”yliarvaaminen” tuntuu usein koomiselta. Puhelimessa ollut sanoo puolitain itsekseen *Se Heikki joutuu uudestaan jalkaleikkaukseen*. Vähän kauempana oleva puoliso oli kuullut lauseen alun ja kehitellyt sille itse lopun. Niinpä hän kommentoi *Miksi se Henriikka soittaa sulle aina*.

Kun kuulija sitten tulkitsee puheen sisältöä, hän voi ymmärtää monitulkintaiset ilmaukset eri tavalla kuin puhuja. Jos joku kertoo ostaneensa mustan hameen ja bleiserin, puhuja voi tarkoittaa, että bleiseri on musta, mutta kuulija tulkitsee, että vain hame on musta. Vastaavalla tavalla puhekumppanit voivat ymmärtää eri tavoin sen, mihin tai keneen puheessa viitataan: *Tee se kirjoitus tiistaiksi*. (Mikä kirjoitus? Tämän viikon tiistaiksi vai ensi viikon?) *Liisa lupasi auttaa sinua*. (Kuka Liisoista? Missä asiassa?)

Kuvion ”yläpilvi” ja ”aläpilvi” viittaavat puhujan ja kuulijan mentaaliin maailmoihin, jotka puhekumppanit tuovat mukanaan jokaiseen puhetilanteeseen. Ne koostuvat kielikapasiteetista, kulttuuritaustasta, tunteista, mielentiloista, asenteista ja arvoista. Herkkiä erilaisille tulkinnoille ovat erityisesti adjektiivit. Jos puhuja sanoo tekstiä hyväksi, pitkäksi tai napakaksi, kuulijalla voi hyvin olla eri

käsitys näiden adjektiivien merkityksestä. Vastaavasti jollekulle sana *tasa-arvo* nostaa ensiksi mieleen kysymyksen sukupuolten välisestä tasa-arvosta, joku toinen alkaa miettiä sosiaaliryhmien tasa-arvoa ja jonkun kolmannen mieleen voi tulla ihmisten ja eläinten välinen tasavertaisuus. Saman henkilönkin tulkinta voi vaihdella sen mukaan, millainen hänen kokemusmaailmansa lähihistoria on.

Puhetilanteeseen vaikuttavat myös ihmisen aivotoiminnan rajoitteet. Ihmisen aivot ottavat joka hetki vastaan valtavan määrän tietoa – joidenkin laskelmien mukaan 11 miljoonaa bittiä sekunnissa. Aivot pystyvät käsittelemään aktiivisesti kuitenkin vain 40–60 bittiä. Siksi ihmisen on oltava hyvin selektiivinen vastaanottaessaan tietoa. Samaan tapaan kuin hän välttää fyysistä rasitusta, hän joutuu välttämään myös kognitiivista ponnistelua (ks. esim. Bargh & Chartrand 1999, Dijksterhuis 2004, Shintel & Keysar 2009). Tällöin riskinä on keskittymisen puute. Puhujan roolissa säästämme ponnisteluja käyttämällä jatkuvasti yksiä ja samoja ilmauksia ja ”unohtamalla” puheen mukauttamisen. Kuulija voi puolestaan kuuntelun sijasta ajatella aivan jotakin muuta.

Kuvion oikeassa laidassa on kuvattuna tärkeä viestintätilanteen elementti, puheen mukauttaminen kuulijan mukaan (*recipient design*). Ihmiset tekevät mukauttamista automaattisesti, puhumme esimerkiksi lapsille eri tavalla kuin aikuisille. Vaikka periaatteessa ymmärrämme, että ihmisten tiedoissa ja maailmankuvassa on suuria eroja, egosentrisyytemme saa meidät usein unohtamaan tämän

konkreettisissa puhetilanteissa (ks. esim. Keysar & Henly 2002, Keysar 2007, Kecskes & Zhang 2009). Tätä ilmiötä kutustaan nimellä *yhteisen maailmankuvan harha* (*common ground fallacy*): laajennamme oman kokemusmaailmamme koskemaan myös kuulijaa tai lukijaa.

### **Puhujan tarpeet ja intentiot**

Kun puhumme, meillä on siihen jokin syy: välitämme tietoa tai halumme kuulijan tekevän jotakin tai vastaavan kysymyksen. On tilanteita, joissa puhujalla on polttava tarve purkaa sydäntään. Hän valitsee siihen turvallisen ympäristön, jossa ei tarvitse ajatella kuulijan reaktioita. Tyypillinen purkupuhe syntyy, kun työstä kotiin palaava kertoo puolisolleen, mitä kauheata töissä on tapahtunut (Mustajoki & al. 2018).

Kieli on myös tärkeä yhteisöjä koossa pitävä voima. Tämän osoittaakseen ihmiset puhuvat, vaikka heillä ei olisi asiaa. Ryhmään kuuluvan on tärkeää saada muiden ryhmäläisten arvostus. Sitä tavoitellaan noudattamalla ryhmän sisällä vallitsevia normeja ja osoittamalla olevansa fiksu, tietävä ja osaava. Tätä vaativaa taitoa kutsutaan lingvistiikassa pragmaattiseksi kompetenssiksi.

Kyse on usein tasapainoilusta negatiivisten ja positiivisten kasvojen välillä (Goffman 1967, 1974; Brown & Levinson 1987; Giles & Soliz 2014). Negatiiviset kasvot näkyvät tarpeessa korostaa riippumattomuutta ja omaa yksilöllisyyttä, positiiviset taas haluna tulla pidetyksi ja arvostetuksi. Vuorovaikutustilanteessa puhuja joutuu ottamaan huomioon sekä



omat että kuulijan tarpeet. Kuulijan huomioon ottaminen tarkoittaa käytännössä loukkaavan ja ärsyttävän puheen välttämistä sekä tilan antamista hänen puheelleen ja ajatuksilleen. Tietyissä sosiaalisissa kohtaamisissa tämä edellyttää small talkia, jossa keskustelun osapuolet voivat tasapuolisesti käsitellä jotakin asiaa. Arkipäiväisessä tuttavien ja kavereiden juttelussa tilanne on sama tilan antamisen kannalta, mutta vuorojen jakautuminen on kaotillisempaa ja puheen aihepiirit henkilökohtaisempia.

Kielenkäytön normit opitaan vähitellen. Ensimmäisiä oppeja on käsitys siitä, mitä saa sanoa missäkin tilanteessa. Lyhykäisytydessään sääntö kuuluu: ”Älä puhu, mitä ajattelet, vaan päästä suustasi vain sellaisia lauseita, jotka sopivat kyseiseen puhetilanteeseen.” Nähdessään lihavan naisen viisivuotias lapsi saattaa kysyä reippaalla äänellä *Miksi tolla tädillä on noin iso maha?* Aikuinen ei niin kysy eikä myöskään sano kyläillessään *Oletpa sinä vanhentunut* tai *Teidän asunto sen kun rapistuu*. Kohteliaisuusstrategian yksi keskeinen elementti on kyky välttää vaarallisia puheenaiheita. Usein niihin kuuluvat seksi, keskustelijoiden henkilökohtaiset ominaisuudet ja varallisuus. Vältettäviä aiheita ovat monesti myös uskonto ja politiikka. Keskustelu voi olla myös epäsymmetristä. Lapsilta, alaisilta ja ulkopuolisilta odotetaan erilaista puhekäyttäytymistä kuin vanhemmilta, esimiehiltä ja sisäpiiriläisiltä.

Suomalaisessa kulttuurissa kohteliaisuuteen voi liittyä ylivaatimattomuutta. Ylen vuonna 2017 järjestämässä kilpai-

lussa Suomen suosituimmaksi lauseeksi valittiin lause *Ei minua varten tarvii keittää* (YLE 2017). Tampereelle muualta Suomesta muuttanut saattaa häkeltä, kun saa kysymykseen *Keitetäänkö kahvit vielä oraakkelimaisemman vastauksen Ei sevälii*. Suorempaan puheeseen tottunut ei välttämättä tiedä, haluaako toinen kahvia vai ei. Hieman selkeämpi vastaus on *Vaikka* tai *Mitevvaan*. Y-sukupolven edustajat reagoivat kysymykseen ihan toisella tavalla: *Superhyvä idea, Great* tai vaikkapa *Sä olet tosi ihana, jos keität*.

### Ongelmalliset direktiivit

Kaikissa tilanteissa tarvitaan siis erilaisia kohteliaisuusstrategioita, jotka säätelevät puhujan tapaa ilmaista itseään. Kaikkein vaativin tilanne puhujalle on kuitenkin sellainen, missä hän yrittää saada kuulijan tekemään jotakin tai muuttamaan mielipiteitään. Tällaisia tilanteita ihmisillä on päivittäin sekä töissä että vapaa-ajalla. Kotona puhujan tavoitteena voi olla saada kuulija lähtemään teatteriin tai siivoamaan varasto, töissä puheen kohde pitäisi saada tekemään raportti valmiiksi, suostumaan luottamustehtävään tai kannattamaan uutta visiota.

Jos diplomatia määritellään keinoksi vaikuttaa muiden toimintaan ja mielipiteisiin ilman konfliktia, niin kyseisten tilanteiden voidaan katsoa vaativan arjen diplomaattisia kykyjä. Kehotuksen tekeä vaativaksi vuorovaikutuksen muodoksi se, että siinä astutaan kuulijan reviirille ja kavennetaan hänen itsemääräämisoikeuttaan. Normaalit kohteliaisuus säännöt edellyttävät tällaisen uhan välttämistä.

Ristiriita syntyy, kun puhujalla ei ole aikaa tai halua toimia saamiensa ohjeiden mukaisesti.

Monet arjessa toistuvat pikku tilanteet eivät edellytä erityisiä taitoja, vaan niihin on olemassa vakiintuneita ilmauksia, kuten *Pistä ikkuna kiinni* tai *Aja varovasti*. Lauseissa esiintyy käskymuoto, imperatiivi, jonka avulla voidaan ohjata muiden ihmisten toimintaa mahdollisimman suoraan: *tee sitä, tee tätä*. Pyynnön ilmaisemisen ongelmallisuus näkyy kuitenkin siinä, että kun kieltä tarkastellaan funktionaalisesti merkityksestä muotoon -periaatteella (ks. esim. Dik 1978, Mustajoki 2007), paljastuu, että kaikissa kielissä on suuri määrä erilaisia epäsuoria tapoja ilmaista kehotusta. Osa niistä on kielipiillistuneita muotoja, kuten kysymyslause, jota käytetään laajasti pyynnön osoittamisessa: *Ojentaisitko suolakipon? Pesisitkö auton? Laittaisitko saunan päälle?*

Erilaisia kehotuksia (pyyntöjä, neuvoja, vaatimuksia, kutsuja, ehdotuksia) ilmaistaan kuitenkin usein peiteltyemmin käyttämällä vihjailevaa puhetta, koska se koetaan tehokkaammaksi tavaksi vaikuttaa kuulijaan. Joskus vihje on yksiselitteinen. Jos sanoo ulos menevälle, että roskapussi on täynnä, on vaikea olla ymmärtämättä, että kyseessä on pyyntö viedä se roskikseen. Jos taas kertoo puolisolleen tai ystävälleen Liisan ja Laurin käyneen katsomassa Tuntemattoman, kyseessä voi olla pelkkä toteamus tai vihje mennä katsomaan elokuvaa.

Seuraavaan taulukkoon on koottu erilaisia keinoja ilmaista kehotus. Ensimmäisessä sarakkeessa on niin sanottujen performatiiviverbien käyttö. Siinä puhuja

käyttää kehotusta ilmaisevaa verbiä ensimmäisessä persoonassa. Jokapäiväisissä tilanteissa tällainen ilmaus voi tuntua juhlavalta, mutta sillä voidaan korostaa kehotusta eritoten, jos äänensävy on korostetun ponnekas: *Pyydän sinua poistumaan* tai *Ehdotan, että tekisimme sovinnon*. Se on myös tavallinen, kun puhutaan laajemmalle joukolle, esimerkiksi: *Pyydän teitä kiinnittämään huomiota uusiin määräyksiin* tai *Neuvomme kaikkia tulemaan ajoissa ruuhkien välttämiseksi*. Toisessa sarakkeessa on imperatiivimuotoja (*mene, osta, tee*), joilla ohjataan kuulijan toimintaa. Jos puhujakin on mukana tekemässä samaa asiaa, käytetään inklusiivista passiivimuotoa: *mennään, ostetaan, tehdään*.

Seuraavassa sarakkeessa on jo edellä mainittu konventionaalinen epäsuora tapa osoittaa kehotusta kysymyslauseella. Suomen kielessä verbi on tällöin usein konditionaalissa. Erilaiset modaalirakenteet, joissa käytetään verbejä, substantiiveja ja adverbereja, ilmaisevat suoraa tai melko suoraa kehotusta. Niiden merkitykset muodostavat laajan skaalan eri vivahteita: *Sinun pitää / täytyy / kannattaa / on pakko käydä alennusmyynnissä*. Usein muotona on konditionaali: *Sinun pitäisi/kannattaisi ostaa uusi puku, Sinä voisit ostaa uuden puvun*. Merkitykseltään lähelle modaalilmauksia tulevat pehmentimet, joissa on arvottava ilmaus, esimerkiksi *Olisi hyvä...* (ks. kohta Pehmentimet).

Lopuissa kahdessa sarakkeessa esitellään keinoja käyttää vihjeitä pyynnön ilmaisemiseen. Mitään tarkkaa rajaa selvän vihjeen ja piilovihjeen välillä ei kuitenkaan ole.

	performatiiviverbi	kieliopillistunut muoto (imperatiivi)	konventionaalinen epäsuora tapa ilmaista pyyntö (kysymys)	selvä vihje	modaali-ilmaus	piilovihje
<b>pyyntö</b> (ostaa x)	Pyydän sinua ostamaan olutta.	Tuo kaupasta olutta!	Voisitko ostaa tullessasi olutta?	Pitää ostaa myös olutta.	(kauppaan lähtevälle) Suola on ihan loppu.	(tv:tä katsottaessa) Kaikilla muilla on jo taulu-tv.
<b>neuvo</b> (valita työryhmään x)	Neuvo(isi)n teitä valitsemaan Liisan.	Valitkaa Liisa!	Olisikohan Liisa hyvä valinta?	Kannattaa valita Liisa.	Liisa olisi hyvä valinta.	Liisa on menestynyt hyvin tällaisissa tehtävissä.
<b>vaatimus tai käsky</b> (ottaa lakki päästä sisällä)	Vaadin kaikkia ottamaan lakin päästä!	Ottakaa lakki päästä!	Ottaisitteko lakin päästä?	Lakkia ei saa käyttää sisällä.	Mitä jos ottaisitte lakin päästä?	Täällä ei ole tapana olla sisällä lakki päässä.
<b>kutsu</b> (tulla paikkaan x)	Kutsun teidät myyjäisiin.	Tulkaa meidän myyjäisiin!	Voisitteko ajatella tulevanne myyjäisiin?	Voisitte tulla myyjäisiin.	Olette tervetulleita meidän myyjäisiin.	Myyjäisissä on tarjolla kaikkea hyödyllistä.
<b>ehdotus</b> (mennä yhdessä jonnekin)	Ehdotan, että menemme kahville.	Poiketaan tuonne kahville!	Mentäisiinkö kahvilaan?	Kannattaisikohan mennä kahville?	Tuossa olisi yksi hyvä kahvila.	Tähän aikaan me juodaan yleensä kahvia.

## Pehmentimet

Kehotuksen ehdottomuutta voidaan vähentää myös erilaisilla pehmentimillä. Ne voivat hämärtää puhujan tarkoitusta, mutta niiden käytöllä yritetään varmistaa, että puhujan ja kuulijan väleihin ei synny säröä. Näin vastakkain on kaksi vuoro-vaikutuksen intentiota: viestin selkeys, mikä varmistaa, että tavoiteltu toiminta toteutuu, sekä hyvät suhteet kehotuksen kohteeseen. Mitä enemmän pehmentimiä ja epäsuoraa puhetapaa käytetään, sitä suuremmaksi kasvaa riski, että viesti ei mene perille. Toisaalta liian suora puhe voi aiheuttaa sen, että kuulija loukkaantuu tai ärsyyntyy eikä sen vuoksi halua noudattaa kehotusta tai tekee toivotulla tavalla tällä kertaa, mutta on jatkossa haluton yhteistyöhön. Se, mikä on milloinkin paras puhestrategia, riippuu puhujasta, kuulijasta, yleisestä puhelukulttuurista ja puhetilanteesta.

Pienissä arkielämän pyynnöissä ei pehmentimiä yleensä tarvita, esimerkiksi *Ojentaisitko sen lehden, Saanko lainata kynää, Pane pyykkikone yöksi käymään tai Älä unohda pistää kirjettä laatikkoon*. Sen sijaan kun pyydetään tekemään isompia ja vaikeampia suorituksia, jotka vievät aikaa ja energiaa, turvaututaan usein pehmentimiin, joista osasta käytetään nimitystä *hedge*. Monet niistä liittyvät varmuusasteen lieventämiseen, esimerkiksi *Sinun kannattaisi käydä parturissa tai Volvo olisi varmaan parempi valinta*. Myös performatiiviverbiä voidaan pehmentää: *Saattaisiin ehdottaa teille burn out -lomaa tai Neuvoin olemaan lottoamatta ja laittamaan nekin rahat säästöttilille*.

Useat pehmentimet liittyvät evidentialisuuteen eli siihen, mikä taho on pyynnön takana. Jos puhuja persoonallistaa kehotuksen ja vetoaa omaan käsitykseen, sekin vähentää ehdottomuutta: *Minun mielestäni sinun kannattaisi ostaa uusi älypuhelin*. Toisaalta puhuja voi vähentää omaa osuuttaan vetoamalla johonkin yleisempään tahoon: *Normien/säädösten/nykykäytännön mukaan sinun pitäisi lopuksi vielä tarkistaa kaikki pultit*. Sanaa oikeastaan käytetään hieman oraakkelimaisesti: *Oikeastaan ainoa vaihtoehto on erottaa valmentaja*. Joskus johtajat käyttävät ikävien asioiden lieventämiseen pitkiä viittauksia maailmankaupan vaikeuksiin ja yrityksen vakavaraisuuden heikkenemiseen.

Yksi mahdollinen puhestrategia on yrittää siirtää näkökulma kehotuksen kohteeseen itseensä, esimerkiksi: *Sinuna pistäisin tuohon vielä väriä, Sinun kannalta si katsottuna teksti vaatii vielä pientä viilausta tai Sinun asemassasi ratkaisisin asian mahdollisimman nopeasti*. Kehuminen ja imartelu voivat lisätä kuulijan herkkyyttä kehotusta kohtaan: *Aivan erinomaista keittoa, mutta pistäisin vähän enemmän mausteita, Onpa mainio blogi, mutta nuo kielivirheet kannattaisi kuitenkin korjata tai Olet meidän parhaita kirjoittajia, mutta tämä juttu vaatii täydellistä uudelleenkirjoittamista*. Kehuminen ja imartelu ovat sensitiivisiä keinoja tehostaa kehotusta, koska ne saattavat ärsyttää kuulijaa, jos ne tuntuvat teennäisiltä.

Tietynlainen pehmentäminen on myös kehotuksen arvottaminen, kuten: *Olisi hyvä, jos eroat itse hallituksesta, Kaikkien kannalta olisi paras ratkaisu, jos pyytäisitte anteeksi*

*käyttäytymistäsi, Todella uhrautuvaista, jos teet jutun valmiiksi tiistaiksi. Arvottavien sanojen käytössä suomen kieleen on viime vuosina levinnyt kiittelyn ylitsevuotavuus: Aivan mahtavaa, jos..., Todella upeata, kun..., Sikamakeeta, kun...*

Pehmentimen tavoin toimii myös tekijän häivyttäminen ja kehotuksen yleistäminen. Sen sijasta, että sanottaisiin *Tee juttu kuuteen mennessä*, sanotaankin *Tarvitsen jutun kuuteen mennessä*, *Juttu tarvitaan kuuteen mennessä* tai *Jutun pitäisi olla valmiina kuuteen mennessä*.

### Toimittaja työssään

Tarkastelen lopuksi Jo Mackiewiczin ja Kathryn Riley'n artikkelin innoittamana konkreettista esimerkkiä, jonka avulla voidaan arvioida erilaisten puhestrategioiden tarkoituksenmukaisuutta. Artikkelin tekee mielenkiintoiseksi se, että jo sen otsikossa mainitaan sana *diplomatia*: "The technical editor as diplomat: Linguistic strategies for balancing clarity and politeness" (2003). Olen sovittanut artikkelin esimerkit suomen kieleen ja olen muutenkin tehnyt artikkelissa esitettyyn luokitteluun omia täydennyksiä. Pohdittavassa tilanteessa lehden toimittaja halua ehdottaa kirjoittajalle taulukon lisäämistä tekstiin.

**Performatiivi:** *Ehdotan/vaadin/suosittelen, että laitat tähän kohtaan taulukon.*

- + konditionaali performatiiviverbissä: *Ehdottaisin, että laitat tähän kohtaan taulukon.*
- + konditionaali pääverbissä: *Ehdotan, että laittaisit tähän kohtaan taulukon.*

- + arvostus ja henkilökohtaistaminen: *Arvostaisin suuresti, jos lisäisit tähän taulukon.*
- + "performatiivisubstantiivi": *Ehdotukseni/suositukseni on, että laitat tähän taulukon.*

**Imperatiivi:** *Laita tähän kohtaan taulukko!*

- + passiivi (subjektin häivyttäminen): *Pistetään tähän kohtaan taulukko.*
- + imartelu: *Tämä on erinomainen juttu, mutta pistä tähän kohtaa taulukko!*

**Kysymyslause:** *Pistetäänkö tähän kohtaan taulukko?*

- + konditionaali: *Laittaisitko tähän kohtaan taulukon?*
- + konditionaali + passiivi: *Pistettäisiinkö tähän taulukko?*
- + modaali-ilmaus ja konditionaali: *Olisiko mahdollista pistää tähän taulukko?*

**Modaali-ilmaus:** *Tähän kohtaan pitää / on pakko / on välttämätöntä / täytyy / on suotavaa pistää taulukko.*

- + konditionaali: *Tähän kohtaan pitäisi / täytyisi pistää taulukko // Tähän kohtaan kuuluisi taulukko.*
- + lieventäjä: *Tässä kohdassa taulukko olisi ehkä/mahdollisesti paikallaan.*
- + henkilökohtaistaminen: *Minusta tähän kohtaan pitää / on välttämätöntä / täytyy pistää taulukko.*
- + muu evidentialisuus (auktoriteettiin vetoaminen): *Ohjeiden mukaan / Normaalisti tähän kuuluisi/pitäisi pistää taulukko.*

- + looginen peruste: *Luettavuuden lisäämiseksi tähän kannattaisi pistää taulukko.*
- + vetoaminen kuulijan kykyihin: *Mieti itse, mutta tuohon kannattaisi ehkä pistää taulukko.*
- + imartelu: *Sinä olet todella erinomainen kirjoittaja, mutta tähän kohtaan voisi pistää taulukon.*

**Väitelause selvänä vihjeenä:** *Tällaisessa kohdassa taulukko lisäksi luettavuutta / selkeyttäisi tekstiä.*

- + arvotus: *Tässä kohtaa taulukko olisi hyvä/erinomainen lisä; Olisi hyvä, jos tässä kohtaa olisi taulukko.*
- + henkilökohtaistaminen: *Mielestäni tähän paikkaan sopisi taulukko; Minä pistäisin tähän taulukon; Sinun asemassasi lisäisin tähän taulukon.*
- + imartelu: *Tämä on erinomainen juttu, mutta tässä kohtaa on paljon lukuja ja taulukko helpottaisi lukemista.*
- + kuulijaan vetoaminen: *Sinuna pistäisin tähän kohtaan taulukon.*
- + muu evidentialisuus (vedotaan auktoriteettiin tai muuhun käytäntöön): *Yleisen käytännön mukaisesti tällaisessa paikassa on yleensä taulukko.*
- + looginen peruste: *Luettavuus lisääntyy, jos tähän pistetään taulukko.*
- + tosiasioihin vetoaminen: *Yleensä kun on näin paljon lukuja käytetään taulukkoa.*

**Väitelause piilovihjeenä:** *Tässä kohta on paljon lukuja, joita on melko vaikea hahmottaa.*

- + modaali-ilmaus: *Lukijalla voi olla ongelmia pysyä mukana tässä kohtaa, kun lukuja on niin paljon.*
- + imartelu: *Loistavaa tekstiä, mutta tässä kohtaa on paljon lukuja, joita on vaikea hahmottaa.*

Erilaisia tapoja kertoa taulukon tarpeellisuudesta on siis valtava määrä. Valinta niiden välillä on kiinni puhujan kyvystä mukauttaa sanottavansa kuulijan ja puhe-tilanteen mukaan. Oikean sävyn valintaan vaikuttavat muun muassa seuraavat seikat: kuinka hyvin puhekumppanit tuntevat toistensa ja mitkä on heidän välinsä, onko tilanne toistuva vai ainutkertainen, kuinka välttämätöntä kehotuksen suorittaminen on ja puhuvatko he kumpikin äidinkielellään. Kuten tunnettua, puheen suoruudessa on suuria eroja myös korkeakontekstisten ja matalakontekstisten kulttuurien välillä. Itäaasialaisessa kulttuurissa vältetään suoraan puhumista ja opitaan lukemaan merkityksiä, joita ei sanota ääneen, sen sijaan monissa läntisissä kulttuureissa, eritoten Yhdysvalloissa, on vallalla puhekulttuuri, jossa kontekstin apuun puheen tulkitsemisessä ei luoteta, vaan asiat ilmaistaan suoremmin. Suomalainen kulttuuri ei sijoitu kumpaankaan ääripäähän, mutta on kuitenkin lähempänä amerikkalaista tapaa puhua. Kulttuureiden sisällä on kuitenkin paljon alueellista ja työpaikkakohtaista vaihtelua. Puhetyyli on myös hyvin henkilökohtainen asia, jonka jokainen kielenkäyttäjä määrittää omalta kohdaltaan.

suora ja täsmällinen x ..... x epäsuora ja epämääräinen

### Johtopäätöksiä

Diplomatia-sanaa käytetään yleensä valtioiden välisen politiikan strategiasta, jossa omiin tavoitteisiin pyritään konflikteja välttämällä ja ottamalla huomioon vastapuolen näkemykset. Arjen puhetilanteissa vastaavanlaisia puhestrategiaa näkee päivittäin. Tämä on erityisen tarpeellista, kun kuulijaa pyydetään tekemään jotakin. Näin astutaan kuulijan henkilökohtaisen reviirin ja itsemääräämisoikeuden piiriin. Sen vuoksi puhuja käyttää kehotuksen ilmaisemisessa erilaisia pehmentimiä tai pukee kehotuksen kokonaan vihjeen muotoon. Tämä voi olla tarkoituksenmukaista tavoitteen saavuttamisen kannalta. Toisaalta tästä muodostuu riski, että kuulija ei ymmärrä vihjettä tai ymmärtää sen, mutta kehotuksen epäsuoruus antaa hänelle mahdollisuuden teeskennellä ymmärtämätöntä. Tasapainon löytäminen puheen suoruuden ja diplomatian välillä on ihmisen tärkeimpiä kommunikaatio taitoja, kun hän navigoi arjen haastavissa vuorovaikutustilanteissa.

Diplomatian ja suoran puheen välinen tasapainoilu onnistuu, jos pitää mielessä seuraavat huomiot:

- Puhujalla on yleensä käytössään suuri määrä erilaisia tapoja sanoa sama asia. Hänen ammattitaitoonsa kuuluu kyky valita niistä kulloiseenkin puhetilanteeseen sopiva.
- Suora puhe on kaikkein varmin tapa saada asiansa ymmärretyksi. Eri henkilöt kestävät suoraa puhetta

kuitenkin eri tavoin. Siksi puhujan on monitoroitava puheensa vaikutusta, jotta hän löytäisi sopivan balanssin suoruuden ja diplomatian välille.

- Nuoret ja toisesta kulttuurista tulleet tarvitsevat kannustusta ja pehmentimiä. Pitkään alalla olleet haluavat kokea, että heidän osamisensa tiedostetaan ja siihen luotetaan. He arvostavat selviä ohjeita esitettynä niin, että heille itselleen jää liikkumavaraa niiden toteuttamisessa.

### LÄHTEET:

Bargh, J. A. & Chartrand, T. L. (1999). The unbearable automaticity of being. *American Psychologist*, 54, 462–476.

Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language use*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Dascal, M. (1999). Introduction: Some questions about misunderstanding. *Journal of Pragmatics*, 31(6), 753–762.

Dijksterhuis, A. (2004). Think different: The merits of unconscious thought in preference development and decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(5), 586–598.

Dik, S. C. (1978). *Functional grammar*. Amsterdam ym.: North-Holland. (*North-Holland Linguistic Series 37*)

Falkner, W. (1997). *Verstehen, Missverstehen und Missverständnisse: Untersuchungen an einem Korpus englischer und deutscher Beispiele*. Tübingen: Niemeyer.

Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. New York, NY: Doubleday.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis*. New York, NY: Harper and Row.

Hinnenkamp, V. (2003). Misunderstandings: Interactional structure and strategic resources. Teoksessa J. House, G. Kasper & S. Ross (toim.) *Misunderstandings in Social life: Discourse Approaches to Problematic Talk*. London ym.: Longman, 57–81.

Kecskes, I. & Zhang, F. (2009). Activating, seeking, and creating common ground: A socio-cognitive approach. *Pragmatics & Cognition*, 17(2), 331–355.

Keysar, B. (2007). Communication and miscommunication: The role of egocentric processes. *Intercultural Pragmatics*, 4(4), 71–85.

Keysar, B. & Henly, A. S. (2002). Speakers' overestimation of their effectiveness. *Psychological Science*, 13, 207–212.

Mackiewicz, J. & Riley, K. (2003). The technical editor as diplomat: Linguistic strategies for balancing clarity and politeness. *Technical Communication*, 50(1), 83–94.

Mustajoki, A. (2007). From meaning to form: An alternative model of functional syntax. *Russian Language Journal*, 57, 3–28.

Mustajoki, A. (2012). A speaker-oriented multidimensional approach to risk and causes of miscommunication. *Language and Dialogue*, 2, 216–242.

Mustajoki, A. (2013). Risks of miscommunication in various speech genres. Teoksessa Boriso-va, E. & Souleimanova, O. (toim.) *Understanding by Communication*. Cambridge: Cambridge Scholar Publ., 33–53.

Mustajoki, A. (2017). Why is miscommunication more common in everyday life than in lingua franca conversation? Teoksessa I. Kecskes & S. Assimakopoulos (toim.) *Current Issues in Intercultural pragmatics*. Amsterdam: John Benjamins, 55–74.

Shannon, C. E. & Weaver, W. (1963). *The Mathematical Theory of Communication*.

Shintel, H. & Keysar, B. (2009). Less is more: a minimalist account of joint action in communication. *Topics in Cognitive Science*, 1, 260–273.

Tzanne, A. (2000). *Talking at cross-purposes: The dynamics of miscommunication*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

Verdonik, D. (2010). Between understanding and misunderstanding. *Journal of Pragmatics*, 42(5), 1364–1379.

Yle 2017. Suomalaisin lause. Julkaistu verkossa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/10/31/mika-on-suomalaisinlause-aanesta-nyt>



Yus Ramos, F. (1998). The 'what-do-you-mean syndrome'. A taxonomy of misunderstandings in Harold Pinter's plays. *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense*, 6, 81–100.

Zaefferer, D. (1977). Understanding misunderstanding: A proposal for an explanation of reading choices. *Journal of Pragmatics*, 1, 329–346.



KUKA?

