

VAASAN YLIOPISTO
Humanistinen tiedekunta
Viestintätieteiden laitos

Timo Kankaanpää

”Vastakkainasettelun aika on todellakin nyt”

Presidentinvaalit 2006 retorisisena analyysinä Pohjalaisen tekstien-palstalla

Viestintätieteiden pro gradu -tutkielma

Vaasa 2008

SISÄLLYS

TAULUKOT	2
KUVIOT	3
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tavoite	8
1.2 Aineisto	9
1.3 Menetelmä	11
1.3.1 Sisällönanalyysi	12
1.3.2 Aineiston purkaminen	13
2 RETORIikka JA VAKUUTTAMISEN TUTKIMUS	15
2.1 Retoriikan historiaa	15
2.2 Retoriikka tutkimusvälineenä	17
2.3 Retoriikan lajit	22
2.4 Retoriikan keinot	23
2.4.1 Eetos	24
2.4.2 Paatos	26
2.4.3 Logos	27
2.5 Retoriikan tyylit ja jäsennys	29
2.6 Elementtien vertailua	30
3 TEKSTIVIESTIT MIELIPIDEKIRJOITUKSEN MUOTONA	32
3.1 Yleistä mielipidekirjoituksista	32
3.1.1 Rakenne ja jaottelu	34

3.2	Yleistä tekstiviesteistä	35
3.2.1	Tekstiviestit mielipidekirjoituksina	37
3.3	Sanomalehti Pohjalainen	38
3.3.1	Pohjalaisen tekstaten-palsta	38
4	PRESIDENTINVAALIT 2006	40
4.1	Vaalien taustaa ja ratkaisu	40
4.1.1	Tarja Halosen vaalikampanja	41
4.1.2	Sauli Niinistön vaalikampanja	42
5	VAALIVIESTIEN RETORIikka	44
5.1	Eetoselementtien analyysi viesteistä	45
5.1.1	Sukupuoli	47
5.1.2	Poliittinen ideologia	50
5.1.3	Ryhmään vetoaminen	51
5.2	Paatoselementtien analyysi viesteistä	53
5.2.1	Turvallisuuspolitiikka	54
5.2.2	Puoluekanta	58
5.2.3	Persoona	62
5.3	Logoselementtien analyysi viesteistä	64
5.3.1	Sukupuoli	66
5.3.2	Poliittinen ideologia	68
5.3.3	Persoona	70
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	72
7	PÄÄTÄNTÖ	76
	LÄHTEET	78
	LIITE. Esimerkki aineistosta	82

TAULUKOT

Taulukko 1. Eetoselementit luokittain	46
Taulukko 2. Paatoselementit luokittain	54
Taulukko 3. Logoselementit luokittain	65

KUVIOT

Kuvio 1. Retorinen kolmio	19
Kuvio 2. Retorinen analyysi	21
Kuvio 3. Poliittinen puhe	23
Kuvio 4 Viestien jakaantuminen aineistossa Aristoteleen kolmijako-opin kannalta.	75

VAASAN YLIOPISTO**Humanistinen tiedekunta**

Laitos:	Viestintätieteiden laitos
Tekijä:	Timo Kankaanpää
Pro gradu -tutkielma:	”Vastakkainasettelun aika on todellakin nyt” Presidentinvaalit 2006 retorisenä analyysinä Pohjalaisen tekstaten-palstalla
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Oppiaine:	Viestintätieteet
Valmistumisvuosi:	2008
Työn ohjaaja:	Tarmo Malmberg

TIIVISTELMÄ:

Tekstiviestit ovat vahva osa suomalaista viestintää. Erilaisia tekstiviestin käyttömuotoja -ja palveluita syntyy nopeaan tahtiin helpottamaan ihmisten välistä viestintää. Useat sanoma -ja ilmaisjakelulehdet ovat alkaneet julkaista yleisönosastoihin rinnastettavia tekstiviestipalstoja.

Vuoden 2006 presidentinvaalit kulmineituivat istuvan presidentin Tarja Halosen ja haastaja Sauli Niinistön väliseen kaksintaisteluun, joka kirvoitti ehdokkaiden kannattajat ennennäkemättömään taisteluun suosikkinsa puolesta.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää millaisia vakuuttamiskeinoja Pohjalaisen tekstiviesti-palstalla käytettiin omien ehdokkaiden puolesta tai vastaan. Työn teoria pohjautuu Aristoteleen retoriikan kolmijako-oppiin, jonka mukaan myös aineisto on lajiteltu.

Tutkimusaineistona on työhön poimittu 187 Pohjalaisen tekstaten-palstan presidentinvaali-aiheista viestiä ajanjaksolla 15.12.2005–29.1.2006. Tutkimusmenetelmänä työssä on retorinen analyysi, jonka rinnalla käytetään laadullista sisällön erittelyä.

Tutkimuksen perusteella vaalien tunteita herättävä kaksintaisteluausetelma näkyi myös tekstiviestien lähettäjien vakuuttamiskeinoissa. Myös ehdokkaista kumpuavat mielikuvat ja ehdokkaiden esiintuomat teemat näkyivät viestien jakautumisessa. Halonen keräsi suurimman osan sukupuoleen viittaavista vakuuttamaan pyrkivistä viesteistä ja Niinistön osalta suurimmaksi ryhmäksi nousivat turvallisuuspolitiikkaan viittaavat viestit.

AVAINSANAT: tekstiviestit, yleisönosastot, tekstiviestipalsta, retoriikka, Aristoteles, presidentinvaalit,

1 JOHDANTO

Tekstiviesti on vahvasti vakiinnuttanut paikkansa suomalaisessa viestinnässä. Matkapuhelinoperaattorit kehittävät toimintaansa vauhdilla ja matkapuhelimien tekstiviestimuodoille syntyy nopeaan tahtiin uusia maksullisia tai maksuttomia käyttömahdollisuuksia. Tekstiviestien ominaisuudet, nopeus ja helppokäyttöisyys ovat saaneet myös joukkoviestinten kiinnostuksen heräämään tätä ilmiötä kohtaan ja pohtimaan sen käyttömahdollisuuksia eri medioissa.

Hyvä esimerkki joukkoviestinnän ja tekstiviestien suhteesta ovat sanoma- ja ilmaisjakelulehtien tekstiviesti-palstat. Yleensä lehden mielipideosastolta löytyvä, maksullinen tekstiviestipalsta toimii yleisönosaston tapaan lukijoiden äänitorvena. Palstalle on mahdollista lähettää tekstiviestejä aiheesta kuin aiheesta. Toimitukset kuitenkin pidättävät itsellään oikeuden päättää viestien julkaisusta.

Pohjanmaan maakuntalehti Pohjalainen aloitti oman tekstaten-palstansa vuonna 2005. Alusta lähtien palsta on ollut huippusuosittu ja tekstiviestien aiheet ovat olleet kirjavia. Palsta on synnyttänyt jopa juttusarjan ”Tekstaten palstalta poimittua”, jossa käsitellään tekstiviestikeskusteluissa käytyjä aihealueita.

Mielipidekirjoituksia ja mielipidepalstoja on tutkittu varsin vähän, tekstiviestipalstoja olemattomasti. Vaikka yleisönosastopalstat ovat tarjonneet tavalliselle kansalaiselle tärkeän väylän saada sanottavansa julkisuuteen, sen arvostus on jäänyt jostain syystä vähäiseksi niin toimittajien kuin joukkoviestinnän tutkijoidenkin keskuudessa. Niiden merkitys tutkimukselle on jäänyt etupäässä siihen, että ne ovat tarjonneet aineistoa yleisen mielipiteen tutkijoille. (Pietilä 2001: 19.) Huomio on mielenkiintoinen, sillä useiden lukijatutkimusten mukaan erilaiset yleisönosastot ja mielipidepalstat ovat kasvattaneet tasaisesti huomiota ja nousseet lehtien toimituspolitiikassa lähemmäksi tavallista uutis- ja juttumateriaalia.

Suomessa järjestettiin presidentinvaalit talvella 2006. Vaalien tuloksena istuva presidentti Tarja Halonen valittiin jatkamaan virassaan toiselle toimikaudelle. Halonen löi tiukassa vaalitaistossa Sauli Niinistön toisella kierroksella prosenttiluvuin 52–48. Pohjalaisen tekstaten-palstalla kaksintaistelu ja vaalikamppailu kävivät myös kuumana. Viestit ehdokkaiden puolesta ja vastaan, sekä yleinen vaalikomentointi oli tammi-helmikuussa palstan ylivoimaisesti suosituin aihe.

1.1 Tavoite

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaisin retorisin keinoin tekstaten-palstan kirjoittajat pyrkivät suostuttelemaan ja vakuuttamaan lukijat vaaliviesteillään. Kiinnittämällä huomiota tekstiviestien esitystapaan, pääsen käsiksi niihin tietoisiin ja tiedostamattomiin keinoihin, joilla viestien lähettäjät pyrkivät vaikuttamaan lukijaan.

Uskon, että viestejä analysoimalla niistä löytyy useita retoriikan ja suostuttelun peruseriaatteita, joilla yleisö pyritään saamaan vakuuttuneeksi puhujan argumenteista. Vertailemalla kahta eri ehdokasta koskevia viestejä pohdin myös, antaako ehdokkaan persoona tai tausta retoriikalle erityisen luonteen. Koska vaalien niin sanotut pääehdokkaat olivat tässä tapauksessa mies ja nainen, analysoin myös ehdokkaiden sukupuolesta kumpuavia retorisia eroja.

Tekstiviestit ovat lyhyt ja erityisen poikkeuksellinen tapa mielipidekirjoittelussa. Siksi uskonkin niistä löytyvän aivan omanlaisensa perusluonne ja retorinen esitystapa. Rajattu tila luo vakuuttavaan esitykseen pyrkivälle puheelle omat erityispiirteensä ja uskon sen näkyvän retoristen keinojen valinnassa. Tulenkin peilaamaan näitä tekstiviestien erityispiirteitä tutkimukseni aineiston analyysissä, johon sovellan Aristoteleen luomaa retoriikan kolmijakoa.

1.2 Aineisto

Tutkimuksen aineisto on poimittu sanomalehti Pohjalaisen päivittäin ilmestyvältä tekstaten-palstalta. Aikaväliksi olen rajannut vaalien ehdokasluettelon julkistamispäivästä toisen kierroksen loppuun kestävän ajanjakson (15.12.2005–29.1.2006). Tämä on sopivan pitkä, sekä luonnollinen rajausta vaaliaiheiselle aineistolle.

Presidentti-instituutiolla ja presidentinvaaleilla on vankka asema Suomessa, vaikka presidentin valtaoikeuksia on viime vuosina suuresti karsittu. Vuoden 2006 presidentinvaalit herättivät mediassa jälleen valtavasti huomiota ja myös kansalaiset osoittivat kiinnostuksensa niitä kohtaan. Suuri kiinnostus ja medioiden huomio sai aikaan myös sen, että kansalaiskeskustelu eri foorumeissa kävi vilkkaana. Yleisönosastot, verkkokeskustelut ja erilaiset kansalaisareenat täyttyivät mielipiteen esittäjistä oman ehdokkaan puolesta tai vastaehdokasta kritisoiden. Pohjalaisen tekstaten-palsta oli myös aktiivisen vaalikeskustelun näyttämö, sillä parhaimmillaan vaaliaiheisiä viestejä palstalla julkaistiin useita kymmeniä päivässä.

Poliittinen kansalaiskeskustelu on ollut etenkin presidentinvaaleissa poikkeuksellisen tunteikasta ja henkilöityvää. Vuoden 2006 vaaleista muodostui lopulta Tarja Halonen vastaan Sauli Niinistö välinen kaksintaistelu, joissa ehdokkaan imago ja persoona nousivat asiakysymyksiä tärkeimmiksi. Mäen (2006: 137-138) mukaan median, kampanjoinnin henkilöitymisen ja poliitikon pyrkimysten yhteisvaikutuksesta presidenttiehdokkaan henkilökuva muodostetaan yhä henkilökohtaisemmista aineksista. Tämä ilmiö nousee myös kansalaiskeskusteluissa yhä kärkevämmin esille ja näihin liittyviä vaikuttamisen keinoja pyrin työssäni aineistosta poimimaan.

Analyysiin valittuja vaaliviestejä aineistosta löytyi kaikkiaan 187 kappaletta. Ne jakaantuivat ehdokaskaksikon kesken siten, että Halosta koskevia viestejä oli 90 ja Niinistöä koskevia 97. Huomioitavaa on, että luvut ovat siinä mielessä vain suuntaa-antavia, että

osassa viestejä käsiteltiin molempia ehdokkaita. Sijoitin nämä viestit joka tapauksessa jommankumman ehdokkaan luokkaan sillä perusteella, kumpaan katsoin viestin vahvemmin liittyvän.

Billigin (1991: 15-17) mukaan retorisiin vaikutuskeinoihin ja argumentaatioon kohdistuvan analyysin vahvuus tulee esille erityisesti poliittista aspektia, valintaa ja ristiriitatilannetta, sekä valtanäkökulmaa tutkittaessa ja tähän näkökulmaan perustan myös aineistovalintani. Retoristen käytäntöjen analysoiminen aineistoista auttaa huomaamaan, miten jostain diskursseista rakennetaan hegemonisia. Kun esitetään väite jonkin asian puolesta (tässä tapauksessa ehdokkaan), sillä asetetaan myös vaihtoehtoisia väitteitä vastaan. (Emt.15-17.) Retorinen tarkastelutapa antaa keskeisen sijan konflikteille ja jännitteille, joita oli riittämiin vuoden 2006 presidentinvaalien alkuasetelmissa, sekä itse vaalikamppailussa.

Perustelen aineiston rajauksen koskemaan Niinistöä ja Halosta heidän välisensä kaksintaisteluilmapiirin vuoksi ja presidentinvaalien tunteita kuohuttavalla roolilla kansalaiskeskustelussa. Tunteita herättävä kahden ehdokkaan välinen henkilövaali on erityisen herkkä herättämään puhujissa ja vastaanottajissa kaikki retoriset ilmiöt esiin ja näin ollen aineistosta on oletuksena löydettävissä runsaasti vaikuttamisen keinoja. Lisäksi tekstiviesti-mielipiteiden poikkeuksellinen luonne ja mitta antavat tutkimusasetelmalle hedelmällisen maaperän. Kyseessä ei ole perustaltaan Halonen-Niinistö -tutkimus, vaan lähtökohtaisesti tavoite selvittää kyseisen aineiston avulla tekstiviestimielipiteiden keinovalikoima Aristoteleen kolmijakoretoriikkaa mukailleen.

Myös Karvosen (2000: 129) mukaan retorinen tutkimusote soveltuu hyvin tämänkaltaisten aineistojen tutkimiseen. Presidentinvaaleissa ehdokkaan ja hänen esikuntansa (tässä tapauksessa viestien lähettäjät) tavoitteena on pääsääntöisesti saada yleisö uskomaan, että juuri oma ehdokas on paras mahdollinen valinta ja vastaehdokas epäsopeva. (Emt. 129.)

Kakkuri-Knuutilan (1998: 239) mukaan menetelmä, jossa analyysin tekijä seuraa puhujan

ja vastaanottajan tilannetta kolmantena, ulkopuolisena henkilönä ja on kiinnostunut kuvaamaan puhujan vaikutuskeinoja, voidaan kuvata retorisen analyysinä. Koska työni pääkysymys on, millä eri keinoilla viestien lähettäjät pyrkivät vakuuttamaan vastaanottajat, soveltuu retorinen analyysi näiden tulkintojen mukaan hyvin tutkimusvälineekseni. Analyysimalli soveltuu rajaamani aineiston tutkimiseen myös siksi, että vuoden 2006 presidentinvaalit olivat poliittista kaksintaistelua puhtaimmillaan, niin ehdokkaiden kuin kannattajienkin puolelta ja näin ollen on oletettavaa, että aineiston analyysistä kumpuaa selkeästi havaittavia retorisia aineksia.

1.3 Menetelmä

Tutkimusmenetelmäksi olen valinnut retorisen analyysin, johon sovellan Aristoteleen (1997) retoriikkaa ja siitä juonnettua kolmijako-oppia. Aineiston analyysissä käytän hyväkseni sanallista sisällön erittelyä ja analyysia, joiden avulla pyrin hahmottamaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti aineistoni tekstiviestien sisällön. Retorinen analyysi on läheistä sukua argumentaatioanalyysille, mutta täydennettynä versiona. Käyttämäni analyysimalli on kiinnostunut sekä argumentaatioanalyysin tavoin asiasisällöstä, mutta myös ilmiästä. (Kakkuri-Knuutila 1998:234, Aristoteles 1997:11.)

Aristoteleen kolmijako-opissa vaikutuskeinot jaetaan eetokseen (puhujan luonne), paatokseen (tunteet) ja logokseen (asiasisältö), joiden piirteitä pyrin viesteistä löytämään ja analysoimaan. Tämän vaikutuskeinojen kolmijaon katsotaan olevan kaikkien vaikutuskeinojen perustana ja kaikki nämä keinot tähtäävät tekstin sanoman uskottavuuden lisäämiseen. (Aristoteles 1997: 10-12.)

Retorinen analyysin menetelmä sopii käsillä olevan aineiston ja tekstien purkamiseen myös monipuolisuutensa takia. Analyysimallilla retoriikan keskeiset tekijät puhuja, teesi sekä yleisö ja niitä tukevat argumentit tulevat tällöin tarkasti huomioonotetuksi. Kakkuri-Knuutila (1998: 240) arvioi, että retoriikan keskeisimpiä ominaisuuksia on hyvin

perusteltavissa olevien mahdollisuuksien samanaikainen olemassaolo, sekä retorinen pyrkimys houkutella yleisö toimintaan tai siitä pidättäytymiseen. Retorinen analyysi on aina tekstin tulkintaa ja samasta aineistosta saadut tulokset vaihtelevat yleensä analyysin tarkkuusasteen ja tavoitteiden mukaan. Syvennyn retorisen analyysin menetelmään tarkemmin seuraavassa luvussa.

1.3.1 Sisällönanalyysi

Tutkimusaineiston käsittelyssä sovellan retorisen analyysin ohella sisällönanalyysin ja sisällön erittelyn menetelmiä. Sisällönanalyysillä pyritään järjestämään aineisto tiiviiseen ja selkeään muotoon kadottamatta sen sisältämää informaatiota. Sisällönanalyysillä voidaan tarkoittaa niin laadullista sisällönanalyysia kuin sisällön määrällistä erittelyä ja näitä molempia voidaan hyödyntää samaa aineistoa analysoidessa. (Tuomi & Sarajärvi 2004: 109-110.)

Sisällönanalyysia voidaan jatkaa tuottamalla esimerkiksi sanallisesti kuvatusta aineistosta määrällisiä tuloksia. Tutkimusaineiston laadullisessa sisällönanalyysissa aineisto ensin pirstotaan pieniin osiin, käsitteellistetään ja lopuksi järjestetään uudelleen uudellaiseksi kokonaisuudeksi. Sisällönanalyysi voidaan tehdä aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti tai teorialähtöisesti, erona on analyysin ja luokittelun perustuminen joko aineistoon tai valmiiseen teoreettiseen viitekehykseen. (Tuomi ym. 2004: 109-116.)

Sisällönanalyysin ohella puhutaan usein samalla sisällön erittelystä. Tuomen ym. (2004 107-108) mukaan sisällön erittelystä puhuttaessa tarkoitetaan kvantitatiivista dokumenttien analyysia, jossa kuvataan määrällisesti jotakin tekstin tai dokumentin sisältöä. Tutkimusongelmasta riippuen voidaan esimerkiksi laskea tiettyjen sanojen esiintymistiheyttä tietyissä dokumenteissa. Puhtaasta sisällönanalyysista jota tämäkin työ lähemmin koskettaa, sen sijaan puhutaan, kun tarkoitetaan sanallista tekstin sisällön kuvailua. (Emt.)

Työni sisältää kuitenkin sisällön erittelyn aineksia, koska tulen joka tapauksessa analysoinnin yhteydessä tekemään aineistosta myös määrällisiä huomioita eri luokista. Tämä on tärkeää siksi, että tekstiviestien erityislaatuudesta johtuen eri luokkien aineistomääristä voidaan löytää selkeitä syy-yhteyksiä, kuten esimerkiksi vaikuttaako viestien lyhyt muoto jonkin luokan kokoon. Tämä ominaisuus saattaa vaikuttaa esimerkiksi eetos-luokan kokoon.

Pietilä (1975: 4, 51) korostaa sisällön erittelyn tieteellisyyden näkökulmaa. Sisällön erittely koostuu yleisesti niistä tavoista, joiden avulla tekstien sisällöstä voidaan tehdä havaintoja ja saada tietoja tieteellisin keinoin. Se on tekstin sisällön objektiivista, systemaattista ja määrällistä kuvailua soveltava tutkimustekniikka, joka sisältää menettelytapoja, joita käyttäen dokumenttien sisällöistä voidaan tehdä havaintoja ja kerätä tietoja tieteellisiä pelisääntöjä noudattaen.

Tuomen ym. (2004: 105-106) mukaan molempien analyysimallien tutkimukselliset ideoita voidaan lainailla ja soveltaa joustavasti. Toiminkin työssäni tämän periaatteen mukaisesti. Tällainen sisällön erittelyn ja analyysin yhdistäminen ja soveltaminen on mielestäni perusteltua, sillä näin saan käyttööni molempien analyysimallien juuri tähän työhön sopivat keinot.

Tuomi ym. (2004) käyttää aineiston analyysistä puhuttaessa ilmauksia aineistolähtöinen ja teorialähtöinen analyysi. Teorialähtöinen analyysi, jota tämä työ selkeämmin edustaa on malli, jossa analyysi perustuu aikaisempaan viitekehykseen (Aristoteleen retoriikan kolmijako), joka voi olla teoria tai käsitejärjestelmä. Analyysirunko voi olla väljä ja sen sisälle muodostetaan erilaisia luokituksia ja kategorioita noudattaen teorialähtöisen sisällönanalyysin periaatteita.

