

Elisa Sunnari

LEHTIKIRJOITTELU GREENPEACEN TOIMISTA OLKI-
LUODON YDINVOIMALATYÖMAATA VASTAAN

Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinoinnin ja viestinnän suuntautumisvaihtoehto
2011

LEHTIKIRJOITTELU GREENPEACEN TOIMISTA OLKILUODON YDINVOIMALATYÖMAATA VASTAAN

Sunnari, Elisa
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Tammikuu 2011
Ohjaaja: Niskanen, Harry

Sivumäärä:29

Asiasanat: lehtikirjoittelu, julkisuuskuva, sanomalehti, mediaseuranta

Tämän opinnäytetyön aiheena oli lehtikirjoittelu ympäristöjärjestö Greenpeacen tekemistä iskuista Eurajoella sijaitsevaa Olkiluodon ydinvoimalatyömaata vastaan. Lehtiartikkeleita analysoitiin kolmesta eri lehdestä. Helsingin Sanomat edusti valtakunnallista sanomalehteä, Satakunnan Kansa maakuntalehteä ja Länsi-Suomi paikallislehteä. Lehtiartikkeleista tarkasteltiin, kenen näkökulmasta ne on kirjoitettu ja millaisia mielikuvia, arvoja ja asenteita ne välittävät.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin sisällönanalyysiä. Lehtiartikkeleista etsittiin miten tapahtumien eri osapuolet tuodaan esiin ja millaisia mielikuvia, arvoja ja asenteita teksteistä välittyy. Aineistona oli vuosilta 2007–2010 kuudesta tapauksesta yhteensä 50 lehtiuutista ja kaksi pääkirjoitusta. Tutkimusta hankaloitti useiden samankaltaisten juttujen esiintyminen monessa lehdessä.

Tutkimuksessa selvisi, että uutisointi tapauksista on hyvin asiapitoista. Toimittajat pitäytyvät faktoissa ja hakevat mielipiteitä asiantuntijoilta. Mielenkiintoista oli myös se, miten vähän aktivistien ajamia asioita jutuissa käsiteltiin, vaikka ne olivat koko pohja heidän toiminnalleen. Uutisointi keskittyi siihen mitä on tapahtunut, kuka on tehnyt ja mitä ja millaisia laillisia seuraamuksia niillä mahdollisesti on.

NEWSPAPER ARTICLES ABOUT GREENPEACE ACTIONS AGAINST THE NUCLEAR POWER PLANT CONSTRUCTION SITE IN OLKILUOTO

Sunnari, Elisa

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in business marketing and communication

January 2011

Supervisor: Niskanen, Harry

Number of pages: 29

Keywords: journalism, public image, newspaper, media follow-up

—

The purpose of this thesis was to analyze what kind of image is given of the Greenpeace attacks against OL3-project in the newspapers. The objects of this research were Greenpeace and the nuclear power plant construction site of Teollisuuden Voima known as OL3 project. The study was made of three newspapers, Helsingin Sanomat as national newspaper, Satakunnan Kansa as regional newspaper and Länsi-Suomi as a local newspaper. The material was collected mostly from the archives of Pori library but the material of Länsi-Suomi from years 2007 and 2008 was given to me from the electronic archives of the newspaper.

The research method was content analysis. Material consisted of 50 news articles and two editorials from the time period of 2007-2010. The difficulty was the similarity of several articles in different newspapers.

The result was that the journalism was very professional. The journalists stick to the facts and consult experts for opinions. Also it was interesting to see how little the newspapers wrote about the causes of Greenpeace actions. The base of the stories was on what has happened, who has done and what and what are the legal consequences.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	GREENPEACE.....	6
2.1	Greenpeacen toiminta.....	6
2.2	Ydinvoima ja Greenpeace.....	7
3	OLKILUOTO 3-PROJEKTI.....	7
4	MEDIAJULKISUUS JA SEN HALLINTA.....	8
4.1	Julkisuuden hallinta.....	9
4.2	Utiskynnys.....	10
5	JOURNALISTIN OHJEET.....	11
6	PAINETTU SANOMALEHTI UUTISVÄLINEENÄ.....	12
6.1	Uutinen juttutyypinä.....	13
6.2	Pääkirjoitus juttutyypinä.....	14
7	TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	14
7.1	Sisällönanalyysi.....	14
7.2	Helsingin Sanomat.....	15
7.3	Satakunnan Kansan.....	16
7.4	Länsi-Suomi.....	16
7.5	Tutkimuksen kulku.....	17
8	TULOKSET.....	18
8.1	Aineiston käsittely.....	20
8.1.1	Greenpeace.....	20
8.1.2	Ydinvoima.....	23
8.1.3	Teollisuuden Voima Oy.....	24
9	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	25
9.1	Julkisuuskuva.....	26
9.2	Näkökulma.....	26
9.3	Utiskynnyksen ylittyminen.....	27
10	TULOSTEN LUOTETTAVUUS.....	27
	LÄHTEET.....	29

1 JOHDANTO

Tarkastelen opinnäytetyössäni, miten valtakunnallinen, maakunnallinen ja paikallinen sanomalehdistö käsittelevät ympäristöjärjestö Greenpeacen Olkiluodon ydinvoimalatyömaata vastaan tekemiä iskuja aikavälillä 2007-2010. Valtakunnallista sanomalehteä edustaa Helsingin Sanomat, maakunnallista sanomalehteä edustaa Satakunnan Kansa ja alueellista lehteä Rauman alueella ilmestynvä Länsi-Suomi.

Työn tarkoituksena on analysoida, millaisen kuvan lehdistö välittää aktivistien toimista ja miten eri osapuolet eli Greenpeace, Teollisuuden Voima eli TVO ja Olkiluoto 3-projekti tuodaan esiin. Tarkastelen myös millaisia mielikuvia, asenteita ja arvoja lehtikirjoittelut välittävät ja kenen näkökulmasta jutut on kirjoitettu.

Aktivistien toimilla on tarkoitus saada huomiota asioihin, jotka he kokevat epäkohdiksi. Selvitän myös sitä, miten ja minkä verran heidän sanomaansa tuodaan esiin ja miten asioita uutisoidaan eri lehdissä.

Mielenkiintoiseksi tarkastelun tekee myös se, että sopimuksen mukaan TVO vastaa kaikesta Olkiluodon kolmannen ydinvoimalatyömaan tiedottamiseen liittyvistä asioista, joten Areva tai muut ydinvoimalatyömaalla toimivat yritykset eivät voi itse suoraan kommentoida mitään sitä vastaan esitettyjä väitteitä mediassa. Sen sijaan Greenpeace on hyvin aktiivinen tiedottaessaan toimistaan medialle.

Idea tähän opinnäytetyöhön lähti työskennellessäni ranskalaisyhtiö Arevalla Olkiluoto 3:n rakennustyömaalla kolmen vuoden ajan. Ensimmäinen Greenpeacen isku tuli ensimmäisen työviikon päätteeksi, ja sen jälkeen niitä on tehty kerran tai kaksi vuodessa. Työssäni on ollut suurena apuna se, että olen saanut seurata iskuja lähietäisyydeltä ja minulla on perustiedot OL3-projektista. Olen myös suorittanut opintojeni pakollisen työharjoittelun paikallislehden toimittajana, joten minulla on tuntumaa toimittajan työhön.