## Joonas Pörsti

- *Joonas Pörsti on filosofian maisteri ja kansainväliseen politiikkaan erikoistunut toimittaja. Hän työskentelee Ulkopoliitikka-lehden toimituspäällikkönä sekä vapaana toimittajana. Vuonna 2017 hän julkaisi teoksen Propagandan lumo – sata vuotta mielten hallintaa. Kirja on ensimmäinen suomeksi julkaistu yleisteos vuosikymmeniin poliittisesta propagandasta ja propagandan historiasta. Aiemmin Pörsti on työskennellyt yleisen tietokirjallisuuden kustannuspäällikkönä Edita Publishing Oy:ssä sekä toimittajana Vihreässä Langassa.*

## VALTIOLLISTA PROPAGANDAA

**V**altiot edistävät ulkopoliittisia tavoitteitaan strategisilla narratiiveilla. Artikkelit tarkastelee kahta 2000-luvun keskeistä suurvalta-politiikan narratiivia, Yhdysvaltojen Irak-narratiivia (2002–2003) ja Venäjän Ukraina-narratiivia (2014–). Ulkoministeri Colin Powellin ja presidentti Vladimir Putinin puheet avaavat, minkälaisia propagandan keinoja Yhdysvaltojen ja Venäjän hallinnot ovat käyttäneet tavoitteidensa ajamiseen kansainvälisessä politiikassa osana strategista viestintäänsä.

## Johdanto

Valtiollisen propagandan välineet ja menetelmät kehittyivät voimakkaasti 1900-luvulla kahden maailmansodan ja kylmän sodan vaikutuksesta. Kylmän sodan päätyttyä propaganda on korvautunut yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa paljolti strategisen viestinnän ja informaatiovaikuttamisen kaltaisilla neutraalimmilla käsitteillä. Propaganda ei ole kuitenkaan hävinnyt politiikasta, vaan se on elänyt 2000-luvulla pikemminkin uutta kukoistuskautta internetin sääntelämättömien viestintäpalveluiden ansiosta ja demokraattisten ihanteiden rapautuessa (Pörsti 2017, 354–371). Valtioilla on yhä houkutus valjastaa viestintänsä ja etenkin johtajiensa puheet propagandan käyttöön, jolloin diplomatia kaikkein loisteliaimmissa puitteissaan voi muuttua disinformaation ja psykologisen manipuloinnin välineeksi. Minkälaista oman aikamme valtiollinen propaganda on luonteeltaan? Minkälaisia propagandan keinoja johtajat sisällyttävät puheisiinsa?

Artikkeli tarkastelee rinnakkain kahta viime vuosikymmenten näyttävintä esimerkkiä ilmiöstä. Helmikuun viidentenä vuonna 2003 Yhdysvaltain ulkoministeri Colin Powell puhui YK:n turvallisuusneuvostossa yli tunnin ajan Irakin joukkotuhoaseiden ja terroristiyhteyksien aiheuttamasta välittömästä vaarasta maailmanyhteisölle. Tietoisen harhauttamisen tarkoitus oli hankkia Yhdysvalloille mahdollisimman laaja kansainvälinen tuki Irakin valloitukselle, josta oli tosiasiallisesti päätetty jo yli vuotta aikaisemmin. (Pillar 2011.)

Maaliskuun 18. päivänä vuonna 2014 Venäjän presidentti Vladimir Putin kehysti Kremlissä pidetyssä puheessaan Krimin miehityksen alueen asukkaiden omaksi vapaaksi valinnaksi irtautua Ukrainasta ja liittyä Venäjään. Pontimena oli tällä kertaa Kiovassa tapahtunut ”vallankaappaus”, joka oli Putinin mukaan ”kansallismielisten, uusnatsien, russofobien ja antisemiittien” käsialaa (Putin 2014).

Artikkeli tarkastelee kumpaakin puhetta myös osana laajempaa vaikuttamiskampanjaa. Yhdysvaltojen ja Venäjän hallinnot valjastivat vuorollaan valtion viestinnän ja pr-toiminnan, diplomaattisen suostuttelun ja jopa kansainväliset neuvottelut propagandan järjestelmälliseen levittämiseen. Lopuksi esitetään joitakin huomioita strategisen viestinnän ja propagandan yhtäläisyyksistä ja eroista. Niiden välinen raja on liukuva, sillä molemmissa tukeudutaan samanlaisiin keinoihin, kuten narratiiviin rakenteisiin, stereotyyppioihin ja metaforiin sekä poliittisten myyttien käyttöön.

## Narratiivi ja propaganda

Valtiojohtajien puheet ovat diplomatiassa avainpaikalla. Etenkin suurvalloilla on mahdollisuus tavoittaa niillä maailmanlaajuinen yleisö. Onnistuessaan poliittisen päättäjän puhe palvelee valtion strategista viestintää kertomalla kansakunnan arvoista, historiasta ja tavoitteista.

Valtiot pyrkivät vaikuttamaan yleisöön *strategisten narratiivien* avulla. Narratiivisen psykologian pioneeri Theodore Sarbin päätteli 1980-luvulla, että ”ihminen ajattelee, havainnoi, kuvittelee ja tekee moraa-

lisia valintoja narratiivisten rakenteiden perusteella” (Hanne 2014, 5). Yhdysvaltain armeijan psykologisten operaatioiden asiantuntija Miranda Holmstrom kuvaa kertomusten merkitystä osuvasti: ”Narratiivi tarjoaa selityksiä. Se kertoo menneisyydestä, perustelee nykyisyyttä ja tarjoaa näköalan tulevaisuuteen. Saamme siitä puitteet tarinalle ja sen tapahtumille. Sitä vasten tulkitaan uutta informaatiota ja tosiasioita” (Holmstrom 2015).

Poliittiset yhteisöt syntyvät jaetuista kertomuksista. Strategisten narratiivien avulla valtiot pyrkivät vaikuttamaan kansainväliseen järjestelmään, muokkaavat kuullijoiden identiteettiä ja oikeutavat omaa toimintaansa (Miskimmon ym. 2017). Vaikuttavuutta tavoitellaan pelkistämällä kertomuksen keskeisiä piirteitä. Syy-seuraussuhteet ja tapahtumien järjestys asetetaan palvelemaan kertojan tavoitteita ja kertomuksesta saatetaan poistaa olennaisia tekijöitä (Bacon 2015, 17–18).

Propagandalle on annettu lähes sadan vuoden aikana tutkimuksessa monia erilaisia määritelmiä. Tässä artikkelissa seurataan viestinnän tutkimuksessa vakiintunutta näkemystä, jonka mukaan poliittisessa viestinnässä siirrytään suostuteluista propagandan puolelle, jos viestintä on yksipuolista, ajaa vain lähettäjän etuja eikä huomioi vastaanottajien näkökulmia tai pyri lisäämään yhteisymmärrystä (Jowett & O’Donnell 2012).

Poliittisen propagandan tunnusmerkkejä ovat *disinformaatio* eli tarkoituksella levitetty harhaanjohtava tai väärä tieto sekä psykologinen manipulointi, jossa

hyödynnetään tavallisesti kuulijoiden *stereotypioita*. Stereotypiat ovat syvään juurtuneita yksinkertaistavia uskomuksia esimerkiksi ulkomaalaisista, vähemmistöistä tai toisin ajattelevista poliittisista ryhmistä. Propaganda on demokraattisten ihanteiden vastaista, sillä se pyrkii rajoittamaan julkista keskustelua politiikan vaihtoehtoista ilman järkeviä perusteluita. Propaganda voi silti perustua tosiasioihin. Olennaista on, että tosiasiat on irrotettu asiayhteydestään ja kehystetty uudelleen palvelemaan propagandistin tarkoitusta. (Stanley 2015, 139–177.)

### Vahvat metaforat

Tehokas propaganda vaikuttaa julkiseen keskusteluun *metaforien* avulla. Metaforien käyttö on jo Aristoteleen *Runousopista* tuttu retorinen keino, jolla siirretään merkityksiä ”antamalla asialle nimi, joka varsinaisesti kuuluu jollekin toiselle asialle” (Perelman 1996). Kansanmurhia ja sotia valmistellaan tyypillisesti halvennettavilla metaforisilla viholliskuvilla, jotka sisältävät erottelun ”meihin ja heihin”. Juutalaiset leimattiin natsi-Saksassa terveydelle vaarallisiksi ”rotiksi”, tutsivähemmistö Ruandassa ”torakoiksi” ja ”käärmeiksi”, jotka oli murskattava. Usein sanoilla kehystäminen on kuitenkin hienovaraisempaa, sillä moniin sanoihin liittyy piilomerkityksiä (Stanley 2015, 155).

Metaforat helpottavat kompleksisten poliittisten tilanteiden jäsentämistä yhdistämällä tyypillisesti uuteen abstraktiin teemaan tuttua ja konkreettista – ilman niitä politiikan teko tai jopa ajattelu olisi hankalaa (Perelman 1996,

140). Siinä missä narratiiveilla kuvataan tapahtumien välisiä yhteyksiä, toimijoita ja heidän motiivejaan, metaforien avulla puhuja tarjoaa kuulijoille merkityksiä, oman käsitteellisen linssinsä, jonka läpi tilannetta tarkastellaan. Metaforat ovat usein niin ilmaisuvoimaisia, että jo niiden käyttö voi riittää aktivoimaan kuulijoiden mielessä laajempia narratiiveja. Poliitiikan tutkimuksessa narratiiveja ja metaforia on tutkittu osin eri tutkimusperinteissä. Viime vuosina nämä perinteet ovat alkaneet kohdata hedelmällisellä tavalla. (Hanne 2014, 5, 23–24.)

### Ajattelukehykset

Propagandan voima ja kesto perustuvat siihen, että aivoihimme syntyy pysyviä muistijälkiä, kun opimme assosioimaan tiettyjä asioita keskenään. Berkeleyyn yliopiston kognitiivisen kielitieteen professori George Lakoff kutsuu aivoihimme syntyviä ajattelumalleja kehyksiksi. Ajattelukehykset vaikuttavat meihin pääosin tiedostamattomasti aktivoimalla tunteita ja mielikuvia, joiden avulla jäsenämme maailmaa. Totuutta kuunnellaan vain, jos se sopii olemassa oleviin ajatuskehyksiin. Muuten faktat torjutaan, ne tulkitaan järjenvastaisiksi tai moraalittomiksi. (Lakoff 2014, xi-xii, 15–16, 51–52.)

Usein propagandistit tukeutuvat jo valmiisiin ajatuskehyksiin, joita tarjoavat olemassa olevat *poliittiset myytit*. Ne ovat suuria perustavia narratiiveja, joita vaalitaan kansallisesti tai saman ideologian, etnisen tai uskonnollisen taustan jakavissa yhteisöissä. Myytti tarjoaa yhteisölle kehyksen oman historiansa ja luonteensa

jäsentämiseksi. Monet myytit ovat maa- ja kulttuurikohtaisia. Siinä missä Ranskassa vaalitaan vallankumousmyyttiä, Yhdysvalloissa sen sijaan myyttejä amerikkalaisesta ekseptionalismista ja maan kutsumuskohdalosta (*Manifest Destiny*), joka velvoittaa laajentamaan demokratian ja vapauden alaa maantieteellisesti (Hanne 2014, 12–14). Sosiologi Jacques Ellul on kuvannut myyttejä kokonaisvaltaisiksi mielilikuviksi, jotka liikuttavat ihmisiä ja vastaavat pyhyden kaipuuseen. Näin propaganda vastaa vastaanottajien psykologisiin ja sosiaalisiin tarpeisiin ymmärtää monimutkaista maailmaa, osallistua ja tuntea kuuluvansa voimakkaaseen yhteisöön (Ellul 1973).

1900-luvun viestinnän tutkimuksen pioneeri Harold Lasswell katsoi, että poliittinen propaganda on joukkoviestinnän käyttöä vallan välineenä: ”Pitkän aikavälin tavoitteena on käyttää valtaa mahdollisimman kustannustehokkaasti. Ja erityisesti: hallita maailmaa mahdollisimman kustannustehokkaasti” (Lasswell 1951).

### YK:n turvallisuusneuvostossa

Yhdysvaltojen ulkoministeri Colin Powell vakuutti 5. helmikuuta 2003 puheessaan YK:n turvallisuusneuvostossa, että Irakin valtaaminen asevoimin oli välttämätöntä eikä diktaattori Saddam Husseinin hallinnon kaatamiselle ollut enää vaihtoehtoja. Muussa tapauksessa terroristit voisivat tehdä kemiallisin ja biologisin asein paljon tuhoisampia iskuja kuin New Yorkissa syyskuussa 2001 (Jones 2010, 100). Powellin puhe oli valmisteltu presidentinhallinnon, ulkoministeriön ja keskustiedustelu-

palvelu CIA:n yhteistyönä (Pillar 2011).

Irakilla oli käynnissä Powellin mukaan myös ydinaseohjelma, ja maa kehitti kiellettyjä ballistisia ohjuksia. Lisäksi Saddamin hallinnolla oli tiiviit yhteydet Irakin kurdialueille pesiytyneeseen al-Qaidan soluun, jota johti Abu Musab al-Zarqawi. Kaikki nämä tiedot olivat Powellin mukaan ”sataprosenttisen luotettavia” ja perustuivat monelta taholta varmistettuihin tiedustelulähteisiin. (Powell 2003.)

Tosiasiaa kaikki puheen keskeiset kohdat joukkotuhoaseista olivat epätosia tai harhaanjohtavia ja perustuivat yksittäisiltä irakilaisilta loikkareilta saatuihin tietoihin, jotka Euroopan tai Yhdysvaltojen omat tiedusteluelimet olivat arvioineet epäluotettaviksi. Yhdysvaltojen hallitus kuitenkin pimitti tietoihin liittyvät epävarmuudet ja asiantuntijankemetykset YK:n turvallisuusneuvostossa ja omilta kansalaisiltaan (Pillar 2011, 142–143; ElBaradei 61–63). Irakissa ei ollut joukkotuhoaseita. Irakin ydinaseohjelma oli päättynyt 1990-luvun alussa Persianlahden sodan jälkeen. Maan hallinnon yhteydet al-Qaidaan olivat kuvitteellisia: tiedot niistä oli puristettu kiduttamalla yhdeltä lähteeltä, jonka tiedustelupalvelu CIA oli arvioinut epäluotettavaksi muutamaa päivää ennen Powellin puhetta (Isikoff & Corn 2006, 187–188). Tosiseikkojen puuttuminen korvattiin Powellin puheessa teknisellä todistusaineistolla, jolla Yhdysvallat yritti vakuuttaa maailmanlaajuisen yleisön tiedustelutietojen tarkkuudesta.

Yhdysvaltojen uuskonservatiivinen hallinto oli alkanut valmistella Irakin valtausta pian al-Qaidan syyskuussa 2001

tekemien terrori-iskujen jälkeen (Woodward 2004). Bushin kansliapäällikkö Andrew Card oli perustanut elokuussa 2002 Valkoiseen taloon Irak-ryhmän koordinoimaan julkisuuskampanjaa sotaa varten. Toteutus käynnistyi syyskuussa, kun amerikkalaiset olivat palanneet lomilta. ”Markkinointinäkökulmasta ei ole viisasta lanseerata uusia tuotteita elokuussa”, Card perusteli kampanjan ajoitusta (Bumiller 2002). Kampanjan teemat toistuivat syksyn ja talven aikana useissa korkean tason puheenvuoroissa, joita varapresidentti Dick Cheney, puolustusministeri Donald Rumsfeld, apulaispuolustusministeri Paul Wolfowitz ja Valkoisen talon korkeat virkamiehet pitivät.

### **Pelolla johtaminen**

Paljastavaa on, että juuri väitteet ydinaseista esiintyivät usein Bushin hallinnon ulostuloissa, vaikka ne olivat kaikkein hatarimmalla pohjalla. Irakin sotaa valmisteltiin vetoamalla kuulijoiden tunteisiin ja erityisesti pelon tunteeseen, kuten presidentti Bushin puhe Ohion Cincinnatissa lokakuulta 2002 kertoo:

*Todisteet osoittavat, että Irak rakentaa uudelleen ydinaseohjelmaansa. Saddam Hussein on tavannut useaan kertaan Irakin ydinmateriaalitutkijoita. Heidän ryhmänsä Saddam on nimennyt omaksi ”ydinase-mujahideenikseen” – ydinase-uskonsotureikseen. Satelliittikuvat paljastavat, että Irak rakentaa uudelleen laitoksia alueilla, jotka ovat kuuluneet aiemmin maan ydinaseohjelmaan.*  
– – Yhdysvallat ei voi sulkea silmiään

*meitä vastaan nousevalta uhkalta. Vaaran merkit ovat selvät, emmekä voi jäädä odottamaan lopullisia todisteita – savuavaa asetta – joka voi nousta esiin sienipilven muodossa. (Bush 2002.)*

”Savuava ase”, joka näkyisi ”sienipilven muodossa”, kuului niihin kielikuviin, joita Valkoisen talon puheenkirjoittajat olivat muokanneet valtiojohdon käyttöön Irakin sodan myymiseksi suurelle yleisölle (Isikoff & Corn 2006, 35). Narratiivia vahvistettiin muilla vastaavilla metaforilla, joista tunnetuimmiksi tulivat ”terrorismin vastainen sota” (*war on terror*) ja ”pahan akseli” (*axis of evil*): jälkimmäinen sanapari viittasi äärimmäiseen pahuuteen ja toisen maailmansodan totalitaarisiin akselivaltoihin ja tarjosi samalla vastinparin Yhdysvaltojen edustamalle korkeammalle hyvälle. Puheenkirjoittajat miettivät, minkälaiset mielleyhtymät vetoaisivat parhaiten yleisöön. Sen jälkeen tiedustelutietoja muokattiin niihin sopiviksi (Pörsti 2017, 202–205).

Kun samaa narratiivia ja väittämiä toistettiin iskulauseiden tavoin riittävän pitkään, yhdysvaltalaisen epäröinti mureni ja sodan kannatus vahvistui. Lokakuussa 2002 jo 79 prosenttia amerikkalaisista uskoi, että Irakilla oli ydinaseita tai maa saisi pian sellaisia käyttöönsä. Enemmistö amerikkalaisista oli jo kääntynyt sodan kannalle (Feinstein 2002).

Kun maltillisena realistina tuntenut ulkoministeri Powell sitten laittoi neljä kuukautta myöhemmin oman arvovaltansa likoon ja perusteli sotaa rationaalisen tuntuksella teknisellä tiedusteluaineistolla,

monet epäilijätkin käänsivät kelkkansa.

### **Pyhän Yrjön salissa**

Venäjän presidentti Vladimir Putin ilmoitti juhlassa puheessaan 18. maaliskuuta 2014, että Venäjä hyväksyy Krimin uuden hallinnon pyynnön Venäjän liittovaltion jäsenyydestä. Puhe oli Kremlin ”poliittisten teknologien” taidonnäyte keskellä Ukrainan kriisiä. Puheelle valittu näyttämö oli täynnä symboliikkaa: Pyhän Yrjön salin seinille kiinnitettiin marmorilaattoihin on ikuistettu kullatuin kirjaimin tsaarin-aikaisten sotasankareiden nimiä. Samassa salissa Stalin juhlisti vuonna 1945 voittoa natsi-Saksasta. Nyt suurista kullatuista ovista käveli sisään voittoisa presidentti Putin, joka kertoi Venäjän liittävän Ukrainaankuuluvaan Krimin niemimaan valtakuntaansa. Puhe tulkittiin välittömästi sekä Venäjän lehdistössä että ulkomailla paradigman muutokseksi Venäjän ulkopolitiikassa ja sitä tukevassa narratiivissa. Vakauden tavoite painui taustalle (Bacon 2015, 14–15).

Venäjän hallinnon narratiivissa ”hyökääjä muuttui uhriksi ja uhria syytetään konfliktin aloittamisesta”, kuten Katri Pynnöniemi on kirjoittanut (Pynnöniemi & Rác 2016). Venäjä lietsoi aktiivisesti kapinaa Krimillä ja Itä-Ukrainassa ja toi asevoimansa molemmille alueille (Czuperski ym. 2015), mutta syytti konfliktista Ukrainaa. Krimin valtaus erikoisjoukoilla muuttui niemimaan asukkaiden vapaaksi valinnaksi, joka noudatti täysin ”demo-kraattista järjestystä ja kansainvälisiä normeja”, kuten Putin nyt väitti (Putin 2014).

## Isänmaallinen hurman nostatus

Putinille pahoja toimijoita olivat länsival-  
lat, jotka ”toitottavat Ukrainan suuruutta,  
mutta ovat samalla tehneet kaikkensa  
jakaakseen kansakunnan”. Hyveellisiä  
päähenkilöitä olivat ”venäläiset”, ”venä-  
jäntkieliset” tai pelkästään Venäjä. Ukraina  
menetti itsenäisen asemansa: edellisen  
vuosikymmenen väri vallankumouksissa  
entisen Neuvostoliiton alueen asukkai-  
den ”tunteita oli hyödynnetty kynyisesti”.  
Alueen maat oli pakotettu noudattamaan  
normeja, jotka ”eivät sopineet millään  
tavalla maiden väestön elämäntapaan,  
perinteisiin tai kulttuureihin”. Nyt sama  
toistui Putinin mukaan Ukrainassa, ja  
seurauksena oli kaaos.

Puhe sai innostuneen vastaanoton  
venäläisten suurelta enemmistöltä. Sen  
jälkeen presidentin kannatus nousi  
aiemmalta reilun 60 prosentin tasolta yli  
85 prosenttiin (Levada 2018). Myös monet  
kriittisesti Putinin hallintoon aiemmin  
suhtautuneet valtasi isänmaallinen hurma.  
Puheen sisällön lähempi tarkastelu auttaa  
ymmärtämään, miksi näin tapahtui.

Puhe edusti toisaalta jatkumoa Venäjän  
yhtenäisyyttä korostavalle narratiiville,  
joka on vallinnut koko Putinin valta-  
kauden. Se kuitenkin korosti aiempaa  
voimakkaammin etnisen venäläisyyden  
merkitystä ja paalutti venäläisyyden osaksi  
tuhattavuotista ortodoksista sivilisaatiota.  
Samalla Ukraina liitettiin mukaan tähän  
yhtenäisenä esitettyyn kulttuuripiiriin:

*Kaikki Krimillä todistaa yhteisestä histo-  
riastamme ja kunniamme. Siellä  
prinssi Vladimir kastettiin muinaisessa*

*Khersonesoksessa. Hänen hengellinen  
saavutuksensa oli kääntyminen ortodok-  
siseen uskoon, joka on määritellyt Venä-  
jän, Ukrainan ja Valko-Venäjän kansojen  
yhteistä kulttuuria, sivistystä ja arvo-  
perustaa. Siellä ovat myös niiden venä-  
läisten sotilaiden haudat, joiden sankaruu-  
den ansiosta Krim liitettiin osaksi  
Venäjän imperiumia. (Putin 2014.)*

Lännen voimapolitiikan arvostelu on kuu-  
lunut Venäjän valtiojohton narratiiviin  
Münchenin vuoden 2007 turvallisuuskoko-  
uksesta saakka. Nyt Putin liitti lännenvas-  
taisuuteen uutena elementtinä fasismiin-  
vastaisen taistelun teeman. Krimin ei  
tullut ”seurata Banderan jalanjäljissä”.  
Tämä viittasi toisen maailmansodan ai-  
kaiseen kansallismieliseen ukrainalaiseen  
itsenäisyystaistelijaan Stepan Banderaan,  
joka teki yhteistyötä natsi-Saksan kanssa  
maansa vapauttamiseksi Puolan ja Neu-  
vostoliiton hallinnasta. ”Banderiiteista” tuli  
keskeinen teema kommunismin aikaisessa  
viholliskuvastossa, jota Putin nyt puheel-  
laan elvytti henkiin.

Puheen narratiivinen käänne yhdis-  
ti keskenään kaksi suurinta venäläistä  
myyttiä: toisaalta Venäjän ”kolmantena  
Roomana”, joka kantaa eteenpäin kristin-  
uskon helleenibysanttilaista perintöä,  
toisaalta ”suuren isänmaallisen sodan”  
sankarimyytin. Myöhemmin keväällä  
neuvostoaikaisista viholliskuvista muodos-  
tui johtava teema Venäjän propagandassa  
(Gaufman 2015).

Puhe yhdisteli taitavasti tosiasioita tie-  
tojen pimitämiseen ja disinformaatioon.  
Puheensa alkupuolella Putin esimerkiksi



analysoi realistisin sanankääntein Neuvostoliiton hajoamisen seurauksia – ja myönsi, että Venäjä oli joututtanut prosessia. Tällaisia totuuksia ja osatoukuksia vasten väitteet ”Krimin paikallisista itsepuolustusjoukoista” ja Venäjän laajemman narratiivin ”kohteliaista miehistä” vaikuttivat uskottavammilta.

### Puheet vertailussa

Yhdysvaltain Irak-narratiiville ja Venäjän Ukraina-narratiiville oli yhteistä viholliskuvan luominen valmiiden stereotyyppien avulla. Powellin puhe kohdistui Saddam Husseinin hallinnon tekemiin vääryyksiin, mutta sisälsi viittauksia palestiinalaisterroristeihin ja terroristijärjestö al-Qaidaan, joka oli iskenyt Yhdysvaltoihin syyskuussa 2001. Putinin puheessa konnan rooli lankesi jotakuinkin samoille tahoille kuin Neuvostoliiton voiman päivinä: länsimaille sekä sekalaiselle joukolle Ukrainan ”kansallismielisiä”, ”russofobeja” ja ”banderiitteja”. Kummassakin puheessa vihollisjoukon keskinäiset yhteydet olivat vähintäänkin epäselviä, mutta stereotyyppiat kuulijoille tuttuja.

Metaforien käytössä molemmat puheet olivat riisuttuja. Powell puhui korostetun asiakeskeisesti ja tähdensi argumenttiensa rationaalisuutta. Poissa olivat varoitukset sienipilvistä ja pahan akselistä, joilla yhdysvaltalaisia oli käännytetty edellisen puolen vuoden ajan sodan kannalle. Myöskään presidentti Bushin puheissaan viljelemät viittaukset Yhdysvaltain myyttiseen tehtävään pelastaa maailma pimeydestä vapauden ja turvallisuuden valtakuntaan eivät kuuluneet nyt julkilausuttuina. Puhe

oli suunnattu kansainväliselle yleisölle, joka punnitsi Irakin sotaa eri lähtökohdista kuin yhdysvaltalaiset. Asiakeskeisyys vetosi kuitenkin myös osaan kotimaisesta yleisöstä. Esimerkiksi New York Times arvioi seuraavana päivänä, että Powell esiintyi vakuuttavasti, koska ”vältti apokalyptisiä viittauksia hyvän ja pahan taisteluun ja esitti sen sijaan selväjärkisiä todisteita Husseinin järjestelmää vastaan.” (*New York Times* 2003.)

*New York Timesin* ohella myös toinen kriittisestä journalismistaan tunnettu valtaalehti *Washington Post* lankesi Bushin hallinnon propagandan lumoukseen. Ne julkaisivat presidentinhallinnon syöttämien lähteiden varassa Irakin joukkotuhoaseista laajoja juttuja, jotka osoittautuivat myöhemmin perättömiksi.

Putinin puheen loppuun varattu ilmoitus Krimin niemimaan liittämisestä Venäjään oli symboliarvoltaan niin suuri, että jo se yksin riitti liikuttamaan yleisön tunteita ja käsityksiä kotimaassa ja ulkomailla. Puheen tehtäväksi jäi tämän kovan tosiasian kehystäminen osaksi laajempaa narratiivia. Venäjän hallinto valitsi ainekset maan suurimpien myytien joukosta: ortodoksisen suurvallan ja suuren isänmaallisen sodan kuvastosta. Samalla Putin vahvisti omaa asemaansa valloituksella, joka palautti imperiumin mennyttä mahtia.

Puhetta seurannut propagandakampanja täydensi uutta narratiivia. Television ykköskanava ja useimmat muut suuret tiedotusvälineet olivat valtion hallinnassa ja palvelivat kuuliaisesti sen propagandaa. Ne seurasivat alkuvuodesta 2014 her-

keämättä Ukrainan pienen äärioikeiston liikehdintää. Krimin miehityksen jälkeen maaliskuussa 2014 fasismi-sanaa käytettiin yli 4 000 kertaa Venäjän suurimmissa tiedotusvälineissä (Gaufman 2015, 151). Samaa sanomaa jatkoivat palkatut nettitrollit, jotka levittivät verkossa myös visuaalista propagandaa, kuten kuvamanipulaatiota vauvasta, jonka käsivarteen ukrainalaisen synnytyssairaalan henkilökunnan väitettiin viiltäneen hakaristin.

Putinin hallinnon narratiivi osoittautui näistä kahdesta lopulta joustavammaksi. Bushin hallinnon pääteema Irakin joukkotuhoaseista menetti pohjansa jo muutamassa kuukaudessa. Tosin huomionarvoista on, että Bagdadin kaatumisen jälkeen 34 prosenttia amerikkalaisista oli Marylandin yliopiston tutkimuksen mukaan siinä käsityksessä, että Irakista oli löytynyt joukkotuhoaseita, ja 22 prosenttia luuli, että kiellettyjä aseita oli käytetty amerikkalaisia vastaan. Se kertoo, kuinka sitkeitä tunnemuistiin sisäistetetyt uskomukset ovat – sekä kuinka heikolla pohjalla joidenkin yhdysvaltalaiskanavien, kuten Fox Newsin, journalismi oli. Kanava ei milloinkaan oikaissut kertomiaan vääriä tietoja (Rampton & Stauber 2006). Nykyinen valeutisten täyteinen informaatioympäristö ei ole syntynyt tyhjästä. Sitä on rakennettu Yhdysvalloissa ja monissa muissa maissa määrätietoisilla poliittisilla kampanjoilla.

Venäjän narratiivi ei perustunut joukkotuhoaseiden kaltaisille todennettaville väitteille, ja se jätti tilaa myöhemmille korjausliikkeille poliittisen, diplomaattisen ja sotilaallisen tilanteen kehittyessä. Kio-

van hallinnon ”fasismi” ja kevään aikana herätelty ”kansanmurhan” teema jäivät taustalle syyskuussa 2014, kun Minskin sopimus allekirjoitettiin. Syksyllä 2015 media siirsi kansalaisten huomion uuteen ulkomaiseen sotaan Syyriassa. Nämä siirrot ovat pitäneet Putinin kannatusluvut korkeina. Sekä Yhdysvallat että Euroopan unioni ovat kuitenkin jatkaneet Venäjän vastaisia pakotteita. Muualla Euroopassa Venäjän aggressiivinen esiintyminen on vedonnut lähinnä laitaioikeistoon ja -vasemmistoon. (Shekhovtsov 2016).

### Lopuksi

Yhdysvalloissa Irakin sodan jälkipyykki käynnisti etenkin puolustushallinnossa strategisia narratiiveja koskevan itsetutkimuksen. Taustalla oli asevoimien maineen tahrautuminen Abu Ghraibin vankilan kidutustapauksen ja Irakiin sodan seurauksena pesiytyneen terrorismin vuoksi. Yhdysvaltain korkein sotilasviranomainen, aselajineuvoston puheenjohtaja amiraali Michael Mullen kirjoitti vuonna 2009 tulisen puheenvuoron, jossa hän oli valmis heittämään strategisen viestinnän käsitteen romukoppaan. Sanat ja teot olivat alkaneet poiketa liiaksi toisistaan:

*Kun he [vastustajamme] löytävät sanojen ja tekojen välisen aukon, kuten Abu Ghraibin, he ajavat siitä rekan sisään. Niin pitäisi meidänkin tehdä. Meidän on pidettävä tarkkaa kirjaa siitä, noudattameko itse yleviä toimintaperiaatteitamme. (Mullen 2009.)*

Strateginen viestintä ja poliittinen pro-

paganda eivät ole käsitteinä yhteismittaisia, vaikka molemmissa on kysymys koordinoituna narratiivien levittämisestä kansallisten tavoitteiden ajamiseksi kotimaisen ja ulkomaisen yleisön keskuudessa. Strateginen viestintä voidaan ymmärtää propagandaa laajemmaksi ja välineiltään ainakin osittain läpinäkyvämmäksi viestinnäksi: se kattaa niin julkisuusdiplomatian (ulkomaiden väestöön kohdistuvan viestinnän ja vaikuttamisen), kotimaisen viestinnän kuin sotilaalliset informaatio-operaatiot ja psykologiset operaatiot (Paul C. 2011).