1.3.2 Aineiston purkaminen

Laadullisen sisällönanalyysin periaatteiden mukaan luon tekstiviestien sisällöstä malleja,

jotka esittävät aineiston sisältöä yleistetyssä ja tiiviimmässä muodossa. Etenen työssäni vaiheittain ja muodostan aineistosta sisältöluokkia pienempien yksiköiden kautta. Perehdyn aluksi tutkimusaineistoon lukemalla tekstiviestit läpi. Tästä saadulla yleiskuvalla pyrin muodostamaan yksityiskohtaisempia havaintoja sisällöstä ja sen piirteistä. (Pietilä 1975: 32.)

Hahmottaakseni kunnolla analyysimenetelmän puran tähän yhteyteen erään viestin osio kerrallaan. Tällä tavoin pyrin myös selkiyttämään laadullisen sisällönanalyysin toimintatavan. Olkoon esimerkkinä viesti (13).

- (13) Jos äänestetään Niinistöä, annetaan lupa viedä lapsemme sotimaan ympäri maailmaa. (Pohjalainen 22.1.2006.)

Ensimmäisenä vaiheena luokittelu aloitetaan jakamalla viesti joko Halosta, Niinistöä tai heitä molempia koskevaksi. Tässä tapauksessa esimerkki käsittelee Niinistö-aiheista viestiä. Jatkettaessa viestin purkamista, se sijoitetaan yhteen kolmesta vaikuttamisen luokasta, joka esimerkkiviestin kohdalla nousee nopeasti päätökseksi. Puhuttaessa sodasta ja lapsista, ei jää epäselväksi se, pyrkiikö puhuja vaikuttamaan vastaanottajan tunnetilaan ja näin ollen viesti kuuluu päätöksen keinoilla vakuuttavaksi.

Viestien esiluvussa päätösaikaisien viestien yhdeksi sisältöluokaksi on noussut turvallisuuspolitiikka, johon tämäkin viesti aiheensa vuoksi epäilemättä kuuluu. Viesti on näin tuotu pienempänä mallina sisältöluokkaan ja sen tarkempi analyysi voi alkaa.

Esimerkkiviestissä analysoinnin jälkeen pääteemaksi nousee pelon ja uhkien levittäminen, joiden aikaansaamiin mielikuviin ja vaikutuksiin tulen työn myöhemmässä vaiheessa ja viestin tarkemmassa analyysissä paneutumaan.

2 RETORIikka JA VAKUUTTAMISEN TUTKIMUS

Esittelen seuraavissa alaluvuissa retoriikan lajeja, keinoja ja tyylejä sekä sävyä. Etenen selvityksessäni Aristoteleen Retoriikka-teoksen (1997) järjestystä mukailen siten, että aluksi paneudun puheen kolmeen pääläjiin, joita pidetään yhtenä teoksen keskeisimmistä rakenteista. Tämän jälkeen esittelen tarkemmin retoriikan keinoja ja vakuuttamisen kolmijakoa, joista kustakin on oma alalukunsa. Aristoteleen tapaan analysoin tämän jälkeen puheiden jäsenystä ja tyylioppia sekä metaforan tuomia ulottuvuuksia. Lopuksi pureudun tarkemmin työssäni käyttämään retoriseen analyysiin. Aluksi kuitenkin siitä, mistä kaikki sai alkunsa.

2.1 Retoriikan historiaa

Retoriikka, oppi vakuuttavasta ja suostuttelevasta esitystavasta, esiintyi ensimmäistä kertaa antiikin Ateenassa filosofien ja sofistien välisten keskustelujen kautta. Koko opin syntyhistorian voi kohdentaa kolmeen historialliseen merkkihenkilöön. Idealistisen filosofisen järjestelmän luoja tunnettu Platon (n. 429-347 eKr.), paneutui vakuuttavan puheen elementtien tutkimiseen ja esitti ankaraa kritiikkiä kuulemastaan. Platonia aiemmin vaikuttanut Aristoteles (382-322 eKr.), tehokkaan tutkimusryhmän johtaja, paneutui kaikkia tiedonaloja koskevan systematisoinnin puitteissa myös harjoitetun puheen analyysiin ja hahmotti vakuuttavan puheen elementtejä. Kolmas Retoriikan merkittävimmistä kehittäjistä oli Cicero (106-43 eKr.), joka nosti puhetaidon suurimmaksi inhimilliseksi taidoksi ja kirjoitti aiheesta useita teoksia. (Palonen & Summa 1996: 23.)

Retoriikan historia liittyy läheisesti valtioiden demokratisoitumiseen ja kaupunkikokouksiin. Antiikin Kreikan valtioissa päätöksiä alettiin tehdä kaupunkikokouksissa, joten puhetaito oli tarpeellinen kansalaisten yrittäessä vaikuttaa päätöksiin. Reettoreista eli puhetaidon

opettajista kehittyi tällöin tärkeitä vaikuttajia, jotka keräsivät siipiensä suojaan suuria oppilasjoukkoja. (Leiwo, Luukka & Nikula 1992: 8.)

Vanhin säilynyt retoriikkaa järjestelmällisesti käsittelevä teos on Aristoteleen kirjoittama puhetaidon oppikirja, joka käsittelee muinaisessa Ateenassa eläneiden taitavien puhujien käyttämiä menetelmiä. (Kakkuri-Knuutila 1993: 11.) Aristotelesta voidaankin pitää retoriikan kantaisänä, ainakin silloin, kun puhutaan retoriikan käsittämisestä puhetaito-opiksi. Aristoteleelle retoriikka oli etenkin poliittisen ja juridisen toiminnan käytännöllinen väline (Summa ym. 1995: 72).

Retoriikkaa pidetään pääosiltaan puhetilanteessa tapahtuvan vakuuttamisen edellytyksen tutkimisena. Aristoteleen mukaan puhujan tavoitteena on vaikuttaa kuulijoihin tilanteissa, joissa päätöksenteon lähtökohtia voidaan pitää yleisinä uskomuksina. (Aristoteles 1997: 5.) Termi retoriikka juontuu klassisen kreikan sanasta rhetorike, joka on johdos puhujaa tarkoittavasta sanasta rhetor. (Vierikko & Tolonen 1998: 18). Määritelmän perusteella puhutaankin usein puhetaito-opista, eli siitä miten jokin asia esitellään yleisölle vakuuttavasti tai suostuttelevasti sanojen keinoin. (Aristoteles 1997:11).

Antiikin ajoista keskiajalle siirryttäessä retoriikka rajautui enemmän tarkoittamaan puheen tehokeinoja. Keskiajalta yhä eteenpäin siirryttäessä retoriikan merkitys alkoi heiketä. Koistisen (1998: 41) mukaan syyksi retoriikan alennustilalle nimetään usein moderniin tieteelliseen maailmankuvaan kuuluva sisällön ja muodon erottaminen, jonka seurauksena retoriikka rajautui tarkoittamaan sisällölle alisteista ja toisarvoista ulkokuorta.

Viime vuosikymmeninä retoriikka on kuitenkin kokenut uudelleen elpymisen. Nykyään puhutaan niin sanotusta uudesta retoriikasta, joka vanhan oraaliseen kulttuuriin liittyvän retoriikan sijasta korostaa enemmän tekstuaalisuutta. Uutta retoriikkaa ei kuitenkaan pidetä erityisen yhtenäisenä näkökulmana, vaan se näyttäytyy eri muodoissa auktoriteetista ja tieteenalasta riippuen. Retoriikan uudelleen kukkaan puhkeamista pohjusti paradigman

murros ihmistieteissä, sillä noin 1970-luvulta lähtien yhteiskuntatieteissä tapahtui lingvistinen, tulkinnallinen, kulttuurinen ja ehkä myös retorinen käänne. (Koistinen 1998: 41–42.) 1900-luvun loppupuolella noussut mielenkiinto retoriikkaa kohtaan on selitetty myös informaatiovallankumouksella. Blomstedtin (2003: 17-25) mukaan vuosituhannen loppupuolella huomattiin, että informaatio ei ole aina valmista tietoa, vaan nimenomaan informaatiota, epämuotoutunutta raakaa laavaa, merkkien tulvaa, joka täytyy järjestää ja tulkita.

Uuden retoriikan näkyvimpänä tutkijana pidetään belgialaista filosofian professoria Chaim Perelmania, jonka pääteos *Traité de l'argumentation: la nouvelle rhétorique* vuodelta 1958 on koko modernin retoriikan aallon kulmakivi. Perelman suuntaa tutkimuksessaan huomionsa puheiden tai esitysten taidokkuuteen kokonaisuutena, jolloin tyyli ja esitystapa ovat yhtä olennainen osa tekstiä kuin sisältökin. Perelman korostaa sitä, että argumentaation lähtökohdat ja perustelut määräytyvät yleisön perusteella. Hänen mukaansa asiasta tulee totuus vain siten, että jokin yleisö hyväksyy sen tosiasiaksi. Yleisö on Perelmanin mukaan käsitettävä siksi ihmisjoukoksi, johon puhuja pyrkii vaikuttamaan. Yleisö voi olla joko määritelty erityisyleisö tai määrittämätön universaaliyleisö (Summa ym. 1996: 66.)

2.2 Retoriikka tutkimusvälineenä

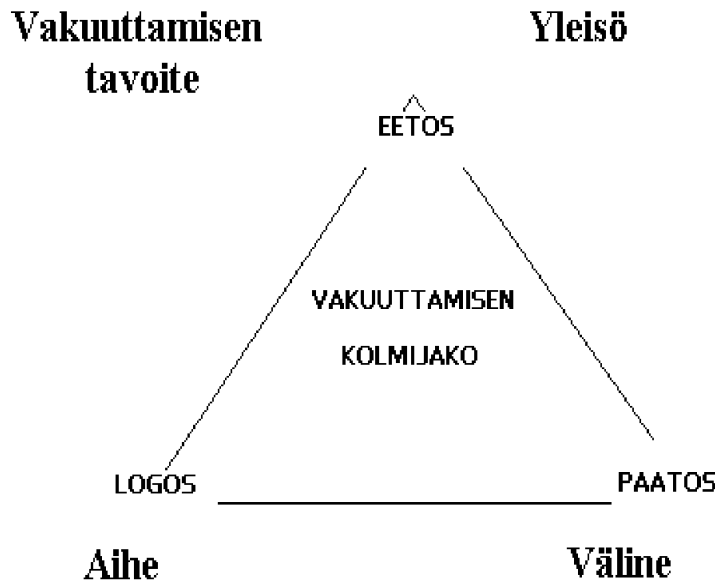
Retoriikan juuret ovat syvällä historiassa ja selvää on, että myös tutkimusvälineenä sitä on käytetty kauan. Aristoteleen teos *Retoriikka* ja siitä pohjautuva vaikuttamisen kolmijako on luonut pohjan tämänkin päivän retorille tutkimukselle. Kaiken retorisen argumentaation lähtökohdaksi on avoimuus, sillä viimeistä sanaa ei ole, ja retoristen puheiden seurauksena sosiaalinen todellisuutemme rakentuu sellaiseksi kuin rakentuu. (Tuulentie 2001: 44.)

Retoriikan tutkimuksessa ei ole kyse argumentin huonouden tai hyvyyden arvioinnista, vaan pikemminkin kommunikaatioon sisäänrakennettujen yhteiskunnallisten arvostusten

tarkastelusta. (Kakkuri-Knuutila 1998:239). Työssä käyttämäni retorinen analyysi on työkalu, joka mahdollistaa monenlaisten aineistojen tutkimisen. Usein aineistot ovat lehtikirjoituksia, mainoksia tai purettuja haastatteluaineistoja, mutta ne voivat olla myös ääni- tai videotallenteita. (Jokinen, Juhila & Suoninen 1999:126.).

Aineiston muoto luonnollisesti luo pohjan analyysin tuloksille, mutta sen roolia ei saa liikaa korostaa. Vaikka työssäni aineistona olevat tekstiviestit ovat muodoltaan ja käyttötarkoitukseltaan täysin erilaisia kuin esimerkiksi juhlapuheet tai tv-mainokset, on niistä löydettävissä samanlainen retorinen ilmiasu ja vaikutuskeinojen kirjo, mitä Aristoteles teorioissaan esitti.

Keskityn tutkimuksessani niihin vaikuttamisstrategioihin, jotka liittyvät läheisesti viestijän ja yleisön välisiin suhteisiin. Menetelmässäni retorisessa analyysissä keskeiseen osaan nousee silloin se, kuka puhuu, kenelle ja miten. Retorinen analyysi ei jätä huomioimatta kielen hienouksia, vaan pikemminkin vaatii herkistymään ja altistumaan niille. On kuitenkin syytä muistaa, että analyysin kohteena on joka tapauksessa myös tekstin laajempi sosiaalinen yhteys. (Tuulentie 2001: 45.)



Kuvio 1. Retorinen kolmio (Olson 2006).

Kuvio 1 pyrkii ilmentämään retorisen kolmijaon eri yhteydet. Eetoksen, päätöksen ja logoksen muodostaman kolmion ympärillä olevat tavoite, yleisö, aihe ja väline voisivat olla sijoitettuna toisiinkin kohtiin, mutta tärkeintä on huomata niiden yhteys, sekä vaikutus, joita ilman viestintä ja sitä kautta vakuuttaminen kävisi mahdottomaksi. Kolmiomuotoinen kuvio ilmentäköön tämän kolmijaon osien toisiinsa yhteyttä, jossa kaikki osaset ovat sidoksissa toisiinsa.

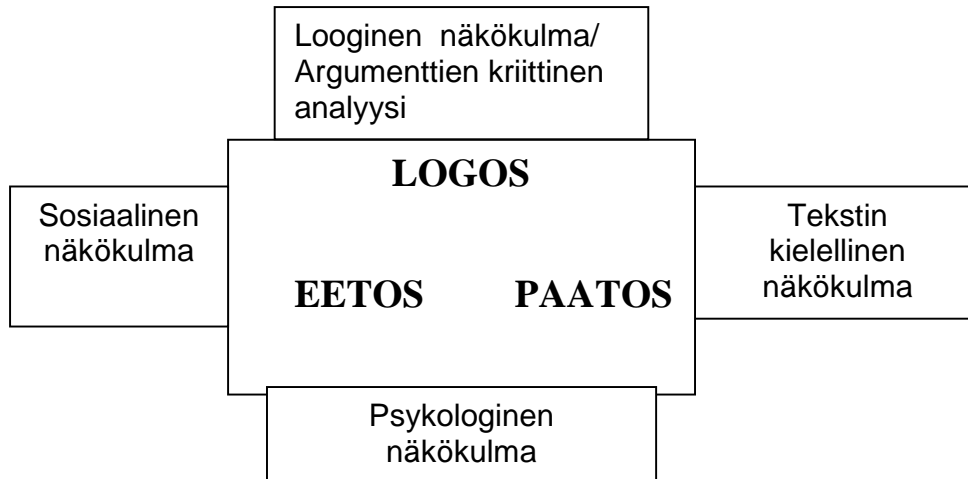
Olsonin (2006) mukaan taitava vaikuttaja huomioikin tämän kolmiyhteyden jokaisen osan, vaikka vaikutus perustuisikin pääasiassa ainoastaan yhteen keinoon. Esimerkiksi lääkärin (eetos) tulee auktoriteettinsa ja arvovaltansa lisäksi käyttää oikeanlaisia perusteita ja tietoa (logos) potilasta palvellessaan. Lisäksi oikeanlaisten sanamuotojen ja potilaan tunnetilan ymmärtäminen (paatos) varmasti edesauttavat menestyksekkään lääkäri-potilas -suhteen muodostumisessa.

Tässä yhteydessä on syytä avata argumentin ja argumentaation käsitteitä. Argumentilla

työssäni tarkoitetaan rakennetta, jossa tiettyjä väitteitä tai johtopäätöksiä pyritään tukemaan muilla väitteillä. Hyvässä argumentissa johtopäätös seuraa loogisesti väitteitä, mutta kutsun joitakin kielellisiä rakenteita argumenteiksi myös sellaisissa tapauksissa, joissa väitteiden ja johtopäätösten välillä ei olisikaan selvää suhdetta. Kunhan väite on esitetty siinä tarkoituksessa, että se pyrkii tukemaan johtopäätöstä. Argumentin tehtävänä on antaa tukea väitteelle. Väitteellä taas tarkoitetaan sitä, mikä jonkun halutaan uskovan. (Kakkuri-Knuutila 1998:63). Argumentin ja päättelyketjujen ominaisuuksiin palaan tarkemmin enthymeman ja esimerkin käsittelyssä retoriikan lajien yhteydessä.

Retorisen analyysin kohteena ovat tekstit sekä niiden vaikutuskeinot ja mielestäni analyysimalli soveltuu hyvin tekstiviestien retoriikan tutkimiseen. Tuulentien (2001: 43) mukaan politiikkaa koskevat tai poliittisen latauksen omaavat ilmaukset sopivat erityisen hyvin retorisen analyysin aineistoksi. Tällöin retorisiin vaikutuskeinoihin ja argumentaatioon kohdistuva vahvuus tulee selvästi esiin. Asiasisällön ohessa retorinen analyysi on kiinnostunut ilmaisun tunnelatauksista sekä puhujan ja kuulijan välisestä suhteesta, mikä ilmenee erityisesti paatos-elementtejä analysoitaessa. Tekstiviestien yhteydessä on syytä ottaa huomioon myös ympäristössä vallitseva tunnetila ja konteksti mihin viestit viittaavat. Tällöin analysoidaan esimerkiksi, millaisia argumentteja mielipiteiden tai asenteiden perustelemiseen käytetään ja millaisiin konteksteihin nämä argumentit sidotaan. (Billig 1987, Kakkuri-Knuutila 1998: 234.)

Aro (1999: 17) muistuttaa, että retorisen analyysin yksi perustava ajatus on, että retorinen vaikuttaminen ja argumentointi ovat aina kohteellista viestintää. Vastaanottajan roolia ei saa vähätellä, ja oletuksena onkin, että myös tekstiviestit on suunnattu tarkasti jollekin.



Kuvio 2. Retorinen analyysi. (Kakkuri-Knuuttila 1998)

Kuvion 2 tarkoituksena on havainnollistaa retorisen analyysin eri osa-alueet ja näkökulmat. Retorinen analyysi on tekstien tulkintaa, joka tässä tapauksessa pohjautuu Aristoteleen vaikutuskeinojen kolmijakoon. Kuviossa vakuuttamisen kolmijako eetos, paatos ja logos on sijoitettu kehään, joissa niillä kaikilla on kuitenkin yhteys toisiinsa. Vaikuttamisen kolmijaossa eetos ja paatos ovat sidoksissa psykologiseen näkökulmaan, kun puolestaan logostason arviointi, toisin sanoen argumenttien kriittinen analyysi perustuu enemmän yksittäisten väitteiden ja niiden välisten suhteiden kriittiseen analyysiin. Looginen näkökulma lisäksi arvio argumenttien hyväksyttävyyden kommunikaatioyhteisössä. Kolmijaon kaikkiin elementteihin liittyy läheisesti myös sosiaalinen ja tekstin kielellinen näkökulma, joita ei voi jättää huomioimatta analyysia tehtäessä. (Kakkuri-Knuuttila 1998: 233-237.)

Sosiaalisen näkökulman yhteydessä merkittäväksi tekijäksi nousee retorisen tilanteen käsite, joka tässä tapauksessa sisältää puhujan (viestin lähettäjä), yleisön (viestin lukija) sekä puheen foorumin (tekstien-palsta). Nämä ovat sosiaalisia käsitteitä, sillä kuka puhuu, kenelle ja minkälaisissa olosuhteissa, määräytyy yhteiskunnallisesti. (Kakkuri-Knuuttila 1998: 235.) Kun argumentaatioanalyysi pelkistää argumentin kielellisen ilmiön ja

tarkastelee argumentin asiasisältöä, retorinen analyysi palauttaa ilmiön tarkastelun kohteeksi. Argumenttien kriittinen arviointi onkin nähtävä retorisen analyysin olennaisena osana. (Kakkuri-Knuutila 1998: 234, 239.)

2.3 Retoriikan lajit

Aristoteles sanoo Retoriikka-teoksessaan, että puhetaidon tavoite on vakuuttaminen päätöksentekoa varten, eikä se ole minkään muun taidon tavoite. Kysymys on siis kuulijan mielipiteen kääntämisestä vastakkaiseksi, tai aikaisemman uskomuksen vahvistaminen. Tällä määritelmällä hän asettaa retorisen tavoitteen keskipisteeksi vakuuttavien argumenttien keksimisen. Kakkuri-Knuutilan (1993:11) mukaan koko Retoriikka-teoksen ydinoivallisuus on puheen jakaminen kolmeen päälajiin. Aristoteles jakaa puheet poliittisiin, oikeudellisiin ja juhlapuheisiin, joissa kullakin on oma pääteesinsä, jonka puolestapuhuja argumentoi.

Karvonen (2000: 129) korostaa presidentinvaalien poliittista luonnetta ja siitä kumpuavien puheiden erityisyyttä. Presidentinvaalit ovat luonnollisesti poliittinen tapahtuma, ja tämän työn tekstiviestiaineisto koostuu hyvin pitkälle poliittisista puheista, joiden tarkoituksena on vakuuttaa äänestäjät siitä, että tämän ehdokkaan valinta on kansakunnan hyvinvoinnin kannalta parasta.

Kuvio 3 havainnollistaa Aristoteleen (1997) näkemyksen poliittisen puheen rakenteesta. Poliittisen puhujan tehtävä on Aristoteleen mukaan joko suositella yhtä toimenpidettä tai yllyttää sen hylkäämiseen. Pääargumentit tämän puolesta perustuvat toimenpiteen hyödyllisyyteen tai sen vahingollisuuteen. Poliittinen puhe suuntautuu tulevaisuuteen, sillä neuvoja joko neuvoo ryhtymään tuleviin asioihin (esimerkiksi tekstiviestillä kehottaa äänestämiseen tietyn puolueen tai ehdokkaan puolesta) tai estää ryhtymästä niihin (Aristoteles 1997: 16).

Kuvio 3. Poliittinen puhe. (Aristoteles 1997: 201).