2 GREENPEACE

Greenpeace perustettiin 1971 Kanadassa, kun Yhdysvallat teki ydinasekokeita Alaskassa. 80-luvulla se vastusti myös Ranskan ydinaseräjäyksiä Polynesiassa, jolloin myös Ranskan tiedustelupalvelu upotti Greenpeacen lippulaiva Rainbow Warriorin. Greenpeace sai 80-luvun aikana paljon tukijäseniä ja uusia toimipisteitä avattiin ympäri Eurooppaa. Suomeen Greenpeace tuli vuonna 1989 ja 1990-luvun aikana se vakiinnutti asemansa ympäristöjärjestönä. Nykyään se toimii 40 maassa 28 toimiston voimin. (Greenpeacen www-sivut 2010.)

Greenpeace on pyrkinyt profiloitumaan maailman omaksitunnoksi ekologisissa kysymyksissä. Se on saanutkin merkittävää julkisuutta ympäristöongelmille ympäri maailman, mutta toisinaan sen toimet ovat yli-innokkuudessaan saaneet aikaan myös sääliä järjestöä kohtaan. Nykyään sen taustalla on miljoonien eurojen budjetilla toimiva tiedotuskoneisto, jota johdetaan Lontoosta käsin. Perustan tiedottamiselle loi entinen televisiojournalisti. (Uimonen & Ikävalko 1996. 61-62.)

2.1 Greenpeacen toiminta

Greenpeacen toiminta jakautuu neljään eri alueeseen eli tutkimus- ja kehitystyöhön, mielipiteisiin vaikuttamiseen, keskusteluihin päättäjien kanssa sekä väkivallattomaan suoraan toimintaan. Järjestö käyttää hyväksi tieteellisiä tutkimuksia sekä omia laboratoriotutkimuksiaan, jotta toiminta olisi ammattitaitoista. Se myös julkaisee tutkimustietoa ja raportteja maapallon ympäristötuhoista ja niiden syistä. (Greenpeacen www-sivut 2010.)

Ympäristöjärjestö tukee ympäristöystävällisten vaihtoehtojen löytämiseksi tehtävää työtä. Toiminnallaan Greenpeace yrittää vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen ja tätä kautta painostaa yhteiskuntaa tekemään ympäristöystävällisiä ratkaisuja. (Greenpeacen www-sivut 2010.)

Saadakseen sanomaansa kuuluviin Greenpeace pyrkii myös avoimeen keskusteluun eduskunnan, viranomaisten ja yritysten kanssa. Mahdollisuuksien mukaan se osallistuu myös erilaisiin kokouksiin ja konferensseihin. Greenpeace on tunnettu

mielenosoituksistaan ja muusta suorasta toiminnastaan saadakseen yleisön huomion kokemilleen epäkohdille. Greenpeacen toiminta on rauhanomaista ja järjestö ottaa täyden vastuun toimistaan. (Greenpeacen www-sivut 2010)

2.2 Ydinvoima ja Greenpeace

Greenpeace kampanjoi ydinvoimaa vastaan, koska järjestöä huolestuttaa ydinvoiman riskit eli mahdolliset onnettomuudet ydinvoimaloissa, ydinjätteiden loppusijoitus, ydinpolttoaineen tuotanto ja ydinaseiden lisääntyminen. Ympäristöjärjestö sai alkunsaikin vastustaessaan Yhdysvaltojen ydinasekokeita Alaskassa. (Greenpeacen www-sivut 2010.)

Olkiluoto 3:n rakennusprosessissa Greenpeace on moittinut erityisesti ranskalaisyritys Areva NP:n toimia ja syyttää sitä salailusta. Greenpeace epäilee, että ydinvoimalatyömaalla on kiireen ja kohonneiden kustannusten takia tingitty turvallisuudesta. (Greenpeacen www-sivut 2010.)

3 OLKILUOTO 3-PROJEKTI

Tammikuussa 2002 valtioneuvosto päätti uudesta ydinvoimalayksiköstä, ja eduskunta vahvisti sen saman vuoden toukokuussa. Tarjouskilpailun jälkeen ydinvoimalan rakennustyöt alkoivat keväällä 2005. Eurajoen Olkiluotoon sijoittuvan ydinvoimalan rakentamisesta vastaa ranskalais-saksalainen konsortio eli ranskalainen Areva NP ja saksalainen Siemens AG. Areva NP vastaa reaktorilaitoksesta ja Siemens turbiinilaitoksesta. (TVO:n www-sivut 2010.)

Olkiluoto 3 eli lyhyemmin sanottuna OL3 on Arevan kehittämä uudentyyppinen painevesilaitos EPR eli European Pressurized water Reactor. Niitä ei ole vielä maailmassa toiminnassa yhtään, Olkiluodon lisäksi samantyyppistä rakennetaan Ranskan Flamanvilleen. Valmistuttuaan sen nettosähköteho on noin 1600 MW. (TVO:n www-sivut 2010.)

saan voi asiaansa edistää paremmin kuin muilla tavoin. (Uimonen jne. 1996, 18) Median kautta yhteisö voi tehdä itseään tunnetuksi, kertoa toiminnastaan, herättää keskustelua tärkeiksi kokemistaan asioista ja yrittää vaikuttaa jopa yhteiskunnan päätöksentekoon (Juholin 2009, 228).

Julkisuus voidaan nähdä yhtenä maksettua mainontaa korvaavana elementtinä. Saadakseen asiansa läpi mediassa on sen läpäistävä useampi seula ja näin se saa enemmän huomiota kuin maksettu mainonta. Viestiä voidaan jopa pitää luotettavampana, kun se tulee esille uutisessa kuin jos se olisi maksetussa mainoksessa. (Uimonen jne. 1996, 194.) Mediajulkisuus ajatellaan neutraalimmaksi ja arvopaaksi viestintäkanavaksi ja yhteisö voi saavuttaa sillä paremman lisäarvon (Juholin 2009, 228).

Mediajulkisuudessa on kuitenkin aina riskinä, että viesti ei välity kohderyhmälle kuten oli alun perin tarkoitettu (Juholin 2009, 229.) Se miten yhteisön välittämät viestit päätyvät julkisuuteen on epävarmaa, sillä media voi muokata yhteisön antamia viestejä. Yhteisön on vaikea vaikuttaa tähän. (Uimonen jne. 1996, 200.)

4.1 Julkisuuden hallinta

Julkisuuden hallinnalla tarkoitetaan sitä, miten yritys tai organisaatio pääsee mediajulkisuuteen ja käyttää sitä hyväksi luodakseen myönteisen näkymisen ja yrityskuvan. Varsinaista hallintaa toteutetaan pr-toiminnalla tai painostamalla mediaa tiettyihin aihevalintoihin. (Kuutti 2006, 83.) Juholinin mukaan julkisuuden hallinta tarkoittaa yhteisön kykyä ja pyrkimystä saada medianäkyvyyttä sille tärkeille teemoille ja aiheille. Organisaatiot haluavat osallistua julkiseen keskusteluun median kautta. (Juholin 2009, 228.)

Media on nykyään kaikkialla, ja yhteisöjen täytyy kiinnittää huomiota enemmän kuin ennen siihen, miten se julkisuudessa esiintyy. Mitä merkittävämpi ja suurempi media on kyseessä, sitä tarkempi yhteisön on oltava ulkoisessa viestinnässä ja mediajulkisuuden hallinnassa. Julkisuuteen pääseminen ja sen hyödyntäminen

on kuitenkin nykyään monen yhteisön tavoite. Median ja toimittajien kanssa parhaiten toimii avoin kommunikointi. (Uimonen jne. 1996, 248–249.)

Julkisuuden hallinnassa hyödynnetään nykyään paljon alan ammattilaisia ja viestinnästä on tullut suunnitelmallisempaa ja yhteisöillä on tarkkaan hiotut mediastrategiat. (Uimonen jne. 1996, 51–52.)