Propagandasta muodostuu silti helposti osa valtioiden strategisen viestinnän työkalupakkia. Elämme kirjallisuudentutkija Mihail Bahtinia mukaillen moniäänisessä maailmassa, jossa erilaiset narratiivit kilpailevat keskenään (Puckett 2016). Poliittinen julkisuus on kamppailua erilaisten kertomusten välillä. Siksi eri toimijoilla on houkutus ajaa – usein lyhytnäköisesti – vain omaa etuaan tarinan todenmukaisuudesta piittaamatta.

Viestinnän ammattilaisille tällainen ympäristö asettaa monitasoisen haasteen. Kansainvälisen ja kansallisen viestinnän eettisen ohjeiston mukaan viestinnän on oltava rehellistä ja vältettävä harhaanjohtavia tai virheellisiä väitteitä. Viestin alkuperän ja tarkoituksen on tultava selkeästi ilmi. (Esim. Global Alliance Code of Ethics 2009, VEN eettiset ohjeet 2018.) Poliittinen propaganda on usein taidolla laadittua, sillä sen takana on huippuluokan viestinnällistä, teknistä, kulttuurista ja psykologista osaamista. Propagandan seulominen laskelmoiden rakennetun

strategisen viestinnän lomasta vaatii valpautta ja osaamista. Viestinnän ammattilaisilla tätä osaamista on. Kysymys kuuluu, miten sitä voitaisiin hyödyntää nykyistä laajemmin disinformaation vähentämiseen ja demokratian puolustamiseen.

**Taulukko 1.** Propagandan keinot Powellin ja Putinin puheissa

	<b>Powellin puhe</b>	<b>Putinin puhe</b>
<b>Narratiivi</b>	Irakin joukkotuhoaseet ja yhteydet al-Qaidaan uhkaavat maailmaa.	Uusnatsit ja russofobit ovat kaapanneet vallan Ukrainassa lännen tuella.
<b>Disinformaatio</b>	<p>Irak piilottelee joukkotuhoaseita asetarkastajilta.</p> <p>Irak on vallattava osana terrorisminvastaista sotaa.</p> <p>Irakilla 100–500 tonnia kemiallisia aseita sekä biologisten aseiden tuotantolaitoksia pernaruton ja botuliinimyrkyntuottamiseksi.</p> <p>Irak kehittää ydinaseita ja kiellettyjä ballistisia ohjuksia.</p> <p>Saddamin hallinnolla yhteydet al-Qaidaan.</p>	<p>Venäläiset uhrina.</p> <p>Krimin asukkaiden demokraattinen valinta.</p> <p>Vallankumous tehtiin Kiovassa terrorin, murhien ja mellakoiden avulla.</p> <p>Krimillä paikalliset itsepuolustusjoukot ovat ottaneet tilanteen hallintaan.</p>
<b>Stereotyyppinen viholliskuva</b>	Arabiterroristit	<p>Kansallismieliset ”banderiitit”</p> <p>Kiovan junta</p>

**Taulukko 2.** Propaganda laajemmassa kampanjassa

	<b>Yhdysvaltain Irak-kampanja</b>	<b>Venäjän Ukraina-kampanja</b>
<b>Metaforat</b>	<p>Pahan akseli</p> <p>Terrorisminvastainen sota</p> <p>”Savuava ase” voi näkyä sienipilven muodossa.</p>	<p>Kansanmurha</p> <p>Kohteliaat miehet</p> <p>Humanitaarinen operaatio</p>
<b>Poliittiset myytit</b>	<p>Ihmiset jakautuvat kahden puolen rajaa: hyviin ja pahoihin.</p> <p>Yhdysvaltain kutsumuskohtalona puolustaa vapautta ja turvallisuutta maailmassa.</p>	<p>Venäjä on ”kolmas Rooma”, joka kantaa eteenpäin kristinuskon hellenesis-bysanttilaista perintöä.</p> <p>Suuren isänmaallisen sodan sankarimyytti.</p>
<b>Viestintävälineet</b>	<p>Lehdistölle syötetyt valeutiset, Fox News</p> <p>Teknisen tiedusteluaineiston havainnollistaminen</p>	<p>Television käsikirjoitetut uutiset, valtion ykköskanava</p> <p>Trollaus verkossa</p>

## LÄHTEET

Bacon, E. (2015). Putin's Crimea Speech, 18 March 2014: Russia's Changing Public Political Narrative. *Journal of Soviet and Post-Soviet Politics and Society* 1(1).

Bumiller, E. (2002). Bush Aides Set Strategy to Sell Policy on Iraq. *New York Times* 7.9.2002.

Bush, G. W. (2002). President Bush Outlines Iraqi Threat. Remarks by the President on Iraq. Saatavilla verkossa: <https://georgew-bush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2002/10/20021007-8.html>

CERP (1978). Lissabonin ohjeisto. Saatavilla verkossa: <http://procomfi.virtualserver27.hosting.fi/lissabonin-ohjeisto/>

Czuperski, M., Herbst, J., Higgins, E., Polyakova, A. & Wilson, D. (2015). *Hiding in Plain Sight: Putin's War in Ukraine*. Washington: Atlantic Council.

ElBaradei, M. (2011). *The Age of Deception. Nuclear Diplomacy in Treacherous Times*. New York: Metropolitan Books.

Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of men's attitudes*. New York: Vintage Books, 39–44, 149–160.

Feinstein, L. (2002). Most Americans Support War with Iraq, Shows New Pew/CFR Poll. Pew Research Center 10.10.2002.

Garth, J. & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and Persuasion*. Los Angeles: Sage, 29–31.

Gaufman, E. (2015). Memory, Media and Securitization. *Journal of Soviet and Post-Soviet Politics and Society* 1(1).

Global Alliance Code of Ethics (2009). Saatavilla verkossa: <http://ven.fi/ohjeet/kansainvalisia-ohjeita/>

Hanne, M., Crano, W. & Mio, J. (toim.) (2014). *Warring with Words. Narrative and Metaphor in Politics*. New York: Psychology Press.

Holmstrom, M. (2015). The Narrative and Social Media: *Defence Strategic Communications* 1(1), 120.

Isikoff, M. & Corn, D. (2006). *Hubris: The Inside Story of Spin, Scandal and the Selling of the Iraq War*. New York: Crown.

Jones, B. (2010). *Failing Intelligence. The True Story of how we were fooled into going to war in Iraq*. London: Biteback.

Levada 2018. Putin's approval rating. Saatavilla verkossa: <https://www.levada.ru/en/>

Miskimmon, A., O'Loughlin, B. & Roselle, L. (2017). *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 279.

Mullen, M. (2009). Strategic Communication: Getting Back to Basics. *Joint Force Quarterly* 55, 2–4.

*New York Times* 6.2.2003. The Case Against Iraq.

Paul, C. (2011). *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates*. Santa Barbara: Praeger, 19–28, 41.

Perelman, C. (1996). *Retoriikan valtakunta*. Tampere: Vastapaino, 135–136.

Pillar, P. (2011). *Iraq, 9/11, and Misguided Reform*. New York: Columbia University Press.

Powell, C. (2003). Remarks to the United Nations Security Council 5.2.2003. U. S. Department of State Archive. Saatavilla verkossa: <https://2001-2009.state.gov/secretary/former/powell/remarks/2003/17300.htm>

Puckett, K. (2016). *Narrative Theory: A Critical Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press, 161–163.

Putin, V. (2014). Address by President of the Russian Federation 18.3.2014. Saatavilla verkossa: <http://en.kremlin.ru/events/president/news/20603>

Pynnöniemi, K & Rácz, A. (2016). *Fog of Falshood: Russian Strategy of Deception and the Conflict in Ukraine*. Helsinki: Ulkopoliittinen instituutti, 73.

Pörsti, J. (2017). *Propagandan lumo. Sata vuotta mielten hallintaa*. Helsinki: Teos.

Rampton, S. & Stauber, J. (2006). *The Best War Ever: Lies, Damned Lies, and the Mess in Iraq*. New York: Penguin, luku 3.

Shekhovtsov, A. (2016). Pro-Kremlin 'Re-Information' Efforts: Structural Relations Between

the Russian Media and the European Far Right. Stopfake.org 10.10.2016.

Stanley, J. (2015). *How Propaganda Works*. Princeton: Princeton University Press, 139–160, 232–237.

VEN eettiset ohjeet (2018). Saatavilla verkossa: <http://ven.fi/ohjeet/viestinnan-eettiset-ohjeet/>

Woodward, B. (2004). *Plan of Attack*. New York: Simon & Schuster, 25.



KUKA?

## Jussi Seppälä

- *Jussi Seppälä on toiminut yli neljän vuosikauden journalismin avaintehtävissä, mm. Yleisradion ulkomaantoimittajana, EU-kirjeenvaihtajana, tutkivana toimittajana sekä ulkoministeriön EU-lehdistöneuvoksena. Diplomaattiuran jälkeen Seppälä siirtyi yksityissektorille laatien mm. liike-elämälle strategisia analyysejä Venäjistä sekä Suomen poliittisesta johtamisesta. Nykyään Seppälä toimii strategia- ja viestintätoimisto Hopiasepät Oy:n toimitusjohtajana ja käyttää tittelinä myönteinen vaikuttaja. Koulutukseltaan Seppälä on valtiotieteen lisensiaatti. Hän on kirjoittanut useita tieteellisiä artikkeleita EU:sta ja Suomen turvallisuuspolitiikasta.*

## AVOIMUUDEN STRATEGIA DIPLOMATIASSA – TAPAUS BREXIT

**A**rtikkelissa tarkastellaan diplomaattisen viestinnän olemusta Brexit-neuvotteluissa. Euroopan unioni valitsi viestintästrategiakseen Brexitissä poikkeuksellisen ehdottoman avoimuuden, jollaista ei ole kansainvälisessä diplomatiassa aiemmin nähty. Tutkimus perustuu luottamuksellisiin haastatteluihin. Lopussa koetaan yhteen tutkimuksen johtopäätökset eräänlaiseksi ”menestysreseptiksi” diplomaattisiin neuvotteluihin.



## Johdanto

Britannian erosta Euroopan unionista eli ns. Brexitistä (ks. esim. Stenros 2017) on kirjoitettu eri maissa valtavasti, mutta aihetta ei ole vielä ehditty tutkia diplomaattisen viestinnän näkökulmasta. Brexit-neuvottelujen ensimmäinen vaihe on juuri päättynyt. Artikkelin haasteena on ajallisen läheisyyden aiheuttama tieteellisen lähdemateriaalin olemattomuus. Sitä on pyritty korvaamaan julkisilla lähteillä ja varsinkin haastatteluilla niiden henkilöiden kanssa, jotka ovat seuranneet Brexit-neuvotteluja diplomatian sisäpiirissä. Avainhenkilöiden hienovaraisesta asemasta ja lainsäädännön sanelemasta vaihtolovelvollisuudesta johtuen haastattelu on tehty luottamuksellisesti siten, ettei lausuntojen antajia voida tunnistaa.

Luottamuksellisia vaikuttajahaastatteluja on tehty Brysselissä neuvotteluja käyneiden tahojen, pääministeri- ja komissaaritason esikuntien, EU-instituutioiden virkamiesten, Brexitiä seuraavien mediadiplomaattien sekä muiden mediavaikuttajien kanssa. Haastateltavat edustavat kolmea eri kansallisuutta. Yhtä lukuunottamatta haastattelu on tehty joko kasvokkain tai puhelimitse. Useimmat keskustelut ovat olleet pituudeltaan 20–40 minuuttia. Luottamuksellisista haastatteluista poimitut sitaatit on merkitty tekstiin kursiivilla.

Haastattelu on käyty erikseen, eli ne ovat toisistaan täysin riippumattomia. Yhdeksän haastateltavan arviot Brexit-neuvotteluiden strategiasta diplomaattisen viestinnän näkökulmasta ovat perussisällöltään lähes identtisiä. Tästä syystä haastatteluja ei ollut tarvetta tehdä enempää.

Artikkelissa käytetään termejä avoimuus ja läpinäkyvyys synonyymeinä, koska haastatellut Brexit-vaikuttajat ovat ne sellaisina kokeneet. Avoimuutta voidaan pitää periaatteena ja läpinäkyvyyttä avoimuuden toteuttamisena käytännössä. Artikkelin johtopäätökset tukevat tutkimusta, jonka mukaan kansainvälisten suhteiden perinteinen salaisuuslähtöinen paradigma saattaa olla murtumassa ja läpinäkyvyys puolestaan nousussa Euroopan unionissa. (Leino 2017.) EU:n kantojen monipuolinen julkistaminen sekä avoin keskustelu täyttävät yhä ilmeisemmäksi muuttuvan aukon kansainvälisissä sopimuksissa (Cremona 2015). Avoimuudella on nähty olevan suuri merkitys yhteisten etujen edistäjänä (mm. Fukuyama 1996, Seppälä 2010), mikä saa vahvaa tukea.

## Lähtökohtana poikkeuksellinen avoimuus

EU:n johtajien huippukokous päätti 29.4.2017 poliittisista suuntaviivoista, jotka määrittivät EU:n tärkeimmät kannat ja periaatteet Brexitiin liittyen. Ennen kokousta oli kuitenkin tapahtunut paljon. Brexit-neuvotteluja johtamaan oli valittu EU:n puolelta erittäin kokenut ranskalainen Michel Barnier, joka on entinen moninkertainen ministeri ja EU-komissaari. Hän aloitti tehtävässään 1.10.2016. Haastateltujen mukaan Barnier lähti liikkeelle tarmokkaasti luottamusta rakentaen.

*Barnier tajusi heti, että on oltava vankka luottamus jäsenmailta – vain siten jäsenmaat eivät itse sotkeudu neuvotteluihin. Barnierin tahtotila on ollut keskeinen avoimuuden ja luottamuksen takana.*

Barnier kiersi Eurooppaa loppuvuonna 2016 sekä keväällä 2017 tavaten kaikkien jäsenmaiden johtoa kahdesti. Suomessa Barnier tapasi muun muassa pääministeri Juha Sipilän ja valtiovarainministeri Petteri Orpon. Haastattelujen mukaan Barnier oli kiertomatkoillaan vakuuttava. Hän käytti esineuvottelutekniikkaa eli rakensi toimivat puitteet keskusteluille, ennen kuin varsinaiset neuvottelut alkoivat. Diplomatitutkimuksessa tämä on tärkeä vaihe ns. viestintäperustaisessa teoreettisessa lähestymisessä (Hampson ym. 2013).

*Barnier onnistui luomaan kuvan, että hän on työssään nimenomaan jäsenmaiden palveluksessa, että Barnierin tiimi on jäsenmaiden käytettävissä.*

Barnierin kiertomatkat pohjustivat luottamuksen ilmapiiriä, jonka varaan hän pystyi myöhemminkin tukeutumaan. Barnier viitoitti EU:n linjaa 22.3.2017, viikko ennen Britannian virallista eroilmoitusta: jäsenmaiden yhtenäisyyden tuli olla kaiken lähtökohta. Yhtä vahvasti Barnier toi esiin avoimuuden ja läpinäkyvyyden tarpeen.

Barnier lausui itse jäsenmaiden yhtenäisyydestä seuraavasti: “Ensimmäinen ehto on 27:n yhtenäisyys, joka kulkee käsi kädessä läpinäkyvyyden ja julkisen keskustelun kanssa... Tämä yhtenäisyys vain vahvistuu, kun se on rakennettu läpinäkyvyydelle ja keskustelulle. Näitä neuvotteluja ei voi käydä salassa... Me neuvottelemme läpinäkyvällä ja avoimella tavalla selittäen kaikille, mitä teemme... Meidän pitää kertoa totuus – ja me kerromme totuuden – siitä mitä Brexit tarkoittaa.” (European Commission 2017.)

Barnierin maalaama näköala vaikutti monessa suhteessa epätodennäköiseltä. EU:n yrityksiin kasvattaa unionin legimitteettiä läpinäkyvyyden kautta ei ole uskottu (Curtin & Meijer 2006). Skeptikot ovat uskoneet läpinäkyvyyden jäävän muutenkin vääjäämättä vajaaksi valtioiden ja ylipäänsä byrokraatioiden vastarinnan vuoksi (Crozier & Friedberg 1980). Barnier ei kuitenkaan ollut sidottu jäykkiin rakenteisiin vaan sai koota tavoitteidensa tueksi ”unelmamiinin”, kuten useampi haastateltava on sitä luonnehtinut.

Eurooppa-neuvoston päätös 29.4.2017 oli monille suuri yllätys. Brexit-proessin läpinäkyvyys määriteltiin erikseen maksimaalisen avoimeksi. Kaikki neuvotteluasiakirjat asetettiin julkisiksi. Ne sisältävät neuvottelukierrosten agendat, EU:n neuvottelukannat, non-paperit ja EU:n tekstiehdotukset.

*Ihan poikkeuksellinen avoimuus, ei tällä tavalla ole neuvottelupapereita koskaan julkistettu... Kaikki paperit julkaistaan 24 tunnin sisällä, ja ne ovat olleet julkisia jo ennen kuin britit ovat ehtineet niihin perehtyä.*

Myös Barnierin jokainen tapaaminen on julkistettu. Barnierin johdolla laadittuja EU-komission neuvotteludokumentteja on julkaistu jo yli 50 kappaletta. Ne ja kaikki muut neuvotteluja taustoittavat asiakirjat löytyvät EU-komission Brexit-sivustolta. Tämän lisäksi on vielä EU:n neuvoston lukuisat viralliset päätösasiakirjat. (European Commission a–d.)

### **Disinformaatio ja keskitetty viestintä**

EU-maiden keskinäinen luottamus on ol-

lut koetuksella liittyen moniin poliittisiin kysymyksiin, joista Brexit on eittämättä yksi suurimpia (Matthijs 2017). Miten siis mahdollista, että Brexit-neuvotteluihin pystyttiin rakentamaan yhtenäinen näkemys kovasta kritiikistä huolimatta?

Britit olisivat halunneet rajata neuvotteluasiakirjojen ja muun tiedon julkaisua. EU ei kuitenkaan tähän suostunut. Jos asiakirjoja olisi luottamuksellisuuden nimissä saatu pimittää, julkisuuteen olisi ollut helppo maalata monenlaisia harhaanjohtavia mielikuvia asioiden eteneemisestä. Varsinkin briteille tämä olisi ollut houkutteleva mahdollisuus sisäpoliittisista syistä. EU:n näkökulmasta tämä taas olisi avannut portin epäluottamuksen synnylle EU-leirin sisällä. Luottamuksellisuus olisi vaarantanut luottamuksen, siksi avoimuus oli ainoa oikea ratkaisu. Tähän oli erityisen vahva peruste.

*Brexit-äänestystä edelsi aivan käsittämätön disinformaatio. Ihmeellistä, että Venäjän harjoittama disinformaatio kyllä tuomitaan, mutta disinformaatiota unionin sisällä ei, vaikka britit olivat lähes yhtä pahoja.*

Verkosta löytyy kattava dokumentaatio ja paljon EU-komission tarjoamaa tietoa. Barnierin viestintästrategiaan kuului leikkata kohujournalismilta siivet. Haastatellut olivat yksimielisiä strategian toimivuudesta.

*Medialle on tarjottu käytännössä kaikki eli mieleton määrä dataa – tavallaan avoimuudella hukuttamista... Kansainvälisten toimittajien mielenkiinto väheni, kun kaikki olikin avointa. Julkiset asiakirjat eivät ole yhtä kiinnostavia kuin salaiset!*

*Barnierin avoin viestintästrategia on vienyt toimittajilta mahdollisuuden hehkuttaa mitään salaista kähmintää.*

*Aivan keskeinen tekijä on ollut poikkeuksellinen avoimuus. Ei ole ollut perusteettomia odotuksia. Ei ole löytynyt skuppeja, kun kaikki on ollut avointa. Tämä on ollut yllättävän tehokasta... Spekulointi on saatu pois.*

*EU teki välttämättömyydestä hyveen. Avoimuus käännettiin heikkoudesta vahvuudeksi. Kerrotuista neuvottelutavoitteista oli helppo pitää neuvotteluissa kiinni, koska EU-neuvottelijoilla ei ollut valtuuksia poiketa tavoitteista, jotka olivat jo valmiiksi vastapuolen tiedossa.*

### Tiukat varoimet

Avoimuuden edellytyksenä oli viestinnän tiukka keskittäminen Barnierin tiimille. Tällä ei ollut tarkoitus rajata tiedonsaannin avoimuutta, vaan ehkäistä vaaraa väärinkäsitysten leviämisestä ja eripurant syntymisestä sitä kautta. Neuvotteluista kyllä kerrottiin kaikki julkisuuteen, mutta kriittisinä hetkinä itse neuvotteluissa saattoi olla joskus hyvinkin tiukat varoimet.

*Neuvotteluissa on ollut jopa tiukemmat vuotorajoitukset kuin eurokriisineuvotteluissa... Ei mitään elektroniikkaa. Kännykät kerättiin pois, ei saanut edes kirjoittaa.*

*Kaikkein herkimmissä vaiheissa on tietysti ollut eritasoista luottamuksellisuutta, mutta pääsääntö on ollut luottamus, ja se on toiminut todella hyvin.*

Monet uskoivat, että EU:n tiukka yhtälö romuttuisi pikavauhtia vuotoihin, selkäänpuukottamiseen, riiteltyyn ja poliittiseen

turbulenssiin. Avoimuus ja luottamus kuitenkin loivat yhtenäisyyden, jonka voima koettiin hämmästyttävänä.

*Kesällä 2017 odotettiin hirmuista erilais-  
ten Brexit-viestien tulvaa, mutta sitä ei  
tullutkaan. Homma pysyi hanskassa, kun  
kaikkien jäsenmaiden viesti oli sama:  
mandaatti on Barnierilla, meillä ei ole  
mitään erityistä sanottavaa...*

*Erilaisille tyyppisille intressiryhmien  
lobbauksille ei jäänyt yksinkertaisesti  
tilaa. Jäsenmaiden luottamuksen varaan  
rakennettu yhtälö oli niin tiukka, ettei  
tilaa ulkopuoliselle vaikuttamiselle ollut.*

Brexit-neuvotteluiden joulukuussa päätty-  
nyt ensimmäinen kierros oli niin avoimuus-  
den kuin läpinäkyvyydenkin ennennäke-  
mätön voitto, etenkin verrattuna Brexitin  
aiheuttamaan pessimismiin (Bolewski  
2017). Tällä saattaa olla pitkälle meneviä  
vaikutuksia paitsi Brexit-neuvottelujen jat-  
koon, myös koko EU:n tulevaisuudelle ja  
kenties myös kansainvälisten neuvottelujen  
ja kansainvälisen politiikan luonteelle  
tulevaisuudessa.

EU:n rivien uskottiin laajalti rakoilevan  
jossain kohtaa ja brittien saavan itselleen  
edullisemmän neuvottelutuloksen. Koko  
unionin mandaatilla neuvotelleen Michel  
Barnierin tehtävä oli vaikea. Sitä merkittä-  
vämpää on ollut sen onnistuminen.

Lopputuloks oli, että luottamus kesti.  
Barnierin mandaatti piti, ja hän onnistui  
kaikissa tavoitteissa: UK antoi periksi joka  
asiassa.

### **Politico epäili läpinäkyvyyden strategiaa**

Brexitin läpinäkyvyyttä koskeva keskus-

telu on ollut julkisuudessa vahvasti esillä,  
minkä osoittavat jo yksinkertaiset Google-  
hakutulokset. Brexit-hakusana tuottaa  
Googlen kautta yli 35 miljoonaa tulosta.  
Vaikka rajoitettaisiin haku koskemaan  
englanniksi viestintää (*communications*),  
löytyy hakutuloksia yli 8 miljoonaa. Kun  
hakuteriksi lisätään vielä läpinäkyvyys  
(*transparency*), tuloksia löytyy yhä lähes  
3 miljoonaa. Brexitin läpinäkyvyys on siis  
ollut julkisuudessa keskeinen kysymys,  
mutta entä läpinäkyvyyden toteutuminen  
käytännössä?

Pelot olivat vahvoja joulukuussa 2016,  
puoli vuotta Brexit-äänestyksen jälkeen.  
Lontoossa tutkijat ennakoivat neuvotte-  
lujen olevan jyrkkä vastakohta digiajan  
räjähdysmäisesti lisääntyneelle tarkoituk-  
sellisesti avoimelle ja paljastuslähtöiselle  
(esim. Wikileaks) julkisuudelle. "Brexit  
näyttää kuuluvan erilaisen viestintätyylin  
maailmaan ja sijoittavan huolet vastuul-  
lisuudesta ja läpinäkyvyydestä kauas alas  
prioriteeteissa." (Costa & Fahey 2016.)

Vaikka Barnier oli jo ehtinyt kertoa  
suunnitelmista julkaista kaikki EU:n neu-  
votteluasiakirjat (Barker 2017), Brysselin  
seuratuimmaksi EU-mediaksi noussut Po-  
litico (Ariès 2017) epäili vahvasti neuvotte-  
lujen läpinäkyvyyttä vielä huhtikuun 2017  
alkupuolella. Epäilykset olivat ymmär-  
rettäviä, koska avoimuutta ei ole pidetty  
EU:n politiikan tai diplomatian ohjaavana  
tekijänä (Curtin 2012).

Politico epäili ylipäänsä Barnierin  
mahdollisuuksia onnistua. Asetelmasta  
maalattiin epätasainen taisto "30 herran"  
(27 jäsenmaata ja kolme EU-instituutiota)  
paineissa tasapainottelevan Barnierin ja

selkeällä yhden osoitteen mandaatilla toimivan Britannian pääneuvottelijan David Davisin välillä. Politico (Herszenhorn ym. 2017) kyseli, johtiko Barnier ”not-so-supremo” oikeasti yhtään mitään. Hallinnollisen läpinäkyvyyden juridisen asiantuntijan professori Mark Fensterin epäilevä määritelmä läpinäkyvyydestä vaikuttaa tässä valossa hyvin sopivalta: läpinäkyvyys on lähinnä tosielämän monimutkaisuutta rankasti yksinkertaistavaa viestinnän teoriaa enemmän kuin politiikan todellisuutta aidosti ohjaava normi. (Fenster 2015.) Mutta tämän artikkelin haastattelut ja havainnot kuitenkin kertovat päinvastaita. Professori Vilma Luoma-ahon näkemys saa tukea: ”Läpinäkyvyystarpeita ennakoivat organisaatiot pärjäävät tulevaisuudessa muita paremmin.” (Luoma-aho 2015.)

Loppukeväällä 2017 media vilisi yhä epäilyksiä EU:n lupailemasta läpinäkyvyydestä, eikä ihme. Sekä EU-instituutioissa että jäsenmaissa oli vahvoja pelkoja, ettei avoimuutta voitu kerta kaikkiaan soveltaa vaikeisiin neuvotteluihin. Niin ei ollut koskaan aiemmin toimittu, ainakaan siinä mitassa kuin mitä Barnier nyt väläytteli Brexitiin. Epäilykset vaihtuivat hämmästytykseen avoimuuden toimivuudesta.

*Instituutioissa ja jäsenmailla oli pelkoja, että miten voidaan keskustella, kun kaikki on tiedossa? Mutta avoimuus on toiminut. Tämä on ainutlaatuista!*

### Kysymys erokorvauksista

Katsaus Brexit-neuvottelujen vaiheisiin on tärkeää siksi, että avoimen diplomaattisen viestinnän hyötyjä tullaan arvioimaan neuvottelumenestyksen kautta. Poliittinen

asetelma brittien eropäättökseen jälkeen on ollut niin vaikea, ettei EU:ssa oikein itsekään aluksi uskottu onnistumiseen. EU:n virallinen tavoite oli saada briteiltä erokorvauksena bruttomääräisesti 100 miljardia euroa, joka nettonakin tarkoitti 50–60 miljardia euroa<sup>1</sup>.

*Vielä viime kesänä ei uskottu, että britit suostuvat tähän.*

*Britit pitivät tätä bluffauksena.*

EU:n tavoitteisiin tai niissä onnistumiseen ei siis välttämättä uskottu kummallakaan puolella. Saksan liittokansleri Angela Merkel oli kuitenkin kiteyttänyt EU:n linjan heti Brexit-äänestyksen jälkeen: ”kirsikoita ei poimita kakusta” (Liimatainen 2017, Chambers 2016). Linjan mukaan briteille tärkeää vapaakauppaa alettaisiin käsitellä vasta, kun EU:n asettamat kolme pääkysymystä olisi ensin ratkaistu: kansalaisten asema, erokorvaukset eli raha sekä Pohjois-Irlanti.

*UK ajatteli, että jos vapaakauppasopimuksesta saadaan hyvä, niin Brexit-lupaus kansalle onkin jo lunastettu.*

*Mutta tähän EU ei suostunutkaan, vaan kolme perusasiaa piti saada ensin maaliin. (Ks. myös Parker & Chazan 2017.)*

*Britit olettivat, ettei EU:n pokka pitäisi, ettei EU pitäisi kiinni marssijärjestyksestä.*

<sup>1</sup> 10 miljardin haarukka ei johdu tavoitteen epämääräisyydestä, vaan suuresta määrästä muuttujia ja olettamuksia laskennassa: Paljonko rakennerahastoja tullaan vielä käyttämään? Paljonko esimerkiksi Puola vielä rakennerahojaa saa?

Tulossa oli yllätysshyökkäys. Pääministeri Theresa May ehdotti puheessaan Firenzessä 22.9.2017 vain noin kolmasosan suuruisia erokorvauksia verrattuna EU27:n kantoihin.

*Firenzestä ei kerrottu EU:lle etukäteen. Oletus oli, että hienolla operaatiolla saataisiin jäsenmaiden rivit sekaisin. Mutta Barnier ohjeisti jäsenmaat nopeasti: ”here’s the line to take”, ja EU pysyi yhtenäisenä.*

Mayn ehdotus oli niin kaukana EU:n vaatimuksista, että se teki Barnierille miltei palveluksen. EU27 pysyi täysin yksimielisenä ja yhtenäisenä viesteissään, kannat säilyivät Barnierin orkestroimina julkisina, ja britit aseettomina.

*Tarkkaa medianhallintaa! Barnierin tiimi on aivan huippu.*

## Brittien taipuminen

Brittileirissä oli koko ajan lisääntynyt suoranainen epätoivo EU:n yhtenäisyyden edessä. Pidettiin selvänä ja jotenkin oikeutettuna, että EU:n tulee joustaa. ”Me olemme tarjonneet paljon luovua kompromisseja, mutta emme ole saaneet niille aina vastinetta... Emme voi antaa, jos emme saa.” (Davis 2017.)

EU:lla ei ollut halua joustaa tavoitteistaan, ja britit alkoivat antaa periksi. Esimerkiksi kysymyksessä Pohjois-Irlannin ja Irlannin rajasta tehtiin kompromissi, joka oli näennäinen voitto Maylle, mutta tosiasiasa EU:n ja erityisesti Irlannin vaatimusten mukainen<sup>2</sup>. Ratkaisut saatiin myös brittien asemaan EU:ssa ja EU-kansalaisten asemaan Isossa-Britanniassa sekä polttavimpaan kysymykseen, rahaan. Britit

taipuivat joka asiassa.

*Lopputuloksena oli se, että luottamus kesti, Barnierin mandaatti piti, ja hän onnistui kaikissa tavoitteissa: UK antoi periksi joka asiassa. Kysymyksessä kansalaisten asemasta sopu löytyi helposti, molemminpuolinen intressi.*

Varsinkin neuvottelujen loppuvaiheessa osapuolten viestinnällinen asetelma oli välillä varsin erikoinen. Neuvotteluissa voittanut EU tuki julkisesti samaan aikaan pääministeri Maytä.

*Suorastaan koomista, miten muun Euroopan on pitänyt pelastaa May. Joulukuussa (EU-komission puheenjohtaja) Juncker kannatteli Maytä poliittisesti kehumalla julkisesti, miten kova neuvottelijä May on. Naurettavaa, ja naurettukin on!*

EU on Mayn tukemisella pyrkinyt pitämään Barnierin jo keväällä antaman tärkeän lupauksen. Vaikka edut voivat neuvotteluissa olla vastakkaiset, on viestinnässä pyritty myös myönteisyyteen. ”Haluamme sopimuksen. Haluamme onnistua pääsemällä sopimukseen. Onnistua brittien kanssa, ei heitä vastaan.” (European Commission 2017.)