Vastaanottaja:	Kansankokouksen jäsen
Laji:	Kehotus/varoitus
Aika:	Tulevaisuus
Päämäärä:	Edullinen/vahingollinen

Oikeudellisen puheen johtopäätös pohtii teon oikeudenmukaisuutta tai epäoikeudenmukaisuutta. Oikeudelliset puheet pyrkivät täten selvittämään totuuden toimenpiteistä, jotka on tehty menneisyydessä. Juhlapuheesta käytetään myös termiä esittävä, epideiktinen ja sen tehtävänä on osoittaa, että puheen kohteena oleva henkilö tai asia joko on kunnioituksen arvoinen tai ei ole. Kaikki muut perustelut ovat näihin nähden sivuargumentteja. Poliittiseen puheeseen verrattuna esittävä puhe perustuu nykyisyyteen. (Aristoteles 1997: 16-17.)

2.4 Retoriikan keinot

Aristoteleen mukaan sanoman tyyli on sopivaa, jos se ilmaisee tunnetta ja luonnetta ja on oikeassa suhteessa puheen perustana oleviin asioihin. Suhde on oikea, jos puhe ei käsittele painavia aiheita hutiloiden tai mitättömiä juhlavasti. Erilaisia vaikutustilanteita voidaan arvioida ja kuvailla eetoksen, päätöksen ja logoksen kautta. Eetos ja paatos liittyvät puhujan, viestijän ja vastaanottajan vuorovaikutukseen ja logos sen sijaan merkitsee argumentin asiasisältöä. Kaikilla kolmella on kuitenkin sama tavoite; sanoman vakuuttavuuden ja uskottavuuden lisääminen. (Kakkuri-Knuutila 1998: 233–236.)

Retoriikka-teoksessaan Aristoteles määrittelee ne keinot, joilla puhuja pyrkii vakuuttamaan ja suostuttelemaan yleisöään ja jotka ovat keskenään vuorovaikutuksessa. Aristoteleen mukaan aineksia jokaisesta näistä kolmesta elementistä on löydettävissä jokaisesta

tilanteesta, jossa joku yrittää perustella jotain väitettä toiselle. Tätä hän kutsuu vakuuttamisen kolmijaoksi. (Aristoteles 1997:11.)

Retoriikan keinojen ja vakuuttavuuden muodostamisen yhteydessä puhutaan usein topoksesta. Kakkuri-Knuutilan (1993) mukaan topos oli Aristoteleelle argumenttien keksimisen apu, perusteltu ohje argumentin muodostamiseksi annetulle johtopäätökselle, jossa perusteluna on argumentin taustalla oleva päättelysääntö. Esimerkkinä poliittisessa puheessa oleva topos: Sotaan kannattaa ryhtyä vain jos maan varallisuus on riittävän suuri. Topoksessa on siis kyse arkitiedon systematisoinnista.

Aristoteleen retoriikan käsittelyssä nousee usein esille termi enthymema. Aristoteles tarkoittaa termillä retorista argumenttia, toisin sanoen argumenttia, joka toimii retorisissa tilanteissa tehokkaana vakuuttamisen ja suostuttelun välineenä. (Kakkuri-Knuutila 1998: 244-245.) Retorista vakuuttamista käyttäessään puhuja ei välttämättä ilmaisekaan kaikkia perustelujaan tai jättää jopa päätelmän lukijan tai kuulijan itsensä muodostettavaksi. Julkilausumattomia päätelmiä voidaan täten kutsua enthymemoiksi. Mikäli puhujalla ei ole enthymemoja, on hänen oltava vakuuttava luonnetta osoittaen. (Aristoteles 1997:12, 152.) Näihin seikkoihin palaan tarkemmin aineistoin eetos-osiossa. Seuraavaksi paneudun tarkemmin näihin vakuuttamisen kolmeen strategiaan ja analysoin niitä kysymyksiä, joita ne saavat aikaan.

2.4.1 Eetos

Aristoteleen käsitteistä ensimmäinen, eetos, liittyy kirjoittajan tai puhujan esittäytymiseen ja tapoihin, joilla hän tekee itseään tunnetuksi yleisölle. Eetoksen keinolla puhuja tuo esille oman henkilönsä puheessaan toivoen henkilökohtaisen ominaisuuksiensa olevan sellaisia, että ne lisäävät puheen uskottavuutta. (Summa ym. 1995: 74, Aro 1999:19.) Eetoksen tavalla puhuja pyrkii rakentamaan luonteensa avulla uskottavuuttaan ja luotettavuuttaan sekä muodostamaan suhteen yleisöönsä. (Kakkuri-Knuutila 1998: 233.) Sama viesti eri ihmisten

suusta voi tehdä hyvin erilaisen vaikutuksen.

Vakuuttuminen puhujan luonteen perusteella tapahtuu siten, että itse puhe muodostaa luotettavuuden. Kunnollista ihmistä uskotaan mieluummin ja nopeammin yleensä kaikissa asioissa, mutta erityisesti silloin, kun asiat ovat epävarmoja ja niistä voidaan olla eri mieltä. Tällöin luottamuksen täytyy syntyä puheen takia, ei puhujan aiheuttamasta ennakkoodotuksesta. Aristoteleen määritelmään sisältyvät luonteen lisäksi älykkyys ja hyvä tahto. Roomalaiset retoriikan oppineet ovat puolestaan lisänneet määritelmään puhujaa kohtaan tunnetun luottamuksen ja puhujan elämäntavan kokonaisuudessaan. (Golden, Berquist, Goodwin & Coleman: 2000: 50, Aristoteles: 1997: 11.)

Puhuja voi ilmaista luotettavuutensa monin eri tavoin, mutta yksi selkeimmistä keinoista on viittaus. Viittauksella voidaan tarkoittaa epäsuoraa mainintaa omasta asiantuntevuudesta tai auktoriteetista. Puhuja voi myös pyrkiä osoittamaan kuuluvansa samaan joukkoon yleisönsä kanssa. Toisaalta puhuja voi vedota asiantuntevuuteensa myös tavallisena kansalaisena, joka vain harrastaa järkipäätä ajattelua.

Usein eetoksen tavalla pyritty vakuuttuvuus perustuu kuitenkin johonkin taitoon tai kokemukseen, joita puhujalla on. Kukapa meistä ei uskoisi esimerkiksi sodassa olleen sotilaan kertomusta siitä, miltä pelko tuntuu? Myös tekstiviestin lähettäjän, jolle Tarja Halonen on lähettänyt joulupaketin, puhe Halosen hyväsydämyydestä kuulostaa uskottavalta.

Blomstedtin (2003: 79-81) mukaan eetos tarkoittaa ensisijaisesti puhujan ominaisuutta tai auktoriteettia. Aristoteles (1997) haluaa eetoksen yhteydessä korostaa luonnetta ja puhujalla olisi siis itsessään, luonteessaan edellytykset luotettavuudelle ja rehellisyydelle sekä oikeudentunnolle. Tai ainakin kyky synnyttää se vaikutelma. Eetos ei välttämättä kerro millaisia puhujan eettiset normit ovat, vaan pikemminkin sen, että puhuja vaikuttaa henkilöltä, joka ottaa eettiset kysymykset vakavasti.

Ennako-arviona on, että eetos-aiheisten viestin lukumäärä ei nouse aineistossa suhteessa merkittävän suureksi, koska puhujan ominaisuuksien esilletuonti vaikeutuu tekstiviestien erikoislaatuisen mitan takia. Tekstiviestit ovat nimettömiä ja suurelta osin nimimerkittömiä, joten itse tekstin sisällöstä on käytävä ilmi puhujan luonne tai auktoriteetti.

2.4.2 Paatos

Paatos ilmaisee puhujan ominaisuutta välillisesti. Paatos viittaa niihin tunteisiin, joita puhuja herättää yleisössä. Sen katsotaan olevan puhujan taidon, viekkauuden, vilpittömyyden ja sanoman epäsuora heijastus. (Blomstedt 2003:81.) Aristoteleen (2000: 11) mukaan paatoksessa vakuuttuminen perustuu kuulijoiden joutuminen tunnetilaan.

Kakkuri-Knuutila (1998: 233-240) korostaa paatoksen kohdalla ennen kaikkea yleisön vastaanottokykyä ja tunnetiloja. Yleisön vastaanottotila vaikuttaa suuresti argumentin vastaanottamiseen ja siitä syntyvään arvioon. Aristoteleelle paatos ei tarkoittanut ainoastaan tunnetilaa, vaan se on tietynlainen tilanteen arviolle perustuva toimintavalmius. Retoriikka-teoksessaan Aristoteles (1997) puhuu paljon vihasta tunnetilana ja korostaa tunteiden suurta merkitystä ihmisten välisessä kommunikaatiossa, harkinnassa ja päätöksenteossa. Aristoteleen mukaan: ”Pahaa on se, jos tunteet ovat liian voimakkaita tai liian heikkoja ja hyvää se, että tunteet ovat sopivan voimakkaita”.

Sihvolan (1997) mukaan vakuuttamisella ja suostuttelulla on suuri merkitys tunteiden muokkaamisessa. Aristoteleen ajattelun mukaan tunteet eivät ole vain järjen toimintaa häiritseviä piilossa olevia voimia vaan ne ovat läheisessä suhteessa niiden kokijan uskomuksiin, jotka koskevat ulkoisessa maailmassa tapahtuvien oman kontrollin ulkopuolella olevien tekijöiden vaikutusta elämään ja sen onnistumiseen. Näin ollen tunteita voi synnyttää, muovata ja poistaa vaikuttamalla väitteiden ja retoriikan keinojen kautta niihin liittyviin uskomuksiin.

Tunteet ja niiden pohjalta syntyvät valinnat ohjaavat kiistatta suuresti ihmisen toimintaa. Aristoteles (2000: 8) toteaa, että omat mieltymykset tai vastenmielisyydet varjostavat päätöksentekoa ja tunteet ovat tässä prosessissa vahvasti mukana. Vaikka järkipäiset syyt vaikuttavat ihmisten tekemiin päätöksiin, ohjaavat tunteet taustalla kaikkia ratkaisuja.

Suhteuttamalla tekstien-palstan ominaisuudet presidentinvaalien tunteita herättävään luonteeseen ja kilvoitteluun voi ennakoida, että paatos-aiheiset viestit edustavat määrältään aineiston kärkipäätä. Puhujat yrittävät viesteillään vaikuttaa vastaanottajien äänestyskäyttäytymiseen joko muuttamalla heidän kantojaan tai vahvistamalla niitä, ja tällaisissa tapauksissa tunteisiin koskettaminen on kenties eräs tehokkaimmista tavoista.

2.4.3 Logos

Aristoteleen (1997: 196) mukaan ryhmistä logos on kolmijaon ryhmistä perustavin. Puhujan luonne ja tunteiden herättäminen ovat arvossaan, mutta ilman oikeanlaisia perusteita ja todisteita nämäkin elementit saattavat jäädä vaille tehoa. Logos on vahva vakuuttamisen keino, sillä tietoa on vaikea manipuloida.

Logos viittaa puhujan sanallisiin rakenteisiin, argumentteihin ja kielikuviin. Logos voidaan näin ollen liittää viestien ”totuuteen”. Viestien odotetaan sanovan jotain pätevää ja väitteet on esitetty ilman virhepäätelmiä. Loogisuus ei kuitenkaan välttämättä ole logoksen ehto. Viesteillä on usein logos, joskaan ei loogista esitysmuotoa, silloinkin kun puhe ilmaisee tunnetta ja tunnevoittoista näkemystä. (Blomstedt: 2003: 82.)

Järkeen ja loogisuuteen vetoavat perustelut parantavat puhujan luotettavuutta ja saavat puhujan näyttämään asiaan perehtyneeltä sekä asiantuntevalta. Koska tietoa on usein hankala kyseenalaistaa, onkin siis hankalampaa väitellä ja kumota järkeen vetoavia perusteluja. Tästä syystä logokseksi sijoittuvat väitteet saattavatkin siirtää kyyniset ja

välinpitämättömät vastaanottajat mielipiteen taakse. Toisaalta, järkeen vetoava argumentointi ei ole yhtä mukaansatempaavaa kuin tunneperäinen vetoaminen.

Joskus viestijän intresseissä on esittää asiansa logoksen muodossa mahdollisimman selkeästi, mutta joskus on tarpeen olla epämääräinen tavalla, joka sallii monenlaisia tulkintoja, eikä sido puhujaa konkreettisella lupauksella. Epämääräisyydelle on käyttöä ainakin politiikassa ja tutkimuksessani selvitän löytyykö tätä ilmiötä politiikkaa sivuavissa tekstiviesteissä.

Kakkuri-Knuutilan (1998: 233) mukaan puhtaimmillaan logos tarkoittaa argumentin asiasisältöä. Myös tutkimuksessani ymmärrän logoksen tällä tavalla. Sihvola (1997) pitää logoksen merkitystä suostuttelussa ensiarvoisen tärkeänä. Puhujan on kyllä osattava esittää itsensä luonteeltaan arvostusta ansaitsevana ja luottamusta herättävänä henkilönä ja kyettävä herättämään yleisössään asiansa kannalta oikeansuuntaisia tunteita. Tämä ei kuitenkaan onnistu, ellei hän osaa esittää perusteita ja todisteita näkemyksensä tueksi. Siksi puhujan on tunnettava vakuuttavan argumentoinnin keinot ja retoriikan teoria on rakennettava argumentoinnin teorian pohjalle.

Aristoteleen retoriikan kolmijakoa on myöhemmin laajennettu mythoksella (myytti), joka viittaa legendoihin ja taruihin. Puhujan esimerkiksi viitatessa taisteluihin, rakkauteen tai petokseen, hänen ei tarvitse suoraan nimetä niitä myyttejä tai taruja, jotka ovat muokanneet mielikuviamme niistä. Legendat ja tarinat ikään kuin kuuluvat välissämme olevaan maailmaan. (Blomstedt 2003:82.)

Logos-keinoisten viestien tutkivan kaltaisessa aineistossa saattaa olla käyttökelpoista siksi, että argumenttien asiasisällöt saadaan helposti pakattua melko pieneenkin tilaan, eikä palstan luonteesta johtuen nimiä tai nimimerkkejä tarvita. Näin ollen esimerkiksi kolmelausisessa viestissä voi olla jopa kolme eri puhujan esille tuomaa argumenttia järkevässä muodossa.

2.5 Retoriikan tyylit ja jäsenitys

Tässä alaluvussa tulen paneutumaan erilaisiin retorisiin tyylikäytäntöihin ja vakuuttavan puheen jäsentymiseen eli dispositioon. Dispositiolla tarkoitetaan löydettyjen aineiden järjestäytymistä puheeksi. Puheen peruskaavana tunnetaan seuraava järjestys: 1. aloitus, 2. tapahtuman kerronta, 3. käytettävän todistelun jäsenitys, 4. käsittely- ja todisteluosa sekä 5. puheen lopetus. Jaottelu ei kuitenkaan ole tiukasti sitova ja esimerkiksi aineistona olevien tekstiviestin poikkeukselliset ominaisuudet tekevät disposition ilmenemisen täysin erilaiseksi. (Summa ym. 1996: 37.)

Vaikka tekstiviestistä ei ole peruslähtökohdiltaan löydettävissä perinteisen mallin mukaista dispositiota jäsentelyineen, täysin järjestäytymättömiä viestit eivät ole. Esimerkkinä Pohjalaisessa 18.11. julkaistu viesti:

Vasemmistopuolueet! Teillä on yhteinen presidenttiehdokas! Onko punaväri unohtunut mainoksista, vai mistä on kysymys? Kysyy lapualainen. (Pohjalainen 18.11.)

Oheisesta viestistä on selkeästi eroteltavissa aloitus, jolla tässä tapauksessa kohdennetaan vastaanottaja (Vasemmistopuolueet). Lisäksi viestistä löytyy tapahtuman kerronta ja todistelut, sekä viestin lopettava nimimerkin omainen puhujan esittäytyminen.

Vaikka Aristoteles retoriikassaan pitää melko tiukasti kiinni disposition säännönmukaisuudesta ja siitä, että ainoastaan retoriset tilanteet vaihtelevat, näkisin kuitenkin, että ainakin tietynrakenteisista tekstiviestimieliopiteista on löydettävissä säännönmukaisuutta. Viestien lyhyestä mitasta johtuen puheen jäsentyminen eri disposition osiin vain menee enemmän päällekkäin, ja on tästä johtuen vaikeammin havaittavissa. On kuitenkin muistettava, että isosta osaa tekstiviestejä ei ole löydettävissä disposition tavalla jäsentyviä puheita. Kuinka paljon tämä disposition osittainen puuttuminen sitten vaikuttaa retoriikan keinoihin, ilmentyy varmasti aineiston käsittelyn yhteydessä.

Yksi retoriikan taidoista oli hallita puheen tyyli. Ei riitä, että on aihe mistä puhua, vaan puhuttava on myös esitettävä oikealla esitystavalla. (Aristoteles 1997: 117.) Summan ym. (1996 38-39) mukaan kauniin ilmaisun teknisiä keinoja koskeva katsaus jakaantui Antiikin ajan vakiintuneen teorian mukaisesti kolmeen pääosaan: sanat, niiden järjestys sekä puhetta kaunistavat erityiset ajatus- ja kielikuviot. Yksittäiset sanat kaunistavat puhetta perustaltaan hyvässä ja ilmeikkäässä kielessä, kun puhuja käyttää taitavasti epätavallisia, uusia tai varsinaisesta käyttöyhteydestään toiseen siirrettyjä sanoja. Tästä päästään metaforan, eli siirretyn sanan käsitteeseen.

Puheen tyyliin tiivistä liittyvä metafora on klassisen määritelmän mukaan vertaus ilman kuin-sanaa. Aristoteles (1997: 181-182) luonnehtii metaforan syntyä ja jakaa metaforan luokkiin. Kun asialle annetaan nimi, joka varsinaisesti kuuluu jollekin muulle syntyy metafora, jonka lajit ovat: 1.) Merkityksen siirtyminen yleisestä erityiseen (suku korvataan lajilla): 2.) Erityisestä yleiseen (laji korvataan suvulla): 3.) Erityisestä erityiseen (laji korvataan toisella lajilla), 4.) Analogia on neljän termin suhde, jossa kytketään kaksi asiaa toisiinsa siten, että niiden välille hahmottuu rakenteellinen samankaltaisuus. Aristoteles (1997: 181-182.) Aristoteles antoi ohjeet onnistuneelle metaforalle: Se ei saa olla liian kaukaa haettu, se ei saa olla kohteelle sopimaton, eikä se saa olla liian ilmeinen. (Kakkuri-Knuutila 1998: 259.)

2.6 Elementtien vertailua

Kun verrataan kolmijaon eri osasten ominaisuuksia, on tärkeää huomata niiden näkökulmaero. Eetos- ja paatoskeinot perustuvat psykologiseen näkökulmaan, kun taas logos arvio enemmän yksittäisiä argumentteja sekä niiden välisiä suhteita ja sisältää argumenttien kriittisen analyysin.

Eetoksen vastine tämän päivän retoriikan tutkimuksessa on puhujan tai kirjoittajan yleisökäsitys, jonka kääntöpuolena nähdään lähestymistapa kohteeseen. Eetoksella onkin

vahva suhde yleisöön ja kohteeseen, joille puhuja pyrkii edustamaan ryhdikkyyttä, oikeudentuntoa tai rehellisyyttä. Huomioitavaa kuitenkin on, että vasta toissijaisesti eetos tarkoittaa sitä, että puhuja itse jakaisi yleisönsä kanssa saman etiikan, normit ja arvot. (Blomstedt 2003: 80.) Samaa voi sanoa myös päätöksestä, joka käytännössä perustuu yleisön vastaanottokykyyn, mielentilaan ja tunteisiin, sekä niiden vaikutukseen vaikutuskeinojen arvioinnissa. Paatos ilmaisee puhujan ominaisuutta vain välillisesti ja se ei tarkoita, että puhuja olisi erityisen voimakkaiden tunteiden tilassa. Paatos viittaa enemmän niihin tunteisiin, joita puhuja koettaa herättää yleisössä. (Emt 80.)

Vaikka eetos ja paatos liittyvät läheisesti yhteen, on niiden välillä myös eroja. Paatos on suora keino herättää tunteita itse asiaa kohtaan, kun taas eetoksen keinot ovat epäsuoremmat. Eetosta ja päätöstä ei kuitenkaan pidä nähdä logoksesta erillisinä vaikuttamisen keinoina. Auktoriteettiin vetoaminen, tunteiden herättäminen ja puhujan vakuuttavuus sinänsä ovat tehokkaita keinoja, mutta tarvitaan myös asiantietoa.

Eetos ja paatos virittävät kuulijan määrätynlaiseen moraaliseen tilaan. Tämä vaikuttaa siihen, miten vakavasti hän suhtautuu tehtäväänsä päätöksentekijänä, kuinka hän tulkitsee puhujan sanoman ja kuinka syvästi hän itse omaksuu sen. (Kakkuri-Knuutila 1993:2.)

3 TEKSTIVIESTIT MIELIPIDEKIRJOITUKSEN MUOTONA

3.1 Yleistä mielipidekirjoituksista

Ennen syventymistä mielipidekirjoitteluun, on syytä hiukan analysoida puhe- ja tekstiviestinnän eroja. Kirjoitetun ja puhutun kielimuodon erot johtuvat tilanteiden asettamien vaatimusten erilaisuudesta. Leiwon, Luukan & Nikulan (1992: 86) mukaan puheelle on tyypillistä esimerkiksi spontaanisuus, epävirallisuus ja sanojen yhdistäminen, kun taas kirjoitettu teksti sisältää enemmän aktiivimuotoja ja attribuutteja.

Vaikka Aristoteles analysoi teoksessaan puheita, ja minä tekstiviestejä, ei tämä ero nouse tutkimuksen kannalta olennaiseksi, mutta se on syytä ottaa huomioon. Leiwon ym. (1992: 86-87) mukaan retoriikan kannalta kielipillinen tai muodollinen vertailu, jossa rakenteet on erotettu käyttötehtävistään, ei kuitenkaan ole olennaista. Kirjoitettu ja puhuttu kielimuoto eivät ole säännönmukaisesti erilaisia, vaan niiden esiintyminen riippuu diskurssin tuottamiseen käytettävissä olevasta ajasta. Toki on selvää, että esimerkiksi 15 minuutin puheessa retoriikan kannalta tärkeät rakenteet nousevat erilailla esiin kuin 160 merkin tekstiviestissä, mutta analyysin kannalta katsottuna en näe tässä ratkaisevaa tai ylitsepääsemätöntä eroa.