Toisinaan media voi muotoilla uutisen haluamallaan tavalla yhteisön viestistä. Tällöin yhteisön julkisuuden hallinta on vähäistä eikä se pysty vaikuttamaan jutun aiheuttamaan mielikuvaan. Mediasta riippuen yhteisön viestiä voidaan tarkastella hyvinkin kriittisesti, sille voidaan etsiä vastaväittämiä ja pahimmillaan se kääntyy yhteisöä itseään vastaan. (Uimonen jne. 1996, 177–178.) Vaikka media on yhteisön väylä tavoittaa sidosryhmänsä, se on myös itsessään sidosryhmä ja itsellinen toimija, joka voi hylätä tai hyväksyä uutisaiheen, muokata sitä ja arvioida saamansa tiedon uutisarvon. (Juholin 2009, 227.)

Taitavasti julkisuutta hallitseva yhteisö voi vaikuttaa siihen, milloin ja miten viesti tulee julkisuuteen ja millainen se on sisällöltään. Korkeimmalla julkisuuden hallinnan tasolla media käsittelee tiedostamattaan aiheita, jotka koskevat jotain intressiryhmää sen edun mukaisesti sen toivomin painotuksin. (Uimonen jne. 1996, 178.)

4.2 Uutiskynnys

Uutiskriteerien perusteella valitaan julkaistavat uutiset ja määritellään niiden keskinäinen arvo. Uutiskriteerit vaihtelevat lehden koon, poliittisen kannan tai ilmestymistiheyden perusteella. Lehden toimituspolitiikka on myös merkittävässä roolissa määrittelemässä, mitä ja miten lehdessä esitetään. Kriteerit voidaan jakaa myös tärkeyden, kiinnostavuuden ja tarkoituksenmukaisuuden perusteella. Tärkeys nousee etusijalle, kun uutinen todennäköisesti kiinnostaa laajaa ihmisjoukkoa ja asia on ajankohtainen, näyttävä ja sillä on seurauksia myöhemminkin. Kiinnostavuuteen sisältyy henkilökohtainen mielenkiinto, taistelu, jännitys ja vetovoima. Tarkoituksenmukaisuus liittyy politiikkaan tai

yleisön rakenteeseen yleensä poliittisissa tai erikoislehdissä. (Kuutti 2006, 244.)

Uutiskynnys vaihtelee päivän uutistarjonnan, uutiskriteerien, välineiden ja esimerkiksi käytettävissä olevan sivutilan mukaan. Myös se, miten tunnettu uutisen lähdeorganisaatio on, vaikuttaa siihen miten suuri uutisarvo jutulla on. Uutiskriteeriksi määritellään myös kielteisyys, tuoreus, läheisyys, odottamattomuus, henkilöitävyys ja faktisuus. Julkisuuteen pääsyn vaikutteena voi olla myös esimerkiksi yhteiskunnallinen vallankäyttö, lähteiden suhde toimittajiin ja uutisaiheen kuuluminen esimerkiksi poliisiin, palokunnan tai oikeuslaitoksen toimintapiiriin. (Kuutti 2006 245.)

Viihteellisyys, visuaalisuus ja koskettavuus ovat nousseet uusiksi uutiskriteereiksi, koska uutiskilpailu kovenee vuosi vuodelta. Maakunta- ja alueellisia lehtiä kiinnostavat erityisesti oman alueen uutiset, valtakunnalliset mediat käsittelevät enemmän yhteiskunnallisesti merkittäviä asioita. Niin sanotut human interest – jutut eli inhimillisesti kiinnostavat jutut kiinnostavat lukijoita. Näissä jutuissa kohteena ovat ihmisten lisäksi eläimet, eksoottiset paikat ja erikoiset tapahtumat. (Juholin 2009, 231.)

Mediafoorumien lisääntymisen myötä eri viestimien journalistiset sisällöt ovat enemmän ja enemmän yhteneväisiä. Koventunut kilpailu pakottaa eri mediat kertomaan siitä, mistä muutkin. Osittain tämä johtuu myös siitä, että informaation jako on keskittynyt ja sama uutinen tai aineisto julkaistaan useissa välineissä. (Juholin 2009, 232.) Lisäksi täytyy muistaa, että toimittajakin on ihminen ja hänen ennakkoluulonsa ja asenteensa voivat vaikuttaa juttuun. Tämän takia riittävä faktojen määrä on tärkeä, että uutisella säilyy objektiivinen asiapohja. (Ojanen 2003, 33.)

5 JOURNALISTIN OHJEET

Journalisteille on laadittu eettiseksi ohjenuoraksi ns. journalistin ohjeet. Julkisen sanan neuvosto ei ole tuomioistuin, eivätkä Journalistin ohjeet ole laki, mutta

tuomioistuimet käyttävät Julkisen sanan neuvoston päätöksiä apuna perustellessaan vahingonkorvauksia tai muita rangaistuksia. (Mäntylä 2008, 63,)

Journalistin ohjeet perustuvat siihen käsitykseen, että lukijolla on oikeus saada oikeita ja oleellisia tietoja muodostaakseen maailmasta ja yhteiskunnasta totuudenmukaisen kuvan, ja siksi journalistin on pyrittävä jutuissaan totuuteen. (Mäntylä 2008, 64) Julkisen kritiikin kohteeksi joutuva henkilö tai yhteisö on oikeutettu omaan puheenvuoroon (Kantor 2007, 83). Journalistin ohjeet auttavat toimittajaa valitsemaan lähestymistavan ja kirjoitustyylin, mutta harva kuitenkaan varsinaisesti käy ohjeistusta läpi tavallisen työpäivän aikana. Vaikka suomalainen journalismi on pääosin eettistä, tuloshakuisuus vaikuttaa myös toimittajien tapaan käsitellä asioita. Toimittajat joutuvat toisinaan myös kumartamaan rahan suuntaan miettiessään mistä aiheesta kirjoittavat ja miten. Arvot ja tuloksellisuus eivät kuitenkaan saisi olla ristiriidassa. (Kantor 2007, 84.) Hyvä toimittaja suhtautuu kriittisesti yhteiskunnalliseen vallankäyttöön (Juholin 2009, 229).

Julkisen sanan neuvostoon tulee kuitenkin vuosittain useita kanteluita, joissa epäillään journalistin levittäneen valheellista tietoa. Kanteluita tulee eritoten vaalien alla, mutta myös erilaisista mielenosoituksista, jossa mielenosoittajien ja lehdistön mielipiteet totuudenmukaisesta journalismista voivat mennä ristiin. (Mäntylä 2008, 65–66) Julkisella paikalla tapahtuvasta tapahtumasta voi kuitenkin kertoa ja siitä voi ottaa kuvia ilman lupaa (Kantor 2007, 83).

6 PAINETTU SANOMALEHTI UUTISVÄLINEENÄ

Sanomalehti on säännöllisesti ilmestyvä painotuote, joka käsittelee ajankohtaisia ja yleisesti kiinnostavia asioita. Valtakunnalliset sanomalehdet, maakuntalehdet ja aluelehdet ilmestyvät vähintään kolme kertaa viikossa. Lisäksi on olemassa päivälehtiä sekä erikoislehtiä, jotka erikoistuvat johonkin tiettyyn aihepiiriin kuten talouteen, maatalouteen tai tekniikkaan. Sanomalehdille tyypillistä on, että ne osallistuvat yhteiskunnalliseen keskusteluun, valvovat viranomaisia ja päättäjiä. Mo-

net sanomalehdistä ovat saaneet alkunsa poliittisten puolueiden äänitorvena. Nykyisin kuitenkin monet lehdet ovat sitoutumattomia. (Kuutti2006, 193-194.)