Sen sijaan että brittien heikoista neuvottelutuloksista olisi otettu ilo irti julkisesti, Maylle ojennettiin syksyllä

<sup>2</sup> Irlanti vaati rajakysymyksen vuoksi sopimustekstiin määritelmää ”no divergence”, joka olisi kiellon kautta ehkäissyt briteiltä poikkeamat EU-säädöksistä. Tätä muotoilua May ei voinut poliittisista syistä hyväksyä, mutta tilalle tuli ”full alignment”, jossa britit yhtä lailla suostuvat täyteen mukautumiseen, vaikkakaan eivät näennäisesti kiellon kautta. *Financial Times* on laatinut erinomaisen kokonaiskuvauksen neuvotteluista (Barker & Parker 2017).

useampaankin kertaan auttavaa kättä. EU on jättänyt Barnierin johdolla kyseenalais-tamatta brittien kertomat kaunistellut luvut erokorvauksen suuruudesta, vaikka niin olisi helposti voitu tehdä.

*Laskenta- ja määrittelytavoista johtuvien erojen korostaminen olisi ollut Maylle poliittisesti erittäin vaikeaa, siksi EU27 suostui brittien mielikuvitukseksikaaseen alhaisempien numerojen esittelyyn.*

EU:lla oli myös varaa jalomielisyyteen joulukuun ratkaisevan huippukokouksen jälkeen. Tuskin kukaan oletti, että neuvottelut olisivat pysyneet näin hyvin EU:n kontrollissa, pikemminkin päinvastoin.

*Yllätys on, miten hienosti on mennyt tähän asti. Esimerkiksi pelätty Puola on ollut hyvin linjassa koko ajan. Kukaan ei alkanut riitauttaa yhteisiä kantoja, ja kun edettiin ja edettiin, niin kukaan ei lopulta halunnut irtiottoihin ryhtyä.*

Barnier piti vuoden 2017 aikana luke-mattomien tapaamistensa lisäksi yli 30 korkean profiilin puhetta alleviivaten systemaattisesti ja jatkuvasti yhteisiä arvoja ja tavoitteita. Barnierin avoimuus-linja kesti rikkumattomana ensimmäisen neuvottelukierroksen loppuun asti ja tuotti parempaa hedelmää kuin useimmat olisivat ikinä uskoneet.

*Brexit-neuvottelut ovat valtavasti yh-distäneet EU27:ää. Nyt puhutaan yhteisestä tulevaisuudesta eikä kukaan enää puhu EU:n hajoamisesta.*

*EU:n toiminta on systematisoitunut. Viime vuodet on menty kriisistä kriisiin: Kreikka, maahanmuutto, Brexit – kaikki hajottavia. Nyt puhallettiin yhteiseen hiileen.*

*Rooman-julistus maaliskuussa oli jo hyvä ja eteenpäin katsova, muun muassa Suomen kantojen mukainen. Syksyllä taas saatiin Leaders Agenda eli Eurooppa-neuvoston työn aikataulut ja agenda vaikeistakin asioista.*

Kaikkea ei ole tietenkään ratkaistu. Neuvottelut ovat periaatteessa auki niin pitkään, kunnes kaikesta on sovittu. EU-rintaman yhtenäisyyteen kohdistuu jatkossa aiempaa voimakkaampia paineita (Turunen 2017).

*Tästä eteenpäin jäsenmaiden intressit eivät ole enää niin yhteneväiset. Esi-merkiksi kauppapolitiikassa mailla on erilaisia etuja johtuen erilaisista vienti rakenteista.*

Toisaalta, mikäli toisella kierroksella ei onnistuta, myös ensimmäisellä kierroksella saavutettu menestys – kaikkia hyödyttävät taloudelliset ja poliittiset ratkaisut – on vaarassa kadota. Siksi EU27:llä on vahva motiivi panostaa edelleen juuri samaan diplomaattisen viestinnän avoimeen menestysreseptiin. EU-neuvotteluiden asiantuntijat pitävät muutenkin vaikeana perääntyä avoimuudesta, josta saatiin esimakua jo TTIP-neuvotteluissa (Leino 2017). Pääministerien kabineteissa näh-dään myös käänteentekeviä mahdollisuuksia, jos tuulen suunta kanaalin toisella puolella vaihtuu.

*EU ottaa kyllä UK:n yhä ilolla vastaan, jos vain britit itse haluavat.*

### **Johtopäätökset: ”menestysresepti”**

Avoin Brexit-viestintä on vahvistanut EU-diplomatian edellytyksiä menestystä, ja vastaavasti diplomatian menestys on

tukenut viestinnän avoimuuden legitimi- teettiä. Diplomatian perinteinen neuvot- teluelementti ja poikkeuksellisen vahva viestinnällinen elementti ovat yhdessä luoneet dynamiikan, josta voivat ottaa opiksi diplomaattisen viestinnän tekijät, mutta myös viestinnän ja politiikan tutki- jat. Suosituksia voi tarkastella koeluontoi- sesti myös alustavana avoimuuslähtöisenä pikaoppaana Brexitin kaltaisiin vaativiin diplomaattisiin neuvotteluihin.

- Avoimuus on mahdollistanut luotta- muksen sekä jäsenmaiden ja neu- vottelijan välille että jäsenmaiden välille. Avoimuus on perustunut selkeisiin normeihin ja mandaattiin. Se on ollut kattavaa ja tiukasti orga- nisoitua. Neuvottelijan tiimi on huo- lehtinut avoimesta, kokonaisval- taisesta ja jatkuvasta tiedonkulusta niin jäsenmaille, medialle kuin kan- salaisille.
- Luottamus on edellyttänyt avoi- muutta, mutta samalla vastavuo- roisesti vahvistanut sitä. Luottamus on mahdollistanut sitovat ja selkeät yhteiset linjaukset. Neuvottelijalle on annettu vahva mandaatti sekä neuvotteluihin että viestintään. Onnistunut neuvotteluprosessi edellyttää voimakkaan keskinäisen luottamuksen rakentamista jo ennen varsinaisia neuvotteluja. Erityisen tärkeää on neuvottelijalle annetta- va voimakas, jäsenmaiden myön- teisellä tavalla eksklusiiviseksi koke- ma viestintämandaatti.

- Avoimuuden ja luottamuksen toisiaan vahvistavalla dynamiikal- la on yhteisvaikutuksia. Avoimuus ”syö skूपit”. Kun salaisuuden verhoa ei ole, ei ole myöskään mah- dollisuuksia salaisuuksien näyttä- vään paljastamiseen. Samalla vai- kutuspyrkimykset median kautta vaikeutuvat tai jäävät pois. Ko- huja tai väärinkäsityksiä ei synny, sillä puutteellinen tai väritynnyt tieto ei pääse julkisuuteen eikä siten määrittämään poliittista agendaa. Kun skandaalit ja väärinkäsitykset jäävät vähiin tai kokonaan pois, jäsenmaiden välille ei synny julki- suuslähtöisiä ristiriitoja. Näin neu- vottelijoiden jäsenmailta saama viestintävästuu pääsee dominoi- maan julkisuutta. Yhteisiä intressejä korostavan julkisuuden dominans- si vahvistaa edelleen neuvottelijo- den mandaattia, sekä sen legitimi- teettiä että uskottavuutta.
- Avoimuuden ja luottamuksen myönteisen yhteisvaikutuksen seurauksena on saavutettu jäsenmai- den yhtenäinen rintama, ainakin neuvottelujen ensimmäisellä kier- roksella. Koska vastapuolen tietoon on annettu avoimesti sekä yhtenäi- sen rintaman tavoitteet että se, ettei neuvottelijalla ole valtuuksia poi- keta niistä, vaikuttaa avoimuusstra- tegia suoraan ja ratkaisevasti neu- vottelujen dynamiikkaan – jäsen- maisen voitoksi. Avoimuus on erinomainen keino poliittisen yh-



tenäisyyden luomiseen, kun samalla on annettu neuvottelijoille vahva yhteisiä intressejä edistävä viestintä-mandaatti.

- Kaikki edellä mainitut tekijät yhdessä ovat taanneet jäsenmaiden yhteisille kannoille suurimman mahdollisen tehon neuvotteluissa. Tämä puolestaan on johtanut onnistumisiin, jotka vuorostaan ovat vahvistaneet avoimuutta jäsenmaiden myönteisten empiiristen kokemusten kautta. Jäsenmaiden keskinäinen luottamus on vahvistunut. Avoimuuden ja luottamuksen vahvistuva kehä synnyttää uusia hyötyjä.
- Avoimuus EU:n Brexit-diplomatian lähtökohtana on lisännyt merkittävästi tehokkuutta diplomatian tavoitteiden toteutumisessa. On vaikea uskoa, että tällä ei olisi kauaskantoisia seurauksia niin EU:ssa kuin laajemminkin, kun EU:n lisäksi myös muut kansainväliset toimijat jatkossa hakevat toimintaperiaatteita omiin diplomaattisiin prosesseihinsa. Suositus on se, että muutkin kansainväliset toimijat ryhtyisivät jatkossa noudattamaan maksimaalista avoimuutta. Demokratialähtöisen etiikan lisäksi tähän kannustaa myös Brexit-neuvottelujen diplomaattisen neuvottelustrategian nyt havaittu ennako-odotusten vastainen teho.

Koko ”menestysresepti” on edellyttänyt

oikeaan osunutta strategista analyysiä siitä, minkälainen poliittinen ja viestinnällinen dynamiikka tuottaa lopputuloksen kannalta parhaan mahdollisen ratkaisun. On ollut Brexit-neuvottelujen kokonais-kuvan kannalta oleellista, että Barnier päätyi analyysissään ennennäkemättömän avoimuuden kannalle, ja ratkaisevaa, että analyysi on tähänastisten havaintojen perusteella osoittautunut oikeaksi.

Vielä on mahdotonta ennustaa, kestääkö Brexit-neuvottelujen ensimmäisellä kierroksella toiminut menestysresepti koko prosessin loppuun asti. Jos kestää, ei ole mahdotonta, että britit voivat esimerkiksi Cityn asemasta turhautuessaan (Maidment 2017, Rankin 2017, Saeed 2017, Watts 2017) jopa luopua koko EU-erosta. Tämä on luonnollisesti vain spekulointia (Jokela 2018, Juncker 2018), mutta spekulointia, joka lisääntyy julkisessa keskustelussa koko ajan (OECD 2017). Korvaako ”Brexitin” ”Bremain”? Jos näin kävisi, Barnierin strategia voisi jäädä diplomatian historiaan toistaiseksi ainutlaatuisena, urauurtavana onnistumisena ja avoimen diplomaattisen viestinnän myönteisenä ennakkotapauksena.

EU-diplomatiaa tukevan viestinnällisen strategiavalinnan – avoimuuden – merkitys varsinaisen diplomatian onnistumiselle on ollut ratkaiseva. Tämä herättää jatkotutkimusta ajatellen tarpeen pureutua kysymykseen siitä, missä määrin viestintä ylipäänsä on eroteltavissa siihen liittyvästä politiikan kokonaisuudesta. Rajan kyseenalaistaminen viestinnän ja sen poliittisen kontekstin välillä ei ole viestinnän merkityksen kyseenalaistamista, päinvastoin.

Barnierin tähänastinen onnistuminen kertoo nimenomaan avoimen viestintästrategian tärkeydestä.

Avoimen viestinnän tehokkuus diplomatian tavoitteiden edistämisessä – ja nimenomaan jäsenmaiden yksimielisyyttä edellyttävässä asetelmassa – asettaa uusia kysymyksiä myös EU:ta koskeville integraatioteoreettisille tutkimuksille. Ainutlaatuisen diplomaattisen avoimuuden teho on nimittäin osin syntynyt juuri yksimielisyysvaatimuksen takia, kun integraatioteoriassa usein pidetään määränemmistöperusteista päätöksentekoa huomattavasti veto-perusteista päätöksentekoa tehokkaampana (esim. Seppälä 2004). Tässäkin voi havaita tarpeen kokonaisvaltaisempaan tutkimukseen, jossa viestintää tarkastellaan erottamattomana ja usein mahdollisesti ratkaisevana osana siihen liittyviä laajempia poliittisia tai diplomaattisia pyrkimyksiä ja kontekstia.

#### LÄHTEET:

Ariès, Q. (2017). A transparent Brexit? *Politico* 14.4.2017. Saatavilla verkossa: <https://www.politico.eu/article/a-transparent-brexit/>

Barker, A. (2017). EU looks at revealing negotiating positions for Brexit. *Financial Times* 26.3.2017. Saatavilla verkossa: <https://www.ft.com/content/2476d5c6-107a-11e7-b030-768954394623>

Barker, A. & Parker, G. (2017). Brexit: Inside the UK's messy deal to secure an amicable divorce. *Financial Times* 14.12.2017. Saatavilla verkossa: <https://www.ft.com/content/>

t/15426d90-e0b8-11e7-8f9f-de1c2175f5ce

Bolewski, W. (2017) Brexit – how can diplomacy help saving the EU-27? Working Paper Project “Diplomacy in the 21st Century” Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP) / German Institute for International and Security Affairs. Saatavilla verkossa: [https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/arbeitspapiere/WP\\_Diplomacy21\\_No13\\_Wilfried\\_Bolewski\\_01.pdf](https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/arbeitspapiere/WP_Diplomacy21_No13_Wilfried_Bolewski_01.pdf)

Chambers, M. (2016). Merkel tells Britain no 'cherry-picking' in Brexit talks. *Reuters* 28.6.2016. Saatavilla verkossa: <https://www.reuters.com/article/us-britain-eu-germany/merkel-tells-britain-no-cherry-picking-in-brexit-talks-idUSKCN0ZE05C?il=0>

Costa, M. & Fahey, E. (2016). Accountability and Transparency of the Executive & Brexit under UK and EU Law. Institute for the Study of European Law, The City Law School. Saatavilla verkossa: <https://www.city.ac.uk/news/2016/december/accountability-and-transparency-of-the-executive-and-brexit-under-uk-and-eu-law>

Cremona, M. (2015). Guest editorial: Negotiating the Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). *Common Market Law Review*, 52, 351–362.

Crozier, M. & Friedberg, E. (1980). *Actors and Systems. The Politics of Collective Action*. Chicago: The University of Chicago Press.

Curtin, D. (2012). Judging EU Secrecy. *Cahiers de Droit Européen* 2012/2. Amsterdam Law School Research Paper 2012/103; *Amsterdam*

Centre for European Law and Governance  
Research Paper 2012/07. Saatavilla verkossa:  
<https://ssrn.com/abstract=2184249> ja <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2184249>

Curtin, D. & Meijer, A. (2006). Does Transparency Strengthen Legitimacy? A Critical Analysis of European Union Policy Documents. *Information Polity*, 2006. Saatavilla verkossa: <https://pdfs.semanticscholar.org/9612/d45b87c77258e52747e5ea6b3566aec66786.pdf>

Davis (2017). Brexit: David Davis says the EU must compromise too. BBC 17.11.2017. Saatavilla verkossa: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-42023765>

European Commission (2017). Speech by Michel Barnier. The Conditions for Reaching an Agreement in the Negotiations with the United Kingdom, at the plenary session of the European Committee of the Regions 22.3.2017. Saatavilla verkossa: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_SPEECH-17-723\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-723_en.htm)

European Commission a (2017). Negotiating documents on Article 50 negotiations with the United Kingdom. Saatavilla verkossa: [https://ec.europa.eu/commission/brexit-negotiations/negotiating-documents-article-50-negotiations-united-kingdom\\_en?field\\_core\\_tags\\_tid\\_i18n=351&page=4](https://ec.europa.eu/commission/brexit-negotiations/negotiating-documents-article-50-negotiations-united-kingdom_en?field_core_tags_tid_i18n=351&page=4)

European Commission b (2017). Brexit negotiations. The Article 50 negotiation process and principles for the United Kingdom's departure from the European Union. Saatavilla verkossa: [https://ec.europa.eu/commission/brexit-negotiations\\_en](https://ec.europa.eu/commission/brexit-negotiations_en)

European Commission c (2017). Negotiation mandate and transparency. Saatavilla verkossa: [https://ec.europa.eu/commission/brexit-negotiations/negotiation-mandate-and-transparency\\_en](https://ec.europa.eu/commission/brexit-negotiations/negotiation-mandate-and-transparency_en)

European Commission d (2017). Meetings of Chief Negotiator Michel Barnier with organisations and self-employed individuals. Saatavilla verkossa: <http://ec.europa.eu/transparencyinitiative/meetings/meeting.do?host=fa02e4e1-d738-413e-8b4e-ed8381a90e86>

Fenster, M. (2015). European Journal of Social Theory: Transparency in search of a theory. 14.4.2015.

Fukuyama, F. (1996). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York: Simon & Schuster.

Hampson, F. O., Crocker, C. A. & Aal, P. (2013) Negotiation. Teoksessa Holzhausen, D., Zerfass, A. (toim.) *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. New York and Oxon: Taylor & Francis.

Herszenhorn, D. M. & de La Baume, M. & Ariès, Q. (2017). Europe's Brexit not-so supremo. *Politico* 31.3.2017. Saatavilla verkossa: <https://www.politico.eu/article/michael-barnier-europe-brexit-not-so-supremo-uk-negotiation-deal/>

Jokela, J. (2018). Voiko Brexit peruuntua? Peruminen on teoreettisesti mahdollista, mutta poliittisesti vaikeaa. FIIA Comment 2018/1. Saatavilla verkossa: [https://storage.googleapis.com/upi-live/2018/01/comment1\\_voiko\\_brexit\\_peruuntua-1.pdf](https://storage.googleapis.com/upi-live/2018/01/comment1_voiko_brexit_peruuntua-1.pdf)

Juncker, J. (2018). EU's Juncker: Don't believe Brexit won't happen. BBC 8.1.2018. Saatavilla verkossa: <http://www.bbc.com/news/world-europe-42609057>

Leino, P. (2017). Secrecy, Efficiency, Transparency in EU Negotiations: Conflicting Paradigms? *Politics and Governance* 5(3), 6–15. Saatavilla verkossa: <https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/985/985>

Liimatainen, K. (2017). Merkel toisti viestinsä EU-eroa suunnittelevalle Britannialle: ”Kirsi-koita ei poimita kakusta”. Helsingin Sanomat 9.1.2017. Saatavilla verkossa <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005038595.html>

Luoma-aho, V. (2015). Läpinäkyvää? *Teoksessa Läpinäkyvä viestintä. Viestinnän kausikirja Procomm Academic*. Saatavilla verkossa: <http://viestijat.fi/lapinakyvaa/>

Maidment, J. (2017). Michel Barnier rules out special deal for City of London as Theresa May 'plans third major Brexit speech'. *The Telegraph* 19.12.2017. Saatavilla verkossa: <http://www.telegraph.co.uk/news/2017/12/19/michel-barnier-rules-special-deal-city-london-theresa-may-plans/>

Matthijs, M. (2017) Europe after Brexit: a less perfect Union. *Foreign Affairs*, 96 (January/February 2017), 85–95. Saatavilla verkossa: <https://www.foreignaffairs.com/articles/europe/2016-12-12/europe-after-brexit>

OECD (2017). Reversing Brexit would boost economy, says OECD. BBC 17.10.2017. Saatavilla verkossa: <http://www.bbc.com/news/business-41652416>

Parker, G. & Chazan, G. (2017). UK ministers try to enlist EU business on Brexit. *Financial Times* 10.1.2017. Saatavilla verkossa: <https://www.ft.com/content/04c9f1ec-f619-11e7-8715-e94187b3017e>

Rankin, J. (2017). UK cannot have a special deal for the City, says EU's Brexit negotiator. *The Guardian* 18.12.2017. Saatavilla verkossa: <https://www.theguardian.com/politics/2017/dec/18/uk-cannot-have-a-special-deal-for-the-city-says-eu-brexit-negotiator-barnier>

Saeed, S. (2017). Michel Barnier: Financial services excluded from Brexit trade deal. *Politico* 19.12.2017. Saatavilla verkossa: <https://www.politico.eu/article/michel-barnier-financial-services-excluded-from-brexit-trade-deal/>

Seppälä, J. (2004). Intergovernmentalism and Federalism in the Development of Common Foreign and Security Policy of the European Union. The Case of Finland. University of Helsinki, Licentiate Thesis.

Seppälä, J. (2010). Avoimesti syksyn haasteisiin. Espanja ymmärtää myös jäänmurtaajia, Suomen EU-edustuston kolumnit 2009–2010. Eurooppatiedotus syyskuu 2010. Toimittanut Jussi Seppälä, 46–47.

Stenros, M. (2017). Brexitöörit ja ei sopimusta -skenaario – Näiden avaintermien avulla tajuat enemmän brexit-uutisista. *Yle Uutiset* 19.10.2017. Saatavilla verkossa: <https://yle.fi/uutiset/3-9890231>

Turunen, S. (2017). Tulossa ensi vuonna: Brexit, osa 2 – taistelu alkakoon! Yle Uutiset 20.12.2017. Saatavilla verkossa: <https://yle.fi/uutiset/3-9982000>

Watts, J. (2017). Brexit: Chief EU negotiator says the City of London will have 'no place' in trade deal. *The Independent* 19.12.2017. Saatavilla verkossa: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-latest-updates-michel-barnier-eu-chief-negotiator-city-london-trade-deal-financial-services-a8117726.html>



kuva: Yrjö Hietanen



kuva: Toivari

## KUKA?

### Tiina Sotkasiira, Janne "Rysky" Riiheläinen

- Tiina Sotkasiira, YTT, on Itä-Suomen yliopiston (UEF) tutkijatohtori. Hänen yhteiskuntapolitiikan tieteenalaan kuuluva tutkimustyönsä kohdistuu etnisten suhteiden ja kansainvälisten muuttoliikkeiden sekä Venäjän tutkimukseen. Sotkasiiran väitöskirjaan pohjautuva kirja Russian Borderlands in Change. North Caucasian youth and the politics of bordering and citizenship ilmestyi vuonna 2016 Routledgen julkaisemana. Viime aikoina hän on osallistunut hankkeisiin, joissa on tutkittu esimerkiksi maahanmuuttajien hyvinvointia sekä Suomessa asuvien venäjänkielisten mediankäyttöä.*

*Janne "Rysky" Riiheläinen on joensuulainen viestintäasiantuntija ja turpobloggari. Hän on myös yksi johtavia informaatiovaikuttamisen asiantuntijoita ja kouluttaa eri tahoja ymmärtämään nykyisen mediaympäristön tilaa oman toimintansa kannalta. Hän on Maanpuolustustiedotuksen suunnittelukunnan mediajaoston asiantuntijajäsen. Riiheläinen piti Helsingin Sanomien sivuilla Turvallisuuspolitiikan korkeajännitys -nimistä viikkokatsausta ja osallistui 2015 tasavallan presidentin Kultaranta-keskusteluun. Helmikuussa 2017 häneltä ilmestyi kiitosta kerännyt kirja #Turpo – turvallisuuspolitiikan tunteet ja järki. Tällä hetkellä Riiheläinen kirjoittaa turvallisuuspolitiikasta Yleisradiossa ja Karjalaisessa. Hän on näkyvä keskustelija turvallisuuspolitiikassa ja kirjoittaa aktiivisesti omaan Uusi maanpuolustus -blogiinsa.*

## EPÄDIPLOMAATTISTA DIPLOMAATTISTA VIESTINTÄÄ VENÄJÄN ISON-BRITANNIAN- SUURLÄHETYSTÖN TWITTER- TILILLÄ

**Tarkastelemme tässä artikkelissa diplomaattisen viestinnän muutosta analysoimalla Venäjän Lontoon-suurlähetystön ylläpitämän Twitter-tilin sisältöä kolmen kuukauden ajanjaksolla 1.2.–30.4.2017. Pyrimme analysoimaan muuttuneita diplomaattisen viestinnän käytäntöjä sekä purkamaan auki uudenlaista diplomaattista informaatiovaikuttamista, johon on omaksuttu välineitä poliittisen kampanjoinnin ja tiedustelun maailmasta. Tämän tapaustutkimuksen avulla pyrimme lisäämään viestinnän ammattilaisten ja muiden lukijoiden valmiuksia tunnistaa disinformaatiota sekä kuvaamaan sen tuottamisessa ja levityksessä käytettäviä keinoja.**

### Johdanto

Digitalisaatio ja uudet teknologiat ovat nopeuttaneet ja laajentaneet valtioiden, yritysten, järjestöjen ja kansalaisten välistä vuorovaikutusta sekä lisänneet viestinnän painoarvoa globaalilla tasolla (Wang 2006). Teknologisen kehityksen ja kansalaistoimijoiden merkityksen kasvun myötä myös diplomatia, jonka on perinteisesti ymmärretty olevan valtioiden välisten suhteiden hoitamista, on kokenut muutoksia. Diplomatiaa on alettu suunnata uusille yleisöille, ja valtiot myös viestivät aiempaa

suoremmin muiden maiden kansalaisten kanssa.

Tästä uudentyypisestä viestinnästä on käytetty sellaisia nimityksiä kuin julkisuusdiplomatia ja uusi diplomatia (Mowlana 1997, 8). Digitaalisella diplomaatialla taas viitataan internetin ja etenkin sosiaalisen median käyttöön diplomatiassa (Bjola 2016). Diplomaatit hyödyntävät viestinnässään muun muassa Twitter-mikroblogipalvelua, jonka avulla sisältöjä voi julkaista sekä tuntemilleen että tuntemattomille käyttäjille (Murthy 2013, 9). Twitteriä hyödyntävää diplomaattista viestintää kutsutaan twiplomatiaksi (Dodd & Collins 2017).

Valtioilla on tarve hallita mainettaan paitsi suhteessa kansalaisiinsa myös kansainvälisesti. Julkisuusdiplomatiassa (*public diplomacy*) on kyse tällaisesta strategisesta viestinnästä, jolla pyritään vahvistamaan myönteisiä mielikuvia itsestä sekä viemään eteenpäin omia poliittisia, taloudellisia ja kulttuurisia intressejä. Julkisuudessa tapahtuvan diplomatian ajatellaan lisäävän valtion tunnettuutta, arvostusta sekä sen kykyä puhutella tai jopa aktivoida muiden maiden kansalaisia ja vaikuttaa heidän mielipiteisiinsä (Leonard, Stead, & Smewing 2002, 9–10). Tällaisesta vaikuttamistyöstä Joseph Nye (2004) on kirjoittanut käsitteellä pehmeä voima (*soft power*), jonka hän on määritellyt kyvyksi saada tahtonsa läpi ilman pakkoa tai voiman käyttöä. Nykyisessä globaalissa toimintaympäristössä tulee vastaan tilanteita, joissa laadukas viestintä tarjoaa perinteistä voimankäyttöä paremmat mahdollisuudet edistää kansallisia

tavoitteita. Sosiaalinen media tarjoaa tähän yhden, suoraan kansalaisten luo johtavan väylän.

Viime aikoina on havahduttu siihen, että myönteisen maakuvan rakentamisen ohella valtiot voivat harjoittaa myös negatiivista diplomaattista viestintää, kuten disinformaatiota ja trollausta eli ärsyttämistä, joka tähtää voimakkaan tunnereaktion aikaansaamiseen muissa internetin käyttäjissä sekä keskustelun ohjaamiseen sivuraiteille. Erityisesti Venäjä on nostettu esiin esimerkkinä toimijasta, jonka julkisuusdiplomatia on saanut informaatio-operaatioiden piirteitä ja jonka toiminta hämärtää rajaa diplomatian ja tiedustelupalveluiden harjoittamien aktiivisten toimien välillä (Hellman & Wagnsson 2017; Kragh & Åsberg 2017, 776; Saari 2014). Tutkija Sinikukka Saari (2014) arvioi, että Venäjä toisaalta tukeutuu neuvostoliittolaiseen propagandaperinteeseen ja toisaalta soveltaa uusia viestinnällisiä strategioita ajaessaan poliittisia tavoitteitaan suhteessaan ”lähiulkomaihin” sekä länteen.

### **Disinformaatio julkisuusdiplomatian osana**

Tutkimuskirjallisuudesta löytyy lukuisia käsitteitä kuvaamaan viestintää, jonka avulla valtiot rakentavat maakuvaansa sekä pyrkivät muokkaamaan kansainvälistä julkista mielipidettä ulkopoliittisten päämääriensä edistämiseksi. Ilmiötä on lähestytty muun muassa brändäyksen, maakuvan rakentamisen, julkisuusdiplomatian ja suhdetoiminnan sekä propagandan käsittein (Connor & Bean 2012,

Kaneva 2011, Melgin 2014, Melissen 2005, Roberts 2007, Stanley 2015). James Pamentin, Alexandra Olofssonin ja Rachel Hjorth-Jenssenin (2017) mukaan maakuvaviestinnällä tavoitellaan ensisijaisesti taloudellista etua eli esimerkiksi turismin, kansainvälisen kaupan ja innovaatiotoiminnan kehitystä. Julkisuusdiplomatia, jonka juuret ovat edustamisessa sekä kulttuuridiplomatiassa, taas tähtää kansainvälisen toimintaympäristön muokkaamiseen suotuisaksi valtion kansallisten intressien eteenpäin viemiselle (Melissen 2013).

Tässä artikkelissa käsittelemme Venäjän Lontoon-suurlähetystön Twitter-viestintää julkisuusdiplomatiassa, koska siinä on kyse ulkomaanedustuston harjoittamasta, ulospäin suuntautuvasta viestinnästä, jolla on monia julkisuusdiplomatian ulottuvuuksia. Elina Melgin (2014, 16; ks. myös Jowett & O'Donnell 2012, 287–288) laskee väitöskirjassaan julkisuusdiplomatiian kuuluvaksi ainakin viisi eri osa-aluetta. Ensinnäkin julkisuusdiplomatiata on kuunteleminen, mikä tarkoittaa, että kohdeyleisöltä kerätään tietoa ja näkemyksiä kuuntelemalla heitä sen sijaan, että vain viestittäisiin yksisuuntaisesti omista lähtökohdista käsin. Edustaminen taas on aktiivista toimintaa, jolla yritetään edistää politiikkaa, joka hyödyttää tiedon tuottajaa. Kulttuuridiplomatialla tehdään tunnetuksi maan kulttuurista pääomaa ja saavutuksia esimerkiksi kulttuuriviennin muodossa. Lisäksi edistetään diplomaattista vaihtoa ja liikkuvuutta: opiskelijoita ja muita toimijoita lähetetään ulkomaille vaihtoon oppimaan uutta kulttuuria, mutta samalla myös viedään omaa kulttuuria



maailmalle. Kansainvälisen kulttuurisen tietopääoman levittämisen avulla pyritään vaikuttamaan kansainväliseen mieliteeseen median kautta. Twitteriä voi nähdäksemme hyödyntää lähes kaikessa julkisuussuhteellisuudessa, koska se mahdollistaa kohdeyleisön kuuntelemisen sekä erilaisten näkemysten, viestien ja mielikuvien viestimisen globaalisti.

Muiden valtioiden tavoin myös Venäjä on tunnistanut informaatioteknologian merkityksen taloudellisen ja ennen kaikkea yhteiskunnallisen muutoksen välineenä sekä kansallisesti että kansainvälisesti. Presidentti Vladimir Putin vahvisti vuoden 2016 lopussa uuden informaatioturvallisuuden doktriinin, joka korvasi vuonna 2000 julkaistun vastaavan asiakirjan. Uusi doktriini on yksi strategisen suunnittelun dokumenteista, ja siinä määritellään Venäjän kanta kansallisen turvallisuuden hallintaan informaatiotilassa ja se sisältää sekä käytetyn teknologian että sisällöt. Doktriinin mukaan Venäjä yrittää purkaa kansainvälistä informaatiotilaa sääteleviä kansainvälisiä normeja ja määrittää niitä uudelleen. Se tavoittelee uutta kansainvälistä informaatioturvallisuuden järjestelmää, jonka avulla sen olisi mahdollista torjua ulkovaltojen siihen kohdistamat yritykset horjuttaa strategista tasapainoa informaatioteknologian avulla. (Pynnöniemi & Kari 2016, 1.)