Mielipidekirjoitukset muodostavat yhden vapaaehtoisien kansalaisosallistumisen areenan. Ne ovat kanava, jonka kautta yksittäiset kansalaiset sekä erilaiset yhteisöt pystyvät ilmaisemaan kantansa ja mielipiteensä. Journalististen perinteiden ja ihanteiden mukaisesti riippumattoman ja objektiivisen uutistuotannon rinnalla tiedotusvälineet toimivat myös kannanottojen ja mielipiteiden ilmaisemisen ja välittämisen instrumentteina. Onkin oletettavaa, että eri aihepiirien mielipidekirjoittelu kuvastaa yleisiä kansalaismielipiteen painotuksia ja tiedotusvälineiden vahvistuva rooli yhteiskunnassa nostaa myös kansalaismielipiteet yhä tehokkaammin esille. (Hokkanen 2004: 10.)

Teikari (1981: 67) näkee lehtien mielipidekirjoitukset erityisesti keinona sosiaalisten ryhmien väliselle keskustelulle. Ne tuovat yhteiskunnalliseen mielipiteiden vaihtoon informaatiota ja vaihtelua, mutta myös kärkevyyttä. On syytä muistaa, että mielipiteiden julkaiseminen on aina harkitusti kirjoittajan tai julkaisijan pyrkimyksiä edistävää. Tässä mielessä mielipidekirjoittelu voidaan rinnastaa propagandaan, valistus- ja tiedotustoimintaan tai mainontaan. Kaikilla näillä on vahva vaikuttavuuden funktio. Teikarin mielestä yleisönosasto on se lehden osa, jonka voidaan nähdä edustavan ”kansanvaltaa”. Eri lehtien julkaisupolitiikka kuitenkin vaihtelee. Kaikki lehdet eivät julkaise linjansa vastaisia kirjoituksia edes nimellisinä. Tämän lisäksi mielipidekirjoituksia joudutaan lähes poikkeuksetta karsimaan niiden runsaan tarjonnan ja vaihtelevan tason vuoksi. (Emt.)

Pietilän (2001: 24) mukaan yleisönosastokirjoittelulle on tyypillistä kohdistua osaston ulkopuolisen julkisuuden suuntaan, jolloin viestit reagoivat usein julkisuudessa tai muissa medioissa esitettyihin puheenvuoroihin. Tästä tekstiviestimielipiteet käyvät hyvänä esimerkkinä, sillä niissä on silmämääräisesti arvioituna paljon viittauksia televisiossa tai radiossa käsiteltyihin asioihin tai keskusteluihin. Yleisönosastokirjoittajille on ominaista suunnata kirjoituksensa enemmän julkisuuteen kuin toisille yleisönosastokirjoittajille. Yleisönosaston aineisto voidaan jakaa kansalaisen, asiantuntijan ja päättäjän näkökulmasta laadittuihin viesteihin. Yleisönosastokirjoitukset käyvät läpi lehden toimituskriteerit, ja niiden keskustelutahtiin vaikuttaa lehden ilmestymisrytmi (Pietilä 2001: 20).

Suomen lehdistössä mielipidekirjoitusten ja yleisönosastojen alkusykäys sijoittuu 1960 - luvulle. Mielipidepalstoja oli jo tätäkin ennen ollut, mutta vasta 1970-luvulla alkoi olla havaittavissa sellaista, että kaikki lehden mielipidekirjoittajat eivät kannattaneet samaa puoluetta. Yleisönosastot sijoitettiin yhä näkyvämmille paikoille lehdessä, ja kirjoitusten aihealueet ja kirjoittajakunta laajenivat politiikasta aina kulttuuriin saakka. (Tommila & Salokangas 1998.)

3.1.1 Rakenne ja jaottelu

Analysoitaessa mielipidekirjoitusten muotoa ja rakennetta on koko ajan syytä pitää mielessä konteksti, missä kirjoitus julkaistaan. Mielipiteen rakenteissa ja säännönmukaisuuksissa on silti havaittavissa yhtäläisyyksiä, riippumatta julkaisusta tai mielipidekirjoituksen muodosta.

Tavanomaisen mielipidekirjoituksen rakenne on usein seuraavanlainen: ongelman esittely, kirjoittajan kannanotto eli teesi ja perustelut. Lisäksi kirjoituksen lopussa on usein johtopäätös ja toimenpide-ehdotus tai vetoamus. Tällaista jäsenystä käytetään monesti normaalimuotoisissa yleisönosastokirjoituksissa. Se sopii myös esimerkiksi vakuuttavan puheen jäsentelyyn ja mihin tahansa tekstiin, jonka tarkoitus on saada lukija ajattelemaan ja joskus toimimaan kirjoittajan haluamalla tavalla. Eli rakenne sopii myös tekstiviestimielipiteisiin. Edellä mainittu jäsenys muistuttaa ongelmanratkaisujäsenystä, jota käytetään esimerkiksi raporteissa, muistioissa ja lausunnoissa. Mielipideteksti ei kuitenkaan pyri ratkaisemaan ongelmaa puolueettomasti, vaan se perustelee yksipuolisesti kirjoittajan omaa käsitystä. (Iisa, Piehl ja Kankaanpää: 1997.)

Sanomalehtien kommentoivat eli arvostuksia sisältävät kirjoitukset voidaan Hemánuksen (1972: 3–4) mukaan jakaa kahteen pääluokkaan: 1) niihin, joissa lehti itse esittää arvostuksia (esim. pääkirjoitukset) ja 2) niihin, joissa lehti tarjoaa foorumin esittää arvostuksia (esim. poliittiset pakinat, kolumnit, arvostelut ja mielipidekirjoitukset). Pääkirjoituksissa, kolumneissa, pakinoissa ja mielipidepalstoilla mielipiteiden esittäminen on avointa ja yksittäisellä jutulla on sallittua olla yksipuolinen tai puolueellinen (Raittila & Kutilainen 2000: 29).

Kauppinen & Laurisen (1989) mukaan tyypillisen mielipidekirjoituksen rakenne on seuraava. 1. asian esittely, 2. ongelma, 3 teesi, eli kirjoittajan mielipide, 4. näytöt, todisteet, 5. johtopäätös, 6, ohje, toive. Tämä rakenne ei luonnollisestikaan päde hyvin tiiviiksi rajatulle tekstiviesti-mielipiteelle. Mielipideteksti on sitä selkeämpi ja napakampi, mitä

lähempänä alkua teesi, eli puhujan mielipide on. Teesi on sitä helpompi sijoittaa alkuun, mitä vahvempi mielipide puhujalla asiasta on. (Kauppinen ja Laurinen: 1989: 86.)

Huovila (1997: 99) korostaa huomioissaan mielipidekirjoitusten rakenteen säännönmukaisuutta. Perinteisesti mielipidekirjoituksen rakenne on jaettu kolmeen osaluokkaan. Ensimmäisessä osassa kerrotaan vastaanottajalle, mikä on tilanne. Toisessa vaiheessa selvitetään, miksi näin on ja viimeisessä vaiheessa vastaanottajan kehoitetaan toimimaan kirjoittajan haluamalla tavalla ensimmäisessä kohdassa todetun epäkohdan poistamiseksi. Rakenteesta huolimatta mielipidekirjoituksella pyritään vaikuttamaan vastaanottajaan. Yleensä katsotaan, että mielipide vahvistaa samaa mieltä olevien maailmankuvaa, mutta saa myös eri mieltä olevien pidättäytymään entistä tiiviimmin omista käsityksistään. (Emt. 99.)

Tekstiviestin rakennetta ja muotoa tarkasteltaessa ne voitaisiin sijoittaa myös samaan kategoriaan mainos- ja iskulauseiden kanssa. Niiden mitta ja muoto tekevät niistä huomattavasti esimerkiksi printtimedioiden käyttämien mainoslauseiden näköisiä, kuin perinteistä mielipidekirjoitusta muistuttavia.

Kauppinen ym. (1989: 60) korostaa mielipidetekstien keskustelevuutta. Kahden näkemyksen vastakkainasettelu ja toisen kannalle asettuminen ovat tämänkin tutkimuksen mielipideaineiston peruslähtökohtia. Vastakkain ovat jotkut aiemmin esitetyt näkemykset ja kirjoittajan kanta. Mielipidetekstin jäsenitys muistuttaa suurelta osin ongelmanratkaisujäsenitystä, jossa tavoitteena on analysoida annettua ongelmaa ja päätyä jonkinlaiseen ratkaisuun.

3.2 Yleistä tekstiviesteistä

Tekstiviestit ja kännykät ovat osa suomalaista arkea. Ensimmäinen tekstiviesti lähetettiin

lähietietokoneesta matkapuhelimeen vuonna 1992 (Kessler & Bergs 2004: 75) ja vuonna 1993 lähtivät ensimmäiset viestit matkapuhelimesta toiseen (Kopomaa 2000: 56). Viime vuosina tekstiviestien määrä on kasvanut huimaa tahtia. Suomessa lähetettiin vuonna 2005 2,8 miljardia yksityisviestiä, mikä on 29 prosenttia enemmän kuin sitä edellisenä vuonna (Snellman, 2006: 35). Yhtenä syynä tekstiviestien suosioon Suomessa pidetään maamme viestintäkulttuuria. Suomalaiset pyrkivät etsimään viesteilleen oikeaa hetkeä ja tekstiviestien keinolla on helppo kertoa arkojakin asioita vastaanottajalle.

Tekstiviestit ovat lyhyitä (alun perin 160 merkkiä) viestejä, joita lähetetään matkapuhelinverkossa tyypillisesti matkapuhelimesta toiseen. Viestit välitetään tekstiviestikeskuksen kautta, joka pitää viestin tallessa, kunnes kohdematkapuhelin on taas verkossa. Tekstiviestit synnyttivät täysin uudenlaisen kulttuurin 1990-luvun lopulla, kun ihmiset pystyivät lähettämään toisilleen nopeita tiedonantoja ilman soittamista.

Varsinainen tekstiviestien läpimurto Suomessa koettiin vuoden 1997 alussa, kun kilpailevat operaattorit tarjosivat mahdollisuuden lähettää viestejä ilmaiseksi. Tällöin asiaviestien rinnalle alkoivat tulla myös huvitteluviestit, jotka ovat sitten synnyttäneet oman kuva- ja animaatioviestikulttuurin. (Kopomaa 2000: 56.)

Tekstiviesti (Short Message Service, SMS, ja text message) voidaan määrittää lyhytsanomapohjaiseksi viestinlähetykseksi GSM-verkossa. Lyhytsanomana sijasta käytetympi termi on tekstiviesti. Viestin tyypillisin ominaisuus on viestin mitta, eli 1- 160 merkkiä per viesti. Yhtä merkkiä vastaavat yksi kirjain, numero tai välimerkki. Viesti voi olla myös tyhjä. (Kasesniemi & Rautiainen 2001: 140.)

Nykypäivänä 160 merkin raja ei ole ehdoton. Yleisimmät matkapuhelimet osaavat ketjuttaa viestejä siten, että jos viesti on yli 160 merkkiä pitkä, se jaetaan osiin ja lähetetään 160 merkin osissa. Uudemmat puhelimet osaavat muokata tällöin viestit kuitenkin yhdeksi, helposti luettavaksi kokonaisuudeksi.

3.2.1 Tekstiviestit mielipidekirjoituksina

Tekstiviestimielipiteiden rakenne luonnollisesti poikkeaa perinteisestä mielipidekirjoituksen mallista. Viestin mitta on rajoittunut ja viestit ovat anonyymisiä. Rajoitettu merkkimäärä pakottaa kirjoittajan muotoilemaan viestinsä poikkeuksellisesti, mutta viestin tavoite saattaa silti olla sama. Pyrkimys saada vastaanottaja vakuuttumaan ja kenties toimimaan lähettäjän haluamalla tavalla.

Ennen perehtymistä tekstiviesteihin mielipidekirjoituksena on syytä hiukan muistuttaa kirjoitetun ja puhutun tekstin eroavaisuuksia. Aristoteleen (1997: 139) mukaan kullakin retoriikan lajilla on siihen sopiva tyyli. Kirjoitetun puheen tyyli ei ole samanlainen kuin suullisen esityksen tyyli. Kirjoitetun tekstin tyyli on täsmällisin, suullinen esitys taas vaatii eniten esittämistäittoa. (Emt.)

Tekstiviestipalstojen erikoispiirteistä merkille pantavaa on myös niiden nopeus ja vaivattomuus, mitä tulee viestien lähettämiseen. Verrattuna perinteiseen printtilehdessä julkaistuun mielipidekirjoitukseen, on maksimissaan 160 merkin mittaisen tekstiviestin lähettäminen huomattavasti vaivattomampaa ja nopeampaa. Tämä ei voi olla vaikuttamatta mielipiteiden rakenteeseen eikä myöskään argumentaatioon.

Toinen huomioitava asia on se, kuinka tekstiviestipalstoja luetaan. Tähän on ilman tutkimusta luonnollisesti mahdotonta antaa yksiselitteistä tai pätevää vastausta. Voidaan kuitenkin olettaa, että viestien lyhyen mitan mahdollistama nopea lukeminen ja omaksuminen madaltavat myös niiden lukijoiden kynnyksiä, jotka eivät yleensä perinteikkäämpiä mielipidepalstoja lue.

3.3 Sanomalehti Pohjalainen

Tutkimusaineisto työssäni löytyy sanomalehti Pohjalaisesta. Ilkka-Yhtymä Oyj:n tytäryhtiö Vaasa Oy kustantaa 1903 perustettua maakuntalehti Pohjalaista ja kaupunkilehti Vaasan Ikkunaa. Pohjalaisen ydinlevikkialue on Pohjanmaan maakunta. Levikkikeskittymiä on myös Etelä- ja Keski-Pohjanmaan taajamissa. Pohjalainen on talousalueensa johtava sanomalehti, joka menestyy myös valtakunnallisessa vertailussa: sillä on päivittäin lähes satatuhatta lukijaa. Pohjalaisen levikki vuonna 2005 oli 31 561 ja arvioitu lukijamäärä päivittäin 95 000. (Ilkka Oy 2005).

Lehden toimituspolitiikan mukaan Pohjalainen pyrkii olemaan poliittisesti sitoutumaton Pohjanmaan ykköslehti ja vaihtoehto Etelä-Pohjanmaalla. Pohjalainen kannattaa kansanvaltaa, markkinataloutta, yrittäjyyttä ja oikeusvaltiota, johon kuuluvat kansalaisten yhdenvertaisuus lain edessä, yksityisyyden ja omaisuuden suoja sekä laaja ilmaisu- ja sananvapaus. Pohjalainen ei ole yhden yksittäisen poliittisen tai taloudellisen intressiryhmän edustaja, vaan lehden tavoitteena on mahdollisimman korkeatasoisen journalismin keinoin auttaa lukijoidensa ja koko maakunnan menestystä. (Mantila 2005: 43.)

Pohjalaisen journalismin tärkein kulmakivi on luotettavuus. Luotettavuuteen kuuluu, että lehden juttuaineistosta päättää vain lehden toimitus ja viime kädessä päätoimittaja. Pohjalainen kertoo lähtökohtaisesti jutun kohteena olevat henkilöt nimeltä. Henkilön nimi voidaan jättää kertomatta tai suojata henkilön anonymiteettiä, mutta tätä harkittaessa otetaan huomioon toimituspoliittinen peruslinja. Yleisönosaston kirjoitukset julkaistaan ensisijaisesti nimellä. Pelkällä nimimerkillä lehti julkaisee kirjoitukset silloin, kun se aiheen tai kirjoittajan toivomuksesta katsotaan tarpeelliseksi. (Mantila 2005: 45.)

3.3.1 Pohjalaisen tekstaten-palsta

Viherän (2000: 145-147) mukaan kansalaisyhteiskunnan toiminnassa viestintätavat ovat

muuttumassa verkkoviestintäkeskeisemmiksi. Vaikka puhelin perinteisessä muodossaan säilyttäisi asemansa verkkoviestinnän rinnalla, ovat uuden teknologian viestintäpalvelut nousemassa perinteisten välineiden varteenotettavaksi vaihtoehdoksi.

Loppuvuonna 2005 Pohjalainen keskittyi kahdensuuntaisen kansalaisjournalismin kehittämiseen. Se tarkoitti aikaisempaa nopeampaa ja systemaattisempaa reagointia lukijoiden lähettämiin vinkkeihin ja juttutoiveisiin. Tekstaten-palstan suosio kasvoi pitkin vuotta, ja toimitus lanseerasi 13522-konseptin, joka tarkoittaa, että yhteen ja samaan osoitteeseen voi lähettää tekstiviestien lisäksi multimedia- ja sähköpostiviestejä. (Pohjalainen 2008).

4 PRESIDENTINVAALIT 2006

4.1 Vaalien taustaa ja ratkaisu

Vuoden 2006 presidentinvaalit olivat kolmas kerta, jolloin tasavallan presidentti valittiin suoralla kansanvaalilla. Ensimmäistä kertaa istuva presidentti oli ehdokkaana suorassa kansanvaalissa, mikä toi uusia piirteitä vaalikampanjointiin. Presidentinvaalit herättivät jälleen mediassa valtavan huomion, ja myös kansalaisten kiinnostus vaaleja kohtaan oli ennennäkemätön. (Isotalus ym. 2006: 7.)

Presidentinvaaleista 2006 muodostui lopulta kahden ehdokkaan kaksintaistelu. Halosen kannatus tiedotusvälineissä julkaistuissa mielipidetutkimuksissa ylitti koko vaalikampanjan ajan 50 %:n rajan. Tämän vuoksi kiinnostus medioissa kohdistui hyvin paljon siihen, miten toiseksi ja kolmanneksi suosituimpien ehdokkaiden kannatus vaihtelee. Ensimmäisen kierroksen suurimmiksi vaaliteemoiksi nousivat Suomen Nato-jäsenyys ja presidentin valtaoikeudet. Lopulta ensimmäiseltä kierrokselta toiselle menivät Halonen 46,3 %:lla ja Niinistö 24,1 %:lla. (Oikeusministeriö 2008.)

Toisella kierroksella vaalien häviäjäksi katsottu Keskusta ilmoittautui kampanjakoneistoineen Niinistön taakse. SDP:n ja Halosen toisen kierroksen kampanjointi kohdistui etenkin maaseudun naisiin, joiden uskottiin ajattelevan, että sukupuolella on suuri merkitys presidenttiä valittaessa. Toisen kierroksen kuluessa Halosen suosio mielipidemittausten mukaan tasaantui ja kansa sekä tiedotusvälineet odottivat ja saivat kokea todellisen jännitysnäytelmän. Lopulta tiukan kilpailun vei kuitenkin istuva presidentti Halonen luvuin 51,8 % -48,2 %.. (Oikeusministeriö 2008.)

Vaalien aikana vellone keskustelu ja pikkuhiljaa muodostunut kaksintaisteluasetelma heijastui myös ehdokkaiden vaalikampanjoihin sekä kansalaiskeskusteluun. Karvosen (2007: 136) mukaan kampanjassa Niinistön leiri pyrki viesteillään retorisesti hajottamaan

istuvan presidentin selviöksi muuttunutta kytkentää työväkeen. Halosen kannattajat puolestaan saattoivat symbolisesti vedota siihen yhteisyyteen ja yhteisrintamaan, joka syntyi jo edellisissä presidentinvaaleissa.

4.1.1 Tarja Halosen vaalikampanja

Tarja Halonen (s. 24.12.1943) on aloittanut puoluepolitiikan vuonna 1971 liityttyään Suomen Sosiaalidemokraattiseen puolueeseen. Eduskunnassa Halosen ensimmäinen merkittävä tehtävä oli sosiaalivaliokunnan puheenjohtajuus vuosina 1984–1987. Tältä paikalta Halonen nousi vuonna 1987 toiseksi sosiaali- ja terveysministeriksi, jota seurasi valinta Pohjoismaiden yhteistyöministeriksi kaudelle 1989–1991. Oikeusministerinä Halonen palveli vuosina 1990–1991. Ulkoasiainministeriksi hänet nimitettiin vuonna 1995 Paavo Lipposen ensimmäiseen hallitukseen. Tätä tehtävää hän jatkoi myös Lipposen toisessa hallituksessa eduskuntavaalien jälkeen, kunnes tuli valituksi presidentiksi. (Halonen 2008.)

Halonen pyrki presidentiksi toiselle kaudelle teemalla Tarja Halonen – tasavallan presidentti. SDP:n lisäksi Halosta ilmoittautui ehdokkaaksi asettautumisen jälkeen tukemaan myös Vasemmistoliitto ja Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK. Kampanjassa korostettiin Halosen tavallisuusimagoa, ja sitä että presidentin toiminta tulisi jatkumaan samanlaisena. (Halonen 2008).

Halosen kampanjan iskulauseiksi muodostuivat ”Koko kansan presidentti” ja ”Yksi meistä”. Karvosen (2006: 124) mukaan Halosen kampanjakoneiston tavoitteena oli hälventää selvästi sosiaalidemokraattina ja vasemmistolaisena mielletyn Halosen punaväriä. Tätä toteutettiin muun muassa kampanjajulisteiden ulkoasujen värisävyillä, joissa jopa Halosen silmät oli käsitelty sinisemmiksi.

Suurta kohua etenkin vaalien ensimmäisellä kierroksella aiheutti SDP:n kampanjatoimiston ehdotus, että valtion varojen säästämiseksi kannattaisi äänestää Halosta suoraan ensimmäisellä eikä vasta toisella kierroksella. Kampanjatoimisto pyysi ehdotusta myöhemmin anteeksi ja korosti sen olleen lipsahdus. Kohu oli kuitenkin vain yksi ilmiö siitä, kuinka kiivaaksi presidentinvaalit 2006 lopulta ajautuivat.

4.1.2 Sauli Niinistön vaalikampanja

Sauli Väinämö Niinistö (s. 24.8.1948) on suomalainen pitkän linjan poliitikko. Hän on entinen Kokoomuksen kansanedustaja sekä toiminut valtionvarainministerinä ja oikeusministerinä vuosina 1995–1996 ja 1999–2003. Tämän jälkeen hän siirtyi Euroopan investointipankin (EIB) varapääjohtajaksi. Hän on myös toiminut puolueensa puheenjohtajana vuosina 1994–2001. Vuodesta 2007 asti hän on toiminut eduskunnan puhemiehenä. Töidensä ohella hän on kirjoittanut myös useita teoksia, joista yksi myydyimpiä on vaalien alla ilmestynyt Viiden vuoden yksinäisyys-teos. Koulutukseltaan Niinistö on varatuomari. (Niinistö 2008.)