6.1 Uutinen juttutyypinä

Uutinen on objektiivinen juttumuoto, jonka tarkoitus on välittää asiatietoja. Se kertoo ajankohtaisista, yleisesti vastaanottajia kiinnostavista tai heidän elämäänsä vaikuttavista muutoksista, jotka ovat totta. (Huovila 2004, 124.) Uutisesta löytyy usein myös joitain subjektiivisia elementtejä, mutta niiden ei kuulu olla pakinoita, kolumneja tai mielipidekirjoituksia. Erilaisia uutistyypppejä voivat olla esimerkiksi ennakkouutinen, tapahtumauutinen, jälkiuutinen sekä varsinainen uutinen, joka kertoo, mitä on tapahtunut (Kuutti 2006, 242).

Tavanomaisesti uutisen noudattaa rakennetta, jossa alussa on otsikko, joka kuvaillee napakasti uutisen sisällön. Otsikko ei ole lause. Nykyään samoja otsikoita käytetään myös esimerkiksi tekstiviesti- ja mobiiliuutisissa ja yhteen 160 merkin viestiin pitäisi voida mahduttaa jopa kolme tai neljä otsikkoa. (Huovila 2005, 124.)

Ingressissä eli kärjessä aiheesta kerrotaan oleellisin tieto. Samanlainen lyhyt tiedonanto on esimerkiksi uutisjuonto televisiossa tai uutissähke. Kärki kertoo uutisen tärkeimmän sisällön lyhyesti. Ingressin jälkeen tulee varsinainen uutinen, joka kertoo enemmän yksityiskohtia. Tässä vaiheessa lukija yleensä tietää mitä, missä ja milloin on tapahtunut. (Huovila 2005, 125.)

Lisäksi uutisessa voi olla uutistausta, joka kertoo lisätietoja, kuten miksi ja miten on tapahtunut (Huovila 2005, 125). Jos aihe on toimittajalle mielenkiintoinen, hän voi lisäksi lisätä niin sanotun toimittajan kommentin, joka on erotettu jutusta ja siinä on mainittu, että kyseessä on toimittajan mielipide (Huovila 2005, 135).

6.2 Pääkirjoitus juttutyypinä

Pääkirjoituksen kirjoittaa yleensä lehden päätoimittaja, ja se tuo ilmi lehden arvoja ja linjaa. Sanomalehtien pääkirjoitusten aiheena ovat yleensä päivänpolttavat uutiset, joista päätoimittaja tuo esiin oman näkökulmansa. (Rentola 2010, 92.)

Hyvä pääkirjoitus on napakka, yhteen asiaan keskittyvä kirjoitus ja se herättää keskustelua. Sen kirjoittajana voi olla myös joku muu toimittaja tai työryhmä, mutta lukijat näkevät sen nimenomaan lehden kannanottona. Pääkirjoitus sijaitsee lehden alkusivuilla hyvällä paikalla, joten se saa näkyvyyttä ja taitava päätoimittaja osaa hyödyntää sen arvoa. (Rentola 2010, 92.)

7 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

7.1 Sisällönanalyysi

Työssä tarkasteltiin sanomalehtikirjoittelua Greenpeacen tekemistä iskuista Olkiluoto 3 -projektia vastaan ajalta 05/2007–03/2010 ja sitä, miten eri osapuolet Teollisuuden Voima, Areva, Olkiluoto 3-projekti ja Greenpeace tuodaan esiin.

Tutkimuksessa analysoitiin aineistoa kvalitatiivisin menetelmin. Aineistossa esiintyviä samankaltaisuuksia, asenteita, mielikuvia, arvoja ja näkökulmia tarkasteltiin käyttämällä aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Aineistossa esiintyvistä ilmiöistä pyritään saamaan tiivis ja yleismuotoinen kuvaus. Analyysi tuotetaan sanallisesti (Tuomi & Sarajärvi 2009, 120). Analyysiyksiköksi olen valinnut toimittajan yksittäisen ilmaisen eli lauseen.

Aineiston kvantifioinnilla tarkoitetaan sitä, että sanallisesta materiaalista tuotetaan määrällisiä tuloksia. Aineiston kvantifioinnissa huomio kiinnitetään siihen kuinka monta kertaa jokin asia ilmaistaan tutkittavassa aineistossa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 98) Sisällönanalyysillä pyritään saamaan kuvaus aineiston sisällöstä tiiviste-

tyssä ja yleisessä muodossa. Analyysi voi olla aineistolähtöistä, teoriasidonnaista tai teorialähtöistä analyysiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 105–107)

Tutkimusmateriaali koottiin kolmesta painetusta sanomalehdestä. Helsingin Sanomat edustaa valtakunnallista lehteä, Satakunnan Kansa maakunnallista lehteä ja Länsi-Suomi alueellista sanomalehteä. En ottanut materiaaliin mukaan verkkouutisia, koska niiden saaminen jälkikäteen olisi ollut hankalaa ja sisältö olisi luultavasti ollut hyvin samanlainen kuin painetussa mediassa.

Suurin osa materiaalista on kopioitu lehtiartikkeleista tai tulostettu mikrofilmiltä Porin kaupunginkirjastosta. Vuosien 2007 ja 2008 Länsi-Suomen materiaali on saatu sähköisessä muodossa suoraan Länsi-Suomen toimituksesta, koska vanhat lehdet olivat Rauman kaupunginkirjastossa vain mikrofilmillä, eikä kirjastossa ollut tulostusmahdollisuutta kuten Porissa.

7.2 Helsingin Sanomat

Helsingin Sanomat on suurin Pohjoismaissa ilmestyvä päivälehti ja Suomen johtava sanomalehti lähes miljoonalla päivittäisellä lukijallaan. Lehti perustettiin vuonna 1904 ja se on poliittisesti sitoutumaton. (Sanoma Oy:n www-sivut 2010.)

Päivittäin ilmestyvän sanomalehden lisäksi lehdellä on Kuukausiliite ja viikkoliite NYT. Lehden toimitus sijaitsee Helsingin keskustassa, Sanomatalossa. Lisäksi sillä on maan kattava aluetoimitusverkko sekä ulkomaankirjeenvaihtajia ja avustajia ympäri maailmaa. Helsingin Sanomista painetaan päivittäin kolme painosta, joissa perusaineisto pysyy samana, mutta aineistoa päivitetään tuoreilla uutisilla ja kuvilla. Arkilehden sivumäärä on 40–80 sivua ja sunnuntaisin noin 100 sivua. (Sanoma Oy:n www-sivut 2010.)

taulukko 1. Helsingin Sanomat lukuina

	lukijamäärä kpl	levikki kpl
Koko Suomi	940 000	Kokonaislevikki 397 838 Sunnuntainumero 451 605
Suur-Helsinki	443 000	

7.3 Satakunnan Kansa

Satakunnan Kansa perustettiin vuonna 1873 Satakunta-nimisenä sanomalehtenä. Se ilmestyy Porin seudulla seitsemänä päivänä viikossa ja on Satakunnan suurin päivälehti ja luokitellaan näin maakuntalehdeksi. Lehti on toiseksi vanhin Suomessa edelleen ilmestyvä suomenkielinen sanomalehti. (Alma Media Oy:n www-sivut.)

Satakunnan Kansa aloitti kokoomuksen äänenkannattaja, mutta vuodesta 1989 se on ollut sitoutumaton. Sanomalehti on osa Alma Media -konsernia. (Alma Media Oy:n www-sivut.)