Venäjän pyrkimyksissä hallita kansainvälistä informaatiotilaa ei ole kyse pelkästään puolustuksellisesta toiminnasta. Se suorittaa myös aktiivisia toimia, joiden avulla se pyrkii rajoittamaan muiden maiden kykyä hallita informaatiotilaa (Saari

2014, Kragh & Åsberg 2017). Saari (2014, 53) määrittää aktiiviset toimet kylmän sodan kontekstissa mukailleen Richard H. Schultzia ja Roy Godsonia (1984), joiden mukaan ne tarkoittavat valtion avoimia ja salaisia toimia, joilla pyritään vaikuttamaan toisiin valtioihin, heikentämään näiden sisäistä tilaa ja keskinäisiä suhteita sekä heikentämään omien tavoitteiden tiellä olevia toimijoita.

Venäjä tavoittelee tilannetta, jossa muilla kansainvälisillä toimijoilla olisi vaikeampaa hakea ja saada julkista hyväksyntää omille toimilleen median kautta. Venäjän Ruotsiin kohdistamaa informaatiovaikuttamista analysoivassa artikkelissaan Martin Kragh ja Sebastian Åsberg (2017) arvioivat Venäjän hyödyntävän aktiivisesti myös disinformaatiota. Kraghin ja Åsbergin (2017, 778) mukaan disinformaatio tarkoittaa tarkoituksellisesti ja huolella kohteensa tietoon saatettua virheellistä informaatiota, jolla voidaan johtaa harhaan sekä päätöksentekijöitä että suurta yleisöä (ks. myös Romerstein 2001). Tässä voidaan käyttää apuna erilaisia keinoja, kuten väärentämistä, manipulointia, vaikuttaja-agentteja, peitejärjestöjä sekä huhujen ja juorujen levittämistä.

Kansainvälisesti arvostettu informaatiovaikuttamisen asiantuntija Ben Nimmo esittää (2016), että disinformaation voi tunnistaa niin sanottua ABC-tekniikkaa apuna käyttäen. Nimmon (emt.) mukaan disinformaatio on viestintää, joka ei perustu faktoihin ja joka on tietolähteidensä puolesta yksipuolista ja epäluotettavaa. Hyvän ja luotettavan tiedon tuntomerkkejä Nimmon mukaan taas ovat a) faktojen

oikeellisuus (Accuracy), b) lähteiden monipuolinen käyttö (Balance) ja c) käytettyjen tietolähteiden luotettavuus (Credibility).

Nykykäsityksen mukaan diplomaattinen viestintä voi siis sisältää paitsi positiivista oman maakuvan rakentamista ja omien vahvuuksien esittelyä, myös negatiivista kampanjointia, joka tarkoittaa vastustajien mustamaalausta ja kritisointia. Näin tehtyä jakoa positiiviseen ja negatiiviseen kampanjointiin on käytetty tutkittaessa Twitterissä tapahtuvaa vaalikampanjointia (Ceron & d'Adda 2016, 1937).

Vaikka sosiaalista mediaa ja digitaalista diplomatiaa on tutkittu runsaasti, tietoa positiivisen ja negatiivisen digitaalisen diplomatian sisällöistä ja vaikuttavuudesta on vähän (Bjola 2016, Kohama, Inamasu & Tago 2016). Aihetta olisi syytä tutkia aiempaa enemmän, koska aikaisemman, ensisijaisesti sisäpoliittista kampanjointia koskevan tutkimuksen perusteella tiedämme, että negatiivinen kampanjointi toimii. Se vaikuttaa yleisön asenteisiin ja vähentää kampanjoinnin kohteeksi joutuneen osapuolen suosiota (Fridkin & Kenney 2004, Kohama, Inamasu & Tago 2017). Siihen reagoiminen on myös viestinnällisesti erittäin haastavaa (Hellman & Wagnsson 2017).

### **Tutkimuksen aineisto ja analyysimenetelmä**

Tutkimuksemme tavoitteena on syventää viestinnän ammattilaisten käsityksiä sosiaalisen median merkityksen kasvun mukanaan tuomista diplomaattisen ja muun viestinnän muutoksista tarkastele-

malla Venäjän Lontoon-suurlähetystön ylläpitämän Twitter-tilin sisältöä ja vaikuttamistoimintaa ajanjaksolla 1.2.–30.4.2017. Lähetystön ylläpitämä Twitter-profiili @RussianEmbassy on avattu huhtikuussa 2010, jolloin Twitter ei vielä ollut läheskään niin suosittu media kuin nykyään. Silloin käyttäjiä oli kuitenkin maailmanlaajuisesti jo yli sata miljoonaa (Storås 2010). Tarkastelujakson aikana, vuoden 2017 ensimmäisinä kuukausina, Twitter raportoi 328 miljoonasta kuukausittaisesta käyttäjästä (Twitter 2017).

Iso-Britannia valittiin tutkimuksen kohteeksi, koska se on merkittävä kansainvälinen toimija, esimerkiksi YK:n turvallisuusneuvoston pysyvä jäsen, ja ydinasevaltio. Lisäksi se on tunnistanut itseensä kohdistunutta aggressiivista informaatiovaikuttamista ja myös viestinyt asiasta julkisesti. Parlamentin tiedustelukomitean vuosiraportissa tiedustelupalvelu Government Communications Headquarters (GCHQ 2017) toteaa Venäjän pyrkineen – ja yhä enemmän pyrkivän – informaatiovaikuttamiseen Isossa-Britanniassa. Pääministeri Theresa May puolestaan ilmoitti marraskuussa 2017 brittihallituksen tietävän Venäjän toimista, ja että se tulkitsee tällaisten toimien olevan paitsi Ison-Britannian demokratian vastaisia, myös uhka kansainväliselle järjestykselle (Mason 2017). Myös monet muut tahot ovat kiinnittäneet huomiota Venäjän toimintaan. Esimerkiksi Euroopan parlamentti (2016) hyväksyi vuoden 2016 lopussa päätöslauselman, jossa se syytti Venäjää EU:n vastaisesta propagandasta.

Tähänastinen Twitteriä koskeva tutki-

mus on ollut paljolti kuvailevaa, ja tutkijat ovat kaivanneet siihen vahvemmin teoriaan pohjautuvien kysymysten tarkastelua (Hardin 2014). Twitter-tutkimus on myös painottunut twiittien julkaisuutiheyden ja määrään tarkasteluun, mutta twiittien sisältöjä on tutkittu vähemmän (McKinney ym. 2014; ks. myös Aho & Isotalus 2015, 113). Tässä tutkimuksessa lähdimme liikkeelle aineiston numeerisesta kuvaksesta, josta etenimme sen laadulliseen ja sisällölliseen tarkasteluun. Analyysin ensimmäisessä vaiheessa listasimme kaikki Venäjän Lontoon-lähetystön päivitykset tutkimusajankohtana ja jaottelimme ne säilyttään positiivisiin, neutraaleihin ja negatiivisiin twiitteihin. On huomattava, että tutkimme ainoastaan suurlähetystön itsensä lähettämät twiitit ja re-twiittaukset, ei näiden twiittien tai muiden käyttäjien lähettämien twiittien yhteydessä käytyä keskustelua, johon lähetystö on osallistunut. Ceronia ja d'Addaa (2016, 1937) mukailen laskimme positiivisiksi ne twiitit, joissa esiteltiin Venäjän vahvuuksia ja saavutuksia. Negatiivisiksi taas määritelimme ne twiitit, jotka sisälsivät jonkun toisen osapuolen, yleensä Ison-Britannian, ja sen keskeisten poliitikkojen ja media toimijoiden mustamaalauksia ja kritisoimista. Analyysin toisessa vaiheessa keskityimme näihin negatiivisiin twiitteihin, jotka ryhmittelimme niiden aihealueiden, asiasisällön ja aiheen käsittelytavan perusteella.

Verkkoaineistojen käyttöä koskevis- sa tutkimuseettisissä keskusteluissa on kiinnitetty huomiota tutkittavien asemaan ja tiedon julkisuuteen (Terkamo-Moisio, Halkoaho ja Pietilä 2016, 141–142). Tässä

artikkelissa aineistona käytetyn Venäjän federaation Lontoon-suurlähetystön Twitter-tilin sisältö on julkisen toimijan tietoisesti tuottamaa, ja lähetystö tavoittelee sille mahdollisimman suurta yleisöä. Näin ollen pidämme aineistoa tutkimuskäyttöön soveltuvana. Tätä oletusta tukee myös se, että Twitter on sisältöjen julkisuuden osalta erityisen avoin verkkopalvelu. Voidaan olettaa, että lähetystö ei julkaise tilillään twiittejä, joita ei olisi tarkoitettu kaikkien muiden käyttäjien luettaviksi (ks. Murthy 2013, 1–13).

### **Venäjän Lontoon-suurlähetystön Twitter-viestinnän sisältö ja keinot**

Venäjän lähetystön Twitter-tilin sisällön läpikäyminen kertoo lähetystön kohdistavan sanomansa ennen kaikkea briteille. Sen julkaisemat twiitit ovat englanninkielisiä, ja niissä reagoidaan nimenomaan Isonsa-Britanniassa ajankohtaisiin tapahtumiin ja keskustelunaiheisiin. Sosiaalisen median jakamiskulttuurin luonteen mukaisesti kohderyhmänä ovat Venäjään ystävällisesti suhtautuvat henkilöt ja toimijat, joiden retwiittaukset ja tykkäykset ”kaiuttavat” viestiä eteenpäin myös sellaisten Twitterin käyttäjien suuntaan, joilla ei ole suoraa suhdetta Venäjään.

Lähetystö on myös rakentanut ”ystävistään” diplomaattikerhon (*Russian diplomatic online club*), johon kuka tahansa saa liittyä Twitter-tunnustensa avulla. Liittyesään kerhoon henkilö luovuttaa tilinsä käyttöoikeudet suurlähetystölle, joka saa tämän jälkeen käyttää tiliä twiittiensä levittämiseen. Venäjän Lontoon-suurlähetystön sivuilla kerrotaan, että klubin

jäsenille luvataan järjestää myös tapaamisia ja heille lähetetään uutiskirje. Sitouttavan toiminnan, tarjotun informaation ja Twitter-tilin käyttöoikeuden yhdistelmä tekee näistä henkilöistä suurlähetystön viestinnän resurssin. Tämänkaltaisen toiminnan voi arvioida lisäävän viestinnän vaikuttavuutta, sillä siinä missä valtioiden ja yritysmaailman viestintään suhtaudutaan skeptisesti, tavallisten ihmisten (tai ihmisten, joita pidetään tavallisina) jakamaa tietoa pidetään autenttisempänä, luotettavampana ja siksi edelleen jakamisen arvoisena (Meias & Vokuev 2017, 1029).

### **Negatiivista ja positiivista kampanjointia**

Tarkastelujakson aikana Venäjän Lontoon-suurlähetystön tilillä julkaistiin kaikkiaan 745 twiittiä ja retwiittiä. Twiittien enemmistö (519) oli luokiteltavissa sävyiltään neutraaleiksi tai positiivisiksi viesteiksi. Negatiivisia viestejä aineistossa oli 226, eli ne muodostivat noin kolmasosan kaikesta lähetystön tarkasteluajanjakson Twitter-viestinnästä. Twitter-tilin positiiviseksi määrittyvä sisältö koostuu pääosin twiiteistä, joissa esiteltiin Venäjän kansainvälisen politiikan saavutuksia sekä venäläistä (korkea)kulttuuria ja luontoa. Myös tieteen aikaansaannoksia sekä kirkkoja ja uskontoa tuotiin esiin kauniiden kuvien ja kirkkovuoden kulkuun liittyvän uutisoinnin kautta. Tämä on tyyppillistä julkisen kulttuurisen diplomatian piiriin kuuluvaa materiaalia ja toimintaa (Jowett & O'Donnell 2012).

Positiivinen politiikka-aiheinen Twitter-kampanjointi keskittyi esittelemään

myönteisessä valossa Venäjän toimintaa kansainvälisessä politiikassa. Viestiä tuotiin esille korostamalla valtiojohdon kantoja, Venäjän toimien tuloksellisuutta Syyriassa sekä myös viittaamalla Venäjän historiallisesti merkittävään rooliin toisen maailmansodan voittajavaltiona. Toista maailmansotaa käsittelevät twiitit koskivat usein liittoutuneiden yhteistyötä ja sen saavutuksia. Tulkintamme mukaan toiseen maailmansotaan ja liittoutuneiden yhteisen politiikan saavutuksiin keskittyvillä twiiteillä on suora yhteys nykypäivän politiikkaan (Fedor, Lewis & Zhurzhenko 2017). Niillä pyritään aikaansaamaan poliittista ilmapiiiriä, jossa Britannian ja Venäjän yhteistyö erityisesti talouden alalla näyttäytyy tärkeämpänä kuin nykyistä suhdetta hallitsevat poliittiset kiistat, joiden argumentoidaan twiiteissä vahingoittavan Britanniaa ja sen taloutta.

Venäjän positiivista maakuvaava rakentavien twiittien lisäksi Twitter-tilillä on sisältöä, joissa ivataan, pilkataan ja mustamaalataan muita valtioita ja niiden toimintaa. Tällaisen negatiivisen kampanjoinnin taustalta löytyy nähdäksemme Venäjän pyrkimys normalisoida sen ulkopolitiikkaa ja politiikan keinovalikoimaa vähättelemällä kansainväliselle yhteisölle koituvia hybridiuhkia. Kampanjoinnilla pyritään myös vähentämään Ison-Britannian poliittisen johdon ja median uskotavuutta omien kansalaisten silmissä sekä kyseenalaistetaan Britannian toiminnan mielekkyyttä osana Euroopan unionia ja puolustusliitto NATOa. Käsitteilytavoiltaan negatiivinen kampanjointi vaihteli kepeästi humoristisuudesta (meemit) jyrkkiin

syttöksiin (syyttäminen valehtelusta).

Tutkimusajankohtana kansainvälistä politiikkaa koskeva negatiivinen kampanjointi keskittyi ISISiä vastaan käydyin taistelun tapahtumiin sekä tietoliikennetiedusteluun. Irakilaisen Mosulin kaupungin valtaukseseen ja siihen liittyviin tuhoihin ja kärsimykseen viitattiin kaikkiaan 15 kertaa. Muutamaa otteeseen Mosulin rinnalle nostettiin Jemenissä käytävä sota. Mosulin tapahtumat esitettiin rinnakkaisina Aleppon valtaukselle, millä suunnattiin huomio länsimaiden tukemaan sodankäyntiin alueella. Samalla pyrittiin jälkikäteen viemään moraalista oikeutusta Aleppon valtauksen yhteydessä nousseelta laajalta kansainväliseltä suuttumukselta, jota ilmaistiin Syyrian hallituksen ja sitä

tukevien Venäjän joukkojen sodankäyntitavoista. Samalla esitettiin rivien välissä väite, että länsimaiden tukema sodankäynti on aivan yhtä raakaa kuin Venäjän, eikä kumpikaan ole moraalisesti toista parempi.

Poliitikkojen ohella negatiivinen kampanjointi keskittyi laatumediaan ja sen edustajiin. Esimerkki tämän tyyppisestä negatiivista kampanjointia sisältävästä twiitistä esitetään kuvassa 1. Tämän kaltaisilla twiiteillä pyritään luomaan kuva Ison-Britannian keskeisistä medioista, kuten sanomalehdistä *The Times* ja *The Guardian*, valhemediaana, joka osallistuu Isolle-Britannialle vahingollisen politiikan tekoon uutisoimalla virheellisesti Venäjistä.

### Kuva 1.

Esimerkki negatiivista kampanjointia sisältävästä twiitistä: ”Screws tightening to make it safer to spread lies about Russia rather than hold own Government to account”.



Arviomme, että tämän tapaisilla twiiteillä pyritään vastaamaan Venäjään muualla kohdistettuihin negatiivissävyisiin arvioihin. Esimerkkitwiitin äänenlausemattomaksi tavoitteeksi voidaan ajatella pyrkimys vastata lännessä esitettyihin huomioihin Venäjän lehdistönvapauden heikosta tilasta. Tätä viestinnällistä strategiaa voi kansankielisesti nimittää ”mutkutteluksi” tai ”whataboutismiksi”, jossa reagoidaan Venäjään kohdistuviin syytöksiin ja epäilyihin kääntämällä huomio lännen tekemiin todellisiin tai väitettyihin virheisiin. Aineistosta löytyy kuutisenkymmentä twiittiä, joilla pyritään osoittamaan lännen olevan kaksinaismoralistinen ja syyllistyvän samoihin asioihin, joista se itse syyttää Venäjää.

Yksi lähetystön viestinnän tehokeino on, että mikäli twiitissä viitataan johonkin kriittisesti Venäjään suhtautuvaan lehtiartikkeliin, on artikkeli tai sen otsikko mukana twiitissä vain kuvana. Alkuperäiseen tekstiin ei linkitetä, mikä vaikeuttaa lukijan mahdollisuutta muodostaa oma tulkintansa asiasta. Kuviin on puolestaan merkitty erilaisia twiitin sisältöön tai teemaan liittyviä tahoja journalistista ministeriöihin ja poliitikoista kansalaisjärjestöihin. Merkitsemällä kuviin eri tahoja ja käyttämällä heidän käyttäjätunnuksiaan twiiteissä suurlähetystö viestii myös suoraan Isossa-Britanniassa toimiville asiantuntijoille, uutismedioille, poliitikoille sekä järjestöille (vrt. Galeotti 2017, 3). Näin varmistetaan twiittien huomatuiksi tuleminen halutuissa paikoissa ja luodaan nimetyille tahoille viestinnällistä painetta.

## **Informaatiovaikuttaminen diplomatiakontekstissa**

Disinformaatio määrittynyt aineistossa viestinnäksi, joka pyrkii normalisoimaan Venäjän valtion toimintaa ja vähättelemään siitä kansainväliselle yhteisölle koituvaa uhkaa. Tämä tapahtuu kiistämällä Venäjän aggressiivinen informaatiovaikuttaminen ja väittämällä niitä tahoja, jotka syyttävät Venäjää kyseenalaisista keinoista, vaino-  
harhaisiksi ja motiiveiltaan Venäjä-  
vastaisiksi. Muutamaaan otteeseen vilahuttaa twiiteissä myös Ukrainan sota, jonka jatkuminen Minskin rauhanprosessista huolimatta säilytetään yksiselitteisesti Ukrainan syyksi. Kyseenalaistaminen tapahtui muun muassa käyttämällä fakenews-ilmaisua, kertomalla toistuvasti, ettei todisteita ole, ja käyttämällä sekä kirjaimellisesti että kuvaannollisesti ”Russians did it”-meemiä. Meemin tavoite on saattaa Venäjään kohdistuvat epäilykset naurunalaisiksi väittämällä venäläisten olevan kaikkien epämiellyttävien asioiden takana.

---

### **Kuva 2.**

Esimerkki disinformaatiota sisältävästä twiitistä: ”It’s like epidemic, or fashion? in the West with everybody claiming being hacked by Russia”.

---



Negatiivinen kampanjointi ja disinformatio yhdistyivät twiiteissä, joissa hyvin suorasanaisesti kritisoitiin Ison-Britannian valtiojohtoon toimintaa. Niissä kerrottiin 34 kertaa eri linjausten ja toimien Venäjän suhteen olevan huonoja ja briteille itselleen vahingollisia. Kuusi kertaa Twitter-tilin seuraajia muistutettiin siitä, että kuvitellun Venäjän uhkan pohjalta toimiminen tulee kalliiksi veronmaksajille. 16 kertaa esitettiin epäily tai jopa syytös siitä, että eri tahot haluavat huonoja suhteita Venäjään. Tästä ääriesimerkkinä oli kaksi kertaa esiin nostettu elokuva *Tohtori Outolempi eli: kuinka lakkasin olemasta huolissani ja opin rakastamaan pommia*. Elokuvasa lännen perusteeton vainoharhaisuus aiheuttaa maailman tuhoutumisen ydinsodassa. Taustalla voi nähdä olevan Suomessakin poliitikkojen suusta kuultu ajatuskulku, jonka mukaan Venäjän toimien kritisointi uhkaa rauhaa tai olisi jopa sodanlietsontaa.

### Negatiivinen kampanjointi julkisuusdiplomatian osana

Aiempi tutkimus on lähtenyt liikkeelle siitä oletuksesta, että Venäjä muiden valtioiden tavoin tähtää diplomaattisessa viestinnässään ennen kaikkea positiivisen maakuvan vahvistamiseen. Esimerkiksi Greg Simons (2011, 2014) arvioi ennen Ukrainan konfliktin eskaloitumista julkaistuissa artikkeleissaan, että Venäjällä julkisuusdiplomatian haasteeksi koettiin nimenomaan sen maakuvan vääristyminen. Hänen mukaansa maassa ajateltiin, että Venäjä itsessään on mielikuviaan parempi, ja että tämä imago-ongelma on syytä korjata pehmeää voimaa käyttäen.

Tarkastelumme tuo kuitenkin ilmi, että nyky-Venäjä ei niinkään pyri osoittamaan olevansa mainettaan parempi. Sen tavoitteena vaikuttaa pikemminkin olevan muiden kansainvälisten toimijoiden väitetyt rappiotilan paljastaminen. Britanniaan suunnatussa Twitter-viestinnässä tämä

tapahtuu yhdistämällä tarkoitushakuinen disinformaatio negatiiviseen poliittiseen kampanjointiin.

Kun Venäjän Lontoon-suurlähetystön Twitter-tilin sisältöä ja viestinnän keinoja tarkastellaan Nimmon (2016) ABC-mallin valossa, sen huomataan sisältävän disinformaatiota siinä mielessä, että sen twiitteihin sisällytetään vain omaa asiaa tukevia argumentteja ja niihin linkitetään vain omaa viestiä tukevia lähteitä. Tällaista yksipuolista lähteistämistä voi pitää puolueellisena ja siksi epäluotettavana. Toisaalta Twitter-tililtä löytyy vain harvoja twiittejä, joiden sisältämät tiedot voisi yksiselitteisesti osoittaa virheellisiksi. Pikemminkin niissä ”pelataan tulkinnoilla” kuin tavoitellaan toisenlaista totuutta. Ideana on kehystää asiat uudelleen omista tarkoituseristä käsin, mikä tapahtuu mustamaalaamalla Ison-Britannian poliittista johtoa ja mediaa. Tämä toimintatapa osoittaa, että Venäjän Lontoon-suurlähetystön Twitter-tili on ymmärrettävä osaksi suurempaa kokonaisuutta eli kansainvälisen informaatiotilan hallintaa, jossa Venäjän valtio käyttää järjestelmällisesti viestinnällisiä resurssejaan omien valtapoliittisten päämääriensä edistämiseen. Keskustelua julkisuusdiplomatiasta on syytä täydentää negatiivisen kampanjoinnin käsitteellä, sillä tässä tapauksessa diplomaattiseen viestintään kuuluu keskeisesti disinformaation eli valheellisen ja harhaanjohtavan tiedon tuottaminen ja levittäminen.

Väitämme, että käsitys disinformaatiosta ennen kaikkea virheellisen tiedon levittämisenä antaa liian yksipuolisen kuvan

Venäjän Lontoon-suurlähetystön viestinnästä. Pikemminkin kyse on viestinnästä, jossa tarjotun tiedon avulla pyritään johtamaan yleisöä harhaan siten, että vastaanottajalle syntynyt käsitys asiasta johtaa (dis)informaation tuottajan eli Venäjän valtion kannalta myönteiseen lopputulokseen (Fallis 2015, 413). Kuten Fallis (emt.) kirjoittaa, disinformaatio, kuten valheet ja propaganda, johtaa harhaan, koska sen tuottaja tarkoituksellisesti tuottaa harhaanjohtavaa tietoa. Muut disinformaation muodot, kuten salaliittoteoriat, taas johtavat harhaan ja muodostuvat disinformaatioksi, koska niiden lähde toistuvasti hyötyy harhaanjohtamisesta.

Disinformaatio ei siis tarkoita vain suoranaisesti valehtelua tai virheellisen tiedon tarjoamista. Kyse voi olla myös siitä, että tarjotaan niin paljon muuta informaatiota, että alkuperäinen viesti katoaa näkyvistä, tai siitä, että tarjotaan olemassa olevalle tiedolle uusi, tiedon tuottajan intressejä enemmän palveleva tulkintakehys. Jotta disinformaatio toimisi, on sen nähdäksemme oltava säännönmukaista ja nopeasti reaktiivista. Sosiaalisessa mediassa nopeus on olennaista, sillä tulkinnat syntyvät nopeasti ja puheenaiheet vaihtuvat tiuhaan.

### **Johtopäätökset: reagoiminen disinformaatioon ja negatiiviseen kampanjointiin**

Aktiivisia toimia ja julkisuusdiplomatiata ei ole aina helppoa erottaa toisistaan. Vaikka aktiivinen toiminta tapahtuu osin salaisesti, voidaan siinä käyttää apuna sosiaalista mediaa, koska valheellinenkin tieto on uskottavampi, kun se tulee yleisön



tietoon omien kanavien kautta. Itse asiassa Twitter on tässä erinomainen esimerkki, koska siinä kaiuttamalla saadaan aikaan toivottu efekti. Helposti lähestyttävä ja koskettamaan suunniteltu informaatio, vertaisen välittämänä, on tehokas tapa saada levitettyä haluttuja käsityksiä yleisön keskuuteen. Tällaista lähestymistapaa Venäjä hyödynsi Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaaleihin vaikuttamisessa (Director of National Intelligence 2017). Tässä mielessä yksi informaatiovaikuttamiseen keskeisesti liittyvä haaste on tunnistaa vastaantuleva disinformaatio sekä havaita tilanteet, joissa vaikuttamista tapahtuu.

Viestinnän ammattilaisille kuvaamamme ilmiö on monella tavalla merkityksellinen. Sekä julkisella että yksityisellä sektorilla toimivat viestijät kohtaavat jo nyt työssään tämän kaltaista disinformaatiota ja negatiivista kampanjointia. Myös suomalaisen viestinnän kentällä on tunnistettu poliittisten toimijoiden pyrkimyksiä tuottaa journalistisen median tarjoamalle tiedolle vaihtoehtoisia ja rinnakkaisia tulkintoja ja kehystyksiä (Hatakka 2012, Ylä-Anttila 2018). Venäjän infosodankäyntiin perehtyneiden ruotsalaistutkijoiden Maria Hellman ja Charlotte Wagnssonin (2017) mukaan informaatiovaikuttamisen kohteeksi joutuneiden tulee aivan ensimmäiseksi ratkaista, onko tilanteeseen syytä reagoida vai tulisiko se ainakin toistaiseksi ohittaa ja jäädä seuraamaan tilanteen kehittymistä. Jos viesteihin päätetään vastata, on ratkaistava, vastataanko nimenomaisesti esitettyihin väitteisiin vai viestitäänkö yleisemmällä tasolla keskittyen omien

viestien esillä pitämiseen eikä muiden esittämien argumenttien kumoamiseen. Disinformaation vastaamisessa on tärkeä huomioida ja erottaa toisistaan organisaation sisäinen ja ulkoinen viestintä. Voidaan esimerkiksi päätyä tilanteeseen, jossa julkisesti esitettyyn disinformaatioon vastataan ainakin aluksi vain organisaation sisäisesti, mutta ulospäin asiasta ei aktiivisesti viestitä. Uskoaksemme se, että koko organisaatiolla on selkeä tilannekuva, nopeuttaa tilanteeseen sopeutumista ja reagoimista.

Yksiselitteisiä ohjeita, kuinka artikkelissa esiintyviin viestinnällisiin häiriötilanteisiin tulisi reagoida, on hyvin vaikea antaa. Kunkin organisaation on omalla kohdallaan punnittava tilannetta omien tavoitteidensa, kohde- ja sidosryhmiensä, käytössä olevien resurssiensa sekä käsillä olevan tilanteen todennäköisten kehityskulkujen näkökulmasta. Oma lähestymistapamme painottaa hereillä oloa ja refleksiivisyyden merkitystä, jotta organisaatiot kykenevät reagoimaan oikeansuuntaisesti usein yllätyksenä tuleviin ja vastaajan näkökulmasta kohtuuttomilta tuntuviin väitteisiin. Tässä yhteydessä ymmärrämme refleksiivisyyden viestinnällisen ajattelun ja käytäntöjen arvioimisena, joka pyrkii tuottamaan ajanmukaista, kontekstittietoista, osuvaa ja eettisesti kestävästä viestintää. Myös sen sisäistäminen, että disinformaatioon ei tule vastata disinformaatiolla, on olennainen ulottuvuus informaatiovaikuttamisen kohtaamisessa.

## LÄHTEET

Aho, T. & Isotalus, P. (2015). Symbolisen konvergenssin teoria Twitter-tutkimuksen välineenä: #nokia. *Media & Viestintä* 38(3), 112–127.

Bjola, C. (2016) Digital diplomacy – the state of the art. *Global Affairs* 2(3), 297–299.

Ceron, A. & d’Adda G. (2016). E-campaigning on Twitter: The effectiveness of distributive promises and negative campaign in the 2013 Italian election. *New Media & Society* 18(9), 1935–1955.

Connor, E. & Bean H. (2012). America’s ‘Engagement’ Delusion: Critiquing a Public Diplomacy Consensus. *International Communication Gazette* 74(3), 203–20.

Director of National Intelligence (2017). Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections ICA 2017 01D6. Julkaistu verkossa: [https://www.dni.gov/files/documents/ICA\\_2017\\_01.pdf](https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf)

Dodd, M. D. & Collins, S. J. (2017). Public relations message strategies and public diplomacy 2.0: An empirical analysis using Central-Eastern European and Western Embassy Twitter accounts. *Public Relations Review* 43(2), 417–425.

Euroopan parlamentti (2016). Euroopan parlamentin päätöslauselma 23.11.2016. EU:n strategisesta viestinnästä kolmansien osapuolten levittämän EU:n vastaisen propagandan torjumiseksi (2016/2030(INI)). Julkaistu verkossa: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P8-TA-2016-0441&language=FI&ring=A8-2016-0290> (Luettu 15.2.2017.)

Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends* 26(3), 401–426.

Fedor, J., Lewis, S. & Zhurzhenko, T. (2017). Introduction: War and Memory in Russia, Ukraine and Belarus. Teoksessa Julie Fedor, Markku Kangaspuro, Jussi Lassila & Tatiana Zhurzhenko (toim.) *War and Memory in Russia, Ukraine and Belarus*. Lontoo: Palgrave MacMillan, 1–40.

Fridkin, K. L. & Kenney, P. J. (2004). Do negative messages work? The impact of negativity on citizens’ evaluations of candidates. *American Politics Research* 32(5), 570–605.

Galeotti, M. (2017). Controlling Chaos: How Russia manages its political war in Europe. European Council on Foreign Relations. Policy Brief. Julkaistu verkossa: [http://www.ecfr.eu/publications/summary/controlling\\_chaos\\_how\\_russia\\_manages\\_its\\_political\\_war\\_in\\_europe](http://www.ecfr.eu/publications/summary/controlling_chaos_how_russia_manages_its_political_war_in_europe) (Luettu 15.2.2017.)

GCHQ (2017). Intelligence and Security Committee of Parliament. Annual Report 2016–2017. Julkaistu verkossa: [https://b1c-ba9b3-a-5e6631fd-sites.googlegroups.com/a/independent.gov.uk/isc/files/2016-2017\\_ISC\\_AR.pdf?attachauth=ANoY7cqCo4FBQhcdA9s-KilQfUY-h3EmtPkdBuATL-Igimxq1ExFoy-lomE1QgJe8QAmPbQYZNpOR6fCww4vLS-BIU9eG2MWhT9JfjAscZzo9UGHUmARjWzs-Kco282w1i9EHLJlSD\\_HhGmjBqsjr5AZnqIHgs-D62kC95s1b6RH5SNZ883cKtoqG5Cdo0WFT-fUeBUrhICuipaVqCcxRGWl0icU\\_WKlFEUPcR-BJT8aBs59s2bK12OcbH0%3D&attredirects=0](https://b1c-ba9b3-a-5e6631fd-sites.googlegroups.com/a/independent.gov.uk/isc/files/2016-2017_ISC_AR.pdf?attachauth=ANoY7cqCo4FBQhcdA9s-KilQfUY-h3EmtPkdBuATL-Igimxq1ExFoy-lomE1QgJe8QAmPbQYZNpOR6fCww4vLS-BIU9eG2MWhT9JfjAscZzo9UGHUmARjWzs-Kco282w1i9EHLJlSD_HhGmjBqsjr5AZnqIHgs-D62kC95s1b6RH5SNZ883cKtoqG5Cdo0WFT-fUeBUrhICuipaVqCcxRGWl0icU_WKlFEUPcR-BJT8aBs59s2bK12OcbH0%3D&attredirects=0) (Luettu 15.2.2017.)

