



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Olli Tirkkonen

Asuinalueen ominaisuudet, mielikuvat ja maine Tampereella

Johtamisen akateeminen yksikkö
Aluetieteen pro gradu -tutkielma
Hallintotieteiden maisteriohjelma

Vaasa 2023

VAASAN YLIOPISTO**Johtamisen akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Olli Tirkkonen		
Tutkielman nimi:	Asuinalueen ominaisuudet, mielikuvat ja maine Tampereella		
Tutkinto:	Hallintotieteiden maisteri		
Oppiaine:	Aluetiede		
Työn ohjaaja:	Ilkka Luoto		
Valmistumisvuosi:	2023	Sivumäärä:	76

TIIVISTELMÄ:

Erilaiset asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat siihen, millaisia mielikuvia alueeseen liitetään. Mielikuvat ovat yksilön muodostamia käsityksiä kohteesta, joihin vaikuttaa kohteeseen liitettävä informaatio. Ympäristön ja kulttuurillisten arvojen muokkaamaan odotusrakenteeseen peilattuna informaatio kohteesta synnyttää mielikuvan. Imago on muodostettu mielikuva, johon vaikuttaa ulkopuolelta tarkoituksellisesti tuotettu informaatio. Mielikuva ja imago voivat olla nopeasti muuttuvia nykyhetkessä, kun maine on kokonaisvaltaisempi yleisenä arviona pidetty käsitys kohteesta. Maine elää yhteisöissä ja koostuu kerronnallisten ilmaisujen kokonaisuudesta. Maine muodostuu ajan kerrostumista johdetuista mielikuvista ja kokemuksista, jotka luovat sosiaalisessa vuorovaikutuksessa yleisen käsityksen kohteesta.

Työ toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimuksessa vastattiin kysymyksiin, millaiset asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat Tampereen asuinalueisiin liitettäviin mielikuviin ja miten ne vaikuttavat Tampereen asuinalueiden mainekäsityksiin. Asuinalueen sosiaaliset tekijät vaikuttavat vahvasti mielikuviin. Asuinalueelle annettava merkitys nähdään mukailevan alueen asukasprofiilin sosiaalista statusta. Vastaava tulos saatiin huonomaineiseksi miellettyillä asuinalueilla, missä asukasprofiili ja alueella esiintyvät sosiaaliset ongelmat olivat merkittävin syy huonomaineisuudelle. Tampereella huonomaineisia asuinalueita tutkimuksen mukaan ovat Hervanta, Tesoma ja Multisilta. Hyvämaineiset alueet ovat Pyylikki, Pispala sekä Kaleva. Asuinalueen hyvään maineeseen vaikutti eniten sen fyysiset tekijät, missä asuntojen korkea hintataso ja asuntokannan merkitys korostuivat. Tuloksista käy ilmi, että sosiaaliset ja fyysiset tekijät ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja muodostavat syy-seuraussuhteita. Toiminnallisilla tekijöillä oli toissijainen rooli asuinalueeseen liitettävissä mielikuvissa sekä mainekäsityksissä.

AVAINSANAT: asuinalue, mielikuva, alueen maine, asuinalueen ominaisuudet, Tampere

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkimuskysymykset ja tavoitteet	8
1.2	Tutkielman rakenne	9
2	Tutkielman keskeiset käsitteet	11
2.1	Mielikuva	14
2.2	Imago	18
2.3	Imagon ja mielikuvan käsitteellinen ero maineeseen	19
3	Maine	22
3.1	Maineen rakenne	24
3.2	Millaiset asuinalueen ominaisuudet synnyttävät käsityksiä maineesta?	26
3.3	Sisäinen ja ulkoinen maine	29
3.4	Alueen maineen vaikutus asukkaisiin	30
3.5	Stigma ja status	31
3.6	Käsitteiden relationaalisuus ja merkitys ymmärrettynä tutkielmassa	32
4	Aineisto ja käytetyt menetelmät	35
4.1	Kysely	35
4.2	Toteutetun tutkimuksen arviointi	37
4.3	Aineiston analyysimenetelmä	39
4.4	Aineiston esittely	40
5	Asuinalueen ominaisuuksien rooli mielikuvissa	43
5.1	Asuinalueen ominaisuudet yleisesti mielikuvien merkitystä luomassa	45
5.2	Sosiaalisissa tekijöissä korostuvat asukkaat	47
5.3	Asuntokanta ja infran tiiviys jäävät mieleen	49
5.4	Saavutettavuus ja läheisyys	50
5.5	Asuinalueen ominaisuudet vahvana mielikuvien rakentajana	51
6	Asuinalueen ominaisuudet osana mainetta	54
6.1	Maine-eroissa eri asuinalueen ominaisuudet korostuvat	56
7	Yhteenveto ja loppupäätökset	61

Lähteet	65
Liite. Kyselylomake	70

Kuvat

Kuva 1. Eri vastaajien kuvailuissa eniten toistuneet substantiivit.	44
Kuva 2. Kuvailussa toistuneet adjektiivit.	45

Kuviot

Kuvio 1. Mielikuvien muodostumisen yksinkertainen malli Karvosta (1999) mukailten. 15	
Kuvio 2. Maineen neljä kenttää (Aula & Heinonen, 2002, s.93).	25
Kuvio 3. Tutkielman käsitekartta	33
Kuvio 4. Kyselyn tutkimusalueen tunteminen	40
Kuvio 5. Vastaajien ikäjakauma.....	41
Kuvio 6. Vastaajien tulotaso.....	41
Kuvio 7. Tampereella asuvien vastaajien osuus.....	42
Kuvio 8. Vastauksista luokiteltujen tekijöiden jakautuminen.....	46
Kuvio 9. Asuinalueen sosiaaliset tekijät.....	48
Kuvio 10. Asuinalueen fyysiset tekijät.	49
Kuvio 11. Asuinalueen toiminnalliset tekijät.	51
Kuvio 12. Vastauksissa nousseet asuinalueen ominaisuudet.....	52
Kuvio 13. Huonomaineisimmat asuinalueet.....	54
Kuvio 14. Hyvämaineisimmat asuinalueet.	55
Kuvio 15. Asuinalueen ominaisuudet hyvämaineisella asuinalueella.	57
Kuvio 16. Asuinalueen ominaisuudet huonomaineisella asuinalueella.	58

Taulukot

Taulukko 1. Yhteenveto organisaation imagon ja maineen välisistä keskeisistä eroista (Tuominen (2011, s.57)).	20
--	----

1 Johdanto

Millaisella alueella asut? Aluetta, missä koti sijaitsee, voidaan kuvailla monilla eri termeillä. Kaupunginosa, asuinalue, lähiö, ghetto tai Vatialan Onnenlaakso – rakkaalla lapsella voi olla monta eri nimeä. Alue voidaan yksilöidä riippuen siihen liitettävästä merkityksestä. Kaupunginosat mukailevat yleensä jotain hallinnollista tai toiminnallisia aluerajoja, esimerkiksi postinumeroalueita. Alue voi myös rajautua hyvin pieneen osaan kaupunginosasta, kuten aidattuun rivitalokeskittymään tai Tampereen Kalevassa sijaitsevaan ”Kiinanmuuriin”. Lähiöön ja ghettoon liittyvät yleensä tietynlainen alueen sosiaalisen tilan merkitys. Ne liittävät alueeseen siellä esiintyvät sosiaaliset ongelmat tai kukoistavan yhteisöllisyyden. Asuinalue on ennen kaikkea koti. Asuinalue terminä ei sisällä arvolatausta ja saattaa rikkoa hallinnollisia aluerajoja. Tutkielmassa käytetään termiä asuinalue, joka ymmärretään asumiseen liitettävänä alueena, jossa koti sijaitsee.

Ihmiseltä kysyttäessä millaisella asuinalueella asuu tai toivoisi asuvan, voidaan vastauksesta tulkita subjektiivista näkemystä siitä, millaisia merkityksiä asuinalueelle annetaan. Vastaukseen vaikuttanee muun muassa elämäntilanteet ja -valinnat, ammatti, sosioekonominen status, oma tai puolison tukiverkoston sijainti. Vastaajalle asuinalueen merkitys muodostuu sen ominaisuuksista ja sille annettavista arvoista suhteessa muihin vastaaviin asuinalueisiin. Vastaukset perustuvat kokemuksiin ja mielikuviin, joita muokkaavat informaatio sekä esimerkiksi median välittämät uutiset alueesta. Asuinalueen valikoitumisessa rajoittavien (esimerkiksi taloudellisten) tekijöiden poistuessa yhtälöstä tietynlaiset pehmeämmät tekijät alkavat vaikuttamaan ihmisten päätöksiin, joihin lukeutuu myös asuinalueen maine (Vilkama ja muut, 2016, s.84).

Lähiökehittäminen on ollut 2000-luvulla tärkeänä osana suomalaista kaupunkikehittämistä. Tutkijan omasta kokemuksesta kansankielessä lähiö terminä kuvaa yleensä asuinaluetta, josta syntyy negatiivisväyitteisiä mielikuvia. Lähiö, verrattuna sijaintinsa muihin alueisiin, muotoutuu mielessä hieman ränsistyneenä, turvattomampana ja sosioekonomisesti heikommassa asemassa olevien asukkaiden kodiksi. Suomalaisia

lähiöitä monesti leimaa 60- ja 70-luvuilla elementtirakentamisesta nousseet asuinalueet keskusta-alueen ulkopuolella, jotka näyttävät nykyäänä kaupunkiprofiilista demografisesti ja sosioekonomisesti eriytyneinä kaupunginosina. Suurinta osaa Ympäristöministeriön vuosina 2020–2022 toteutettuun lähiöohjelmaan valikoituneista kaupunginosista, esimerkiksi Vaasan Ristinummea, Tampereen Multisiltaa, Espoon Matinkylää, Jyväskylän Huhtasuota sekä Pupuhuhtaa, Kuopion Puijonlaaksoa, Lappeenrannan Sammonlahtea, Oulun Kaijonharjua, Turun Runosmäkeä sekä Laustetta yhdistää 1970-luvulla toteutettu kerrostalorakentaminen etäälle keskustasta (Ympäristöministeriö, 2022). Valikoituneilla kaupunginosilla, joita voidaan kutsua lähiöiksi, on laajalti tunnettu ja arvolutunut maine, joka muodostaa osan merkityksestä asuinalueelle.

Walter Firey (1945, s.140) kuvaa asuinalueen maineen symboloivan niitä arvoja, mitä asuinalueeseen liitetään. Maine on kuin julkinen yleisesti jaettu ja hyväksytty merkityssisältö alueesta. Luonnollisesti kaupunkikehittämisessä on kiinnitetty huomiota alueisiin, jotka eriyvät muusta kaupungista. Eriytyvillä asuinalueilla on lähes poikkeuksetta huono maine tai viitteitä muutoksesta on havaittavissa. Asuinalueen huono maine on nähty myös alullepanijaksi asuinalueen eriytymiskehitykselle (Andrersson & Bråmås, 2007, s. 518). Heidän mukaansa asuinalueen huono maine aloittaa kehän, missä asuinalueelle muutetaan ennemmin pakosta kuin valinnasta. Tietynlaiset alueen taloudelliset sekä sosiaaliset ongelmat karkoittavat palveluita ja alueelle suunnattuja investointeja, mistä johtuen yhdessä sosiaalisten ongelmien kuten rikollisuuden ja epäjärjestyksen lisääntyessä siitä syntyy itseään ruokkiva kehä, jossa alue eriytyy kaupunkikontekstissa.

Asuinalueen maine on merkittävä tekijä erilaisissa nyky-yhteiskunnan ilmiöissä, jotka ilmenevät aluetasolla. Sen monitasoisuutta voidaan havainnoida tarkastelemalla yksilöiden muuttoliikennettä kaupunkien sisällä tai yhteisötasolla miettiessä vastauksia kaupungin sisällä tapahtuvaan segregaatiokehitykseen. Asuinalueen maineella voidaan nähdä myös olevan taloudellisia, poliittisia ja terveydellisiä ulottuvuuksia. Huono

asuinalueen maine voi siis karkoittaa investointeja ja yrityksiä, ohjata kaupunkikehittämisen strategiaa ja vaikuttaa jopa asukkaiden terveyteen (mm. Browne-Yung ja muut, 2015, s.34–35; de Souza Moreira ja muut, 2020, s.529). Kaupunkikehityksessä asuinalueen maineen tekijät on syytä tunnistaa. Erilaisten toimijoiden osallistamisella voi olla jo merkittäviä tekijöitä mainekehitykselle, mutta toisaalta se voi vaikuttaa myös halukkuuteen panostaa alueen kehitykseen. Asukkaiden osallistaminen osaksi alueen kehitystä voi tarjota hedelmällisen pohjan ja auttaa näkemään monikantaisten ongelmien taakse. Asuinalueeseen liitettäviä mielikuvia on syytä tutkia, koska se voi auttaa tunnistamaan olennaiset toimijat alueella ja toisaalta ohjata osallistamaan ne tahot, joilla on potentiaalista merkitystä aluekehitykselle.

Tutkimuskohteet aikaisemmassa asuinalueen mainetta sivuavassa tutkimuksessa ovat yleensä rajattu alueille, joissa on tunnistettu olevan huono maine (mm. Viljas 2023; Tæi ja muut 2023 ; Kearns ja muut 2013 ; Kullberg ja muut 2010 & Hauge & Kolstad 2007). Tässä tutkielmassa pyritään lähestymään alueeseen liitettäviä mielikuvia ja käsitystä maineesta ja niiden ominaisuuksista holistisemmin keräämällä aineisto laajemmasta kokonaisuudesta asuinalueita, joihin sisältyy ennakkokäsityksen mukaan erilaista mainetta nauttivia asuinalueita. Tutkielma on toteutettu kontekstissa, joka sisältää Tampereen kaupungin eri asuinalueet. Tampereella on asuinalueita, joihin liitetään erilaisia mainekäsityksiä. Tarkoitus tutkielmassa on olla rajaamatta ennakoivasti tutkimuskohdetta siihen liitettävän arvolatauksen mukaisesti, vaan pyrkiä kokonaisvaltaisempaan kuvaan maineeseen vaikuttavista asuinalueen ominaisuuksista.

1.1 Tutkimuskysymykset ja tavoitteet

Tutkielman tavoitteena on selvittää, minkälaiset asuinalueen ominaisuudet ja asuinalueeseen liitettävät tekijät vaikuttavat asuinalueisiin liitettäviin mielikuviiin. Mielikuvat nähdään osana maineen rakennetta maineen muodostaessa kokonaisvaltaisemman ja yhteisesti jaetun merkityksen alueesta. Tutkimuksessa

selvitetään myös miltä osin mielikuvia synnyttävien asuinalueiden ominaisuudet mukailevat tekijöitä, jotka voidaan nähdä olevan asuinalueen maineen taustalla. Toinen tutkimuskysymys selvittää, mihin Tampereen asuinalueista liitetään vahvoja mainekäsityksiä ja minkälaisia asuinalueen ominaisuuksia maineeseen liitetään.

Tutkimuskysymykset ovat :

1. Millaiset asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat alueeseen liitettäviin mielikuviin ?
2. Mitkä Tampereen asuinalueista omaavat vahvan maineen ja minkälaiset asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat maineeseen ?

1.2 Tutkielman rakenne

Tutkielmassa on yhteensä kuusi päälukua. Ensimmäisessä pääluvussa avataan tutkielman sijoittumista yhteiskunnalliseen kontekstiin ja nykyhetken ilmiöihin. Tässä pääluvussa myös kerrotaan tutkielman tutkimuskysymykset sekä tutkielman rakenne pääluvuittain yksilöiden.

Toisessa pääluvussa alkaa tutkielman teoreettinen osuus, missä lähdetään avaamaan tutkielman kannalta keskeisiä käsitteitä. Toinen tutkielman käsitteistä on mielikuva, joka avataan samaisessa pääluvussa kaksi yhdessä sen vieruskäsitteen imagon kanssa. Tutkielman teoriaosuus jatkuu pääluvussa kolme, missä laajennetaan tutkielman teoreettista viitekehystä maineen käsitteeseen. Kolmannessa pääluvussa käsitellään myös muut maineeseen liitetyt tai lähekkäiset käsitteet status ja stigma, sekä lopuksi käsitteiden välinen suhde ja merkitys tässä tutkielmassa. Keskeiset käsitteet on havainnollistettu kuviolla kolme ennen tutkielman empiiriseen osuuteen siirtymistä. Teoriaosuus on pyritty rakentamaan tutkimuskirjallisuudesta esiintyneen

johtopäätöksen perusteella, missä täysin johdonmukaista tai eroa tekevää käytätapaa näille hyvin lähekkäin oleville käsitteille ei ole.

Neljännessä pääluvussa on kuvattu tutkimuksen aineisto sekä aineistonkeruumenetelmä. Pääluvussa on kerrottu myös tutkielman toteutuksesta, siihen valitut tutkimusmenetelmät sekä aineiston analyysimenetelmät. Tutkielman pääluvussa viisi sekä kuusi esitetään analyysi ja vastataan esitettyihin tutkimuskysymyksiin ja viimeisessä pääluvussa numero seitsemän tehdään tutkielman yhteenveto ja arvioidaan toteutuksen onnistumista sekä mahdollisia jatkotutkimuksen tarpeita.

2 Tutkielman keskeiset käsitteet

Nyky-yhteiskunnassa menestys voidaan nähdä tietynlaisena synonyymina ihmisen saavutetun taloudelliselle, poliittiselle ja sosiaaliselle vallalle verrattuna muihin ihmisiin. Valtioiden strateginen statuskamppailu (Moga & Buienko, 2022, s.3–5) liittyy relevanttina pysymiseen, merkityksensä ylläpitämiseen. Suomalaisten kaupunkien kiristynvä kilpailu olemassaolostaan ja resursseista tulevaisuutensa jatkumon turvaamiseksi on vahvasti osa kaupunkikehityksen narratiivia. Veto- ja pitovoimatekijöiden ja paikan elinvoiman on tarkoitus luoda kokemuksia ja mielikuvia paikasta, jonka yksilö toivottavasti arvottaa korkealle kaupunkihierarkiassa miettiessään tulevaisuuden kotipaikkaansa tai yrityksen miettiessä parasta sijaintia toiminnalleen. Yksilön mielikuvat ja kokemukset, tarinat ja assosiaatiot paikasta nousevat merkittäviksi tekijöiksi.

Kaupunkikontekstissa alueen maine on läsnä ilmiöissä, jotka vaikuttavat kaupunkitilan jatkumoon ja sen menestymiseen. Kiristynvä kilpailu kaupunkien välillä vaatii tietoista kehittämistä, jotta elintärkeistä resursseista, asukkaista, pääomista ja yrityksistä ei jäädä paitsioon (Sotarauta, 1999, s.9). Hänen mukaansa kaupunkien kilpailukyvyyn luomisen suuntia on haettu niin kulttuurisista, sosiaalisista, fyysisistä kuin taloudellisista lähtökohdista. Lähtökohdat voidaan nähdä jonkinlaisena kilpailuetuna, joka realisoituu profiloitumisena kaupunkien välisellä pelikentällä. Kaupunkien keskinäiseen kilpailuun vaikuttaa, millainen yleiskuva niistä syntyy sekä millaisiin tekijöihin, ominaisuuksiin ja merkityksiin se yhdistyy.

Kaupunkien kilpaillessa resursseista ja siten myös asukkaista, asukkaiden muuttoliikkeeseen kaupungeissa vaikuttaa asuinalueiden maine. Alueellisen valikoivuuden muuttoliikkeessä voidaan nähdä perustuvan Vilkan ja muiden (2016, s.12–17) mukaan asukasryhmien tekemille arvotuksille asuinalueista ja ryhmien mahdollisuuksiin toteuttaa päätöksiä arvotustensa mukaan. Asuinalueen arvotuksiin liittyy vahvasti asuin ympäristön laatutekijät, joihin asuinalueen maine heidän mukaansa

lukeutuu. Asuinalueen maineen on nähty vaikuttavan varsinkin skenaarioissa, missä muuttoa on harkittu tuntemattomalle alueelle ja missä asuinalueesta tehdyt tulkinnat sekä mielikuvat ovat suuressa roolissa (Vilkama ja muut, 2016, s.17). Skifter Andersenin (2008, s.95) mukaan asuinalueen huonolla maineella on merkittävä suhde alueelta poismuuttoon. Yleisesti tyytymättömyys asuinalueeseen sen sosiaalisten ongelmien, rajallisten asuinmahdollisuuksien ja huonon maineen takia vaikuttaa alueelta poismuuttoon sekä edistää alueen eriytymistä. Kaupunkien välisessä kilpailussa eriytyneet asuinalueet ja vallitseva huono maine sotii menestysstrategiaa vastaan. Alueen huono maine ja alueen segregatio ovat ilmiöinä lähellä toisiaan. Ne vaikuttavat toisiinsa ja niiden syntymiseen on nähty vaikuttavan samankaltaiset tekijät asuinalueella (mm. Viljas, 2022, s. 24).

Asuinalueiden maineilla on siis merkitystä kaupunkikehityksessä. Negatiivinen maine asuinalueella voi edistää ongelmallisten tekijöiden syntymistä ja niiden vaikutusta alueen kukoistukseen ja toivottuun kasvuun. Toisaalta myös asuinalueen rosoisuus voi herättää mielenkiintoa ja edistää alueellista kehittymistä. Kansallisen talouden kasvaessa ja ihmisten muuttopäätöksiä taloudellisten rajoitteiden helpottuessa mielikuvat asuinalueista ja sen tilasta nousevat arvoon arvaamattomaan. Tutkimuskirjallisuudessa (Skifter Andersen, 2002, s.154) on todettu, että vaikka talous kasvaa ja sosiaalinen epätasa-arvoisuus vähenee, asuinalueiden eriytymiskehitys jatkuu. Asuinalueiden segregatiokehitystä vastaan taistellessa asuinalueen maine ja siihen vaikuttavat tekijät on otettava huomioon, jonka kautta asukkaiden mielikuviin vaikuttavilla tekijöillä sekä asuinalueen maineen ulottuvuuksilla on merkittävä arvo asuinalueiden kehityksessä.