Taulukko 2. Satakunnan Kansa lukuina

Lukijamäärä	
Kokonaislukijamäärä	129 000 kpl
Porin markkina-alueella	103 000 kpl
Porissa	53 000 kpl
Lukijapeitto	
Porin markkina-alueella	74 %
Porissa	80 %
Koko vuoden keskilevikki	54 637 kpl

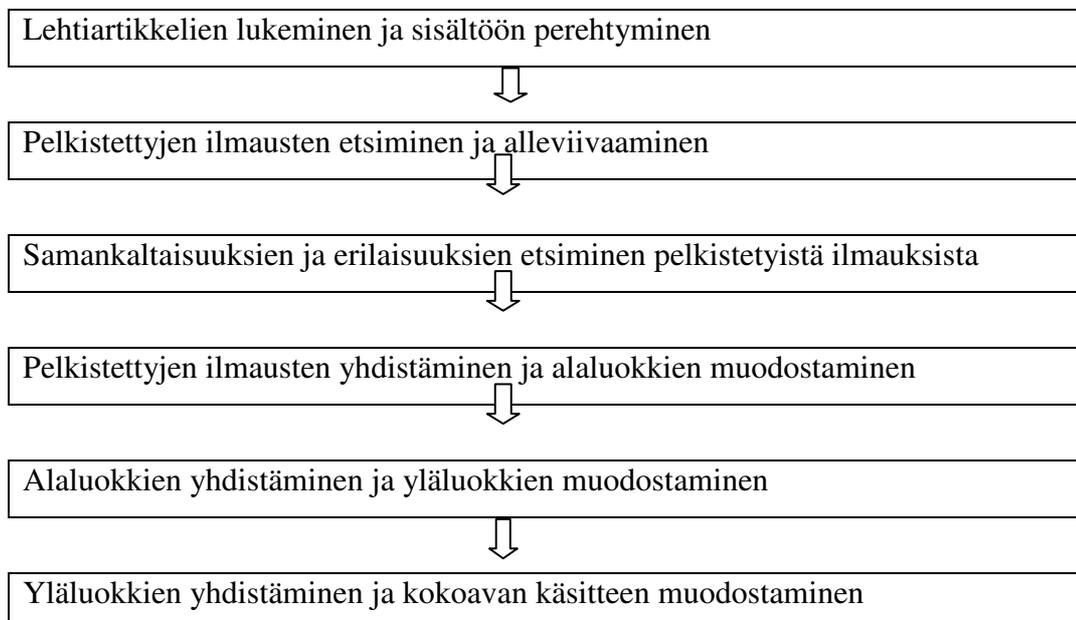
7.4 Länsi-Suomi

Länsi-Suomi on perustettu vuonna 1905 ja se on Rauman talousalueen puolueeton sanomalehti ja täyttää alueellisen sanomalehden kriteerit. Sanomalehteä jaetaan seitsemänä päivänä viikossa, 97 % päivän lehdestä kuuluu varhaisjakelun piiriin. Länsi-Suomi on osa Länsi-Suomi -yhtymää, johon sanomalehden lisäksi kuuluu paikallisradio, ilmaisjakelulehti, suorajakelupalvelu ja kirjapaino. (Länsi-Suomiyhtymän www-sivut 2010.)

Taulukko 3. Länsi-Suomen levikkitiedot kunnittain

kunta	asuntokuntia kpl	levikki kpl	peitto %
Rauma	19251	11865	61,6
Eurajoki	2523	1613	63,9
Pyhäranta	954	609	63,8
Laitila	3899	490	12,6
Eura	5767	780	13,5
Säkylä	2229	79	3,5

Oheinen kaavio (Kaavio 1) eittää tutkimuksen etenemisen aineistolähtöisen sisällönanalyysin perusteella. Koska tutkimus pohjautuu lehtiartikkeleihin eikä haastatteluihin, korvataan sana haastattelu sanalla lehtiartikkeli.



Kaavio 1. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin eteneminen (Tuomi & Sarajärvi 2009, 109)

7.5 Tutkimuksen kulku

Luin kaikki lehtiartikkelit läpi useaan kertaan. Samalla yritin hahmottaa mitkä teemat toistuvat jutuissa ja miten ne poikkeavat toisistaan. Jaottelin aluksi jutut aika- ja lehtijärjestyksessä ja analysoin kirjoituksia iskuittain.

Koska alleviivaus olisi tehnyt tulosteista ja kopioista sotkuisia, kirjoitin muistiinpanot erilliseen tiedostoon. Samalla oli helppo hahmottaa, mitkä sanat ja teemat toistuvat. Lisäksi tarkastelin uutisen rakenteen kannalta, miten Greenpeacen ajama asia tuodaan esiin vai tuodaanko ollenkaan. Erilleen kirjoitetuista, eri tekijöitä kuvaavista lauseista oli nopeasti hahmoteltavissa erilaisia

8 TULOKSET

Juttujen määrä on selvästi suurin vuonna 2007, koska tuolloin oli viikon kestänyt episodi, jolloin Greenpeacen aktivistit olivat nosturissa Olkiluodon ydinvoimalatyömaalla lähes viikon ajan ja erikoiset tapahtumat saivat näyttävän valtakunnallisen huomion.

Työtäni hankaloitti jonkin verran se, että monet jutuista siteerasivat samoja ihmisiä, Suomen Tietotoimiston uutissähkeitä tai Greenpeacen tiedotteita, joten yhtäläisyyksiä eri juttujen välillä oli paljon. Myös otsikot olivat usein lähes identtisiä. Tämä oli varsin yllätyksellistä, koska lehdet eivät kuulu samaan konserniin. Toisaalta usein lehdet ostavat juttunsa samoilta tietotoimistoilta ja esimerkiksi Länsi-Suomessa ja Satakunnan Kansassa saattaa olla sama artikkeli.

Satakunnan Kansa ja Länsi-Suomi ovat molemmat julkaisseet lähes kaksinkertaisen määrän juttuja verrattuna Helsingin Sanomiin. Tämä selittyy erilaisella uutiskynnyksellä; paikallisille asukkaille tapahtumilla on enemmän mielenkiintoa.

Taulukko 4. Sanomalehdissä julkaistujen juttujen määrät vuosina 2007–2010

	2007	2008	2009	2010	Yhteensä
Helsingin Sanomat	8 kpl	1 kpl	1 kpl	1 kpl	11 kpl
Satakunnan Kansa	10 kpl	4 kpl	4 kpl	2 kpl	20 kpl
Länsi-Suomi	8 kpl	6 kpl	3 kpl	4 kpl	21 kpl
Yhteensä	26 kpl	11 kpl	8 kpl	7 kpl	52 kpl

Materiaalia oli yhteensä kuudesta eri tapauksesta:

1. Huhtikuussa 2007 Greenpeace yritti tunkeutua Olkiluodon ydinvoimalatyömaalle mereltä käsin. Helsingin Sanomissa tapauksesta kirjoitettiin yhdessä jutussa, Satakunnan Kansassa kahdessa jutussa ja Länsi-Suomessa kahdessa jutussa.
2. Toukokuussa 2007 Greenpeace tunkeutui Olkiluodon ydinvoimalatyömaalle ja kuusi aktivistia kiipesi korkeimpaan nosturiin. Helsingin Sanomissa tapauksesta kirjoitettiin seitsemässä jutussa, Satakunnan Kansassa kahdeksassa jutussa ja Länsi-Suomessa kuudessa jutussa.
3. Kesäkuussa 2008 Greenpeacella oli leiri Eurajoella. Järjestö pitivät pienimuotoisen mielenosoituksen Olkiluodon porteilla ja sillä oli tarkoitus lentää ilmalaivalla ydinvoimalatyömaan yläpuolelle. Helsingin Sanomissa tämä noteerattiin yhdessä jutussa, Satakunnan Kansassa neljässä ja Länsi-Suomessa kuudessa jutussa.
4. Kesäkuussa 2009 Greenpeace lähetti TVO:n nimissä valelaskuja ihmisille. Tästä tapauksesta löytyi kustakin lehdestä yksi juttu.
5. Marraskuussa 2009 Greenpeace tunkeutui Happy Ranger -alukseen, joka kuljetti reaktoripiirin höyrystimiä Olkiluodon ydinvoimalatyömaalle. Helsingin Sanomissa tätä ei noteerattu, Satakunnan Kansassa kirjoitettiin kolmesti ja Länsi-Suomessa kahdesti.
6. Maaliskuussa 2010 Greenpeacen aktivisteja tuli meloen ja hiihtäen mereltä päin Olkiluodon ydinvoimalatyömaan alueelle. Kolme aktivistia kiipesi jälleen nosturiin ja useita muita aktivisteja tunkeutui kielletylle alueelle. Tästä Helsingin Sanomissa oli yksi juttu, Satakunnan Kansassa kaksi ja Länsi-Suomessa neljä juttua.

8.1 Aineiston käsittely

Aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla saamani yksiköt ovat Greenpeace ja sen aktivistit, TVO ja ydinvoima sekä ydinvoimalat. Nämä osa-alueet olen saanut siten, että etsin aineistosta yhteisiä tekijöitä, jotka yhdistämällä sain seuraavaksi esiteltävät osa-alueet. Määrittelen muutamalla sanalla minkälaisen kuvan toimittajat ovat luoneet kustakin osa-alueesta ja kenen ääni niissä kuuluu ja mitä mielikuvia, asenteita ja arvoja lehtikirjoittelut välittävät. Alussa mainitsemani Areva jäi lopulta tarkastelun ulkopuolelle, koska sitä ei juurikaan mainittu lehtijutuissa

Sisällönanalyysissä painottuvat erityisesti vuoden 2007 jutut, joita oli yhteensä 26 kappaletta. Koska osa-alueita ei kuvattu juurikaan varsinaisin adjektiivein, on mielikuvaa haettu toimittajan tai haastateltavan sanavalinnoista. Sanavalinnat kertovat myös toimittajan tai haastateltavan asenteesta.

8.1.1 Greenpeace

Greenpeacea tai sen aktivistien toimintaa kuvaavia ilmaisuja on aineistossa yhteensä 30. Ensilukemalta vaikutti siltä, että Greenpeacen toiminnan käsittely mediassa oli varsin neutraalia, mutta lähempi tarkastelu osoitti, että toimittajien omat näkemykset oli piilotettu varsin taitavasti valituilla ilmauksilla. *Vähättelevät mielipiteet*, joita oli yhteensä 6, oli tuotu julki sanavalinnoilla ja asioiden painotuksella esimerkiksi tuomalla ne otsikkoon.

Ympäristöjärjestö Greenpeace elää julkisuudesta (Satakunnan Kansa 29.5.2007)

Greenpeace ilmalaivalla ydinvoimaa vastaan (Helsingin Sanomat 25.6.2008)

Tuuli typisti Greenpeacen ilmalaivalennon (Länsi-Suomi 25.6.2008)

Greenpeacen lento katkesi heti alkuunsa (Satakunnan Kansa 25.6.2008)

Greenpeace-aktiivit pelkäsivät ukkosta (Satakunnan Kansa 1.6.2007)

Toissa yön myrsky jännitti Olkiluodon torninosturin vallanneita sen verran, että he tarkistivat puhelimitse rakennusyhtiöstä, voiko nosturissa olla ukonilmalla (Satakunnan Kansa 1.6.2007)

Alla olevat pääkirjoitusten kommentit kertovat *toimittajien kyllästymisestä*. Kirjoittajan sävystä voi päätellä, että hän haluaisi jotain uutta ja mielenkiintoista kirjoitettavaa kansalaisaktivismista tunnetulta ympäristöjärjestöltä.

Kiipeilystä Greenpeacella on toki kokemusta, sillä pomppivathan mielenosoittajat joitakin vuosia sitten Big Benin kellotornissa keskellä Lontoota. En edes enää muista, mitä vastaan silloin protestoitiin, mutta tapahtuma oli aika mieliinpainuva. (Helsingin Sanomat, pääkirjoitus 29.5.2007)

Greenpeace ei ole keksinyt mielenosoituksensa pohjaksi mitään uutta. (Helsingin Sanomat, pääkirjoitus 30.3.2010)

Selkeää *negatiivista sävyä tai suoraa kritiikkiä* Greenpeacen toiminnalle esiintyi yllättävän vähän, vain seitsemässä kirjoituksessa. Kritisoijana ei ollut missään esimerkissä toimittaja vaan poliitikot ja ydinvoima-alan edustaja.

Greenpeace ei kerro koko totuutta (Länsi-Suomi 5.4.2007)

Greenpeacen isku Olkiluodon ydinvoimalatyömaalle on laitton ja tuomittava eikä herätä sympatiaa (Helsingin Sanomat 29.5.2007)

On harmittavaa ettei Greenpeace käytä toiminnassaan laillisia ja demokratian suomia tapoja tuoda mielipiteensä esille. (Helsingin Sanomat 29.5.2007)

Positiiviset näkemykset Greenpeacesta liittyivät lähinnä järjestön tiedotustoimintaan. Tämän tyyppisiä ilmaisuja on yhteensä viisi kappaletta.

Greenpeacen tiedottaminen on kuitenkin myös ammattitaitoista ja kattavaa (Satakunnan Kansa 29.5.2007)

Jos näkyvyyttä ja sanoman perillemenoä mitataan, mediavoitto menee puhtaasti Greenpeacelle, imagoappio TVO:lle ja poliisille (Satakunnan Kansa 29.5.2007)

Ympäristöjärjestö Greenpeace sai näyttävän julkisuusvoiton ydinvoimavastaiselle kampanjalleen... (Satakunnan Kansa 29.5.2007)

Greenpeace ilmoittaa toimivansa *ilman väkivaltaa ja vahingontekoa*. Se käy ilmi esimerkiksi toimittajan ympäristöjärjestön toimintaa kuvaavista sanavalinnoista seuraavissa esimerkeissä.

Greenpeacen aktivistit tulivat alas ja antautuivat poliisille (Helsingin Sanomat 2.6.2007)

Ympäristöjärjestö Greenpeacen mielenilmaus Olkiluodon kolmosvoimalan työmaalla jatkui tiistaina rauhallisesti (Satakunnan Kansa 1.6.2009)

Greenpeace pysyy sitkeästi nosturissa (Satakunnan Kansa 31.5.2007)

Greenpeacen mielenosoittajat laskeutuivat tyytyväisenä (Satakunnan Kansa 2.6.2007)

Greenpeacen hyökkäys suli sopuisasti Rauman satamassa (Länsi-Suomi 18.11.2009)

Greenpeacen toiminnan lainvastaisuuteen viittaavia ilmaisia oli yhteensä 9. Näissä käsiteltiin yleisesti rikosepäilyjä tai kuvattiin virkavallan puuttumista ympäristöjärjestön toimiin.