Presidentinvaalikampanjansa Niinistö polkaisi Kokoomuksen kanssa käyntiin räväkästi. ”Työväen presidentti”-kampanja sai alkunsa näyttävillä TV- ja lehtimainoksilla ja Niinistön ympärillä pyörinyt mediamylläkkä oli omiaan tekemään ehdokasta tunnetuksi. Mainoksissa Niinistö korosti vastakkainasettelun ajan olevan ohi työelämässä ja muistutti Suomen olevan koko kansan yhteinen yritys. Niinistön vaaliteemoja olivat myös turvallisuus ja riskienhallinta, joiden eteen ei hänen mielestään ollut Suomessa tehty tarpeeksi töitä.

Niinistön lanseeraama kampanja sai aikaan mittavasti huomiota ja jopa ällistystä. Kampanjan vaalislogan ”Vastakkainasettelun aika on ohi” sai varsinkin Halosen kannattajat reagoimaan vahvasti. Karvosen (2006) mukaan Niinistö pyrki oikeistolle poikkeavalla kampanjallaan luomaan mielikuvia rikkaiden ja köyhien intressiritiriitojen häivyttämisestä.

Maan sisäinen kina, jossa huono-osaisemmat kamppailevat olojensa parantamiseksi on lopetettava, tai ainakin sen oikeutus vähenee. (Karvonen 2006: 128-129.)

5 VAALIVIESTIEN RETORIikka

Aristoteleen (1997: 13) mukaan retoriikan tehtävänä on käsitellä kysymyksiä, joita ihminen harkitsee ilman, että hänellä olisi siihen tieteellinen tai varma vastaus. Vaalit ja äänestäminen ovat yksi tällaisista harkintaa herkästi aiheuttavista asioista. Harkinnan kohteena ovat asiat, jotka näyttävät voivan olevan yhdellä tai toisella tavalla toteutuvia.

Aristoteleen mukaan puhuja pyrkii vaikuttamaan kuulijoihin tilanteissa, joissa päätöksen teon lähtökohtina voidaan pitää yleisiä uskomuksia. (Aristoteles 1997: 5). Presidentinvaaleissa suurimmalla osalla äänestäjistä tilanne on varmasti tämä. Päätöksenteko, eli äänestyspäätös perustuu ainakin jossain määrin siihen, millainen yleinen uskomus äänestäjällä on ehdokkaastaan. Henkilövaaleissa äänestyspäätöksen voidaan olettaa perustuvan paljolti tällaiseen uskomukseen, sillä harva tuntee ehdokasta henkilökohtaisesti.

Puheella voidaan saada aikaan kolmenlaisia vakuuttumisen syitä: Puhujan luonteeseen perustuvia (eetos), kuulijan mielentilaan perustuvia (paatos), ja itse puheeseen perustuvia joko osoittamisen tai näennäisen osoittamisen kautta (logos). (Aristoteles 1997:11.) Arvioni mukaan politiikka ja erityisesti pyrkimykset vaikuttaa äänestyspäätökseen perustuvat tunteille, eivät asiakysymyksille tai argumentoinnille. Kuitenkin myös näihin vetoavaa retoriikkaa käytetään esimerkiksi vaalikampanjoinnissa ja ei voidakaan olettaa, että aineiston tekstiviestit olisivat pelkkään tunteisiin vetoavan eetoksen keinoin rakennettuja.

Poimin aineistostani edellä esiteltyjen vaikutuskeinojen kolmijaon mukaisia elementtejä. Päälähtökohtana on selvittää, millä eri keinoilla puhuja pyrkii vaikuttamaan vastaanottajaan ja puhuja käyttää niitä retorisia keinoja kuin käyttää. Arvioni on, että osa viestien sisältämistä vaikutuskeinoista on tiedostamattomasti laadittuja, osassa taas on käytetty tarkkaa harkintaa. Perustan arvioni viestien vaihteleviin ja usein toisistaan poikkeaviin rakenteisiin, sekä kielellisiin vajavaisuuksiin.

Myös Kakkuri-Knuutilan (1998: 239) mukaan suuri osa kommunikaatiokeinojen käytöstä on tiedostamatonta. Tiettyjen keinojen valitseminen ei välttämättä osoita yksilöllisiä tahdonilmaisuja vaan pikemminkin kommunikaatioon sisäänrakennettuja yhteiskunnallisia arvostuksia. Koska tutkimukseni aineisto koskee vaaliviestejä, on yhteiskunnallinen näkökulma vahvasti läsnä ja uskon sen näkyvän viestien luonteessa samalla lailla kuin viestien rajoitettu pituuskin.

Huomioitavaa on, että aineistona olevat tekstiviestit ovat aiheeltaan poliittisia ja antavat näin mielipiteille jo ennakkoon tietynlaiset odotukset. Pirttikosken (1996: 7-17) mukaan julkisuudesta on tullut yksi politiikan apuväline paitsi poliitikoille itselleen, myös erilaisille kansalaisryhmille ja yksittäisille kansalaisille. Joukkotiedotus vaikuttaa näillä keinoilla myös yleisön mielipiteisiin ja yhteiskunnalliseen päätöksentekoon, kenties myös tässä tapauksessa äänestyskäyttäytymiseen.

Käytän viestin lähettäjistä analyysissäni ilmaisua puhuja, koska ilmaisu on tyypillinen retorisessa analyysissä käytetty muoto. Viestin lukijoita, yleisöä, puolestaan ilmaisen myös yleisten tapojen mukaisesti termillä vastaanottaja.

5.1 Eetoselementtien analyysi viesteistä

Aristoteles (1997: 60) sanoo: ”On kolme syytä, miksi puhujat tulevat henkilöinä vakuuttaviksi, sillä on yhtä monta tapaa vakuuttua muuten kuin todistusten perusteella. Nämä ovat järki, hyve ja hyvä tahto. Puhujat erehtyvät puhuessaan tai neuvoessaan kun heiltä puuttuvat nämä kaikki tai jokin näistä.” Henkilöstä kumpuavat ominaisuudet ratkaisevat siis eetoksen tehon.

Eetoksen keinoihin tukeutuvia viestejä aineistosta löytyi kaikkiaan 47. Taulukosta 1 voi päätellä, että etenkin Halosta koskevien poliittiseen ideologiaan viittaavien viestien määrä on

lähes olematon. Sukupuolta koskevissa viesteissä Halonen puolestaan rohmusi Niinistöön verrattuna selvän enemmistön.

Taulukko 1. Eetos-elementit luokittain.

Eetos-luokka	Halonen	Niinistö
Sukupuoli	14	4
Poliittinen ideologia	4	8
Ryhmään vetoaminen	6	11
Yhteensä	24	23

Ennakkoarvioni siitä, että eetos-luokan viestit jäävät lukumäärältään vähäisimmiksi, näyttää osuvan oikeaan. Perustan tämän arvioni tekstiviestien poikkeuksellisen rajattuun mittaan. Lyhyessä viestissä eetoksen keinot eli puhujan luonnetta ja taustaa korostavat seikat vaatisivat rajaamattomamman tilan tuoda näitä seikkoja esille ilman, että itse viestin vakuuttavuus kärsii. Analyysini pyrkii selvittämään, millä keinoilla puhujat ovat pyrkineet asian ratkaisemaan.

Jaoin eetos-elementtiset viestit kolmeen luokkaan, joita ovat sukupuoli, poliittinen ideologia ja ryhmään vetoaminen. Seuraavassa tarkastelen eetos-elementtejä Pohjalaisen tekstaten-palstalla ja analysoin kielellisiä sekä retorisia valintoja esimerkkien pohjalta.

5.1.1 Sukupuoli

Vastakkainasettelu oli yksi vuoden 2006 vaalien näkyvimmistä ilmiöistä, ja sille oli luonnollisesti olemassa otolliset olosuhteet, koska kärkikaksikko edusti eri sukupuolia. Sukupuolta sivuavia viestejä analysoitaessa on syytä huomioida myös presidentti-instituution muuttuminen Tarja Halosen ensimmäisellä kaudella 2000–2006. Kuusipalon (2006: 98) mukaan tätä ennen valtiomiehen miehinen identiteetti esti edes kuvittelemasta naista presidentiksi. Halonen muutti ensimmäisellä kaudellaan käsitystä presidenttiydestä ja loi Suomeen uudenlaisen poliittisen johtajuuden mallin.

Sukupuoleen tai nais-mies-asetelmaan viittaavissa viesteissä on syytä tehdä eräs huomio. Suurin osa (75%) sukupuoleen viittaavista tai puhujan sukupuolta esiin tuovista eetosviesteistä koskevat jollain lailla Tarja Halosta. Naispresidentti oli kuitenkin osalle kansasta vielä aihe, johon oli helppo tarttua. Seuraavassa esittelen tyypillisen esimerkin (1) Halosta koskevasta eetoksen keinoja käyttävästä ja sukupuoleen viittaavista viesteistä.

- (1) Haksahdin 6 vuotta sitten toisella kierroksella äänestämään Halosta. Kallis erehdys ei totisesti toistu. Kokoomusnainen. (Pohjalainen 18.1.2006)

Viestissä huomio kiinnittyy käytännössä nimimerkin omaisesti puhujan puoluekannan ja sukupuolen esille tuovaan lopetukseen, jolla puhuja viittaa poliittisen aatteen lisäksi sukupuoleensa. Tällä tavoin hän pyrkii tuomaan esille sen, että vaikka edellisissä vaaleissa hän *kokoomusnaisena* oli kenties ollut saman sukupuolen edustajan puolella, on hän nyt oppinut virheestään ja toimii tällä kerralla *totisesti* eri tavalla. Tässä tapauksessa puhuja tekee sukupuolestaan valinnan kannalta merkityksettömän, ainoastaan poliittinen ajatusmaailma ratkaisee. Kuitenkin sukupuolen esiintuominen eetoksen keinolla on se, mikä pyrkii tekemään viestistä vakuuttavan.

- (2) Eiköhän pojat panna Muumi ja katit huilaamaan. (Pohjalainen 24.1.2006)

- (3) Eiköhän naiset panna Tarja ja katit takaisin jöötä pitämään?
(Pohjalainen 26.1.2006)

Aristoteles (1997: 60) korostaa eetoksen yhteydessä sitä, kuinka tärkeää on se, millaisen kuvan puhuja itsestään antaa. Sillä on suuri merkitys, että puhuja näyttää tietynlaiselta ja että kuulijat ajattelevat hänen suhtautuvan heihin tietyllä tavalla. Ja vielä niiden lisäksi ehkä tässä tapauksessa tärkeimpänä se, että myös puhuja itse on tietyssä tilassa. Puhujan tila käy molemmissa edellisissä viesteissä (2) ja (3) käy selkeästi ilmi, eli he ilmaisevat oman kantansa kaiken muun ohessa ja suosikkiehdokas käy selville.

Viestit (2) ja (3) ilmentävät lisäksi hyvin sitä, kuinka sukupuolittunut vaalikaksintaistelu oli. Käsitys siitä, että miehet tai naiset koko voimalla ryhmittäessään pystyvät valitsemaan presidentin oli hyvin yleinen mielipide. Viestestä analysoitaessa huomioitavaa on puhujan samaistuva suhde vastaanottajiin. *Eiköhän naiset panna* viittaa selvästi siihen, että puhuja on tai antaa mielikuvan siitä, että on naispuolinen. Kakkuri-Knuutilan (1998: 233, 239) mukaan eetoksen vastineena nykypäivänä puhutaan paljon yleisökäsityksestä sekä puhujan suhteesta yleisöönsä, joka tässä tapauksessa on läheinen. Samaistumalla naispuoliseksi puhuja paljastaa Aristoteleen eetos-luonnehdinnan mukaisesti taustansa ja sitä kautta muodostaa suhteen yleisöönsä (vastaanottajiin).

Viestin yhteydessä ilmenevää me-retoriikkaa kutsutaan konsensuksella vahvistamiseksi, jossa annetaan ymmärtää, että väitteen esittäjä ei seiso väitteen takana yksin, vaan esiintyy tai vetoaa laajempaan joukkoon. (Billig 1987: 88). Me- retoriikka on tyypillistä poliittiselle suostuttelevalle kielenkäytölle, jossa puhe *meistä* luo kuvaa yhtenäisestä joukosta, joiden intressit ovat yhteneväiset.

Hyvärinen (1994: 72-73) puhuu Aristoteleen ja me-retoriikan yhteydessä voiman retoriikasta. ”Me” lisää auktoriteettia ja kantavuutta puheeseen ja vastaanottaja pääsee tämän varjolla osalliseksi yhä suurempiin kollektiiveihin, neuvotteluihin ja taisteluihin. Tässä tapauksessa vastaanottaja pääsee siis osalliseksi valitsemaan Suomen presidentin.

Konsensuksen tuottaminen on vahvinta silloin, kun puhuja vetoaa sellaisiin kulttuurisiin näkemyksiin tai toimintatapoihin, joiden ajatellaan olevan kaikkien tai hyvin suuren joukon jakamia itsestäänselvyyksiä. (Jokinen ym. 1999: 138-139). Tästä esimerkkinä seuraava viesti.

- (4) Arvon naiset. Suomeen on jo kerran valittu nainen korkeimpaan virkaan. Näin Suomi on osoittanut tasa-arvon. Nyt asia on ok, ja meidän on aika valita pätevin. (Pohjalainen 24.1.2006).

Vaikka viestistä (4) ei eetosmukaisesti käy ilmi suoraan puhujan luonne, auktoriteetti tai tausta, sisältää se useita ryhmään sopivia vakuuttavia elementtejä. Viestin alku on kohtelias, mutta samalla tiukasti ryhmään vetoava. *Arvon naiset* – aloituksella puhuja vetoaa naissukupuolta kuuntelemaan, nyt on tulossa painavaa asiaa. Tämän jälkeen perustelut, ja lopuksi vielä vetoaminen *meidän* päättää suostuttelun.

Yksi vakuuttavuuden keinoista vaaliviesteissä eetoksen osalta näyttää olevan ristiriita. Kuulijaan vedotaan mainitsemalla asian paradoksaalinen luonne, tai oman tilanteen ristiriita. (Aristoteles 1997: 144-145.) Tällaiseen tilanteeseen viittaa esimerkkinä viesti (5).

- (5) Kepua viedään kuin pässiä narussa oikein puheenjohtajan voimin. Eroan tänään kepun jäsenyydestä. Muistutan: eduskuntavaalit tulossa. EI ”hulivili-Saulia” presidentiksi. Tv. Maatalon rouva. (Pohjalainen 22.1.2006).

Puhuja *maatalon rouvana* ja *kepulaisena* viestittää tullessa omalta puoleltaan selvästi väärinkohdelluksi, eikä enää halua jatkaa aatteensa parissa. Viittaus Niinistöön puolestaan vihjailee, ettei Kokoomuskaan saa puhujan tukea. Sukupuolen esiintuonti lopussa vieläpä hyvin perinteisessä muodossaan (*rouva*) vihjailee, että puhujan ääni saattaa mennä naiselle. Viesti on osin ristiriitainen ja ajatukseltaan sekava, mikä heikentää vakuuttavuutta.

5.1.2 Poliittinen ideologia

Kuten on todettu, Niinistö pyrki vaalikampanjassaan vähentämään oikeisto- vasemmisto, porvarit-työläiset asetelmaa, jotka kuitenkin säilyivät ehdokkaiden taustajoukkojen retoriikassa moninaisin keinoin.

- (6) Se on vain panettelua, että Niinistö ajaa vain rikkaiden etua. Keskusteluja tarkasti seurannut. (Pohjalainen 14.1.2006).
- (7) Kyllä Sauli on työläiselle ehdoton ykkönen! Ja Tarja vihoviimeinen vaihtoehto! Sanoo alipalkattu sairaanhoitaja ja pikku lasten kotiäiti. (Pohjalainen 28.1.2006).

Viestissä (6) on esimerkki Aristoteleen (1997) eri yhteyksissä esiintuomasta puhujan uskottavuuden korostamisesta. Kun puhuja näyttää vakuuttavalta, viestistä huolimatta sanoman vakuuttavuus kasvaa. *Keskusteluja tarkasti seurannut* puhuja tyrmää uskomuksen Niinistöön usein liitetystä vauraan väestön suosimisesta ja huomauttaa olevansa tässä asiantuntija, koska on tehnyt ilmeisen tarkasti ja paljon huomioita ehdokkaiden käyttäytymisestä.

Viestissä (7) puolestaan kirjoittajan eetos perustuu heikko-osaisuuteen ja ristiriidalla vakuuttamiseen. Porvari-ehdokas Niinistöstä on tullut puhujalle (työläinen) ehdoton ykkönen, liekö Työväen presidentti-kampanjan ansiota? Pikku lasten kotiäiti ja alipalkattu sairaanhoitaja viittaavat työtä ja niukkuutta olevan arkeen, jolla puhuja pyrkii saamaan uskottavaksi sen, että tietää mikä on työläiselle parasta.

Eräänä tyypillisenä viestinä eetosluokassa nousivat esiin puoluekannan esiintuovat viestit. Nämä viestit eivät sinänsä tuo eetokselle tarvitsevaa ja Aristoteleen peräänkuuluttamaan puhujan persoonan vakuuttavuutta parhaiten esille, mutta ne tuovat omalta osaltaan tähän luokkaan syvyyttä.

- (8) Olen kepulainen ja äänestän Tarjaa, työläisten pressaa! (Pohjalainen

28.1.2006).

Pohdittaessa viestin (8) vakuuttavuutta Aristoteleen oppien mukaisesti, ei suoralle vakuuttavuudelle löydy välttämättä perustetta. Se, että puhuja on kepulainen ja nimeää Halosen *työläisten pressaksi*, ei sinänsä eikä itsessään vielä täytä täysin eetokseen perustuvaa vakuuttamista, mutta selkeä tarkoitus puhujalla viestissään silti luonnollisesti on.

5.1.3 Ryhmään vetoaminen

Eetos-elementtejä sisältävissä viesteissä yhdeksi luokaksi otin ryhmään vetoamisen. Tyypillistä näille viesteille on se, että niissä eetoksen omaisesti auktoriteetti, asiantuntija tai muuten vakuuttavasti esiintyvä puhuja koettaa ryhmään tai yksittäiseen vastaanottajaan vedoten saada heidät tukeutumaan mielipiteeseensä.

Aristoteleen (1997: 144) mukaan vastaanottajaan kohdistuvien vetoomusten tarkoituksena on herättää hänessä myötämielisyyttä tai vihaa. Toisinaan tarkoituksena on myös herättää tai herpaannuttaa hänen tarkkaavaisuutensa. Kuulijan tarkkaavaisuus ei ole aina eduksi, ja siksi monet puhujat pyrkivät saamaan yleisönsä nauramaan. Kuten eetoksen periaatteisiin kuuluu, kuulijat voidaan saada vakuuttuneiksi esimerkiksi esittämällä kunnan kansalaista.

- (9) Porvarit! Televisio lähettää halospropagandaa, ei uskomista SDP-enemmistöiseen tv.hen. Terveisin impartiaalinen. (Pohjalainen 3.1.2006).

Esimerkissä (9) *impartiaalinen* herpaannuttaa vastaanottajan keskittymisen ja esittää väitteitä television puolueettomuudesta, vaikka aloittaakin viestin huomiota herättävästi huudahduksella. Sivistyssanaa tuntemattomalle pyritään saamaan pohdiskeleva tunne siitä, mitä nimimerkki tarkoittaa.

Impartiaalisella puhuja viitanee ulkopuoliseen tai objektiiviseen tarkkailijaan, joten mikäli

sana on vastaanottajalle tuttu, muuttuu samassa myös viestin tulkinta. Tällöin vastaanottajalle *impartiaalinen* on kertonut ulkopuolisena asioiden tilan, johon hän tietysti toivoo vastaanottajan yhtyvän. Lisäksi Aristoteleen (1997: 119) mukaan epätavalliset sanat saavat kielen vaikuttamaan juhlavammalta, mutta ne eivät välttämättä lisää puheen vakuuttavuutta.

- (10) Vasemmistolaisista presidenteistä huolimatta eriarvoisuus on lisääntynyt. Äänestän Niinistöä. T: SAK-laisen liiton jäsen. (Pohjalainen 28.1.2006).

Eetos-viesteille melko tyypilliseen tapaan viestin (10) vaikuttavuus kulminoituu viestin lopussa olevaan nimimerkinomaiseen lopetukseen. Tässäkin tapauksessa puhujan persoonassa ja toiminnassa on olemassa ristiriita, jolla pyritään lisäämään vakuuttavuutta. *SAK:n jäsen, Äänestän Niinistöä*. Puhuja etäännyttää toiminnan omasta taustastaan ja intresseistään siksi, että toimiakseen oikein hänen on tehtävä niin.

Potterin (2005) mukaan argumentin esittäjän intressien etäännyttäminen varsinaisesta väitteestä on yksi klassisimmista retoriikan ja vakuuttavuuden keinoista. Jokisen ym. (1999: 133-134) mukaan tällainen tilanne on käytännöllinen etenkin silloin, kun argumentin esittäjän oletetaan tai koetaan helposti ajavan puolueellisesti edustamansa tahon etua, sillä tällöin vakuuttavasti esiintyminen on vaikeaa. Puhujan vakuuttavuus nousee esille silloin, kun näyttää siltä, että puhuja on omien intressiensä vastaisesti joutunut myöntämään tosiasiat ja raportoi niistä muille. Esimerkiksi tässä tapauksessa SAK:n jäsen joutuu tosiasioiden myötä äänestämään Niinistöä.

- (11) Niinistössä on oikeaa presidenttiainesta. Nyt medialla yritetään iskeä selkään. Loistavaa Sauli, mikä onni että olet meillä. (Pohjalainen 14.1).