Puhuttaessa sitten alueista, organisaatioista tai yksityishenkilöstä törmäämme aika ajoin maineen käsitteeseen. Riippuen kontekstista, suomalaisessa kirjallisuudessa sekä kielessä käytetään termejä maine, imago, stigma pyrittäessä kuvailemalla antamaan tietty merkitys kohteelle, josta puhumme. Käsitteistä itsestään, kuten maineesta ja imagosta, määrittelystä on löydettävissä monivivahteinen vakiintumaton käytäntö (esim. Aula & Heinonen, 2002; Karvonen, 1999). Vastaavaan synonymiaan törmäämme

englanninkielisessä ilmaisussa, jossa rinnakkaiskäsitteet *reputation*, *stigma* ja *image* muodostavat sukulaisuuden sekamelskan. Karvonen (1999, s.41) nostaa esille käsitteiden määrittelyn epäjohdonmukaisuuden, missä markkinoinnin tutkimuksissa vuonna 1999 oli jo löydettävissä 17 erilaista määritelmää käsitteelle ”image”. Toisaalta mainetta käsittelevässä kirjallisuudessa on havaittavissa, miten käsitteitä maine ja imago käytetään lomittain sen enempää niiden eroa selittämättä (esim. Aula & Heinonen, 2011). Käsitteet ovat yhteen kietoutuneita, joka selittyy yhteneväisen tarkoituksperän mukaan. Yhtenäistä käsitteille on Aulan ja Heinosen mukaan niiden kuvaileva sekä jonkinlaisen merkityksen antava ominaisuus kohteelleen.

Aikaisemmissa tutkimuksissa eri tieteenalojen välillä sekä kirjallisuudessa ei ole löydettävissä yhtä vakiintunutta määritelmää. Kearns ja muut (2013, s.580) huomioivat saman käsitteiden määrittelyssä. He nostivat esiin epäkohdan alueita koskevassa tutkimuskirjallisuudessa, missä ei juurikaan pyritä tekemään eroa vieruskäsitteiden välille ja käsitteitä käytetään sekaisin synonyymeina. Premeniterin ja muiden (2007, s.201–202) mukaan mainetta käsitteenä on harvoin tarkkaan määritelty ja kirjallisuudessa se liitetään vieruskäsitteisiinsä. Siinä missä Kearns ja muut nostavat esiin maineen käsitteen läheisyyden stigmaan ja imagoon, Prementier ja muut maineen käsitteen läheisyyden statukseen. Toisaalta Skifter Andersen (2008, s.84) koostaa maineen yhteyden vieruskäsitteisiinsä statukseen, imagoon sekä mielikuviin. Käsitteet ovat siis lähellä toisiaan ja joissakin merkityksissä hyvin samanlaisia.

Tässä tutkielmassa pyrin avaamaan käsitteiden muodostamaa yhtenevää kokonaisuutta sekä käsitteiden välisiä merkityseroja. Lähestyn määrittelyä, varsinkin vieruskäsitteiden eroa maineeseen, aluetta käsittelevän tutkimuksen kontekstissa. Asuinalueita käsittelevässä tutkimuksessa yleisimmin käytetyt neutraalit käsitteet maine (*reputation*), mielikuvat ja imago (*image*) ovat tutkielman profiilin kannalta keskeiset käsitteet, jotka muodostavat tutkielman teoreettisen viitekehyksen.

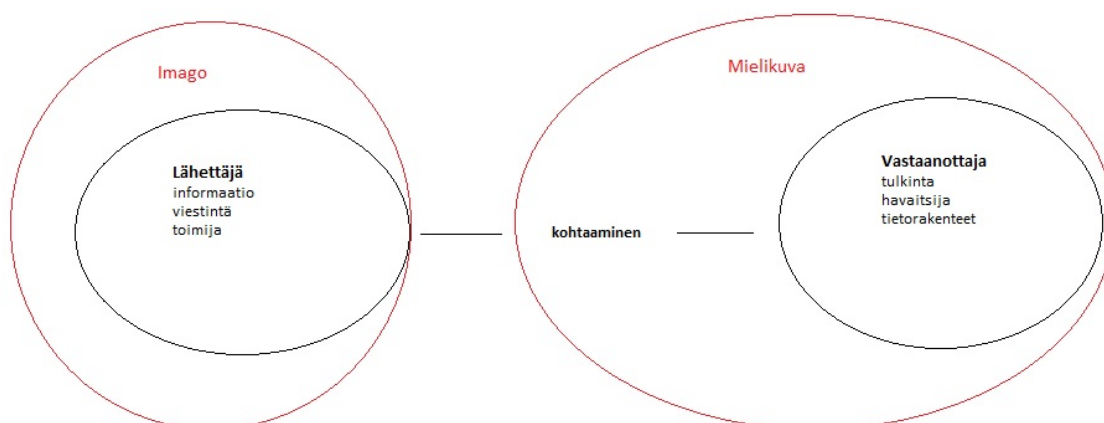
2.1 Mielikuva

Mielikuvan ja imagon käsitteet ovat toisiinsa kietoutuneita. Tämän takia muun muassa Äikkään mukaan (2005, s.56) merkityksen kannalta niitä tulisi tarkastella aina yhdessä. Käsitteet kuvaavat hänen mukaansa saman prosessin eri vaiheita. Äikkään antama merkitys pohjautuu Karvosen (1999) esittämälle mielikuvien muodostumisen mallille. Mielikuvilla on nyky-yhteiskunnassamme keskeinen rooli siinä, miten ihmiset tekevät valintoja, arvottavat kyseisiä valintoja ja tekevät sen mukaan päätöksiä (Karvonen, 1999, s.4). Mielikuva voidaan käsittää jonain ulkoisena merkityksenä, viestinnällisenä tai visuaalisena merkityksenä ja toisaalta tietoisuuteen sekä ihmisen mieleen liittyvänä asiana (Karvonen, 1999, s.39). Sillä voidaan siis hänen mukaansa tarkoittaa lopputulosta tarkoitukselliselle ulkoiselle toiminnalle, ihmismielessä muodostuvaan muistikuvaan sekä käsitykseen jostain. Mielikuvalla on sekä kuvaava että toimintaa ohjaava puoli: mielikuvilla kuvataan jo olemassa olevaa ja toisaalta se luonnostelee tulevaa (Karvonen, 2005, s.21).

Mielikuvat (image) ovat osa mainetta, missä maine ja sen antamat merkitykset kohteelleen rakentuvat oleellisesti mielikuville (Aula & Heinonen, 2002, s.93). Mielikuva itsessään on neutraali ja varaukseton käsite kuvaamaan kohteesta luotua käsitystä (Prementier ja muut, 2007, s.202). Mielikuvat voidaan arvottaa laadullisesti hyviin ja huonoihin mielikuviiin ja tällainen arvotus on osana ihmisten jokapäiväistä arkea. Karvonen (1999) kuvaa positiivisia mielikuvia ihmisten tekemiin suopeisiin tulkintoihin kohteestaan ja negatiivisten mielikuvien puolestaan arvottavan kohteen siihen liittyvien varjopuolien mukaan.

Karvosen mukaan mielikuvat toimivat muokkaavina työkaluina sille, miten ymmärrämme todellisuutta. Metaforisesti ajateltuna mielikuvat ohjaavat mieltämme kuin suppilo – Karvosen (1999, s.20) mukaan tästä syystä vallitsevasta huonosta mielikuvasta, jonka olemme kohteesta muodostaneet, on vaikea päästä eroon tulevaisuudessa. Mielen rakenteet luovat informaatiosta kaavoja tai yleistyksiä sille, mitä

jokin on. Se luo tietynlaisia raameja mielen tietoisuudelle – jos se äänтелеe kuin ankka, ui kuin ankka ja se näyttää ankalta, se on luultavasti ankka. Mielikuvat rakentuvat ajan saatossa ja tuottavat jonkinlaista polkuriippuvuutta, josta on vaikea astua sivuun. Siinä missä mielikuvat ovat osa mainetta, brändiä ja imagoa, kirjallisuudessa on löydettävissä käsitteille yhteinen nimittäjä. Aulan ja Heinosen (2002, s.47) mukaan käsitteillä on yhteinen ydinominaisuus tavoittaa yleisesti vallitseva käsitys kohteestaan. Toisaalta Karvosen (1999, s.43) mukaan suomalaisessa kontekstissa imagoa ja mielikuvaa käytetään synonyymisesti, vaikka käsitteille on ehdotettu merkityseroa. Saman teeman ympäriltä hän nostaa kritiikin englanninkielisen sanan *image* ympärillä, jota pidetään liian yleisenä ja epämääräisenä käsitteenä.



Kuvio 1. Mielikuvien muodostumisen yksinkertainen malli Karvosta (1999) mukaillen.

Mielikuvien muodostumisessa on Karvosen (1999, s.51–61) mukaan yksinkertaisimmillaan kaksi osapuolta, vastaanottaja eli se, jolle kuva muodostuu ja lähettäjä, josta kuva tai käsitys muodostetaan. Mielikuvia muodostuu, kun osapuolet ovat vuorovaikutuksessa jollain tapaa ja tämän kanssakäymisen seurauksena syntyy informaatiota vastaanottajan havaintojen pohjaksi. Karvonen on ehdottanut käsitteellistä pesäerontekoa suomalaisessa kontekstissa kuviossa 1. punaisella ovaalilla havainnollistetuin eroin, missä imago viittaa lähettäjän viestinnälliseen toimintaan ja mielikuva merkitsee vastaanottajan tulkitsevaa toimintaa. Karvosen erottelua on

hyödynnetty myöhemmin suomalaisessa tutkimuksessa (esim. Zimmerbauer, 2007, s.33). Karvonen myös tuo ilmi, että markkinointiin liittyvässä kirjallisuudessa korostetaan imagossa käsitteenä olevan nimenomaan kyse juuri vastaanottajan (asiakas) tulkitsevasta toiminnasta, jonka hän itse käsitteellistää mielikuvaksi.

Mielikuva on jonkinlainen odotusrakenteen ja informaation vuorovaikutuksen kokonaisuus kohteesta. Vastaanottajan odotusrakenne on muodostunut vastaanottajan aikaisemmasta kokemuksesta kulttuurin ja ympäristönsä jäsenenä. Karvonen korostaa vastaanottajan havaintojen ja kokonaisuudessaan mielikuvan muodostumisen olevan selektiivistä, jolloin vastaanottaja herkemmin havaitsee odotusrakenteelle vastaavia havaintoja kohteesta. Toisin sanoen, mielikuvat vaikuttavat vahvasti siihen, minkälaisen todellisuuden luomme. Mielikuvat antavat yksinkertaistavan symbolisen muodon monimutkaisille kokonaisuuksille helpottaen siten maailman mielikuvallista hahmottamista (Kalaoja, 2017, s.52). Mielikuvilla on suodatinvaikutus, jota aikaisemmin kuvasin polkuriippuvuutena.

Imagon ja mielikuvien merkitys kuuluu samaan prosessiin, jonka takia käsitteet ovat osaltaan riippuvaisia toisistaan ja toista käsitteitä ei ole tarkoituksenmukaista käsitellä erillään (Äikäs, 2005, s.56). Äikkään mukaan imagoon käsitteenä liittyy tietoisuus ja sen varjolla koottu kuva itsestään. Imago kuvaa sitä, millaisen merkityksen kohde haluaa luoda itsestään ulkopuolelle ja miten kohde halutaan koettavan ulkopuolisessa vastaanottajassa. Imago on siis tietoisesti rakennettua. Mielikuva konkretisoituu vastaanottajassa, ulkopuolisessa tahossa, joka kohteen tuottaman viestisignaalin perusteella antaa kohteelle tarkoituksen tai merkityksen. Äikäs tukee perusteluaan sillä, missä kaupungista vallitsee sen hallitsemattomia, jopa epäedullisia mielikuvia. Mielikuvia syntyy aina ilman tietoista toimintaa, jota taas puolestaan imago syntyäkseen vaatii.

Aluekontekstissa imagoa sekä mielikuvia voidaan hahmottaa hyvin samanlaisella suhteellisella jaottelulla alueeseen nähden, miten asuinalueen maine on totuttu

hahmottelemaan. Rijpers ja Smeets (Skifter Andersen, 2008, s.84) määrittelevät (image) imagon verkostomaiseksi kuvaukseksi keskinäisessä vuorovaikutuksessa olevista yksilön käsityksestä, uskomuksesta ja tunteesta siitä kohteesta, josta ne muodostuvat. Karvosen mielikuvien muodostumisen mallin (1999) mukaan hahmottaessa imagon ja mielikuvan käsitteellisen eron, ymmärrän Rijpersin ja Smeetsin tulkinnan käsitteellisesti mielikuvaksi. Mielikuva on heidän mukaansa siis jollain tapaa pelkistetty visuaalisuuden summa alueen hyvistä ja huonoista ominaisuuksista. He jakavat mielikuvan kolmeen eri tyyppiin, joita ovat sisäinen, ulkoinen sekä itsereflektioiva mielikuva. Rijpersin ja Smeetsin tyyppijako kuvaa mielikuvan subjektiivisuutta ja position vaikutusta sen syntymisessä. Alueella sisäisesti vallitsevat mielikuvat kuvaavat subjektiivista näkemystä alueen asukkaan silmin, ulkoisesti vallitsevat mielikuvat alueen ulkopuolella asuvan muodostamaa kuvaa. Itsereflektioivasti syntyvä mielikuva (self-reflected image) tarkoittaa asukkaan muodostamaa käsitystä siitä, millainen kuva alueesta on alueen ulkopuolella asuvalla ihmisellä. Riippuen siitä, miten yksilö sijoittuu alueeseen, he nostavat tutkimuksessaan esiin erilaisia vaikuttimia muodostuneelle mielikuvalle. Alueen asukkaat muodostavat subjektiivisen mielikuvakäsityksen alueesta painottaen rakennetun ympäristön silmin havainnoitavaa laatua, sosiaalisia hankaluuksia sekä palvelujen saavutettavuutta. Sisäisessä mielikuvassa korostui painotus alueen sosiaaliin tekijöihin. Ulkoiseen mielikuvaan nähtiin eniten vaikuttavan sosiaaliset hankaluudet ja asuntokannan monimuotoisuus, asuntojen kunto ja vaikutelma asuinalueesta, mielikuvien painottuessa alueen fyysisiin ongelmiin. Sosiaalisella epäjärjestyksellä tutkimuksessa tarkoitettiin rikollisuutta sekä alueen siivottomuutta roskien ja graffitien muodossa. Itsereflektioinnista syntyvä käsitys mielikuvasta todettiin myötäilevän enneminkin alueen asukkaiden käsitystä, sisäisesti vallitsevaa mielikuvaa.

Mielikuvat ovat siis subjektiivisia. Mielikuvat ovat ihmisten subjektiivisesti tekemiä havaintoja kohteestaan (Karvonen, 1999, s.89). Mielikuvat ovat yksilön kohteelleen antavia merkityksiä, joita määrittää ja muokkaa yksilön mielen odotusrakenne. Tutkielmassa mielikuva ymmärretään kuvaamaan yksilön muodostamia käsityksiä ja olettamuksia kohteestaan, jotka perustuvat havaintoihin ja kohteesta saatun

informaatioon. Maineen osittain rakentuessa mielikuville, käsittelen median roolia mielikuvien ja maineen rakentajana myöhemmin seuraavassa pääluvussa.

2.2 Imago

Karvonen (1999, s.43) mieltää suomalaisessa kontekstissa mielikuvat ja imagon yleisesti fuusioituneiksi käsitteiksi, joiden merkitysten erottelu saattaa luoda vain ”terminologista hämminkiä”. Aula ja Heinonen (2002) ovat osittain samoilla linjoilla vähintään käsitteiden määrittelyn laajasta yhteenkietoutuneesta kirjosta. Äikkään (2005, s.57) mukaan mielikuvan ja imagon käsitteitä ymmärrettäessä on tarkasteltava käsitteitä yhdessä, koska niiden voidaan nähdä täydentävän toistensa merkitystä. Karvonen (1999) sekä Aula ja Heinonen (2002) nostavat esiin kaksi mielikuville ja imagolle tyypillistä ominaisuutta. Visuaalisuus on yleinen ominaisuus imagon ja mielikuvan käsitteille, jota kuvataan eräänlaisena kansikuvana tai ulkokuorena kohteestaan. Se pitää sisällään yksilön muodostaman kuvakokonaisuuden. Imago muodostaa kuvan kohteesta katsojan silmin, jonka takia sitä rinnastetaan yritysmaailmassa yrityskuvaan (Aula & Heinonen, 2002, s.48). Imago voidaan heidän mukaansa nähdä myös yksilön muodostamana yksinkertaistettuna ja keinotekoisena kuvana. Zimmerbauer (2007, s.33) kuvaa imagoa tuotettuna tavoitekuvana, millaisen kuvan alue pyrkii itsestään luomaan. Imagolla pyritään hänen mukaansa muokkaamaan kohderyhmien mielikuvia halutunlaisiksi. Toinen yhteneväinen ominaisuus on jonkinlainen konsensus siitä, että mielikuva ja imago muodostuvat asiakkaassa, vastaanottajassa, havainnoitsijassa. Imago ei ole yrityksen ominaisuus, vaan se syntyy asiakkaiden mielissä ja tästä syystä dynaaminen, varianssille altis.

Imagoon liittyy tietoisuus ja tarkoituksellinen toimijuus. Aulan ja Heinosen (2002, s.50–55) mukaan imago on jotain, jota voidaan rakentaa. Kohde ja kohteesta välittyvä informaatio itsessään voi vaikuttaa tietoisella toiminnallansa imagoon. Imagon ydinolemuksen kuuluu Aulan ja Heinosen mukaan tarkoituksella saada jokin

näyttämään hyvältä. Karvosen (1999, s.89) mielikuvan ja imagon määrittelyssä sama ulottuvuus on käsillä. Siinä missä yksilö peilaa havaintojansa ja saatua informaatiota kohteesta odotusrakenteensa kautta, hänen mukaansa mielikuvan merkitys korostuu vastaanottajassa, kun vastaavasti imagon merkitys on lähettäjässä ja sen tuottamassa informaatiossa, joka syntyy tahattomasti tai tahallisesti tuotettuna ja vaikuttaa mielikuvan muodostumismallin vuorovaikutusprosessiin. Imago käsitteen tarkoituksellisuuden sekä tietoisuuden ulottuvuutta kuvaa se, miten Tantarimäki rinnastaa imagon mielikuvamuokkaukseen (Tantarimäki, 2020, s.96).

Toimijuuden ja tietoisuuden roolia tarkastellessa päästään kiinni kirjallisuudessa esiin nousevaan eroon imagon ja maineen välillä. Imago käsitteenä painottuu visuaalisuuteen ja johonkin subjektiiviseen yksilölliseen käsitykseen kohteestaan. Esimerkiksi yritys tai media pystyvät informaation valtatenä tietoisesti vaikuttamaan mielikuviin ja imagoon. Siinä missä imagon pääasiallinen tarkoitus on vedota mielikuvitukseen, maine rakentuu suuremmasta määrästä osatekijöitä, sekä jostain konkreettisesta ja todellisesta kohteen ominaisuuksista mielikuvat mukaan lukien (Aula & Heinonen, 2002, s.51–61). Imagon ja maineen käsitteiden välillä vallitsee myös jonkinlainen vakiintunut tasoero. Imagon voi käsittää konkretisoituvan yksilötasolla. Maine konkretisoituu ja saa merkityksensä kollektiivisessa sosiaalisessa vuorovaikutuksessa yhteisötasolla (Karvonen, 1999; Zelner, 2015, s.577; Skifter Andersen, 2008, s.84).

2.3 Imagon ja mielikuvan käsitteellinen ero maineeseen

Imagon ja maineen käsitteellistä eroa voidaan lähestyä ja tulkita Tuomisen (2011, s.57) havainnollistaman taulukon kautta, joka nostaa esiin yleisesti tutkimuskirjallisuudessa esiintyvää erottelua imagon ja maineen käsitteiden välille.

Taulukko 1. Yhteenveto organisaation imagon ja maineen välisistä keskeisistä eroista (Tuominen (2011, s.57).

	Organisaation imago	Organisaation maine
Määritelmä	kokonaisvaikutelma	kokonaisarvio
Ensisijainen muokkaaja	viestintä	teot ja toiminta
Sisällölliset osa-alueet	kognitiivinen ja affektiivinen osa-alue	suorituskyky toiminnan eri osa-alueilla
Sidosryhmät	ulkoiset	sisäiset ja ulkoiset
Syntyy	nopeasti	hitaammin
Pysyvyys	muuttuva	pysyvämpi

Määritelmäerossa imago kokonaisvaikutelmana näyttäytyy imagon merkityksen painottumisena visuaalisuuteen ja kohteesta muodostuvaan käsitykseen kuvatessa kohteen ulkokuorta, joka on kohteelle ulkopuolisten antama merkitys. Imagon syntyessä ulkopuolisten antamasta merkityksestä ja kohdistuessa vaikutelmaan kohteesta, imagoon voidaan ensi sijassa muokata viestinnällisin, informaatiota kohteesta tuottavin keinoin. Imagon pohjautuessa siitä kumpuavaan informaatioon, imago on herkkä tahattomalle tai tietoiselle informaatiolle ja sen takia nopeasti syntyvä ja muuttuva. Siinä missä imago muodostuu nykyhetkessä, maine voidaan nähdä kokonaisvaltaisemmaksi ja pysyväisluontoisemmaksi arvioksi kohteeseen liitetystä merkityksestä. Maine on sidottu ajallisesti menneisyyteen osana kokonaisarviota, jolloin maine luonnollisesti muuttuu hitaammin. Maine ei ole vain merkitys muodostettuna kohteen ulkokuoresta, vaan maineeseen vaikuttaa laajemmin erilaiset teot, toiminta ja kokemuksellisuus. Tuomisen (2011, s.57) mukaan maine on enemmän riippuvainen todellisuuden ja mielikuvien johdonmukaisuudesta, missä viestinnän tulee olla linjassa organisaation tekojen ja toiminnan kanssa. Hänen mukaansa imagoon ja maineeseen vaikuttaa sekä suora että epäsuora informaatio ja kokemukset kohteesta.

Maine käsitteenä on kokonaisvaltaisempi, arvottava merkitys kohteestaan. Maine on enemmän kuin visuaalinen ulkokuori ja se kuvaa ajallisesti kokonaisvaltaisemmin arvotettua merkitystä kohteesta. Merkityksen muodostumiseen vaikuttaa sekä sisäiset että ulkoiset tekijät. Seuraavassa pääluvussa määrittelen maineen käsitettä ja tuon

käsitteelle tyypillisiä ominaisuuksia esiin, jotka osaltaan tuovat käsitteellistä eroa siihen kiinteästi liitettyihin käsitteisiin.