- Hardin, M. (2014). Moving beyond description: Putting Twitter in (theoretical) context. *Communication & Sport* 2(2), 113–116.
- Hatakka, N. (2012). Perussuomalaisuuden kuva pääkirjoitus- ja kolumnijulkisuudessa. Teoksessa Ville Perna & Erkki Railo (toim.) *Jytky. Eduskuntavaalien 2011 mediajulkisuus*. Turku: Kirja Aurora, 294–322.
- Hellman, M. & Wagnsson, C. (2017). How can European states respond to Russian information warfare? An analytical framework. *European Security* 26, 153–170.
- Jowett, G. S. & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and persuasion*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kaneva, N. (2011). Nation branding: toward an agenda for critical research. *International Journal of Communication* 5(3), 117–141.
- Kohama, S. Inamasu, K. & Tago, A. (2016). To Denounce, or Not To Denounce: Survey Experiments on Diplomatic Quarrels. *Political Communication* 34(2), 243–260.
- Kragh, M. & Åsberg, S. (2017). Russia's strategy for influence through public diplomacy and active measures: the Swedish case. *Journal of Strategic Studies* 40(6), 773–816.
- Leonard, M., Stead, C. & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. Lontoo: The Foreign Policy Centre.
- Mason, R. (2017). Theresa May accuses Russia of interfering in elections and fake news. *The Guardian*. 14.11.2017. Julkaistu verkossa: <https://www.theguardian.com/politics/2017/nov/13/theresa-may-accuses-russia-of-interfering-in-elections-and-fake-news> (Luettu 15.2.2017.)
- McKinney, M., Houston, J. B. & Hawthorne, J. (2014). Social watching a 2012 republican presidential primary debate. *American Behavioral Scientist* 58(4), 556–573.
- Meias, U. & Vokuev, N. (2017) Disinformation and the media: the case of Russia and Ukraine. *Media, Culture & Society* 39(7), 1027–1042.
- Melgin, E. (2014). *Propagandaa vai julkisuusdiplomatiaa? Taide ja kulttuuri Suomen maakuvan viestinnässä 1937–52*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Melissen, J. (2005). The new public diplomacy: between theory and practice. Teoksessa Jan Melissen (toim.) *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. Lontoo: Palgrave Macmillan, 32–37.
- Melissen, J. (2013). Conclusions and recommendations on public diplomacy in Europe. Teoksessa Cross, M. K. D. & Jan Melissen, J. (toim.) *European Public Diplomacy. Soft Power at Work*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 205–212.
- Mowlana, H. (1997). *Global Information and World Communication: New Frontiers in International Relations*. Washington DC: Sage.
- Murthy, D. (2013). *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. Cambridge: Polity Press.
- Nimmo, B. (2016) Identifying disinformation: An ABC approach. Institute for European

Studies. Policy Brief. Saatavilla verkossa: <http://www.ies.be/node/3612> (Luettu 15.12.2017).

Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.

Pammet, J. Olofsson, A., Hjorth-Jenssen, R. (2017). The response of Swedish and Norwegian public diplomacy and nation branding actors to the refugee crisis. *Journal of Communication Management* 21(4), 326–341.

Pynnönniemi, K. & Kari, M. J. (2016). Uusi informaatioturvallisuuden doktriini: Venäjä tehostaa piiritetyn kyberlinnan vartiointia. *Fiia Comment* 26. Julkaistu verkossa: [https://storage.googleapis.com/upi-live/2017/04/comment26\\_uusi\\_informaatioturvallisuuden\\_doktriini.pdf](https://storage.googleapis.com/upi-live/2017/04/comment26_uusi_informaatioturvallisuuden_doktriini.pdf) (Luettu 15.12.2017).

Roberts, W. R. (2007). What is public diplomacy? Past Practices, Present Conduct, Possible Future. *Mediterranean Quarterly* 18(4), 36–52.

Romerstein, H. (2001). Disinformation as a KGB Weapon in the Cold War. *Journal of Intelligence History* 1(1), 54–67.

Saari, S. (2014). Russia's Post-Orange Revolution Strategies to Increase its Influence in Former Soviet Republics: Public Diplomacy po russkii. *Europe-Asia Studies* 66(1), 50–66.

Shultz, R. H. & Godson, R. (1984). *Dezinformatia: active measures in Soviet strategy*. Washington: Pergamon-Brassey's.

Simons, G. (2011). Attempting to rebrand the branded: Russia's international image in the

21st century. *Russian Journal of Communication*, 4 (3/4), 322–350.

Simons, G. (2014). Russian public diplomacy in the 21st century: Structure, means and message. *Public Relations Review* 40(3), 440–449.

Stanley, J. (2015). *How Propaganda Works*. Princeton: Princeton University Press.

Storås, N. (2010). Twitter tuli kaapistä: yli 100 miljoonaa käyttäjää. Julkaistu verkossa: <https://www.tivi.fi/Uutiset/2010-04-16/Twitter-tuli-kaapistä-yli-100-miljoonaa-käyttäjää-3178371.html> (Luettu 15.2.2017.)

Terkamo-Moisio, A., Halkoaho, A. & Pietilä, A.-M. (2016). Sosiaalinen media tieteellisessä tutkimuksessa – Tutkimuseettisiä näkökulmia. *Sosiaalilääketieteellinen aikakauslehti* 2016(53), 141–143.

Twitter (2017). Q1 2017 Letter to Shareholders. Julkaistu verkossa: [http://files.shareholder.com/downloads/AM-DA-2F526X/5798067990x0x939175/D7BAFE57-DCBD-42E9-9909-7F587047FCED/Q117\\_Shareholder\\_Letter.pdf](http://files.shareholder.com/downloads/AM-DA-2F526X/5798067990x0x939175/D7BAFE57-DCBD-42E9-9909-7F587047FCED/Q117_Shareholder_Letter.pdf) (Luettu 15.12.2017).

Ylä-Anttila, T. (2018). Populist knowledge: Post-truth' repertoires of contesting epistemic authority. *European Journal of Cultural and Political Sociology*, 1–33.

Wang, J. (2006). Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited. *Public Relations Review* 32, 91–96.

## PROCOMPRO -VALMENNUSKOKONAISUUDET SYVENTÄVÄT ASIAANTUNTIJAN OSAAMISTA

Kolme kokonaisuutta, joiden ohjelmistosta  
valitset itsellesi sopivan taitoalueen.

### DigiPRO

DIGITAALINEN  
VIESTINTÄ

### MuutosPRO

MUUTOSJOHTAMINEN  
JA -VIESTINTÄ

### MarComPRO

TAVOITTEELLINEN  
MARKKINOINTI

Valitse omat suosikkisi digiviestinnän koulutussisällöistä. Mukana mm. web-analytiikka ja hakukoneoptimointi sekä sosiaalisen median strategia ja mittaaminen.

Uusia tietoja ja taitoja muutoksen johtamiseen eri tasoilla. Mukana mm. muutosprojektin johtaminen, muutokseen motivointi sekä muutos ja media.

Menestys alkaa asiakkaista. Mukana mm. yrityksen brändi-identiteetti, asiakaskokemuksen ja -elämyksen luominen ja kehittäminen.

**Valmennuskokonaisuuden suorittamisesta  
saat ProComPRO-todistuksen!**  
Viidestä koulutuspäivästä koostuvan  
kokonaisuuden hinta ProComin jäsenille  
2100 euroa + alv 24 %, ei-jäsenille 2900 euroa  
+ alv 24%.

Lisätiedot ja  
ilmoittautuminen:  
[www.procompro.fi](http://www.procompro.fi)



KUKA?

## Laura Kolbe

- *Laura Kolbe on historiantutkija, Helsingin yliopiston Euroopan historian professori ja Helsingin kaupunginvaltuutettu. Kolben tutkimuksen kiinnostuksen kohteet ovat eurooppalainen ja suomalainen kaupunkihistoria sekä yliopisto- ja kulttuurihistoria. Kolbe vaikuttaa mm. Kustannusosakeyhtiö Atenan hallituksessa, arvonimilautakunnassa, Ulkopoliittisen Tutkimuksen Instituutin (UPI) hallituksessa sekä Helsingin Yliopiston Yliopistokollegiossa. Hän on myös ”mikroyrittäjä” ja johtaa historian tuotteistamiseen keskittyneen Helsinki Walks Oy:n hallitusta. Kolbe on kirjoittanut useita tietokirjoja ja hän on suosittu esitelmätsijä sekä kolumnisti.*

## KAUPUNKIDIPLOMATIAN MURROKSIA JA JATKUVUUKSIA – TAPAUS HELSINKI

**G**lobalisaatiokehitys on kottanut suuret kaupungit aiempaa itsenäisempään ja näkyvämpään rooliin kansainvälisinä toimijoina. Tästä syystä kaupunkien kansainvälistä vuorovaikutusta on ryhdytty viime vuosina tutkimaan. Myös Helsingillä on oma kaupunkidiplomaattinen pienoismaailmansa. Tässä artikkelissa tarkastellaan, miten Helsingin kaupunkidiplomaattinen näkyvyys ja verkostot ovat muodostuneet vuosikymmenten aikana, sekä pohditaan kaupungin mahdollisuuksia selvitä uudesta diplomatian murroksesta.

## Johdanto

Diplomatian käsite on 2000-luvulla laajentunut ja sen ymmärretään koostuvan erilaisista menettelytavoista, joilla valtioiden rinnalla ei-valtiolliset toimijat, kuten kaupungit tai aktivistiryhmät, edustavat itseään ja tavoitteitaan suhteessa kansainvälisiin verokkiryhmiin (Melissen 2013). Kaupunkidiplomatian (*city diplomacy*) päämäärät ovat samat kuin valtioiden välisessä diplomatiassa: korostaa ja markkinoida omia vetovoimatekijöitä ja lisätä kansainvälistä vaikutusvaltaa. Kansallisvaltioiden Eurooppa onkin saanut rinnalleen alueiden ja kaupunkien Euroopan. Aikamme tärkeimpiin kysymyksiin kuuluu, miksi jotkut kaupungit menestyvät maailmantaloudessa ja kykenevät muita paremmin jatkuvasti uudistamaan imagoaan ja kohentamaan talouttaan, samalla kun toiset epäonnistuvat tai taantuvat. Yksi menestymisen edellytys on osallistaa kansalaiset diplomatian piiriin ja hoitaa maahanmuuttoon liittyvät kysymykset vastuullisesti (Hochstetler 2013, Maley 2013).

Helsingin pääkaupunkiseudun suuralue on ottanut roolia valtioille perinteisesti kuuluneesta liikkumatilasta tässä globaalissa kehityksessä. Laajat kaupunkialueet ovat saaneet kannettavakseen tehtäviä, jotka ennen kuuluivat kansallisvaltioille. Helsinki kuuluu useaan kansainväliseen verkostoon, joissa edunvalvonta, markkinointi sekä oppimisen ja tiedon jakaminen kaupunkien kesken mahdollistuu. Ylikansallisista verkostoista voidaan ammentaa vertailutietoa kaupungeja koskeviin yhteisiin haasteisiin. Helsingin ”ulko-

politiikka” ei ole kuitenkaan mikään uusi asia. Historiallisen perspektiivin luomisen rinnalla artikkelissa pohditaan, osataanko kaupungin virkamiesportaassa hyödyntää diplomatian muuttunutta kontekstia, johon kuuluu muun muassa maan ulkomaalaistaustaisten kansalaisten verkostojen hyödyntäminen.

## Kaupunkidiplomatia tutkimuskohteena

Urbaania diplomatiaa, kaupunkien välistä ulkopolitiikkaa ja kansainvälisyystavoitteita on Euroopassa toistaiseksi tutkittu yllättävän vähän. Esimerkiksi ylikansallista kunnallista toimintaa (*transnational municipal movement*) tutkineet muutamat kaupunkihistorioitsijat (Ewen & Hebbert 2007, Saunier & Ewen 2008) ovat toistaiseksi saaneet vain vähän seuraajia. Yksittäisiä kaupungeja on perinteisesti tutkittu erilaisten pitkäkestoisten vaikutteiden tapahtumatilana sekä ihmisten ja ilmiöiden risteyspisteenä. Näkökulma on usein ollut alueellinen, kansallinen tai kansallista yhteyttä hakeva (Rodger 1993).

Diplomatian valtiokeskeisyyden haastoivat tehokkaasti vuonna 2007 alankomaalaiset tutkijat Rogier van der Pluijm and Jan Melissen osoittamalla, kuinka EU:n kaltaiset kansainväliset organisaatiot ja suurkaupungit, eräät alueet ja maakunnat olivat nousseet toimimaan diplomaattisesti, kansainvälisesti ja ylikansallisesti. Tutkijat rakensivat kaupunkidiplomaattisen pelikentän kuuden muuttujan varaan. Ne ovat talous ja kaupan edistäminen, kulttuuri ja tiede, kaupunkimarkkinointi (*city branding*), verkostot, informaation kerääminen ja edunvalvonta (*lobbying*).

Jokaisella pelikentän muuttujalla on oma historiansa. Kaupunkihistorian tutkimuksen menetelmin urbaania diplomatiaa voidaan tutkia kaikkia kerrostumia ymmärtäen ja kulloisiakin tavoitteita ja kontekstia avaten. Diplomatia voi olla kahden tai useamman kaupungin välistä vaikuttamista (*two-sided diplomacy*) tai toimintaa laajemmissa verkostoissa yhdessä muiden kaupunkien kanssa (*multiple-sided diplomacy*). Kaupunkidiplomatiaa edustaa kahden tai useamman kaupungin toimiminen kansainvälisesti jonkun yhteisen tavoitteen tai toimenpiteen saavuttamiseksi. Usein pormestarit ja kaupunginjohtajat ottavat edusmiehen tai urbaanin suurlähtetilään roolin ja vaikuttavat vertaisryhmässä. Myös muut korkeat virkamiehet ja asiantuntijat voivat toimia kaupunkidiplomaatteina. Raportin julkaisi arvovaltainen The Netherlands Institute of International Relations Clingendael. (van der Pluijm & Melissen 2007.)

Metodisesti ja kronologisesti rakennetut kaupunkihistoriat ovat etsineet menneisyydestä selityksiä ainutkertaisuuteensa, mutta ylikansalliset vaikutusverkostot tutkimuskohteina ovat puolestaan jääneet kokonaan marginaaliin tai vain maininnan varaan. Kiinnostus kaupunkidiplomatiaa ja ylikansallista kunnallista historiaa kohtaan on kuitenkin lisääntynyt sitä mukaa, kun kaupunkien kansainvälinen painoarvo on kasvanut ja globaalitalous on muuttanut valtion, kaupunkien ja alueiden suhdetta. Kaupungistumisen murros on tullut näkyväksi 2000-luvulla. Jo noin puolet suomalaisistakin asuu maan kahdeksalla suurimmalla kaupunkiseudulla. Erilaiset

tutkimukset ovat vahvistaneet näkemystä siitä, että kaupungistuminen on ollut vääjäämätöntä ja että korkea kaupungistumisaste on kytköksissä talouskasvuun (Kulonpalo 2015). Kehittyneiden maiden talouskasvusta vastaa yhä laajemmin globaalisti verkottunut ja kaupunkeihin sijoittunut asiantuntijatalous.

Viimeisen kahden vuosikymmenen aikana suomalaiset viranomaiset ovat tilanneet kaupunkipolitiikan tiekarttoja, joiden avulla on pyritty hahmottelemaan kaupungistumisen tulevaisuusvisioita. Visioiden mukaan ylivertaiset tuottavuushyödyt syntyvät siitä, kun suuri määrä saman alan yrityksiä pystyy operoimaan lähellä toisiaan. Ryhmittymissä muodostuu aktiivista vuorovaikutusta ja ideoiden siirtymistä yritysten, elinkeinojen ja ihmisten välillä, minkä on katsottu olevan perusedellytys innovaatioiden lisääntymiselle ja kansainvälisen kilpailukykyyn parantamiselle. (Kaupunkipolitiikan tiekartta 2015.)

### **Kaupunkidiplomatia ja itsehallinto**

Kaupunkien ”henki” ja identiteettiä muodostava hiljainen tieto on kiinnostava tutkimuskohde (Bell & de-Shalit 2011). Kaupunkien ja suurten alueiden nousu diplomatian kentän itsenäisiksi toimijoiksi saattaa toisinaan luoda maan sisällä jännitteitä, kuten on käytyynyt Skotlannissa tai Kataloniassa (Melissen 2013, 447–448). Mikä on helsinkiläisyyden henki? Helsinkiläinen rakentaa usein identiteettiään nojaamalla pääkaupunkiasemaan ja kansainvälisyyteen. Kaupungin syntytarina korostaa meren yli avautuvia eurooppalaisia yhteyksiä. Uudenmaan ja Helsingin



vaakunoiden elementit, vesi ja vene, viit-  
taavat Helsingin keskeiseen rooliin Itäme-  
ren ja Suomenlahden vuorovaikutuksessa.  
Ikivanhan pohjoiseurooppalaisen meritien  
varrelle rakentuneen kaupungin historia  
on aina ollut ja tulee aina olemaan osa Itä-  
meren kulloistakin sotilaallista, poliittista  
ja kulttuurista voimatasapainoa. Kaupun-  
ki-identiteetin avainsanoiksi ovat muo-  
dostuneet kansainvälinen vaikuttaminen,  
yhteydet Eurooppaan ja vuorovaikutus.  
Satamien tavaralaivat, purjeveneet, kalee-  
rit, proomut, lautat, risteilijät, kantosiipi-  
alukset ja muut merenkulun alukset ovat  
erottamaton osa Helsinkiä ja sen vahvaa  
mielikuvaa kansainvälisten meriyhteyksi-  
en kaupungista (Klinge & Kolbe 2007).

Kansainvälisyys on merenkulun mah-  
dollistamaa kaupankäyntiä ja kulttuurista  
verkottumista laajempi kokonaisuus.  
Kansainvälisillä verkostoilla on ollut  
merkityksensä myös osana kaupungin  
kunnallista itsehallintoa. Rooli on saanut  
uusia painotuksia, kun siihen on heijastu-  
nut laajempia yleispoliittisia ja eurooppa-  
laisia rytminvaihdoksia. Kun valtiollista  
ulkopolitiikkaa ja diplomatiata säätelee  
kansallinen lainsäädäntö, voivat kaupun-  
git toimia vapaammin (Hobbs 1994, Acuto  
2013). Pohjoismaissa ja Suomessa kunnilla  
on vahvan ja perustuslaillisen itsehal-  
linnon puitteissa oikeus määrätä omista  
asioistaan ja tehdä päätökset omalla taval-  
laan, usein perinteen ja hiljaisen tiedon  
mukaisesti. Vaikka kuntien tehtävät määri-  
tellään laissa, ja kunnilla on velvollisuus  
järjestää kuntalaisille useita lakisääteisiä  
palveluita, on kunnilla valtaa päättää  
myös siitä, miten palvelut järjestetään.

Se antaa liikkumavaraa hakea vaikutteita  
kansallisen ja kansainvälisen risteyskoh-  
dassa. Itsehallinto takaa kunnille oikeuden  
kerätä veroja ja vastata omasta kunnallis-  
taloudestaan sekä suuntautua kansainvä-  
lisesti omien strategioidensa mukaisesti.  
(Suomen perustuslaki 121 §.)

Kaupunkidiplomatian ideologinen  
ydin kasvaa itsehallinnosta. Suomessa  
suurempien kaupunkien ulkopoliittikka  
on tapahtunut lähtökohtaisesti valtiolli-  
sista diplomatiasta erillisenä toimintana.  
Helsinki pääkaupunkina on asettanut  
suunnan, mutta muitakin tapoja toimia on  
ollut. Helsingin kaupunkidiplomaattisella  
vaikuttamisella on monipolvinen historia,  
johon on kuulunut niin kahden- kuin mo-  
nitasoista kulttuuridiplomatiata ja ulkoisen  
julkisuuskuvan rakentamista kaupunkipo-  
litiikan keinoin. Julkisuuskuvalla säädel-  
lään kulloisiakin tavoitteita kansainvälisen  
näkyvyyden ja tunnettavuuden lisäämi-  
seksi. Ne puolestaan liittyvät matkailuun  
ja markkinointiin sekä tapahtumiin ja  
tilaisuuksiin, joilla on kansainvälinen koh-  
deryhmä. Helsingin runsas arkistoaines,  
kuten 1800-luvulle ulottuvat kunnallis- ja  
vuosikertomukset, valtuuston painetut  
asiakirjat ja pöytäkirjat, lehtileikekokoel-  
mat ja virastoarkistot, tarjoavat mahdolli-  
suuden kaupunkidiplomatian monikerrok-  
sisen historian tutkimiseen (Melgin 2014,  
Kolbe 2002).

Pääkaupungit ovat itse asiassa historial-  
lisesti tarkasteltuna valtiollisen diploma-  
tian tapahtumapaikkoja. Diplomatiata lähti  
kehittymään vahvojen kaupunkivaltioiden  
Italiassa, kuten Venetsiassa, Milanossa,  
Genovassa, Roomassa ja Vatikaanissa. Kun

eurooppalaiset maat alkoivat vaihtaa suur-lähettiläitä, ryhtyi ammattikunta muodostamaan pysyvän kosmopoliittisen ryhmän paikallisiin pää- ja hovikaupunkeihin. Madridissa, Pariisissa, Lontoossa, Wienissä, Pietarissa ja Konstantinopolissa sijaitsi 1700-luvulla jo useita vieraiden vallan lähettiläitä ja lähetystöjä sekä niihin liittyvää seremoniallisuutta ja tapakulttuuria. Diplomatian ja pääkaupunkien kehittymisen kulta-aikaa elettiin Wienin kongressin 1815 jälkeen. Pääkaupungit alkoivat saada nykyaikaisen hahmonsä, ja vieraiden valtojen edustustot alkoivat ottaa paikkansa kaupunkitilassa ja -kuvassa. Kaupungeista tuli diplomatian näyttämöitä, muttei vielä toimijoita. Sen aika koitti vasta 1900-luvun alussa (Koskela, Lahe & Ridanpää 2016).

### **Kaupunkiliitot diplomatian edistäjinä**

Helsingin identiteetti kaupunkidiplomaattisena toimijana on saanut uusia merkityksiä Euroopan poliittisissa murroskohdissa. Modernin kaupunkidiplomatian juuret sijoittuvat 1910-luvulle, jolloin toimijoiksi tulivat kaupunkiliitot. Kaupunkien kansainvälinen aktivoituminen oli seurausta muun muassa paikallishallinnon äänijärjestelmän demokratisoitumisesta 1900-luvun alussa. Monissa kaupungeissa uusi voima, sosialistit, otti näkyvän roolin. Kun työväenliikkeen ”isänmaa” oli koko maailma, tarjosi kaupunkien välinen yhteistyö sosialisteille mahdollisuuden käyttää valtaa ylikansallisesti. Työväenliikkeen johtoajatus, työväenluokan kansainvälinen solidaarisuus, oli käytännössä kuitenkin vain yksi kaupunkidiplomatian varhaisista voimavirroista. Samanlainen

ajatus ylikansallisen kaupunkiyhteistyön voimaannuttavuudesta liittyi myös porvarillisesti johdettuihin suurkaupunkeihin Pariisiin, Lontoseen ja Berliiniin (Sutcliff 1981, Hietala 1987).

Suomen Kaupunkiliitto perustettiin vuonna 1912, ja sen toimintaan osallistui heti useita helsinkiläisiä kunnallismiehiä. Yhteys pohjoismaisten ja Saksan kaupunkiliittojen välillä oli vilkasta, sillä katsottiin, että vaikuttaminen oli luontevinta sellaista maiden kanssa, joilla oli samanlainen yhteiskunnallinen tausta ja kunnallishallinto (Harvia 1938). Liittojen välinen diplomatia haki mallinsa varhaisesta diplomatiasta. Kaupungit tarvitsivat liittoja lisätäkseen omaa näkyvyyttään sekä verkostoitumiseen. Kaupunkidiplomatiaa toteutettiin virkamiestasolla, jossa pormestarit muodostivat avainryhmän. Suomesta lähti syksyllä 1913 jäsenanomus Brysseliin (Union International des Villes). Ruotsin, Norjan ja Suomen kaupunkija kuntaliittojen edustajat olivat olleet paikalla Belgiassa Gentissä kesällä 1913, kun International Association of Local Government (IULA) perustettiin. IULA:sta tuli alusta kansainväliseen vuorovaikutukseen, kokemusten vaihtamiseen ja toisilta oppimiseen (Hentilä 1962).

Informaation kerääminen oli helsinkiläisen kaupunkidiplomatian avainsana jo ennen kaupunkiliittojen järjestäytymistä. Suomen pääkaupungin virka- ja luottamusmiehet tekivät vuosina 1874–1917 kaikkiaan lähes 400 opintomatkaa Euroopan suurkaupunkeihin. Matkoilta haettiin innovaatioita ja ideoita. Koulutettujen asiantuntijoiden opintomatkat ja osallistu-

miset kongresseihin olivat keskeinen keino uusien asioiden omaksumiseen ja oman politiikan ja kokemusten jakamiseen kansainvälisille kollegoille. Näyttäytyminen suurissa maailmannäyttelyissä sekä asunto- ja kaupunkisuunnittelukokouksissa oli tärkeä osa kaupungin virkamiesten kansainvälistä suhdetoimintaa. Helsingin porvarillista virka- ja luottamusmiessjoukkoa motivoi kansallistunteinen halu pysyä eurooppalaisen kehityksen kärjessä ja nousta muiden sivistysvaltioiden pääkaupunkien rinnalle tasavertaisena toimijana. Tahtotilana oli murskata myytti kaukaisuudesta, perifeerisestä ja agraarista Suomesta sekä löytää kansainvälisiä esikuvia urbaanille kasvuille (Hietala 1992).

### **Kaupunkidiplomatian ensimmäinen ja toinen vaihe**

Kaupunkidiplomatian ensimmäisessä vaiheessa pääpaino oli tiedon hankinnassa ja sen soveltamisessa. Useimmat matkat suuntautuivat Tukholmaan, Kööpenhaminaan ja Osloon sekä mantereiden metropoleihin, kuten Berliiniin, Hampuriin, Lontooseen tai Wieniin. Helsingin virkamiehet hakivat ratkaisuja kysymyksiin, jotka liittyivät yleisiin töihin, vaivashoittoon, lastensuojeluun, koulu- ja kasvatustaloksiin, asuntokysymyksen ja yleiseen terveys- ja sosiaalipolitiikkaan. Rakennus- ja satamahallinnon sekä teknisen toimen virkamiehet, arkkitehdit ja insinöörit matkustivat ahkerasti kaikissa Skandinavian pääkaupungeissa (Korvenmaa 1992). Työväenopiston perustamisen taustalla vaikutti ”tukholmalainen malli”. Työvälytyksen esikuvia haettiin Norjasta

ja Tanskasta ja poikien ammattikasvatukseen Tanskasta. Helsinkiin perustettiin norjalaismallinen kasvatustalokunta. Kaasulaitoksen kunnallistamisen esikuvia haettiin Tukholmasta ja sähkölaitoksen johdon matkoista merkittävä osa suuntautui Ruotsin kaupunkiin. Terveystalokunnan ja kaupunkisuunnittelun virkamiesten suosikkikohteita olivat Kööpenhamina, mutta myös Tukholma, Lontoo ja Berliini (Hietala 1992).

Kaupunkidiplomatian toinen vaihe muodostui 1920- ja 1930-luvuilla. Orgaaninen yhteys ensimmäiseen vaiheeseen oli selkeä. Opintomatkoja tehtiin edelleen runsaasti, ja muut Pohjoismaat olivat edelleen matkakohteiden kärjessä. Uutta oli toiminta laajemmissa pohjoismaisissa verkostoissa yhdessä muiden pääkaupunkien kanssa. Kaupunkiliiton vallasta siirryttiin kaupunkien valtaan. Murrosta symboloi delegaatioiden vaihto ja uudenlainen urbaani, kaupungintalokeskeinen edustaminen. Kotimaisia ja kansainvälisiä vierasryhmiä ja kongressivieraita alettiin kestitä Helsingin kaupungintalossa jo 1910-luvun lopulla, ja tapa jatkuu edelleen (*Kertomukset Helsingin kaupungin kunnallishallinnosta 1921–1939*).

### **Pohjoismaiden välinen yhteisöllisyys**

Ruotsin rooli pohjoismaiden pääkaupunkien yhteistyössä muodostui keskeiseksi. Tukholman kaupungintalon avajaisissa vuonna 1923 järjestettiin ensimmäinen suuri yhteispohjoismainen kunnalliskonferenssi, jonka aiheena olivat ajankohdattaiset kunnalliskysymykset. Vuoden 1923 kokous oli symbolisesti tärkeä. Tukholman

kaupungintalosta oli suunnitteluvaiheessa tullut kansallinen maamerkki ja konferenssi oli erä keino osoittaa Ruotsin pääkaupungin keskeistä roolia Skandinaaviassa. Pohjoismainen yhteistyö koettiin tarpeelliseksi maailmansodan ja vallankumousten kriiseistä toipuvassa pohjolessa – siksi Tukholma kutsui kokoukseen edustajia Helsingistä, Kööpenhaminasta ja Kristianiasta (vuodesta 1924 Oslo) sekä Ruotsin kaupunkiliitosta. Pormestarivetoisuus säilyi, mutta mukaan tuli muitakin virkamieskunnan edustajia ja luottamusmiehiä. Diplomaattinen seremoniallisuus ja protokolla korostivat kaupunkien arvovaltaa oman ulkopoliittikan hoidossa, irrallaan valtiollisesta diplomatiasta. Puitteet löytyivät pääkaupunkien uusista näyttäivistä kunnallisen itsehallinnon symboleista: kaupungintaloista (Kolbe 2007).

Pääkaupunki-konferensseja on vuoden 1945 jälkeen pidetty joka kolmas vuosi. Alkuvaiheessa pöytäkirjat julkaistiin painettuna, ja vanha aineisto tarjoaa erinomaisen pohjan analysoida kaupunkidiplomatian muotoja. Pääkaupunkiverkostoa on pidetty hengissä lähes sata vuotta. Myös pohjoismainen yhteisöllisyys (*nordisk samhörighet*) edistää kaupunkidiplomaattista toimintaa. Yhdistävä tekijä pohjoismaiselle yhteisöllisyydelle on samanlainen kokemus kunnallisen itsehallinnon merkityksestä (Kommunalförvaltningen i Norden 2000). Pohjoismaisten pääkaupunkikonferenssien rinnalle on rakentunut laaja virkamiespohjainen yhteispohjoismaisten tapaamisten perinne (Kolbe 2007, *Nordisk samhörighet* 1946).

## Kylmän sodan kaupunkidiplomatiaa

Kaupunkidiplomatian nousukausi liittyi toisen maailmasodan jälkeiseen alue- ja paikallishallinnon modernisoimiseen sekä kansainvälisten kokemuksien vaihtamiseen, rauhan ja demokratian hengessä. IULA:n rinnalle syntyi Ranskassa vuonna 1957 United Towns Organization (UTO), ranskaksi Fédération Mondiale des Villes Jumelees (FMVJ). Se yhdisti ”veljeskaupunkitoiminnassa” aktivoituneita kaupunkikeja tekemään ylikansallista rauhanpolitiikkaa. Vastaperustettu Neuvostoliiton Ystävyyskaupunkien Liitto liittyi sen jäseneksi vuonna 1964 (Mitropolski 2015). Euroopan kaupunginjohtajat perustivat Genevessä tammikuussa 1951 Eurooppapolitiikan ja federalistisen ajattelua tukevan verkoston (The Council of Municipalities of Europe/ Conseil des communes d'Europe, CCE) edistämään kaupunkien verkottumista ja tietojen vaihtamista. Ideologisesti CCE oli lähellä piirejä, jotka olivat osallistuneet vastarintatoimintaan Saksan miehittämissä maissa. Euroopan yhdentymisen tuli tapahtua autonomisten ja vapaiden paikallistoimijoiden johdolla, demokraattisesti ja rauhanomaisesti. Jo tuolloin uskottiin kaupunkien voimaan samanlaisina toimijoina kuin valtiot (Bergeret-Cassagne 2009).

Sodan jälkeen syntyi tarve kahdenväliselle kaupunkidiplomatialle eli kummikaupunkitoiminnalle (Ahonen 2016). Suomi pystyi hyötymään maantieteellisestä sijainnistaan. Kummikuntatoiminta alkoi talvisodan aikana helmikuussa 1940, ja siitä kasvoi laaja Suomen ja Ruotsin kuntien ja kaupunkien välinen yhteistyön

ja avunannon verkosto, joka hyödynsi myös Helsinkiä (Korppi-Tommola 1982). Suomen ja Neuvostoliiton kaupunkisuhteita ryhtyi virallisesti rakentamaan Suomi–Neuvostoliitto-seura 1950-luvun alussa. Ensimmäisenä aktivoituivat Lahti ja Turku, mutta myös Helsingissä viriteltiin idänsuhteita Moskovaan. Moskovasta saapui kutsu saada valtuuskunta vierailulle Suomen pääkaupungista, ja matkaan lähdettiin tammikuussa 1954. Ajankohdasta leivottiin sittemmin Helsingin ja Moskovan suhteiden alkamisvuosi (Kolbe 2002).

Helsingin kaupungin ylin johto oli mukana, kun korkean tason ystävyyskaupunkipäivät aloitettiin Suomen ja Neuvostoliiton kaupunkiliittojen välillä vuonna 1969. Helsingin kaupunginjohtajat olivat näkyvissä asemissa Suomen Kaupunkiliitossa, jonka kautta toimintaa johdettiin. Suomessa ja Helsingissä vietettiin näyttävästi vuonna 1970 V. I. Leninin 100-vuotisjuhlaa muun muassa nimeämällä Linnanmäen takana oleva puisto Leninin mukaan ja paljastamalla kuvanveistäjä Laila Hietalalta tilattu Leninin muistolaatta taloon, jossa Lenin asui keväällä 1906. Tilaisuutta kunnioitti muun muassa presidentti Kekkonen, kaupunginjohtaja Aura ja Moskovan kaupunginjohtaja V.F. Promylsov. Helsingillä oli keskeinen asema 1970-luvulla idän ja lännen suhteiden solmimisessa niin sanottuihin itäblokin maihin, kuten DDR ään, Tšekkoslovakiaan ja Puolaan (Kolbe 2002).

### **Aseman tunnustaminen ja diplomatia**

Kulttuurilla ja urheilulla on ollut oma tärkeä paikkansa kaupunkidiplomatiassa.

Helsingissä valmistauduttiin 1930-luvulla olympialaisiin, mutta syttyneen sodan takia kisat jäivät pitämättä. Kaupungin profiilin nostaminen alkoi uudelleen sodan jälkeen. Kaupungin kansainvälistä profiilin vetovoimaa ehdittiin testata ennen vuoden 1952 toteutuneiden olympialaisia toisessa suurtaapahtumassa, Helsingin 400-vuotisjuhlissa vuonna 1950. Suuret juhlat ovat olleet aina tärkeä osa kaupunkien ulkopoliittikkaa ja maineenrakentamista (Vahtikari 2016). Saadut lahjat kuvastavat omaa aikaansa. Esimerkiksi Moskovasta saapui puuarkku, jossa oli Stalinin kuva, ja Amsterdamista taidelasia. Tervehdyspuheissa Helsingin asema ankuroitiin vahvasti läntisiin sivilisaatioihin (Kolbe 2002).

Olympialaisten järjestämisen myöntämistä Helsingille vuonna 1947 pidettiin merkittävänä kansainvälisenä tunnustuksena Suomelle. Kisat vauhdittivat matkailua ja jouduttivat monia rakennushankkeita, kuten Seutulän lentokentän laajentumista sekä Vaakunan ja Palacen valmistumista. Olympialaisten rahoitus hoidettiin pitkälti kaupunginhallituksen myöntämällä varoilla. Kaupunginjohtaja Eero Rydman vastasi epäilyihin kisojen kannattavuudesta vetoamalla tapahtuman kansainväliseen informaatioarvoon, joskin tärkein vaikutus koski sisäistä laatua: ”Pakko saada aikaan nopeasti parannuksia on ollut omansa kiskomaan meidät irti siitä kehitystämme uhkaavasta pysähdystilasta, johon sodan jälkeiset vaikeudet niin helposti olisivat voineet johtaa” (Kolbe 2002).

Tapahtumaketju ”kunnan tunnetuksi

tekeminen” jatkui, ja Helsingin kaupungin matkailutoimisto perustettiin keväällä 1963. *Helsinki. Suomen pääkaupunki* -kirja vuodelta 1960 osoittaa, miten Helsingin matkailuilme perustui ”köyhän maan” vähäisen markkina-arvon kääntämiseen positiiviseksi. Kuten maakuvassakin, Helsinki ja luontosuhde liitettiin yhteen; kaupungista tehtiin osa luontosuomen ”ainutlaatuista kauneutta”. Pienuus muutettiin hyveeksi. Maanosan muihin suurkaupunkeihin verrattuna Helsinki oli toimiva. Ylelliset kabareet puuttuivat, mutta vastapainoksi tarjottiin vuodenaikojen vaihtelua sekä vieraanvaraisuutta (Kolbe 2002). Kulttuurin käytöstä kaupungin kansainvälisen vetovoiman kasvattamisessa ja diplomaattisten suhteiden solmimisessa käy esimerkkinä Sibelius-viikko kesäkuussa 1951. Sibelius-viikosta kehittyi vuonna 1969 Helsingin Juhlaviikot. Euroopan kulttuuripääkaupunki -aseman Helsinki sai vuonna 2000 ja maailman muotoilupääkaupungin aseman kaksi vuotta sen jälkeen. Helsingin 200-vuotista asemaa pääkaupunkina juhliittiin vuonna 2002.

### **Eurooppalainen Helsinki**

Jo vuosia ennen Suomen liittymistä Euroopan Unioniin alettiin Helsingille hahmotella roolia eurooppalaisena kaupunki-alueena ja suomalaisen kansantalouden näyteikkunana maailmalle. Kun liennytys oli korvaamassa kylmän sodan jakolinjoja, tarvittiin uudenlaista kansainvälistä vaikuttamista. Helsingiläisten korkeiden virkamiesten puheisiin nousi teemoja, jotka olivat tuttuja muualta maailmasta. Kansallisen ajattelun rinnalle nousi nyt

Eurooppa- ja elinkeinonäkökulma. Helsingille alettiin tehdä uudenlaista kaupunki- ja ulkopoliittikkaa, kuten aikakauden elinkeino-ohjelmista ilmenee. Taustalla oli Eurooppa-ryhmäksi itsensä nimennyt kaupungin johtavien virkamiesten muodostama työryhmä. Sen istunnoista koottiin *Eurooppa muuttuu – muuttuuko Helsinki* -raportti. Siinä jalostettiin ajatuksia siitä, miten maanosan poliittinen ja taloudellinen yhdentyminen, työvoiman, pääomien, palvelusten ja tavaroiden liikkuvuus suosivat metropolialueita ja keskittämistä (Kolbe 2002).

Kaupunkidiplomatia ja elinkeinopoliittikka liitettiin nyt yhteen. Kaupunginjohtaja Jussi Pajusen (kok.) aikana 2000-luvulla luotiin virkamiespuheeseen retoriikka, jossa kansainvälisellä toiminnalla oli välinearvo kansainvälisen kilpailukyvyyn lisäämisessä ja yritysmyönteisen kaupungin rakentamisessa. Aiemmin 1990-luvulla virkamiehet olivat kehittäneet ajatusta Helsingistä Venäjän porttina. Kun Suomesta tuli Euroopan Unionin jäsen, asetelma käännettiin toisinpäin, ja venäläisille alettiin tarjota Helsinkiä porttina Eurooppaan. Euroopan integraatio ja globalisaatio sekä maan sisäinen, kaupunkeihin suuntautunut muuttoliike vaikuttivat siihen, että kansainvälisyyspuhe vakiintui sekä virkamiesten että johtavien kaupunkipoliitikkojen retoriikkaan (Helsinki – your gateway to Europe 2012).

Paineita muuotukseen tuli EU:sta, jonka alueellisessa toimintasuunnitelmassa (2007) hahmoteltiin jäsenvaltioiden väliset rajat ylittävän yhteistyön lisäämistä päämääränä ”kestävän, älykkään

ja osallistavan kasvun aikaansaaminen”. Tavoitteena oli tukea kaupunkiseutujen voimakasta integroitumista, alueellista yhteenkuuluvuutta ja monikeskuksista kehitystä luomalla aiempaa tiiviimmät kaupunkialueiden verkostot. Metropolialueet haluttiin kehityksen moottoreiksi. Kauniista sanoista huolimatta helsinkiläiset virkamiehet olivat kaupunkidiplomaattisella kentällä realisteja. Helsinki ei ollut osa GIZ-kaupunkien huippukeskittymää, johon kuuluvat muun muassa Lontoo, Pariisi ja Milano, vaan se asetettiin kaupungintalossa luontevammin osaksi EU:n ulomman kehän kaupunkiverkostoa. Tavoitteena oli ”kriittisen massan keskittyminen”, tasapainoinen talouskasvu ja toimivat markkinat sekä ”suuren sosiaalisen pääoman integroiminen” kaupunkiseutujen tueksi (Kansainvälinen Helsinki 2016).

Kansainvälisyyteen perustuva strateginen johtaminen näkyi kaupungintalossa sen jälkeen, kun valtuusto hyväksyi vuonna 2009 ensimmäisen strategian ohjaamaan toimintaan. Kansainvälisyysajattelu ja kaupunkidiplomaattinen tavoitteellisuus olivat nyt integroidusti osa strategiaa. Teemakokonaisuudessa ”kansainvälistynyt Helsinki” määriteltiin kansainvälisen toiminnan toimintaperiaatteet. Niitä olivat ”koordinoitu toiminta, seudullinen edustavuus, kansallinen kumppanuus, Itämeren integraatio, eurooppalainen vaikuttavuus sekä globaali kilpailukyky ja näkyvyys”. Toimenpiteiksi nostettiin monikulttuurisen metropolin edistäminen sekä Helsingin kehittäminen Itämeren logistisena keskuksena, eurooppalaisena osaamiskeskuksena ja maailmanluokan lii-

ketoimintakeskuksena. Kokonaisuus edellytti uusia tapoja tehdä kaupunkiseutujen välistä yhteistyötä. Haluttiin luoda ”hyvin moninainen verkosto, jossa niin yksittäiset ihmiset kuin verkoston kaupungitkin pysyvät nykyistä paremmin hyödyntämään omia vahvuuksiaan” (Helsingin kaupunki, strategiaohjelma 2009–2012).

### **Vapaavuoren valtakunta**

Kesällä 2017 luottamustoimessa aloitti Helsingin ensimmäinen poliittinen pormestari Jan Vapaavuori (kok.). Pormestarin johdolla poliittiset ryhmät neuvottelivat kaupungin uuden strategian vuosille 2017–2021, jonka kaupunginvaltuusto hyväksyi toimintansa pohjaksi 27. syyskuuta 2017. Strategian visiona on tehdä Helsingistä maailman toimivin kaupunki. ”Visio puhuttelee niin jokaista kaupungin asukasta, elinkeinoelämää kuin jokaista kaupungissamme vierailevaa. Helsingin on oltava päivä päivältä parempi kaikille”, pohti Vapaavuori julkistamistilaisuudessa. Vuoden 2017 aikana kaupungin hallintojärjestelmä oli uusittu ja siirretty toimialajohtamiseen. Valtuustovaalien jälkeen oli saatu uusi poliittinen kaupungin johto, pormestari ja neljä apulaispormestaria.

Aikaisempiin valtuustostrategioihin verrattuna strategia oli pormestarin mukaan ”ytimekkäämpi, visiopainotteisempi ja hallinnonalojen yhteistyötä korostava”. Vapaavuoren mukaan tarvittiin ”kunnianhimoisia ja selkeitä tavoitteita sille, mitä me haluamme olla ja mihin suuntaan mennä. Meidän on tehtävä joka päivä töitä ollaksemme kansainvälisempi, palveluhenkisempi ja vetovoimaisempi

kaupunki.” Strategia loi pohjaa uudentilaiselle kaupunkidiplomatialle. Vapaavuoren mukaan Helsinki on Suomen ainoa metropoli: ”Helsinki on ensisijaisesti paikka ja yhteisö, ei virkakoneisto. Uskon, että isojen haasteiden ratkaisemisessa kaupunki ei pärjää – eikä sen ole mielekästäkään pärjätä – yksin, vaan tehtävämme on luoda strategisia kumppanuuksia kaikkien Helsingin kehittämiseen kiinnostuneiden tahojen kanssa.” Kumppanuudet olivat maan rajojen ulkopuolella (Helsingistä maailman toimivin kaupunki 2007).

### **Helsinki verkostoitumisen aikakaudella**

Kaupunkidiplomatian avainsana 2010-luvulla on ollut verkostoituminen. Helsinkiin on ryhtynyt toteuttamaan entistä monipohjaisempaa diplomatiaa. Pohjoismainen pääkaupunkiverkosto on edelleen tärkeä, mutta Helsinki rinnalle ovat nousseet EU:n kaupunkiverkostot, kuten Eurocities-järjestö. Helsinki on Euroopan unionin pääkaupunkien UCUE-järjestön jäsen ja edistää Itämeren alueen kilpailukykyä Baltic Metropolies -verkostossa. Laajojen tapahtumien ja teemakokonaisuuksien avulla on haettu kansainvälistä näkyvyyttä. World Design Capital -vuoden ja Health Capital Helsingin avulla kaupunkiin halutaan uutta yritystoimintaa ja haetaan vahvistusta täällä jo olevien kansainvälisten yritysten liike-, tutkimus-, kehitys- ja innovaatio toimintaa. Kansainvälinen toiminta tukee myös Helsingin kansainvälistä markkinointia ja investointien houkuttelua yhdessä muiden toimijoiden, kuten Helsinki Business Hubin kanssa. Tärkeimpiä kahdenvälisiä yhteis-

työkumppaneita ovat Pietari, Tallinna ja Tukholma sekä eurooppalaiset pääkaupungit. Kumppanuuksuhde Pekingin ja Moskovan kanssa jatkuu, ja Helsingillä on toimisto Pietarissa ja Brysselissä.

Verkostojen kautta toimiminen on Helsingin kannalta hyvin hyödyllistä. Parhaimmillaan verkostot toimivat alustoina innovatiivisille ajatuksille ja kaupunkikehittämiselle. Osana EU-edunvalvontaa Helsinki kuuluu International Regions Benchmarking Consortium -verkostoon. Jäsenyyden tavoitteena on verkottua myös muiden kuin eurooppalaisten kaupunkien kanssa, saada kustannustehokkaasti vertailudataa samankokoisten ja samojen haasteiden parissa painivien kaupunkien kehityksestä ja toimenpiteistä, toteuttaa konkreettisia yhteistyöprojekteja sekä tarjota helsinkiläisille kumppaneille mahdollisuus osallistua verkoston toimintaan ja tilaisuuksiin.

### **Lopuksi**

Helsingissä siirryttiin keväällä 2017 uuteen johtamiskulttuuriin. ”Maailma” ja ”kansainvälisyys” muodostavat tärkeän viitekehysten Suomen pääkaupungin tavoitteille. Tahtotilana on nostaa Helsinki maailman vaikuttavimmaksi oppimisen paikaksi. Diplomaattista haastetta merkitsee strategiaan kirjattu toive olla ”Euroopan kiehtovimpia sijaintipaikkoja uutta luovalle *start up* -toiminnalle ja Suomen paras kaupunki yrityksille” (Helsingistä maailman toimivin kaupunki 2017).

Monet ilmiöt, jotka liittyvät aikamme sosiaaliseen ja kulttuuriseen liikehdintään ja alakulttuureihin, ovat ylikansallisia.



Kysyä sopii, mikä todella muuttuu? Uuden strategian valossa näyttää siltä, että kansainvälisyysasiat, eurooppalainen edunvalvonta ja kaupunkimarkkinointi pysyvät edelleen kaupunginkanslian kontrollissa. Kaupunginjohtajien ja pormestareiden kansainvälinen liikkuminen ja diplomaattinen kahden- tai monenvälinen edunvalvonta näyttää jatkuvan samansuuntaisena kuin aikaisempina vuosikymmeninä (Helsingin kansainvälisiä saavutuksia 2018).

Olenaiseksi kysymykseksi nousee globaali haaste: osaako Helsinki hyödyntää ulkomaalaistaustaisia asukkaitaan, heidän osaamista ja verkostojaan? Kaksi kolmasosaa kaupungin nykyisestä väestönkasvusta tulee ulkomaalaistaustaisista: määrä hipoi vuoden 2016 alussa 15 prosenttia (89 878) kaupungin väestöstä. Hieman yli puolet on eurooppalaistaustaisia, lähes neljäsosa aasialaistaustaisia ja lähes viidennes afrikkalaistaustaisia maahanmuuttajia. Puhutuimmat vieraat kielet pääkaupungissa ovat venäjä, viro, somali ja englanti. Vuoteen 2030 mennessä vieraskielisen väestön ennustetaan kasvavan 164 000 – 170 000 asukkaaseen, mikä olisi noin 23 prosenttia koko väestöstä (Helsingin ulkomaalaistaustainen väestö 2016).

Diplomatia ei enää koske vain valtioiden tai kaupunkien kansainvälisiä suhteita. Diplomatiaa tulee harjoittaa myös kaupunkien ja alueiden sisällä. Nopeimmin murrokseen näyttävät reagoivan aktiiviset kansalaiset ja kansalaisjärjestöt, aktivistiryhmät ja yhden asian ympärille syntyneet liikkeet. Usia toimijoita yhdistää sosiaalisen median mahdollistama kansainvälisyys. Helsingin haasteena on

luoda 2010-luvun kaupunkidiplomatiaa, joka lähtee asukkaiden tarpeesta, osaamisesta ja ylikansallisista verkostoista. Tässä murroksessa on tehtävää kaikilla pääkaupunkiseudulla toimivilla organisaatioilla. Tarvitaan kulttuurienvälistä ymmärrystä ja varsinkin aivan uudenlaista viestintäosaamista. Tässä on mahdollisuus viestinnän ammattilaisille rooleissaan organisaatioiden lähettiläinä.

## LÄHTEET

Acuto, M. (2013). *Global Cities, Governance and Diplomacy: The Urban Link*. London: Routledge

Ahonen, K. (2016). Kaupunki katsoo kauemmas. Ystävyyshaupunkitoiminnan lähtökohtia ja muotoja 1940-luvulta 2000-luvulle. Teoksessa Mervi Kaarninen, Tanja Vahtikari ja Timo Vilén (toim.) *Kaupunki tapahtumien näyttämönä*. Helsinki: SKS, 102–144.

Bell, D. A. & de-Shalit, A. (2011). *The Spirit of Cities. Why the Identity of an City Matters in an Global Age*. Princeton. Princeton University Press.

Bergeret-Cassagne, A. (2009). *Pour une Europe fédérale des collectivités locales: Un demi-siècle de militantisme du Conseil des Communes et des Régions d'Europe 1950-1999*. Paris: L'Harmattan, 5–20.

Ewen, S. & Hebbert, M. (2007). "European cities in a networked world during the long 20th century", *Environment and Planning C: Government and Policy* 25, 327–340.

Harvia, Y. (1938). *Finlands Stadsförbund 1912–1937*. Kommunala Centralbyråns i Finland skrifter XIV. Helsingfors.

Hentilä, K. (1962). *Suomen Kaupunkiliitto 1912–1962*. Suomen Kaupunkiliitto.

Helsingin kansainvälisiä saavutuksia (2018). Helsingin kaupunki, helmikuu 2018. Saatavilla verkossa: [https://www.hel.fi/helsinki/fi/kaupunki-ja-hallinto/yritykset/kilpailukyvyyn-kehittaminen/kansainvalisia\\_saavutuksia/saavutuksia](https://www.hel.fi/helsinki/fi/kaupunki-ja-hallinto/yritykset/kilpailukyvyyn-kehittaminen/kansainvalisia_saavutuksia/saavutuksia)

Helsingin kaupunki, strategiaohjelma 2009–2012, huhtikuu 2009. Saatavilla verkossa: [https://www.hel.fi/static/helsinki/paatosasiakirjat/Kvsto2009/Esityslista8/liitteet/Strategiaohjelma\\_2009-2012\\_\(6.4.2009\).pdf?Action=sd&iid=%7B53086871-9529-4603-AC42-31ADFC14A-F3A%7D](https://www.hel.fi/static/helsinki/paatosasiakirjat/Kvsto2009/Esityslista8/liitteet/Strategiaohjelma_2009-2012_(6.4.2009).pdf?Action=sd&iid=%7B53086871-9529-4603-AC42-31ADFC14A-F3A%7D)

Helsingin ulkomaalaistaustainen väestö vuonna 2016. Tilastoja 2017:1. Saatavilla verkossa: [https://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/17\\_01\\_13\\_Tilastoja\\_1\\_Hiekkavuo.pdf](https://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/17_01_13_Tilastoja_1_Hiekkavuo.pdf)

Helsingistä maailman toimivin kaupunki (2017). Helsingin kaupunki. Saatavilla verkossa: <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kaupunginkanslia/helsingista-maailman-toimivin-kaupunki>

Helsinki – your gateway to Europe (2012). Helsinki Business Hub. Saatavilla verkossa: <http://www.helsinkibusinesshub.fi/gateway-to-europe/>

Hietala, Marjatta (1992). *Tietoa, taitoa, asiantuntemusta. Helsinki eurooppalaisessa kehityksessä 1975–1917*, 1 3. Historiallinen Arkisto 99:1–3. Jyväskylä: Suomen Historiallinen Seura.

Hobbs, H. (1994). *City Hall Goes Abroad: The Foreign Policy of Local Politics* Michigan: Sage.

Hochstetler, K. (2013). Civil Society. Teoksessa Cooper, A. F., Heine, J. & Thakur, R. (toim.) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.

Kansainvälinen Helsinki (2016). Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston yleissuunnitteluosaston selvityksiä 2013:16. Helsinki. Saatavilla verkossa: [https://www.hel.fi/hel2/ksv/julkaisut/yos\\_2013-16.pdf](https://www.hel.fi/hel2/ksv/julkaisut/yos_2013-16.pdf)

Kaupunkipolitiikan tiekartta 23.3.2015. Saatavilla verkossa: <https://www.rakennusteollisuus.fi/globalassets/elinkeinoasiat/kaupunkipolitiikan-tiekartta-2015.pdf>

Kertomukset Helsingin kaupungin kunnallishallinnosta 1921–1939. Helsingin kaupungin tietokeskus Sinetti. Saatavilla verkossa: [https://www.hel.fi/static/tieke/digitoidut\\_asiakirjat/helsingin\\_kunnalliskertomukset/index.html](https://www.hel.fi/static/tieke/digitoidut_asiakirjat/helsingin_kunnalliskertomukset/index.html)

Kolbe, L. (2007). De nordiska huvudstadsmötena åren 1923–2005: kommunal utrikespolitik och urban nordism. *Historisk tidskrift för Finland, Årsg.* 92(2), 259–285.

Kolbe, L. (2002). Helsinki kasvaa suurkaupungiksi. Julkisuus, politiikka, hallinto ja kansalaiset 1945–2000. Teoksessa Laura Kolbe ja Heikki Helin *Helsingin historia vuoden 1945 jälkeen. Kunnallishallinto ja -politiikka. Kunnallistalous*. Helsinki: Helsingin kaupunki ja Edita Publishing, 370–371.

Korppi-Tommola, A. (1982). *Ystävyttä yli Pohjan-*

lahden. Ruotsin ja Suomen välinen kummikuntaliike 1942–1980. Suomen-Ruotsin Kummikuntatoiminnan Keskusliitto.

Korvenmaa, P. (toim.) (1992). *Arkkitehdin työ. Suomen Arkkitehtiliitto 1892–1992*. Helsinki: Suomen Arkkitehtiliitto.

Koskela, M., Lahe, J. & Ridanpää, J. (2016). *Maa-ilmaympärimatka Helsingissä. Suurlähetystöt ja niiden historia*. Helsinki: Laaksonen.

Klinge, M. & Kolbe, L. (2007), Helsinki Itämeren tytär. Helsinki: Otava

Kulonpalo, Jussi (toim.) (2015). *Työkaluja metro-alueen kehittämiseen. Kaupunkitutkimus ja metropolipolitiikka -ohjelman tuloksia vuosina 2010–2014*. Helsinki: Helsingin tietokeskus. Saatavilla verkossa: [https://www.hel.fi/hel2/Tietokeskus/julkaisut/pdf/14\\_10\\_08\\_Erityisjulkaisu\\_Tyokaluja.pdf](https://www.hel.fi/hel2/Tietokeskus/julkaisut/pdf/14_10_08_Erityisjulkaisu_Tyokaluja.pdf)

Maley, W. (2013). Refugee diplomacy. Teoksessa Cooper, A. F., Heine, J. & Thakur, R. (toim.) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.

Melgin, E. (2014). *Propagandaa vai julkisuusdiplomatiata? Taide ja kulttuuri Suomen maakuvan viestinnässä 1937–52*. Helsinki: Unigrafia.

Melissen, J. (2013). Public Diplomacy. Teoksessa Cooper, A. F., Heine, J. & Thakur, R. (toim.) *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.

Mitropolski, D. K. (1946). United Towns Organization. Saatavilla verkossa. [\[dia2.thefreedictionary.com/United+Towns+Organization\]\(https://www.encyclopediainfo.fi/dia2.thefreedictionary.com/United+Towns+Organization\)](https://encyclope-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

Nordisk samhörighet: en realitet (1946). Stockholm: Föreningen Norden.

Pluijm van der, R. & Melissen, J. (2007). *City Diplomacy: The Expanding Role of Cities in International Politics*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael: Saatavilla verkossa: [https://www.uclg.org/sites/default/files/20070400\\_cdsp\\_paper\\_pluijm.pdf](https://www.uclg.org/sites/default/files/20070400_cdsp_paper_pluijm.pdf)

Saunier, Y.-P. & Ewen, S. (toim.) (2008). *Another Global City. Historical Explorations into the Transnational Municipal Moment, 1850–2000*. New York: Palgrave. Macmillan.

Suomen kuntaliitto (2000). *Kommunalförvaltningen i Norden 2000*, en rapport om kommunalförvaltning i olika nordiska länder. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

Sutcliffe, A. (1983). *Towards the Planned City. Germany, Britain, the United States and France 1780–1914. Comparative Studies in Social and Economic History*. Oxford: Oxford University Press.

Rodger, R. (toim.) (1993). *European Urban History: Prospect and Retrospect*. Leicester: Leicester University Press.

Vahtikari, T. (2016). ”Ei minkään Saarijärven Paavon tarinaa”: Vuosisataisjuhla menneisyyden ja tulevaisuuden välittäjänä jälleenrakennusajan Helsingissä. Teoksessa Mervi Kaarininen, Tanja Vahtikari & Timo Vilén (toim.), *Kaupunki tapahtumien näyttämönä*. Helsinki: SKS, 35–64.



## KUKA?

### Jukka-Pekka Puro

- *FT Jukka-Pekka Puro on turkulainen mediatutkimuksen yliopistonlehtori sekä Turun ja Jyväskylän yliopistojen dosentti. Hänen tutkimuksensa ovat käsitelleet käytännön professionaalista viestintää, kuten johtamis- ja esimiesviestintää, mutta myös esimerkiksi mediateoriaa sekä sosiaalisen median julkisuuteen ja julkisuuden hallintaan liittyviä jännitteitä. Puro on lisäksi toiminut omien alojensa asiantuntijatehtävissä mm. puolustus-, turvallisuus- ja pelastusaloilla, sosiaali- ja terveydenhuollon organisaatioissa, kunnissa, seurakuntayhtymissä sekä joillakin teollisuuden toimialoilla.*

## PUHEIDEN ROOLI DIPLOMATIASSA – TAPAUS KEKKONEN

**P**residentti Urho Kekkosen erityislaatuista presidenttikautta tarkastelevissa tutkimuksissa nostetaan lähes poikkeuksetta esille hänen johtamispuheensa, puhetaitoinsa ja merkittävimmät puheensa. Artikkeleissa tarkastellaan Kekkosen puheiden kolmea keskeistä vaikuttavan puheen elementtiä: metaforia, narraatioita ja niiden ilmaisutapaa. Kekkonen oli taitava tarinankertoja ja metaforien käyttäjä. Mitä oman aikamme puheiden kirjoittajat voisivat oppia häneltä?

## Johdanto

Artikkelissa ymmärretään metafora klassisen retoriikan mukaisesti kielikuvaksi, jossa toisiinsa liittymättömät sanat samaistetaan toisiinsa ilman sanaa ”kuin”, jolloin tulkitsijalle muodostuu merkityksen siirtyminen kahden asian välillä (Perelman 1996, 135). Narraation käsite ymmärretään perinteisellä tavalla tarinaksi. Olennaista kuitenkin on, että tarinoita tulkitaan nimenomaan narratologisesti, jolloin huomio kiinnittyy kertomusmuotoon. Erittelyn kohteina ovat kysymykset siitä, kenen näkökulmasta asiat kerrotaan, millaiset arvomaailmat tarinoissa ottavat mittaa toisistaan ja millaiseksi tarinan kertoja esittää totuuden. (Hietala 1997, 118–120.)

Suomessa on käyty viime vuosina paljon keskustelua niin ulkopoliittikkaan liittyvistä metaforista kuin tarinoistakin. Yksi tuoreimmista koskee ”Venäjän karhu”-metaforaa, jota on pidetty ongelmallisena ja harhaanjohtavana siihen liittyvän tarinaperinteensä osalta (MTV:n uutinen 2015). Kekkosen tapauksessa narraatiot ja metaforat olivat keskeinen osa hänen johtamaansa ulkopoliittikkaa. Ulkopoliittikka on valtion julkinen linjaus ja diplomatia on tuota linjausta noudattelevaa puhetta ja käytännön toimintaa, jota toteuttavat presidentin lisäksi etupäässä ministerit, virkamiehet ja tehtäviinsä nimitetyt diplomaatit. Artikkelissa keskitytään erityisesti Kekkosen puheiden asemaan neuvostodiplomatiassa.

Kekkosen diplomatiapuheita tarkastellaan nykypäivän tarpeiden näkökulmasta. Kekkosen armottomaksi, siekailematta-

maksi ja machiavellistiseksi kutsutusta valtopoliitikasta (Nevakivi 1996; Tarkka 2002; Vihavainen, Manninen & Rentola 2017) huolimatta hänen neuvostosuhteita linjaavia puheitaan pidetään edelleen karismaattisen ja vaikuttavan puhujan taidonnäytteinä (Heikkinen & Hurme 2007, Tuikka 2007, Puro 2016, Lounasmeri ym. 2016). Puheiden metaforien erittelyssä sovelletaan Lakoffin ja Johnsonin (1980) klassikkoteoksen rinnalla johtamiseen liittyvien metaforien analyysiin kehiteltyä tuoretta tutkimusta. Narraatioiden tarkastelussa kehiksenä on Balin *Narratology* (2004) ja sen sisältämä analyysikäsitteistö.

## Diplomaattisen puheen teoria ja UKK:n ajan Suomi

Kekkosen puheiden diplomaattisia ulottuvuuksia voidaan lähestyä kahdesta näkökulmasta: yleisesti valtionpäämiehen diplomatiapuheen asemaa jäsentävien teoretisointien tai erityisesti Suomen olosuhteisiin keskittyvän, presidentin ulkopoliittisia puheoikeuksia käsittelevän tutkimuksen avulla. Jos näkökulma on ensimmäinen, Kekkosen voi katsoa toimineen kaikkien 1950–70-luvuilla vaikuttaneiden länsimaisten diplomatiapuheen (*speech of diplomacy*) klassikkotekstien oppien vastaisesti. Valtionpäämiesten puheita pidettiin osana monikerroksista diplomaattista koneistoa, jossa yksittäisten puheiden tehtävänä oli tukea ohjelmallisen ja pragmaattisen diplomatian toteutusta (Oliver 1950, Simpson 1957, Gertsmann 1962, Kissinger 1969). Kissingerin *Diplomacy* (1994) on tämän ajattelutavan klassikkoteos. ”Kissingerologiaksi” luon-

nehditussa toimintamallissa presidentti luo puheillaan diplomaattisten kysymysten ratkaisemiselle lähinnä mahdollisimman paljon liikkuma- ja pelivaraa ja tukee osaltaan diplomatiakoneiston monimuotoisuutta (Hanhimäki 2004).