Viesti (11) on me-retorinen, puolusteleva ja perusteltu. Huomioitavaa viestissä on puhuja viittaus onnelliseen asemaan Niinistön kannattajana. Aristoteleen (1997: 22-23) sanoin:

”Kaikki ihmiset yksityisesti ja yhdessä pyrkivät onnellisuuteen ja onnenkokemiseen.” Puhujan viittaama *onni* Niinistöstä omana ehdokkaanaan voidaan sovittaa myös Aristoteleen (1997: 22-23) ajatukseen siitä, että hyvä onni tarkoittaa sitä, että saa omistaa sattumasta riippumattomia hyviä asioita. Yksi tällaisista hyvistä asioista puhujanajatusmaailmassa näyttää olevan Niinistön kannattajana oleminen, ja tätä hän haluaa korostaa myös muille

5.2 Paatoselementtien analyysi viesteistä

Aristoteles (1997: 61) sanoo: ”Tunteita ovat ne, joiden johdosta muuttuneina ihmiset päätyvät erilaisiin ratkaisuihin ja joihin liittyy tuska ja nautinto, esimerkiksi suuttumus, sääli, pelko ja muut vastaavat sekä niiden vastakohtat.” Kaikkia näitä tunteita on kuitenkin tarkasteltava omista näkökulmistaan ja tilannekohtaisesti.

Paatoksen keinoilla puhuja viittaa yleisön vastaanottokykyyn ja tunnetiloihin eli sellaisiin mielentiloihin, joita viestit vastaanottajassa herättävät. Ennakoitavaa on, että paatoksellisen osan aineisto sisältää paljon provokatiivisia ilmauksia, sillä Aristoteleen sanoin: Joskus on tarpeen kiihdyttää ihmisten tunteita, jotta he esimerkiksi olisivat valmiit lähtemään sotaan.

Lukumäärällisesti paatos- viestejä löytyi 71, ja uskon niiden suuren suosion aineiston kokonaisuutensa nähden perustuvan juuri vaalien kaksintaistelun sekä tunteita herättävään asetelmaan. Lisäksi mitta ei tuo puhujan eteen vastaavanlaisia ongelmia kuin logos-viestien yhteydessä. Puhuja voi herättää vastaanottajassa tunteita tai vaikuttaa vastaanottajan tunteisiin hyvinkin pienessä tilassa. Taulukosta 2 käy ilmi, että silmiinpistävässä luokassa on etenkin Niinistöä koskevien viestien suuri määrä (39), jonka voisi päätellä johtuvan ainakin provokatiivisesta kampanjasta.

Taulukko 2. Paatos-elementit luokittain

Paatos-luokka	Halonen	Niinistö
Turvallisuuspolitiikka	13	20
Puoluekanta	8	10
Persoonaa	9	9
Yhteensä	30	39

Jaan paatos-ilmaukset kolmeen luokkaan, joita ovat turvallisuuspolitiikka, puoluekanta ja persoona.

5.2.1 Turvallisuuspolitiikka

Paatoselementtejä sisältävissä viesteissä on selkeästi eroteltavissa turvallisuuspolitiikkaan ja Suomen sotilaalliseen liittoutumiseen liittyviä vihjauksia. Niinistöä pidettiin vaalien alla selvästi Nato-myönteisempänä. Suomen sotilaallinen liittoumattomuus nousi etenkin ensimmäisen kierroksen puheenaiheeksi suuren osan kansasta pitäessä presidenttiä ulkopolitiikan johtajana. Kansaa kiinnosti Suomen valtionjohdon suhtautuminen Euroopan unionin taistelujoukkoihin ja niiden mahdolliseen käyttämiseen Nato Response Forcen tukena.

Keskustelu ohjautui myös Suomen täysivaltaiseen Nato-jäsenyyteen, joka toisi Niinistön mukaan Suomelle turvallisuustakuun. Yleisradion vaalikoneeseen antamissaan vastauksissa molempien ehdokkaiden kanta oli kuitenkin hyvin ympäröörä. Niinistö vastasi: "On syytä seurata eurooppalaista kehitystä" ja Halonen: "Jäsenyys Natossa on Suomen turvallisuuspolitiikan kannalta mahdollinen myös tulevaisuudessa", kun ehdokkailta

kysyttiin Suomen Natoon liittymisestä. (Borg 2006: 44.)

Aineistoa tutkittaessa huomioitavaa tässä luokassa on se, että keskeisessä osassa viestejä puhujan keino vaikuttaa on pelko, tai epävarmuuden tunteen luominen vastaanottajalle. Aristoteleen (1997: 71-71) mukaan pelko on eräänlainen tuska tai rauhattomuus, joka johtuu tuhoa tai tuskaa tuottavan pahan mielikuvasta. Ihminen pelkää sellaisia asioita, jotka saattavat aiheuttaa suurta tuskaa ja tuhoa, ja mitä lähempänä ne ovat toteutumistaan, sitä pelottavampia ne ovat. Tästä esimerkkinä suomalaisten joutuminen sotaan vieraan vallan puolesta.

Esimerkeissä (12) ja (13) on nähtävillä tyypillinen paatoselementin sisältävä viesti koskien Niinistöä ja hänen viittauksiaan Suomen liittoutumisesta.

- (12) Äidit huomio. Niinistö valtaan, Suomi Natoon, meidän pojat Irakiin yms!. (Pohjalainen 20.1.2006).
- (13) Jos äänestetään Niinistöä, annetaan lupa viedä lapsemme sotimaan ympäri maailmaa. (Pohjalainen 22.1.2006.)

Esimerkit ovat kaksi tyypillistä paatoselementteihin pohjautuvaa viestiä, jolla puhuja pyrkii vaikuttamaan vastaanottajan tunnetilaan. Esimerkissä (12) puhuja vetoaa suoraan äiteihin, joille hän kertoo Niinistön valinnan johtavan jälkikasvun viemiseen Irakiin sotimaan. Puhuja vielä korostaa tunnetta *meidän pojat* -ilmauksella yhteisöllisyyttä äiteihin.

Esimerkissä (13) puhuja puolestaan viittaa äänestyksen symboliseen merkitykseen, jonka mukaan näillä valtuuksilla kansa on antanut luvan viedä suomalaisia sotimaan rajojemme ulkopuolelle. *Lapsemme* on syvästi tunteisiin viittaava voimakkaasti paatoksellinen ilmaus, sillä käytännössä puhutaan kuitenkin yli 18-vuotiaista nuorista aikuisista.

Aristoteles (1997: 71-72) korostaa pelosta ja uhkauksista puhuessaan myös sitä, että pelko on vahvempaa silloin, kun sen syy ei ole omissa käsissä ja apua ei ole saatavilla helposti.

Aristoteles huomauttaa, että pelkoa tuntevilla ihmisillä on aina jokin toivo tilanteen ratkaisemiseksi. Tästä merkinä on se, että pelko saa ihmiset harkitsemaan, eikä kukaan harkitse toivottomassa tilanteessa. Pelon luominen on aina vakuuttavuudelle eduksi, sillä tällöin vastaanottaja on johdettu ajattelemaan, että he tulevat kärsimään, elleivät toimi puhujan haluamalla tavalla. Tämä lisää myös pelkoiheisten viestien vakuuttavuutta. Puhuja esittää ratkaisun pelkoon, jottei vastaanottajan tarvitsisi pelätä.

Huomattavaa on myös, että puhuja esiintyy tässä tapauksessa ikään kuin kaikkien vanhempien edustajana. Tällä viitataan jo aiemmin Billigin (1987: 88) esiintuomaan konsensukseen. Sen tavoitteena on osoittaa, että argumentin esittäjä ei toimi pelkästään omissa nimissään, vaan asia kuuluu muillekin ja tällöin on hyvä esiintyä laajemman joukon edustajana.

Omia lapsia vakuuttamisen tehokeinona ja tunteen herättäjänä käytetään myös esimerkeissä (14) ja (15), joissa huomattavaa on jälleen vanhemman vallankäyttö lapsensa elämän ohjaajana.

- (14) Jos Nato-Niinistö voittaa, pojistani tulee siviilipalvelusmiehiä, kyllä omaa maata pitää puolustaa, mutta en amerikan takia ”uhraa” poikiani. (Pohjalainen 24.1.2006).

Puhuja antaa viestissä (14) kuvan siitä, että hänellä vanhempana on kaikkivoiva oikeus *uhrata* lapsensa tai ”pelastaa” heidät tekemällä heistä *siviilipalvelusmiehiä* riippuen siitä valitaanko presidentiksi *Nato-Niinistö*. Puhuja synnyttää viestissään selvän vastakkainasettelun tunteen, jonka pohjalta ainakin viestinlähettäjän on ollut helppo tehdä valinta äänestyspäätöksessä.

- (15) Maakunnan naiset, jos äänestätte Niinistöä, mennään Natoon ja lapsemme joutuvat sotimaan maailmalle. Sitten on turha itkeä. (Pohjalainen 19.1.2006)

Jälleen puhuja ottaa esille Naton ja esittää sen vievän *lapsemme sotimaan maailmalle*.

Viesti on edellisiä vieläkin vetoavampi. Nato vie lapset auttamatta sotaan. Lapsi sodassa on vanhemmille varmasti mitä pelottavin ja epämiellyttävän tilanne, ja siihen puhuja myös tässä viittaa. Aristoteleen muistutus siitä, että pelko esiintyy vahvimpana silloin, kun tilanne ei ole omissa käsissä ja apua ei ole saatavilla viitanee juuri tällaiseen tilanteeseen. Oma lapsi arvaamattomassa sotatilanteessa tai mahdollisuudessa joutua tällaiseen paikkaan luo omalta osaltaan pelon tunnetta ja tekee viestiin vakuuttavuutta.

Toisenlaisiakin näkemyksiä puhujilla on. Haloseen viittaavat viestit ottavat kantaa erityisesti siihen, mitä uhkia liittoutumattomuus Suomelle saattaisi tuoda, kun puolestaan Niinistöä koskevat viestit ovat huomattavan usein Nato-aiheisia. Seuraavat esimerkit (16) ja (17) vetoavat ennen kaikkea maailmanpoliittisen tilanteen epävakauteen ja Suomen säilymiseen puolueettomana.

- (16) Onko tosiaan niin, että Tarja sanoo 6v Natolle ei? Apua, maailma muuttuu arvaamattomasti! Entä jos apu tarpeen, miten sitten käy, miettikää sitä! Sauli pressaksi! (Pohjalainen 21.1.2006).
- (17) Apua, jos Sauli valitaan, muuttuu Suomen vaalima kuva maailmalla puolueettomasta maasta, Nato-jäsenyysinto tukee amerikkalaista ulkopoliitikkaa. (Pohjalainen 26.1.2006)

Esimerkissä (16) puhujan uhkakuvana on se, että mikäli Suomen turvallisuuspoliittinen tilanne muuttuu yhtäkkiä dramaattisesti, ei Suomella Halosen linjan mukaan ole saatavilla apua ympäristövaltioilta. Ilmaukset, *apua, miten sitten käy ja miettikää sitä*, ovat selviä päätöksellisiä sanamuotoja, joilla puhuja pyrkii synnyttämään huolta ja epävarmuutta, mikäli äänestyspäätös kallistuu Haloseen. Lopun *Sauli pressaksi* voidaan tulkita kertaamiseksi tai jonkinlaiseksi vahvistukseksi, mutta toisaalta tekstin täytteeksi, Viestin alkuosa kertoo jo tarpeeksi ollakseen vakuuttava ja ilmentääkseen puhujan mielipiteen.

Esimerkki (17) alkaa tunteikkaasti avunpyynnöllä, ikään kuin hädässä olevan valituksena tilanteesta, johon ollaan ajautumassa. Puhuja pelkää jo pahinta ja vetoaa tätä kautta kuulijoiden tunteisiin. Päätöksen yhteydessä puhujan on tiedettävä, missä tunnetilassa

kuulijat ovat ja kyettävä mukauttamaan puhetta niin, että tuo tunnetila muuttuu puhujan näkökulmasta tarkoituksenmukaiseen suuntaan. Ilmapiiri tuohon aikaan oli Suomessa hiukan Nato-vastainen ennen kaikkea siitä syystä, että puolustusliitto uhkaa kansan mielestä suomalaisten puolueettomuutta ja saattaa viedä suomalaiset rajojen ulkopuolelle taistelutehtäviin.

Viestissä (17) puhuja selvästi nojautuu tähän tunnetilaan ja on mukauttanut viestinsä siten vakuuttamaan pyrkiväksi. Retoriikan hallinnan kannalta keskeistä on, herättääkö puhe iloa, vihaa vai pelkoa, kuten tässä tapauksessa ja mikä merkitys tällä pelon herättämisellä on. Pelkäämme ennen kaikkea sitä, mikä saattaa aiheuttaa suurta tuskaa ja tuhoa, ja näitäkin vain, jos ne näyttävät olevan lähellä uhkaamassa; kaukaisia asioita ei juuri pelätä. Mutta Nato-jäsenyys ja siitä seuraavat uhkakuvat näyttävät olevan omiaan pelon tunteiden luomisessa. (Aristoteles 1997: 71, Puro: 2005: 32-33.)

Turvallisuuspolitiikka-aihe oli presidentinvaaleissa päätökselle otollinen, sillä aihetta sivusivat juuri tunteita herättävät liittoutumattomuus ja mahdollinen Nato-jäsenyys. Huomattavaa viestien suuntauksissa oli se, että iso osa niistä oli kohdennettu vanhemmille ja niissä viitattiin paljon lasten tulevaisuuteen.

5.2.2 Puoluekanta

Yksi päätöselementtien ryhmistä viesteissä on puoluekantaan heijastavat ilmaukset. Sosiaalidemokraatteihin kuuluvaa Halosta pidettiin ennen kaikkea Suomen ammattiliittojen keskusjärjestö SAK:n ehdokkaana ja Niinistön uskottiin saavan porvariston ja yrittäjien kannatuksen. Sisällytin tähän luokkaan myös poliittiseen ideologiaan viittaavat viestit.

Eräs näkyvimmistä aiheista tässä luokassa oli keskustelu maaseutupolitiikasta, joka nousi tapetille vaalien toisella kierroksella maalaispuolue keskustan pääehdokkaan tiputtua. Oman

väryksensä tilanteeseen toi se, että edellisissä presidentinvaaleissa vuonna 2000 Niinistö oli vasta vaalien jälkeen ilmoittautunut Keskustan ja maaseudun pääehdokkaan Esko Ahon tukijaksi. Kun Keskustan äänet olivat nyt vapaina, varsinkin Halosen kannattajat muistuttivat voimakkaasti vuoden 2000 tapahtumista.

- (18) Arvoisa maatalon rouva, äänestä vaan sos. Näin varmistat pellon ja metsän kiinteistöveron. (Pohjalainen 26.1.2006).

Esimerkissä puhuja käyttää kohteliaisuuden keinoa ja sarkasmia negatiivisten tunteiden herättäjänä. Kuitenkin puhujan viestin vakuuttavuus piilee siinä, että fakta puhuu puolestaan. Puhuja ei selittele, esittele tai kyseenalaista, vaan toteaa yleisenä totuutena, että sosiaalidemokraattia tukemalla *varmistetaan* pellon ja metsän kiinteistövero. Blomstedt (2003: 24) toteaa: ”Tällaisessa tapauksessa puhuja pyrkii saamaan aikaan mielikuvan, että kyseessä ei ole mitään retoriikkaa, vaan puhe on täyttä totta, eikä kaipaa perusteluja.”

Aristoteles huomauttaa päätöksestä puhuessaan sen negatiivisia tunteita stimuloivan vaikutuksen. Vaikka edellä käsitelty viesti (18) alkaa kohteliaasti, jää viestistä negatiivisuutta ja sarkasmia kumpuava mielentila, koska puhuja puhuu ilmeisen ikävän asian mahdollisuudesta. Paatos ei kuitenkaan tarkoita Aristoteleella (1997) pelkkää tunnetilaa, vaan se on tietynlainen tilanteen arviolle perustuva toimintavalmius. Esimerkiksi edellä mainitun viestin negatiivisuus ja jopa viha on Aristoteleen mukaan tietty tunnetila, johon liittyy halu kostaa aiheeton loukkaus. Retoriikassaan Aristoteles korostaa tunteiden merkitystä ihmisten välisessä kommunikaatiossa myös siksi, että oppisimme kokemaan niitä tarpeeksi voimakkaina (Kakkuri-Knuutila 1998: 243).

Negatiivisten tunteiden käyttö ja jopa suuttumuksen lietsonta ovatkin yksi vakuuttavuuden keinoista. On selvää, että puheen avulla vastaanottajat pitää saattaa sellaiseen tilaan, että he ovat alttiita suuttumaan. Vastustajat on osoitettava syypäiksi sellaisiin asioihin, joita kohtaan tunnetaan suuttumusta, ja nämä on osoitettava sellaisiksi ihmisiksi, joille suututaan. (Aristoteles 1997: 65.)

- (19) Jos haluat Suomeen lisää elintasopakolaisia ja luvan homoille vaikka synnyttää, niin äänestä Tarjaa. Koti, uskonto, isänmaa= Niinistö. (Pohjalainen 22.1.2006).
- (20) Niinistö näkee tuloerot työläistä kannustavina. Hänetkö aiot äänestää Suomen arvojohtajaksi? Vastakkainasettelun aika on todellakin nyt! (Pohjalainen 28.1.2006).

Viesteissä (19) ja (20) puhuja pyrkii saattamaan vastaanottajan suuttumuksen tilaan kertomalla mahdollisesti negatiivisia skenaarioita, mikäli vastaehdokas voittaa. Viestissä (19) Halosen kannattajat leimataan elintasopakolaisuutta ja homojen synnytysoikeutta suosiviksi isänmaan pettureiksi, ja viestissä (20) Niinistön kannattajia syytetään tuloerojen kasvattamisesta. Puhuja siis pyrkii osoittamaan vastustajan syyppääksi sellaisiin asioihin, joita kohtaan koetaan suuttumusta, ja luo tällä keinoin vakuuttavuutta.

Aristoteles (1997) huomauttaa useissa kohdissa, että poliittisissa puheissa voi kiistellä väittämällä, että jokin ei tule tapahtumaan tai että se, mitä vastustaja suosittaa on toteutuessaan epäoikeudenmukaista tai vahingollista. Tähän ilmiöön on selvä viittaus jo viestissä (19). Yhtä selvästi asia tulee ilmi viestissä (21), jossa puhuja luo uhkakuvia mahdollisesta Niinistön valinnasta.

- (21) Äänestätkö muutosta? Suuremmat optiot ja tuloerot, lisää ydinvoimaa, ehkä Nato-tukikohta. (Pohjalainen 24.1.2006.)

Kuten Aristoteles (1997: 65-70) viittaa, päätöksen keinot ovat moninaiset ja näyttää siltä, että usein puhuja perustaa väitteensä ainoastaan oveluuteen tai ajatuksenvirtaan.

- (22) Kokoomus oli 16 vuotta hallituksessa, ja kaikki asiat päin seiniä, ei edes 4 vuotta riitä munausten korjaamiseen. Ajatella, vielä pressakin kokoomuksesta? (Pohjalainen 3.1.2006).

Kuten viestin (18) yhteydessä todettiin, tyypillinen päätöksen keino on ohimennen todeta asiaintila ainoana totuutena. Vastaanottajalle pyritään saamaan tunne, että asia on näin, ei

vastaansanomista. Esimerkkiviestin (22) vaikuttavuus piilee siinä, että puhuja sanoo muutamalla sanalla huonoista ajoista ja pelkää vielä pahempaa tulevaisuutta. Puhuja on lisäksi käyttänyt viestissään ääri-ilmaisuja, jotka ovat Jokisen ym. (1999) yksi vakuuttamisen keinoista. *Kaikki asiat päin seiniä* on ääri-ilmaisu, joka luo puolueen toiminnasta vastaansanomattoman kuvan siitä, että kaikki asiat ovat hoidettu huonosti.

Kakkuri-Knuutila (1998: 243) korostaa Aristoteleen esille tuoman poliittisen puheen pääväitteen tärkeyttä. Poliittisen puheen pääväite eli topos pyrkii Aristoteleen mukaan *joko tekemään teon A, tai pidättäytymään teosta A*.

(23) Äänestä koko kansan Saulia, eikä SAK:n ja vasemmistoliiton Halosta!
(Pohjalainen 27.11.2005)

Viestissä (23) ilmenee selvästi se, miten puhuja kääntää toimimaan ja mistä pidättäytymään. Aristoteles ohjeisti lisäksi puhujan esittelemään perusteluissaan, mitä hyviä seurauksia teolla A on, ja mitä huonoja seurauksia teolla A on. Vaikka viestissä (23) ei suoraan puhuta seurauksista, niihin viitataan termeillä *koko kansan* ja *vasemmistoliiton*. Eli Saulia äänestämällä puhujan mukaan saataisiin koko kansan presidentti ja Halosen puolestaan valitsemalla presidentiksi tulisi vasemmistoliittolainen.

Koko kansan Sauli -ilmauksella on toisenlainenkin paatoksellinen ote. Sitä on käytetty luomaan kuva maamme kaikkien kansanosien johtajasta. Vakuuttamisessa ääri-ilmauksella voidaan tuottaa kuvaa jonkun toiminnan säännönmukaisuudesta, jolloin se on vakavasti otettavampaa kuin satunnainen tai puolittainen toiminta. Esimerkkiviesteissä ääri-ilmaukset ovat ainoa tehokeino, sillä asioita ei sen kummemmin perustella. Ääri-ilmausten käyttäminen viestii siitä, että tekstillä on korostetusti kantaaottava tehtävä. Suomalaisessa vähäeleisessä ja hillityssä keskustelukulttuurissa kovin voimakasta argumentointia ei kuitenkaan välttämättä pidetä parhaana mahdollisena vakuuttamiskeinona (Jokinen ym. 1999: 151, Rahkonen 2006: 101-102).

5.2.3 Persoona

Ehdokkaiden persoonaan viittaavia paatoselementtisiä viestejä on aineistossa runsaasti, ja niistä on selkeästi löydettävissä yhtäläisyyksiä. Halosta koskevat viestit ovat suurelta osin viittauksia hänen ulkonäkönsä antamiin mielikuviin, kun puolestaan Niinistöstä kertovat arviot perustuvat enemmän luonnekuvauksiin.

Halosen persoonaa arvioitaessa on huomattava sukupuolen merkitys. Koska kyseessä on nainen, näyttää siltä että persoonaan liitetään miestä helpommin pukeutumisesta ja ulkomuodosta kumpuavia aineksia. *Muumi*, *noita-akka*, *tantta* ovat viesteistä poimittuja ilmauksia, jotka eivät suoranaisesti liity Halosen persoonaan. Vaalien alla ja eri haastatteluissa media nosti esille Halosen mahdollisen äkkipikaisuuden ja pehmeän ulkokuoren alta paljastuvan kovan johtajan, eikä tämä jäänyt näkymättä viesteissä.

Niinistön persoona on suurelle kansalle ehkä hillitympi. Rullaluisteleva, joskus tupakankin sauhutteleva puolivallaton leskimies, kuten hän itseään mielellään mainostaa, ei saa aikaan Halosen lailla aikaan ulkonäöllisiä vertauksia. Aineiston viestit puuttuvatkin lähinnä hänen käytökseensä ja ulosantiinsa sekä keskustelutaitoihin.

- (24) Halonen pressaksi. Luuta alle ja huivi päähän, tulisi Suomelle valtiovierailut halvaksi! Nimimerkki nro 3. (Pohjalainen 13.1.2006).
- (25) Niinistö on itsekäs, lapsellinen suupaltti, ei ole presidenttiainesta. (Pohjalainen 16.12.2005).

Näissä esimerkeissä (24) ja (25) ensimmäinen ottaa kantaa julkisuudessa esillä olleeseen Halosen pukeutumiseen, vihjaillaan noita-akkamaiseksi ja lopuksi vielä annetaan vihje puhujan mielestä paremmasta ehdokkaasta (Niinistöstä). Esimerkki 25 puolestaan tuomitsee Niinistön luonteen ja käytöstavat yksiselitteisesti presidentille sopimattomiksi.

Aristoteles (1997: 124) luonnehtii vertailua tietyin varauksin yhdeksi retoriikan keinoista ja

aineiston paatoselementtiset viestit sisältävät myös vertailevaa ainesta. Halosta koskevissa viesteissä huomattavaa on edelleen hänen ulkomuotonsa ja persoonansa välittämä mielikuva.

- (26) Vihainen muumimamma on näyttänyt kykynsä. Nyt tarvitaan edustuskelpoinen henkilö edustamaan Suomea. (Pohjalainen 20.1.2006).
- (27) Kansa haikailee Kekkosen perään. Niinistössä on samanlaista jämäkkyyttä kuin Urkissa. Äänestäkäämme kaikki Saulia. (Pohjalainen 10.1.2006).

Kakkuri-Knuutilan (1998) mukaan vertailemme usein olosuhteita tai persoonia kahdessa tai useammassa tapauksessa osoittaaksemme, että se mikä on totta toisessa tapauksessa, pitäisi olla totta myös toisessa. Vakuuttavan viestin rakenteessa tällöin on kuitenkin tärkeää se, ovatko kahden tapauksen yhtäläisyydet todellakin suurempia kuin eroavaisuudet. Aristoteles (1997: 124-125) pitää vertailua käyttökelpoisena vakuuttamisen keinona, kun sitä käytetään tarpeeksi harvoin ja sopivassa kohdassa. Runoluontoisuutensa vuoksi liikaa käytettyinä niiden teho häviää.

Esimerkissä (26) ei ole kyse niinkään rinnastuksesta tai vertailusta, vaan enemmänkin ivasta ja pilkasta, jossa Halosta kutsutaan piirroshahmoksi todennäköisesti pukeutumisen ja ulkonäön antamien mielikuvien vuoksi. Lisäksi puhuja epäilee Halosen edustuskelpoisuutta ja aikaisempia näyttöjä tehtävässä. Viestin vakuuttavat ainekset perustuvat vihan ja epäsuosion tunteen luomiselle, mutta viestin sanoma kääntyy tällaisessa tapauksessa myös helposti puhujaa vastaan, vihamielisestä yleissävystä johtuen.

Esimerkki (27) puolestaan on selvä rinnastus, jossa Niinistöä verrataan suomalaisten keskuudessa voimakkaita mielikuvia herättävään Kekkoseen. *Kansa haikailee Kekkosen perään, Niinistössä on samanlaista jämäkkyyttä* – ilmaukset ovat vertailua, jolla vastaanottajalle pyritään saamaan tunne siitä, että samanlaisista henkilöistähän tässä on kyse. Eri asia on, mitä mieltä vastaanottajat ovat voimakkaasti mielipiteitä jakavasta

entisestä presidentistämme.

- (28) Suomeen on tulossa todella istuva presidentti. Niin alkaa olla mamman askel lyhyt, tuskin kengän mittainen, kuinkahan on työkuannon laita? (Pohjalainen 26.1.2006.)
- (29) Tarjalla on vankan tiedon, taidon ja kokemuksen lisäksi lämmintä viisautta ja ymmärrystä. Ne kovalta jankuttaja-Nato-Saulilta täysin puuttuvat. (Pohjalainen 22.1.2006.)

Viesti (28) on provosoiva kannanotto Halosen iästä ja vanhenemisesta. Puhuja epäilee Halosen *työkuntoa* ja vihjailee kielikuvalla *istuva presidentti*. On vastaanottajasta kiinni, onko tällainen eetokseen perustuva mielialan säätely tehokasta vai ei ja joutuuko vastaanottaja puhujan haluamaan tunnetilaan (Aristoteles 1997: 10-11). Viesti (29) on vertailevainen ja puolestaan ylistää Halosen taitoja sekä kokemusta, mutta myös lämmintä viisautta, joka puhujan mukaan hänestä välittyy, toisin kuin *jankuttaja-nato-Saulilta*.

5.3 Logoselementtien analyysi viesteistä

Aristoteles (1997: 196) sanoo: ”Vastaanottajat tulevat vakuuttuneeksi puheen perusteella silloin, kun puhuja osoittaa, mikä on totta, tai mikä on todelta näyttävästi uskottavaa kussakin asiassa.” Logos on kolmijaon elementeistä kenties vahvin. Puhujan on osattava esittää itsensä luonteeltaan arvostusta ja luottamusta herättävänä henkilönä ja kyettävä herättämään yleisössään asiansa kannalta oikeanlaisia tunteita. Tämä on kuitenkin vaikeaa, ellei puhuja osaa esittää todisteluja ja perusteita näkemystensä tueksi. Siksi puhujan on tunnettava vakuuttavan argumentoinnin keinot ja retoriikan teoria on rakennettava argumentoinnin teorian pohjalle. (Emt.196.)

Logoksen yhteydessä on syytä nostaa esille erilaiset päättelyn keinot, jotka tämän elementin yhteydessä ovat yleisiä. Aristoteleen mukaan ihmissielulla on luontainen kyky muodostaa yleiskäsitteitä ja yleistyksiä, ja tätä vaihetta Aristoteles kutsuu nimellä *induktio*. Käsitteellä

tarkoitetaan useimmiten yleiskäsitteen tai yleisen mielipiteen ja periaatteen tunnistamista esimerkkitapausten pohjalta. Induktiiviselle päättelylle on ominaista, että siinä rajoitetusta yksittäistapausten joukosta tehdään yleistys, joka koskee kaikkia samaan ryhmään kuuluvia tapauksia. (Aristoteles 1997: 14.)

Logoksen keinoin vaikuttavia viestejä aineistosta löytyi kaikkiaan 69. Kuten Taulukko 3 kertoo, viestit jakautuivat tasaisesti molempien ehdokkaiden kesken, ainoastaan sukupuolta koskevissa viesteissä Halonen erottui selvästi. Viestit on jaettu kolmeen luokkaan, jotka ovat sukupuoli, poliittinen ideologia ja persoona.

Taulukko 3. Logos-elementit luokittain.

Logos-luokka	Halonen	Niinistö
Sukupuoli	14	10
Poliittinen ideologia	10	11
Persoona	12	12
Yhteensä	36	33

Vuoden 1994 presidentinvaaleista lähtien kansaamme on ollut pikkuhiljaa juurtumassa ajatus, että maan päämiehen ei välttämättä tarvitse olla mies. Tämän jälkeen naisten kannatus ja kansalaisaktiivisuuden voima on pysynyt jatkuvasti korkeana ja etenkin naiset ovat ryhmittyneet naisehdokkaiden taakse. Taustalla on ollut naisliikkeen ja tasa-arvopolitiikan vaatimus miesten ja naisten tasapuolisesta poliittisesta edustuksesta. Asenteiden muuttuessa puolueiden ja kannattajien on ollut pakko huomioida sukupuolijako ehdokkaita tuettaessa. (Kuusipalo 2000: 41.)

5.3.1 Sukupuoli

- (30) Naisten asema ei ole tullut paremmaksi Halosen aikana. 80 % miesten palkasta. Äänestän Saulia! (Pohjalainen 28.1.2006).

Viestissä (30) puhuja esittelee perusteensa äänestää Niinistöä viittaamalla Halosen ensimmäisen kauden saavutuksiin. Puhuja ottaa väitteessään esille naisten aseman ja mahdollisen epätasa-arvon palkkauksessa ja pyrkii lisäämään vakuuttavuuttaan prosenttiluvulla.

Jokinen ym. (1999: 140) viittaa edellä esiteltyyn ilmiöön toteamalla, että poliittisessa puheessa on melko tyypillistä käyttää sen kaltaista retoriikkaa, jossa esimerkiksi talouden lainalaisuuksista tulee itsestään selviä faktoja, ja lopulta myös toimijoita, joiden liikkeisiin meidän ihmisten on sopeuduttava. Tätä kutsutaan myös niin sanotuksi vaihtoehdottomuuspuheeksi, joka rakentaa vain yhdestä vaihtoehdosta ja toimintatavasta mahdollisen tai järkevän ja siten tehokkaasti tukahduttaa alleen vaihtoehdotset katsantokannat. Toisaalta viestissä on viitteitä myös kvantifioinnista, eli määrällistämisestä vakuuttavuuden lisäämiseksi.

Syllogismi on loogisen päätelmän muoto, jossa perusteluita seuraa niistä tehty johtopäätös. Syllogismi on rinnastettavissa retoriikan lajien yhteydessä esiteltyyn enthymemaan, sillä molemmat ilmiöt ovat sidoksissa toteennäyttämiseen tai näennäiseen toteennäyttämiseen. Aristoteles (1997: 12-13) puhuukin retoriikka-teoksensa myöhemmässä vaiheessa syllogismista enthymemana.

Logoksen yhteydessä Aristoteles (1997) jakaa enthymeman synnyn neljään lähtökohtaan. Todennäköisyysarvostelmaan, esimerkkiin, todisteeseen ja merkkiin. Näistä aineksista on siis mahdollista muodostaa enthymeman tyyppinen päättelyketju. Viesti (31) sisältää selkeästi todisteeseen pohjautuvan enthymeman.

- (31) Arvon naiset. Suomeen on jo kerran valittu nainen korkeimpaan virkaan. Näin Suomi on osoittanut tasa-arvon. Nyt asia ok, aika valita pätevin. (Pohjalainen 24.1.2006).

Viesti (31) on tyypillinen logoksen elementtejä sisältävä enthymema ja päätelmäketju, jossa puhuja pyrkii vakuuttamaan totuuksilla. *Suomeen on jo kerran valittu nainen korkeimpaan virkaan* (totuus), *Suomi on osoittanut tasa-arvon* (totuus). Päätelmä: Nyt voidaan valita pätevin. (Puhujan mukaan Niinistö?). Aristoteles puhuu tällaisessa päättelyketjuista johtopäätökseen etenevissä puheenvuoroissa syllogismista, jota pidetään ensimmäisenä systemaattinen logiikan järjestelmänä. (Aristoteles 1997: 12).

Viestissä (31), kuten hyvin useassa logosaiheisessa puheessa puhuja toimii samalla myös neuvonantajana. Aristoteleen (1997: 16-17) mukaan neuvonantajan päämäärä on joko hyödyllisyys tai vahingollisuus. Neuvonantaja kehuu pitäen jotakin ratkaisua parempana, tai moittii jotain ratkaisua huonommaksi. Aineiston viesteissä puhujan päämäärä on hyödyntää oman ehdokkaan asemaa, tai vahingoittaa vastaehdokkaan tilannetta.

- (32) Naiset loukkaantuneet, mutta kenelle? Minä ainakin Kataiselle. Naiset osaavat tehdä oikeita päätöksiä sekä samalla olla säästäväisiä. (Pohjalainen 6.1.2006.)

Viesti (32) sisältää vasta-argumentin ja ottaa samalla kantaa sukupuolen käyttäytymiseen. *Naiset osaavat ja oikeita ovat vahvoja sanamuotoja*, eivätkä tässä muodossa tarvitse välttämättä perusteluja. *Loukkaantumisesta* puhuttaessa viitataan todennäköisesti Halosen kampanjaväen naisille suunnattuun vetoomukseen, jonka mukaan naiset voisivat ratkaista vaalit jo ensimmäisellä kierroksella ja näin säästyisi valtion rahoja.

Logosta esitellessään Aristoteles selvittää loogisessa vakuuttamisessa ja enthymeman synnyttämisessä tarvittavia asioita. Yksi tällaisista on *esimerkki*, joka on rinnastettavissa induktioon. Aristoteleen (1997: 13, 199) mukaan esimerkki on päätelmä, jossa haluttua johtopäätöstä tuetaan viittaamalla tavallisesti yhteen yksittäistapaukseen. Esimerkissä

päätelmä etenee yksittäisestä yksittäiseen tai samanlaisesta samanlaiseen, kuitenkin siten että yhden alatapausten pohjalta on tehty yleistys.

- (33) Saksaan, Chileen ja Liberiaan valittiin naisjohtaja. Halonen on näyttänyt hienoa esimerkkiä! (Pohjalainen 27.1.2006.)

Aristoteles korostaa esimerkkien merkitystä poliittisissa puheissa: Poliittiset puheet koskevat tulevia tapahtumia, joten niistä on puhuttava esimerkein, jotka on valittu menneisyydestä. Viestissä (33) Halonen on alatapausta, jonka esimerkin vuoksi puhujan mielestä on syntynyt yleistys, eli kolme muuta naisjohtajaa (Aristoteles 1997:13, 199, 150-151).

5.3.2 Poliittinen ideologia

Poliittista ideologiaa sivuavissa logos-viesteissä ovat suurelta osin viittauksia ehdokkaiden vaalikampanjoissaan painottamiin asioihin, joita puhujat tuovat omina totuuksinaan ja päättelyketjuissaan esille. Puoluetaustansa vuoksi Niinistö oli esiteltävissä vaihtoehtona istuvalle ”demaripresidentille”, kun taas Halosen kannattajat saattoivat luottaa ehdokkaansa saavutuksiin virassa. Logos-elementtienkin osalta kaksintaisteluasetelma oli siis otollinen. (Karvonen 2006: 126.)

- (34) Halosen tasa-arvopolitiikkaa: ”hedelmöityshoidot vain naispareille”. Onhan miesparienkin hoidot luonnottomia. Ajaako H vain naisten asiaa? (Pohjalainen 6.1.2006).

Esimerkki (34) sisältää selkeän logoksen keinon, jossa puhuja esittää väitteen ja perustelun sen perään. Viestin vakuuttavuus piilee loogisesti etenevässä ajatuksenkulussa ja vastaanottajan ajatuksia helpottamaan puhuja heittää vielä lopuksi ilmaan kysymyksen:

Ajaako H vain naisten asiaa? Logoksen yhteydessä puhutaan yleisesti argumentoinnista, jolla tarkoitetaan järkevien ja johdonmukaisten perusteluketjujen rakentamista esitykseen, ja tästä hyvä esimerkkinä toimii kyseinen viesti.

- (35) Niinistön vastakkainasettelun poisto tarkoittaa, että kaikki palkansaajat ehdoitta suurpääoman omistajiksi. (Pohjalainen 26.1.2006).

Esimerkki (35) sisältää myös selkeän argumentin, mutta ilman perusteluja. Viestissä viitataan Niinistön ”vastakkain asettelun aika on ohi” -kampanjaan, mutta perusteluja väitteille puhuja ei esitä.

- (36) Kun esiintyy niin ylimielisesti kuin kokoomus kuusi vuotta sitten, on mielestäni täysin mahdotonta edes ajatella kepulaisten äänestävän kokoomuslaista. (Pohjalainen 19.1.2006).

Yksi keskeisimmistä logoselementtisistä viesteistä (36) pohjautuu vuoden 2000 vaalien tapahtumiin, joihin viitattiin jo päätöksen yhteydessä. Niinistön jälki-ilmoittautumisesta Ahon tukijaksi tuli Halosen kannattajien lyömäase ja koston peloteltiin olevan suloinen.

- (37) Niinistö ja kokoomus petti kuusi vuotta sitten Esko Ahon. Maksetaan nyt potut pottuina (Pohjalainen 27.1.2006).
- (38) Kokoomus ja Niinistö petti Esko Ahon viime pressanvaalissa. Siksi Niinistö ei varmaankaan saa Keskustan ääniä. (Pohjalainen 19.1.2006).

Aristoteles (1997: 44) toteaa kostamisen perustuvan nautinnon hakemiseen. Kostaminen on nautinto, sillä on nautinnollista saada sellaista, jonka saamatta jääminen aiheuttaa kärsimystä. Kostamalla pyritään myös voittamaan. Voitto on nautinto, ei ainoastaan voitonhaluisille, vaan kaikille. Voittaminen eli tässä tapauksessa oman ehdokkaan onnistuminen synnyttää paremmuuden mielikuvan, jota kaikki haluavat. Toisaalta myös pelkkä puhdas kosto (37) näyttää riittävän motiiviksi.

Tässä tapauksessa puhuja perustaa logoksen tavalle ominaisesti argumenttinsa totuudelle, eli

viittaukselle siitä, mitä tapahtui aiemmissa vaaleissa. Mutta viestien suurempi vakuuttavuus piilee niiden viimeisissä lauseissa; *Maksetaan nyt potut pottuina ja Siksi Niinistö ei varmaankaan saa Keskustan ääniä*. Edellisessä puhuja lietsoo ympärilleen kostomielialaa ja passiivimuodon käyttö koettaa luoda yhteisöllisyyttä.

Jälkimmäisessä (38) puolestaan koston tapahtuminen on vain oletusarvoista ja vihjailevaa, mutta se luo silti vakuuttavuutta ja mielikuvan siitä, että näin saattaa käydä. Puhuja siis ulkopuolisena tarkkailijana vihjailee, että kansa on kostonhaluinen ja se hakee nautintoa kostamalla edellisvaalien tapahtumat.

5.3.3 Persoona

- (39) Sauli menetti vaimonsa onnettomuudesta. Sauli selvisi tsunamin raivosta. Hän on vahva mies, katsoo tulevaisuuteen, on ollut pakko selvitä! Kuuluu kirkkoon. (Pohjalainen 28.1.2006)

Viestissä (39) puhuja suorittaa edellä esitellyn induktiivisen päättelyn, joka etenee yksittäisistä havainnoista yleiseen mielipiteeseen. *Sauli menetti vaimonsa, selvisi tsunamin raivosta, on ollut pakko selvitä*, ovat yksittäisiä havaintoja, joista puhuja on tehnyt yleisen mielipiteen: *Hän on vahva mies, katsoo tulevaisuuteen*.

- (40) Presidentti ei voi vaikuttaa kansalaisten arkipäivään mitenkään! Halonen on puolueelleen kiltti ja kuuliainen. Valitsemme kansallista keulakuvaa. (Pohjalainen 28.1.2006.)

Viesti (40) on logosta tyypimmisillään ja johdonmukaisimmillaan. Tosiasiaväite, jota seuraa vahvistus ja lopuksi kertaus. Vastaväittäjien on vaikea tarttua viestissä mihinkään isoon epäkohtaan, joskin ääri-ilmaisu *mitenkään* saattaa heikentää viestin vakuuttavuutta. Puhujan esittämä väite siitä, että presidentti ei voi vaikuttaa kansalaisen *arkipäivään mitenkään* saa kiinnittää vastaanottajan huomion ehkä turhankin paljon mahdollisimman suuren vakuuttavuuden kustannuksella.

- (41) Ajatelkaas, eikö olisi mahtava fiilis, jos saisimme Saulin pressaksi!
Hän on rehti, ryhdikäs, reilu suomalainen. Hän arvostaa suomalaista ruokaa ja työtä. (Pohjalainen 26.1.2006)

Viesti (41) puolestaan aloitetaan syy-seuraussuhteisella kysymyksellä. *Eikö olisi mahtava fiilis, jos* pyrkii saamaan vastaanottajan uskomaan Niinistön valinnan tuovan hyvää mieltä. Viesti jatkuu sitten persoonan ja faktanomaisten ominaisuuksien esittelyllä. Viittaamalla *suomalaiseen ruokaan ja työhön* puhuja vielä nostaa esille suomalaisten suuresti kunnioittamat perusarvot, joita viestin mukaan myös Niinistö *arvostaa*.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Presidentinvaalit 2006 kirvoitti Pohjalaisen tekstaten-palstan osallistujat värikkääseen sananvaihtoon vaalikamppailun aikana. Vaalikamppailun taistelupari Niinistö ja Halonen saivat palstalla osakseen niin tunnustusta kuin kritiikkiä tukijoukkojen ja kannattajien välisissä keskusteluissa. Huomiota herättävää viestien yleisluonteessa oli se, että moni niistä tähtäsi vakuuttamaan vastaanottajan äänestyspäätökseen usein hyvin suoraankin.

Lähdettäessä tarkastelemaan eetos-aiheisten viestin luokkia ja lukumääriä, silmiinpistävää on eri osioiden jakaantuminen. Sukupuoleen viittaavat viestit koskevat suurelta osin Halosta, mutta poliittista ideologiaa ja ryhmään vetoavia viestejä hallitsee suurelta osin Niinistö. Poliittisen ideologia-osion viestien suosio Niinistön kohdalla perustuu varmasti jo aikaisemminkin hänen luomaansa vastakkainasettelu-lähtökohtaan, jossa nostettiin esille porvarit-työläiset kortti. Provisoiva vaalikampanja näytti herättäneen ainakin tekstaten-palstan kirjoittajat.

Ryhmään vetoamisten kohdalla on mielestäni turhaa väkisin etsiä mitään yksittäistä syytä Niinistö-aiheisten viestien suosioon ja koska sattumallakin on oma osuutensa, jätettäköön analyysi siltä osin auki. Kokonaisuutena eetos-luokasta voi todeta sen, että kuten oletettua oli, lukumääräisesti luokan viestit jäivät kolmijaon vähäisimmiksi jo edellä mainittujen perustelujen vuoksi. Sisällöltään viestit olivat kuitenkin silmämääräisesti ja rakenteellisesti hyvin jäsenneiltyjä, eikä niin sanottuja perusteettomia ”heittoja” tai herjoja tullut muihin luokkiin verrattuna niin paljon.

Yhteenvetoa tehtäessä eetos-aiheisten viestien sisällöstä, merkillepantavaa on se, että tässä ryhmässä puhujan suoranainen vaikuttaminen tai kehottaminen vastaanottajia äänestyspäätöksen suhteen oli laimeinta. Erilaisia käskyjä eetoksen varjolla toki ilmeni, mutta logos- ja etenkin paatosryhmiin nähden selvästi vähemmän. Kenties puhujat

ajattelivat olevansa auktoriteeteiltaan siinä asemassa, että se pelkästään on jo riittävä vaikutin ja näin turha käskyttäminen voi jäädä.

2006 vaalit olivat, kuten todettua, tunteita herättävät. Siitä kielii myös aineiston paatosviestien määrä. Etenkin turvallisuuspolitiikkaan viittaava aineisto edusti koko tutkimuksen suurinta luokkaa. Borg (2007: 44) toteaa, että Nato- ja liittoutumiskysymys nousivat vaalijulkisuudessa Niinistön ja Halosen erottaviksi seikoiksi äänestäjien kesken. Tässä eroavaisuudessa onkin varmasti eräs peruste turvallisuuspolitiikka-aiheisten viestien suosiolle aineistossa.

Paatos-viesteissä aineistossa huomioitavaa on myös se, että ne olivat suuressa määrin henkilökohtaisia tai koskettavia. Viesteissä viljeltiin paljon persoonapronomineja, viitattiin perheeseen, lapsiin ja kuolemaan. Tämä on toisaalta paatoksen keinoilla ymmärrettävää, mutta esimerkiksi odotetut viestit ehdokkaiden menneisyydestä tai toimintatavoista jäivät jopa yllättävän vähäisiksi. Joukossa oli toki esimerkiksi Halosen ulkonäköön viittaavia selvästi provokatiivisia kannanottoja. Paatoksen osalta aineiston voisi kiteyttää siten, että puhujat keskittyivät enemmän vastaanottajien ja äänestäjien toimintaan sekä mielipiteisiin, kuin ehdokkaiden edesottamuksiin.

Provokatiivinen sävy kuuluu paatoksen keinoihin ja puhujat ovat viesteissään joko tahallaan tai tahattomasti koettaneet suuttuttaa vastaanottajan. Aristoteleen (1997: 61-63) mukaan suuttunut tuntee välttämättä suuttumusta aina jotakin yksittäistä henkilöä tai asiaa kohtaan ja suuttumiseen liittyy aina jonkinlainen kostamisen toivon mielihyvä. Ihmiset suuttuvat niille, jotka puhuvat pahaa ja halveksivasti asioista, joita toiset itse eniten pitävät arvossa. Näin käy, kun esimerkiksi omaa suosikkiehdokasta solvataan. Suuttuneena ihmiset tekevät harkitsemattomia asioita, kenties tähän koettavat provosoijat myös vastaanottajia ajaa.

Logos-aiheiset viestit ylsivät lukumäärältään lähes paatoksen tasolle. Sukupuoleen viittaavat viestit edustivat tässä osiossa suurinta yksittäistä luokkaa, mikä oli toisaalta ennakoitavissa.

Sukupuoli oli ehdokkaiden osalta yksi kiistatta selvimmistä erottavista tekijöistä, ja tämän pohjalta on kohtuullisen helppo muodostaa päättelyketjuja ja yleistyksiä.

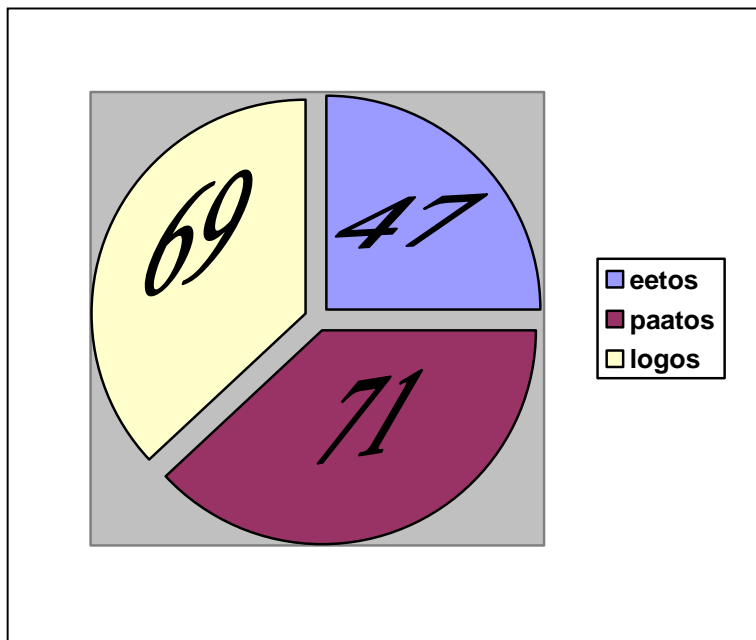
Poliittiseen ideologiaan viittaavien viestien aines oli poimittu pääasiassa ehdokkaiden vaalikampanjoiden teemoista. Kampanjoiden voidaan sanoa siinä mielessä onnistuneen, että vastaanottajat näyttivät tarttuvan niiden eri yksityiskohtiin erittäin tarkasti. Niinistöä koskeva viesti (39) on tietynlainen logosaineiston ilmentymä. Induktiivisella päättelyllä esille tuotuja mielipiteitä oman ehdokkaan puolesta ja ilmaistuna sanakääntein, joita on vaikea kumota. Puhuja on pyrkinyt vain tuomaan esiin totuuden, vastaanottajat saavat päättää onko se ”totuus” äänen arvoinen.

Aineistoon valitut viestit todistavat selvästi retoriikan käytön ja tavat tekstaten-palstalla. Puhujat käyttävät vakuuttamiskeinoissaan niitä tapoja, joita Aristoteles retoriikka-teoriassaan tuo esille. Hyvin usein vastaanottajat asetetaan viesteissä tilaan, joissa he saavat itse tehdä ratkaisunsa, kunhan ottavat huomioon viestissä esiin tulleet seikat. Tästä esimerkkinä viesti (19).

Kuviosta 4 huomataan, kuinka tasaisia paatos -ja logosluokat olivat. Syitä eetosaiheisten viestin vähäiseen lukumäärään aineistossa ollaan tässä työssä etsitty tekstiviestien rajoitetulla mitalla. Yksi syy voi olla myös henkilövaalien luonne, jossa puhujien on tuotava esiin ehdokastaan, ei itseään.

Kuvio 4. Viestien jakaantuminen aineistossa Aristoteleen kolmijako-opin kannalta.

(Yhteensä 187 kappaletta)



7 PÄÄTÄNTÖ

Tässä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään niitä retorisia keinoja, jolla sanomalehti Pohjalaisen tekstaten-palstan keskustelijat käyttivät vakuuttaessaan äänestäjiä vuoden 2006 presidentinvaaleissa. Keinojen analysoinnissa käytin hyväkseni Aristoteleen retoriikan kolmijakoa, jossa puheet jaetaan eetokseen, paatokseen ja logokseen. Tämän kolmijaon avulla pystyin esittelemään mielipidekirjoitusten yhteydessä esiin tulevia vakuuttamisen muotoja ja eroja.

Pureutuminen tekstiviestimielipiteisiin Aristoteleen retoriikan avulla osoittautui odotetun haastavaksi. Aineiston poikkeuksellinen luonne, aikaisempien tutkimusten vähäisyys sekä työn politiikkaa sivuavat ainekset loivat tutkimukselle moniulotteisen ympäristön. Haastavasta maaperästä huolimatta pystyin silti pääsemään käsiksi niihin vakuuttamisen keinoihin, joita asetin työn tavoitteeksi.

Jatkoa mietittäessä vastaavanlainen tutkimus olisi hyvä tehdä muutaman vuoden päästä uudelleen, esimerkiksi eduskuntavaaleista. Tekstiviesti-palstojen yleistyessä myös puhujien retoriset taidot harjaantuvat ja tuloksia niistä taidoista olisi mielenkiintoista vertailla tähän tutkimukseen.

Toinen mielenkiintoinen jatkotutkimuslinja olisi laajentaa aineistoa kattamaan useampia eri aiheita tekstaten-palstalta. Tutkimuksen aiheena olisi selvittää mistä aiheista, millä keinoilla ja minkälaisin määrin palstalla keskustellaan. Muuttuuko retoristen keinojen käyttö siirryttäessä poliittisista viesteistä esimerkiksi asiakaspalvelua koskeviin kannanottoihin? Näkyykö myös muissa aiheissa vakuuttamiseen ja vaikuttamiseen pyrkiminen, vai ovatko puhujien tavoitteet neutraalimpia?

Tekstiviesti-palstat ovat tuoneet mielenkiintoisen lisän ja mahdollisuuden kansalaiskeskusteluun, ja uskon sen suosion kasvaessa myös siitä tehtyjen tutkimuksien

määrän nousevan. Jatkotutkimuksissa aiheet varmasti laajenevat ja syvenevät, mutta olkoon tämä tutkimus yksi esimerkkitapa ja otos siitä, miten kyseessä olevaa ilmiötä voi tutkia.

LÄHTEET

- Aristoteles (1997). *Retoriikka. Runousoppi*. Suom . Paavo Hohti. Helsinki:Gaudeamus
- Aro, Jari (1999). *Sosiologia ja kielenkäyttö*. Tampere: Acta Universitatis.
- Billig, Michael (1987). *Arguing and Thinking: A Rhetorical Approach to Social Psychology*. Cambridge University Press.
- Billig, Michael (1991). *Ideology and opinions: studies in rhetorical psychology*. London: SAGE Publications..
- Blomstedt, Jan (2003). *Retoriikkaa epäilijöille*.78-82. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Borg Sami, Isotalus Pekka (2006). *Presidentinvaalit 2006. s. 7*
2006. Isotalus, Pekka, Borg Sami (toim.) Helsinki: WSOY.
- Borg Sami, (2006). *Presidentinvaalien äänestyspäätökset*. Teoksessa: *Presidentinvaalit 2006*. Isotalus, Pekka, Borg Sami (toim.) Helsinki: WSOY.
- Golden, James L., Berquist, Goodwin F. & Coleman, William E. (2000). *The Rhetoric of Western Thought*. Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Halonen, Tarja WWW-sivut (2007). Lainattu 18.8.2007: www.tarjahaloneni.fi
- Hemánus, Pertti (1972). *Sanomalehden pääkirjoituksen päämääristä ja keinoista*. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotustutkimuksen laitos.
- Hokkanen, Pekka (2004). *Kansalaiskeskustelu lisädinvoimasta - mielipidekirjoitukset osallistumiskanavana*. Helsinki : Edita Publishing.
- Huovila, Tapani (2001). *Toimittaja vastuussa oleellisesta muutoksessa*. 99. Jyväskylän yliopisto.
- Hyvärinen, Matti (1994). *Viimeiset taistot*. Taistolainen opiskelijaliike, kertomus ja retoriikka. Tampere: Vastapaino
- Iisa, Katariina., Kankaanpää, Salli. & Piehl, Aino. (1997). *Tekstin tekijän käsikirja*. Espoo: Yrityskirjat Oy.
- Ilkka oyj: (2005). *Vuosikertomus*

- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi, Suoninen, Eero (1999). *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Vuorovaikutus, toimijuus ja kulttuuri empiirisen tutkimuksen haasteina. Vastapaino, Tampere.
- Kakkuri-Knuutila, Marja-Liisa (1993). *Dialectic and Inquiry in Aristotle*. Helsinki: Helsinki School of Economics.
- Kakkuri-Knuutila, Marja-Liisa (1998). *Argumentti ja kritiikki*. Lukemisen, keskustelun ja vaikuttamisen taidot. Tampere: Gaudeamus
- Karvonen, Erkki (2000). ”Ehettäjä-Esko ja Tasa-Arvo Tarja”. Retorisia näkökulmia presidentinvaaleihin. Teoksessa: *Presidentinvaalit 2006*. Isotalus, Pekka, Borg Sami (toim.) Helsinki: WSOY.
- Karvonen, Erkki (2006). Halosen ja Niinistön imagonrakennus - kampanjaretoriikan analyysi. Teoksessa: *Presidentinvaalit 2006*. Isotalus, Pekka & Sami Borg (toim.) Helsinki: WSOY.
- Kasesniemi, Eija-Liisa, Rautiainen, Pirjo (2001). *Kännyssä piilevät sanomat*. Nuoret, väline ja viesti. Tampere: Tampere University Press.
- Kauppinen, Leena, Laurinen Anneli (1989). *Tekstioppi: johdatus ajattelun ja kielen yhteistyöhön* Helsinki: Kirjayhtymä.
- Kessler, Angela, Bergs, Alexander (2003). *Literacy and the New Media*. 75-76. London: Routledge,
- Koistinen, Mikko (1998). Pelkkää taloutta. Retoriikka journalismin tutkimuksessa. Teoksessa *Media-analyysi: tekstistä tulkintaan*. Kantola, Anu, Moring Inka, Väliverronen, Esa. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Kopomaa, Timo (2000). *Kännykkäyhteiskunnan synty*. Gaudeamus, Helsinki.
- Kuusipalo, Jaana. (2000). Sukupuolen rooli kampanjoinnissa. Teoksessa *Presidentti 2000, Mistä vaalit on tehty?*, 41-62. Isotalus, Pekka, Aarnio, Eeva (toim.) Jyväskylä: SoPhi, University Of Jyväskylä.
- Leiwo, Matti., Luukka, Minna-Riitta., Nikula, Tarja (1992). *Pragmatiikan ja retoriikan perusteita*. 8. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

- Mantila, Markku (2005). *Pohjalaisen toimituspolitiikka*. Vaasa: Pohjalainen.
- Mäki, (2006). Halosen ja Niinistön perustelutaito – puheiden argumentaation analyysia (137-145) Teoksessa: *Presidentinvaalit 2006*. Isotalus, Pekka & Sami Borg (toim.)Helsinki: WSOY.
- Niinistö, Sauli (2005). WWW-sivut. Lainattu 18.8.2007. www.niinisto.net
- Oikeusministeriö (2008). Vaalisivusto: Lainattu 6.2.1981. www.vaalit.fi
- Olson, Annie (2006). Luentosarja: *An introduction to rhetoric*
<http://www.letu.edu/people/annieolson/class/intro.html>
- Palonen, Kari, Summa, Hilikka (1996). *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino.
- Pietilä Veikko, (1975), Sisällön erittely. Helsinki: Gaudeamus.
- Pietilä, Veikko (2001). Yleisönosasto ja Internet keskusteluareenoina. Teoksessa *Tiedotustutkimus* 2001/2, 18–33. Tampere: Tampereen Tiedotusopillinen yhdistys ry, Nordicom.
- Pirttikoski, Raimo (1996). *Pelko on voimaa – kahden paikallislehden mielipidepalstat ydinjätökamppailun areenoina*. Posiva Oy. Työraportti TIETO-96-01. Helsinki.
- Potter, Jonathan (2005). *Conversation and cognition*.
Cambridge University Press: Cambridge.
- Puro, Jukka-Pekka (2006). *Retoriikan historia*. Helsinki: WSOY.
- Raittila, Pentti, Kuttilainen, Tommi (2000): *Rasismi ja etnisyys Suomen sanomalehdissä syksyllä 1999*. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos,
- Rahkonen Juho (2006) *Journalismi taistelukenttänä*. Suomen Nato-jäsenyydestä käyty julkinen keskustelu 2003-2004. Tampere: University Press.
- Sihvola, Juha. (1997). *Aristoteleen retoriikasta*. Artikkelit. Niin & Näin -aikakauslehti. 1/97.
- Snellman, Kalle (2006). *Mobiilimarkkinat Suomessa 2005*. Prisma Research Oy.
Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 22/2006.
http://www.mintc.fi/oliver/up1964-Julkaisuja%2022_2006.pdf. Lainattu 8.2.2007.

- Teikari, Erkki (1981). Sanomalehdistön taustavoimat. Teoksessa *Sanomalehdistö Suomessa*. Salminen, Esko (toim.), Espoo: Weilin & Göös.
- Tommila & Salokangas (1998). *Suomen lehdistön historia*. Helsinki.
- Tuomi, Jouni, Sarajärvi, Anneli (2004). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy
- Tuulentie, Seija (2001). *Meidän vähemmistömmme*. Valtaväestön retoriikat saamelaisten oikeuksista käydyissä keskusteluissa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Vierikko Esko, Tolonen Anu (1999). *Retoriikan polulla*. Retoriikkaa antiikista EU-aikaan. Turun yliopisto, Turku.
- Viherä Marja-Liisa (2000). *Digitaalisen arjen viestintä. Miksi, millä ja miten*. Edita, Helsinki.
- Pohjalainen (2006-2007), tekstaten-*palsta*, 15.12.2005–29.1.2006. Vaasa oy, Vaasa & www-sivut (www.pohjalainen.fi)

TEKSTATEN

Kirjoita tekstiviestiin MIELIPIDE oma mielipiteesi (max. 150 merkkiä) ja lähetä viesti numeroon 13522. Viestin hinta on 0,70€. Palvelu toimii DNA:n, Elisan, Soneran, Kolumbuksen ja Saunalahden liittymillä. Toimitus pidättää itselleen oikeuden valita julkaistavat viestit.

EI SAULIKAAN tuntenut Meri-viomiin merkkejä!

HYVÄ SUOMI! Saavutamme jatkuvasti torjuntavoittoa Brysselissä, jäsenmaksu nyt 25 euroa per henkilö. Jatkossa 100 euroa vuodessa, varsinainen tunari, Suomi.

SEIS-STOP! Karpelan valtion rahojen jakamisvimman loputtava, presidentti valehtelee, kun puhuu hyvinvointivaltiosta, tämä ei sovi kaikkiin.

TAAS JOKU köyhä ok-asukas sotki Eköpiesteen Gerypssä. Vie roskat omaan astiaasi!

ISÄNMAALINEN pohjalainen äänestää Halosta, koska vastakainasettelu on ohi. Näin Niinistö kulkee kertomassa.

LASTENHOITOHUONETTA kustassa kaipaavat: Galleria Vaasasta kahvilan yhteydestä löytyy siisti ja tilava sellainen!

HUUHTASEN oopperalipusta lööppikilpailua – Lipposen 22 miljoonamatkaa ohitetaan vähin äänin.

OLIPA TAAS vanhempia musiikkiluokkien kirkkokonsertissa! Onko pakko antaa pikkuisten juosta ja meluta pilaten muiden kuuntelun? Järki hoi!

SELLAINEN, joka äänestää tyhjää, vaikka on valittu johonkin valtuustoon, on väärässä paikassa. Hänen kantaansa, kun kysytään, se on joko juu tai ei, mutta ei 0.

MIKSI LEHTI tulee viikonloppuna myöhään aamusta? Olisi kiva lukea lehti heti aamulla, kun on herännyt.

TEERINIEMELLÄ vanhemmat antavat lasten leikkiiä autotien vieressä, itse vieressä seisoo, äly hoi älä jätä. Nim. Pelästynyt autoilija.

SIIVOOJA siivoaa 6.00 la, su aamuna, hiljaisuusaikaan Teeriniemellä! Kiva asukkaan herätä metelliin. Siivoa viikolla normaaliaikaan!

MITÄ KEHITYSTÄ se on, joka on vain tukien varassa?

KENELLÄ riittää luovuutta ja älyä luoda kaksoiskuntamalli Vaasalle ja Mustasaarelle, edelli-

EIKÖS MIAPETRA kampanjoinut Heinäluoman puolesta? Nyt hän voisi auttaa Miapetraa radan sähköistämässä Vaasaan.

SINULLE, vanhempi rouva, joka ostit pojallamme joululahjaksi Tomi-traktorin, kun itsellämme ei sillä hetkellä ollut rahaa, hyvää joulua!

MIKAEL LUTHER, katso karttaa. Lopeta oikuttelu ja hyväksy reaalielämä: Mustasaari kuuluu Suur-Vaasaan.

ENNEN lähetettiin joulupaketteja rajaseudun lapsille, nyt voimme lähettää ne Afrikkaan, villasukat ja muut.

KUMPULA, älä höpötä, ettei ole rahaa Sepänkylän ohitustiehen. Se on kansanedustajan saamatomuutta.

JOS AJAA suoraan Hietasaarenkatua Pitkänkadun risteyksen yli, kumpaa kaistaa tulisi käyttää? Nimim. usein molemmat vaihtoehdot nähnyt.

IRVOKASTA. Metsästysseurat julistavat metsän eläimille joulurauhan 2 päiväksi. Sen jälkeen taas ammutaan ja tapetaan. Huh huh!

MISSÄ ON joulupata, joka ennen oli torin laidalla, pankin kulmassa? Palauttakaa perinne. Täällä olisi lahjoittajia kyllä. Kiitos.

PORTSARI yökerhossa, kuuluuko toimenkuvaasi tokaista jotta on ikävää aina asiakkaalle? Ilta pilalla ja myös seuraava päivä!

EU:SSA SUOMI tuijottaa mukaa liikaa jäsenmaksuihinsa. Täällä reaalielämässä työpaiikat menevät ja koulut sulkeutuvat juuri rahan vuoksi.

KIMMO PERÄSALO, ei siinä mitään Raamattua täryitä. Kun järkkikin sanoo, ettei suolaliuos korvaa verta. Ota lääkärikirja käteen ja tutki. Mauno Koskela.

KUKAAN EI välitä työtyöläisistä. Kaikki vain valittavat, että yöllä melutaan. Ei auta sanoa naapurille, että olen yöt töissä. Jos olisit hiljempaa.

JOS HALUAT olla päivän onnellinen, juo itsesi humalaan. Jos haluat olla viikon onnellinen, mene naimisiin! Vain puutarha tuo pysyvän onnen!