3 Maine

Tutkimuskirjallisuudessa maineen käsitteelle ei ole vakiintunutta määritelmää ja haasteellisen siitä tekee lähes samaa tarkoittavien käsitteiden käyttö epäjohdonmukaisesti. Aula ja Heinonen (2002, s. 37) määrittelevät maineen muodostuvan toiminnan, kokemusten ja mielikuvien vuorovaikutuksessa. Heidän mukaansa maine elää yhteisöissä, se koostuu kerronnallisen ilmaisujen kokonaisuudesta ja siihen liittyy jollain tapaa arviointi. Asuinalueen mainetta koskevassa tutkimuskirjallisuudessa käsitteelle on löydettävissä yhteneväisiä piirteitä, joita tukee myös yhteiskunta- ja viestintätieteilijän Erkki Karvosen käsitys maineelle. Erkki Karvonen (1999, s.46–47) määritellään maineen käsitettä korostaa sen viestinnällistä ja narratiivista luonnetta. Hänen mukaansa maineessa on kyse viestin esittämisestä ja sen ymmärtämisestä, jostakin, jota tuotetaan eri ilmaisun keinoin esittäen ja puhuen. Maine luo ja ylläpitää jotain yleistä kerrontaa kohteestaan. Maine rakentuu ihmisten keskuudessa. Maine syntyäkseen vaatii jonkinlaista merkityksen antamista ja esittämistä kohteelleen, se syntyy siis Karvosen mukaan yhteisössä. Tilassa, kuten yhteisössä, mainetta tuotetaan ja uusinnetaan puhumalla tai jollain muulla ilmaisun muodolla, mikä nostaa esiin vuorovaikutuksellisuuden osana maineen rakentumista.

Yhteisötasolla tapahtuvan kollektiivisen vuorovaikutuksellisuuden vaade ja maineen viestinnällinen ulottuvuus liittyvät myös käsitykseen, missä maine syntyäkseen vaatii lähettäjän ja vastaanottajan yhteisen kielen sekä kulttuurin (Karvonen, 1999, s.49). Maine on siis Karvosen mukaan käsityksiä ja esityksiä jostain kohteesta, joita tuotetaan ja uusinnetaan vuorovaikutuksellisessa prosessissa. Maineen yleisyys ja laajuus korostuu Karvosen määrittelyssä, missä maine on jotain yleisesti puhuttua yhteisötasolla. Yksilö ei voi siis itsenäisesti luoda mainetta, vaan maine syntyäkseen vaatii yhteisön muodostaman sosiaalisen konstruktion kohteestaan. Maine on sosiaalisessa vuorovaikutuksessa rakentuva (Browne-Yung ja muut, 2016, s.19). Samanlaista yhteisöllistä ja arvioinnin sisältävää ominaisuutta maineelle esittävät Aula ja Heinonen (2002, s.36), missä maine kuvataan vastaanottajakeskeiseksi ilmiöksi, missä merkityksen

muodostumisessa syntyvä arviointi erottaa kohteen toisesta vastaavasta. Karvonen (1999, s.47) nostaa esiin, että uskomukset eli jonkinlaiset yksilön subjektiiviset mielikuvat kohteesta rakentuvat osaksi mainetta vasta mielikuvien ääneen sanomisen jälkeen. Maine on jotain, mistä puhutaan. Se on yleinen käsitys merkityksestä, joka nousee kertomuksista (Aula & Heinonen, 2002, s.36). Mielikuvat ovat siis osa maineen rakennetta, johon palataan myöhemmin luvussa 3.1.

Walter Firey (1945, s.140) nostaa esiin maineelle tyypillisen kuvailevan piirteen, missä maine voidaan nähdä eräänlaisena symbolina niille kulttuurillisille arvoille, joita alueeseen yhdistetään. Maine kuvastaa yleisesti vallitsevaa luonnehdintaa kohteestaan, se on jokin yleinen sekä yhteinen käsitys jostain (Prementier ja muut, 2007, s.201). Esimerkiksi Chamberlainin (2020, s.611) artikkelissa hyvin maahanmuuttajavaltaista aluetta Saksassa kutsuttiin yleisesti ”Pohjoisen Bronxina”, viitaten yhdysvaltalaiseen ghettoon, jonka asukkaista enemmistö on tummaihoisia. Maine voidaan nähdä siis tietynlaisena heijastuksena yleisesti kohteeseen liittyvistä arvoista, käsityksistä ja olettamuksista. Maineen kulttuurillista ulottuvuutta ilmiönä korostavat myös Aula ja Heinonen (2002), missä maine on yleistys siihen liitettävistä laadullisista arvotuksista, jotka riippuvat kulttuurillisista arvoista. Fireyn kanssa samanlaiseen lopputulokseen on päädytty norjalaisista asuinalueista toteutetussa tutkimuksessa. Hauge ja Kolstad (2007, s. 290) nostivat tutkimuksessaan esiin, miten suurin osa vastaajista koki asuinalueen symbolisesti heijastavan informaatiota siitä, millaisia he ovat. Asuinalueen koettiin tuottavan informaatiota asukkaiden elämäntilanteesta, kiinnostuksista ja sosiaalisesta statuksesta.

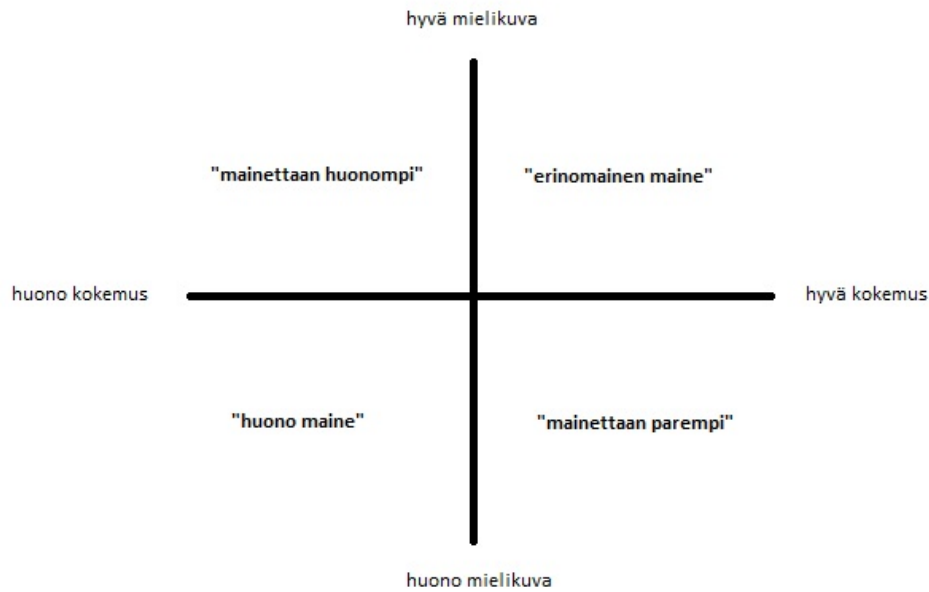
Hortulanus (Prementier ja muut, 2007, s.227) määrittelee maineen asuinaluekontekstissa peilinä, joka kuvantaa asuinalueita suhteessa muuhun yhteiskuntaan sen ominaisuuksien mukaan. Hänen mukaansa maine on asukkaiden ja ulkopuolisten antama merkitys ja arvio asuinalueesta itsestään. Hortulanuksen määritelmä toistaa maineen kaksi merkittävää ominaisuutta, arvioinnin sekä representaation. Arviointiomaisuus korostaa maineelle tyypillistä ominaisuutta, jossa

maine saa merkityksensä vertautumalla johonkin toiseen samankaltaiseen objektiin. Aluekontekstissa alueen maineen rakentumiselle tyypillistä on sen vertautuminen toisiin alueisiin muodostaen jonkinlaisen keskinäisen asuinaluehierarkian (Wassenberg, 2004, s.227). Representaatio-ominaisuus korostaa käsitteen tuottamaa merkitystä objektiin ja sen ominaisuuksia esittelevänä (Prementier ja muut, 2007; Skifter Andersen, 2008; Firey, 1945).

3.1 Maineen rakenne

Aikaisemmassa luvussa käsittelin maineen käsitteen luonnetta ja määrittelyä. Maine on siis sosiaalinen konstruktio, joka antaa symbolisen merkityksen ilmaisun kautta, eli jonkinlaisen yleisen käsityksen kohteestaan. Maine toimii tietynlaisena mainostauluna sille, millainen julkinen konsensus kohteen arvottamisesta vallitsee. Siinä missä imagon käsitteessä korostuu visuaalisuus ja halutun kuvan luominen (Aula & Heinonen, 2002, s. 48–50), maine voidaan käsittää isompana kokonaisuutena, mikä muodostuu kerronnasta, kertomuksista sekä oletuksista kohteestaan. Maine ei ole siis vain kohteensa pinnallinen ja pelkistetty kiiltokuva. Aulan ja Heinosen mukaan (2002, s.61) maine ansaitaan, maine on ajallisesti ja merkitykseltään suurempi kokonaisuus. Maineeseen vaikuttaa ajalliset sekä kulttuuriset tekijät. Fireyn (1945, s.140) maineen määritelmässä korostui ne kulttuurilliset arvot, jotka liitetään alueeseen.

Maineen rakennetta voidaan esittää Aulan ja Heinosen (2002, s.93) havainnollistaman maineen rakentumisen nelikentän kautta. Sen mukaan maine ja sen kohteen laadullinen suhde voidaan määritellä sen mukaan, kuinka hallitsevia mielikuvat ja kokemukset ovat suhteessa toisiinsa.



Kuvio 2. Maineen neljä kenttää (Aula & Heinonen, 2002, s.93).

Kokemukset ja mielikuvat suhteessa toisiinsa muodostavat maineen. Aulan ja Heinosen (2002, s.92–93) mielikuvien ja kokemusten laatua ja niiden suhdetta tarkastelemalla maine voidaan määrittellä kohdettaan arvottavaksi. Hyvät mielikuvat sekä kokemukset kohteesta yhdistävät todellisuuden ja kuvitellun tarinan kohteen merkityksestä. Silloin, kun todellisuus on linjassa kuviteltuun eli sekä kokemukset ja mielikuvat kohteesta ovat esimerkiksi positiivisia, voidaan puhua erinomaisesta maineesta. Jos kohteeseen yhdistettävät mielikuvat ovat huonoja, mutta kokemukset hyviä, kohde on yleensä mainettaan parempi. Päinvastoin huonot kokemukset ja kohteeseen liitetyt hyvät mielikuvat luovat kohteestaan mainettaan huonomman. Lopuksi, jos sekä mielikuvat että kokemukset kohteesta ovat huonoja, kohteella on huono maine.

Maineen neljä kenttää kuvaavat myös omalla tapaa maineen ajallista ulottuvuutta. Siinä missä kohteeseen liitetyt mielikuvat ja kokemukset ovat ristiriidassa keskenään, maine arvottaa kohdettaan joltain osin myös siihen liitettävän historian mukaan. Jos esimerkiksi yrityksestä on sekä huonot mielikuvat ja kokemukset ja yritys panostaa asiakaskohtaamisten laatuun, voidaan odottaa positiivisen kokemuksen tullessa arvioijan ajattelevan huonoja mielikuvia, jotka hänellä on yrityksestä aikaisemmin.

Karvosen (1999) mainitsemaan odotusrakenteeseen peilattuna kokemuksesta kumpuava kohteelle annettu merkitys on ristiriitainen. Odotusrakenteen muuttuessa positiivisesta informaatiosta ajan saatossa voi syntyä tilanne, missä kohteen maine on muuttunut erinomaiseksi. Maineen ajallista ulottuvuutta on kuvattu kirjallisuudessa pidemmän aikavälin arviona kohteestaan, jossa historia merkitsee ja vaikuttaa vahvasti kohteesta luotuun yleiseen merkitykseen (Aula & Heinonen, 2002, s.51). Jokaisella alueella on historiansa, eikä sitä voida irrottaa alueesta, minkä takia se osin vaikuttaa alueen maineen muodostumisessa (Prementier ja muut, 2008, s.851).

3.2 Millaiset asuinalueen ominaisuudet synnyttävät käsityksiä maineesta?

Asuinalueita ja sen kehitystä ilmiöineen on tutkittu kansainvälisellä tutkimuskentällä osana asuinalueen eriytymiskehitystä sekä asuinalueiden muuttoliikettä. Tutkimuskirjallisuudessa on myös etsitty vastauksia siihen, miten asuinalueen maine vaikuttaa asukkaisiin. Maine voidaan nähdä muodostavan jonkinlaisen yleisen merkityksen eri yhteisöjen keskuudessa alueelle. Mielikuvat, kokemukset, kuvitelmat ja tarinat muovaavat asuinalueen maineen muotoonsa. Asuinalueen havaittavilla ominaisuuksilla on merkittävä rooli maineen muodostumisessa. Siinä missä maine kokoaa yksilöiden subjektiiviset käsitykset yleiseksi niiden vuorovaikutuksessa syntyneeksi käsitykseksi, alueen ominaisuuksista voidaan päätellä, millainen asuinalueen maine on (Prementier ja muut, 2008, s.851).

Prementier ja muut (2008, s.836–838) jakavat maineen syntyyn vaikuttavat tekijät toiminnallisiin, fyysisiin sekä sosiaalisiin tekijöihin. Fyysiset tekijät korostavat alueen rakennusten kunnon ja ylläpidon tasoa. Asuinalueen infrastruktuurin esteettisyys ja rakennetun ympäristön profiili, muun muassa rakennustiheys ja monimuotoisuus vaikuttavat osatekijöinä syntyvään maineeseen. Wiesel (2012, s.151) nostaa esiin alueen fyysisten tekijöiden vaikutuksen alueen maineeseen, missä asuntotyyppin yksipuolisuus

alueella johtaa siihen, että asuinalue vanhenee synkronoidusti ja sen havaitseminen on ilmeisempää, joka saattaa luoda alueelle negatiivisen maineen ”kuihtuvana” alueena. Toiminnalliset tekijät muodostuvat alueen sijainnista, saavutettavuudesta ja palveluista alueella. Huonot kulkuyhteydet alueelle ja etäinen sijainti voi vaikuttaa merkittävästi alueen maineeseen. Samoin palvelut ja niiden monimuotoisuus alueella vaikuttavat arviointiin alueesta. Prementierin ja muiden mukaan täyttää konsensusta palveluiden vaikuttavuudesta ei kirjallisuudessa ole. Tietynlaisten polarisoivien ääripäiden voidaan kuitenkin nähdä vaikuttavan, esimerkiksi alueella sijaitseva kuntoutuskeskus, vastaanottokeskus tai avovankila.

Sosiaaliin tekijöihin lukeutuvat sosioekonomiset tekijät, kuten tulotaso, työllisyysaste ja koulutustaso. Alueen asukkaiden etnisyydellä nähdään olevan myös vaikutusta asuinalueen maineeseen. Prementier ja muut (2008, s.838) nostavat esiin aikaisemmassa tutkimuksessa havaitun seikan, missä arvioijan etnisyys vaikutti arvioidessa asuinalueen mainetta. Jos asuinalueen etninen rakenne ei vastannut arvioijan omaa etnisyyttä, arviointi alueen maineesta oli matalampi. Tai ja muut (2023, s. 915) nostavat sosiaaliset tekijät merkittävänä tekijänä maineen syntymisessä, missä köyhyys ja asukkaiden erilaiset demografiset ja sosioekonomiset taustat nähtiin syyksi huonolle maineelle asuinalueella.

Skifter Andersen (2008, s.90–97) tutkimuksessaan tanskalaisista asuinalueista ja niiden maineesta korostaa myös sosiaalisten tekijöiden roolia maineen syntymisessä. Kyselyn vastauksista sosiaaliset ongelmat oli selkeästi isoin asuinalueen maineeseen vaikuttanut tekijä. Osaltaan median vahva rooli korostui kyselyn tuloksissa ja sen koettiin vaikuttavan merkittävästi asuinalueen ulkopuolisten käsitykseen alueesta. Sosiaalisissa ongelmissa korostui asuinalueella ilmenevät vandalismi, rikollisuus, huumeiden käyttäjät sekä turvattomuuden tunne. Fyysisten ongelmien, kuten rakennusten kunnon, siivottomuuden ja graffitien nähtiin kuitenkin olevan ainakin joltain osin yhteenkietoutuneita sosiaalisten ongelmien kanssa, missä sosiaaliset ongelmat voivat näyttäytyä alueen fyysisinä ominaisuuksina. He myös nostavat esiin eron yksilöllisten

lähtökohtien merkityksessä maineelle, missä työssäkäyvät kansalaiset nostivat sosiaaliset ongelmat selkeästi suurimmaksi vaikuttimeksi huonolle maineelle.

Samassa tutkimuksessa tehdyssä kyselystä nousseena huomiona Skifter Andersen (2008, s.90–97) mainitsee poismuuton realisoitumisen suurimmaksi syyksi alueen huonon maineen. 70 % alueelta poismuuttaneiden vastaajien mielestä alueella oli huono maine. Kyselyn tuloksissa korostettiin maineen roolia vaikuttimena poismuutolle, varsinkin siinä, miten asukkaat mieltävät alueen maineen olevan yleisesti ulkopuolisten keskuudessa. Koetulla maineella nähtiin olevan suuri rooli. Asuinalueen asukkaat ovat jollain tapaa vuorovaikutuksessa alueen sosiaalisten ongelmien kanssa ja joutuvat kestämään niitä, jolla nähtiin olevan vaikutus siihen ulkoiseen maineeseen, jonka asukkaat olettivat ulkopuolisilla olevan alueesta (Skifter Andersen, 2008, s.97).

Median roolilla nähdään olevan merkittävä vaikutus asuinalueen maineeseen. Karvonen (1999, s.21) kuvaa mediaa nyky-yhteiskunnassa valtatieksi ihmisten pääasiallisena informaatiokanavana. Prementier ja muut (2008, s.834) nostavat esiin median roolin tietynlaisena mielikuvien vankistajana alueesta. Mediassa toivotetut ja joskus kärjistetyt tai jopa harhaanjohtava informaatio alueesta korostaen jotain negatiivista tekijää alueella vaikuttavat ihmisten mielikuviin alueesta. Vastaavanlaisia tuloksia median roolista varsinkin alueen huonon maineen synnyttämisessä havaittiin Zetterbergin ja muiden (2023, s.800) tutkimuksessa, missä huonomaineisen alueen negatiiviset tapahtumat tuotiin mediassa voimakkaammin esiin. Ruotsalaisessa lähiötutkimuksessa korostettiin median merkittävää roolia maineen syntymisprosessissa, missä sanomalehtien stereotyyppinen kerronta alueesta vaikutti merkittävästi maineeseen pitkälläkin aikavälillä (Kullberg ja muut, 2010, s.603). Skifter Andersen (2008, s.87) nostaa esiin aikaisempia tutkimuksia median roolista alueen maineeseen vaikuttavana tekijänä. Asuinalueen ulkopuoliset asukkaat ovat enemmän alttiita median luomille mielikuville alueesta verrattuna alueella asuviin. Hänen mukaansa myös ne asukkaat, jotka uskovat median vaikuttavan suuresti ulkopuolisten mielikuviin alueesta, muuttavat herkemmin alueelta pois itse.

Kearns ja muut (2013, s. 593) tutkivat Skotlannissa paikallismedian roolia ja vaikutusta alueen maineeseen. Tutkimuksessa todettiin, että paikallisen sanomalehden ollessa pääasiallinen informaation lähde alueella, lehden negatiivissävytteisellä kirjoittamisella alueesta nähtiin olevan merkittävä rooli alueen negatiivisen maineen muodostumisessa. Lehtijutut korostivat alueen rakennetun ympäristön huonoa kuntoa ja alkeellisia asuinolosuhteita sekä turvapaikanhakijoiden vaikutusta alueella. He korostivat, että vaikka negatiivista mainetta synnyttävät tekijät alueella ovat ajansaatossa parantuneet, joutuvat jotkut asuinalueet edelleen elämään negatiivisen maineen kanssa.

3.3 Sisäinen ja ulkoinen maine

Alueelle merkityksiä, käsityksiä tai jonkinlaista yleiskuvaa antavan yksilön tai yhteisön sijainnilla suhteessa alueeseen on tutkittu. Sijainnilla on vaikutusta siihen, millaiset alueen ominaisuudet ja niistä luodut käsitykset sekä mielikuvat vaikuttavat maineen muodostumiseen. Prementier ja muut (2008, s. 835) jakavat alueen maineen sisäiseen ja ulkoiseen, asuinalueen asukkaiden ja ulkopuolisten välillä. Asuinalueen asukkaiden muodostama sisäinen maine on yksityiskohtainen käsitys asuinalueen sosiaalisista ja fyysisistä ominaisuuksista. Sisäiselle maineelle on heidän mukaansa tyypillistä arvottaa asuinalueen maine korkeammalle, kuin ulkopuoliset. Voidaan olettaa, että asukkaiden valinta asua valitsemallaan alueella arvottaa alueen korkealle asuinaluehierarkiassa. Toisaalta asukkaat, joiden vapaus valita rajoittuu esimerkiksi taloudellisten rajoitteiden takia, voivat psykologisesti adaptoitua ympäristöönsä ja siitä johtuen arvottaa asuinalueensa suhteellisen korkealle, koska se on parasta mitä he voivat saada.

Prementierin ja muiden (2008, s.836) mukaan asuinalueen ulkopuolisiin kuuluu laaja kirjo toimijoita. Siinä missä se sisältää kaupungin muut asukkaat, se pitää myös sisällään esimerkiksi viranhaltijoita sekä kiinteistövälittäjiä. Ulkopuolisilla on usein vähemmän informaatiota tai henkilökohtaisia kokemuksia asuinalueesta verrattuna alueella asuviin.

Heidän mukaansa ulkoinen maine perustuu yleensä jokseenkin kärjistyneelle ja pelkistävälle käsitykselle asuinalueesta. Omakohtaisten kokemusten ja informaation puuttuessa, median rooli ulkoisen maineen vaikuttimena on merkittävä. Hollannin asuinalueista tehdyn tutkimuksen tulokset puoltavat jakoa sisäisen ja ulkoisen maineen välillä (Prementier ja muut, 2008, s.844). Tutkimuksen tuloksissa esitettiin, että asuinalueen asukkaat arvioivat maineen korkeammalle, joka selittyy puolueellisuudella omaa asuinalueita kohtaan valinnan tai mukautumisen seurauksena (Prementier ja muut, s.851).

3.4 Alueen maineen vaikutus asukkaisiin

Asuinalueen asukkaat ovat yksi toimija muiden joukossa, jotka muokkaavat alueen mainetta. Asuinalueen maine voi muodostua alueen asukkaiden etnisen profiilin enemmistöstä (Chamberlain, 2020, s.611–612). Prementier ja muut (2008, s.836–838) tekivät havaintoja hollantilaisten asuinalueiden mainetta tutkiessaan, että etnisyydellä ja alueen sosiaalisilla tekijöillä on merkitystä maineen muodostumisessa. Asukkaiden on nähty myös kokevan alue symbolisena kuvana heidän henkilökohtaisista intresseistään ja sosiaalisesta satuksesta (Hauge ja Kolstad (2007, s. 290). Siinä missä asuinalueen asukkaiden ominaisuudet vaikuttavat alueen maineeseen, asuinalueen maineella on nähty olevan myös vaikutuksia alueen asukkaisiin.

Asuinalueen maineella on nähty olevan negatiivisia vaikutuksia asukkaisiin. Negatiivisen maineen omaavien asuinalueiden asukkaat sosiaalisesti leimautuvat itse pelkästään alueen huonon maineen takia ja jäävät paitsioon pelkästään asuinalueesta yksilöön liitetyt maineen takia (Wassenberg, 2004, s.223). Hastingsin (2004, s.238) mukaan Englannissa populaarikulttuurille on tyypillistä leimata asukkaat huonomaineisen alueensa perusteella. Prementier ja muut (2008, s. 833–834) väittävät alueen negatiivisen maineen vaikuttavan asukkaiden työllistymiseen, käytökseen ja sosiaalisiin mahdollisuuksiin. Alueen negatiivisella maineella on todettu olevan

jonkinlainen yhteys myös asukkaiden terveyteen. Panostamalla sosiaalisen epäjärjestyksen parantamiseen alueella voitaisiin vaikuttaa positiivisesti asukkaiden terveyteen (Browne-Yung ja muut, 2015, s.34–35). Kearns ja muut (2013, s.594–595) eivät löytäneet suoraa korrelaatiota tutkiessaan alueen negatiivisen maineen vaikutusta asukkaiden itsetuntoon, mutta tutkimuksissa nousi esiin asukkaiden vankka tietoisuus alueen negatiivisesta maineesta. Erityisten vaarallisten ja levottomien asuinalueiden yhteyttä terveyteen on tutkittu (de Souza Moreira ja muut, 2020, s.529), josta nousi esiin negatiiviset vaikutukset alueella, jossa sosiaalinen epäjärjestys ja fyysiset ominaisuudet olivat kehnot.

Maineen yhtä ajallisuuden ulottuvuutta ja sen vaikutusta asukkaisiin on kuvattu Saksassa toteutetussa tutkimuksessa huonomaineisten asuinalueiden asukkaista. Bornin (2023, s.537–553) mukaan asukkaat kantavat joskus huonomaineisen alueen taakkaa pitkään alueelta muutettuaankin. Asuinalueen huono maine vaikuttaa alueella asuvien lisäksi myös sieltä pois muuttaneisiin. Tutkimuksessa nousi esiin entisten asukkaiden rooli asuinalueen huonon maineen ylläpitäjinä. Entiset asukkaat kuvailivat poismuuton tietynlaisena tasonnostona ja selviytymistarinaan huonoista lähtökohdista ja esittivät menestyksensä peilautuen lähtökohtiin korostaen aluetta, josta ovat ponnistaneet. Kertomusten voidaan nähdä ylläpitävän asuinalueen huonoa mainetta.

3.5 Stigma ja status

Stigma erottuu muista merkityksiä, oletuksia sekä mielikuvia sisältävistä käsitteistä ominaisuudellaan, missä stigma ymmärretään pelkästään negatiivisena kuvauksena kohteestaan. Stigman oletusarvo on poikkeuksetta negatiivinen. Maine, imago ja status eivät sisällä samanlaista arvolatausta: nämä käsitteet ovat neutraaleja ja niitä voidaan käyttää muutenkin, kuin painottaessa kohteen negatiivista varausta (Wassenberg, 2004, s.225). Wassenberg määrittelee stigman tarkoittavan negatiivista mainetta tai imagoa. Wassenbergin (2004, 227–228) mukaan stigmaan asuinalueella liittyy vahvasti julkiset

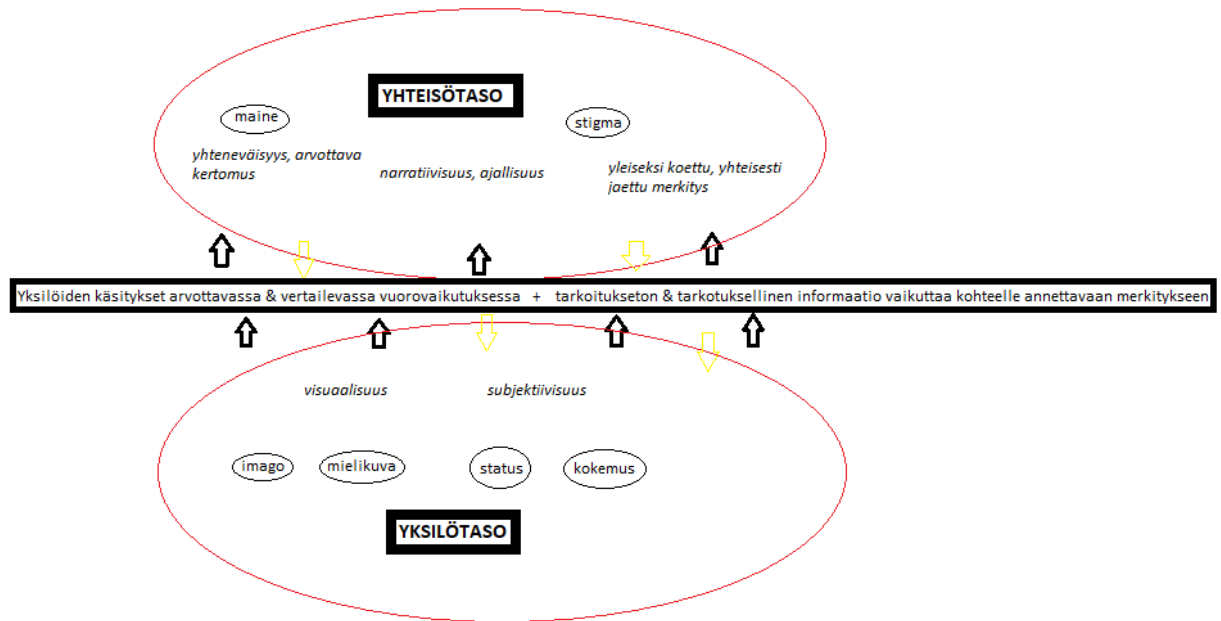
kunnan vuokra-asunnot ja sosiaalinen syrjäytyminen. Hastingsin mukaan (2004, s.233) stigma voidaan nähdä osaksi ongelmakokonaisuutta, joka liittyy eriytyneisiin asuinalueisiin. Stigmalla on hänen mukaansa vahva yhteys asuinalueen sosiaalisiin tekijöihin. Leimautunut asuinalue voidaan nähdä johtuvan sen asukkaista, kun taas toisaalta stigman omaava asuinalue voi leimata asukkaansa.

Status käsitteenä viittaa tietyn tyyppiseen yksilön sosiaaliseen positioon hierarkia-asteikolla (Benoit-Smullyan, 1944, s.151–155). Hänen mukaansa yksilön sosiaalinen positio riippuu siitä, millaiset ominaisuudet ovat yleisesti arvostettuja, hyväksytyjä ja tavoiteltavia. Status kuvaa suhteellista asemaa asteikolla, joka määrittyy yleisesti arvostettujen ominaisuuksien mukaan. Harary (1959, s.24) määrittelee statuksen organisaatiossa sen mukaan, kuinka monta alaista henkilöllä on. Yksilön status on korkeimmillaan, kun hänellä on mahdollisimman monta alaista mahdollisimman ”alhaalla” hänestä organisaatioasteikolla. Määritelmä kuvaa hyvin statukselle tyypillistä ominaisuutta, missä valta organisaatiossa on tavoiteltava asia, jonka mukaan yksilön positio organisaatiossa määräytyy. Samoin puhuttaessa valtioiden statuksesta käsite pitää sisällään vertautumisen muihin valtioihin arvostettavien ominaisuuksien mukaan (Moga & Bureiko, 2022, s. 3–4). Objektin luonteen muuttuessa statuksen telos ei muutu, se on tietynlainen kohteen yksilöllinen suhteellinen asema arvoasteikolla. Skifter Andersen (2008, s.85) korostaa statuksen ja maineen käsitteellistä eroa juuri siinä, onko tarkoitus kuvata yksilö- vai aluetasoa. Siinä missä status viittaa yksilöön, maineen käsite viittaa yleensä asuinalueitasolle. Hänen mukaansa asuinalueen maine toimii tietynlaisena indikaattorina asuinalueen asukkaiden statuksesta.

3.6 Käsitteiden relationaalisuus ja merkitys ymmärrettynä tutkielmassa

Tutkielmassa käytettävien käsitteiden limittäisyys ja samankaltaisuus kirjallisuudessa pakottaa selkiyttämään käsitteellistä eroa. Yhteenvetona tutkielman kannalta keskeisten käsitteiden sekä niihin liittyvien rinnakkaiskäsitteiden ympäristöä on pyritty

havainnollistamaan alla olevan kuvion avulla. Tässä tutkielmassa käsitteet maine, stigma, imago, mielikuva ja status ymmärretään olevan toisiinsa lähekkäin kytkeytyneinä käsitteinä, jotka konkretisoituvat eritasoisina ja erottuvat merkitystä luovilta ominaisuuksiltaan.



Kuvio 3. Tutkielman käsittekartta

Käsitteet imago, mielikuva ja status realisoituvat yksilötasolla. Imago nähdään syntyvän vastaanottajassa (yksilössä) muodostaessaan merkityksen kohteelle. Imagoon vaikuttaa usein ulkopuolelta tuleva tietoinen vaikutus, kuten mainostoimiston tuotteelle kohdentama markkinointi, mutta sen merkitys vaikutus ja realisoituminen tapahtuu vastaanottajassaan. Mielikuvat ovat yksilön antamia subjektiivisia merkityksiä kohteelle. Statuksen keskiössä on yksikön suhteellinen asema arvoasteikolla, minkä muodostavat samantyyppiset kohteet ihmisistä organisaatioihin. Imagon ja mielikuvan merkitykseen kytkeytyy vahvasti visuaalisuus ja tietynlainen korostuva ulkopuolelta annettava merkitysrakenne. Yksilötasoon liitettävät käsitteet ovat osa kollektiivista merkitystä kohteestaan, josta yhteisötasolla puhuttaessa käytetään käsitteitä maine sekä stigma.

Eroittelua yksilö- ja yhteistötason käsitteistä ja merkitysten syntymisestä voi näin siis olla myös haasteellista aukottomasti selvittää. Yleinen mielipide jostakin syntyy pohjimmiltaan yksilöiden antamista merkityksistä. Mielipiteet eivät itsessään voi olla vuorovaikutuksessa eikä informaatio vaihdu ilman vuorovaikutusta. Vasta yksilöiden käsitysten ollessa arvottavassa ja vertailevassa vuorovaikutuksessa voi syntyä jaettuja kollektiivisia merkityksiä kohteelle. Informaatio kohteesta voi olla tietoisesti tuotettu imagoa rakennettaessa tai toisaalta tiedostamatonta, esimerkkinä subjektiivisuus yksilöiden arvottaessa graffittitaiteen merkitystä alueella – taidetta vai turvattomuutta.

Tässä tutkielmassa maine erottuu läheisistä käsitteistä yhteisesti jaettuna ja yleiseksi koettuna, arvottavana kokoavana merkityksenä. Maineen merkitys syntyy yhteisötasolla. Mainesta on tunnistettavissa sen muista erottavia ominaisuuksia, kuten ajallisuus ja narratiivisuus. Stigman erottaa maineesta siihen poikkeuksetta liittyvä negatiivinen painotus.

4 Aineisto ja käytetyt menetelmät

Tutkimus on toteutettu kvantitatiivisena tutkimuksena. Määrällinen tutkimus hyödyntää yleensä tilastollisia menetelmiä, joiden tavoitteena on havainnollistaa ja selittää kohdettaan (Heikkilä, 2014 s.13). Määrällisen tutkimuksen ideana on pyrkiä yleistämään otoksen tuloksia laajempaan joukkoon eli tietynlaisia otoksesta johdettuja oletuksia perusjoukosta. Vilkkaan (2021, s.55) mukaan kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä pyrkii kuvailemaan asiaansa yleisesti ja löytämään numeraalisesti tai kausaalisesti kuvattavia ominaisuuksia. Määrällisessä tutkimuksessa otoksen tulisi olla tyypillisesti numeerisesti suuri ja edustava.

Määrälliseen tutkimukseen tarvittava aineisto voidaan hankkia käyttäen erilaisia valmiita tai tuotettuja aineistoja. Valmiiden aineistojen valmis struktuuri kuitenkin yleensä hankaloittaa niiden käyttämistä suoraan tilastollisessa tutkimuksessa. Määrällisessä tutkimuksessa aineiston tuottaminen itse on tavallista, jolloin tietojen yhteensovittaminen tutkimuskysymyksiin helpottuu (Heikkilä 2014, s.16).

4.1 Kysely

Vilkkaan (2021, s.76) mukaan kyselylomake on tavallisin aineiston keräämisen tapa kvantitatiivisessa menetelmässä. Hänen mukaansa kyselystä käytetään myös nimikettä survey-tutkimus, joka viittaa siihen, että jokaiselle kyselyyn vastaajalle esitetään täysin samat kysymykset. Vilkkaan mukaan kysely aineiston keräämisen menetelmänä sopii hyvin perusjoukolle, joka on määrältään suuri ja tavoitettavuuden kannalta hajallaan. Tutkielmaan aineisto kerättiin ja toteutettiin internetkyselynä käyttäen Webropol-työkalua. Kyselyä julkaistiin sosiaalisen median alustalla (Facebook), missä kysely julkaistiin suurimmassa alustan Tampereeseen liittyvistä keskusteluryhmistä ”Puskarario Tampere – Puskaradio”. Ryhmään kuuluu 94 918 jäsentä (10.10.2023) ja ryhmän

tarkoitukseksi on määritelty toimia Tamperetta käsittelevien aiheiden ilmoitus- sekä keskustelualustana. Julkinen ryhmä sosiaalisen median alustalla on perustettu vuonna 2015 ja ryhmässä käytävä keskustelu on verrattain aktiivista, missä viimeisen 28 päivän aikana ryhmässä on julkaistu 1868 aloitusta. Internetkyselyjen käyttö on yleistymässä nopeasti. Heikkilä (2014, s.17–18) toteaa, että internetkysely suodattaa automaattisesti perusjoukon, jolla on pääsy internetiin. Internetkyselyn kohdentamisessa haasteita tuottaa Heikkilän mukaan muun muassa kyselyn jakaminen tavoiteltavalle kohderyhmälle.

Tutkimuksessa määritettyä joukkoa ihmisiä kuvataan perusjoukkona (Vilka, 2021, s.80). Tutkielmassa perusjoukon muodostavat ihmiset, jotka tuntevat jollain tapaa Tampereen asuinalueita. Perusjoukko on hyvin laaja, suhteellinen ja vaikeasti tavoitettavissa. Ryväsoitanta tästä kuvatusta perusjoukosta toimii Facebook-ryhmässä olevat 94 918 henkilöä. Ryväsoitanta on Vilkaan mukaan menetelmä, missä tutkimuskohteena on luonnollinen ryhmä. Teoriassa kysely on toteutettu kokonaistutkimuksena, koska kysely on jaettu julkisesti koko ryhmälle ja olettaen rajatulla joukolla on internetyhteys ja pääsy Facebookiin. Tutkimuksen ulkopuolelle jää ihmiset, joilla ei ole internetyhteyttä eivätkä kuulu tai osallistu aktiivisesti sosiaalisen median alustoille. Kyselyn kieli oli suomi, joten vieraskielisetkin jäävät otoksen ulkopuolelle. Tämä saattaa korostaa tutkimustuloksissa etnisyyden ja vieraskielisyyteen liittyviä näkökulmia. Toteutuneella otoksella kuvataan kyselyyn vastaajien määrää (Vilka, 2021, s.81).

Heikkilän (2014, s.17–18) mukaan internetkyselyn hyvinä puolina voidaan pitää toteuttamisen nopeutta ja tehokkuutta, arkaluontoisten kysymysten esittämisen helppouden sekä välttymistä haastattelijan vaikutukselta. Internetkyselyn huonoina puolina hän listaa lisähavaintojen mahdollisuuden puuttumisen, mahdollisuuden tietää kuka vastannut sekä suuren väärinkäytön mahdollisuuden.

Toteutetussa kyselyssä vastaajien yksilöinti ei ole tarkoituksenmukaista ja väärinkäytön mahdollisuus oli hyvin pieni. Toteutuneessa kyselyssä ei havaittu selkeästi

häirintätarkoituksessa tehtyjä vastauksia. Kyselyn perusjoukkona pidettiin henkilöitä, jotka tuntevat Tampereen asuinalueita ja pystyvät siten muodostamaan mielipiteitä kyseisistä asuinalueista. Kehikkoperusjoukkona voidaan pitää edellä mainittuja henkilöitä, joilla on profiiliin lisäksi internetyhteys, Facebook-profiili. Kehikkoperusjoukko on Heikkilän (2014, s.32) mukaan ne, jotka valinnoilla voidaan käytännössä tavoittaa. Otos, eli 258 henkilöä arvioivat keskiarvollisesti tuntevansa Tampereen asuinalueita kohtalaisen hyvin oma-arvion ollessa 7,2 1–10 asteikolla.

Tavoitteiden saavuttamiseksi julkisen kyselylinkin jakamiseen tehokkaimpana ja tarkoituksenmukaisempana tapana nähtiin hyödyntää sosiaalisen median alustan sekä kyseisen ryhmän tarjoamia etuja. Webropol-työkalun avulla luotu kysely (ks. liite) on toiminnallisuuksiltaan tarkoituksenmukainen, missä kyselyyn vastaajan on helppo käyttää työkalua eri laitteilla. Vastaajien tavoittamiseksi sosiaalisen median alustan hyödyntäminen nähtiin tehokkaana tapana saada mahdollisimman laaja aineisto tutkielman toteuttamiseksi ja hyödynnetyn ryhmän tarkoitus palveli tavoitellessa Tampereen eri asuinalueita tuntevaa kohderyhmää. Toteutustavan valinta rajaa kyselyn ulkopuolelle ihmisryhmät, jotka eivät ole sosiaalisessa mediassa sekä muut kuin suomenkieliset. Kohdejoukkoa ja taustamuuttujia tarkastellessa voidaan kuitenkin todeta, että kyselyyn on vastannut laaja-alainen joukko iältään, asuinalueeltaan sekä tulotasoltaan. Tulotason osalta kyselyyn vastaajista 19 % tienasi vuodessa alle 12 000, mutta voidaan olettaa, että kyselyn ulkopuolelle jäävät myös haavoittuvassa asemassa olevat.

4.2 Toteutetun tutkimuksen arviointi

Heikkilän (2014, s.27–29) mukaan määrälliselle tutkimukselle perusvaatimuksia ovat pätevyys, luotettavuus sekä puolueettomuus. Käytännössä tutkimuksen tulee olla tarkoituksenmukainen, oikein asemoitu ja tutkijasta riippumaton. Objektiviisuudella tarkoitetaan tutkijan itsensä vaikutuksen minimoiminen tutkimuksessa (Heikkilä, 2014,

s.27–29). Täydelliseen puolueettomuuteen ei yksinkertaisesti voi päästä, koska tutkimus sisältää subjektiivisia valintojen menetelmien, muotoilun ja asettelun takia. Objektiivisuus tarkoittaa Heikkilän (2014, s.27–29) mukaan sitä, että saadut tulokset eivät voi olla tutkijariippuvaisia. Kysymys korostuu hänen mukaansa varsinkin laadullisen tutkimuksen puolella, missä haasteena on mahdollinen haastattelijan vaikutus aineistoa kerätessä. Tutkimus on toteutettu kyselytutkimuksena, jossa tutkijan vaikutus vastauksiin voidaan nähdä minimaalisena. Kysymysten muotoiluun on käytetty huomattavasti aikaa ja prosessissa on mietitty hyvin tarkkaan, ettei kysymykset ole johdattelevia mutta silti niin tarkkoja, että kyselyn kysymyksistä voidaan olettaa saavan pätevä aineisto.

Reliabiliteetti tarkoittaa Heikkilän (2014, s.27–29) mukaan tulosten tarkkuutta, eli käytännössä ymmärrystä otannan edustettavuudesta suhteessa perusjoukkoon. Jos kohderyhmä on vino, se ei edusta koko tutkittavaa perusjoukkoa. Vilka (2021, s. 154) kuvailee tutkimuksen luotettavuutta tutkimuksen kykyä toistettavuudelle ja kylläisyydelle. Toteutetun kyselyn taustamuuttujia tarkastellessa voidaan todeta, että otos edustaa perusjoukkoa tietyin rajauksin. Kyselyssä ei esimerkiksi tavoitettu yhtään alle 16-vuotiasta vastaajaa sekä kyselyyn vastanneista vain 2 % tienaa vuositasolla yli 72 000 euroa. Kysely tavoitti kuitenkin kehikkoperusjoukon, eli Tampereen asuinalueita tuntevia henkilöitä, jotka voidaan tavoittaa Tamperetta käsittelevästä Facebook-ryhmästä.

Validiteetti tarkoittaa Heikkilän mukaan pätevyyttä, eli tutkimus mittaa sitä mitä on tarkoitus selvittää. Pätevyys sulkee pois systemaattiset virheet. Hänen mukaansa tutkittavien kysymysten, kyselyn ja perusjoukon tarkka määrittely lisää tutkimuksen pätevyyttä yhtä lailla kuin edustavan otoksen saaminen sekä korkea vastausprosentti. Tutkielmassa tutkimuskysymykset ovat tietyllä tapaa muotoiltu yleisluontoisesti ja ilman paikkasidonnaisuutta. Tutkimuskohde kuitenkin rajaa tutkimuksen tietylle alueelle (Tampere) ja tiettyyn kehikkoperusjoukkoon, josta satunnaisotos on kyselyllä tavoitettu. Rajaus on tehty pyrkimyksenä tutkia aluetta, joka sisältää monta eri asuinalueita, joihin

liitettävät mielikuvat ovat kansainvälisesti verrattain neutraaleja. Kohde ei sisällä aikaisemmalle tutkimukselle tyypillisiä ghettoja tai no-go-zoneja, vaan mainetta pyritään käsittelemään laajempaa kokonaisuutena kuin oletusrajausena huonomaineiselle asuinalueelle.

4.3 Aineiston analyysimenetelmä

Aineiston analyysiin tutkielmassa on käytetty luokittelua. Heikkilän (2014, s.129) mukaan tilastollisessa tutkimuksessa luokittelusta on kyse, kun käsittelyn aikana on tarve muodostaa uusia muuttujia. Luokittelu on tietyllä tapaa tiedon tiivistämistä suurempiin kokonaisuuksiin. Luokittelulla pyritään kuvaamaan suuresta joukosta esiin nousevia koostumuksia (Jyväskylän yliopisto, 2015). Luokittelu kuvaa tietyn yhtäläisyyden omaavan joukon esiintyvyyttä aineistossa. Kyselyn pohjautuessa avovastauksiin, vastaukset luokitellaan eli vastauksissa esiintyvistä aiheeseen liittyvistä muuttujista muodostetaan summamuuttujia. Luokittelun tarkoituksena on havainnollistaa eri ominaisuuksien esiintyvyyttä suhteessa toisiin ja siten mitata niiden merkityksellisyyttä tutkittavaan ilmiöön.

Luokittelu on systemaattinen analyysin tapa, millä aineistoa voidaan käsitellä ja analysoida valittujen teemojen tai toistuvuuksien mukaan (Neale, 2016, s.1096–1097). Aineistoa voidaan Nealen mukaan luokitella deduktiivisesti eli tiettyjä lähtökohtia kunnioittaen sekä induktiivisesti, missä aineistosta esiin nousevat joukot muodostavat kokonaisuuksien luokkia. Luokittelu toimii tietynlaisena johdonmukaisena ja selkeänä kaksisuuntaisena siltana aineiston ja johtopäätöksien välillä. Luokittelun kohdistuessa kokonaisuuksiin ja prosesseihin mitä aineisto edustaa, pyritään sillä havaitsemaan toistuvuuksia ja vaikutussuhteita (Martin, E. ja muut 2023, s. 332–333). Martinin ja muiden mukaan luokittelun yksi suurimmista haasteista on tietynlainen informaatiohukka. Sillä tarkoitetaan luokittelemalla aineistosta nostetun informaation ulkopuolelle jäänyttä tietoa. Luokittelemalla aineistoa se tietyllä tapaa kyllästyy pelkän

analyysitavan mukaisesti nostaen suuret linjat esiin. Luokittelua käytettäessä on hyvä siis tiedostaa, että aineisto voi pitää paljon pieniä signaaleja, jotka eivät esiinny aineistosta johdetuissa havainnoissa.

4.4 Aineiston esittely

Aineisto eli toteutunut otos koostuu 258 kyselyllä kerätystä vastauksesta. Taustamuuttujina kyselyssä käytettiin vastaajan ikää, tulotasoa sekä asuinpaikkaa. Lisäksi vastaajilta kysyttiin, kuinka hyvin kokee tuntevansa Tampereen asuinalueista.

Kuinka hyvin tunnen Tampereen asuinalueet? 0= Todella huonosti 5= osaan nimetä eri asuinalueita 10 = tunnen Tampereen hyvin ja asuinalueet herättävät vahvoja mielikuvia

Vastaajien määrä: 257

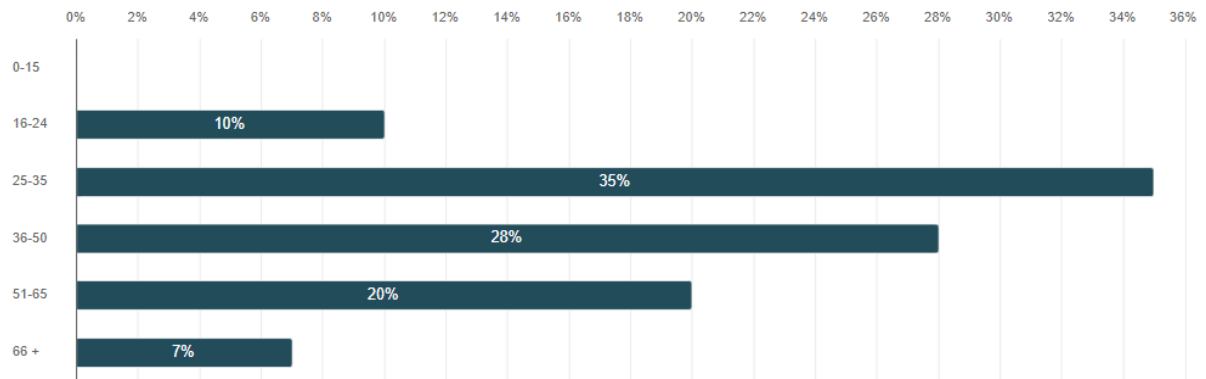
Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani	Summa	Keskihajonta
0,0	10,0	7,2	7,0	1858,0	1,9

Kuvio 4. Kyselyn tutkimusalueen tunteminen

Kysymyksessä hyödynnettiin Likertin asteikkoa, missä asteikon alin arvo 0 vastasi todella huonoa tuntemusta ja vastaavasti korkein arvo 10 vastasi erittäin hyvää alueen tuntemusta. Keskiarvo vastanneiden kesken oli 7,2. Keskiarvosta sekä keskihajonnasta voidaan päätellä, että vastaajat kokivat tuntevansa Tampereen asuinalueet melko hyvin.

Ikäsi?

Vastaajien määrä: 258

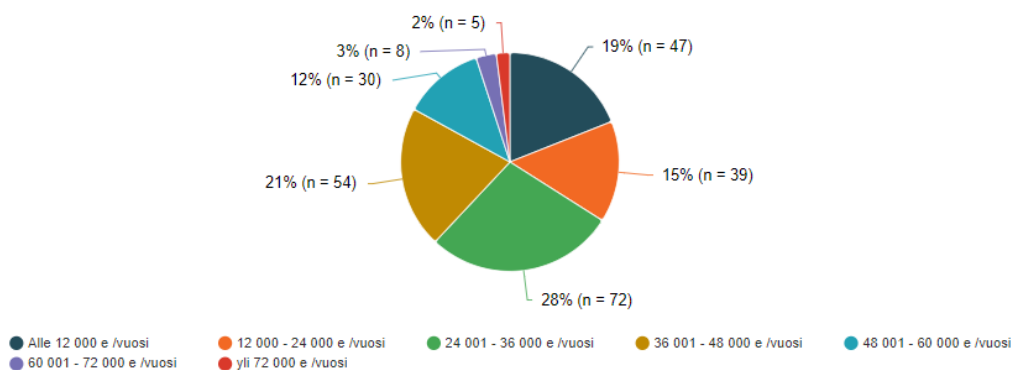


Kuvio 5. Vastaajien ikäjakauma

Kyselyyn kertyi yhteensä 258 vastausta. Vastaajien ikäjakaumaa tarkastellessa voidaan todeta, että vastauksia saatiin laajasti eri ikäisiltä ihmisiltä. Yli 66-vuotiaat olivat prosentuaalisesti pienin vastaajaryhmä (7 %). Suurimpana ikäryhmänä kyselyyn vastasi 25–35-vuotiaat henkilöt, jotka muodostavat 35 % kyselyyn vastanneista. Kaksi suurinta ikäryhmää yhteenlaskettuna, 25–50-vuotiaat, muodostavat 63 % vastaajista. Kysely tavoitti vastaajia laajasti eri ikäryhmistä pois lukien alle 16-vuotiaat, joita kysely ei tavoittanut lainkaan. Tältä osin otos ei täysin vastaa perusjoukkoa.

Tulotasosi vuodessa?

Vastaajien määrä: 255

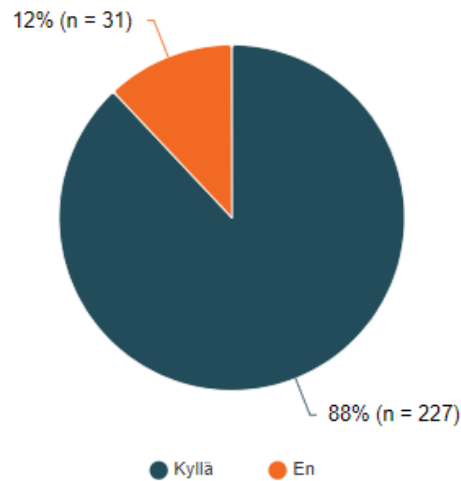


Kuvio 6. Vastaajien tulotaso

Kyselyyn vastanneiden tulotasoa tarkastellessa noin puolet (49 %) vastanneista tienaa vuodessa 24 000–48 000 euroa. Kysely tavoitti vastaajia laajasti eri tuloluokista, missä

esimerkiksi alle 12 000 euroa vuodessa tienavien osuus kyselyyn vastanneista oli 19 %. Korkeaa tuloluokkia edustavien määrä (yli 60 000 euroa vuodessa tienavat) oli pienin osuus vastaajista osuuden ollessa vain 5 % vastaajista. 1 % kyselyyn vastanneista jätti vastaamatta vuosituloja koskevaan kysymykseen.

Asutko Tampereella?
Vastaajien määrä: 258



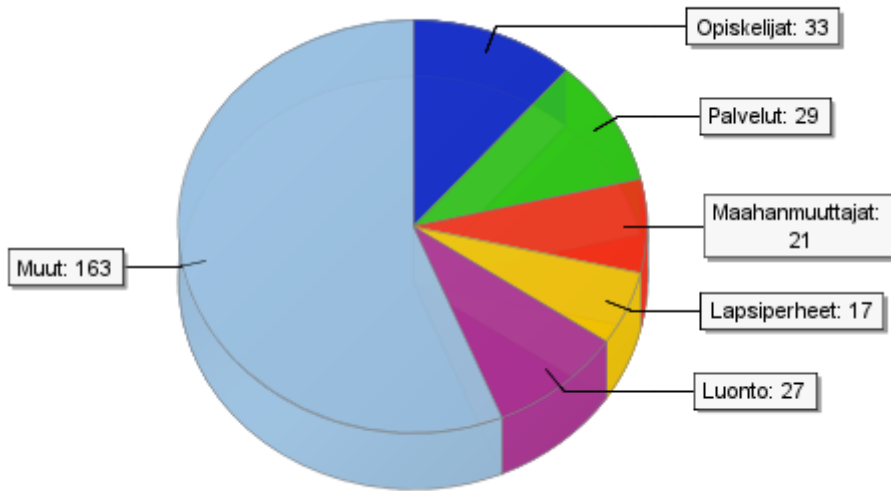
Kuvio 7. Tampereella asuvien vastaajien osuus

Kyselyyn vastanneista 88 % asuu Tampereella. Prosentuaalinen määrä saattaa myös osaltaan vaikuttaa vastaajien hyvään tuntemukseen Tampereen asuinalueista. Kyselyyn vastanneista 227 asui Tampereella ja kyselyyn vastattiin 64 eri Tampereen asuinalueelta. Suurimmat vastausalueet olivat Hervanta 7,1 %, Vuores 5,2 % sekä Tesoma 4,7 %. 12 % vastaajista asui Tampereen ulkopuolella, joista 48 % asui Tampereen ympäryskunnissa, 41 % muualla Suomessa ja 1 % ulkomailla. Useat vastaukset Tampereen ympäryskunnista voivat heijastella Tampereen vaikutuksia ympäryskuntiinsa, missä osa pienempien ympäryskuntien elinvoimasta johtuu niiden sijainnista Tampereeseen. Tampere vaikuttaa muihinkin kuin sen asukkaisiin ja osaltaan myös saa osakseen ulkopuolelta tulevia mielikuvia. Mielenkiintoista on Hervannan ja Tesoman korkeat vastausprosentit, jotka tuloksissa liitettiin usein huonomaineisiksi asuinalueiksi.

5 Asuinalueen ominaisuuksien rooli mielikuvissa

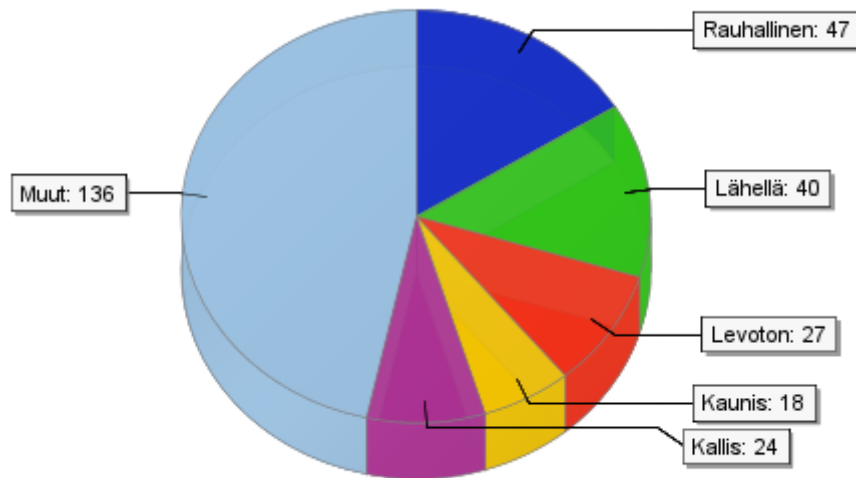
Kyselyssä vastaajia pyydettiin nimeämään kolme asuinaluetta Tampereelta ja kertomaan, millaisia mielikuvia nämä asuinalueet herättävät (kysymys 8). Kysymykseen tuli yhteensä 246 vastausta eli 12 vastaajaa jätti kysymyksen väliin. Kysymyksen vastauksista 44 koostui pelkästään kolmesta vastatusta asuinalueesta tai kuvailut perustuivat lyhyeen yleiseen kuvailuun ”positiiviset mielikuvat” tai ”alueilla on huono maine”. Vastauksista 202 sisälsi laajemmat kuvailut siitä, millaisia mielikuvia vastaajan nimeämät asuinalueet sisälsivät. Tutkielman ensimmäinen tutkimuskysymys pyrki selvittämään, millaiset asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat alueeseen liitettäviin mielikuviin. Mielikuviin vaikuttavien asuinalueiden ominaisuuksien luokittelemiseksi analyysissa käytettiin kategorioina Prementierin ja muiden (2008, s.836–838) ominaisuusluokkia. Ominaisuusluokat olivat sosiaaliset, fyysiset sekä toiminnalliset tekijät. Kaikista vastauksista oli löydettävissä yksi tai useampi ominaisuus, jotka sisältyivät ominaisuusluokkiin.

Asuinalueeseen liitettäviä mielikuvia luokiteltiin myös aineistosta sanojen toistuvuuden sekä esiintyvyyden mukaan, joka luo abstraktimpaa ja yleiskuvallisempaa rakennetta sille, minkälaisia mielikuvia asuinalueisiin liitetään.



Kuva 1. Eri vastaajien kuvailuissa eniten toistuneet substantiivit.

Kuvassa 1 on esitetty eniten toistuneet substantiivit ja niiden määrä eri vastaajien kuvailuissa. Sanaluokittelusta voidaan päätellä, että asuinalueisiin liitettävät mielikuvat henkilöityvät vahvasti erilaisiin ihmisryhmiin, missä viidestä suurimmasta luokasta kolme kuvaa tarkasti tiettyä ihmisryhmää. Asuinalueiden merkitys nähdään myös paljon laajempänä, kuin sen asukkaat tai alueen tarjoamat asumistarkoitukseen tehdyt rakennukset. Asuinalueen merkitys muotoutuu myös mahdollistajana, missä erilaisten mahdollisuuksien monimuotoisuus luo merkitystä alueelle.



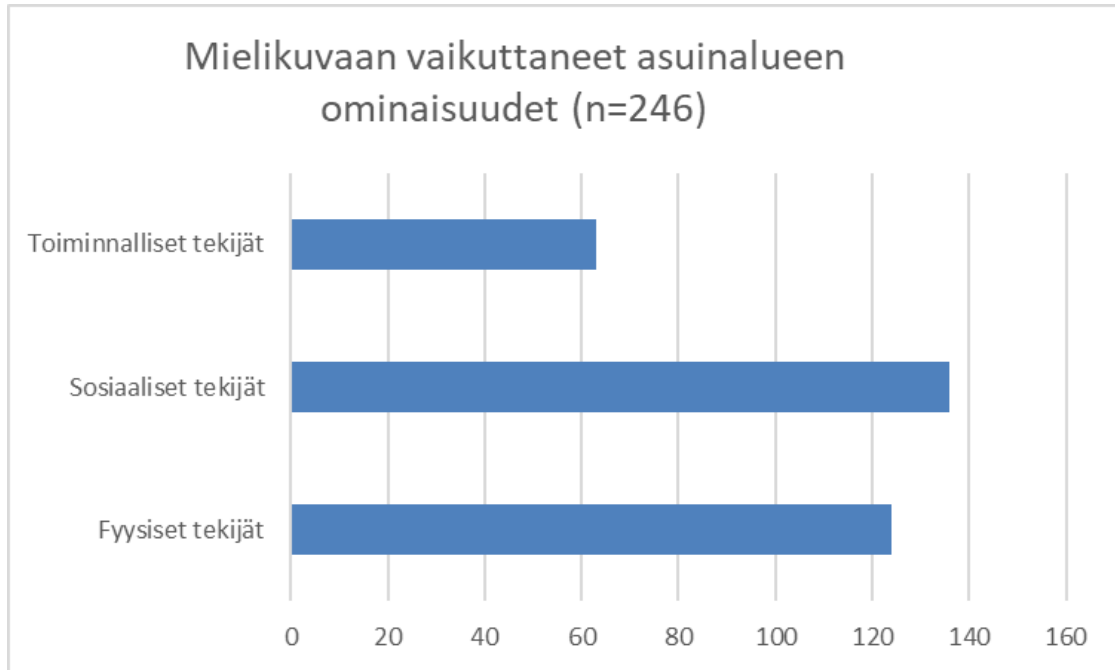
Kuva 2. Kuvailussa toistuneet adjektiivit.

Kuvassa 2 on esitetty eniten toistuneet adjektiivit ja niiden määrä eri vastaajien kuvailuissa. Asuinalueen merkitykselle suuria ominaisuuksia on sen maantieteellinen sijainti, asuinalueen tila sekä visuaalisuus. Luokittelussa korostuu varsinkin vastaajien arvotus siitä, mieltääkö asuinalueen rauhalliseksi tai levottomaksi. Kuva asuinalueen taloudellisesta tilasta on osana luomassa mielikuvaa alueesta, missä mielikuviin liittyy vahvasti kalliit asunnot ja asumisen hinta. Asuinalueen suhteellinen sijainti Tampereen keskustaan sekä palveluihin esiintyi vastauksissa. Pelkkien rajattujen sanaluokkien esiintyvyys eri vastaajien kuvailuissa ei riitä saamaan täysin tarkkaa kuvaa siitä, millaiset asuinalueen ominaisuudet ovat kytköksissä asuinalueeseen liitettäviin mielikuviin. Kuvailuissa esiintyvät substantiivit antavat kuitenkin raamit aineistoista löydetyille asuinalueiden ominaisuuksille.

5.1 Asuinalueen ominaisuudet yleisesti mielikuvien merkitystä luomassa

Kyselyyn vastanneiden vastauksia on luokiteltu Prementierin ja muiden (2008, s.836–838) määrittelemien ominaisuusluokkien mukaisesti. He ovat luokitelleet omassa

tutkimuksessaan asuinalueen ominaisuuksia, joiden nähtiin vaikuttavan asuinalueen maineen syntymiseen vaikuttavina tekijöinä. Mielikuvilla on vahva rooli maineen muodostumisessa (Aula & Heinonen, 2002, s. 37). Teoriasta johdettuna on perusteltua hyödyntää valittua luokittelua analysoidessa aineistosta nousevia kokonaisuuksia mielikuville, joita asuinalueeseen liitetään.



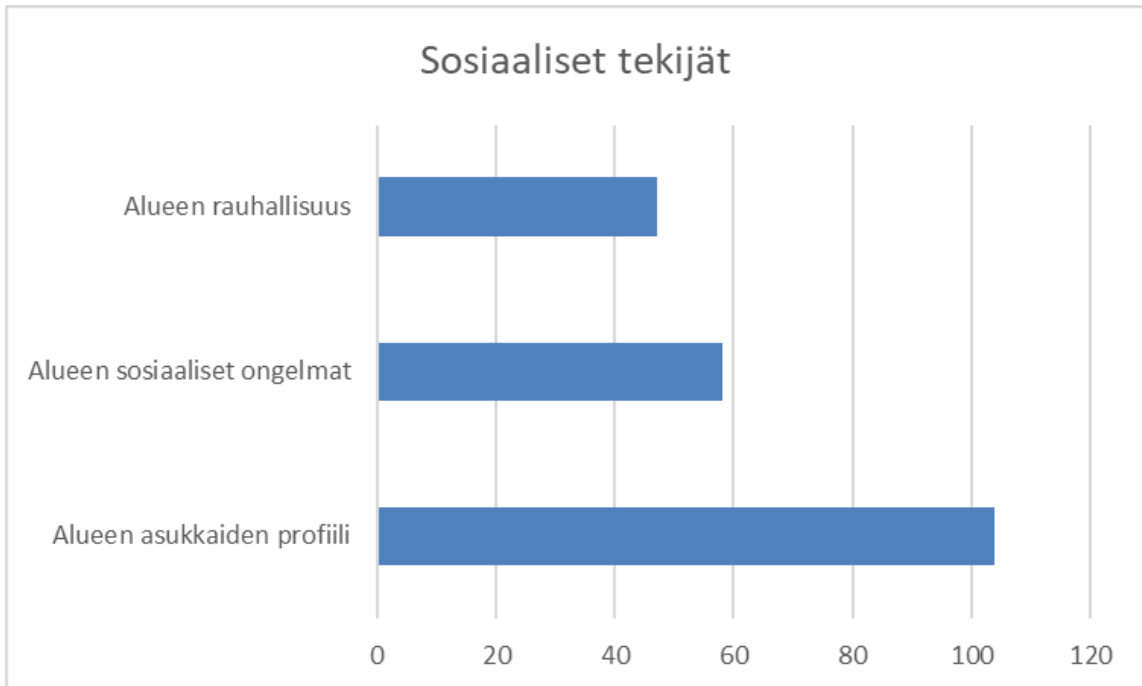
Kuvio 8. Vastauksista luokiteltujen tekijöiden jakautuminen.

Prementierin ja muiden (2008, s.836–838) mukaan sosiaalisiin tekijät muodostuvat asuinalueen asukkaiden profiilista ja niille annettavista merkityksistä. Erilaiset sosioekonomiset tekijät, kuten tulotaso ja koulutusaste, etnisyys ja asukkaisiin liitettävät sosiaaliset ongelmat kuten erilaiset asukkaissa realisoituvat päihdeongelmat lukeutuvat merkittävästi sosiaalisiin tekijöihin. Asuinalueen ominaisuuksien fyysiset tekijät sisältävät heidän mukaansa rakennettuun (elottomaan) ympäristöön liittyviä seikkoja rakennusten laadusta ja kunnosta rakentuviiin tekijöihin. Asuntokanta ja ylipäättään rakennetusta ympäristöstä kumpuavat mielikuvat osana viihtyvyyttä lukeutuvat myös asuinalueen fyysisiin tekijöihin. Toiminnalliset tekijät sisältävät sijaintiin, saavutettavuuteen sekä asuinalueella sijaitseviin palveluihin liitettävät mielikuvat.

Vastauksissa on nähtävissä, että asuinalueeseen liitettäviä mielikuvia hallitsevat sosiaalsiin tekijöihin liittyvät mielikuvat. Vastanneista 55 % kuvaili asuinalueita sosiaalisten tekijöiden kautta, missä nimettyjä asuinalueita kuvailtiin pitkälti sitä kautta, minkälaisia ihmisiä asuinalueella oleskelee. Mielikuvat rakentuivat paljolti erotteluun tietynlaisista asukasprofiileista. Toistuvina kuvailuina nousi esiin esimerkiksi lapsiperheet, opiskelijat, etniset vähemmistöt sekä päihteidenkäyttäjät. Vastanneiden asuinalueisiin liitettävistä mielikuvista 50 % liittyivät fyysisiin tekijöihin ja selkeästi pienin osuus oli toiminnalliset tekijät 26 %.

5.2 Sosiaalisissa tekijöissä korostuvat asukkaat

Asuinalueen mielikuvat rakentuvat vahvasti siihen liitettyihin sosiaalsiin tekijöihin. Kyselystä johdetut sosiaaliset tekijät luokiteltiin kolmeen toistuvaan kategoriaan. Asukkaiden profiiliin sisältyi mielikuvat, jotka liittyvät suoriin mainintoihin asukkaiden sosioekonomisesta statuksesta tai etnisyydestä. Sosiaaliset ongelmat pitivät sisällään mielikuvat henkilöiden aiheuttamista ongelmista, kuten väkivaltaisuus, päihdeongelmat, rauhattomuus tai turvattomuus. Toisaalta vastauksissa nousi esiin myös tietynlaisena vastapainona koettu asukasprofiilin tuoma rauhallisuus alueelle, jossa esimerkiksi aluetta kuvailtiin rauhallisena asuinalueena, koska asukkaista suurin osa on lapsiperheitä tai työssäkäyviä. Skifter Andersen (2008, s.90–97) nostaa sosiaaliset tekijät merkittävämpänä yksittäisenä kokonaisuutena asuinalueen mainekehityksessä. Kysyttäessä mielikuvia, joita vastaajalle herää Tampereen asuinalueista, vastaus muodostui sille, millaisia ihmisiä asuinalueeseen liitetään. Vastauksista, jotka toivat esiin sosiaalisia tekijöitä, 104/136 liitti mielikuvat asukkaiden profiiliin, 58/136 asuinalueella esiintyviin sosiaalsiin ongelmiin ja 47/136 asuinalueen rauhallisuuteen.



Kuvio 9. Asuinalueen sosiaaliset tekijät.

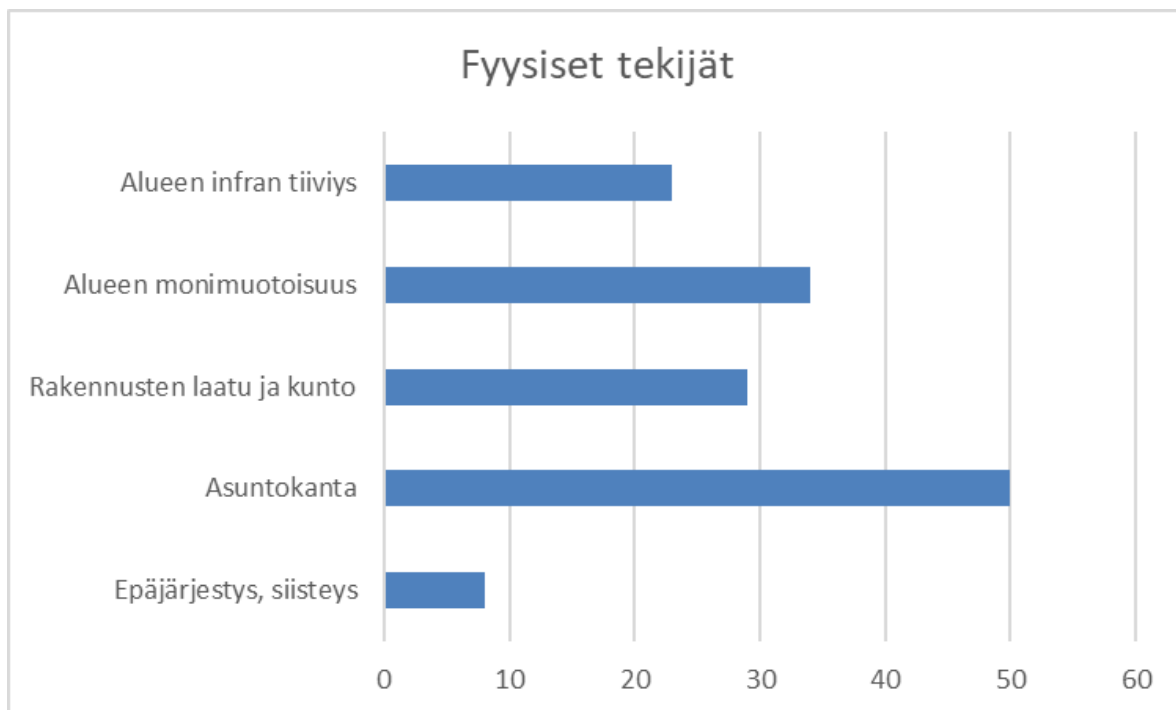
Kuviossa 9 on esitelty asuinalueiden sosiaalisten tekijöiden ominaisuudet, jotka nousevat esiin vastauksissa ilman tarkempaa rajausta vastauksissa yksilöidyistä asuinalueista. Tulokset sosiaalisten tekijöiden vaikutuksista mielikuviin tukevat Haugen ja Kolstadin (2007, s. 290) esittämää väitettä siitä, että asuinalueeseen liitettävät mielikuvat ovat vahvasti sidoksissa sen asukkaisiin. Asuinalueen ja sen asukkaiden välillä on mielikuviin vaikuttava yhteys, missä asuinalueen olemus kuvataan siellä asuvien ominaispiirteitä korostamalla ja toisaalta taas siellä asuviin asukkaisiin liitetään mielikuvia asuinalueeseen liitettävien yleistyksien mukaisesti. Vastauksissa korostui siis asuinalueen symbolinen merkitys, missä mielikuvat nähtiin pelkistettynä summana esimerkiksi alueella oleskelevien etnisen taustan mukaan. Tämä havainto tukee myös aikaisemmassa tutkimuskirjallisuudessa havaittua asukkaiden etnisen profiilin vaikutusta mielikuvien muodostumisessa (Chamberlain, 2020, s.611–612).

Asuinalueeseen liitettyjen mielikuvien sosiaaliset tekijät nousivat esiin suuressa määrin negatiivisina asioina. Asuinalueella esiintyvät sosiaalisista ongelmista johdetut ilmiöt, kuten päihteidenkäyttäjistä johtuva rauhattomuus, turvattomuus ja rikokset nousivat

vahvasti esiin mielikuvissa asuinalueista. Tietyllä tapaa sosiaaliset ominaisuudet ovat hyvin hallitsevia ja ohjaavat vahvasti alueeseen liitettäviä mielikuvia. Osaltaan tämä saattaa johtua siitä, miten ihmiset peilaavat informaatiota odotusrakenteeseen ja tietyllä tapaa omista lähtökohdista poikkeavat elementit myös nousevat helpommin esiin ja vaikuttavat syntyviin mielikuviin.

5.3 Asuntokanta ja infran tiiviys jäävät mieleen

Asuinalueeseen liitettävien mielikuvien ominaisuuksista fyysiset tekijät sosiaalisten tekijöiden ohella ovat hallitseva teema. Alueen fyysisissä ominaisuuksissa korostuvat asuntokanta, alueen monimuotoisuus sekä rakennetun ympäristön laatu, kunto sekä tiiviys. Asuinalueen fyysisistä ominaisuuksista oli löydettävissä useampi toistuva ja siten vaikuttava kokonaisuus.



Kuvio 10. Asuinalueen fyysiset tekijät.

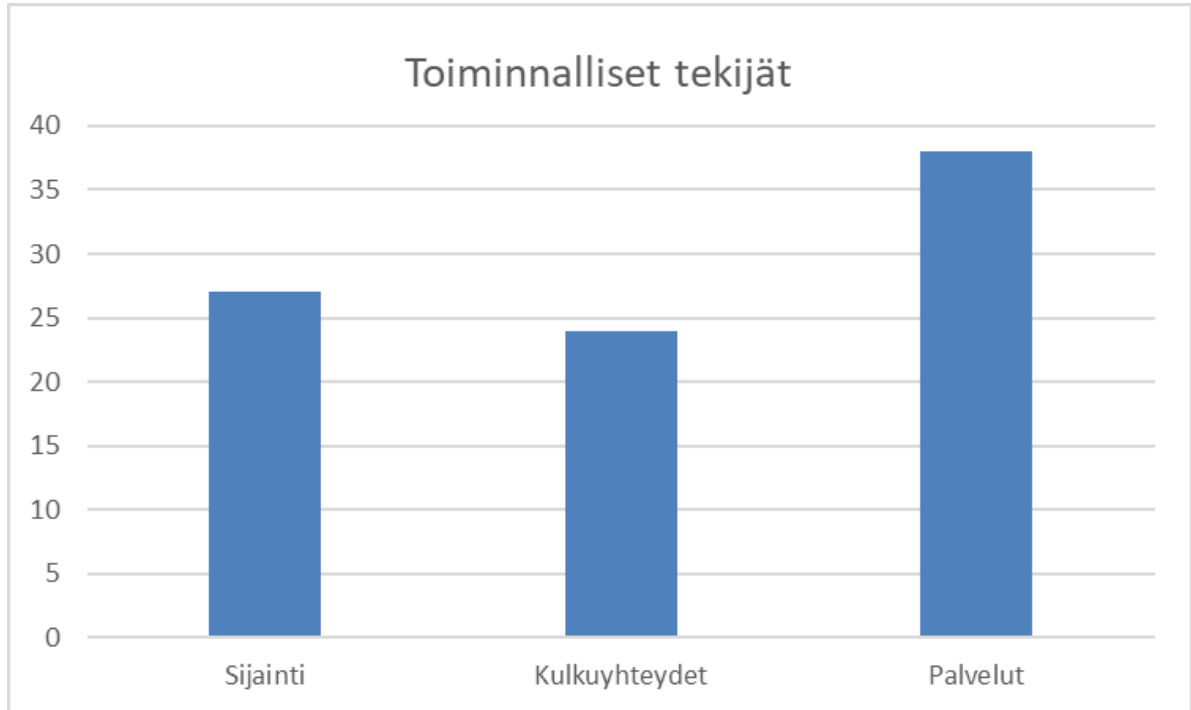
Mielikuvissa korostui alueen kuvailu sen sisältämän asuntokannan mukaan. Vastauksissa asuinaluetta kuvailtiin esimerkiksi mieleen tulevina omakotitalo- tai kerrostaloalueena. Alueen asuntojen hintataso mainittiin myös useasti kuvailtaessa aluetta sekä rakennuskannan rakennusajankohta. Vastauksissa nostettiin myös esiin rakennetun ympäristön ahtaus, jonka nähtiin muotoutuneen joko rakennusajankohdasta tai viimeaikaisen tiivisrakentamisesta johtuen. Esimerkiksi Pispalaa kuvailtiin korostuneesti lähtökohtaisesti tiiviinä ja ahtaana alueena, jossa asuminen on kallista. Asuinalueen tarjoamat mahdollisuudet luonnon osalta sekä rakennetun ympäristön monimuotoisuus näkyivät myös merkityksellisenä fyysisenä ominaisuutena.

Fyysiset ongelmat voidaan nähdä myös osittain johtuvat alueen sosiaalisista ongelmista, missä halvat kerrostalokeskittymät, epäjärjestys, graffitit ja sosioekonomisesti huonommassa asemassa olevat yhdistyivät mielikuvissa. Toisaalta idylliset omakotitaloalueet ja lapsiperheet linkittyivät vastauksissa. Skifter Andersen (2008, s.90–97) korostaakin seikkaa, että fyysiset ja sosiaaliset tekijät ovat osaltaan vuorovaikutuksessa keskenään ja ne muodostivat aineistossakin valtaosan mielikuviin liitettävistä asuinalueen ominaisuuksista (80 %).

5.4 Saavutettavuus ja läheisyys

Prementierin ja muiden (2008, s.836–838) mukaan toiminnalliset tekijät kuten sijainti, kulkuyhteydet ja alueella sijaitsevat palvelut vaikuttavat alueeseen liitettäviin mielikuviin. 20 % vastauksista liitti toiminnalliset tekijät osaksi mielikuvia. Sijainti oli mainittuna 27/63 vastauksista. Useasti sijainti suhteutettiin Tampereen keskustaan, missä alueen sijainti lähellä keskustaa tai kaukana keskustasta loi merkitystä asuinalueelle. Toiminnalliset tekijät mainittiin usein yhteenkietoutuneena kokonaisuutena, missä kulkuyhteyksien toimivuutta suhteessa keskustaan tai palveluihin nostettiin vastauksissa esiin. Asuinalueen mielikuviin vaikutti vahvasti siellä sijaitsevat palvelut tai palveluiden

puuttuminen, missä 38/63 vastauksista toiminnallisista tekijöistä juuri palvelut olivat osa asuinalueelle annettua merkitystä.

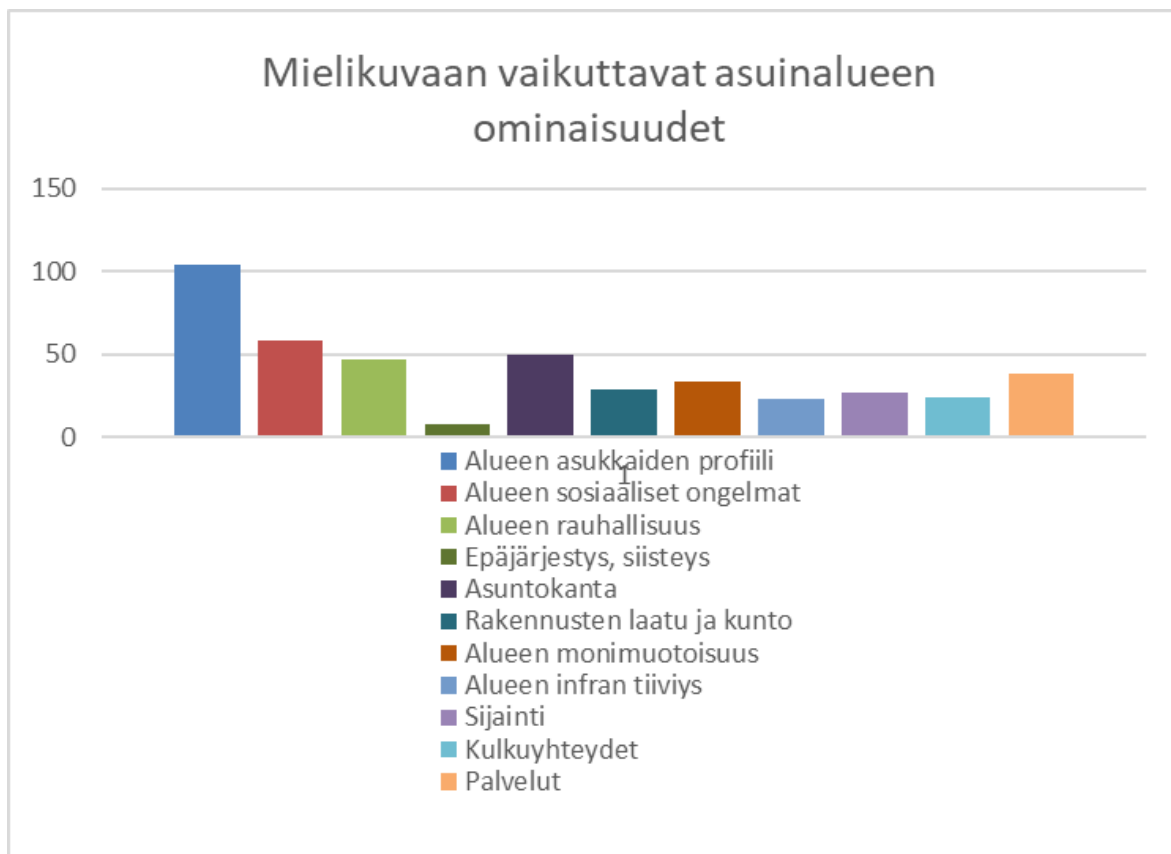


Kuvio 11. Asuinalueen toiminnalliset tekijät.

5.5 Asuinalueen ominaisuudet vahvana mielikuvien rakentajana

Asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat merkittävästi alueeseen liitettäviin mielikuviin. Luokiteltuja ominaisuuksia tarkastelemalla voidaan todeta, että asuinalueen asukkailla on merkittävä rooli alueelle annettavissa merkityksissä ja niistä kumpuavista mielikuvista. Mielikuvat muodostuvat vahvasti rakenteen ympärille, joka korostaa informaatiota alueen asukkaista. Mielikuvat asuinalueesta toimivat tietyllä tapaa johdannaisena sille, minkälaisia ihmisiä alueella oleskelee. Asuinalueen sosiaalisilla ominaisuuksilla on siis merkittävä rooli mielikuvien muodostumisessa. Isot ihmisryhmät alueella ovat osa alueelle annettavaa merkitysrakennetta. Alueen sosiaalinen tila muokkaa mielikuvia, missä sosiaaliset ongelmat näyttäytyvät vahvana tekijänä mielikuvissa. Negatiiviset

ominaisuudet kuten turvattomuus, päihteiden väärinkäyttö ja väkivalta ovat pienissäkin määrin voimakkaita vaikuttimia sille, miten yksilöt näkevät itse alueen merkityksen.



Kuvio 12. Vastauksissa nousseet asuinalueen ominaisuudet.

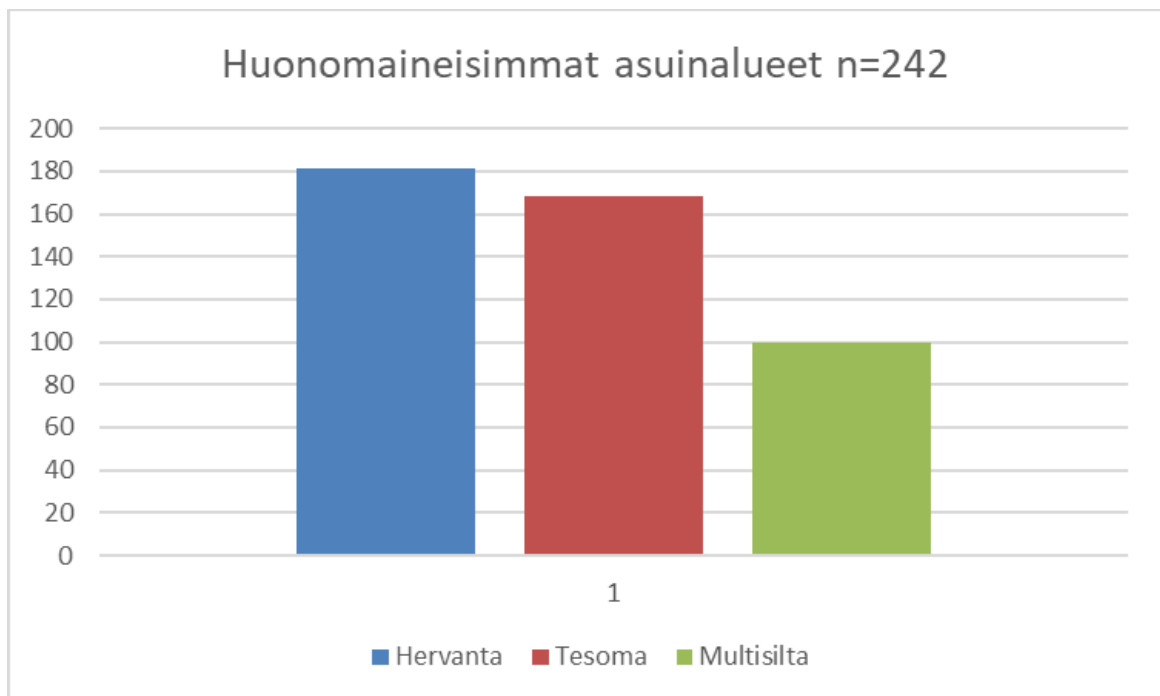
Visuaalisesti havaittavat asuinalueen fyysiset ominaisuudet vaikuttavat myös vahvasti mielikuvien syntymiseen alueesta. Alueella sijaitseva asuntokanta on yksi merkittävin yksittäinen ominaisuus, jossa erottuvat varsinkin yksipuoliset asuntokantakeskittymät. Osaltaan alueen asukkaat yhdistettiin elämäntilanteiden, sosioekonomisen aseman tai etnisyyden perusteella alueella esiintyvään asuntokantaan. Halvat kerrostalokeskittymät ja yhteiskunnan heikoimmassa asemassa olevat yhdistyivät mielikuvissa eri asuinalueista, kun taas uudehko ja hintava asuminen alueella yhdistettiin rikkaisiin ja perheellisiin asukkaihin. Ränsistyneet, epäsiistit tai huonokuntoiset rakennukset yhdistyivät usein turvattomuuden ja rauhattomuuden mielikuviin.

Mielikuvat ovat subjektiivisia näkemyksiä asuinalueelle annettavasta merkityksestä. Yhteenkuuluvuus tai eriytyminen alueen sosiaalisista ominaisuuksista ovat merkittäviä tekijöitä mielikuvien muodostumisessa. Olettaen etniset vähemmistöt tai päihdeongelmaiset eivät edusta vastaajien enemmistöä, mutta ne korostuvat vastauksissa selkeästi. Toisaalta myös ”elottomat” ominaisuudet olivat toinen merkittävä ominaisuuskokonaisuus. Liian tiivis rakentaminen, huonot palvelut sekä kulkuyhteydet muovaavat mielikuvia alueesta. Mainitut ominaisuudet ovat hyvin subjektiivisia ja arvioijastaan riippuvaisia, missä sijainti kaukana keskustassa voi olla toiselle rikkaus, kun taas toiselle kriittisesti muuttopäätökseen vaikuttava tekijä.

Asuinalueeseen liitettävät mielikuvat ovat kuin kansilehti alueella asuvista ihmisistä ja siitä, mitä he edustavat. Mielikuviiin asuinalueesta vaikuttaa myös sinne liitettävä vallitseva sosiaalinen tila sekä alueen rakennettu ympäristö. Vertaillen sosiaalisten, fyysisten sekä toiminnallisten ominaisuuksien voimasuhteita voidaan päätellä, että ominaisuudet ovat dynaamisia. Asuntokanta voi muuttua, alueen asukasprofiilin muovautua ja sitä kautta alueesta syntyvät mielikuvat voivat eri tarkastelujaksoina muuttua radikaalisti. Alueen pysyväisluontoisempina ominaisuutena sijainti ei noussut esiin tutkimuksessa yhtä merkittävänä tekijänä kuin dynaamiset ominaisuudet, joka antaa tilaa tietoiselle mielikuvarakentamiselle niin hyvässä kuin pahassa. Toisaalta tulevaisuudessa vastaanottajien odotusrakenteet voivat myös muuttua merkittävästi, joka itsessään voi muokata asuinalueen ominaisuuksien merkityksellisyyttä mielikuvien muodostumisessa.

6 Asuinalueen ominaisuudet osana mainetta

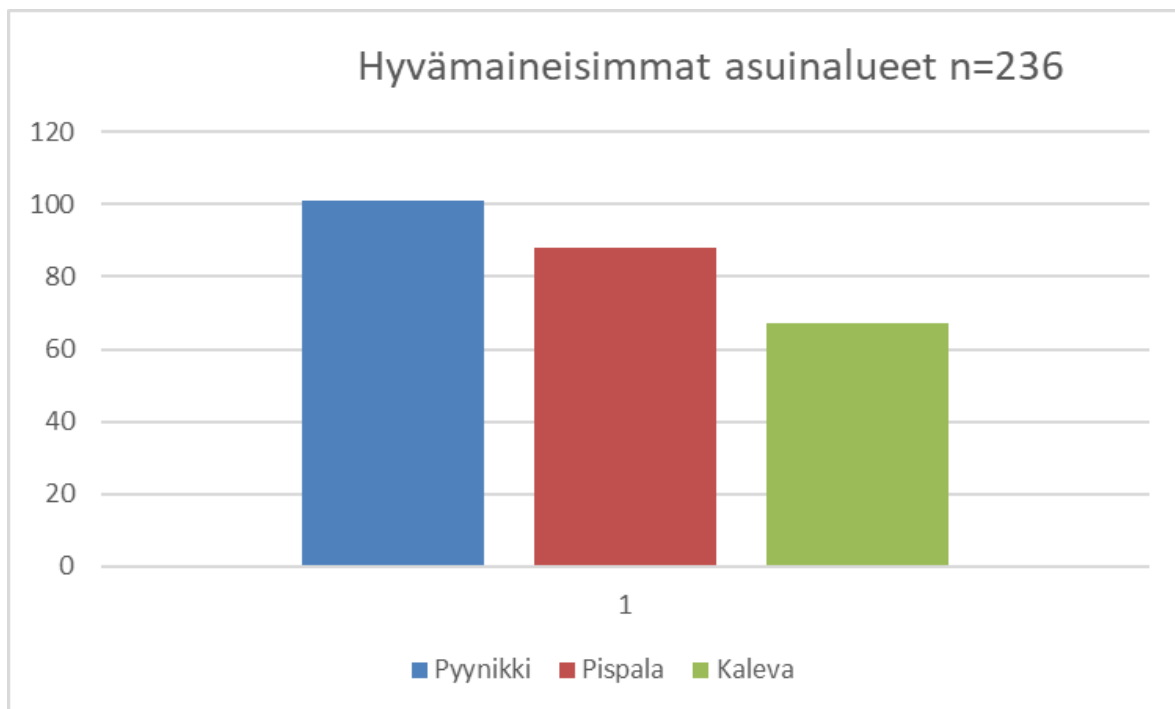
Toisessa tämän tutkielman tutkimuskysymyksistä pyritään vastaamaan kysymyksiin, mitkä Tampereen asuinalueista omaavat vahvan maineen ja miten asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat mainekäsitykseen alueista. Kyselyssä vastaajia pyydettiin nimeämään sekä hyvä- että huonomaineisia asuinalueita Tampereelta. Vastauksien perusteella on löydettävissä selkeät ääripäät asuinalueille, joihin liitetään hyvä tai huono maine.



Kuvio 13. Huonomaineisimmat asuinalueet.

Kuvio 13 esittää, kuinka monessa vastauksessa kyseinen asuinalue on mainittu. Kuvioon on koottu kolme eniten esiintyvää asuinaluetta vastauksissa. Huonomaineisten asuinalueiden listalla kolmen asuinalueen kärki erottui selkeästi aineistosta. Siinä missä yleisin vastaus Hervanta käsitti $\frac{3}{4}$ vastanneista, niin viidenneksi eniten mainintoja saanut asuinalue käsitti enää neljäsosan vastanneista. 74 % vastanneista mainitsi Hervannan

huonomaineisena alueena, Seuraavaksi suurin esiintyvyys vastauksissa oli Tesoma, jonka 69 % vastanneista mainitsi ja kolmantena Multisilta 41 %.



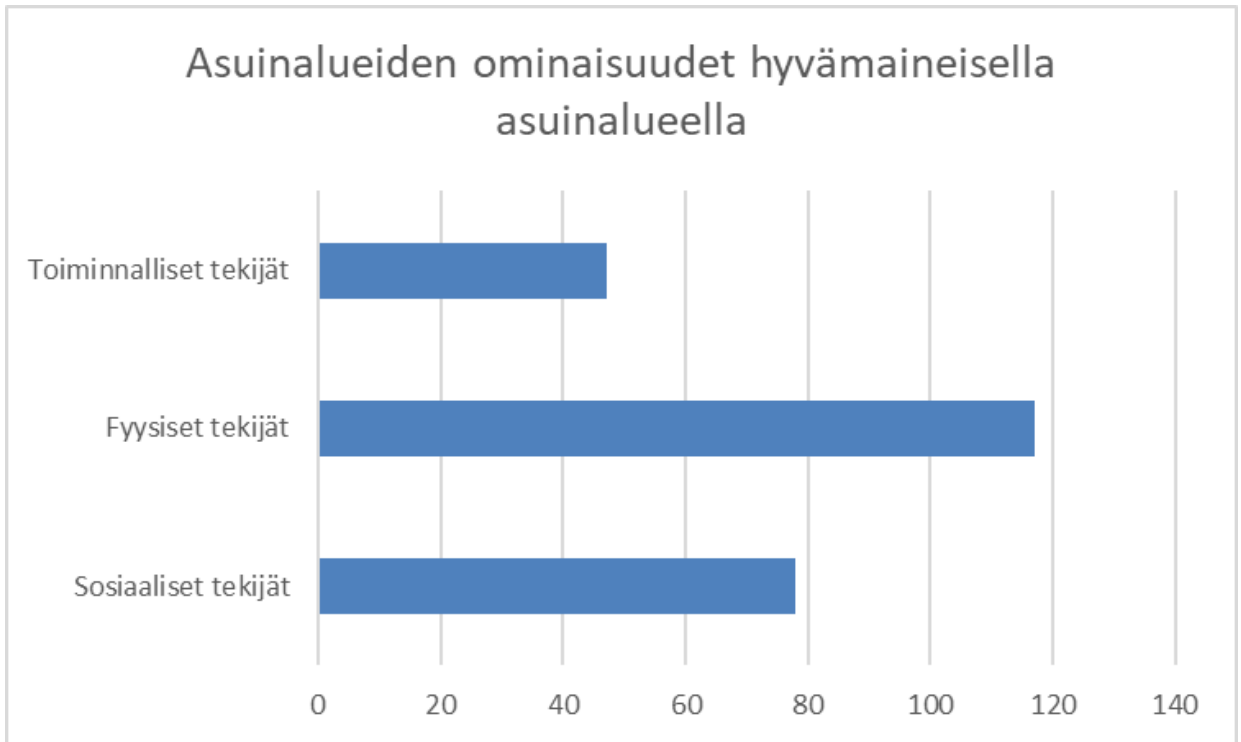
Kuvio 14. Hyvämaineisimmat asuinalueet.

Kuviossa 14 on esitetty kolme eniten mainittua Tampereen hyvämaineista asuinalueita. 43 % vastauksista sisälsi maininnan Pyynikistä, 37 % Pispalasta ja 28 % Kalevasta. Hyvämaineisissa asuinalueissa hajonta on kärjessä paljon pienempää kuin huonomaineisten alueiden kohdalla. Huonomaineisten alueiden osuus erottuu selkeästi vahvempana osana aineistosta. Se voi johtua muun muassa siitä, että huonomaineisuus alueiden välillä keskittyy vain selkeästi erottuville ja tunnetuille asuinalueille ja määrällisesti huonomaineisia asuinalueita ole paljon. Toisaalta asuinalueisiin liitettävissä mielikuvissa negatiivinen miellelyhtymä tuntui yhdistyvään asuinalueeseen useammin kuin positiivinen mielikuva. Asuinalueen huonolla maineella, varsinkin stigmatisaatiolla, on voimakkaampi ominaisuus vaikuttavuudeltaan, joka on tietysti ongelmallinen havainto aluekehityksellisestä näkökulmasta. Maine erottuu mielikuvista ja imagosta pysyvämpänä ja merkittävämpänä leimana alueelle. Hervantaa kuvailtiin aineistossa useasti "mainettaan parempana" ja monet kokivat Hervannan negatiivisen maineen

johtuvan varsinkin 90-luvulla koetuista levottomuuksista alueella. Aulan ja Heinosen (2002, s.92–93) mainekentän mukaan Hervannan kohdalla olisi viitteitä siis siitä, että asuinalueen maine on menossa parempaan suuntaan ja kokemukset alueesta ovat positiivisia, mutta asuinalueeseen liitettäviin mielikuviin vaikuttaa edelleen menneisyyden alueelle annetut merkitykset.

6.1 Maine-eroissa eri asuinalueen ominaisuudet korostuvat

Tampereen asuinalueilla on eroja, mitä tulee niihin liitettävään maineeseen. Alueiden erot maineessa liittyvät maineen merkityksen vertailevalla ulottuvuudella, maineen muodostumisessa vertailun kohteena toimii kaupungin eri asuinalueet. Kyselyn aineisto tukee siis maineen arvottavaa ulottuvuutta suhteessa muihin, jota teoriassa on kuvattu aluehierarkiana (Wassenberg, 2004, s.227). Ihmiset arvottavat asuinalueet järjestykseen mukaisesti, mitkä asuinalueen ominaisuudet ovat merkityksellisiä arvioijalleen. Vastaajia pyydettiin nimeämään mielestään hyvä- ja huonomaineisia asuinalueita Tampereelta sekä avaamaan, mitkä seikat tekevät asuinalueista hyvä- ja huonomaineisia.

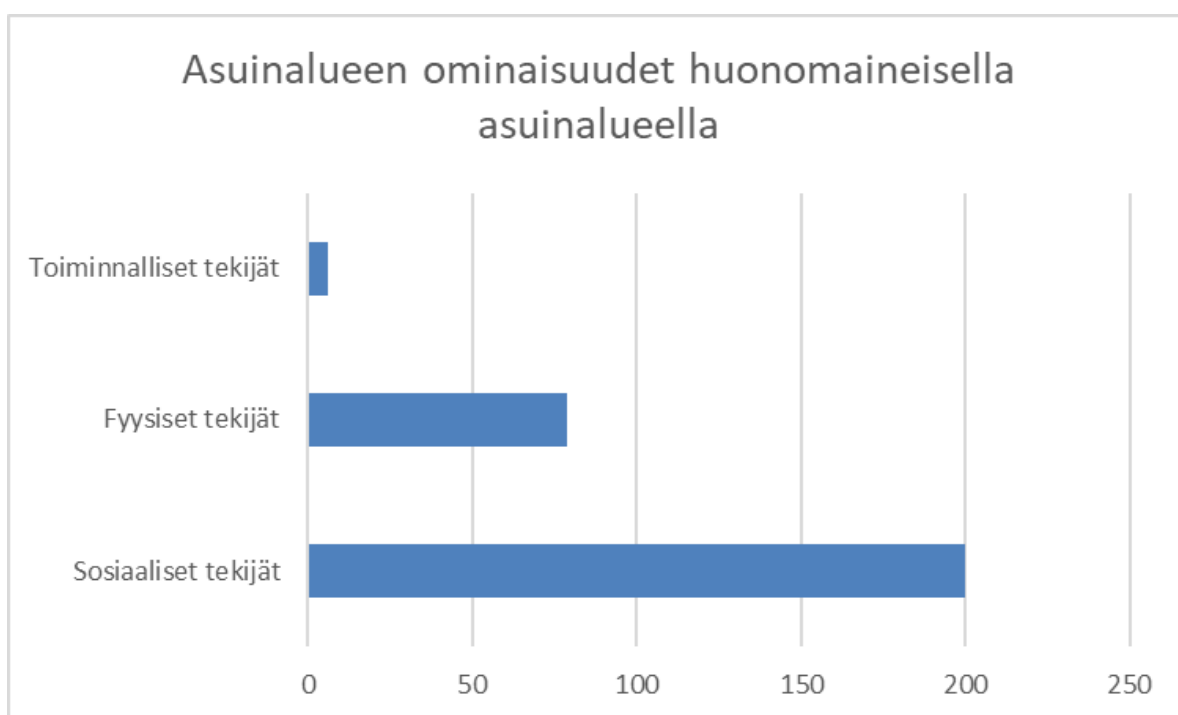


Kuvio 15. Asuinalueen ominaisuudet hyvämaineisella asuinalueella.

Kuviossa 15 on kuvattu vastauksien määrää, missä esiintyi eri asuinalueen ominaisuuksista koostuvia tekijöitä. Kysyttäessä syitä asuinalueen hyvämaineisuudelle vastauksia tuli yhteensä 226. Syistä hyvämaineisuuden taustalla asuinalueilla aineistosta nousi eniten esiin asuinalueen fyysiset tekijät. 117 vastauksessa asuinalueen fyysiset tekijät olivat mainittuna syyksi alueen hyvämaineisuudelle. Asuinalueen asuntojen hintataso oli yksi merkittävimmistä vaikuttimista, missä kalliit asunnot yhdistettiin hyvämaineisille asuinalueille. Myös uudehko asuntokanta, alueen siisteys ja visuaalinen ilme sekä omakotitaloalueet ovat osana luomassa hyvää mainetta alueelle.

78 vastauksessa asuinalueen hyvämaineisuuden syyt liitettiin alueen sosiaalisiin tekijöihin. Sosiaaliset tekijät liittyivät pitkälti asukkaiden profiiliin, missä hyvämaineisten asuinalueiden asukkaita kuvailtiin korkean tulotason, työllisyyden ja varallisuuden mittareilla. Osaltaan aineistossa juuri asukkaiden sosioekonominen status nähtiin myös asuinalueen fyysisten tekijöiden taustalla, missä varakkaat ihmiset liitettiin myös kalliisiin asuntoihin sekä koettiin, että asuinalueen väestön koostuessa rikkaista asuinalueella ei

esiinny myöskään yhtä paljon sosiaalisia ongelmia ja alue on siten rauhallinen. Toiminnalliset tekijät olivat pienin luokka, jotka mainittiin vain 47 vastauksessa. Asuinalueen sijainti ja hyvä palvelutarjonta alueella olivat merkittävimmät toiminnalliset tekijät, jotka vaikuttavat hyvään maineeseen alueella. Hyvämaineisen asuinalueen sijainti yhdistettiin usein keskustan läheisyyteen. Saavutettavuus ei noussut aineistosta esiin merkityksellisenä ominaisuutena, joka saattaa johtua hyvän sijainnin yhdistyessä keskustan ja palveluiden läheisyyteen, jolloin liikenneyhteydet eivät nouse suurempaan merkitykseen.



Kuvio 16. Asuinalueen ominaisuudet huonomaineisella asuinalueella.

Kuviossa 16 on kuvattu vastauksien määrää, missä esiintyi eri asuinalueen ominaisuuksista koostuvia tekijöitä. Kysymyksessä pyydettiin kertomaan seikkoja asuinalueiden huonomaineisuuden taustalla. Vastauksia kysymykseen tuli yhteensä 240. Huonomaineisiin asuinalueisiin vaikuttaa voimakkaasti alueen sosiaaliset tekijät. 83 % vastauksista nosti erilaiset sosiaaliset tekijät syinä alueen huonomaineisuuteen. Verrattuna hyvämaineisiin alueisiin ero on merkittävä. Huono maine alueella nähtiin johtuvan erilaisista sosiaalisista ongelmista, joihin liittyi turvattomuus ja alueella

esiintyvä epäjärjestys. Vastauksissa korostui alueelle liittyvät päihdeongelmat ja päihteidenkäyttäjät katukuvassa. Päihteet liitettiin usein alueen rauhattomuuteen ja usein teemaan liitettiin myös alueella esiintyvä rikollisuus ja levottomuus. Ominaisuudet muodostavat läheisen syklin, missä päihteet ja rikollisuus voidaan nähdä synnyttävän levottomuutta ja rauhattomuutta alueella. Koettu turvattomuuden tunne liittyy yksilön kokemukseen siitä, että alueen ominaisuudet eroavat vahvasti yksilön arvoista ja ominaisuuksista eroavana. Kolmas merkittävä huonomaineiseen alueeseen liittyvä ominaisuus liittyi myös asukasprofiiliin, missä etnisten vähemmistöjen esiintyvyys alueella nähtiin liittyvän vahvasti alueisiin, jotka nimettiin huonomaineisina. Aineistosta nousseet havainnot tukevat osaltaan tutkimuskirjallisuudessa esiintyviä väitteitä siitä, että etnisuus liitetään usein osaksi mainekehitystä (Taei & muut, 2023, s. 915).

Yleisestikin sosiaalisten tekijöiden korostuminen ei eroa tutkimuskirjallisuudessa esiin nostetusta. Skifter Andersen (2008, s.90–97) nostaa juurikin sosiaaliset tekijät alueella merkittävimmäksi tekijäksi maineen syntymiseen vaikuttavista tekijöistä. Aineistosta nousseet kokonaisuudet, kuten rikollisuus, päihteisiin ja muihin sosiaalisiin ongelmiin liitettävät tekijät olivat myös Skifter Andersenin tekemässä artikkelissa nostetut teemat. Fyysisistä tekijöistä merkittävimpinä ominaisuuksina liittyen asuinalueen huonomaineisuuteen nousi asuinalueen asuntojen hintataso sekä vuokra-asuntojen määrä alueella. Asuinalueen rakennetun ympäristön visuaalinen ilme koettiin myös merkittäväksi tekijäksi. Ränssityneet talot sekä vanha asuntokanta liitettiin usein huonomaineisille asuinalueille. Wiesel (2012, s.151) nostaa esiin asuntokannan monimuotoisuuden puuttumisen ja sen vanhentumisen ajallisesti samassa tahdissa osana fyysisiä tekijöitä huonomaineisilla asuinalueilla. Aineistosta nousseet havainnot tukevat havaintoa, missä halpojen vuokrakerrostalojen määrä ja asuntojen kunto nousivat esiin.

Huonomaineisilla alueilla toiminnalliset tekijät nähtiin melkein pä merkityksettöminä seikkoina. Vain 3 % vastauksista sisälsi sijaintiin, kulkuyhteyksiin tai palveluihin liitettävät syyt huonomaineisuudelle. Epäsuorasti toiminnallisilla tekijöillä on varmasti suurempi

rooli, missä syrjäisellä sijainnilla asumisen hintataso on verrattain halvempaa, minkä takia alueelle ohjautuu tietyn sosioekonomisen statuksen asukkaita. Yleisesti asuinalueen toiminnallisilla tekijöillä on suhteellisesti pienempi merkitys asuinalueen mainekehitykselle. Sosiaaliset ja fyysiset tekijät korostuvat aineistossa merkittävimpinä ominaisuuksia, jotka vaikuttavat maineen syntymiselle. Aikaisemmassa tutkimuskirjallisuudessa mm. Prementier ja muut (2008, s.836–838) kyseenalaistavatkin toiminnallisten tekijöiden tosiasiallisen vaikuttavuuden alueen maineeseen. Voidaan kuitenkin todeta, että vaikka suoranaisesti kyseiset tekijät eivät nouse aineistossa merkittävään rooliin, ovat ne vähintään epäsuorasti yhteydessä asuinalueen merkittäviin ominaisuuksiin.

7 Yhteenveto ja loppupäätökset

Tutkielman tavoitteena oli selvittää, minkälaiset asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat alueeseen liitettäviin mielikuviin. Toisena tutkimuskysymyksenä tutkielmassa pyrittiin vastaamaan siihen, mitkä Tampereen asuinalueista nauttivat positiivisesta sekä negatiivisesta maineesta ja miten eri asuinalueen ominaisuudet näkyvät maineessa. Mielikuviin vaikutti merkittävästi asuinalueen ominaisuuksista sosiaaliset tekijät. Asuinalueen asukasprofiililla oli suurin vaikutus asuinalueesta syntyvään mielikuvaan. Henkilöiden profiili piti sisällään asukkaiden sosioekonominen statukseen ja etnisyyteen liittyvät ominaisuudet. Asuinalueen rauhattomuus ja erilaiset sosiaaliset ongelmat alueella nähtiin vahvoina mielikuvia herättävinä ominaisuuksina. Levottomuudet, rikollisuus ja päihteiden lieveilmiöt tuottivat vahvoja merkityksiä asuinaluekontekstissa. Asuinalueen fyysisistä ominaisuuksista asutokannan nähtiin selkeästi vaikuttavan alueeseen liitettäviin mielikuviin, missä eri aikakausien rakennushanteet omakotitalo- tai kerrostaloalueineen liitettiin herkästi kaupunginosien statukseen. Osaltaan fyysiset ominaisuudet, kuten alueen infrastruktuurin tiheys ja alueen monimuotoisuus vaikuttavat osaltaan mielikuviin asuinalueista. Asuinalueen fyysiset ja sosiaaliset ominaisuudet olivat merkittävin tekijä sille, millaisia mielikuvia Tampereen eri asuinalueisiin liitettiin. Toiminnalliset tekijät, kuten sijainti, palvelut sekä kulkuyhteydet olivat kolmesta luokasta selkeästi pienin. Asuinalueiden mielikuvat painottuvat tietynlaiseen visuaalisuuteen, havaittuun merkitykseen asuinalueista. Suurin osa vastaajista kuvaili asuinalueita sen mukaan, millaisia ihmisiä alueella on tai minkälaisia asuntoja tai muita rakennuksia alueella sijaitsee. Asuinalueeseen liitettävät mielikuvat yksinkertaisimmillaan heijastavat siellä oleskelevia ihmisiä ja asuinmahdollisuuksia. Mielikuvat ovat siten dynaamisia ja ajassa muuttuvia – asuinalue voi kokea voimakkaitakin muutoksia verrattain lyhyessä ajassa, jolloin siihen liitettävät mielikuvat voivat muuttua nopeastikin.

Tampereen asuinalueista Pyyrikki, Pispala sekä Kaleva korostuvat hyvämaineisina asuinalueina. Asuinalueiden hyvämaineisuuteen nähtiin vaikuttavan eniten asuinalueen

fyysiset ominaisuudet, kuten kallis ja uudehko asuntokanta. Aineistossa asuinalueen fyysiset ominaisuudet nähtiin myös liittyvän osin sosiaalisiin tekijöihin, missä asuntojen hintataso nähtiin muodostavan myös tietynlaisen asukasprofiilin, johon ei liitetä yhtä herkästi tietynlaisia sosiaalisia ongelmia. Näistä tekijöistä johtuen hyvämaineisia asuinalueita kuvailtiin siisteinä ja rauhallisina paikkoina. Asuinalueen ominaisuuksilla oli selkeä ero siinä, onko asuinalue hyvässä vai huonossa maineessa. Tampereen asuinalueista Hervanta, Tesoma ja Multisilta nousivat esiin huonomaineisina asuinalueina. Syyt alueen huonolle maineelle liitettiin suurilta osin asuinalueen sosiaalisiin tekijöihin, missä sen fyysiset ja toiminnalliset tekijät olivat miltei toissijaisia sosiaalisiin tekijöihin verrattuna. Päihteidenkäyttäjät, etniset vähemmistöt ja rikollisuus ovat ominaisuuksia, jotka vaikuttavat vahvasti negatiivisesti asuinalueen mainekehitykseen. Huonomaineisella asuinalueella asuntokanta koostuu pitkälti edullisista vuokrakerrostaloista. Selkeästi erilaisilla alueella esiintyvillä sosiaalisilla ongelmilla on voimakas vaikutus sen maineeseen.

Tutkielma onnistui vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Mielikuville ja maineelle oli löydettävissä myös aikaisempaa tutkimuskirjallisuutta tukevia vastauksia liittyen siihen, miten asuinalueen ominaisuudet vaikuttavat niihin. Asetettujen tavoitteiden sekä valittujen strategioiden kannalta tutkielman aikana vahvistui käsitys siitä, että määrällisellä tutkimuksella tietynlainen laajojen kokonaisuuksien ja yleiskuvan löytäminen pystytään saavuttamaan. Voidaan kuitenkin todeta, että mielikuviin ja asuinalueen maineeseen liittyvä tutkimus saattaa olla hedelmällisemmällä pohjalla, kun se toteutetaan laadullisena tutkimuksena. Luokittelulla aineistosta pystyttiin johtamaan yleiskuva, mutta samalla analyysia tehdessä huomattiin, että tietynlaisia yksittäisiä mutta merkittäviä tietosisältöjä jää pois. Esimerkiksi tietynlainen ajallisuus nousi esiin aineistosta, joka tutkimuskirjallisuudessa nähdään merkityksellisenä maineen syntymiselle ja kehittymiselle. Taklataksaan maineyön haasteita aluekehityksellisestä näkökulmasta, pitäisi teemassa ja analyysissa päästä tietyllä tapaa kerrosta syvemmälle. Erittäin mielenkiintoisena havaintona voidaan nostaa aineistosta nousut Hervannan kärsimä mainehaitta, joka näyttäisi ainakin osittain löytävän pohjan asuinalueen

menneisyydestä. Maineeseen liittyen myös tutkielman edetessä syntyi tietynlainen kiinnostus ja tarve tietää, kuinka hallitsevia asuinalueesta kerrotut seikat ovat suhteessa itse koettuun. Tutkielma pystyy kuitenkin vastaamaan luotettavasti siihen, mitkä Tampereen asuinalueista kärsivät mainehaitasta ja mitkä hyötyvät hyvästä maineestaan. Selkeästi liian yksipuolinen ja tietyiltä ominaisuuksiltaan keskittynyt asuinalue on altis voimakkaille mielikuville ja ajan saatossa myös tiukasti kiinnittyvälle maineelle, josta voi olla vaikea päästä irti.

Tutkielmassa nojattiin kriittiseen realismiin, jolloin todellisuutta ei havaita sellaisenaan puhtaasti objektiivisesti, mutta kvantitatiivisella tutkimuksella on tavoitettavissa perusteltua tietoa kuvattavasta ilmiöstä, joka on tämän tutkielman kohdalla ollut asuinalueiden maine Tampereella. Tutkimuksen tulosten tarkkuus toteutui kohtalaisen hyvin. Kyselyyn vastasi 258 henkilöä, joiden taustamuuttajat jakautuivat suhteellisen laajasti. Hyvin nuoria henkilöitä tutkimus ei tavoittanut, mutta verrattuna aikaisempaan tutkimuskirjallisuuteen teemoista sekä tutkijan syvään tuntemukseen Tampereesta alueena voidaan todeta, että tulokset olivat jokseenkin oletettuja. Kuitenkin esimerkiksi Hervannan vahva huonomaineisuus sekä toiminnallisten tekijöiden toissijaisuus olivat seikkoja, jotka nousivat aineistosta vasten henkilökohtaisia odotuksia. Tutkimus myös mittasi sitä, minkä sen asetettiin mittaavan. Valituilla strategioilla ja menetelmillä on mahdollista vastata tutkimuskysymyksiin luotettavasti.

Jatkotutkimuksen kannalta mielenkiintoisia mahdollisuuksia tutkielmasta nousee Hervannan asuinalueen jatkotutkimus ja millaista ajanjaksoa asuinalue käytännössä kuvastaa. Toisaalta myös Hervannan sisäisen ja ulkoisen maineen erottelu toisi varmasti syvyyttä mainekäsitykseen alueesta. Se vaatii toki laadulliset menetelmät ja myös tarkemman alueellisen rajauksen toteutuakseen. Hervannan asuinalueella olisi myös mielenkiintoista tutkia sitä kautta, millaisen roolin paikallismedia saa alueen mainekehityksessä ja onko uutisoinnista löydettävissä tietynlaista kärjistyneisyyttä, jolla voisi olla vaikutusta Hervannan kärsimään mainehaittaan. Suuremmassa kontekstissa näyttää siltä, että asuinalueen maine on vahvasti kytköksissä sen asukkaisiin ja

hintatasoon. Gentrifikaation ja maineen suhdetta, sekä sen vaikutusta asuinalueeseen olisi tulevaisuudessa syytä tutkia. Mikä on toiminnan eettinen pohja aluekehityksen kontekstissa ja pitäisi pyrkiä vastaamaan kysymykseen, onko asuinalueiden ”lift up” maineen osalta vain asukkaiden tosiasiallista vaihtamista hyvätuloisempaan joukkoon.

Kaupunkikehittämisen näkökulmasta huomionarvoista on asuinalueen sosiaalisten ja fyysisten tekijöiden painoarvo alueeseen liitettävissä mielikuvissa ja sen maineessa. Olisi suotavaa, että kaupunginosia kehitettäessä otetaan huomioon myös sosiaaliset tekijät osana fyysisiä tekijöitä. Kaupunkitilaa kehittäessä alueen nuorison kanssa suunniteltu graffittitaiteelle varattu tila voi parhaimmassa tapauksessa vähentää turvattomuuden sekä epäjärjestyksen tunnetta vanhemmassa väestössä ja samalla tarjota mahdollisuuden harrastaa ja toteuttaa itseään kotikorttelissa. Aluetta kehittäessä yksipuolisuus sekä kehityksen puute saattavat altistaa alueen epäsuotuisalle kehityskululle. Ihmisten rooli kehityksessä tulisi huomioida myös monialaisemmin. Asukkaiden osallistamisella voitaisiin rikkoa myös kuilua stereotyyppien ja oletuksien osalta, joka saattaisi pehmittää alueeseen liitettäviä mielikuvia läheisyyden ja yhteisöllisyyden kautta. Avoin ja aktiivisesti tuotettu informaatio erilaisista kehityshankkeista alueilla saattaa vähentää tai vähintään lieventää negatiivisia mielikuvia sekä nostaa alueen statusta.

Lähteet

- Andersson, R. & Bråmås, Å. (2004). Selective migration in Swedish distressed neighbourhoods: can area-based urban policies counteract segregation processes? *Housing studies*, 19(4), s. 517–539. <https://doi.org/10.1080/0267303042000221945>
- Aula, P. & Heinonen, J. (2002). *Maine: menestystekijä*. WSOY.
- Aula, P. & Heinonen, J. (2011). *M2: maineen uusi aalto*. Talentum.
- Benoit-Smullyan, E. (1944). Status, Status Types, and Status Interrelations. *American Sociological Review*, 9(2), s.151–161. <https://doi.org/10.2307/2086307>
- Born, A. M. (2023). The long shadow of territorial stigma: Upward social mobility and the symbolic baggage of the old neighbourhood. *Urban studies*, 60(3), s.537-553. <https://doi.org/10.1177/00420980221106340>
- Browne-Yung, K., Ziersch, A. & Baum, F. (2015). Neighbourhood, Disorder, Safety and Reputation and the Built Environment: Perceptions of Low Income Individuals and Relevance for Health. *Urban Policy and Research*, 34(1), s.17–38. <http://dx.doi.org/10.1080/08111146.2016.1138855>
- Chamberlain, J. (2020). Experimenting on racialized neighbourhoods: Internationale Bauausstellung Hamburg and the urban laboratory in Hamburg–Wilhelmsburg. *Environment and Planning D: Society and Space*, 38(4), s. 607–625. <https://doi.org/10.1177/0263775820903328>
- De Souza Moreira, B., de Souza Andrade, A. C., Coelho Xavier, C., Proietti, F. A., de Souza Braga, L., de Lima Friche, A. A. & Caiaffa, W. T. (2020). Perceived neighborhood and fall history among community-dwelling older adults living in a large Brazilian urban area: a multilevel approach. *International Journal of Environmental Health Research*, 32(3), s. 522–534. <https://doi.org/10.1080/09603123.2020.1782354>
- Firey, W. (1945). Sentiment and Symbolism as Ecological Variables. *American Sociological Review*, 10(2), s.140–148. <https://doi.org/10.2307/2085629>
- Harary, F. (1959). Status and Contrastatus. *Sociometry*, 22(1), s.23–43. <https://doi.org/10.2307/2785610>

- Hastings, A. (2004). Stigma and social housing estates: Beyond pathological explanations. *Journal of Housing and the Built Environment*, 19, s. 233–254. <https://doi.org/10.1007/s10901-004-0723-y>
- Hauge, Å. L. & Kolstad, A. (2007). Dwelling as an Expression of Identity. A Comparative Study Among Residents in High - Priced and Low - Priced Neighbourhoods in Norway. *Housing, Theory and Society*. 24(4), s. 272–292. <https://doi.org/10.1080/14036090701434318>
- Heikkilä, T. (2014). *Tilastollinen tutkimus* ([9. uudistettu painos].). Edita.
- Jyväskylän yliopisto. (2015). *Luokittelu*. Noudettu 20.10.2023 osoitteesta: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineist-on-analyysimenetelmat/luokittelu>
- Kalaoja, J. (2017). Kuvista mielikuviksi. *Alue Ja Ympäristö*, 46(1), 52–55. Noudettu 11.1.2023 osoitteesta <https://aluejaymparisto.journal.fi/article/view/64908>
- Karvonen, E. (1999). *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Gaudeamus.
- Karvonen, E. (2005). Tietoyhteiskunnan mielikuvat ja todellisuus. Teoksessa A. Kasvio, T. Inkinen & H. Liikala (toim.), *Tietoyhteiskunta: Myytit ja todellisuus* (s. 21–41). Tampere University Press. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201406251897>
- Kearns, A., Kearns, O. & Lawson, L. (2013). Notorious Places: Image, Reputation, Stigma. The Role of Newspapers in Area Reputations for Social Housing Estates. *Housing studies*, 28(4), s. 579–598. <https://doi.org/10.1080/02673037.2013.759546>
- Kullberg, A., Timpka, T., Svensson, T., Karlsson, N., & Lindqvist, K. (2010). Does the perceived neighborhood reputation contribute to neighborhood differences in social trust and residential wellbeing? *Journal of Community Psychology*, 38(5), 591–606. <https://doi.org/10.1002/jcop.20383>
- Martin, M. E., Swanlund, D. & Schuurman, N. (2023). Problems with quantitative categorization: An argument for qualitative approaches. *Environment and Planning F*, 2(3), s. 331–456. <https://doi.org/10.1177/26349825231163140>
- Moga, T. L. & Bureiko, N. (2022). Ambitions yet unrealized: Romania's status and perceptions from the immediate eastern neighbourhood. *Southeast European*

- and Black Sea Studies*, ennakkoverkkojulkaisu.
<https://doi.org/10.1080/14683857.2022.2155293>
- Neale, J. (2016). Iterative categorization (IC): a systematic technique for analysing qualitative data. *Addiction*, 111(6), s. 1096–1106.
<https://doi.org/10.1111/add.13314>
- Permentier, M., Van Ham, M., & Bolt, G. (2007). Behavioural responses to neighbourhood reputations. *Journal of Housing and the Built Environment*, 22, 199–213. <https://doi.org/10.1007/s10901-007-9075-8>
- Permentier, M., Van Ham, M., & Bolt, G. (2008). Same Neighbourhood ... Different Views? A Confrontation of Internal and External Neighbourhood Reputations. *Housing Studies*, 23(6), 833–855. <https://doi.org/10.1080/02673030802416619>
- Skifter Andersen, H. (2002). Excluded Places: The Interaction Between Segregation, Urban Decay and Deprived Neighbourhoods. *Housing, Theory and Society*, 19(3–4), s. 153–169. <https://doi.org/10.1080/140360902321122860>
- Skifter Andersen, H. (2008). Why do residents want to leave deprived neighbourhoods? The importance of residents' subjective evaluations of their neighbourhood and its reputation. *Journal of Housing and the Built Environment*, 23, s. 79–101.
<https://doi.org/10.1007/s10901-008-9109-x>
- Sotarauta, M. (1999). *Suomen kaupunkipolitiikka etsii itseään: Näkemyksiä strategisista haasteista ja toimintamalleista*. Sisäasiainministeriö. Kaupunkipolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 1/1999. Helsinki.
- Taei, A., Jönson, H. & Granbom, M. (2023). Crime, Disorder, and Territorial Stigmatization: Older Adults Living in Deprived Neighborhoods. *The Gerontologist*, 63(5), s. 910–915. <https://doi.org/10.1093/geront/gnac159>
- Tantarimäki, S. (2020). Etätyö tulee taas! Työn murroksen mukanaan tuomat mahdollisuudet maaseudun kunnille ja kaupungeille. *Maaseutututkimus*, 28(1), s. 85–102. Noudettu 10.1.2023 osoitteesta:
<https://journal.fi/maaseutututkimus/article/view/94488>

- Tuominen, S. (2011). *Imagon ja maineen vaikutus potentiaalisten opiskelijoiden yliopistoon hakeutumisaikomukseen* [väitöskirja, Itä-Suomen yliopisto]. Erepository. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-61-0533-8>
- Viljas, S. (2022). *Vaasan Ristinummi: Asuinalueen maine – rasite vai mahdollisuus?* [pro gradu -tutkielma, Vaasan yliopisto]. Osuva. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022020217394>
- Vilkama, K., Ahola, S., & Vaattovaara, M. (2016). *Välttelyä vai vetovoimaa? Asuinympäristön vaikutus asuinalueilla viihtymiseen ja muuttopäätöksiin pääkaupunkiseudulla*. Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Vilka, H. (2021). *Tutki ja kehitä* (5., päivitetty painos.). PS-kustannus.
- Wassenberg, F. (2004). Large social housing estates: From stigma to demolition? *Journal of Housing and the Built Environment*, 19, s.223–232. <https://doi.org/10.1007/s10901-004-0691-2>
- Wiesel, Ilan. (2012). Can Ageing Improve Neighbourhoods? Revisiting Neighbourhood Life-Cycle Theory. *Housing, Theory and Society*. 29(2), s. 145–156. <https://doi.org/10.1080/14036096.2011.641258>
- Ympäristöministeriö. (2022). *Lähiöiden kehittäminen*. Noudettu 19.11.2022 osoitteesta: <https://ym.fi/lahioiden-kehittaminen>
- Zelner, S. (2015). The Perpetuation of Neighborhood Reputation: An Interactionist Approach. *Symbolic interaction*, 38(4), 575–593. <https://doi.org/10.1002/symb.188>
- Zetterberg, L., Eriksson, M., Ravry, C., Santosa, A. & Ng, N. (2023). Neighbourhood social sustainable development and spatial scale: a qualitative case study in Sweden. *Local Environment: The International journal of justice and sustainability*, 28(6), s.793-810. <https://doi.org/10.1080/13549839.2023.2179610>
- Zimmerbauer, K. (2007). Imago ja kuntarakenteen muutos: Seinäjoen ja Peräseinäjoen kuntaliitoksen vaikutus alueellisen imagon kehittämiseen. *Alue Ja Ympäristö*, 36(2), 31–42. Noudettu 11.1.2023 osoitteesta: Noudettu osoitteesta <https://aluejaymparisto.journal.fi/article/view/64329>

Äikäs, T. (2005). *Imagoa etsimässä. Kaupunki- ja aluemarkkinoinnin haasteista mielikuvien mahdollisuuksiin*. Suomen kuntaliitto.

Liite. Kyselylomake

Mainekysely

Asuinalueiden mielikuvien ja maineeseen liittyvä kysely on osa Vaasan yliopistossa suoritettavaa pro gradu -tutkielmaa. Kyselyyn vastaaminen vie noin 8 minuuttia ja se toteutetaan anonyymisti, eikä henkilötietoja keritä. Kyselyn tuloksia käsittelee yksi tutkielmaa toteuttava henkilö ja kerätyt vastaukset tuetaan kesäkuuhun 2024 mennessä.

1. Asutko Tampereella?

- Kyllä
- En

2. Millä asuinalueella?

- Aakkula
- Aitoniemi
- Amuri
- Anjala
- Atala
- Epila
- Epilänharju
- Finlayson
- Haikara
- Hakamesti
- Hallila
- Hankkio
- Hatanpää
- Hankiluoma
- Hervanta
- Hervantajärvi
- Holvasti
- Huikas
- Hyhky
- Härnäti
- Ikuri
- Jokipohja

-
- Jussinkylä
 - Juvonniemi
 - Kankinmaa
 - Kaarila
 - Kaleva
 - Kalevanharju
 - Kalevanrinne
 - Kalkku
 - Kankajärvi
 - Kauppi
 - Kissanmaa
 - Koivistonkylä
 - Korkinmäki
 - Kumpala
 - Kytälä
 - Kämmenniemi
 - Labdejärvi
 - Lakalaiva
 - Lamminpää
 - Lapiinniemi
 - Lappi
 - Leinola
 - Lerttivilanniemi
 - Liehtä
 - Liisankallio
 - Linnainmaa
 - Lintulampi
 - Lukonmäki
 - Messukylä
 - Multisilta
 - Muotiala
 - Myllypuro
 - Nalkala
 - Nekala
 - Niemenranta

-
- Niemi
 - Niikama
 - Niiva
 - Nurmi
 - Ojala
 - Oikarinen
 - Osmosmäki
 - Pappila
 - Peltolampi
 - Petäjä
 - Pohola
 - Polso
 - Pyykinvirtanen
 - Pyykkö
 - Raha
 - Rantaperkiö
 - Ranta
 - Rantakokko
 - Rintmäki
 - Rintmäki
 - Raute
 - Rauho
 - Ryydyspohja
 - Santalahti
 - Sarankulma
 - Sorila
 - Särkänniemi
 - Taatila
 - Tahvola
 - Takalahti
 - Tammele
 - Tammerkoski
 - Tampella
 - Taraste
 - Tasanen
-

- Terälahti
- Tesoma
- Tohloppi
- Tulli
- Tuusula
- Uusikyliä
- Vehmainen
- Vesia
- Velaatta
- Vihioja
- Viiala
- Väräkkä
- Vitapohja
- Villila
- Vuohenoja
- Vuores
- Muu asuinalue

3. Muu asuinalue, mikä?

4. Asum Tampereen ulkopuolella

Kunta _____

5. Ikäsi?

- 0-15

- 16-24
- 25-35
- 36-50
- 51-65
- 66+

6. Tulotasosi vuodessa?

- Alle 12 000 e /vuosi
- 12 000 - 24 000 e /vuosi
- 24 001 - 36 000 e /vuosi
- 36 001 - 48 000 e /vuosi
- 48 001 - 60 000 e /vuosi
- 60 001 - 72 000 e /vuosi
- yli 72 000 e /vuosi

7. Kuinka hyvin tunnen Tampereen asuinalueet? 0= Todella huonosti 5= osaan nimetä eri asuinalueita 10 = tunnen Tampereen hyvin ja asuinalueet herättävät vahvoja mielikuvia



8. Nimeä kolme mieleesi tulevaa asuinalueetta Tampereelta. Kerro, minkälaisia mielikuvia nämä asuinalueet sinussa herättävät.

9. Mitkä asiat vaikuttavat mielestäsi asuinalueen maineeseen?

10. Nimeä Tampereen asuinalueita, joilla on huono maine.

11. Mitkä seikat tekevät alueista huonomaineisia?

12. Nimeä Tampereen asuinalueita, joilla on hyvä maine.



13. Mitkä seikat tekevät alueista hyvämaineisia?