Greenpeacen tunkeutuminen ydinvoimala-alueelle johti runsaiden poliisivoimien keskittämiseen paikalle (Satakunnan Kansa 29.5.2007)

Poliisi epäilee Greenpeacen aktivisteja kiristyksestä (Länsi-Suomi 31.5.2007)

...aktivistit olivat lauantaina poliisin kuulusteltavina (Satakunnan Kansa 3.6.2007)

Greenpeacen aktivistit pääsivät lauantaina vapaalle jalalle (Satakunnan Kansa 3.6.2007)

... Greenpeacen aktivistit olivat lauantaina poliisin kuultavina (Satakunnan Kansa 3.6.2007)

Lisäksi aktivisteja epäillään niskoittelusta poliisia vastaan (Satakunnan Kansa 3.6.2007)

Aktivisteilla ei ole oikeutta yrittää taivuttaa elinkeinon harjoittajaa luopumaan laillisesta rakennustoiminnasta (Länsi-Suomi 31.5.2007)

Kahdeksan maihin ehtynyttä aktivistia päätyi heti poliisin maijaan (Länsi-Suomi 5.4.2007)

Poliisi epäilee Greenpeacen aktivisteja kiristyksestä (Satakunnan Kansa 31.5.2007)

Greenpeace tunkeutui kahdesti Olkiluotoon (Helsingin Sanomat 30.3.2010)

...Olkiluodon ydinvoimalatyömaan suurinta nosturia hallussaan pitäneet Greenpeacen aktivistit pääsivät lauantaina vapaalle jalalle (Satakunnan Kansa 3.6.2007)

8.1.2 Ydinvoima

Ydinvoimaa tai ydinvoimaloita kuvattiin yhteensä 11 jutussa. *Selkeästi negatiiviset, ydinvoimaa vastaan* olevat ilmaisut olivat kaikki Greenpeacen edustajalta. Toimittajat pitäytyivät tosiasioissa eivätkä tuoneet esiin henkilökohtaista mielipidettä.

...ydinvoimalan piti olla myös maailman turvallisin (Satakunnan Kansa 29.5.2007)

...ydinvoimalan rakentamisessa tingitään laadusta ja turvallisuudesta (Satakunnan Kansa 29.5.2007)

Voimalasta on tulossa hyvin vaarallinen, sanoo Greenpeacen ympäristövastaava... (Satakunnan Kansa 30.3.2010)

... esimerkkinä ydinvoimalateollisuuden lunastamattomista lupauksista, jotka aiheuttavat eri osapuolille miljardiluokan lisäkustannukset. (Satakunnan Kansa 25.6.2008)

Alla mainittu negatiivinen ilmaus on peräisin Euroopan Parlamentin vihreiden edustajalta.

Ydinvoiman lisärakentaminen jarruttaisi Suomen energiatekniikan kehitystä... (Helsingin Sanomat 30.3.2010)

Aineistosta löytyneet *ydinvoimaa positiivisesti tai optimistisesti kuvaavat* lausunnot olivat Euroopan unionin energia-asioista vastaavan komissaarin haastatteluisista. Myös Helsingin Sanomien toimittaja yrittää löytää positiivisen näkökannan.

...Suomen viranomaisilla on taitoa ja halua toteuttaa turvallista ydinvoimaa (Satakunnan Kansa 2.6.2007)

Ydinvoimateollisuus ei toimi ihmiskuntaa vastaan vaan eurooppalaisten kansalaisten hyväksi (Satakunnan Kansa 2.6.2007)

Ydinvoimaloita ei ole rakennettu pitkiin aikoihin ja uusien vaatimusten opettelu vie aikansa (Helsingin Sanomat 30.3.2010)

8.1.3 Teollisuuden Voima Oy

Teollisuuden Voima asetettiin epäluotettavaan valoon kahdessa jutussa.

...TVO vältteli julkisuutta (Helsingin Sanomat 29.5.2007)

Säteilyturvakeskus vaatii Teollisuuden Voimalta selvitystä Olkiluodon turvajärjestelyistä (Länsi-Suomi 29.5.2007)

Positiiviseksi luokiteltavia kommentteja TVO:sta oli yhteensä 8 kappaletta. TVO:n toiminnan luotettavuutta ja vastuullisuutta kuvataan useiden eri tahojen äänellä. Toimittajan ääni ei kuulu näissäkään vaan lausuntojen takana ovat Säteilyturvakeskus, EU:n energia-asioista vastaava komissaari Andris Piebalgs, OL3 projektin entinen projektijohtaja Martin Landtmann sekä TVO:n viestintäjohtaja Anneli Nikula.

Tästä voi päätellä, että journalistin ohjeiden mukaisesti toimittajat haluavat antaa mahdollisimman totuudenmukaisen kuvan siitä, mitä on tehty ja sanottu. He siteeraavat asiantuntijoita ja haastateltuja henkilöitä.

Areva ja tilaaja TVO ovat pystyneet näyttämään, että tehdyillä korjauksilla on saavutettu alun perin vaadittu turvallisuus (Helsingin Sanomat 29.5.2007)

Energia-asioista vastaava komissaari Andris Piebalgs pitää TVO:n Olkiluodon ydinvoimalahanketta esimerkillisenä (Satakunnan Kansa 2.6.2007)

TVO tietää mitä olkiluodossa tapahtuu (Länsi-Suomi 29.5.2007)

TVO:n viestintäjohtajan Anneli Nikulan mukaan työsuojeluvastaavat ovat hyvin huolestuneita aktivistien turvallisuudesta (Länsi-Suomi 29.5.2007)

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kirjoittelun määrä oli suorassa suhteessa tapahtumien räväkkyYTEEN. Eniten juttuja oli toukokuun 2007 iskusta jossa aktivistit viettivät lähes viikon ydinvoimalatyömaan nosturissa. Ydinvoima, sen lisärakentaminen sekä laitton tai laillisuuden rajamailla liikkuva kansalaisaktivismi herättävät monissa paljon tunteita ja mielipiteitä, mutta näissä uutisissa oli keskitytty hyvin pitkälti tapahtuneisiin tosiasioihin ja niiden seurauksiin, kuten uutisessa pitääkin. Mielipidekirjoitus on eri asia kuin uutinen eikä sanomalehtien ole tarkoitus olla kansalaisjärjestöjen tai toimittajien äänitorvi. Ydinvoima on laaja ja monisäikeinen asia eikä toimittajien tietämys välttämättä riitä asiantuntevien mielipiteiden muodostamiseen, joten kenties he välttävät kärkevien mielipiteiden esiintuomista.

Aktivistit toimivat saadakseen kulloisenkin päämääränsä yleiseen tietoisuuteen. Totesin kuitenkin, että näistä kuudesta iskusta kirjoitetusta 50 uutisesta vain kymmenessä mainittiin iskun syy. Kahdeksassa se mainittiin uutisen loppupuolella ja kahdessa oli tehty pieni kainalojuttu selventämään aktivistien toimia. Suurin osa lehtiartikkeleista keskittyi siihen mitä on tapahtunut, miten viranomaiset toimivat ja millaisia mahdollisia sanktioita teoista seuraa. Ydinvoimasta itsessään tai iskuun johtaneista syistä ei juurikaan kerrottu ainakaan näiden tapahtumien yhteydessä. Täytyy kuitenkin muistaa, että nämä lehtikirjoittelut ovat vain murto-osa kaikesta tapahtumien saamasta mediahuomiosta. Selkeää johtopäätöstä siitä, miten paljon Greenpeace sai huomiota päämäärälleen, on siis mahdotonta tehdä. Toisaalta jos ajattelee, että järjestön yhtenä päämääränä on ollut ydinvoimalatyömaan töiden keskeyttäminen ja lisäydinvoiman rakentamisen estäminen, eivät kampanjat ole tuottaneet tulosta, koska työt Olkiluodossa jatkuvat ja ydinvoiman lisärakentamisesta on päätetty 2010.