Kekkosen ajan Suomessa diplomatiapuhe kulki kissingerologiaan nähden vastavirtaan. Kekkosen puheiden keskeisenä diplomaattisena arvona on pidetty niiden yksinäisyyttä ja selkeää ehdottomuutta (esim. Kuusisto 1959, Pajunen 1972, Väyrynen 1972). Kriitikki Kekkosen puheita kohtaan alkoi vahvistua vasta 1970-luvulla. Tuolloin ruvettiin kiinnittämään huomiota presidentin tapaan antaa omavaltaisia tiedonantoja, niin kutsuttuja *kommuniqueita*, Neuvostoliittoon suuntautuneista valtiovierailuistaan. Päätökset tehtiin Neuvostoliiton johdon kanssa suljettujen ovien takana, ja Kekkosen kertoi tiedonannoissaan itsevaltaisesti ja ulkoasiainhallinnosta välittämättä, mitä oli päätetty. (Jyränki 1981, 240–242.)

Niin diplomatiapuheen teorian kuin käytännönkin näkökulmasta olennaista on linjaerojen suuruus: siinä missä Kissinger näki toimivan diplomatian olevan monien rinnakkaisten puhujien ja puheiden hajautettu kokonaisuus, Kekkosen näytti puhujana luottavan vain itseensä ja suosi vanhakantaista valtionpäämiesten henkilösuhteiden diplomatiia (*personal diplomacy*) (Anckar 1984, 223). Kriitikotkaan eivät kuitenkaan ole kiistäneet sitä, että Kekkosen vahva johtajuus ja tiukan yksinäinen diplomatiapuhe saattoivat kriisitilanteissa olla aidosti Suomen turvallisuuspoliittinen etu.

## Metaforilla johtaminen

Kekkosen diplomatiapuhe on esimerkki metaforilla johtamisesta (Alvesson & Spicer 2011). Puolustaessaan Suomen puolueettomuuspolitiikkaa vuonna 1962 Kekkonen päätti puheensa toteamalla, että ”meidän on murrettava pelon ja vihan *rautarengas*” (Kekkonen 1967b, 249). Jugoslavian presidentti Josip Broz Titon vierailulla Kekkonen puolestaan valitsi niin ikään vahvan metaforan toteamalla, kuinka maat ovat repineet ”alas sen keskinäisen epäluulojen ja suvaitsemattomuuden *muurin*, joka kauan oli erottanut kansamme toisistaan...” (1967b, 278). Kekkosen metaforat ankkuroituvat tyypillisesti teräksen ja raudan kaltaisiin koviin metalleihin ja esteenomaisiin rakennelmiin.

Metaforissa katse kohdistuu usein virheellisesti niiden retoriseen nokkeluuteen tai iskevyyteen. Tähdellisempää on havaita, että metaforat luovat puheissa todellisuuden, jossa johtaminen tapahtuu (Alvesson & Spicer 2011, 5–6). Kekkosen luoma todellisuus oli useimmiten rajoittavaa ja sulkevaa (kuten muuri) tai kahlitsevaa (kuten rautarengas). Ympäristöä väritivät epäluulot ja turvattomuuden tunne. Presidentti toimi johdattajana turvallisuudelle ”Suomen tielle”, josta tuli avainkäsite Kekkosen ulkopoliitikassa (esim. Jussila 1990).

Kekkosen määrittelemä ”tie” peilaa sisä- ja ulkopoliitikan vastakohta-asetelmia: ulkopoliitiikka edustaa kylmyyttä ja kovuutta, suomalaisuus puhtautta ja voimaa. Tunnetuimpia metaforia ovat urheiluun ja luontoon liittyvät kuvaelmat: *Rikkoutuneen vedenpinnan alla kulkee*

*kuitenkin voimakas kymi omaa vastustamaton tonta kulkuaan. Niin kulkee myös Suomen kansa vapaana ja suunnastaan selvillä kohti valoisa tulevaisuutta.* (Kekkonen 1967b, 126.)

Kekkonen oli metaforien käyttäjänä ilmeisen päämäärätietoinen. ”Voimakkaan kymen” metafora luo kansallismoranttisen mielikuvan vahvasta kansasta, jolle on luonteenomaista edetä kohti väistämätöntä päämääräänsä (Nguyen & Umemoto 2012, 43–45). Suomalaisuuden samais-taminen puhtaaseen ja elinvoimaiseen luontoon ei ollut Kekkonen keksintöä, vaan sen juuret ovat suomalaisuusaatteen historiassa. Kekkonen tapa käyttää vasta-kohtametaforaa ulkoisten uhkatekijöiden korostamisessa oli kuitenkin kiinteä osa hänen ulkopolitiikkaansa.

Päämäärätietoisuus koski myös ”Suomen tien” metaforaa. Kun Kekkonen puhui, puheen otsikkoa myöten (”Suomen tie jännitysten maailmassa”), hän itse painotti saavuttaneensa nimenomaan metaforisen tavoitteen: *Tästä näkökulmas-ta katsottuna Suomen ja Neuvostoliiton rajalle annettu nimitys ”rauhan raja”, joka joissain yhteyksissä on antanut vaikutelman liikasanojen käyttämisestä, on kyllä paikallaan.* (Kekkonen 1967b, 424–426.) Rauhajan rajassa oli kyse mielikuvien hallinnasta. Mielikuvat eivät saaneet olla yliampuvia, mutta niiden tuli olla vaikuttavia. ”Rauhan raja” oli metafora, jota Kekkonen Suomen ja Neuvostoliiton välisille suhteille tietoisesti tavoitteli, eikä hän esimerkiksi omissa kirjoituksissa millään tavoin salannut tämän tavoitteen olemassaoloa tai siihen liittyviä huoliaan (Kekkonen 1980, 40).

Kekkonen viittasi puheissaan usein myös urheiluun. Varsinkin niissä puheissa, joissa käsiteltiin vaikeista tilanteista selviytymistä, urheilu sai paikkansa: *Urheilijan täytyy oppia häviämään masentumatta.*

*Tätä oppia tarvitsee Suomen kansa nyt enemmän kuin koskaan ennen.* (Kekkonen 1967a, 142.) Urheilun metaforilla on ollut keskeinen asema myös esimerkiksi Yhdysvaltojen presidenttien poliittisessa retoriikassa (Seagrave 2000). Kekkonen urheilumetaforat ovat kuitenkin kaksitasoisia ja sellaisenaan vaikuttavampia kuin pelkät suoraviivaiset samaistamiset urheilun ja sodan välillä. Kun Kekkonen käyttää urheilua metaforana, hän viittaa omaan taustaansa urheilijana ja tuo oman masentumattomuutensa esille. Yleinen ja henkilökohtainen yhdistyvät puheessa toisiaan tukevaksi kokonaisuudeksi. (Ottati & Renström 2010, 785.)

Viime vuosien suomalaisessa Kekkos-tutkimuksessa on tuotu esiin, kuinka presidentti esikuntineen rakensi julkikuvaansa luontoon, urheiluun ja fyysiseen kuntoon liittyvien mielikuvien avulla (Lounasmeri ym. 2016, Kuronen & Virtaharju 2015). Sitkeä, peräänantamaton ja päämäärätietoinen olivat Kekkoselle enemmän kuin vain adjektiiveja. Hän pyrki puheissaan yhdistämään toisiinsa omat elämäntapaansa, suomalaisen kansallisidentiteetin ja suomalaisille yleisesti ominaiset toimintatavat yhdeksi koherentiksi metaforiseksi todellisuudeksi.

### **Kekkonen tarinankertojana**

Kekkonen puheiden yhteydessä on kiinnitetty huomiota myös hänen tapaansa

hyödyntää tarinoita (esim. Tuikka 2007, Puro 2016). Narratiiveihin nojautuvaa johtamista on 2000-luvulla tarkasteltu laajalti (ks. esim. Nyberg & Sveningsson 2014). Kekkosen diplomatiapuheeseen keskittyviä ja tarinoita eritteleviä tutkimuksia on tehty niin hänen valtakaudellaan kuin sen jälkeenkin. Hyvä esimerkki on Kekkosen vuonna 1972 pitämä nk. Helsinki-konsultaatioiden avauspuhe, jonka tarinallista osiota on pidetty keskeisenä (Pajunen 1972, 192):

*Kuitenkin Suomen kansa, eurooppalaisena kansakuntana, on tuntenut syvästi maanosaamme rasittaneen keskinäisen pelon ja turvattomuuden paineen. Sitäkin suuremmalla syyllä me tervehdimme ilolla jokaista merkkiä aikansa eläneiden ennakkoluulojen ja vanhentuneiden pelkojen väistymistä. Euroopan turvallisuutta ja yhteistyötä käsittelevän kokouksen aikaansaaminen tulee olemaan tähänastisista rohkaisevin uuden aikakauden lupaus. (Presidentin puhe 1972.)*

Puhe kiteyttää, millaisia Kekkosen kertomat Suomi-tarinat tyypillisesti olivat. Kansan kerrotaan tuntevan pelkoa ja turvattomuutta, ja sitä rohkaistaan kollektiivina tervehtimään pelkojen väistymistä. Puheen lopussa on siirtymä passiivimuodossa kokoukseen, sen vahvaksi myötäeläjäksi ja tukijaksi. Sananvalinnoissa korostetaan ”syvää pelkoa” ja ”ilolla tervehtimistä” sekä vastaavasti ”aikansa eläneitä ennakkoluuloja” ja ”rohkaisevaa uutta aikakautta”. Painavat adjektiivit

tehostavat vastakohtapareja.

Kekkonen käytti puheissaan niin kutsuttua visionäärisen kertojan roolia. Kertojalla on tällöin kattava kokonaisnäkemys siitä, mitä on tapahtunut, tapahtuu ja tulee tapahtumaan (Bal 2004, 19–23). Toimijoilla on narraatioissa korostetun selkeät motiivit toiminnalleen. Jännitteet oikean ja väärän välillä ovat ehdottomat, ja tarinoiden kliimaksit suuntautuvat kohti ”valon” tai ”pimeyden” kaltaisia attribuutteja. Kekkonen myös valikoi kertomustensa toimijoiden valinnat, muutostarpeet, konfrontaatiot ja lopputulokset tarkasti (Bal 2004, 182–186). Käytännössä kaikki Kekkosen diplomaattisesti merkittävät puheet sisältävät tarinallisia elementtejä, olkoonkin, että ne saattavat kätkeytyä joidenkin paremmin tunnettujen kohtien varjoon. Hyvä esimerkki tästä on vuoden 1961 noottikriisipuhe:

*Kuolinvuotensa uudenvuodenpuheessa Paasikivi kehotti välttämään eleitä ja asenteita, joilla ei ole muuta kuin mielenosoituksen merkitys, mutta jotka saattavat vahingoittaa maataamme. Jos me katsomme ympärillemme maailmassa, on jokaisella ilmiansuunnalla asioita, joita vastaan inhimillisyyden nimissä olisi protestoitava. Mutta me emme sitä tee. Menettelymme sanelee tässäkin puolueettomuuspolitiikkaamme. Sen ja protestipolitiikan välillä on suuri ero. (Presidentin puhe 1961.)*

Vastakkainasettelu puolueettomuus- ja protestipolitiikan välillä perustellaan puheessa Paasikiven kuoleman ylistyksellä



ja ehdoton, kuin kaikkien suomalaisten yhteisenä rintamana julkilausuttu, ”me emme sitä tee” nojautuu ”jokaisella ilmansuunnalla” tapahtuviin yhtäläisiin vääryyksiin. Kekkonen retoriikassa Suomi on ymmärtäväinen, mutta tiukan realistinen, eikä näin ollen avaa suutaan protestoidakseen asioista, joihin se ei kykene vaikuttamaan. Narratologisesti olennaista on, että Paasikivi asetetaan rinnakkaiskertojaksi. Kekkonen upottaa tarinaansa edenneen valtionpäämiehen kertojaäänen, joka on huolissaan Suomen kohtalosta vielä kuolemansa jälkeenkin (ks. Bal 2004, 19).

Paasikiven asema on Kekkonen tarinoissa yleisestikin ottaen monella tavoin keskeinen. Esimerkiksi *Suomen ulkopolitiikan kielipelit* (Aaltola 2003) ovat suurelta osin perua Kekkonen kymmenistä narratioista, joissa Paasikiven–Kekkonen linja muodostui rinnakkaiskertoja-tekniikkaa hyväksi käyttämällä. Rimmon-Kenanin (1999) terminologian mukaisesti Paasikiven–Kekkonen linjasta muodostui yhdistelmä ekstra- ja intradiegeettistä kerrontaa: Kekkonen ja Paasikivi olivat toisaalta kaikitietäviä, tarinoita ulkoa päin kertovia ja selittäviä kertojaääniä (*ekstradiegeettinen kertoja*), yhtäältä osallistuvia toimijoita ja näin osa ”meitä suomalaisia” (*intradiegeettinen kertoja*). Kuten Aaltola toteaa: ”Suomen katsantokanta [puolueettomuuteen] oli yleinen tavalla, joka yhdisteli eri näkökulmien jaettuina ominaisuuksia kokonaisuudeksi, jonka kaikki toimijat kykenisivät mieltämään...” (Aaltola 2003, 144). Kekkonen rakensi puheissaan ulkopoliittista linjaansa ja omaa asemaansa monilla yksittäisillä tarinoilla, joiden

kokonaisuutena Suomesta ja suomalaisista muodostui inhimillinen ja empaattinen, mutta tiukan johdonmukainen ja yhtenäinen kansakunta.

### Kekkonen kertojanaäni

Kekkonen kertoja-asemaan liittyi erottamattomasti se, miten tarinat esitettiin. Monista arkistoiduista puheista voi havaita, miten Kekkonen puhujana keskittyi painotuksiin ja tauotuksiin. Tunnetuin esimerkki tästä lienee Kekkonen vuonna 1953 pitämä muistopuhe Stalinille ja etenkin sen lopetus: *Suomen kansa ja Suomen hallitus tekevät kunniaa generalissimus Stalinin paarien ääressä*. (Kekkonen 1967a, 285.)

Kekkonen puheäänien tarkasteleminen – niin mittauslaitteiden kuin kuulohavainnonkin perusteella – osoittaa, että puheissa on eroja niin äänen peruskorkeudessa kuin korkeuden vaihtelussakin. Stalinin muistopuhe on esitetty monotonisesti ja kauttaaltaan poikkeuksellisen matalalta, mutta etenkin loppuosuudessa puhe hidastuu ja äänenkorkeus laskee. Yleisradion eläkkeelle jääneen teknisen henkilöstön haastatteluissa eräs haastateltavista piti todennäköisenä, että tallennuksessa käytetyn kelanauhurin nopeutta hidastettiin toistovaiheessa, jotta puhe vaikuttaisi emotionaalisesti latautuneemmalta. Oikea tunnelma haettiin ”korvatuntumalla”, ja Kekkonen, jolla oli tekninen henkilöstö mukaan lukien poikkeuksellisen hyvät suhteet yleisradiolaisiin, halusi itsekin vaikuttaa puheäänestä muodostuviin mielikuviin. Huomiota kiinnitettiin nauhureiden lisäksi mm. mikrofonien käyttöön. (ks. Puro 2016.)

Kekkosen ilmaisutapa tuki vahvasti ”narratiivista johtajuutta” (Rauhala & Vikström 2014, 272). Narraatioilla oli paitsi tarinallinen myös ilmaisullinen rytmensä (Bal 2004, 99–108), ja Kekkonen osasi yhdistää nämä rytmilajit tukemaan toisiaan. Surumielisiksi tarkoitettu tarina esitettiin hidastempoisesti. Esimerkiksi uudenvuodenpuheista mieleenpainuvimpia ovat ne, joissa Kekkonen heittäytyy tarinankertojana avoimen tunteelliseksi (ks. Heikkinen & Hurme 2007): *Yksi auto-onnettomuudessa menehtyneitä oli Lauri Viita. Olen käynyt läpi hänen tuotantoaan löytääkseni sieltä runon, jonka esittäisin tässä uudenvuodenpuheessani kunnianosoituksena poismenneelle suurelle runoilijalle ja hänen kohtalotovereilleen.* (Kekkonen 1967b, 413.)

Useissa Kekkonen puhetapaa käsittelevissä tutkimuksissa tuodaan esille, että hänellä oli ”selkeä” tai ”hyvä” ääni (Meinander 2006, Saarenheimo 2011). Harvemmin todetaan, että Kekkonen vetosi niin tarinoillaan kuin ilmaisutavallakin tunteisiin. Äänenkäyttöön nojautuva tarinoiden tunteellistaminen voidaan nykyään entistä paremmin mitata ja tunnistaa, joten kyse ei ole pelkästään äänestä muodostuvista vaikutelmista, vaan empiirisestä näytöstä (ks. Valo 1994, Waaramaa 2009).

### **Kekkonen puheet ja nykydiplomatia**

Monet Kekkonen tarinoista ja metaforista olivat suomalaiselle diplomatialle kiistämättä hyödyllisiä työkaluja. Esimerkiksi nk. saunadiplomatia, josta ulkoasianministeriö verkkosivuillaan edelleen kertoo, oli Kekkonen idea. Kekkonen luoman tarina-

perinteen mukaisesti neuvostodiplomaatit saunottiin henkivieveriin ja taivuteltiin löylynheiton lomassa luopumaan poliittisista vaatimuksistaan. Saunatarinat elävät edelleen, mikä kertoo niiden vahvuudesta. (Ulkoministeriön uutinen 2011.)

Jälkikäteen tarkasteltuna yltiömaskuliininen saunadiplomatia sulki tehokkaasti naiset ulkopoliittisten neuvottelu- ja päätöksentekoprosessien ulkopuolelle. Toisen osapuolen löylyttäminen saattoi sopia myös Kekkoselle, mutta vahvaa löylyn-sietokykyä tuskin saattoi pitää diplomaattisen osaamisen kulmakivenä. Samankaltainen asetelma koski Kekkonen suosimia urheilumetaforia. Hänellä itsellään oli vahva urheilijatausta, mutta urheilun pitäminen diplomatiapuheen kantavana metaforana asetti haasteen, jonka keskellä Suomi elää kenties edelleen. Suhteellisen pienen kansan on vaikea rakentaa kestävää identiteettiä ja julkisuuskuva urheilun varaan.

### **Johtopäätöksiä puheiden kirjoittajille ja puhujille**

Kekkonen puheita voi tarkastella oman aikaansa tuotteina. Mutta voiko niistä oppia jotain? Toisinaan julkisessa keskustelussa nostetaan esille vahvan ulkopoliittisen johtamispuheen tarve. Kekkonen retoriikka osoittaa, millä tavalla vahvoilla metaforilla ja tarinoilla voidaan johtaa ulkopoliittikaa. Puheista pystyy päättelemään, miksi suuria tarinoita ja metaforia sisältäviä puheita kaivataan. Ne jäävät esimerkiksi ulkomaisten toimittajien ja diplomaattien mieleen, ja ovat tällaisenaan diplomaattikunnalle ja maakuvalle hyödyllisiä – toki

sillä varauksella, että vahvat puheet ovat diplomaattisesti tarkoituksenmukaisia.

Millaiset metaforat toimisivat 2010-luvun Suomessa? Aiheesta on koottu herätteleviä teoksia (kuten Junkkaala & Kuusanmäki 2016), ja sitä on analysoitu maakuvatasolla (Moilanen & Rainisto 2008). Suomalaisuuden tarinoita on vaikea rakentaa, koska suuret tarinat tarvitsevat suuria kertojia. Samaan aikaan kun kavahdetaan Kekkosen itselleen rakentamaa itsevaltaista henkilöbrändiä, paradoksaalisesti kaivataan hänen kaltaistaan johtavaa kertojaääntä. Suomalaisen diplomatiapuheen lähihistorian tunteminen ja tulkitseminen ovat edellytyksiä sille, että 2010-luvulle löydetään tuoreita ja toimivia käytänteitä. Vaikka Kekkosen otteita poliittisena johtajana voidaan pitää itsevaltaisina, hän onnistui jännitteissä neuvostosuhteissa luomaan toimivan metaforisen ja narratiivisen johtajuuden.

Suomalaisten tarinoiden ja metaforien pirstaleisuus on Kekkosen aikaan verrattuna silmiinpistävää. Korjaavia tai uudistavia liikkeitä voisi hakea ainakin kahdesta suunnasta. Ensimmäinen näistä koskee puheiden kirjoittamista. Vaikka presidentti Niinistön ja Kekkosen puheiden vertailussa on ongelmansa maailmanpolitiikan suurten muutosten vuoksi, antavat jotkin toistuvat foorumit mahdollisuuksia vertailuun. Hyvä vertailukohta on Valkoisessa talossa pidetyt Suomen viralliset juhlaillalliset, jotka on järjestetty ainoastaan Kekkosen ja Niinistön presidenttikausilla vuosina 1976 ja 2016. Kekkosen puhe piti sisällään Delaware-joen suomalaisen siirtolaisten tarinan ja ”toiminnan

miehiin” kohdistuvia metaforisia painoituksia (Presidentin puhe 1976). Niinistön vastaava puhe 40 vuotta myöhemmin on klininen listaus innovaatioista, koulutuksesta ja cleantechistä. Niinistön puheen muistettavin kohta lienee sarkasminsa suhteen hyvin onnistunut ”olemme mestareita myös vaatimattomuudessa”, joka peilaa koko puheen sisältöä hyvin (MTV:n uutinen 2016).

Suomi-kuvan kannalta keskeisistä metaforista ja tarinoista ei ole hyötyä, ellei niiden retorista voimaa kirjoiteta puheiden sisään. Tämä on haaste puheiden kirjoittajille, mutta tietysti myös niiden esittäjille, olipa kyse presidentistä tai Suomen muusta diplomaattisesta johdosta. Toinen mainituista kehittämissuunnista koskeekin puheiden esittämistä. Diplomatiapuheen tulee olla vaikuttavaa paitsi sisällöllisesti myös esittämisteknisesti: esimerkiksi painotusten, tauotusten ja puheen tempon osalta. Metafora- ja narraatiolähtöisen johtamispuheen pitää sopia esittäjänsä persoonaan. Tuore tutkimus painottaa esitystekniikan kehittämisen yhteydessä puheiden kirjoittajien asemaa: puheisiin istutetut metaforat näyttävät edistävän vaikuttavampaa ja karismaattisempaa pidettyä esittämistapaa (esim. Mio ym. 2005). Puheiden kirjoittajien ja puhujien pitäisi tiivistää yhteistyötään, jotta se narraatioiden ja metaforien kertomisen oikea rytmi, joka Kekkoselle oli puhujana ominaista, löytäisi muotonsa.

Suomalaisen puhetaidon kehittämistä käsittelevä yleinen kirjallisuus on ajan tasalla. Haaste on lähinnä siinä, miten puheita kirjoittavat ammattilaiset ja hei-

dän päämiehensä saavat yhdessä aikaan myönteisen kehän, jossa rohkea puheiden kirjoittaminen johtaa vaikuttavaan ilmaistutapaan ja kumpikin diplomaatiapuheen osa-alue – tarkoituksenmukainen sisältö ja sen esittämistapa – tukevat toinen toisiaan.

### LÄHTEET:

Aaltola, M. (2003). *Suomen ulkopoliittikan kielipelejä*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Alvesson, A. & Spicer, A. (2011). *Metaphors we lead by: Understanding leadership in the real world*. New York: Routledge.

Anckar, D. (1984). Foreign policy leadership in Finland: Towards parliamentarization. *Co-operation and conflict*, 19(4), 219–233.

Bal, M. (2004). *Narratology*. Toronto: University of Toronto press.

Gertsman, N. (1962). The people: An added dimension in diplomatic speaking. *Today's speech*, 10(1), 19–33.

Hanhimäki, J. (2004). *The Flawed Architect: Henry Kissinger and American Foreign Policy*. Oxford: Oxford University Press.

Heikkinen, V. & Hurme, T. (2007). *Kansalaiset, tasavallan presidentti puhuu*. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisu. Saatavilla verkossa: <https://www.kotus.fi/files/610/uv-puheet-artikkeli1.pdf>

Hietala, V. (1997). Narratologia ja sen semioottinen perusta. Teoksessa Koivunen, A. & Hietala, V. (toim.) *Kanavat auki*. Turku: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus, Sarja A(61), 117–120.

Junkkaala, T. & Kuusanmäki, E. (2016). *Suomen tarina – Miten Suomesta tuli Suomi?* Helsinki: AtlasArt.

Jussila, O. (1990). *Suomen tie 1944–1948: Miksi siitä ei tullut kansandemokratiaa*. Porvoo: WSOY.

Jyränki, A. (1981). *Presidentti. Tutkimus valtionpäämiehen asemasta Suomessa v. 1919-1976*. Juva: WSOY.

Kekkonen, U. (1967a). *Puheita ja kirjoituksia I*. Helsinki: Weilin+Göös.

Kekkonen, U. (1967b). *Puheita ja kirjoituksia II*. Helsinki: Weilin+Göös.

Kekkonen, U. (1980). *Tamminiemi*. Helsinki: Weilin+Göös.

Kissinger, H. (1969). *American foreign policy*. New York: Norton.

Kissinger, H. (1994). *Diplomacy*. New York: Simon & Schuster.

Kuronen, T. & Virtaharju, J. (2015). The fishing president: Ritual in constructing leadership mythology. *Leadership*, 11(2), 186–212.

Kuusisto, A. (1959). The Paasikivi line in Finland's foreign policy. *Political research quarterly*, 12(1), 37–49

- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lounasmeri, L. & tutkijaryhmä (2016). *Vallan ihmeellinen Kekkonen*. Helsinki: Into.
- Meinander, Henrik (2006). *Suomen historia: linjat, rakenteet, käännekohdat*. Helsinki: WSOY.
- Mio, J., Riggio, R., Levin, S. & Reese, R. (2005). Presidential leadership and charisma: The effects of metaphor. *The leadership quarterly*, 16(2), 287–294.
- Moilanen, T. & Rainisto, S. (2008). *Suomen maabrändin rakentaminen*. Helsinki: Finland promotion board.
- MTV uutinen 2015. Tutkija: Venäjän karhu-metafora johtaa harhaan. Saatavilla verkossa: <https://www.mtv.fi/uutiset/ulkomaat/artikkeli/tutkija-venajan-karhu-metafora-johtaa-harhaan/4715604#gs.6gqi3KE>
- MTV uutinen 2016. Tällaisen puheen Niinistö piti Valkoisessa talossa. 13.6.2016. Saatavilla verkossa <https://www.mtv.fi/uutiset/ulkomaat/artikkeli/tallaisen-puheen-niinisto-piti-valkoisessa-talossa-olemme-mestareita-vaatimattomuudessa/5892690#gs.c6CG45o>
- Mustakallio, A. (2014) *Vaikuttavan puhumisen taito*. Helsinki: MIF.
- Nevakivi, J. (1996). *Miten Kekkonen pääsi valtaan ja Suomi suomettui*. Helsinki: Otava.
- Nguyen, N. & Umemoto, K. (2012). Leading with metaphoric intelligence. *Journal of leadership studies*, 5(4), 41–51.
- Nyberg, D. & Sveningsson, S. (2014). Paradoxes of authentic leadership: Leadership identity struggles. *Leadership*, 10(4), 437–455.
- Oliver, R. (1950). The speech of diplomacy as a field of research. *Central states speech journal*, 1(2), 24–28.
- Ottati, V. & Renström, R. (2010). Metaphor and persuasive communication: A multifunctional approach. *Social and personality psychology compass* 4(9), 783–794.
- Pajunen, A. (1972). Finland's security policy in the 1970's: Background and perspectives. *Cooperation and conflict*, 7(3-4), 171–192.
- Perelman, C. (1996). *Retoriikan valtakunta*. Tampere: Vastapaino.
- Presidentin puhe 1961. Vierailu Pohjois-Amerikassa ja Yhdistyneissä kansakunnissa. Neuvostoliiton nootti 5.11.1961. Saatavilla verkossa: <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/11928/TMPobjres.2166.html?sequence=1>
- Presidentin puhe 1972. (22.11.1972) Saatavilla verkossa: <http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/7426/TMPobjres.3987.html?sequence=1&isAllowed=y>
- Presidentin puhe 1976. Tasavallan Presidentin vastaanottamat Presidentti Fordille Valkoisen Talon päivällisillä 3.8.1976. Saatavilla verkossa: <http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/>

8073/TMPobjres.4084.html?sequence=1&isAllowed=y

Puro, J.-P. (2016). Puhumalla hallitseminen. Vahvan johtajuuden ilmentyminen Kekkonen radiopuheissa 1937–1967. *Lähikuva* 29(2), 22–42.

Rauhala, M. & Wikström, T. (2014). *Storytelling työkaluna*. Helsinki: Talentum.

Rimmon-Kenan, S. (1999) *Kertomuksen poetiikka*. Helsinki: SKS.

Saarenheimo, Eero (2011). *Kansakunnan radio*. Keuruu: Lurra.

Seagrave, J. (2000). The sport metaphor in American cultural discourse. *Culture, sport, society* 3(1), 48–60.

Simpson, R. (1957). Speech and diplomacy. *Today's speech*, 5(2), 13–17.

Tarkka, J. (1987). *Ei Stalin eikä Hitler. Suomen turvallisuuspolitiikka toisen maailmansodan aikana*. Helsinki: Otava.

Torkki, J. (2006). *Puhevalta*. Helsinki: Otava.

Tuikka, T. (2007). ”Kekkonen konstit” – Urho Kekkonen historia- ja politiikkakäsitykset teoriasta käytäntöön 1933-1981. Jyväskylä: Jyväskylä Studies in Humanities.

Ulkoministeriö 2011. Saunadiplomatiaa ja vähän muuta. Uutinen. (Antti Vuojolainen 13.6.2011.) Saatavilla verkossa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=222710&contentlan=1&culture=fi-FI>

Valo, M. (1994) *Käsitykset ja vaikutelmat äänestä. Kuuntelijoiden arviointia radiopuheen äänellistä ominaisuuksista*. Jyväskylä: Studia philologica Jyväskylälänsia 33.

Vihavainen, T., Manninen, O. & Rentola, K. (2017). *Varjo Suomen yllä*. Jyväskylä: Docendo.

Väyrynen, R. (1972). *Conflicts in Finnish-Soviet relations: Three comparative case studies*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Waaramaa, T. (2009) *Emotions in voice. Acoustic and perceptual analysis of voice quality in the vocal expression on emotions*. Tampere: Acta Electronica Universitatis Tamperensis.

PROCOM



PROCOMMA ACADEMIC 2017 **Mitattava viestintä**

PROCOMMA ACADEMIC 2016 **Eettinen viestintä**

PROCOMMA ACADEMIC 2015 **Läpinäkyvä viestintä**

PROCOMMA ACADEMIC 2014 **Särkymätön viestintä**







**ProComma Academic** edistää viestintäalan keskustelukulttuuria yhteiskunnassamme. Julkaisu on viestinnän ammattilaisten yhdistyksen ProCom ry:n kustantama ja se pohjaa 1950-luvulla aloitettuun perinteeseen levittää ajankohtaista viestintäalan tietoa. Academic-liite tarkoittaa sitä, että tieto perustuu tutkimuksiin.

ProComma kerää yhteen tutkimuksia ja teoriaa nykyorganisaatioiden dynaamisesta toimintaympäristöstä. Kirjoittajiksi kutsutaan asiantuntijoita eri yliopistoista, mutta myös akateemisen maailman ulkopuolelta.

Vuosittain ilmestyvällä ProCommalla on teema. Tässä ProCommassa teemana *diplomaattinen viestintä*.