9.1 Julkisuuskuva

Greenpeacesta negatiivissävyyisiä artikkeleita oli huomattavasti enemmän kuin positiivisia ja positiiviset koskivat lähinnä järjestön tehokasta tiedottamista. Negatiivinen sävy johtui poikkeuksetta siitä, että järjestö oli kaikissa tapauksissa vastakkain lain ja viranomaisten kanssa. Greenpeacen tavoite julkisuuskuvasta on kuitenkin hieman erilainen kuin yrityksillä ja yhteisöillä normaalisti. Järjestä ei havittele kilttiä ja lainkuuliaista mainetta vaan se haluaa olla yhteiskuntaa näykkivä rakkikoira, joka tuo esiin epäkohtia. Se, että järjestö sanoo toimintansa olevan kuitenkin väkivallatonta, tuotiin myös useissa artikkeleissa esiin. Järjestölle merkittävää ei ole niinkään se, että heistä kirjoitetaan positiiviseen sävyyn vaan se että he saavat huomiota hankkeilleen.

TVO:n julkisuuskuva on kolhiintunut lähinnä siitä, että aktivistit ovat onnistuneet pääsemään työmaa-alueelle toistuvasti. Yritys on kuitenkin säilyttänyt kasvonsa ja syytöksiin on vastattu välittömästi ja tarvittaessa vedoten esimerkiksi Säteilyturvakeskukselle toimitettuihin raportteihin tai viranomaislausuntoihin.

9.2 Näkökulma

Toimittajien ainoat varsinaiset kannanotot näkyivät sanavalinnoista ja asioiden painotuksesta, kuten ”Tuuli *typisti* Greenpeacen ilmalaivalennon” tai otsikko ”Greenpeace-aktiivit *pelkäsivät* ukkosta”, joka oli johdettu siitä, että aktivistit olivat puhelimitse tarkistaneet ammattilaisilta, onko nosturissa yöpyminen vaarallista ukonilmalla. Yksi toimittaja nosti esille sen, että Greenpeace tiedottaa tehokkaasti. Sillä on medialle saatavilla valmiit tiedotteet, järjestö välittää tapahtumista itse kuvamateriaalia ja se ottaa itse yhteyttä eri tahoihin haastattelujen antamista varten.

Jutuissa, joissa oli käytetty sitaatteja, oli siteerattu monipuolisesti sekä Greenpeacen edustajia että TVO:n, Säteilyturvakeskuksen ja viranomaisten edustajia. Juttuja ei siis ollut tehty vain yhden osapuolen näkökulmasta. Mielenkiintoista oli, että Greenpeacen edustajan sitaatit koskivat suurimmassa osassa kommentteja sii-

tä miten aktivistit toimivat iskuilanteessa tai heidän kantaansa rikosepäilyihin, eikä sitä mitä asiaa he olivat esiintuomassa.

9.3 Uutiskynnyksen ylittyminen

Vaikka tarkastelun alla ei ollut kiistattomasti kaikki tapahtumiin liittyvä kirjoittelu näistä lehdistä, voi silti huomata, että uutiskynnyksen ylittyminen Helsingin Sanomissa on korkeampi kuin Satakunnan Kansassa tai Länsi-Suomessa. Helsingin Sanomissa juttuja oli noin puolet vähemmän kuin muissa lehdissä.

Tapahtumat ylittivät uutiskynnyksen, koska kansainvälisen ympäristöjärjestön käydessä lainvastaisiin tai laillisuuden rajoja hipoviin toimiin ydinvoimalatyömaata vastaan on aina olemassa todellisen huippujutun mahdollisuus. Pelkästään se, että Greenpeace tunkeutuu luvatta ydinvoimalatyömaalle, on laitonta ja toimittajat toivovat saavansa isomman jutun. Tietenkin toimittajat odottavat myös OL3-projektista kirjoitettavaa, ja kun kyseessä on ympäristöjärjestön kannanotto, kirjoitettava on luultavammin negatiivista kuin positiivista. Valitettava tosiasia on, että negatiiviset uutiset kiinnostavat ihmisiä enemmän kuin positiiviset.

Merkittävää lienee myös se, mistä ei kirjoitettu. Kesällä 2008 Greenpeacen jäseniä oli leiriytyneenä Eurajoen Pinkjärvellä viikon ajan. He pitivät Olkiluodon porteilla pienimuotoisen mielenosoituksen ja pyrkivät ilmalaivalla ydinvoimala-alueen yläpuolelle. Ilmalaivalento kuitenkin epäonnistui, ja leiri oli yli 30 kilometrin päässä Olkiluodosta keskellä metsää. Vaikka tapahtumat kestivät useita päiviä ja niiden tarkoitus oli kiinnittää huomio ydinvoimarakentamisen epäkohtiin, ei uutiskynnys kuitenkaan ylittynyt kuten edeltävänä vuotena jolloin aktivisteja kiipesi nosturiin.

10TULOSTEN LUOTETTAVUUS

Kaiken kaikkiaan lehtiartikkeleiden määrä tutkimusajanjaksolta saattaa olla suurempi kuin 52, koska etsin suurimman osan artikkeleista jälkikäteen enkä ole ke-

rännyt niitä säännöllisesti. Kävin läpi kahden viikon lehdet kulloisestakin tapahtumapäivästä eteenpäin. Ainoastaan vuosien 2007 ja 2008 Länsi-Suomen artikkelit on koottu lehden omista sähköisistä arkistoistaan hakusanoja käyttäen, joten siltä osin artikkelikokoelma on varsin kattava.

Tutkimus oli kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Menetelmänä oli sisällönanalyysi ja aineiston kvantifiointi. Jollain muulla menetelmällä tulokset olisivat voineet olla hieman poikkeavia näistä tuloksista. Luotettavuuteen vaikuttaa myös se, että tulos on yhden ihmisen näkemys.

Se, että olen työskennellyt OL3-projektissa, on saattanut tutkimukseeni ilman että olen sitä tiedostanut. Olen kuitenkin pyrkinyt välttämään omien mielipiteideni vaikutusta. Toisaalta siitä on ollut apua, että tunnen OL3-projektin ja olen seurannut Greenpeacen toimia lähempää kuin tavallinen sanomalehden toimittaja tai lukija.

LÄHTEET

- Alma Media Oy:n www-sivut, Viitattu 11.11.2010. www.almamedia.fi
- Energiateollisuuden www-sivut. Viitattu 1.11.2010. www.energia.fi
- Greenpeacen www-sivut. Viitattu 29.9.2010. www.greenpeace.fi
- Huovila, T. 2005. Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Helsinki, WSOY
- Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Inforviestintä.
- Kantor, I. 2007. Median ja yrityksen vuoropuhelu. Helsinki. Talentum.
- Kuutti, H. 2006. Uusi mediasanasto. Jyväskylä. Atena Kustannus Oy.
- Länsi-Suomi yhtymän www-sivut. Viitattu 16.9.2010. www.lansisuomiyhtyma.fi
- Mäntylä, J. Journalistin etiikka. 2008. Helsinki: Yliopistopaino.
- Ojanen, S. Tiedota tehokkaasti – Opas mediasuhteisiin. 2003. Helsinki. Edita Publishing Oy
- Rentola, M. 2010. Vaikuta mediassa – kirjoittamisen keinot tutuksi. Helsinki. Otavan Kirjapaino Oy.
- Sanoma Oy:n www-sivut, Viitattu 11.11.2010. www.sanoma.fi
- Teollisuuden Voima Oy:n www-sivut. Viitattu 29.9.2010. www.tvo.fi
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Uimonen R. & Ikävalko E. 1996. Mielikuvien maailma – miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy