

JARMO PUUSTINEN

Poliisin imago

Eroavatko poliisin ja median näkemykset
poliisin imagosta?





JARMO PUUSTINEN

Poliisin imago

Eroavatko poliisin ja median näkemykset
poliisin imagosta?



AKATEEMINEN VÄITÖSKIRJA
Esitetään Tampereen yliopiston
johtamiskorkeakoulun tiedekuntaneuvoston suostumuksella
julkisesti tarkastettavaksi Tampereen yliopiston
Virta-rakennuksen auditoriossa 109,
Åkerlundinkatu 5, Tampere,
19. päivänä toukokuuta 2017 klo 12.

TAMPEREEN YLIOPISTO

JARMO PUUSTINEN

Poliisin imago

Eroavatko poliisin ja median näkemykset
poliisin imagosta?

Acta Universitatis Tamperensis 2277
Tampere University Press
Tampere 2017

AKATEEMINEN VÄITÖSKIRJA
Tampereen yliopisto
Johtamiskorkeakoulu

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla
Tampereen yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti.

Copyright ©2017 Tampere University Press ja tekijä

Kannen suunnittelu
Mikko Reinikka

Acta Universitatis Tamperensis 2277
ISBN 978-952-03-0429-4 (nid.)
ISSN-L 1455-1616
ISSN 1455-1616

Acta Electronica Universitatis Tamperensis 1779
ISBN 978-952-03-0430-0 (pdf)
ISSN 1456-954X
<http://tampub.uta.fi>

Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print
Tampere 2017



Esipuhe

Aloittaessani hallintotieteellisiä opintojani Tampereen yliopistossa vuonna 2008, en tuntenut vielä sisälläni asuvaa tutkijaa. Lähes heti opintojen alussa opiskelijoiden tuli miettiä turvallisuushallintoon liittyvää tutkimustyön aihetta. Halusin tehdä jotakin, mitä kukaan muu ei ollut vielä poliisissa tehnyt ja samalla löytää sopivan haastavan aiheen. Tuosta ajatustyöstä alkoi osaltani nyt vuoden 2017 alussa valmistuva ja vuoden 2003 hetkistä alkanut mielikuva-aiheen pohdiskelu poliisista. Olen maininnut työn alussa tämän työn olleen mielikuvamatkan, mutta enemmän se on ollut tutkimusta, pohdiskelua sekä oivaltamista. Samalla olen omaksunut imago tutkimuksen tärkeyden ja kuinka mielikuvia käytetään ihmisten välisessä kommunikaatiossa, uutisoinnissa, kuvissa, asioiden edistämässä tai välittämässä eri asiayhteyksissä.

Tutkimuksen tekemisestä voin kertoa seuraavaa. Olin pienenä poikana erittäin vilkas ja innokas tutustumaan erilaisiin asioihin. Minulla oli erittäin vilkas mielikuvitus. Peruskoulussa kirjoitin kerran äidinkielen tunnilla aiheesta ”vaaran laella” mielikuvitustani käyttäen erittäin mielenkiintoisen seikkailutrillerin. Pettymykseni oli suuri, kun aiheen tarkoituksena oli kuvata vaaramaisemia eikä niinkään suurta seikkailua. Tutkimusaiheen löytäminen oli samalla suuri seikkailu, enkä ymmärtänyt aivan alussa, mitä kaikkea aihe pitää sisällään. Myöhemmin olen kuullut keskustelua, että näistä vilkkaista pienistä kavereista voimakkaalla sisäisellä uteliaisuudella ja mielikuvituksella varustettuna, saattaa kehittyä urauurtavia työtä tekeviä henkilöitä, jotka uskaltavat ottaa haasteita vastaan elämässään. Tämä siksi, että he eivät tunne pelkoa astua kohti tuntematonta, koska he ovat valmiita kohtaamaan ja kokeilemaan uteliaisuudellaan vastaantulevia asioita. Vähän samaa voi sanoa tutkijoista. Mielikuvani tutkimuksesta ja tutkijoista on muuttunut. He, jos ketkä ovat valmiita tutkimaan, selvittämään ja oivaltamaan asioita. Poliisin työtä voisi kuvata hieman samanlaiseksi. Se on asioiden selvittämistä, pohdiskelua ja oivaltamista. Mielikuvitukseen ei huononna erilaisten skenaarioiden pohdintaa.

Poliisissa työskentelee erittäin lahjakkaita henkilöitä, jotka omaavat monenlaisia lahjakkuuksia. Parhaimmillaan poliisiorganisaatio edustaa siellä työskentelevien ihmisten kautta yhteiskuntaa pienoisyhteiskuntana sen erilaisista taustoista koottuna. Valintakriteerien kautta poliisihenkilöstöön valitaan psyykkisten ja

fyysisten ominaisuuksien perusteella sellaiset henkilöt, joiden uskotaan selviytyvän ominaisuuksiensa kautta poliisille annetuista ja yhteiskunnan asettamista tehtävistä. Näiden poliisiorganisaatioissa työskentelevien ihmisten kautta poliisiorganisaatio heijastaa niitä mielikuvia ulospäin, joita yhteiskunnan eri vaikuttimissa jalostetaan erilaisiksi mielikuviksi. Loppujen lopuksi jokainen yhteiskunnan henkilö tahollaan omaa oman mielikuvan poliisista.

Tätä tutkimustyötä olen kirjoittanut viimeisen neljän vuoden aikana iltaisin, viikonloppuisin, lomalla, kotona työhuoneessani, hotellissa, lentokentällä, välillä reilussa 10000 metrin lentokoneessa, välillä merenpinnan tasolla, auringossa, sateessa, välillä pimeässä lasten ja vaimon jo nukkuessa. Olen nauttinut erityisesti kovista pakkasista ja ihmetellyt samalla ilmastomuutosta sekä pinnalla olevia asioita.

Esitän suuret kiitokset Tampereen yliopiston turvallisuushallinnon professori Sirpa Virrälle. Hänen kokonaisvaltainen näkemyksensä turvallisuushallinnosta ja kannustaminen ovat olleet erittäin tärkeitä minulle henkilökohtaisesti työn tekemisen eri vaiheissa. Kiitokset Tampereen yliopiston yliopistonlehtorille Elias Pekkolalle hänen ideoistaan väitöskirjan rakenteesta. Kiitokset tohtori Jaakko Suvantolalle, joka auttoi työn tekemisen valmistelussa jakaen kokemuksiaan ja parhaita käytänteitä sekä hänen vaimolleen tohtori Leila Suvantolalle, jonka kommentit auttoivat työn viimeistelyssä. Kiitokset opettaja Pia Luostariselälle aineistojen oikolukemisesta. Erityiskiitokset annan tarpeellisista ja kohdennetuista kommentteista esitarkastajilleni professori Anssi Keinäselle ja dosentti Harri Raisiolle.

Viimeiset reilut neljä vuotta perheen isänä olen kuljettanut imagollista aihetta aktiivisesti vierelläni ja saanut siihen hyvän tuen vaimoltani Hannelta, tyttäriltäni Annalta, Charlotalta, Carolinalta, Josefinalta ja pojaltani Janilta. Pidän tätä työtä yhteisenä perheen ponnistuksena aiheeseen liittyvine pohdintoineen. Yleisesti imagoon liittyvät keskustelut ovat tulleet osaksi perheen arkipäivää, osaksi myös elettyä elämää. Kiitos Teille. Vaimoni kysyikin, mitä meinaat tehdä toimeliaana miehenä tämän jälkeen? Vastaa... alan elää mielikuvia todeksi.

Savonlinnassa huhtikuussa 2017 juhlistaen samalla 100-vuotiaista itsenäistä Suomea

Jarmo Puustinen

Tiivistelmä

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan poliisiin liittyviä mielikuvia, niiden syntymistä ja etsitään mielikuvallisia eroja poliisin ja toimittajien välillä kuuluanalyysin avulla. Tutkimuksen aineistona ovat kyselytutkimus- ja poliisin toimintaan liittyvät dokumenttiaineistot, joissa mielikuvaa ja imagoa käsitellään tutkimusta tukevana. Poliisiin liittyvistä mielikuvista on puhuttu poliisi-instituution olemassa olon ajan, mutta mielikuviiin liittyvää kotimaista tutkimusta poliisista on vähän ja kansainvälistä tutkimusta jonkin verran enemmän. Tämä tutkimus täyttää osaltaan hallintotieteellisen tutkimuksen tarvetta mielikuvatutkimuksen alueella. Tutkimuksen kyselyaineiston ja dokumenttiaineiston sisällönanalyysit osoittavat, että poliisin mielikuvatutkimukselle on tarvetta.

Ensimmäisenä tutkimuskysymyksenä on, mistä poliisin imago koostuu? Poliisin imago muodostuu lukuisista eri asioista, joiden keskiöissä ovat organisaation henkilöstön sisäiset mielikuvat, identiteetti ja organisaation noudattamat arvot. Organisaation sisällä olevista mielikuvista syntyy organisaation sisäinen imago, joka heijastuu organisaation ulkopuolelle ulkoiseksi imagoksi poliisin toimintojen, kanssakäymisen, viestinnän, poliisin suorittamien toimenpiteiden ja palvelujen kautta. Toimittajat ovat keskeisessä asemassa uutisoidessaan poliisista ja muodostettaessa mielikuvia poliisista yhteiskunnan eri toimijoille.

Tutkimuksen toisena kysymyksenä halusin selvittää, ovatko poliisin omat mielikuvat poliisista erilaiset kuin toimittajien mielikuvat? Vastausta kysymykseen haettiin kyselytutkimuksella Itä-Suomen poliisilaitoksen alueella toimivien poliisilaitoksen poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvista keväällä 2015. Keskeisemmäksi tulokseksi nousi mielikuvaerot poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä yhteyksien ja suhteiden hoitamisesta. Vastaavasti poliisiin liittyvät mielikuvat poliisin luotettavuudesta, ammattitaidosta ja ystävällisyydestä eivät synnyttäneet suuria mielikuvallisia eroja.

Tutkimusta tukevana pääasiallisena dokumenttiaineistona on kolmanteen poliisin rakenneuudistukseen liittyvä materiaali (PORA III 2014), jolloin poliisin valtakunnallinen viestintä ja työ julkisuuskuvan eteen tehtävästä työstä sai uuden alun.

Avainsanat: poliisi, imago, mielikuva, julkisuuskuva, palvelukuva.

Abstract

This research examines the perception of police and the emergence of that perception among representatives of the media. Data for the research was collected by means of a survey. The data of the research is survey and document. Perceptions relating to the police have been said about the time in the police institution, but the existence of related images of the police research has not been very much. This research will help fill the significant gap in scientific research that exists surrounding perceptions of the police. The first research question is where the police image is formed? The analysis of the survey and documents shows that there is a substantial need for research into perceptions of the police. There are lots of anecdotal perceptions of the police. The police perception consists of a number of different things and the internal perceptions of the organization's staff are in key positions as identity and values of organization. The perception among those on the inside of the organization create the internal image of the organization that reflects the image outside the organization, by creating the external image relating to police activities, services and social intercommunication through the all measures taken by police. Members of the media play a key role in covering the news of the police and the police to form images of various actors in society. The second question looks at how the police's own perception differs from the perception of journalists. The perception survey was made in the Eastern Police Department, asking police employees as well as journalists working in the Eastern Police Department area. This took place during spring 2015. The main image of the gap increased management of contacts and relations between the police and journalists. Respectively the images related to the reliability of the police, professionalism and kindness did not form a large image gaps. The main study documentary material is related to the third restructuring of the police (PORA III) in Finland 2014 when the police nationwide communication and work in front of the image of the work began to clarify the whole police forces.

Key words: police, image, mental image, publicity image and service image.

Sisällys

Esipuhe	3
Tiivistelmä	5
Abstract	6
Taulukot ja kuvat	13
1 Johdanto	17
2 Tutkimusongelma.....	25
2.1 Tutkimuskysymykset ja tutkimusasetelma	25
2.2 Keskeiset käsitteet	30
2.2.1 Sisäisen imago.....	30
2.2.2 Ulkoinen imago.....	32
2.2.3 Palvelukuva	33
2.2.4 Poliisin sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät	36
2.2.5 Identiteetti.....	37
2.2.6 Poliisin arvot.....	38
2.2.7 Profiloinnin avulla kohti tavoitekuvaa.....	40
2.2.8 Sisäinen viestintä	42

2.2.9	Ulkoinen viestintä.....	42
2.2.10	Maine.....	43
2.3	Imagotutkimus yleensä.....	45
2.4	Kansainvälinen poliisin imagotutkimus.....	47
2.5	Kotimainen poliisin imagotutkimus.....	52
3	Teoreettinen viitekehys.....	55
3.1	Imagon ja mielikuvan syntyminen.....	55
3.1.1	Imagon käsite.....	55
3.1.2	Mielikuva ja sen eri tasot.....	59
3.1.3	Imagon syntyminen.....	64
3.2	Poliisi ja poliisin imago.....	66
3.3	Hyvän mielikuvan merkitys poliisin toiminnan johtamisessa.....	67
3.4	Poliisin viestintä.....	71
3.4.1	Viestinnän merkitys imagon muodostumisessa.....	71
3.4.2	Joukkoviestimet imagon synnyttäjänä.....	72
3.4.3	Verbaalinen viestintä.....	74
3.4.4	Nonverbaalinen viestintä.....	74
3.4.5	Poliisin viestinnän visio ja strategia.....	75
4	Tutkimusmetodologia.....	78

4.1	Tutkimusmenetelmä.....	78
4.2	Analyysitavat.....	83
4.3	Kyselylomakkeen laatiminen	85
4.4	Kyselyn toteutus	87
5	Vastaako poliisin käsitys imagostaan median näkemystä?	92
5.1	Poliisin käyttäytyminen.....	95
5.1.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin ystävällisyydestä kansalaisia kohtaan taustamuuttujittain tarkasteltuna.....	98
5.1.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin ystävällisyydestä kansalaisia kohtaan taustamuuttujittain tarkasteltuna	102
5.1.3	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna.....	104
5.1.4	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta	108
5.1.5	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin ammattitaidosta taustamuuttujilla tarkasteltuna.....	111
5.1.6	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin ammattitaidosta	115
5.1.7	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta taustamuuttujittain tarkasteltuna.....	117
5.1.8	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin reagoivuudesta.....	121

5.2	Poliisin sisäinen tiedottaminen.....	125
5.2.1	Poliisihenkilöstön mielikuvien erojen tarkastelu sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna.....	128
5.2.2	Poliisihenkilöstön mielikuvien erojen tarkastelu sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna.....	130
5.2.3	Sisäinen tiedottaminen Itä-Suomen poliisissa.....	132
5.3	Poliisin ulkoinen tiedottaminen ja suhteiden hoitaminen.....	135
5.3.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna.....	137
5.3.2	Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä.....	141
5.3.3	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin ulkoisesta tiedottamisesta.....	145
5.3.4	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin suhteiden hoitamisesta.....	147
5.4	Poliisin pukeutuminen.....	149
5.4.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyudesta taustamuuttajilla tarkasteltuna.....	152
5.4.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin pukeutumisessa.....	156
5.5	Poliisi yleisen järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä.....	159
5.5.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana taustamuuttujittain tarkasteltuna.....	162

5.5.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä.....	166
5.6	Poliisi lupahallinnon toimijana	169
5.6.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna	172
5.6.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot poliisin reagoivuudesta lupahallinnon toimijana.....	176
5.7	Suhteiden hoitaminen poliisin ja sidosryhmien välillä	178
5.7.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna	181
5.7.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot suhdetoiminnan hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä.....	185
5.8	Poliisi liikenneturvallisuuden asiantuntijana	187
5.8.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenteenturvallisuuden asiantuntijana taustamuuttujilla tarkasteltuna	190
5.8.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana	194
5.9	Poliisin ulkoinen näkyvyys ja reagoivuus	196
5.9.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin näkyvyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna.....	199
5.9.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot poliisin näkyvyydestä ja reagoinnista	203
5.10	Mielikuvat poliisin arvojen noudattamisesta	205

5.10.1	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin henkilöstön hyvinvoinnista taustamuuttujilla tarkasteltuna	208
5.10.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot poliisin arvoista.....	212
5.10.3	Mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta poliisiin	215
5.10.4	Mielikuvat negatiivisen valtakunnallisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin taustamuuttujilla tarkasteltuna	217
5.10.5	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot siitä, kuinka paljon poliisin saama valtakunnallinen negatiivinen julkisuus vaikuttaa paikallisesti Itä-Suomen poliisin imagoon.....	221
5.11	Imagotutkimuksen tärkeys ja suhteiden hoitamisen hyödyllisyys.....	223
5.11.1	Suhteiden hoitamisen hyödyllisyys median edustajien ja poliisin välillä poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvissa.....	225
5.11.2	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä taustamuuttujilla tarkasteltuna.....	227
5.11.3	Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä	231
6	Johtopäätökset.....	234
6.1	Mistä poliisin imago muodostuu?.....	234
6.2	Eroaako poliisin käsitys imagostaan median näkemyksestä?.....	240
6.3	Mielikuvatutkimus poliisitoiminnan kehittämisen välineenä.....	252
	Lähteet.....	258
	Liitteet.....	269

Taulukot ja kuvat

Taulukot

Taulukko 1.	<i>Poliisin imagon analyysissä käytetty kysely ja dokumenttiaineisto</i>	82
Taulukko 2.	<i>Kuuluanalyysin vertailun sanallinen kuvaus</i>	84
Taulukko 3.	<i>Kyselytutkimuksen pääkomponenttianalyysi n=380</i>	94
Taulukko 4.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	99
Taulukko 5.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	101
Taulukko 6.	<i>Yhteenveto käyttäytymisen ystävällisyydestä</i>	103
Taulukko 7.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	105
Taulukko 8.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin luotettavuudesta</i>	107
Taulukko 9.	<i>Yhteenveto poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta</i>	110
Taulukko 10.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ammattitaidosta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	112
Taulukko 11.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin ammattitaidosta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	114
Taulukko 12.	<i>Yhteenveto poliisin käyttäytymisen ammattitaidosta</i>	116
Taulukko 13.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	118
Taulukko 14.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	120
Taulukko 15.	<i>Yhteenveto poliisin käyttäytymisen reagoivuudesta asioihin</i>	122
Taulukko 16.	<i>Yhteenveto poliisin käyttäytymisestä</i>	124
Taulukko 17.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sisäisestä tiedottamisen ajankohtaisuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	129
Taulukko 18.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sisäisestä tiedottamisen luotettavuudesta</i>	131
Taulukko 19.	<i>Yhteenveto poliisin sisäisestä tiedottamisesta</i>	134

Taulukko 20.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna.....</i>	<i>138</i>
Taulukko 21.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	<i>140</i>
Taulukko 22.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	<i>142</i>
Taulukko 23.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	<i>144</i>
Taulukko 24.	<i>Yhteenveto poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta</i>	<i>145</i>
Taulukko 25.	<i>Yhteenveto poliisin ulkoisesta tiedottamisesta.....</i>	<i>146</i>
Taulukko 26.	<i>Yhteenveto poliisin suhteiden hoitamisesta.....</i>	<i>148</i>
Taulukko 27.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	<i>153</i>
Taulukko 28.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	<i>155</i>
Taulukko 29.	<i>Yhteenveto poliisin pukeutumisesta.....</i>	<i>158</i>
Taulukko 30.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana.....</i>	<i>163</i>
Taulukko 31.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana.....</i>	<i>165</i>
Taulukko 32.	<i>Yhteenveto poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä ...</i>	<i>168</i>
Taulukko 33.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta</i>	<i>173</i>
Taulukko 34.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	<i>175</i>
Taulukko 35.	<i>Mielikuvaerojen yhteenveto poliisista lupahallinnon toimijana</i>	<i>177</i>
Taulukko 36.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna.....</i>	<i>182</i>
Taulukko 37.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	<i>184</i>
Taulukko 38.	<i>Yhteenveto suhteiden hoitamisesta poliisin ja sidosryhmien välillä</i>	<i>186</i>
Taulukko 39.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana taustamuuttujilla tarkasteltuna..</i>	<i>191</i>
Taulukko 40.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana taustamuuttujilla tarkasteltuna.....</i>	<i>193</i>
Taulukko 41.	<i>Mielikuvaerojen yhteenveto poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana</i>	<i>195</i>

Taulukko 42.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin näkyvyydestä ulkona liikuttaessa taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	200
Taulukko 43.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin näkyvyydestä ulkona liikuttaessa taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	202
Taulukko 44.	<i>Mielikuvaerot poliisin ulkoisesta näkyvyydestä ja reagoinnista.....</i>	204
Taulukko 45.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	209
Taulukko 46.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	211
Taulukko 47.	<i>Mielikuvaerojen yhteenveto poliisin arvoista</i>	214
Taulukko 48.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat negatiivisen valtakunnallisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisin imagoon taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	218
Taulukko 49.	<i>Toimittajien mielikuvat valtakunnallisen negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	220
Taulukko 50.	<i>Yhteenveto negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin.....</i>	222
Taulukko 51.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä taustamuuttujilla tarkasteltuna</i>	228
Taulukko 52.	<i>Toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median ja poliisin välillä taustamuuttujilla tarkasteltuna.....</i>	230
Taulukko 53.	<i>Yhteenveto poliisin imagotutkimuksen tärkeydestä.....</i>	232
Taulukko 54.	<i>Yhteenveto suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä</i>	233

Kuviot

Kuvio 1.	<i>Organisaation sisäisen ja ulkoisen mielikuvan yhteys.....</i>	26
Kuvio 2.	<i>Käsitteiden toisiinsa kytkeminen poliisiorganisaatiossa</i>	27
Kuvio 3.	<i>Palvelukuvan kuilu-analyysimalli.....</i>	35
Kuvio 4.	<i>Sisäisen ja ulkoisen imagon syveneminen tasoittain.....</i>	61
Kuvio 5.	<i>Kuilu-analyysi</i>	79
Kuvio 6.	<i>Tutkimuksen kuilu-analyysimalli</i>	80
Kuvio 7.	<i>Suomen poliisilaitokset 1.1.2014 jälkeen</i>	89
Kuvio 8.	<i>Itä-Suomen poliisilaitos</i>	90
Kuvio 9.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin käyttäytymisestä kansalaisia kohtaan....</i>	96
Kuvio 10.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin käyttäytymisestä.....</i>	97
Kuvio 11.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat sisäisestä tiedottamisesta.....</i>	126
Kuvio 12.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin sisäisestä tiedottamisesta.....</i>	127
Kuvio 13.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ulkoisesta tiedottamisesta.....</i>	135

Kuvio 14.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin ulkoisesta tiedottamisesta.....</i>	<i>136</i>
Kuvio 15.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin pukeutumisesta</i>	<i>150</i>
Kuvio 16.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin pukeutumisesta</i>	<i>151</i>
Kuvio 17.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä</i>	<i>160</i>
Kuvio 18.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten..... selvittäjänä</i>	<i>161</i>
Kuvio 19.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisista lupahallinnon toimijana</i>	<i>170</i>
Kuvio 20.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisista lupahallinnon toimijana.....</i>	<i>171</i>
Kuvio 21.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä</i>	<i>179</i>
Kuvio 22.	<i>Toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä</i>	<i>180</i>
Kuvio 23.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana</i>	<i>188</i>
Kuvio 24.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana.....</i>	<i>189</i>
Kuvio 25.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin näkyvyydestä ja reagoivuudesta</i>	<i>197</i>
Kuvio 26.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin näkyvyydestä ja reagoivuudesta</i>	<i>198</i>
Kuvio 27.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin noudattamista arvoista.....</i>	<i>206</i>
Kuvio 28.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin noudattamista arvoista</i>	<i>207</i>
Kuvio 29.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä- Suomen poliisiin.....</i>	<i>216</i>
Kuvio 30.	<i>Toimittajien mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin.....</i>	<i>216</i>
Kuvio 31.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin imago tutkimuksen tärkeydestä.....</i>	<i>224</i>
Kuvio 32.	<i>Toimittajien mielikuvat poliisin imago tutkimuksen tärkeydestä</i>	<i>224</i>
Kuvio 33.	<i>Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä.....</i>	<i>225</i>
Kuvio 34.	<i>Toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä.....</i>	<i>226</i>

1 Johdanto

”Every society gets the kind of criminal it deserves. What is equally true is that every community gets the kind of law enforcement it insists on” (Kennedy 1964).

Lyhyt sitaatti herättää heti mielikuvallisia ajatuksia tutkimuksen lähtökohdista. Poliisi on sidoksissa poliittisen päätäntävällän kautta yhteiskunnan rakenteisiin, mutta omaa samalla vahvan instituutioaseman toiminnallisena vaikuttajana ja mielikuvien herättäjänä yhteiskunnassamme.

Yritysmaailmassa ja yritystoimintaan liittyvässä kielenkäytössä mielikuvaan liittyvät käsitteet ovat arkipäiväisiä. Imagoa ja sen ympärillä käytettävää käsitteistöä kuten mainetta, brändiä ja mielikuvaa ”lainataan” yhä enemmän julkisen puolen organisaation asiayhteyksissä. Yritysmaailmasta tuttuja käsitteistöjä on alettu käyttämään jokapäiväisessä kielessä positiivisessa tai negatiivisessa asiayhteydessä yhä enemmän ja mielikuvista kirjoitetaan sekä puhutaan jatkuvasti. Tavallisemmin imago näkyy tuotteen tai palvelun laadullisina tekijöinä sekä luotettavuutena saatujen kokemusten kautta. Näin ollen poliisipalvelujen laatu on avaintekijä poliisin toiminnan positiivisen imagon kehittämisessä. (Tyagi, Dhar & Sharma 2015, 569.)

Imagolla on erittäin vahva yhteys laadullisiin tekijöihin. Julkisella puolella ulospäin suuntautuvaan imagoon kytkeytyy hyvin vahvasti taloudellisuus ja siitä huolehtiminen. Taloudellisuuden mittareita seurataan yhä enemmän Eurooppalaisessa ympäristössä. Näissä mittauksissa on havaittu, että Euroopassa eri maiden välillä on eroa siinä, kuinka paljon yhteiskunta on valmis panostamaan poliisin toimintoihin (Kääriäinen 2007, 410). Valtiohallinnon kehittäminen on edellytys yksityisen sektorin kehittymiselle (Herranen 2015, 34; Koski ym. 2014, 85). Yksityinen sektori tuottaa taas poliisille muun muassa tarvittavan teknologian. Poliisin toimintoihin panostaminen tarkoittaa tänä päivänä entistä enemmän panostamista teknologiaan. Työvoimaa säästävän teknologian kehittäminen poliisiin on vaikeampaa kuin esimerkiksi teollisuudessa tai maataloudessa yleensä (Vuorensyrjä ym. 2016, 150).

Uusi teknologia vaikuttaa innovatiivisuuteen ja lisää sukupuolten välistä tasa-arvoa (Temmes 2005, 45). Innovatiivisuus vaikuttaa suoranaisesti poliisin käyttämään teknologiaan ja sen parantamiseen. Innovatiivisuus ja siihen liittyvä teknologia näkyy tänä päivänä entistä enemmän poliisista myös ulospäin ja on siten vahva imagoa luova tekijä. Samalla teknologia voi olla imagoa parantava ja varjeleva innovaatio. Tarmo Lemola vertaa kirjassaan; ”Innovaatioiden uudet haasteet ja haastajat” amerikkalaisia ja suomalaisia yrityksiä innovaatiojohtamisessa. Innovaatiojohtaminen jää helposti puheiden tasolle ja se ei ole johtamisen ytimessä ja tavoitetilassa, niin kuin sen tulisi olla. (Lemola 2009, 185.) Jos tämä on tilanne Lemolan mukaan amerikkalaisissa yrityksissä, niin Suomi on vielä tästä perässä jonkin verran. Organisatoriset ja yhteistoiminnalliset ratkaisut parantavat organisaation työtyytyväisyyttä ja ovat sitä kautta sosiaalisten innovaatioiden avainaluetta, mitkä tulee ulottaa demokraattisesti organisaation jokaiseen osaan organisaation jokaiselle tasolle ruohonjuuritasosta johtoon. (Lemola 2009, 187.)

Hyvä imago on samalla entistä enemmän riippuvainen ammattimaisesta johtamisesta ja siitä, kuinka organisaatio näkyy ulospäin. Näin ollen näkyvyys on tärkeä määrittäjä poliisin imagolle (Salmi, Voeten & Keskinen 2000, 434).

Mielikuvat vaikuttavat valintoihimme. Näin ollen poliisilla täytyy olla ns. mentaalinen mielikuva ”tulevaisuuden poliisista” ja sen mahdollisuuksista. Ihmiset rakentavat oman mentaalisen mielikuvan poliisin näkyvyydestä poliisin suorittamien aktiviteettien ja niiden esillä olon mukaan (Salmi ym. 2000, 434). Mielikuvan kautta muodostetaan visio suunnasta ja toiminnoista, mihin suuntaan haluamme kehittää poliisin toimintoja (Whisennand & Ferguson 1996, 58).

Lisäksi on syytä huomata, että Suomessa on vain yksi poliisi ja siksi poliisiin tulee pyrkiä yhdenmukaiseen julkisuuskuvaan (Viestinnän käsikirja 2015, 12). Tästä on esimerkkinä kerran vuodessa valittava vuoden poliisi. Poliisitoiminta pitää sisällään alueellisesti ja toiminnallisesti lukuisan määrän alaorganisaatioita, jotka pitävät sisällään moninaisen mielikuvamaailman. Mielikuvien tunteminen ja vaikuttavuuden tutkiminen ovat näin ollen erityisen tärkeitä tämän päivän poliisin toiminnassa. Tämä tulee näkyviin muun muassa asenteisiin ja ilmiöihin vaikuttamisessa.

Positiivisten ja negatiivisten mielikuvien avulla on mahdollista vaikuttaa ihmisten toimintaan. Helsingin Sanomat kirjoitti aiheesta seuraavaa: ”...Nuoret tupakoivat ja ryyppäävät vähemmän. Valistajien kaubuksi terveysvalistuksella ei ole merkittävää osaa tässä muutoksessa. Nuorten omaehtoisessa ja pirstaleisessa kulttuurilähteistä kootussa asennemaailmassa on päässyt vallalle sellainen kuva, että luuseri ryyppää ja pissis

polttaa...”(Paavo Rautio, *HS*, 10.10.2013). Näin ollen ihmisten käyttäytymisessä ratkaisevaa ovat mielikuvat ja niiden mukaan toimiminen. (Virtanen 2005, 212.) Lisäksi poliisin käyttämällä ja hyödyntämällä teknologialla, kuten niin sanotuilla haalarikameroilla, on pystytty vaikuttamaan ihmisten käyttäytymiseen. Poliisin käyttämät voimankäyttövälineet ja uusi videoteknologia osana pukeutumista muodostavat ainutlaatuisen kokonaisuuden ja kuvan suomalaisesta poliisista.

Peruslähtökohtia poliisin perustamisesta lähtien (1816) ovat olleet rehtiys, oikeudenmukaisuus, asiallisuus ja palvelusvelvollisuuksien tarkka noudattaminen. (Veijalainen 2005) Edellä mainittuja periaatteita kuvaavat nykyisin käytössä olevat poliisin arvot; oikeudenmukaisuus, ammattitaito, palveluperiaate ja henkilöstön hyvinvointi (www.poliisi.fi, 2016). Mainittakoon, että alkuperäinen hyvinvointivaltio oli vielä 1960 luvulla hallintokulttuuriltaan hallinnollinen ja legalistinen, mutta ei palveluorientoitunut (Jousitie ym. 2015, 180). Suomalaisen poliisin arvokeskustelu aloitettiin vuonna 2004 arvojen kartoituksella (Virta 2005, 32). Arvoista ja poliisityön periaatteista johtuen länsimainen tutkimus identifioi poliisityöskentelyn tärkeäksi prosessimaisen oikeuden toteuttajaksi, jolloin poliisi koetaan kohteliaaksi, ystävälliseksi ja sensitiiviseksi kansalaisyhteisön tarpeisiin (Stone & Buttle 2015, 55).

Tänä päivänä meidän on mahdollista elää ns. ”sensaatiohetkissä” lähes koko ajan, mikä johtuu sosiaalisten viestimien integroitumisesta vahvasti yhteiskuntaamme. Lisäksi jokaisen on mahdollista olla uutisten tuottaja, eikä poliisi voi suoraan kontrolloida niitä vaikuttavia tekijöitä, kuinka yhteiskunta ja siinä elävät ihmiset havaitsevat poliisin (Schaffer, Huebner & Bynum 2003, 463). Tällainen kehitys asettaa entistä enemmän haasteita poliisin toiminnalle ja sen johtamisen rakenteille. Poliisin tulisi pystyä reagoimaan asioihin entistä nopeammin ja toimimaan laadukkaalla tavalla nopeasti ”syttyvissä” tilanteissa. Samalla koko yhteiskunnan tiedonjano on kasvanut ja nopeutunut.

Edellä esitetty johtuu siitä, että mielikuvat suomalaisesta poliisista ovat muuttuneet niistä ajoista, jolloin poliisi käveli keskellä katua ja ihmiset karttoivat keskustelua poliisin kanssa. Näin ollen, koska aika ja yhteiskunta muuttuvat, on poliisin kyettävä kehittymään muutoksessa. Yhteiskunnan historia tuottaa erilaisia identiteettejä, mutta historia itsessään sisältää erityisillä identiteeteillä varustettujen ihmisten aikaansaannosta (Berger & Luckman 1994, 196).

Tässä tapauksessa nykyinen poliisi on historian kehityksen aikaansaannosta. Vaikka poliisin oma toiminta ja media on tuonut poliisia lähemmäksi kansalaista, on

kohtaamisessa silti vielä parantamisen varaa. Poliisin on yhä liian helppo eristäytyä sisälle poliisiautoon ja olla kohtaamatta henkilökohtaisesti kansalaisia.

Väitöskirjan kirjoittamisprosessin aikana on uutisoinnissa esiin noussut vahvasti mielikuvilla vaikuttaminen niin poliittisesti kuin sotilaallisesti. On alettu puhua informaatioturvallisuudesta ja informaatiovaikuttamisesta, jossa keskeisessä asemassa on mielikuvat (Jantunen, 2015, 22; Huhtinen & Rantapelkonen 2002, 108). Tästä hyvä esimerkki on Iltasanomien artikkeli lokakuulta 2014, missä otsikoidaan seuraavasti; *”Kuusi merkkiä propagandaiskusta: Venäjällä operaatio Suomessa”*. Artikkelissa sotilasprofessori Aki-Mauri Huhtinen toteaa, että on olemassa uusi kieli ja kielioppi, josta käytetään nimitystä mielikuvat, sanat ja media. Lisäksi Helsingin yliopiston dosentti Lasse Laaksonen toteaa samaisessa artikkelissa, että sosiaalinen media on uusi vaikutusareena, joka ei vaikuta päättäjien päätöksentekoon vaan enemmänkin siihen, kuinka asioihin suhtaudutaan. Artikkelin syvin olemus peilaa disinformaation havaitsemista, mikä vaatii perehtyneisyyttä ja osaltaan omaksuttua tekstinlukutaitoa (Iltasanomat 12.10.2014). Tästä johtuen poliisin tulee olla valveutunut maan sisäisestä informaatiovaikuttamisesta. Vuonna 2012 poliisi totesi viestinnän valmiusryhmän loppuraportissa riskitietouden ja mielikuvien (2012, 15) luotaamisen yhteiskunnassa ensimmäiseksi tärkeäksi varautumisvaiheen viestinnäksi. Toisena (2012, 18) pikaisesti kehitettävän alueena nähtiin kansalaisryhmien tiedontarpeiden ja mielikuvien luotaaminen ja analysointi. Kolmantena (2012, 19) kehitettävänä alueena nähtiin kriisin jälkeiset vaiheet kansalaisviestinnässä kuten jälkihoidosta ohjeistaminen, tilanteen selventäminen, tietämyksen lisääminen sekä kansalaisten mielikuvien ja tiedontarpeiden luotaaminen.

Edellä esitetty osoittaa, että poliisin hallintorakenteen uudistamiset ovat muokanneet poliisin toiminnan uudelle vuosituhannelle. Palveluverkoston kehittämisessä otetaan huomioon sisäisen turvallisuuden ministeriryhmän 20.9.2012 antamat linjaukset: *”Poliisitoimintaa tulee kokonaisuudessaan uudistaa siten, että paikallinen näkyvyys ja alueen tuntemus turvataan riittävän palveluverkoston avulla”*. (SM022:00, 2012, 6).

Keskustelut eri tahojen kanssa poliisin julkisuuskuvaan ja siihen liittyvistä ilmiöistä antoivat minulle kimmokkeen tutustua Itä-Suomen poliisilaitokseen, hieman erilaisesta näkökulmasta; mielikuvien kautta.

Tässä työssä etsitään vastauksia siihen, millaisia mielikuvia henkilöstöllä itsellään ja alueella työskentelevillä median toimittajilla on poliisista. Olen havainnut, että

mielikuva -sanaa käytetään päivittäin hyvin monessa eri yhteydessä. Sanaa on käytetty monta kertaa ymmärtämättä, mitä kaikkea sana pitää sisällään. Näin ollen väitöskirjani yhdeksi tarkoitukseksi on kirjoitustyön yhteydessä syntynytkin mielikuva-käsitteen merkityksen raottaminen ja sen selventäminen.

Idea poliisin sisäisen ja ulkoisen kuvan selvittämisestä laajemmassa kontekstissa syntyi jo pro gradu -tutkielmaa tehdessäni Tampereen yliopistossa vuonna 2010. Päätin selvittää mielikuvia kysymällä niitä Pohjois- ja Etelä-Savon sekä Pohjois-Karjalan alueella toimivalta Itä-Suomen poliisilaitoksen henkilöstöltä ja uutisoinnista vastaavilta sanomalehtien, radion ja television toimittajilta. Valitsin sisäiseksi tutkimuskohteeksi Itä-Suomen poliisilaitoksen. Vastaavasti ulkopuoliseksi tutkimuskohteeksi valitsin lehdistön, radion ja television toimittajat Etelä-Savon, Pohjois-Savon ja Pohjois-Karjalan maakuntien alueelta. Etukäteisoletuksena oli, että toimittajilla on omakohtaista, jopa henkilökohtaista kokemusta poliisin kanssa toimimisesta. On tosiasia, että media välittää hyvin paljon tietoa, mutta se myös muokkaa ja käsittelee saatavilla olevaa tietoa. Nobelisti T.S. Eliotin kysymys ”missä on se tieto, jonka olemme hukanneet informaatioon” on ajankohtaisempi kuin ehkä koskaan aiemmin (Väyrynen ym. 2015, 310). Tästä johtuen poliisin työalaan erikoistuminen tuo toimittajalle enemmän tai vähemmän tutkijan ja selvittäjän roolin. Toimittajille on myös oleellista ymmärtää ympäristön kulttuurin merkitys. Tässä tapauksessa poliisikulttuurin ja poliisille vastaavasti toimittajakulttuurin. Kulttuuri ei rakennu päivässä eikä kahdessa, vaan se ottaa vuosia syntyäkseen (Tyagi, Dhar & Sharma 2015, 569). Lisäksi on huomioitava, että poliisia ei ymmärretä samanlaisiksi toimijaksi kaikkialla maailmassa, eikä poliisi välttämättä herätä samanlaisia mielikuvia poliisista tai organisaatiosta kuin se Suomessa ja suomalaisen poliisin toimintakulttuurissa ymmärretään. Näin ollen se, kuinka ihmiset havaitsevat poliisin viranomaisrehellisuuden ja luottamuksen määrää heidän käsityksensä toiminnan oikeudenmukaisuudesta (Wilson & Wilson 2015, 6).

Edellä esitetty osoittaa, että mielikuvatutkimus ja imagon ymmärtäminen on tärkeää globaalissa ympäristössä, koska ymmärtämisen avulla pystytään erottamaan mielikuvien avulla tuotettu illuusio todellisesta tilanteesta. Tämän asian totesi myös presidentti Sauli Niinistö vuoden 2014 lopulla arvioidessaan olemassa olevan hallituksen aikaansaannoksia (HS, 2014). Tästä voidaan päätellä, että kaikki mielikuvat eivät ole totuusarvoltaan samantasoisia. Lisäksi on syytä huomioida, että useimmat tekijät poliisiorganisaatiossa sisältävät kommunikaatiota, tarkoituksia, mielikuvia, myyttejä ja tulkintoja. Nämä kohteet ovat organisaation jäsenten

käyttämiä, jotka luovat organisaation ideologiaa. Näin ollen ideologia antaa organisaation jäsenille aistimuksen paikasta ja voiman organisaation välisille suhteille heidän arvovaltaisissa asemissaan (Ericson, Baranek & Chan 1991, 15.)

Tutkin aihetta, koska olen kiinnostunut siitä, mitkä asiat vaikuttavat yrityksen tai organisaation tuottamaan kuvaan itsestään joko tahallisesti, tuottamuksellisesti tai tiedostamatta. Haluan tutkimuksessani selvittää, mikä tekee organisaatiosta haluttavan työpaikkana tai vaikuttaa sen viihtyvyyteen. Tämä johtuu siitä, että nämä asiat nousevat säännöllisin väliajoin pintaan lehtiotsikoissa ja yleisissä keskusteluissa. Esimerkiksi Lappeenrannan teknillisen korkeakoulun professori Pia Heilman kertoi Itä-Savon haastattelussa 29.12.2014 seuraavaa: *”jos töihin on aamulla mukava mennä, kaikki on hyvin. Vielä paremmiin asioihin ovat, jos töistä voi myös lähteä hyvillä mielillä”* (Itä-Savo 29.12.2014, 7).

Positiivinen ilmapiiri työpaikalla liittyy vahvasti työhyvinvointiin ja organisaatioissa toimiviin yksilöihin, mutta on myös muita asioita, jotka luovat kuvaa organisaatioista. Työpaikka on kulttuurinen organisaatio, joka kehittyy ja muotoutuu organisaatioissa toimivien jäsenten sosiaalisten kokemusten kautta (Berger & Luckman 1994, 247). Lisäksi työyhteisön jäsenten vuorovaikutusprosessi kehittää mielekkyyttä. Hyvä työyhteisön ilmapiiri edistää työnhallintaa, mikä pohjautuu työntekijän itsemääräämisoikeuteen työtahdista ja -menetelmistä, sosiaalisista suhteista sekä ammattitaidon kehittämisestä. Hyvällä ilmapiirillä on vaikutusta tyytyväisyyteen ja työmotivaatioon (Dove 1998, 32) ja luovuuteen (Elangovan 1998, 303).

Tärkeää on ymmärtää yksilön merkitys organisaatioissa ja hänen yksittäinen panoksensa organisaation hyväksi. Jokaisen on työskenneltävä oman vastuualueensa eteen mahdollisimman hyvin, koska sillä saadaan aikaan kokonaisuudelle erittäin suuri hyöty. Yksilön vastuu omasta organisaatiosta ja sen ”lähettiläänä” toimimisesta on tärkeää kansallisissa organisaatioissa. Se on vielä korostetummassa asemassa työskenneltäessä monikansallisessa organisaatioympäristössä. Näin ollen vuorovaikutuksen ja keskustelemisen avulla pidetään yllä olemassa olevaa todellisuutta käymällä läpi eri kokemusten elementtejä, jonka jälkeen ne sijoitetaan omalle paikalleen todellisessa maailmassa (Berger & Luckman 1994, 173).

Aiheen valitsemiseen vaikutti myös havainto, että poliisia koskevaa imago tutkimusta on tehty erittäin vähän, minkä vuoksi organisaation mielikuvien tutkimus on Suomen poliisissa uutta. Aiheen valintaan vaikutti myös se, että

poliisille on tärkeää kansalaisten luottamus poliisin toimintaa kohtaan. Poliisin toiminta ja päätöksenteko tulee olla läpinäkyvää, yhdenvertaista, puolueetonta sekä harkittua. Poliisin toiminnan tulee perustua voimassa oleviin säädöksiin lain tarkoittamassa hengessä.

Yleinen imagollinen tutkimus poliisista on laiminlyöty ja poliisia ei ole juurikaan tutkittu esimerkiksi uutisten kautta (Chermak 1995, 22). Muissa kuin englantia puhuvissa maissa poliisiin liittyvää tutkimusta on tehty vähän (Tepstra & Schaap 2013, 66). Tämä oli yhtenä syynä siihen, että halusin aloittaa aiheen tutkimuksen organisaatiotutkimuksen lähtökohdista. Erityisesti laadullisessa tutkimuksessa on Varton mukaan (1992, 113) tärkeää tuoda esiin tutkijan oma positio tutkimusaiheessa. Tutkijana oma työtaustani, lähes 25 vuotta poliisissa ja 10 vuotta päällystön tehtävissä, tukee tutkimuksen aihetta, havaintoja ja teoreettista valintaa.

Rikollisuuden uutisoinnin tutkiminen mediassa perustuu yleensä kahteen eri metodologiseen tutkimukseen: sisällönanalyysiin ja etnografiseen eli kansantieteelliseen tutkimukseen. Ensimmäinen ja käytetyin niistä on sisällönanalyysi, jonka avulla tutkitaan rikollisuuden uutisointia mediassa, mitä se sisältää, sekä, kuinka ja miksi tietyn tyyppiset rikokset on valittu, tuotettu tai poistettu uutisoinnista. Sisällönanalyysi on näin ollen keskittynyt määrälliseen ja aihetyyppiseen rikollisuuden uutisoinnin tutkimiseen mediassa. Sen sijaan etnografisessa (kansantieteellisessä) metodologiassa tutkitaan uutisten tuottamprosessia, toimittajien käyttämää päätöksentekoa, toimittamista, tuottamista ja rikosoikeudellisia lähteitä. (Chermak 1995, 22.) Näin ollen medialla on paljon henkilökohtaiselle tasolle vietyä vastuuta siitä, mikä tieto julkaistaan ja mikä ei ole julkaisemisen arvoista. Esimerkiksi Virran mukaan (2008, 58) media on kriittisessä roolissa tuottaessaan ja valitessaan uutisia. Hänen mukaan keskeistä on se, mitä on kerrottu ja kuinka se on kerrottu. Lisäksi Uimonen ja Ikävalko kirjassaan; ”Mielikuvien maailma” toteavat, että; *”lopullinen kuva ei synny välttämättä edes yksittäisen toimittajan yksittäisen työn – uutisen tai muun jutun – tuloksena, vaan kokonaisuutena, joka syntyy ensin yhdessä viestimessä, sitten useissa joukkoviestimissä yleisesti”*. (Uimonen & Ikävalko 1997, 190).

Edellä kerrottu heijastaa tosiasiaa, että tärkein yhteiskuntamme mielikuvien tuottaja on tänä päivänä media. Medialla on tarpeensa, jotka poliisin on hyvä tiedostaa. Media on poliisille aivan erityinen ulkoinen sidosryhmä, jonka kautta mielikuvaa organisaatiosta välitetään yhteiskunnassa sekä myös valtion rajojen ulkopuolelle globaalisenä ilmiönä. Aktiivinen kanssakäyminen median edustajien

kanssa on merkittävää, koska se on erittäin tärkeä imagon luoja mille tahansa toimijalle. Näin ollen medialla on oleellinen rooli levittäessä informaatiota ja muokatessa julkista mielipidettä poliisista.

Median kaupallinen rakenne vaikuttaa siihen, kuinka ja paljonko aiheita käsitellään. Välillä se saattaa johtaa uutisointiin, mikä ei välttämättä kohtaa uutisen antajan intressejä tai antaa kohteesta päinvastaisen viestin, mitä on tarkoitettu. Erityisesti uutisoinnin antajan näkökulmasta haasteen muodostaa uutisoinnin vastaanottaja, joka kansalaisen näkökulmasta alkaa tuottaa omia ajatuksia, kirjoituksia, tulkintoja ja yleisönosastomielipiteitä.

Vanha sanonta; *”sisäinen kauneus on kaikkein tärkein”* viestii jotakin tavoittelemisen arvoista, jotakin syvempää ja jotakin ulkoisen pinnan alla olevaa. Toimittajat ovat se ryhmä, jotka antavat poliisin toiminnalle organisaationa sanallisen merkityksen sanoin ja kuvin. Ihmiset rakentavat mentaalisen kuvauksen poliisin näkyvyydestä poliisin aktiviteettien ja niiden näkyvyyden mukaan (Salmi, Voeten & Keskinen 2000, 434). Heijastamme toimittajien ilmaisujen kautta niitä asioita, mitä olemme, organisaation ulkopuolelle. Organisaation sisältä tulevat mielikuvat vaikuttavat organisaation ulkoiseen imagoon. Tutkimustyöni punainen lanka heijastelee niitä erityisiä imagollisia aihealueita poliisista, jotka ovat nousseet esiin keskusteluissa poliisin ja kansalaisten kanssa.

Hallintotieteellisen tutkimuksen näkökulmasta on tärkeää selvittää poliisiorganisaation sisällä olevat henkilökohtaiset mielikuvat sekä verrata niitä organisaation ulkopuolisiin mielikuviiin, tässä tapauksessa toimittajien henkilökohtaisiin mielikuviiin, ja kuinka ne vaikuttavat henkilökohtaisella tasolla uutisointiin. Tehokkaat mediasuhteet johtavat myös tehokkaiisiin organisaatiosuhteisiin omassa organisaatiossa (Lee & McGovern 2014, 49).

Kuten edellä on käynyt ilmi, on imago ja mielikuvat totuttu tavallisesti näkemään markkinointiin liittyvien asioiden ympärillä. Imagotutkimusta käytetään tänä päivänä paljon laajemmin kuin aikaisemmin mm. kaupunki- ja maakuntasuunnittelussa sekä niiden vetovoimaisuuden selvittämisessä (Zimmerbauer 2008, 66).

2 Tutkimusongelma

2.1 Tutkimuskysymykset ja tutkimusasetelma

Tämän työn tavoitteena on selvittää valittujen kysymysten avulla poliisin sisäisiä ja ulkoisia mielikuvia sekä poliisin imagoa julkisuuskuvan muodostamisessa. Tutkimuksen avulla selvitetään poliisin ja median mielikuvia poliisista ja mielikuvien eroavaisuuksia. Tutkimuskysymykset ovat:

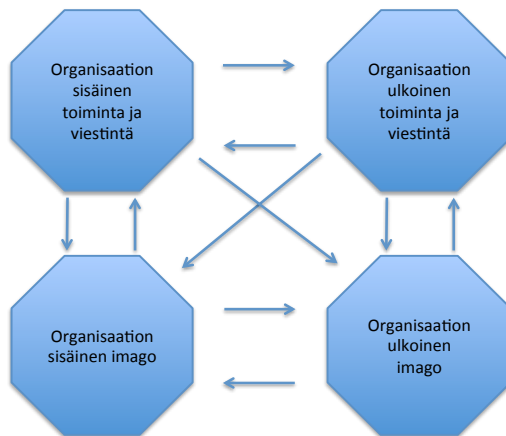
1. Mistä elementeistä poliisin imago muodostuu?
2. Eroaako poliisin sisäinen imago ulkoisesta imagosta?
(Ovatko poliisin omat mielikuvat poliisista erilaiset kuin toimittajien mielikuvat poliisista?)

Tutkimuksessa tarkastellaan Itä-Suomen poliisiorganisaation henkilöstön sisäisiä mielikuvia ja verrataan niitä Itä-Suomen alueella toimivien toimittajien mielikuviiin Itä-Suomen poliisista.

Itä-Suomen poliisin organisaation sisäinen toiminta ja viestintä luo henkilöstölleen itselleen kuvaa organisaatiostaan. Toisin sanoen henkilöstölle itselleen muodostuu mielikuva siitä, mitä oma organisaatio edustaa. Organisaation omat sisäiset mielikuvat muodostavat lähtökohdat sille, millaista ulkoista kuvaa organisaatiosta välitetään ulospäin. Sisäiset toiminnalliset rakenteet ovat tätä kautta erittäin vahvassa yhteydessä siihen, kuinka organisaation haluama ulkoinen toiminta ja viestintä toimii. Sisäinen mielikuva on ulkoisen kuvan perusta (Karvonen 1999, 44). Sisäisten toimintojen onnistuminen on tästä näkökulmasta ensiarvoisen tärkeää. Ropen ja Metherin mukaan (1987, 150) sisäisten asioiden hoitaminen kuntoon tulisi edeltää ennen ulkoista, koska tällä tavalla voidaan varmistaa ulkoisen toiminnan perustalle varma ja laadullinen toiminnallinen pohja.

Organisaation sisäisellä toiminnalla ja viestinnällä on yhteys siihen, kuinka organisaation ulkoinen toiminta ja viestintä nähdään poliisiorganisaation ulkopuolella. Organisaation sisällä tapahtuvat toiminnot luovat mielikuvia

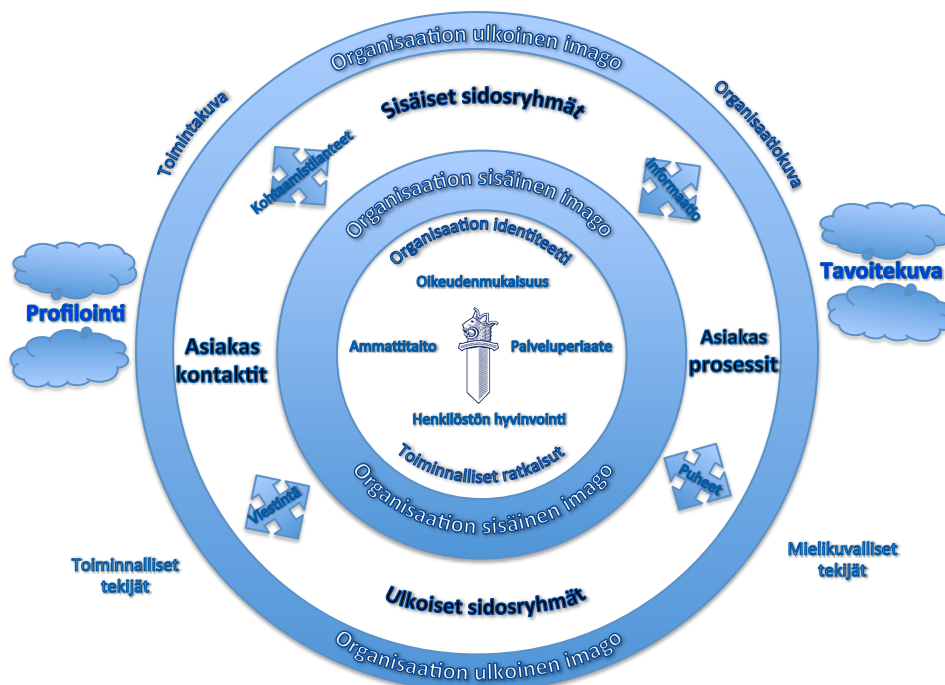
organisaation sisällä ja muodostavat näin organisaation sisäistä imagoa organisaation omalle henkilöstölle. Henkilöstö heijastaa näitä mielikuvia toiminnoillaan organisaation ulkopuolelle, jossa muodostetaan mielikuvia organisaation imagosta. Tutkimusasetelman perusajatus on esitetty kuviossa yksi.



Kuvio 1. Organisaation sisäisen ja ulkoisen mielikuvan yhteys

Tutkimukseni käsitteet ja rakenne kuvataan kuviossa kaksi. Kuviossa osoitetaan organisaation sisäisen imagon yhteys ulkoiseen imagoon sekä käsitteiden kokonaisuuteen. Rope ja Vahvaselkä (1992, 63) ovat käyttäneet yrityskuvan ja tuotekuvan esittämistä ja käsitteiden selventämistä alun perin mielikuvamarkkinoinnin kuvaamisessa.

Tutkimuksessa käytän yrityskuvan ja tuotekuvan tilalla organisaatiokuvaa ja palveluun liittyvää toimintakuvaa. Poliisista on käytetty myös poliisin viestintästrategiassa (2015, 34) käsitettä yhteisökuva. Organisaatio kuvaa paremmin poliisia kuin yritys, koska poliisilla ei varsinaisesti ole yhtä tai kahta tuotetta, vaan pikemminkin tuote on julkista palvelua ja toimintaa erilaisissa palvelu- ja poliisitoiminnallisissa tilanteissa.



Kuvio 2. Käsitteiden toisiinsa kytkeminen poliisiorganisaatiossa

Organisaation yksi keskeinen tekijä on organisaation arvot, joiden ympärille kaikki muut asiat rakentuvat. Poliisin arvot ovat oikeudenmukaisuus, ammattitaito, palveluperiaate ja henkilöstön hyvinvointi. (www.poliisi.fi 2017). Poliisin arvot on määritetty arvotyöskentelyn seurauksena poliisihallinnossa (Suur-Askola 2016, 86-99). Näiden arvojen pohjalta organisaatio rakentaa identiteettinsä ja toiminnalliset ratkaisut, joiden kautta organisaatio viestii omaksumaansa sisäistä imagoa sisäisille

ja ulkoisille sidosryhmille sekä kaikille ympärillä oleville tahoille. Kristiina Suur-Askolan (2016) mukaan arvot muokkaavat identiteettiä, edellyttävät keinovalikoimaa ja pyrkimystä toteuttaakseen arvoja, sisältäen sekä yksilön ja organisaation arvot.

Organisaatio muodostuu yksilöistä, jotka toiminnoissaan huomaavat arvojen olemassa olon, vaikka niitä ei ole määritelty (Suur-Askola 2016, 129). Identiteetti liittyy vahvasti arvoihin. Identiteetti on subjektiivisen todellisuuden keskeinen elementti, mikä on kaiken subjektiivisen todellisuuden tavoin dialektisessä suhdetoiminnassa yhteiskuntaan (Berger & Luckman 1994, 195). Ryhmäidentiteetit, joihin yksilö samanaikaisesti lukeutuu, voivat olla myös keskenään ongelmallisia ja ristiriitaisia (Niemelä & Lahikainen 2000, 82). Ristiriitojen yhteinen käsittely Vartian mukaan (1994, 207) rakentaa sosiaalisen yhteisön yhteenkuuluvuutta ja identiteetin sekä itsetunnon rakentumista.

Poliisitoiminta koostuu alueellisesti ja toiminnallisesti lukuisista eri yksiköistä, mikä tarkoittaa lukuisia eri mielikuvia organisaatiosta alueellisesti ja toiminnallisesti. Kansalaisten ja asiakasprosessien välityksellä viestitään omalla puhumisella, kohtaamisella ja toiminnalla sisäisiä mielikuvia eli sisäistä imagoa organisaatiosta ulospäin. Organisaation viestiä organisaation sisältä ”prosessoidaan” organisaation ulkopuolella, mistä muodostuu jokaisen yksilön henkilökohtaisten mielikuvaprosessien kautta organisaation ulkoinen imago.

Kuvassa esitetyt mielikuvaan liittyvät toiminnalliset tekijät tarkoittavat kohderyhmien mielikuvaa organisaation toimintaa kuvaavista ominaisuuksista. Toiminnallisia tekijöitä ovat tässä tapauksessa esimerkiksi laatu, toimintavarmuus ja palvelu. (Rope & Vahvaselkä 1992, 64.) Mielikuvalliset tekijät ovat mielikuvaan kytkettyjä organisaation ja toiminnan persoonallisuutta kuvaavia ominaisuuksia. Näitä ovat tässä tapauksessa esimerkiksi perinteisyys, kansainvälisyys, tehokkuus ja hyväntuulisuus. Mielikuvalliset ja toiminnalliset tekijät yhdessä muodostavat mielikuvan profiiliperustan. (Rope & Vahvaselkä 1992, 65.) Työpaikka on kulttuurinen organisaatio, joka kehittyy ja muotoutuu organisaatiossa toimivien jäsenten sosiaalisten kokemusten kautta (Berger & Luckman 1994, 247).

Mielikuva on jonkun henkilön subjektiivinen käsitys jostakin asiasta. Ihmiset rakentavat mielikuvansa poliisista hyvin varhaisella iällä (Salmi ym. 2000, 437). Mielikuva muodostuu ihmisten tietojen, kokemusten, asenteiden ja tuntemusten summasta tarkasteltavaa asiaa kohtaan. Tämän mukaisesti esimerkiksi mielikuva yrityksestä on yrityskuva, mielikuva organisaatiosta on organisaatiokuva, mielikuva

tuotteesta on tuotekuva, mielikuva poliisista on poliisikuva ja mielikuva toiminnasta on toimintakuva. (Rope & Vahvaselkä 1992, 63.) Tässä tutkimuksessa poliisin toimintakuvaan sisältyy myös poliisin palvelukuva. Poliisin toimintakuva käsittää palvelun lisäksi myös muut poliisin toiminnalliset toimenpiteet.

Sidosryhmäyhteistyössä organisaation tavoitteena on rakentaa organisaation toiminnasta eri sidosryhmiin sellainen mielikuva, joka edesauttaa kunkin sidosryhmän kohdalla organisaatiota pääsemään asettamiin tavoitteisiin. Ropen ja Vahvaselän mukaan (1992, 62) tämä on mielikuvamarkkinoinnissa markkinoinnin keskeisintä toimintakenttää. Tämä liittyy vahvasti myös poliisin toimintaan. Poliisin korkea-asteisella näkymisellä on vaikutusta poliisin ja median väliseen suhdetyöhön sekä poliisin imagon tunnetuksi tulemiselle (Mawby 2001, 44).

2.2 Keskeiset käsitteet

2.2.1 Sisäisen imago

Organisaation henkilöstön käsityksiä omasta imagostaan voidaan nimittää sisäiseksi imagoksi. Karvosen (1999, 44) mukaan on tärkeää kiinnittää huomiota sisäisen imagon muodostumiseen, koska se vaikuttaa hyvin paljon hyvän hengen ja työtyytyväisyyden kehittymiseen työyhteisössä. Rope ja Methers mainitsevat (1987, 146) kiinnostuksen usein osuvan ainoastaan ulkoiseen imagoon, mutta sisäinenkin imago tulisi selvittää säännöllisin väliajoin.

Sisäisen imagon selvittämisessä on tärkeää kiinnittää huomiota työilmapiiriin ja siihen liittyvien asioiden selvittämiseen. Sisäisen imagon selvittämisessä tulee selvittää samoja asioita kuin ulkoisen imagon tutkimisessa. Tämä on keino suhteuttaa henkilöstön ja potentiaalisen asiakaskunnan mielikuvia toisiinsa. Saatu tulos on eräs merkittävimmistä tekijöistä määriteltäessä keinoja, joilla organisaation imagoa saadaan kohennettua. Tulosten avulla on helppo selvittää, ovatko ongelmakohdat sisäisiä, ulkoisia vai molemmista johtuvia. (Rope & Methers 1987, 147.) Oleellinen asia on löytää organisaatiosta ylpeyden aiheita, koska se on erittäin tehokas sisäisen ilmapiirin ja toiminnallisen tason nostattaja.

Organisaation sisällä on mahdollisesti alueellisia yksiköitä tai ryhmiä, joilla on hyvinkin erilaiset sisäiset mielikuvat verrattuna muihin organisaation yksiköihin ja ryhmiin. Tämän vuoksi on tärkeää saada organisaatioon liittyvien alueellisten yksiköiden tai ryhmien sisäiset mielikuvat samalle tasolle kuin muiden organisaatiossa olevien yksiköiden ja ryhmien mielikuvat. ”Ketju on niin vahva kuin sen heikoin lenkki”. Kansalaisilta tulevat käsitykset poliisiin vaikuttavuudesta sekä poliisin kyvystä toimia tehokkaasti ylläpitäessään järjestystä ja turvallisuutta vaikuttavat poliisin omiin käsityksiin siitä, kuinka toiset näkevät heidät. Näillä käsityksillä on suora vaikutus poliisin omaan ylpeyteen ja itseluottamukseen työtänsä kohtaan. (Wilson & Wilson 2015, 6.)

Sisäisen toiminnan kannalta on tärkeää korjata asioita, jotka ovat heikkoja. Analysointi on hyvä väline selvittää heikkouksia. Juuri heikkoudet tuottavat huonoa mielikuvaa. Huonojen sisäisten mielikuvatekijöiden muuttamisella pystytään melko pikaisesti vaikuttamaan sisäisiin mielikuviiin parantavasti. (Rope & Methers 1987, 149.)

Ulospäin suuntautuva näkyminen vaikuttaa sisäiseen imagoon heijastavasti esimerkiksi tiedotusvälineiden kautta. Poliisiosastot rakentavat aktiivisesti imagoaan itsestään niin, että uutisointi pikimmiten hyödyntää organisaatiota kuin vahingoittaa sitä. (Chermak 1995, 21.) Henkilöstö haluaa nähdä oman organisaation näkyvän ”markkinoilla” toteavat Rope ja Methner (1987, 149) kirjassaan ”Mielikuva markkinointi”. Tämä on yksi ylpeyden aihe henkilöstölle. Positiivinen näkyminen vaikuttaa edelleen positiivisesti, jossa uutisten tekijät ovat avainroolissa. Medialla on poliisin näkymiseen oleellinen rooli informaation levittämisessä ja julkisen mielipiteen muokkaamiseen poliisista. Media vaikuttaa kansalaisten näkemykseen poliisista sekä konflikti- että konsensusympäristössä. (Davies, Stone & Buttle 2015, 49; Reiner 1986, 139.)

Rope ja Methner (1987, 149) mainitsevat ulkoisella ”markkinoinnilla” olevankin sisäistä uskoa kohentava vaikutus, jolloin sellaisia asioita olisi vältettävä, joita sisäisellä toiminnalla ei pystytä organisaatiossa täyttämään. Ropen ja Methnerin mielestä (1987, 150) sisäisten asioiden kuntoon hoitaminen tulisi edeltää ennen ulkoista, koska tällä tavalla voidaan varmistaa ulkoiselle toiminnalle varmempi pohja. Tällä tavoin molemmat, sekä sisäinen että ulkoinen imago, muokkaavat ja vaikuttavat toisiinsa. Organisaation ulkopuolelta tulee myös toiveita, odotuksia ja paineita muodostaa sisäinen imago tietynlaiseksi. Tämä luo osaltaan poliisille haasteita, koska poliisi ei voi suoraan kontrolloida niitä tekijöitä, miten yhteiskunta ja siinä elävät ihmiset havaitsevat poliisin, kuten johdannossa mainitsin (Schaffer, Huebner & Bynum 2003, 463).

Sisäisen ja ulkoisen imagon ymmärtäminen on tärkeää senkin vuoksi, että esimerkiksi poliisin henkilöstö kohtaa runsaan määrän ihmisiä erilaisissa työtehtävissä. Jokaisessa kohtaamistilanteessa kansalaisen kanssa poliisin käsitys omasta ja yhteisönsä tehtävästä välittyy kansalaiselle kuvana poliisista. Kohtaamistilanteissa on tärkeää, kuinka asioista viestitään ja kuinka suhteita hoidetaan ulospäin esimerkiksi sidosryhmien suuntaan. Grönroos (1987, 81) käyttää kohtaamistilanteista esimerkkinä kuntaa, jolla on olemassa jonkinlainen kuntakuva. Kunnan viranomaisella kuten terveystieteillä on olemassa taas oma kuntakuvansa ja jokaisella toimijalla kunnassa oma mielikuva omasta kunnastaan. Jokainen poliisihallinnossa työskentelevä yksilö viestii omalla toiminnallaan poliisikuvaa. Vastuullisella viestinnällä kehitetään ja ylläpidetään poliisin vahvaa sisäistä ja ulkoista yhteisökuvaa. (Poliisin viestintä 2015, 34.)

2.2.2 Ulkoinen imago

Sisäinen imago muuttuu eri kohtaamistilanteissa asiakkaan kanssa ulkoiseksi imagoksi, jolloin sisäinen imago näkyy ulos. Karvosen mukaan (1999, 44) sisäinen kuva on ulkoisen kuvan perusta. Poliisin näkyvyys kaduilla ja lähiympäristössä on yksi tärkeä määrittäjä poliisin imagolle (Salmi ym. 2000, 434).

Ulkoinen imagon ja sisäisen imagon kuilu voi johtua usein vähäisestä näkymisestä. Ihmisten havainnot esimerkiksi poliisista eristäytyneenä poliisiautoon leimaavat poliisia vähemmän läheiseksi ja ystävälliseksi (Salmi ym. 2000, 443). Vähäinen näkyminen ja eristäytyminen mm. poliisiautoon aiheuttavat etäisyysmielikuvia kansalaisille poliisia kohtaan. Sisäisen imagon ollessa ulkoista vahvempi on ulkoisen imagon kehittämislle hyvät perusteet, jos sisäinen imago viestii jotakin organisaation toiminnallisesta tasosta. Jos heikon ulkoisen imagon takana on jokin organisaation heikko toiminnallinen ominaisuus, ongelmana on, kuinka tätä ominaisuutta ja mielikuvaa saataisiin parannettua. (Rope & Methers 1987, 150.)

Viestintä on tärkeä osa ulkoisen imagon muodostumista. Viestin lähettäjä voi vaikuttaa paljonkin siihen, millaisen käsityksen vastaanottaja todennäköisesti muodostaa lähettäjistä. Joukkotiedotusvälineiden antama kuva poliisista dramaattisissa pelastustilanteissa ja sankarillista reagoitua vaativissa katastrofitilanteissa keskittyy kuvauksiin, joilla lukija sitoutetaan ja sanomalehtiä myydään. Sen vuoksi kuvaukset huonosta, brutaalista ja korruptoituneesta poliisista tekevät epäonnistuneesta viranomaisesta lukuisine epäonnistumisineen paljon mielenkiintoisempaa luettavaa kuin onnistuneen poliisityön uutisoinnit. Toisaalta, superhahmon mielikuvan luominen poliisista tekee poliisin työstä vielä vaikeamman kuin se normaalisti olisi. (Waters & Ussery 2007, 170.) On kuitenkin muistettava, että lähettäjän viestintä on vain osa kokonaisuutta. Vastaanottaja muodostaa käsityksensä eri lähteistä tulevan informaation kautta. Tämä vaikeuttaa viestin lähettäjän tehtävää, poliisin tai toimittajan, koska hän ei voi hallita täydellisesti käsitysten muodostumista. Viestintään ja sitä kautta imagoon pystytään kuitenkin vaikuttamaan. Rob C. Mawby (2002, 190) mainitsee suhteiden tärkeästä merkityksestä tiedotusvälineisiin, kuinka poliisin imagoa on viestitetty ja tuotu esiin. Organisaation työntekijät, asiakkaat, viranomaiset ja media voivat antaa erilaista informaatiota julkisuuteen kuin esimerkiksi organisaation johtajat.

2.2.3 Palvelukuva

Elämme palveluyhteiskunnassa, jossa julkisten palvelujen osuus, palvelua koskevan tiedon määrä sekä osaamisen taso ovat lisääntyneet huomattavasti (Grönroos 1987, 17). 30 vuodessa julkinen palvelu ei ole juuri muuttunut, mutta osaamisen taso ja tiedon määrä palvelutehtävissä, erityisesti poliisissa on lisääntynyt. Poliisin voimassa olevaan valtakunnalliseen strategiaan (2016) kuuluu palvelujen tehokas tuottaminen. Sen mukaan eri prosessit, palvelut, tiedot, tietojärjestelmät ja niiden tuottamat tiedot toimivat kokonaisuutta ja asiakasta palvelevan. Samalla sähköistä palvelua sekä tietoteknisten palveluiden käyttöä lisätään ja huomioidaan tehokas sisäinen ja ulkoinen tiedonkulkua. (Poliisin strategia 2016.) Poliisiammattikorkeakoulun strategiassa (2010) kuvataan keskeisesti poliisiammattikorkeakoulun ydinprosessien yhteydessä yhteiset palveluprosessit, joita ovat henkilöstö-, talous-, tietopalvelu- ja muut tukiprosessit. Poliisin arvojen yhteydessä kerrotaan Poliisiammattikorkeakoulun arvostavan yhteistyökumppaneita ja palvelevan sekä sisäisiä että ulkoisia asiakkaita tehokkaasti ja taloudellisesti. Toiminnassa pyritään saavuttamaan korkea asiakastytyväisyys, jota mitataan säännöllisesti. (Poliisiammattikorkeakoulun strategia 2010, 5.) Henkilöstön osaaminen ja hyvinvointi ovat keskeisiä onnistumisen elementtejä strategiatyössä (Reiman ym. 2014, 204).

Organisaation arvot liittyvät olennaisesti palvelukuvaan. Yksi poliisin neljästä arvosta on palveluperiaate (Poliisin viestintä 2015, 36). Poliisiorganisaation arvoja on tutkittu Kristiina Suur-Askolan väitöskirjassa, Arvot ja arvojohtaminen poliisihallinnossa. Suur-Askola toteaa (2016, 61) julkisen hallinnon ja sen kontekstin edustavan demokraattisia periaatteita, joiden kautta julkisen hallinnon arvot ja työn arvokkuus ovat muotoutuneet. Organisaation kuva (imago) edustaa niitä arvoja, joita palvelua saavat ihmiset liittävät mielikuvaansa kyseessä olevasta organisaatiosta. Palvelua mitataan keskeisesti palvelun laadulla. Asiakkaan kokema palvelun laatu vaikuttaa omalta osaltaan organisaation kuvaan. (Grönroos 1987, 81-82; Ylikoski 2001 118.) Grönroos jakaa palvelun laadun toiminnalliseen prosessilaatuun sekä tekniseen tuotettuun laatuun (Grönroos 1987, 10). Suur-Askola (2016, 126) toteaa yksilöiden muodostavan organisaation ja sen toiminnan. Arvoja on tätä kautta olemassa, vaikka niitä ei olisi määritelty. Grönroos (1987, 29) nostaa esiin neljä palvelun perusominaisuutta: 1. palvelut ovat aineettomia; 2. palvelut ovat prosesseja ja toimintosarjoja; 3. palvelu tuotetaan/kulutetaan tai

koetaan; ja 4. asiakas osallistuu itse palvelutapahtumaan palvelun käyttäjänä. Organisaatiokuva eli imago toimii suodattimena, jonka läpi ihmiset tarkastelevat organisaatiota. Kun imago on hyvä, ihmiset toteavat organisaation edustavan myönteisiä mielikuvia ja ihmiset suhtautuvat myönteisemmin siihen, mitä palveluja saavat ja kuinka prosessi sujuu. Jos organisaatiokuva on huono, ihmiset kokevat tekniseen ja toiminnalliseen laatuun liittyvät kielteiset asiat voimakkaammin. (Grönroos 1987, 33.)

Poliisissa on kiinnitetty huomiota peruspalvelujen tuottamiseen poliisin rakenneuudistusten eri vaiheissa tarkastelemalla poliisin palveluverkostoa ja niiden toimintavarmuutta sekä kustannustehokkuutta. Poliisin hallintorakenneuudistuksen PORA III päälinjauksissa (2012, 24) todetaan poliisin hallintorakenneuudistuksissa I ja II (PORA I ja II) vaiheiden tavoitteena olleen asiakaspalvelun näkökulmasta katsottuna poliisin peruspalvelujen tuottaminen jokaiselle kansalaiselle koko maassa asuinpaikasta riippumatta. PORA III palveluverkoston kehittämisen tavoitteena on saada taloudellisuus ja toiminnallisuus vastaamaan paremmin muuttuvaa toimintaympäristöä. Uudistus tulee toteuttaa mahdollisimman asiakaslähtöisesti (Poliisin hallintorakenneuudistus Pora III päälinjaukset 2012, 115).

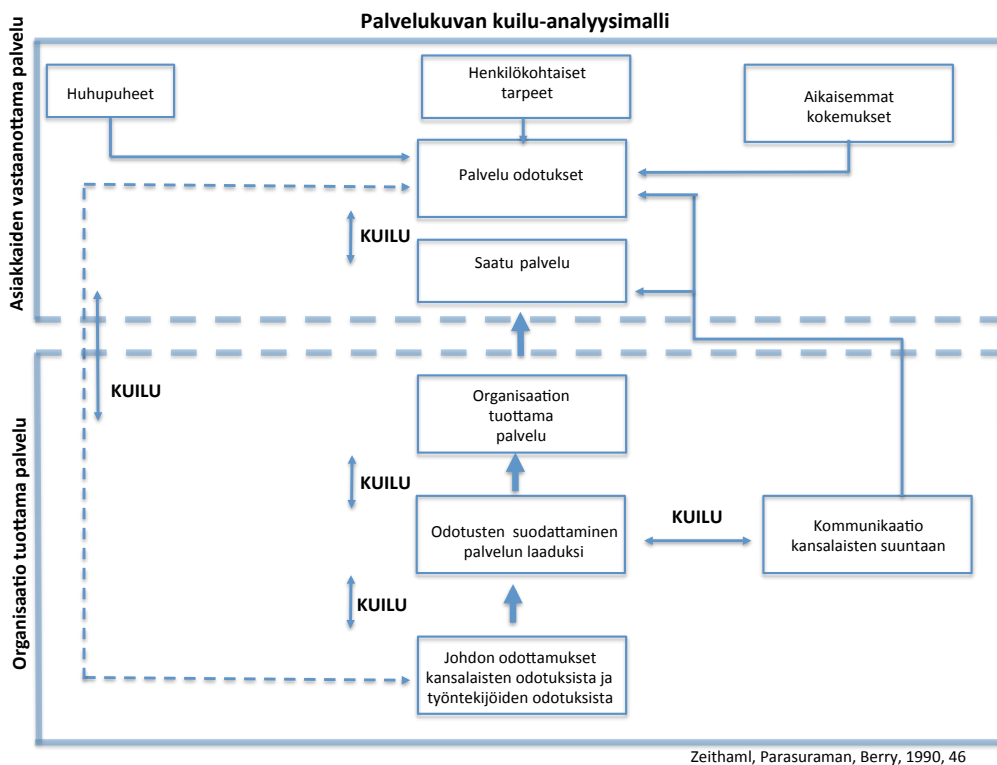
Poliisin hallintorakenteen (PORA III) kehittämistä koskevissa linjauksissa (2012, 6) todetaan poliisitoiminnan uudistuksen turvaavan poliisin paikallisen näkyvyyden ja alueen tuntemisen riittävän palveluverkoston avulla. Rakenneuudistusten tavoitteena on ollut entistä palvelukykyisempi ja tuottavampi poliisi.

Poliisin hallintorakenneuudistuksen PORA III täydentävässä päälinjauksessa (2013, 3) tavoitteeksi asetettiin kysynnän huomioiva ja asiakaspalvelun muutoksiin sopeutuva, taloudellinen sekä tehokas poliisin asiakaspalvelu- ja toimipisteverkosto. Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirjan mukaan (2012, 12) poliisin tulee pyrkiä yhdenmukaiseen julkisuuskuvaan, koska Suomessa on vain yksi poliisi. Pyrkimyksen mukaan myös palvelukuvan tulisi olla yhdenmukainen.

Poliisin lupahallinnon toimijoiden palvelukuvaa on pohdittu imagolisessa mielessä ”Lupa 2016” Poliisin lupahallinnon organisaation kehittämistyöryhmän loppuraportissa (2013, 12), jossa pohditaan palvelupisteverkoston sijoittamista puhtaasti asiakkaiden asioinnin ehdoilla ja sitä kautta saadulla imagolisena hyötynä. Heikkoutena työryhmä näkee tässä kustannustehokkuuden heikkenemisen ja hajautuvien resurssien hallinnan.

Tutkimuksen palvelukuvaa on tutkittu kuilu-analyysimallin avulla (Kts. kuvio 3). Zeithamlin, Parasuramanin ja Berryn kuilu-analyysimallista voidaan mallintaa niitä

palvelukuvan kuiluja, joita organisaation ja sen tuottaman palvelun vastaanottajien välillä on havaittavissa (vrt. Grönroos 1998, 16; Ylikoski 2001, 143). Käsitellen poliisiorganisaation ja toimittajien välisiä mielikuvakuiluja tarkemmin tutkimusmetodologian luvun neljä yhteydessä.



Kuvio 3. Palvelukuvan kuilu-analysimalli

Maija-Leena Setälä kirjassaan ”Julkisen Palvelun Kuva” kirjoittaa palvelukuvan olevan yksiköiden normaalia kehittämistyötä ja sitä kautta toimintaedellytyksistä huolehtimista (Setälä 1998, 84).

Vuoden 2016 vuoden yrittäjänä ja asiakaspalvelijana palkittu yksityisyrittäjä Johanna Närvä totesi Yle ykkösen radiohaastattelussa 6.10.2016 Ihmisen kohtaamisen taito ohjelmassa asiakaspalvelusta seuraavaa: ”*Asiakaspalvelu täytyy elää, koska sitä ei voi näytellä*”. Palvelukuvan kokonaisuus on tuossa lauseessa kiteytetty osuvasti.

2.2.4 Poliisin sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät

Poliisin sisäisiin sidosryhmiin kuuluvat poliisin oma henkilöstö, muut poliisin yksiköt ja poliisin strategiset yhteistyökumppanit, joiden kanssa poliisi työskentelee tavoitteidensa saavuttamiseksi. (Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirja 2015, 9). Poliisin ulkoihin sidosryhmiin kuuluvat päättäjät, turvallisuus- ja oikeusviranomaiset, julkinen hallinto ja sen edustajat, turvallisuusalan yritykset ja järjestöt, median edustajat, kansainväliset kumppanit sekä yhteiskunnassa toimivat kansalaiset (Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirja 2015, 11).

Laki poliisin hallinnosta 1992/110 määrittelee poliisin toimialan ohjauksen ja sitä kautta poliisin operatiiviset yhteistyökumppanit, joiden toimialan johtamisesta vastaa sisäministeriön poliisiosasto. Päivittäisen toiminnan operatiivisiksi kumppaneiksi voidaan lukea Poliisihallitus, Keskusrikospoliisi, Poliisiammattikorkeakoulu, poliisilaitokset ja Suojelupoliisi.

Poliisin keskeisiksi strategisiksi kumppaneiksi sisäisen turvallisuuden kokonaisuajattelussa voidaan lukea mm. Tulli, Rajavartiolaitos, pelastuslaitos ja puolustusvoimat. Poliisin, Tullin ja Rajavartiolaitoksen (PTR) strategisesta yhteistyöstä säädetään yhteistoiminnasta säädetystä laissa 2009/687. Pelastuslaitoksen yhteistoiminnasta muiden viranomaisten kanssa säädetään pelastuslaissa 2011/379. Laki 1980/781 puolustusvoimien virka-avusta poliisille säätelee erinäisiä tehtäviä, joissa puolustusvoimat avustaa poliisia. Poliisin pitää maksimoida poliisin positiiviset tapaamiset vapaaehtoisissa tapaamisissa kansalaisten kanssa ja pyrkiä minimoimaan negatiivinen keskinäisvaikutus (Schaffer, Huebner & Bynum 2003, 461). Samanaikaisesti nämä yhteistyötahot edustavat kansalaisia ja tarkastelevat poliisia osittain kansalaisnäkökulmasta.

Poliisin palvellessa kansalaisia tehokkaasti ja hyväksyttävästi, rakenteellisen työskentelysuhteen tulee ilmetä lainvalvojien ja ihmisten välillä (Worrall 1999, 47). Koska poliisilla on erityinen valtuutus toimia, aiheuttaa se luonnollisen etäisyyden kansalaisten ja poliisin välille (Salmi ym. 2000, 437). Strategisella tasolla poliisin viestinnässä suunnitellaan ja kehitetään tapoja, joiden avulla yhteiskuntaa ja kansalaisia tullaan kohtaamaan turvallisuutta lisäävällä tavalla. Viestinnällä voidaan parhaimmillaan saada aikaan hyviä ennalta estäviä tuloksia sekä vaikuttavuutta. (Poliisin ennalta estävän toiminnan strategia 2014, 4.) Toimittajat ovat keskeinen poliisiorganisaation ulkoinen sidosryhmä, jonka kanssa poliisi on tekemisissä

päivittäin tiedotteiden, sosiaalisen median ja muun organisaatiosta ulospäin suuntautuvan tiedon kanssa.

2.2.5 Identiteetti

Organisaation ja henkilön ulkoisen kuvan ja määrittymisen pohjana on identiteetti eli perusolemus, kuva omasta itsestään. Yhteiskunnan historia tuottaa erilaisia identiteettejä, mutta historia itsessään sisältää erityisillä identiteeteillä varustettujen ihmisten aikaansaannosta. Identiteetti rakentuu sosiaalisissa prosesseissa, jonka seurauksena se säilyy, muuntuu tai jopa rakentuu uudelleen sosiaalisissa suhteissa. Yhteiskunnan rakenne osoittaa ne sosiaaliset prosessit, minkä kautta identiteetti rakentuu ja joissa sitä ylläpidetään. (Berger & Luckman 1994, 195.) Identiteetin on oltava kunnossa silloin, kun yhteisö alkaa pohtia imagoasioitaan. Identiteetti koostuu arvoista, ominaisuuksista, toimintatavoista, ihmisistä, tuotteista ja palveluista, unohtamatta hyviä ja huonoja puolia. Identiteettiä ei voi muuttaa väkisin muotivirtausten mukaan. Se muuttuu ihmisten ja toiminnan mukana samoin kuin ajan ja arvojen mukana. Avainhenkilöiden vaihtuminen saattaa muuttaa identiteettiä, jos uudet avainhenkilöt muuttavat toimintatapoja edeltäjiinsä verrattuna. (Uimonen & Ikävalko 1997, 182.) Keskusteleminen on tärkeä todellisuutta ylläpitävä mekanismi. Jokapäiväisessä elämässä keskustelu muuntaa, ylläpitää ja rakentaa koko ajan uudelleen yksilön subjektiivista identiteettiään (Berger & Luckman 1994, 172).

Identiteetti on hyvä tiedostaa silloin, kun organisaatio alkaa kiinnostua sisäisestä ja ulkoisesta kuvastaan sekä kuvan viestimisestä sidosryhmille. Organisaation sisällä voi olla useita erilaisia identiteettejä yksiköiden ja ryhmien välillä. Se saattaa johtua historiasta, alueellisista eroista, johtamiskulttuurista, henkilöstön ominaisuuksista tai toimialan erityisominaisuuksista. Eri henkilöillä voi olla erilaisia käsityksiä organisaationsa olemuksesta sekä erilainen kuva organisaation tavoitekäsityksistä. (Uimonen & Ikävalko 1997, 182.) Identiteettityypit ovat yhteiskunnallisia tuotoksia, objektiivisen sosiaalisen todellisuuden suhteellisen vakaita rakennelmia (Berger & Luckman 1994, 197).

Identiteettiä lähellä oleva käsite on toiminta-ajatus. *”Identiteetti ja toiminta-ajatus ovat organisaation peruskallio, josta jokaisen organisaation jäsenen on oltava tietoinen ja osattava viestiä ne, missä tahansa tilanteessa”* (Uimonen & Ikävalko 1997, 183).

Ihmisiä motivoi työn mielekkyys, ei pelkästään itsensä kannalta vaan koko yhteiskunnan kannalta, tehdä tärkeää työtä. Toiminta-ajatuksen tarkoituksena on antaa väljyyttä tulkita erilaisia painotuksia, joita tarvitaan eri aikoina yhteiskunnassa. Toiminta-ajatuksessa ilmaistusta ”olemassaolon tarkoituksesta” tulisi saada se perussanoma, jonka tulisi välittyä työntekijän toiminnasta että tiedotustoiminnasta.

Kansalaisille yritetään antaa kuvaa luottamuksesta määrittämällä niitä arvoja, joihin viranomaisen nojaa. Julkinen luottamus on tärkeää poliisivoimille itselleen, koska erityisesti demokraattisissa yhteiskunnissa poliisiin tulee ansaita legitimitetti toimilleen kansalaisilta. (Kääriäinen 2007, 410.) Organisaation henkilöstö pitää konkreettisenä sellaisia arvopäämääriä, joita pidetään hyvinä. Kun arvopäämääriä määritellään, on erittäin tärkeää valvoa myös niiden noudattamista. Organisaation perusarvojen on syytä olla ajattomia ja toimintaa innoittavia ajatuksia, joihin kaikki voivat nojautua. Juuri rehellisyys, luotettavuus, avoimuus ja vuorovaikutus ovat tärkeitä tekijöitä luotaessa kestävästä kuvasta omasta toiminnasta. Ihmisten kokemukset jokapäiväisessä elämässä kasvattavat heidän uskoaan normien ja instituutioiden legitimitätyä kohtaan.-(Kääriäinen 2007, 414.)

2.2.6 Poliisin arvot

Arvoja kuvataan yhteiskunnan yhteiskunnallisiksi tuotoksiksi ja niillä perustellaan modernia yhteiskuntaa. Arvot ovat yhteisössä ilmeneviä käsityksiä hyvästä ja pahasta. Käsitteeseen liittyy vahvasti etiikka ja asenteet, arvostus tai arvottaminen, hyveet sekä osaltaan myös motivaatio. Yksilön arvot nousevat esiin, kun yksilö tekee valintoja, joilla on hänelle itselleen henkilökohtaisesti merkitystä. Arvot ja niihin liittyvä tietoisuus saattavat muuttua elämän aikana. Arvot ohjaavat toimintaamme ja valintojamme. Suur-Askolan mukaan arvo on vasta arvo, kun se näkyy toiminnassamme ja voimavarojen suuntaamisessa, koska ihmiset sitoutuvat arvoihin oman toimintansa kautta. (Suur-Askola 2016, 39.)

Poliisin arvoja ovat oikeudenmukaisuus, ammattitaito, palveluperiaate ja henkilöstön hyvinvointi. Poliisin viestinnän nykytilan strategian ja kehittämisalueiden kuvauksessa vuosille 2015-2018 poliisi kuvastaa näitä arvoja päivittäisessä viestinnässä. Oikeudenmukaisuus ilmentää viestinnässä luotettavuutta, tasapuolisuutta ja vuorovaikutteisuutta. Poliisin viestintää ohjaa poliisin viestinnän periaatteet ja tavoitteet vuosille 2015-2018.

Poliisilla ei tarvitse olla vastauksia jokaiseen kysymykseen, mutta sen, minkä poliisi viestii on oltava totta. Viestinnän on oltava lakien ja ohjeiden mukaista. Kansalaisille ja joukkoviestimille suunnattu viestintä on kielellisesti, poliittisesti ja alueellisesti tasapuolista. Poliisin tiedottaminen on yhdenmukaista tiedotettavasta yksiköstä ja asiasta riippumatta. (Poliisin viestintä 2015, 36.)

Ammattitaito ilmenee viestinnässä siten, että poliisi tunnistaa tiedotettavat asiat ja hoitaa viestinnän aloitteellisesti, aktiivisesti ja asiantuntevasti. Poliisi huolehtii henkilöstönsä viestinnällisistä valmiuksista eri henkilöstöryhmille sopivalla tavalla vahvistaen poliisin henkilöstön viestintävalmiuksia osana ammatillista kehittymistä. Poliisissa työskentelevät viestinnän ammattilaiset muodostavat verkoston, jonka avulla tuetaan yksiköiden viestintää ja viestintäosaamisen ajantasaisuutta. Poliisilla on tätä kautta valmius osallistua toimintaansa koskevaan julkiseen keskusteluun ja profiloitua turvallisuuden asiantuntijana. (Poliisin viestintä 2015, 36.)

Palveluperiaate ilmenee viestinnässä siten, että poliisi käyttää laaja-alaisesti viestinnän kanavia ja keinoja tavoittaa eri kansalais- ja sidosryhmiä. Poliisi jakaa tietoa, edistää ja neuvoo kansalaisten osallistumista vuorovaikutteisella viestinnällä. Median ja eri sidosryhmien palvelupyyntöihin suhtaudutaan asiallisesti ja myönteisesti poliisitoiminnalliset näkökulmat huomioiden. Viestinnän on oltava selkeää ja ymmärrettävää, millä varmistetaan viestinnän perillemeno. Luottamus poliisin viestintään syntyy säännöllisestä ja avoimesta viestinnästä. (Poliisin viestintä 2015, 36.)

Poliisin oma henkilöstö on poliisin viestinnän tärkein sidosryhmä ja saa tiedon ensimmäisenä. Koko poliisihenkilöstöllä tulee olla mahdollisuus saada informaatiota keskeisistä asioista ja osallistua yhteisten asioiden valmisteluun. Monipuolinen ja avoin sisäinen viestiminen on keskeinen osa henkilöstön hyvinvointia. Tiedonkulun ja viestinnän seuraaminen ja edistäminen kuuluvat jokaisen poliisiorganisaatiossa työskentelevän virkatehtäviin. Laadukas, suunnitelmallinen ja vuorovaikutteinen sisäinen viestintä edistää tuloksellista toimintaa, jota edesautetaan luomalla yhteisiä toimintatapoja ja sitouttamalla poliisia tätä kautta toiminnan tavoitteisiin. (Poliisin viestintä 2015, 36.)

Organisaatiolle asetetaan eettisiä arvoja, joiden tarkoituksena on olla yhteisesti hyväksyttävä. Yhteiset arvot saavat henkilöstön sitoutumaan ja toimimaan eettisesti oikein yhteisen hyvän eteen ilman pakkoa tai sanktiota. Työyhteisön ja yksilön arvot ovat sidoksissa toisiinsa ja vaikuttavat tätä kautta yksilön työstä suoriutumiseen. (Suur-Askola 2016, 40.) Poliisissa urautuminen ja vertaisryhmän

paine edellyttävät ainakin sukupolven vaihtumista, ennen kuin vanhat ylläpidetyt arvot saadaan korvattua kokonaisuudessaan (Prenzler 1997, 10).

2.2.7 Profiloinnin avulla kohti tavoitekuvaa

Viestinnällisenä käsitteenä profiili tarkoittaa tavoitekuvaa. Sellaista kuvaa, miltä organisaatio haluaisi näyttää sidosryhmien silmissä, ja millaisia mielikuvia se haluaa herättää itsestään. ”*Profilointi tarkoittaa strategiaa, menetelmiä ja toimenpiteitä, joilla tavoitekuvaan pyritään*”. (Uimonen & Ikävalko 1997, 184.) Uutismedia saattaa olla tärkein kansalaisten lähde näkemyksiin poliisin oikeudenmukaisuudesta, mutta samalla uutismedia tuottaa kriittistä tarkastelua poliisia kohtaan, joka toisaalta vähentää poliisin oikeudenmukaisuutta. Monissa tapauksissa kansalaisille on esitetty konfliktisia kuvia poliisista ja poliisin tehokkuudesta, jättäen kysymyksen siitä, kuinka uutisointi/asioiden esittäminen vaikuttaa yleisön asenteisiin poliisia kohtaan. Positiivisten asenteiden vaikutus poliisia kohtaan kansalaisille tapahtuu median valtavirtauksessa. (Chermak & Gruenewald 2006, 262.)

Tavoitekuva tuotteelle ja palvelulle kiteytetään keskeiset halutut ominaisuudet sekä tavoitetilat, joilla erottaudutaan muista. Tavoitekuva luodaan identiteetin eli perusolemuksen lähtökohdista, muulla tavoin se ei onnistu. Esimerkiksi lainvalvoja, joka kertoo nopeusrajoitusten noudattamisen tärkeydestä turvallisuudelle, mutta ei itse noudata opettamiaan sääntöjään toimii tavoitekuvan vastaisesti. Tällöin tavoitekuva ei perustu todellisuuteen. Tavoitekuva on toteuttamiskelpoinen, kun toimija itse toimii opetuksensa mukaisesti. Tavoitekuvan tulee tukea yhteistä visiota ja olla yhdenmukainen sen sisällön kanssa. Tiedottajille ja viestinnästä vastaaville henkilöille tavoitekuva on työkalu strategiseen ja käytännön työhön. Tavoitekuvasta eri toimijat kuten sidosryhmät saavat toiminnan perusviestit. ”*Jokainen yhteisöstä lähtevä viesti profiloi lähettäjäorganisaatiotaan*”. (Uimonen & Ikävalko 1997, 185.)

Uimonen ja Ikävalko esittävät kirjassaan ”Mielikuvien maailma”, että tavoitekuvaa luodaan profiloinnin avulla. Profilointi on työtä tavoitekuvan saavuttamiseksi. ”*Se tähtää organisaation haluamien mielikuvien kytkeytymiseen vastaanottajan tajunnassa*”. (Uimonen & Ikävalko 1997, 185.)

Tästä johtuen profilointi on pitkäjänteistä työtä, joka perustuu todellisiin tekoihin ja tulevaisuuden suunnitelmiin. ”Profiloijan eli tiedottajan ja muiden viestinnän ammattilaisten on tiedettävä, mitä organisaatio todella tekee ja

sovitettava viestintätavoitteensa siihen”. (Uimonen & Ikävalko 1997, 186).

Edellä mainittuun liittyvät läheisesti visuaalinen linja ja ilme, jotka ovat profiloinnin keskeisiä alueita eli, miltä organisaatio, yritys, tuote tai henkilö näyttävät. Visuaalinen linja on tärkeä osa-alue, mutta järjestyksessä se on vasta yhteisön perusolemuksen ja verbaalisten viestien määrittämisen jälkeen. Visuaalinen linja näkyy kaikessa, missä organisaatio toimii ja vaikuttaa. On tärkeää pitää mielessä, millaisilta sen palveluksessa olevat ihmiset näyttävät ja millaisen vaikutelman he antavat itsestään ja yhteisöstään asiakkailleen ja yhteistyökumppaneilleen. (Uimonen & Ikävalko 1997, 186.)

Profiloinnin tärkeä tehtävä on, että haluttu mielikuva syntyy ja säilyy sidosryhmien mielessä tarpeeksi pitkään. Tavoitekuva on pysyvä ja kestävä, jota luodaan 10-20 vuoden aikajänteellä. Organisaatiolla voi olla useita erilaisia profileja, mutta niillä kaikilla täytyy olla perusta yhteisön perusoletuksessa. Joskus sidosryhmät ovat kiinnostuneita asioista eri näkökulmista ja ominaisuuksista. Tällöin saattaa olla hyvä painottaa tiettyjä ominaisuuksia tavoitekuvassa. Viestintä on vastaanottajasta lähtevää, mutta yhteisön ehdoilla toimivaa ja tavoitteita palvelevaa. Tavoitekuva syntyy pitkän ajanjakson tuloksena. Tämän vuoksi tavoitekuvan tulisi edustaa sellaisia ominaisuuksia, jotka eivät ole tiukasti aikaan tai ajankohtaan sidottuja. (Uimonen & Ikävalko 1997, 187.)

Profilointi ja strateginen suunnittelu ovat vahvassa yhteydessä toisiinsa. Chermakin mukaan poliisin pääasiallinen strategia on kontrolloida poliisin esiintymistä median uutisoinnissa (1995, 21). Profilointi on tärkeä osa strategiaa päätöksinä ja siksi tärkeä osa johdon tehtävää. Organisaatiolla täytyy olla kirkas näkemys omasta tulevaisuudesta. Profilointi erotetaan tästä syystä lyhyen aikavälin operatiivisista tavoitteista. Profiloinnissa on hyvä ottaa huomioon sidosryhmien, yhteiskunnan, talouselämän ajatusmaailmat, arvot ja tulevaisuuden suunnat. *”Organisaation oma luotaustoiminta yhdistettynä tutkimuksiin sekä kulloinkin vallitseviin ja tulevaisuuden arvoihin ja joskus myös yksittäisten visionäärien ajatuksiin saattaa antaa arvokkaita aineksia profiloinnille”.* (Uimonen & Ikävalko 1997, 188.)

Viestintätehtävissä olevat poliisihenkilöt ovat poliisilta lähtevien uutisten portinvartijoita (Chermak 1995, 27). Profilointityö on tehtävä yhdessä organisaation tiedottajien kanssa, koska tiedottaminen edellyttää, että tavoitteet ovat selvillä. Tavoitekuvasta päättää organisaation johto, mutta tavoitekuvaan pyritään koko organisaation voimin. Profilointi edellyttää, että yhteisö seuraa omaa imagoaan sidosryhmien keskuudessa. Tavoitekuvan ja imagon välille syntyvät kuilut ovat

haasteita organisaation johdolle ja tiedottajille. (Uimonen & Ikävalko 1997, 185.) Medialla on oleellinen rooli levittäessä informaatiota ja muokattaessa julkista mielipidettä poliisista. Media vaikuttaa kansalaisten näkemykseen poliisista operoi poliisi sitten konfliktisissa tai konsensusympäristössä. (Davies ym. 2015, 49.) Julkinen poliisin imago on yhteydessä henkilökohtaiseen ja sosiaaliseen kontekstiin. Ratkaisevaa on henkilökohtaisesti ja sosiaalisessa yhteydessä koettu laatu ja ihmisten määrälliset kokemukset poliisin toimenpiteistä, jotka mahdollisesti synnyttävät ja muuttavat myös erilaisia poliisin strategioita. (Salmi ym. 2000, 434.)

2.2.8 Sisäinen viestintä

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa toimivaa vuorovaikutusta ja tiedonsaantia eri poliisiyksiköiden sisällä ja välillä. Sisäisellä viestinnällä varmistetaan, että kaikilla organisaatiossa toimivilla henkilöillä on tiedossa toiminnan tavoitteet ja itse työn tekemiseen oleelliset tiedot. Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirjassa todetaan avoimen ja vuorovaikutteisen sisäisen viestinnän vahvistavan yhteisöllisyyttä, työtyytyväisyyttä, taloudellisuutta, tuloksellisuutta sekä luottamusta organisaation johtoon. Ammattimainen ja onnistunut työyhteisöviestintä auttaa vahvistamaan omaa ammatti-identiteettiä. (Viestinnän käsikirja, 2015, 10). Hyvä sisäinen viestintä on ulkoisen viestinnän perusta. Viestinnän käsikirjan mukaan poliisin sisäisen viestinnän periaatteilla; *”varmistetaan henkilöstön tiedonsaanti osana johtamista kaikissa tilanteissa, välitetään henkilöstölle tieto ensimmäisenä ja tarjotaan henkilöstölle aito mahdollisuus vuorovaikutukseen sekä asiantuntijatiedon hyödyntämiseen”*.

2.2.9 Ulkoinen viestintä

Ulkoisella viestinnällä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa poliisin yksisuuntaista tiedottamista ja poliisin vuorovaikutteista viestintää, mikä tapahtuu median ja poliisin julkisten viestintäkanavien kautta. Ulkoisessa viestinnässä annettu tieto on julkista tietoa. Ulkoisella viestinnällä pyritään avoimuuteen, joka lisää luottamusta poliisiin. Luottamuksen merkitys korostuu vaativissa ja poikkeustilanteissa,

joissa tarvitaan tehostettua viestintää luotettavasti oikeilla tiedoilla. (Viestinnän käsikirja 2015, 12.)

Viestinnän käsikirjan mukaan (2015) poliisin ulkoisen viestinnän periaatteilla ”edistetään kansalaisten tiedollisten oikeuksien toteutumista, lisätään poliisin näkyvyyttä ja mahdollisuutta kommunikoida poliisin kanssa julkisuuden eri kentillä sekä pitää yllä yleistä järjestystä ja turvallisuutta”. Valtion viestintäsuosituksen mukaan valtiohallinnon kulmakivenä ovat demokraattisen oikeusvaltion ja pohjoismaisen hyvinvointiyhteiskunnan arvot, jotka korostavat julkisuusperiaatetta ja informaation jakamista (Valtiohallinnon viestintäsuositus 2010, 13).

Kun puhumme kansalaisten luottamuksesta poliisiin, puhumme ihmisten kokemuksesta yksilötasolla. Siten luottamusasteikko ei vaihtele pelkästään eri yhteiskunnissa, mutta myös niiden välillä. Yksilötason erot luottamukseen poliisista ovat huomattavammat kuin yhteiskunnallisen tason erot. (Kääriäinen 2007, 411.) Poliisipalvelujen laatu on avaintekijä positiivisen poliisin toiminnan imagon kehittämisessä (Tyagi, Dhar & Sharma 2015, 569).

Länsimainen tutkimus identifioi tänä päivänä poliisityöskentelyn periaatteiden tärkeyden prosessimaiseen oikeuden toteuttamiseen, jolloin poliisi on kohtelias, ystävällinen ja sensitiivinen kansalaisyhteisön tarpeisiin (Davies, Stone & Buttle 2015, 55).

2.2.10 Maine

Maineella ymmärretään organisaatiosta tai henkilöstä yleisölle ajanmittaan syntynyttä käsitystä ja erotan sen syvällisempänä käsitteenä imagosta. Maine on lukuisia syvällisiä käsityksiä ja on siten syvällisempi käsitteenä kuin imago ja sitä kautta vaikeampi muuttaa. Halosen mukaan (2016, 27) maine on organisaation aineetonta pääomaa. Käsitteenä maine on myös uudempi kuin imago (Halonen 2016, 51).

Karvonen (1999) esittää maineen luonteen perustuvan kuulemiseen ja puhumiseen. Täten se on irti visuaalisesta termistä. *”Maine liittyy siihen, mitä jostakin kohteesta tai henkilöstä ”mainitaan”, puhutaan ja minkälaisia juttuja siitä kuullaan”*. Nykysuomen sanakirja (2002, 364-365) esittää maineen seuraavasti; *”arvosteleva maininta”, ”jotakin koskeva (kerrottuna leviävä) tieto, kulkupuhe, huhu” ja ”jostakusta tai jostakin toisten keskuudessa vallalla oleva käsitys, mielipide, nimi.”*

”Suomen kielen etymologisen sanakirjan” mukaan vuodelta 1955 maineella tarkoitetaan jälkipuhetta tai kulkupuhetta.

Professori Pekka Aula ja Jouni Heinonen kirjassaan ”Maine” (2002) pohtivat maineen merkitystä nykysuomen sanakirjan mukaan kolmen oleellisen seikan kautta: *Maine on jotakin, mistä puhutaan ja kerrotaan eli maineen ytimessä on se, mitä jostain sanotaan tai mainitaan. Maineeseen liittyy kohteestaan jonkinlainen arviointi, joka voi olla hyvä tai huono ja joka erottaa kohteen toisesta vastaavasta. Maine on yleisön keskuudessa vallalla oleva käsitys.* Aula ja Heinonen käyttävät termiä: *”maine on vastaanottajakeskeinen ilmiö”,* joka ei synny kohteessaan, vaan kohdetta tarkastelevien ja tulkintoja tekevien ihmisten keskuudessa. (Aula & Heinonen 2002, 36.)

Englanninkielinen maine sana ”reputation” on sitä, mitä yleisesti uskotaan tai sanotaan henkilön tai asian luonteesta. Se on hyvä tai huono todistus jostakusta. (Karvonen 1999, 47.) Teemme itse kukin valintoja asioiden suhteen, minkälainen maine jollakin tuotteella tai henkilöllä on. Maine vaikuttaa päätöksentekoon toisilla vahvemmin kuin toisilla. Aula ja Heinonen näkevät maineen kokemuksina ja toimintana. Se on organisaatioiden todellista toimintaa. Maine ei ole heidän mielestään sumuverhon asettamista poskellaan olevien tuotteiden tai palveluiden peitoksi. Aula ja Heinonen toteavat ytimekkäästi maineen muodostuvan: *”organisaatioiden toiminnan, sitä välittävien kokemusten ja sitä koskevien mielikuvien vuorovaikutuksessa – maineen dialogissa”.* (Aula & Heinonen 2002, 37.) Aula ja Mantere (2005, 142) korostavat sitä, mitä yrityksestä kerrotaan. Nämä asiat arvottavat organisaation ja maine muodostuu tätä kautta.

Hyvään maineeseen ei ole oikotietä, vaan hyvä nimi ja maine ansaitaan pitkäaikaisen ja kunnollisen työskentelyn tuloksena. Hyvän maineen hankkiminen ja ylläpitäminen eivät ole pelkästään johtajien vastuulla vaan koko organisaation henkilöstön vastuulla. Vastuullisuutta määrittävät yhteiskunnassa, kulttuurissa ja työelämässä vallitsevat odotukset sekä käsitykset toivotusta ja hyväksyttävästä käyttäytymisestä (Lämsä ym. 2015, 2016). Lahtisen ja Isoviitan mukaan (1999, 9) *”Ulkoista hyvää mainetta ei voi saavuttaa, jos ei ole ensin hyvää organisaation sisäistä mainetta”.* Hyvän maineen rakentuminen laatuksityksistä syntyy palvelukyvyyn seurauksena. (Lahtinen & Isoviita 1999, 9.) Poliisin maine ja luotettavuus korostuvat erityisen paljon, koska poliisi on osa valtiohallintoa ja kaikki ilmiöt, jotka vaikuttavat yleiseen luottamukseen valtionhallintoa kohtaan vaikuttavat poliisin luotettavuuteen (Kääriäinen 2007, 413).

2.3 Imagotutkimus yleensä

Imagotutkimuksessa on haasteellista identifioida parasta tapaa suorittaa tutkimus. Asioiden mittaaminen ei ole ainoastaan kysymysmuotojen rakentamista, vaan kysymysjärjestelyä ja ymmärrettävää kysymysasettelua vastaajille. Ihmisillä on ollut erilaisia mielikuvia ja käsityksiä asioista läpi ihmisen vuosituhantisen historian. Nykyaikana yhdistävänä tekijänä on positiivisen vaikutelman antaminen omasta itsestään tai ainakin tähän pyrkiminen. Historian tutkimuksessa, tämä sama positiivinen asetelma on näkynyt eri kulttuureissa ja eri yhteiskuntaluokissa. Tänä päivänä sana ”imago” on suomalaisen lehtikirjoittelun arkipäivää ja imagot ovat tulleet jäädäkseen mm. yritys-, kunta-, kaupunki- ja aluesuunnitteluun. Loppujen lopuksi imago vaikuttaa jopa tuotteen hinnoitteluun, mistä käytetään termiä *imagobinnoittelu*. (Rope 1999, 90.)

Kunnallisella puolella kunnan imagollinen vetovoima-ajatus näkyi jo 1950-luvulta lähtien muun muassa vanhustenhuollossa. Vanhusten hoidon asianmukainen järjestäminen nähtiin kunnallisella puolella kunnan kestävän imagon perustekijäksi. (Paasivaara & Kinnunen 2004, 8.)

Timo Halonen (2016) väitöskirjassaan ”Maineella menestykseen – mainetyö kaupunkiseudun kehittämisen välineenä” on tuorein väitöskirja imagotutkimuksen tuomisesta kaupunkiseudun maineen ja kehityksen yhteyteen (Halonen 2016, 17).

Kaj Zimmerbauerin (2008) väitöskirja ”Alueellinen imago ja identiteetti liikkeessä” kuvataan alueiden välistä kilpailua, imagotyötä ja alueellisen identiteetin kehittymistä tämän päivän globaalissa maailmassa (Zimmerbauer 2008, 15).

Opettaja ja kuntamaailmaan sekä samalla yritysmaailmaan liittyvä Marjo Kamilan väitöstutkimus ”Katsojana ja katsottuna” (2012) kuvaa ulkoasun merkittävyyttä sanattomana viestintänä. Työntekijän ulkoasusta osoitetaan tulleen osa työntekijäin ja työpaikkojen imagoa (Kamila 2012, 16).

Imago on se kulmakivi, johon onnistunut tarjonnallinen markkinointi pohjautuu. Se on yritysjohton selkeä tavoitealue, joka vaikuttaa kaikkiin liiketoimintaratkaisuihin. Hyvä tunnettavuus ja imago markkinoilla tekevät organisaatiolle ja sen tuotteelle vetovoimakyvyn. (Rope 2003, 172.)

Imago on ymmärretty hyvin pitkälti markkinointiin liittyväksi keskeiseksi termiksi. Imagoa kuulee käytettävän hyvin monessa yhteydessä, mutta mitä kaikkea käsitteen taakse kätkeytyy? Seuraava Timo Ropen käyttämä lainaus sopii mielestäni

käytettäväksi moneen eri yhteyteen, myös poliisiin, vaikka se onkin liitetty markkinointiin:

”Ensimmäinen kauppa on aina imagoperusteinen, toinen kauppa taas tyytyväisyysperusteinen. Toista kauppaa ei voi tulla, ellei ensimmäinen ole tullut. Näin ollen imago on itse asiassa se, jonka kautta liiketoiminnan menestys pitkälti rakentuu. Imago ei kuitenkaan synny, vaan se tehdään. Näin ollen imagotyö on liiketoiminnan markkinoinnillisen rakentamisen keskeisintä ydintä. Jos sitä ei tietoisesti rakenneta kilpailukentästä erottuvaksi ja vetovoimaiseksi, ei tarvitse ihmetellä, ettei sellaista imagoa synny, minkä avulla menestys markkinoilla tehdään”. (Rope 2000, 155.)

2.4 Kansainvälinen poliisin imago tutkimus

Kansainvälistä ja puhtaasti poliisin imago tutkimukseen liittyvää aineistoa löytyy suhteellisen vähän ja imagoon epäsuorasti viittaavaa hieman enemmän. Chermakin mukaan yleinen imago tutkimus poliisista on laiminlyöty, eivätkä tutkijat ole tarkastelleet poliisia riittävästi esimerkiksi erilaisten media-aineistojen valossa. (Chermak 1995, 22). Callanan ja Rosenbergin (2011, 168) mukaan median vaikutusta poliisia koskeviin mielikuviiin on tutkittu vähän. Suurimmaksi osaksi imagoon liittyvää tutkimusta on tehty Yhdysvalloissa ja Englannissa. Vanhimmassa vartenotettavassa tutkimuksessa Yhdysvalloissa 1970-luvun alussa Smith ja Hawkins tutkivat kansalaisten asenteita poliisiin. Yhteisötapaamiset ja ”Say Hi”-ohjelmat koululaisille olivat poliisin yrityksiä parantaa imagoaan 1960-luvun Yhdysvalloissa. Tutkimuksessa havaittiin, että vähemmistöryhmillä oli huonoimmat mielikuvat poliisista iästä riippumatta. Imagon parantaminen vähemmistöjen keskuudessa nähtiin 1970-luvun alussa haasteelliseksi ja vaativan voimakkaita sekä rakenteellisia muutoksia yhteisöissä kuin poliisissakin. Smithin ja Hawkinsin mukaan negatiivisia asenteita poliisiin voidaan vähentää kiinnittämällä huomioita poliisin työskentelykäyttäytymiseen. 1960-luvulla poliisi oli näkyvä ja poliisin tekemistä katsottiin erittäin tarkasti ja samalla arviointia tehtiin julkisuuden taholta. Smith ja Hawkins totesivat poliisin liikkumisesta liikenteessä, että poliisin on mm. erittäin tärkeää noudattaa itse liikennesääntöjä, käyttää vilkkuja ja hälytysääntä tilanteissa, joissa liikennesääntöjä joudutaan rikkomaan. Tällä tavalla vähennetään negatiivisten tunteiden tuottamista julkisuudessa. Tutkimuksen mukaan liikennesakon saaminen ei huononna ihmisten suhtautumista poliisiin, aivan köyhimpiä lukuun ottamatta. Rangaistuksen saaminen saattaa aiheuttaa hetkellisen turhautumisen, mutta sillä ei näytä olevan pitkäaikaisia vaikutuksia. Poliisin brutaalisuutta todettiin tuohon aikaan olevan vaikeampi vähentää. Aggressiivisten partiotapojen tai taktiikkojen muuttaminen sekä noudatettavan lain muuttaminen, jolla vähennetään kriminalisoinnin vaaraa, parantaisi luultavasti poliisin imagoa Smithin ja Hawkinsin tutkimusten pohjalta. (Smith & Hawkins 1973, 146-148.)

Viihdeteollisuus näyttää ylipäänsä rikollisuuden ja oikeusmaailman epätodellisessa ja päinvastaisessa kontekstissa. Viihdeteollisuudessa oikeusjärjestelmän ulkopuoliset toimijat ovat yleisimpiä kuin oikeusjärjestelmässä toimivat. Viihdeteollisuuden poliisi on aktiivinen ja onnettomuuksiin ajautuva verrattuna ennalta estävään ja yhteiskuntaorientoituneeseen poliisiin, jollaista

oikeusjärjestelmämme edellyttää. Tällä luodaan sellaista mielikuvaa, että perinteinen oikeusjärjestelmämme ei ole kykenevä hoitamaan tehtäväänsä. Viihdeteollisuus kuvaa, että tavallisella poliisitoiminnalla ei ole käytettävissä niitä keinoja ratkaista rikoksia kuin se yksittäisillä henkilöillä pystyy tarjoamaan. (Surette 1997, 40-47.) Samaan tulokseen tuli Prenzler, jonka mukaan Australian poliisin voimavarat ja toimivalta ovat rajoitetummat kuin television mielikuvat antavat ymmärtää (Prenzler 1997, 4).

Heti toisen maailmansodan jälkeen Scotland Yard huomasi lehdistön tärkeyden organisaatiolleen julkisen imagon tuottajana ja liittolaisena rikoksen vastaisessa taistelussa. Englannissa vuosien 1989 ja 1999 välisenä aikana yksistään uutisten tarjonta kasvoi 800 %. Tämä kasvu käänsi enemmän vaatimuksia poliisille ns. tiedon lähteenä järjestää tarjontaa kasvavalle tarpeelle. Tämän päivän Englannin poliisilla on monia imago-työntekijöitä, jotka ovat sitoutuneet imagon edistämiseen, projekteihin ja poliisin imagon suojeluun. Poliisin imagon työntekijät ovat lehdistö, markkinoinnin ammattilaiset, julkisten suhteiden hoitajat ja yritysten identiteetti asiantuntijat. (Mawby 2001, 44-45.)

Kanadassa uutisten tekijöille annettiin pääsy poliisin organisaatioon kontrolloimaan julkisuuskuvaa, tuottamaan dokumentteja, haastatteluja ja uutisoinnin fyysistä tilaa. Toimittajat totesivat olevansa sitä kautta poliisin yhteiskunnallinen instrumentti, jota voidaan kontrolloida ja saada hyvä käyttöön tästä näkökulmasta. (Chermak 1995, 24.) Samalla Chermak toteaa Ericsonin, Baranekin ja Chanin tutkimuksen olevan tärkeä, koska he tunnustavat median uutisoinnin roolin määriteltäessä poliisin käyttäytymistä. Moraaliset periaatteet ja oikeuttamisperusteet vaativat julkisuutta, erityisesti kun niillä etsitään oikeudenmukaisuutta (Ericson, Baranek & Chan 1991, 7).

Daveyn, Obstin ja Sheehanin (2001, 30) mukaan aspekteilla, kuten huonolla julkisella imagolla, turhautumisella oikeusjärjestelmään ja leimaavalla johtamisella on havaittu olevan vaikutusta työtyytyväisyyteen.

Bangladeshissä poliisin joukkojen tukena olevien nopean joukkojen upseerien sekaantuminen seitsemään murhaan ja muihin ihmisoikeusrikkomuksiin häpäisi eliittijoukkojen imagoa. Tämä oli suoranaista seurausta poliittisesta väärinkäytöksestä ja ohjailusta, mutta kuvastaa sitä, kuinka lähellä poliisi ja rikollisuuden torjunnassa olevat joukot ovat poliittista ohjailua. (Mehtab & Rahman 2014, 33.)

Huey ja Broll tutkivat vuonna 2013 Kanadassa rikostutkijoiden näkemyksiä kyselytutkimuksella, miten mediaglamouri vaikuttaa poliisin todelliseen työhön. Tutkimuksen mukaan osa kokeneista kanadalaisista rikostutkijoista ei tunnistanut itsestään samoja asioita kuin mitä fiktiiviset hahmot poliisin työstä esittivät. Tutkimusta siitä, kuinka poliisi sopeuttaa ammatillisen todellisuuden julkisuuden glamouriin ja ”saniteettiversioihin” on poliisin työstä vähän. Glamourin todellisuuden takaa rikostutkijat ovat löytäneet itselleen muita palkitsevia asioita, jotka auttavat heitä jaksamaan työssään. Näitä asioita ovat esimerkiksi olleet kompleksiset etsintäkuulutukset, huolelliset muistioiden ja tiedostojen rakentamiset ja uhrien perheiden auttaminen. Tämä on poliisin ammattitaitoa, mikä usein jätetään mediassa mainitsematta. (Huey & Broll 2013, 246-247.)

Uutisoinnin tutkijat Davies, Stone ja Buttle havaitsivat tutkiessaan Indonesian lehtikirjoituksia poliisista, kuinka median voima veistää positiivista imagoa poliisille. He nostivat esiin Chilen poliisin ja kuinka poliisin imago vaihtui nopeasti negatiivisesta positiiviseen tehokkaalla kommunikaation strategialla. Aktivoitessaan positiivista julkista imagoa, Chilen poliisi aloitti puhumaan kansalaisten kanssa, aloitti julkisten suhteiden koulutuksia ja harjoituksia työyhteisöissään ja osallistui toimittajaseminaareihin toimittajien kanssa. Media ja poliisi työskentelivät yhdessä parantaakseen poliisin positiivista imagoa ja tämä käänsi poliisin julkisen tuen nousuun. Vastakohta Chilen saavutuksille on poliisin laillisuusperiaatteen noudattamattomuus Etelä-Afrikassa, jossa vallitsee kansalaisten julkisen tuen puute poliisille ja hallinnolle. Tätä pahentavat negatiiviset median näkemykset poliisista. Etelä-Afrikan sanomalehdet käyttivät konfliktikehystä uutisoidessaan poliisia ja sitä kautta vähensivät todennäköisyyttä mm. lähipoliisiyhteistyölle. Chilen ja Etelä-Afrikan esimerkit kertovat median "veistämisen" voimasta julkisen mielipiteen muokkaamisessa ja samalla median tärkeydestä yhteistyökumppanina ja mielikuvan rakentajana. (Davies, Stone & Buttle 2015, 49.)

Hongkongilaisen case tutkimuksen tuloksena havaittiin, että poliisin imago säilyy positiivisena rikollisuuden vastaisessa taistelussa kolmesta eri syystä. Ensiksi positiiviset kuvaukset poliisin imagosta johtuivat uutisraportoinnista, joissa kuvattiin poliisin toimintaan rikosten selvittelyssä taitavaksi ja tehokkaaksi. Toiseksi uutisissa kuvattiin, kuinka valvontaviranomaiset saivat tuotua rikolliset oikeuden eteen. Kolmanneksi uutisissa muistettiin mainita kansalaisten tuki poliisille aina kun ollaan tekemisissä rikollisten kanssa rikollisuuden torjunnassa. Hong Kongin case-tutkimuksesta on hyvä mainita, että poliittiset mieltymykset paikallisessa mediassa

näyttelevät tärkeää roolia selitettäessä negatiivisen poliisi-imagon määrittelyä. (Chan 2015, 5.)

Kun mediassa annetaan tilaa rikosaiheisille uutisille, se voi vastaavasti vaikuttaa kansalaisten käsityksiin poliisista, mutta laajuus ja suunta näissä suhteissa on jokseenkin tutkimatonta (Cheng 2015, 693). Pohjois-Amerikassa populistiset sanomalehdet siteeraavat poliisia kaksi kertaa enemmän kuin ns. laatusanomalehdet ja sama suhde oli populaarisilla televisiokanavilla verrattuna laadukkaisiin televisiokanaviin. Mielenkiintoinen havainto oli myös se, että populistisiin sanomalehtiin ja televisiokanaville uutisaiheista siteerattiin rivipoliiseja, kun taas laadukkaissa sanomalehdissä ja televisiokanavilla siteerattiin päällystötason poliiseja. (Ericson ym. 1991, 349.) Jos haluamme ymmärtää julkisten tapahtumien uutisointia, meidän tulee tutkia niitä metodeja, joita toimittajat käyttävät rakentaessaan todellisuutta. On hyödytöntä miettiä uutisointia vääristyneenä tai todellisuutta heijastavana, koska tosiasiat on tehty ja uutiset ovat osa systeemiä, joka tuottaa niitä. (Fishman 1980, 12.)

Imago on vahva osa poliisia. Kirjassaan ”Policing Images” Mawby (2002, 190) kirjoittaa imagon tärkeydestä englannin poliisissa. *”Vaikka poliisi ei pysty kontrolloimaan näkyvyyttä ja tulkintoja heidän viestinnästään, on poliisilla jossain määrin mahdollisuuksia vaikuttaa subteillaan tiedotusvälineisiin, kuinka heidän imagoaan viestitään ja tuodaan esiin”*. Salmi nostaa esille saman asian kirjassaan ”Seen a Cap Lately. Hän kirjoittaa, että poliisi voi ainoastaan luoda ne elementit, josta julkista imagoa aletaan muodostaa. Julkinen imago voidaankin kuvata kansalaisten sosiaalisiksi kuvaukseksi poliisista. (Salmi 2006, 17.)

Vuoden 2016 American Society of Criminology konferenssissa 14.-19.11.2016 New Orlensissa 220 poliisitutkimussessiosta ja esillä olleista 1000:sta eri tutkimuksesta erottautui kolme poliisitutkimuksen teemaa. Poliisin käyttämät ns. vartalokamerat (Body Worn Cameras) ovat saaneet tällä hetkellä suuren mielenkiinnon teknologian hyödynnettävyydestä poliisin operatiivisessa toiminnassa. Pelkästään vartalokameroista konferenssissa löytyi 15 eri aihealueen tutkimusryhmää. Aihealueet koskevat teknologian hyödynnettävyyttä osana pukeutumista. Näkökulmat liittyvät vahvasti poliisin ulkoasuun sekä luotettavuuteen kansalaisten näkökulmasta. Toisena amerikkalaisena tutkimusalueena on tällä hetkellä poliisin voimankäyttö ja siihen liittyvä ”liipasinherkkyys”, joista käytiin tutkimustietoa läpi 13 eri tutkimusryhmässä. Voimankäyttö on kulttuurisidonnaista ja liittyy vahvasti toimintaympäristöön.

Kolmantena suurina tutkimuskohteina amerikkalaisessa kriminologian tutkimuksessa ovat elokuvien ja sarjojen merkitykset poliisin imagoon. Aihe on merkityksellinen tutkimuskohde. Tällä hetkellä poliisin imagollinen kuva syntyy pääasiassa yksittäisten henkilöiden roolisuoritusten kautta kuten ”ilmiö Denzel Washington”. Mielikuvien vaikutus on suuri ja imagon aihealueeseen sekä mielikuviin liittyvää tutkimusta vertailtiin 15 eri tutkimusryhmässä. (ASC conference programme 2016.)

2.5 Kotimainen poliisin imago tutkimus

Poliisin imagoa on tutkittu yllättävän vähän suomalaisessa tutkimuksessa, mutta maailmanlaajuisesti aihealueen tutkimus on nousemassa enemmän esille. Suomen poliisista löytyy muutamia ja muista poliisiin rinnastettavista julkisista organisaatioista vain yksittäisiä tutkimuksia. Useissa tutkimuksissa todetaan, että tutkimusaiheena mielikuvat ovat mielenkiintoinen tutkimuskohde ja niiden muodostumista julkisissa organisaatioissa on tutkittu vähän. Mielikuvilla johtaminen on tärkeää tänä päivänä. Suomen julkisissa organisaatioissa se on suhteellisen uusi asia, mutta globaalisesti markkinoinnin piirissä se on omaksuttu menestysstrategiaksi, joka on tullut myös alue- ja kaupunkisuunnitteluun. (Halonen 2016, 17-21 ja Äikäs 2004, 51.)

Tampereen yliopistossa on tutkittu poliisijärjestöntutkimuksen yhteydessä vuonna 1988 poliisikuvaa ja asenteita poliisia kohtaan henkilöstöltä itseltään (Virta 1987, 88-96). Turun yliopistossa on tutkittu poliisin julkisen imagon ja poliisin näkyvyyden välistä suhdetta vuonna 1999 Turun ja Lahden kaupungeissa (Salmi, Voeten & Keskinen 2000). Vuonna 2006 Satu Salmi tutki väitöskirjassaan poliisin näkyvyyttä ja julkista poliisin imagoa ystävällisyyden ja lähestyttävyyden näkökulmista Turun Yliopistossa aiheesta ”Seen a Cop Lately? Finnish Citizens Perceptions of the Police”.

Vaasan poliisin mielikuvakuvatutkimus vuodelta 1994 on ensimmäinen yksittäistä poliisipiiriä ja poliisin aloitteesta tehty mielikuvatutkimus, joka toteutettiin yhteistyössä Vaasan yliopiston Hallinnon ja organisaation laitoksen kanssa. Tutkimuksen tarkoituksena oli etsiä Vaasan poliisin johdon käyttöön laadullista tietoa Vaasan poliisin asemasta yleisön, oman henkilöstön ja tärkeimpien sidosryhmien mielikuvissa. (Sisäasiainministeriön poliisiosasto 1994, 3.)

Kääriäinen on tutkinut poliisia korruption ja luottamuksen näkökulmasta. Korruptoinut poliisi ja korruptoituneet sosiaalipalvelut luovat epäluottamuksen ilmapiiriä. Erityisesti on tärkeä luottaa niihin organisaatioihin, jotka luovat julkisia palveluja. Luottamus näihin instituutioihin luo myös yleistä luottamusta. Korruptio on keskeinen aspekti valtiohallinnon puolueettomuuteen ja sitä voidaan pitää keskeisenä valtiohallinnon laatumittarina. Valtiohallinnon korruptiosta on tullut ”jokapäiväistä tietoa” entistä enemmän, ei ainoastaan henkilökohtaisella kokemustasolla, mutta sosiaalisissa ympyröissä ja mielikuvissa, jota luodaan mediassa. (Kääriäinen 2007, 413-428.) Muuta poliisiin mielikuviiin liittyvää

tutkimusta on tehty lähinnä henkilöstöbarometriyppisesti, joissa on ”ohuesti” selvitetty henkilöstöltä itseltään työnantajakuvan mainetta sekä arvojen selkeyttä, ymmärrettävyyttä ja toteutumista käytännössä. Henkilöstöbarometrin avulla seurataan työn hyvinvointiin, työtyytyväisyyteen ja henkilöstöjohtamiseen liittyvien kokonaisuuksien tilaa poliisihallinnossa. Barometrikyselyä käytetään tulosohjauksessa sekä henkilöstön työn hyvinvoinnin ja -suunnittelun ohjauksen välineenä. (Poliisin henkilöstöbarometri 2015). Poliisin henkilöstöbarometrejä on toteutettu vuosina 1999-2017 yhteensä seitsemän kertaa. Näiden raporttien pohjalta laaditaan poliisissa erikseen aikasarja- ja profiiliraportit. Aikasarjaraportissa verrataan uusia tuloksia aikaisempiin. Profiiliraportin avulla verrataan henkilöstön hyvinvoinnin eri tekijöiden tilaa virastotasolla muihin poliisihallinnon virastoihin ja aikaisempiin tuloksiin. (Poliisiammattikorkeakoulun henkilöstöbarometri 2015, 2.) Poliisibarometrejä on toteutettu sisäasiainministeriön toimesta Suomessa asuville kansalaisille yhdeksän kertaa vuosina 1999, 2001, 2003, 2005, 2007, 2010, 2012, 2014 ja 2016. Niissä on tutkittu poliisia yleensä sisäisen turvallisuuden toimijana, yleistä järjestyksen ja turvallisuuden tilaa, rikostorjunnan haasteita, kansalaisten kokemuksia poliisitoiminnan laadusta ja käyttäytymisestä sekä poliisin onnistumista tehtävissään. Mielikuvatutkimuksen kannalta poliisibarometristä nousevat esille kansalaisten luottamus eri turvallisuustahoihin, kansalaisten arvio poliisin korruptoituneisuudesta, poliisin näkyvyys, poliisitoiminnan laatu, kansalainen poliisin asiakkaana ja kansalaisten kokemukset poliisin käyttäytymisestä. Poliisibarometrin raportointiosuudessa on yksittäisesti joissakin osissa viitattu mielikuvaan. Vuoden 2012 tutkimuksessa mainitaan mielikuva asiakkaan arvostuksesta, joka ei aina välity kansalaisille palvelutilanteessa (Poliisibarometri 2012, 71).

Olen itse tutkinut poliisin imagoa kahdessa aikaisemmassa tutkimuksessa, joissa selvitin mielikuvia tuolloin olemassa olleesta valtakunnallisesta Liikkuvan poliisin organisaatiosta.

Tein ensimmäisen imagoaiheisen tutkimustyön Poliisin Päälystötutkimnon (PPT8) yhteydessä. (Puustinen 2006: *Liikkuvan poliisin sisäinen imago*) Tutkin työssä organisaation sisäisiä mielikuvia liikennevalvontaan erikoistuneen valtakunnallisen Liikkuvan poliisin henkilöstöltä sekä kenttäjaksoharjoittelun Liikkuvassa poliisissa suorittaneilta opiskelijoilta. Toisen kerran tutkin imagoaihetta poliisista Tampereen yliopistossa hallintotieteellisten opiskelijujen yhteydessä. Turvallisuushallinnon pro gradu työnä valmistui vuonna 2010 tutkimus: *Liikkuvan poliisin imago toimittajien*

mielikuissa. Tutkin työssä organisaation ulkoisia mielikuvia valtakunnallisesti sanomalehtien uutispäälliköiltä sekä liikenneaiheita kirjoittavilta toimittajilta.

Vaikka valtakunnallinen Liikkuvan poliisin organisaatio omana virastonaan lakkautettiin vuonna 2013, sen imago organisaationa oli hyvä ja antoi hyvän tutkimuspohjan sekä valtakunnallisen työnäyn aloittelevalle tutkijalle.

KRP on selvittänyt yrityskuvaansa Pekka Heikkisen Poliisipäällystökurssin 30/95 - 96 työssä: *KRP:n yrityskuva poliisien, syyttäjien ja toimittajien mielikuissa.* Kyseisessä työssä aihetta on tutkittu enemmän ulkoisen imagon suunnasta.

Viiimeisimpänä tutkimuksena vuodelta 2014 Juha Kääriäinen kirjoittaa (Poliisin toimintaympäristö 2014) poliisiin kohdistuvan julkisen kritiikin vaikutuksesta poliisiin. Huomattava osa poliisia koskevista mielikuvista ja havainnoista syntyy toimittajien ja median kautta. Luottamusmittaukset perustuvat mielikuvien mittaamiseen. Kääriäisen mukaan on perusteltua olettaa, että tavat, joilla poliisia käsitellään tiedotusvälineissä, heijastuvat luottamusmittauksiin. (Kääriäinen 2014, 207.)

Yhteenvedona voidaan todeta, että poliisin liittyvää imagotutkimusta on tehty Suomessa vähän, mutta kansainvälisesti enemmän. Markkinointi- sekä kunta- ja kaupunkikuvatutkimuksessa aiheeseen liittyvää tutkimusta on tehty vielä enemmän. Tämä tutkimus täyttää näin ollen merkittävän tutkimuksellisen aukon ja tuo siten uutta tieteellistä tietoa imagotutkimuksen alalta.

3 Teoreettinen viitekehys

3.1 Imagon ja mielikuvan syntyminen

Tässä tutkimuksessa yhdistyvät kaksi eri tyyppistä teoreettista näkökulmaa. Teoreettinen viitekehys muodostuu imagotutkimuksen teorian näkökulmista ja hallintotieteellisistä mielikuva- ja palvelukuvanäkökulmista. Palvelukuvatutkimus hallintotieteessä usein keskittyy palvelujen laatuun kansalaisnäkökulmaan liitettynä.

3.1.1 Imagon käsite

Imago käsitteen suomenkielen avaamisessa ja suomalaisessa imagotutkimuksessa on professori Erkki Karvosella varsin keskeinen asema. Karvonen väitteli aiheesta vuonna 1995 tutkimuksellaan *”Imagologia-Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä”*. Vuonna 1999 häneltä julkaistiin teos *”Elämää mielikuvayhteiskunnassa – Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa”*. Karvonen käsittelee imagoaihetta erittäin laajasti.

Imago sanana on melko uusi suomen kielessä nykymerkityksessään. Imagon merkitys on muuttunut siitä, mitä se oli vielä 1950 –luvun Suomessa. Karvosen mukaan käsitteen merkityksen eron huomaa tarkastelemalla pääosin 1950 –luvulla kootun Nykysuomen sanakirjan tuntemaa ainoaa määritelmää sanalle ”imago”. Imagolla tarkoitettiin tuolloin: *täysmuotoista hyönteistä perhosen kehitysasteita: munaa, toukkaa, koteloa ja imagoa.* (Karvonen 1997, 16.) Kyseisen hyönteistieteellisen nimityksen oli ottanut käyttöön luonnontutkija Carl von Linne, kun hän halusi ilmaista termillä, että *hyönteisestä on tullut lajinsa todellinen ja ”näköinen” edustaja* (Karvonen 1999, 36). Tuolloin sanaa ”imago” ei käytetty muualla kuin hyönteistutkijoiden ja perhokalastajien keskuudessa. Alun perin latinasta tulleelle sanalle ei tunnettu muuta käyttötapaa. (Karvonen 1997, 16.)

Kieli on keskeinen merkityksellisen inhimillisen olemassaolon, toiminnan ja ajattelun edellytys (Kuittinen & Salo 2005, 30). Kieli kuitenkin kehittyä, mikä näkyy

suomenkielen sanakirjojen imago-sanana määrittelyssä. Uusi suomenkielen sanakirja vuodelta 1999 (Nurmi 1999) antaa edelleen imagolle ensimmäisenä merkityksenä *täysimuotoisen hyönteisen* ja toisena merkityksenä psykologisen *isästä, äidistä ym. lapsuudessa muodostuneen kuvan*. Suuri Suomenkielen sanakirja vuodelta 2004 antaa jo kolmannen merkityksen imagolle; *maine, vallitseva käsitys jostakin, jonkin itsestään antama kuva* (Nurmi 2004). Oxford-Hachette (1994) ranskan sanakirjan mukaan ”image” tarkoittaa *kuva*, mistä sanakirjan mukaan löytyy myös adjektiivinen ilmaisu; ”imagee”, mikä tarkoittaa ”värikäs”. Lähdekirjallisuuden mukaan näyttää sille, että image ja imago sanoja käytetään synonyymeinä. Tässä tutkimuksessa käytän sanaa imago.

Yhdysvalloissa 1950 -luvun kaupallistuminen ja sen myötä televisioituminen korostivat visuaalisuuden eli kuvan ”image” merkitystä viestinnässä. Tätä kautta tuotteisiin liittyvistä käsityksistä alettiin keskustella juuri visuaalisella ”imagen” termillä. Yhdysvalloissa, juuri tuohon aikaan, alettiin käyttää puhuttaessa yhteiskuntaelämästä ja kulttuurista sanaa ”image” eli kuva, mielikuva jne. (Karvonen 1997, 17.) Erityisesti ”image” sanaa käytettiin markkinoinnin ammattilaisten keskuudessa. Ensimmäisen kerran ”image” sanaa käytettiin markkinointihenkisessä merkityksessään vuonna 1955 Harvard Business Review –lehdessä. (Salmi 2006, 17.) Tämän jälkeen sitä alettiin käyttää kirjallisuudessa poliittisissa analyyseissä.

Television yleistyessä nopeasti tavallisissa kotitalouksissa 1950-luvun Yhdysvalloissa, siitä seurasi yhteiskunnallisen toimijoiden järjestelmällinen viestinnän, itsensä ja toimintansa muokkaaminen median ehdoilla toimivaksi. Televisiossa tämä tarkoitti visuaalista esiintymistä. Vastaavaa muutosta elettiin Suomessa 1970-luvulla televisio vastaanotinten yleistyessä. (Karvonen 1999, 80.)

Karvosen mukaan Suomessa otettiin vasta 1970-luvulla latinasta tuleva ”imago” sana Matti Viherjuuren ehdottamana nykyisenlaiseen käyttöön. Ehdotuksen taustalla oli, että yhä yleisemmin julkisuudessa käytettiin englanninkielisen termiä ”image”, joka kuitenkin istuu äännesultaan hankalasti suomenkieleen. Toki suomeksi olisi voinut käyttää myös sanoja ”mielikuva” ja kuva, joita niin ”image” kuin ”imago” sananmukaisesti tarkoittavat. (Karvonen 1999, 36.) ”Image” tai ”imago” antavat ymmärtää, että ymmärryksemme on kuin visuaalinen kuva ulkoisesta todellisuudesta. The Oxford English Dictionary (1989) antaa sanalle ”image” 18 käyttöluokkaa, joten sana on vähintään yhtä monikäyttöinen kuin

suomen sana ”kuva”. Pohjana on latinan sana ”imago” (kuva) ja verbi ”imitor”(jäljitellä). Latinassa sanalla on 13 eri merkitystä kuolinnaamiosta aina tavalliseen kuvaan asti. (Karvonen 1997, 27.) Sana ”image” viittaa Karvosen mukaan mm. kuvalliseen esitykseen, veistokseen, peilikuvaan, näköisyyteen, mielikuvaan, muistikuvaan, perikuvaan, kielikuvaan, ja kuvitelmaan. Raamatussa (vuoden 1611 painoksessa) puhutaan ”imagesta” alkuperäisestä tehdyn jäljennöksen mielessä: ”*God created man in his owne Image, in the Image of God created he him*”(Jumala loi ihmisen omaksi kuvaksensa, Jumalan kuvaksi hän hänet loi). (Karvonen 1999, 39.)

Karvonen mainitsee imagosta puhuttavan suomenkielessä ”*jonakin ulkoisena, visuaalisena ja viestinnällisenä*”, ja toisaalta siitä puhutaan ”*ihmismielen tai tietoisuuden sisäisenä (mielikuvan) asiana*” (Karvonen 1997, 27).

On mahdollista ajatella imagoa kuviteltuna asiana, fiktiona, joka on jotain muuta kuin todellisuus itsessään. On hyvä huomioida kaksinaisuus: yhtäältä asiasta puhutaan jonakin ulkoisena, visuaalisena ja viestinnällisenä ja toisaalta siitä puhutaan ihmismielen tai tietoisuuden sisäisenä (mielikuvan) asiana. Kyse on kuvan antamisesta ja sen saamisesta, viestinnästä ja viestien pohjalta tapahtuvasta käsitysten muodostamisesta. (Karvonen 1999, 39.)

Suomenkielen perussanakirja (2004) antaa ”imagon” merkitykseksi: ”*Henkilön, liikeyrityksen tm. usein tietoisesti itsestään antama kuva*”. Karvonen toteaa kirjassaan ”Elämää mielikuvayhteiskunnassa”, että sanan ”kuva” käyttötapa ”imagon” mielessä sijoittuu ulkonäön ja ilmeen kaltaisten visuaalisten termien joukkoon. Mutta toisaalta ”kuvasta” puhutaan myös mentaalisisessä tai psyykkisessä merkityksessä mielikuvan, muistikuvan, käsityksen, näkemyksen ja vaikutelman tapaan. Mielikuvalla on yhteys *mielikuvitukseen*, samoin kuin ”imagella” on yhteys imaginaarisuuteen. (Karvonen 1999, 39.)

Karvosen mukaan tärkein sanakirjan merkitys sanalle ”image” kuuluu näin: ”*yleisön mieliin luotu käsitys tai vaikutelma jostakin henkilöstä, laitoksesta tai tuotteesta*”. Samalla Karvonen mainitsee Raymond Williamsin todenneen *Keywords*-teoksessaan ”image” -sanan varhaisimpien esiintymien sijoittuvan 1200-luvulle. Siitä puhuttiin fyysisen hahmon ja yhdennäköisyyden mielessä 1600-luvulle saakka, mutta siitä eteenpäin yleistyi ”imagen” mentaalinen käyttötapa (mielikuva). (Karvonen 1999, 39.) Karvonen mainitsee väitöskirjassaan ”Imagologia” Raymond Williamsin lisäksi henkilöitä, jotka ovat olleet tärkeitä luotaessa käsitteellisiä ehdotuksia ”imagolle”. Mielestäni oleellisimpia ovat Dan Nimmon ja Robert Savagen ja James E. Grunigin

lausumat. Nimmo ja Savage hahmottavat ”image” -termiä vuorovaikutteisesti. Heidän mielestään lähde viestii ja vastaanottajat prosessoivat lähetettyä viestiä mielessään tietynlaiseksi kuvaksi tai käsitykseksi (Karvonen 1997, 28).

James E. Grunigin käsitys tukee edellä mainittua. Hänen mielestään ”image” termi *”kattaa yhtiältä organisaation kaikenlaisen viestintäaktiviteetin ja toisaalta sen miten yleisö havaitsee ja mieltää organisaation”*. Grunig erottaa artistisen ja psykologisen imagen käsitteen toisistaan. Lyhyesti kerrottuna artistisessa ”imagen” käsitteessä on kysymys viestijän toisille ihmisille suuntaamasta esityksestä. Psykologisella ”image” käsitteellä tarkoitetaan ihmisten mielessä olevia käsityksiä jostakin kohteesta. Artistinen näkökulma lähestyy aihetta lähettäjän näkökulmasta ja psykologinen vastaavasti vastaanottajan. (Karvonen 1997, 29.) Karvonen mainitsee, kuinka mielikuvien on oltava uskottavia ja perustuttava todellisuuteen. Hyvä kuva syntyy hyvästä toiminnasta ja hyvästä viestinnästä. *”Hyvä viestintä ei pelasta huonoa toimintaa ja todellisuutta; toisaalta hyväkään toiminta ei pelasta huonoa viestintää”*. (Vuokko 1993, 64-65.) Poliisilla on yleisesti hyvä julkisuuskuva. Tänä päivänä keskustelua on aiheuttanut se, kuinka julkisuuskuva saadaan pidettyä jatkossakin hyvänä. Poliisi on onnistunut toiminnassaan ja viestittänyt asioista totuudenmukaisesti. Tämä on ollut tärkeä asia imagen rakentamisessa.

Karvonen (1997, 33) selittää imagen ja mielikuvan välistä eroa merkkimaailman avulla. Imago edustaisi Karvosen mukaan ihmisten kanssa tekemisessä olevaa merkkimateriaalia, joka jossakin suhteessa ilmentää ja valikoiden tuottaa kohteestaan jonkinlaista merkkiä tai esittää sen jonakin. Mielikuva edustaisi Karvosen mukaan vastaavasti sitä tulkintaa tai merkitystä, jonka ”merkkivihjeistö” saa vastaanottajassa tai havainnoijassa kulloinkin eri kontekstissa aikaan. Esimerkiksi uutisoinnissa, jossa haastatellaan kadulla vastaantulevaa ihmistä, haastattelun kohde tulee edustetuksi meille jonkin tiedotusvälineen ns. valikoiden tuottamana merkinä, jonka lukija tai katselija tulkitsee mielessään muiden merkkien ja yhteyksien avulla. Kukaan ei voi taata sitä, että merkki tulkitaan samalla tavalla kaikkien lukijoiden tai katselijoiden mielessä. Tulkitseminen riippuu siitä, mitä kaikkea merkkiaineistoa kuten kokemusta, sivistystä, ymmärtämystä jne. vastaanottajalla on käytettävissään kuunnellessaan tai lukiessaan haastattelua.

Henkilön mielikuva on mentaalisessa rakenteessa, sisältäen niin tiedollisen kuin tunteellisen puolen, joka on kehittynyt kokemuksen ja sosiaalisuuden kautta (Salmi ym. 2000, 434). Karvosen mukaan imago viittaisi hänen mukaan viestinnälliseen, esittävään, merkkien ja symbolien tuottamisen puoleen. Hän käsittää

merkkituotannon piiriin kaikkien aistipiirien kautta vaikuttavan viestinnän ja kaikki merkkijärjestelmät, olivatpa ne kuvallisia, kirjallisia, musiikillisia, nonverbaalisia jne. (Karvonen 1997, 32.)

Tätä kautta ajatellen imagosta on kysymys, kun puhutaan viestien lähettäjäpuolen toiminnasta. Mielikuvassa kysymys on vastaanottajapuolen aktiiviteetista. Asiaa on hyvä selvittää Karvosen esimerkillä, joka koskee fyysisten tavaroiden siirtämistä. Ajatus (mielikuva) on alussa kielellinen ja sisäisesti lähettäjän päässä. Mielikuva muutetaan merkeiksi (imago) siirron ajaksi, jonka jälkeen merkit muutetaan sisäisiksi, kielettömiksi ajatuksiksi (mielikuviksi) vastaanottajan päässä. (Karvonen 1997, 32.) Seuraavassa luvussa pureudun hieman syvemmin itse mielikuvan käsitteeseen. Konkreettiset kuvat ovat todellisia kuvia, jotka ilmentävät maailmaa, kun taas mielikuvat ovat eeterinen kokonaisuus, jotka tulevat mieleen (Kosslyn 1980, 18).

3.1.2 Mielikuva ja sen eri tasot

Mielikuvan muodostumisen kuvaamisen keskiössä (kts. kuvio 4) olen käyttänyt Ropen ja Mentherin alun perin kuvaamaa mielikuvan tasollisen muodostumisen esitystä, jota olen täydentänyt sisäisen ja ulkoisen imagon kentällä. Rope ja Menther ovat onnistuneet kuvamaan mielikuvallisen tason muodostuksen selväkielisesti. Mielikuvalla tarkoitetaan ihmisten kokemusten, tietojen, asenteiden, tunteiden ja uskomusten summaa tarkastelun kohteesta (Rope & Mether 1987, 16).

Mielikuvia käytetään myös psykologian tutkimuksen puolella kehittämällä mielikuvia ja muuttamaan tarkoituksella vastenmielisyyttä mm. tuottamalla suunniteltua muutosta omaan käyttäytymiseemme muuttamalla ruokailutottumuksiamme esimerkiksi herkuista irtipääsemiseen. Goodstein ja Lanyon käyttävät esimerkkiä tavoitemielikuvasta, jossa näemme itsemme kävelevän erittäin urheilullisena rannalla, kun maltamme syödä enemmän salaattia herkullisten voileipien sijaan. Mielikuvituksen ollessa hyvin henkilökohtainen asia, yksilöiden tulisi kehittää heidän omia erityisiä näkymiä, joilla muuttaa välittömästi negatiivista käyttäytymistään. (Goodstein & Lanyon 1975, 436.)

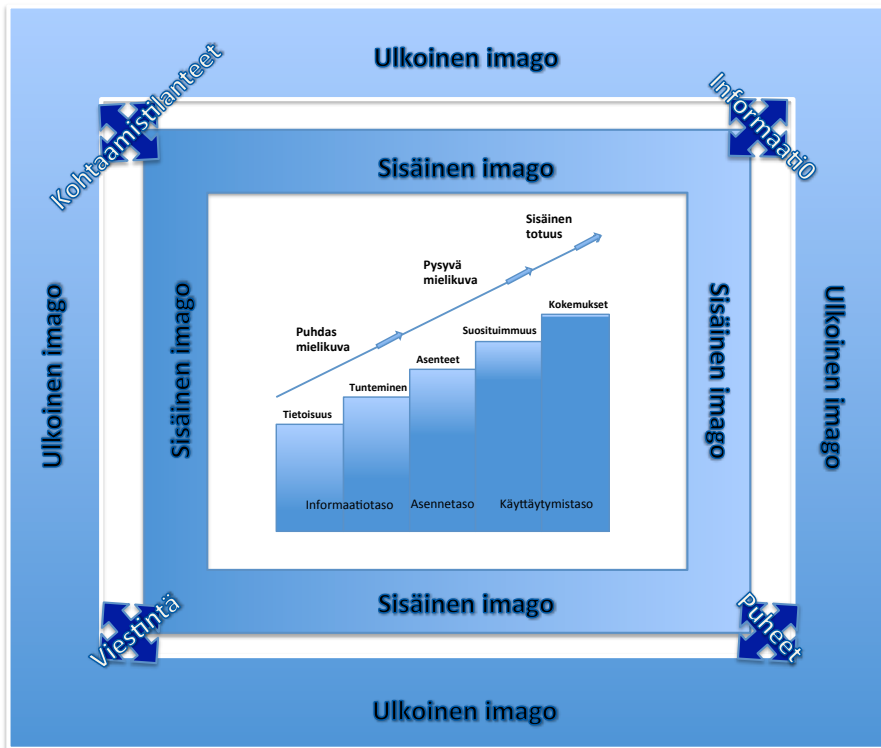
Mielikuvan lähtökohtana voivat olla ajatukset, näkemykset ja käsitykset ilman positiivisia tai negatiivisia tunne-elementtejä. Ilman tunne-elementtiä olevaa mielikuvaa nimitämme puhtaaksi mielikuvaksi, joka voidaan määritellä seuraavasti:

Puhdas mielikuva = ajatus + arvovapaat käsitykset ja näkemykset. (Rope & Mether 1987, 32.)

Puhdas mielikuva (kts. kuvio 4) on saatu yhden tai useamman aistikanavan kautta. Sen pohjalta asia nähdään ns. ”sielumme silmin”. Esimerkkinä voidaan käyttää eri radio-ohjelmien toimittajia tai lehtiartikkeleiden kirjoittajia. Jokaisella kuuntelijalla tai lukijalla on oma mielikuvansa toimittajasta tai kirjoittajasta, miltä hän näyttää luonnossa. Mielikuvat poikkeavat eri kuuntelijoiden ja lukijoiden kesken huomattavasti toisistaan. Lukijoiden oma elämäkokemus, ikä, sukupuoli ja moni muu asia vaikuttavat mielikuvan muodostumiseen. Yhteisinä tekijöinä kaikkien kuuntelijoiden ja lukijoiden mielikuvissa ovat neutraalit tuntemukset toimittajia ja lukijoita kohtaan. Jokaisella kuuntelijalla tai lukijalla on tietyt suosikkitoimittajat ja kirjoittajat. Tällöin kysymys ei ole enää puhtaasta mielikuvasta Ropen & Metherin mukaan (1987, 33), vaan asenteellisesta suhtautumisesta näitä henkilöitä kohtaan.

Pysyvä mielikuva on ns. syvempi taso puhtaasta mielikuvasta (kts. kuvio 4). Esimerkkinä voidaan käyttää henkilöä, jonka tapaamme ensimmäistä kertaa. Luomme hänestä tietynlaiset johtopäätökset hyvin nopeasti. Rope & Mether (1987, 33) mainitsevat eräiden tutkimusten osoittaneen ensimmäisten 15-20 sekunnin olevan ratkaisevia siinä, saammeko positiivisen vai negatiivisen käsityksen henkilöstä. Samaa korosti tällä hetkellä maamme kuuluisin tapakouluttaja Kaarina Suonperä vuonna 2004 pitämällään luennollaan Juvan Vehmaan kartanolla.

Ensivaikutelman jälkeen aletaan hakea vahvistusta joko positiiviseen tai negatiiviseen suuntaan sen mukaan, mikä vahvistaa tehtyä ensivaikutelmaa. Samalla tavalla mielikuvat syntyvät eri asioita kohtaan. Aiemmat kokemukset, tottumukset, luulot ja tavat vaikuttavat siihen, miten otamme meille kohdistetun sanoman vastaan. Tämän jälkeen todelliset havainnot kuten näkeminen, tunteminen ja kuuleminen vahvistavat mielikuvaa havainnostamme. (Rope & Mether 1987, 34.)



Kuvio 4. Sisäisen ja ulkoisen imagon syveneminen tasoittain

Asennetason liittäminen puhtaaseen mielikuvaan tuo mukaan tunnetason. Asenne on tätä kautta tunteenomainen suhtautuminen asioihin ja henkilöihin.

Asenne tuo puhtaaseen mielikuvaan positiivisia tai negatiivisia aineksia. Rope & Methner kirjoittavat (1987, 34) tarkoittavansa pysyvällä mielikuvalla sitä, että mielikuva on vaikeasti muutettavissa tai se on pitkään kestävä. Asia voidaan ilmaista seuraavasti: **Pysyvä mielikuva = puhdas mielikuva + asenne.**

Mielikuvilla on suuri merkitys ihmisen käyttäytymiseen. Ihminen on luotu siten, että mielikuvat ohjaavat hänen käyttäytymistään, olivat mielikuvat sitten oikeita tai vääriä. *”Ihmisten maailma, henkilökohtainen totuus asioista ja ihmisistä muodostuvat mielikuvista ja niihin uskomisesta”.* (Rope & Methner 1987, 35.) Keskeistä on uskoa mielikuvaan, koska tämän jälkeen pysyvästä mielikuvasta muodostuu vasta ”sisäinen totuus”. Tämä voidaan määritellä seuraavasti:

Sisäinen totuus = pysyvä mielikuva + usko siihen. Mielikuvan kehittyminen puhtaasta sisäiseksi totuudeksi voidaan kuvata kuviossa 4 esitetyllä tavalla.

Mielikuva viittaa Karvosen mielestä psykologiseen tai laajemminkin käsitettyyn merkityksen aktiiviseen muodostamiseen saatujen tietojen, viestien ja ilmenemien perusteella kunkin elämäntilanteen ja tarpeiden pohjalta. *”Tietynlaisesta tarkoituksellisesta tai tahattomasta merkkituotannosta (imago) ei kausaalisesti seuraa tietynlaisia merkityksiä (mielikuvia) kaikkien ihmisten mieliin, vaan muodostetut merkitykset voivat vaihdella paljonkin eri positioissa elävien ihmisten välillä ja samoillakin ihmisillä eri aikoina. Todella muodostettuja merkityksiä eli mielikuvia voi selvittää vain kysymällä empirisesti asianosaisilta”.* (Karvonen 1997, 32.)

Kiviahon ym. mukaan mielikuvia ja muita aisteilla koettuja mielteitä voi tarkastella ajallisen jatkumon näkökulmasta. Mielikuvista osa on muistoja ja oman elämänkerran mielikuvien avulla voidaan palauttaa mieliin mielikuvia koetuista ja havaituista asioista. Toisaalta taas voidaan luoda mielikuvia tulevista tapahtumista, joita ei ole vielä tapahtunut. (Kiviahon ym. 2008, 132.)

Edellä kuvattuun (kts. kuvio 4) mielikuvan etenemiseen puhtaasta mielikuvasta sisäiseen totuuteen voidaan liittää lisäksi mielikuvan muodostuminen portaittain psykologisessa mielessä. Ensimmäisessä vaiheessa on kysymys tietoisuusvaiheesta, jossa organisaatio, yritys tai yhteisö ja sen tuottamat palvelut tunnetaan vain nimeltä. Toista vaihetta kutsutaan ns. tuntemisvaiheeksi, kun henkilö tiedostaa tietämästään organisaatiosta esimerkiksi yrityksen logon tai tapaa sen palveluksessa olevan henkilön. Näin tietoisuusvaihe syvenee tuntemiseksi ja henkilölle tulee käsitys, minkälainen organisaatio on tai sen henkilöt ovat. Tietoisuus ja tunteminen muodostavat informaatiotason. Tässä vaiheessa henkilöllä ei ole kriittisiä varauksia organisaatiosta, sen palveluksessa olevista henkilöistä tai palveluista. Ensimmäistä ja toista vaihetta voidaan tätä kautta kutsua psykologisessa mielessä puhtaaksi mielikuvaksi. (Rope & Vahvaselkä 1992, 69.)

Kolmatta vaihetta kutsutaan asennevaiheeksi, joka voi sisältää kriittisiä tai positiivisia arvolatauksia (kts. kuvio 4). Asenteet muodostavat asennetason. Kolmatta vaihetta voidaan kutsua psykologisessa mielessä alueeksi, jossa pysyvät mielikuvat alkavat muodostumaan. Organisaation menestymisen kannalta on tärkeää, että ratkaisevissa imagollisissa tekijöissä ei ole negatiivisia varauksia. Samoin organisaation on pystyttävä vahvistamaan niitä positiivisia asioita, joita organisaatiossa arvostetaan mm. kohderyhmien taholta. Neljäntenä vaiheena on ns. suosituimmuusvaihe, joka on ensimmäinen osa käyttäytymistasona (kts. kuvio 4).

Termi liittyy enemmänkin mielikuvamarkkinointiin, jossa yritys mielletään kilpailijoita paremmaksi sellaisessa asiassa, jonka perusteella asiakaskohderyhmät tekevät ostopäätöksensä. (Rope & Mether 1987, 113.) Suosituimmuusvaiheen idea voidaan liittää myös poliisin organisaatioon.

Poliisin on pystyttävä tarjoamaan luotettavia ja laadullisia palveluita kansalaisille, ettei niitä tarvitse lähteä hakemaan muista organisaatioista. Julkinen luottamus oikeudenkäyttöön rakentaa institutionaalista oikeudenmukaisuutta ja siten myötämielisyyttä ja sitoutumista lainalaisuusperiaatteen yhteistyössä poliisin vahvasti ennustettavan laillisen kyynisyyden ja havaittavan oikeudenmukaisuuden kanssa. (Wilson & Wilson 2015, 6.) Tämä merkitsee Ropen & Vahvaselän mukaan (1992, 70) sitä, että positiivisista asenteista olisi pystyttävä kehittämään organisaatiolle myönteiset odotukset organisaation toimintaa kohtaan. Odotusten perustat voitaisiin rakentaa ensin toiminnallisiin tekijöihin, joita poliisissa olisivat esimerkiksi laatu, toimintavarmuus ja palvelu sekä mielikuvallisiin tekijöihin, joita olisivat esimerkiksi nykyaikaisuus, kansainvälisyys, tehokkuus ja kehittyneisyys. Psykologisessa mielessä asenne ja suosituimmuus vaihetta voidaan kutsua Ropen ja Vahvaselän mukaan (1992, 70) pysyväksi mielikuvaksi.

Viidettä vaihetta kutsutaan kokemusvaiheeksi ja on toinen osa käyttäytymistasoa suosituimmuuden ohella (kts. kuvio 4). Kokemusvaiheessa pysyvä mielikuva kehittyy sisäiseksi totuudeksi, jonka jälkeensä muuttaminen on vaikeaa. Tämän vuoksi organisaation sisäisen toiminnan kuvan ja ulkoisen viestinnän mukainen mielikuvan olisi oltava yhteensopivia, jotta kokemukset muodostaisivat jatkuvuutta toiminnalle. Kokemusvaihe vastaa henkilön sen hetkistä totuutta eli uskoa saatuihin ominaisuuksiin organisaatiosta tai sen tuottamista palveluista. (Rope & Vahvaselkä 1992, 70.)

Mielikuvan merkitys perustuu puhtaasti siihen, että ihmisten kaikki näkemykset perustuvat enemmän tai vähemmän puhtaisiin mielikuvain, tietoisuuden ja tuntemisen informaatiotasoon. Mielikuvasta totta ovat vain kokemukset ja tiedot. Asenteita, tunteita ja uskomuksia ihmisellä voi olla, vaikka tiedot ja kokemukset puuttuisivat. Verrattaessa tätä esimerkiksi ostokäyttäytymiseen, ihminen tekee usein ensimmäisen ostopäätöksen puhtaan mielikuvan perusteella. Vasta tämän jälkeen ihmiset saavat kokemuksia ja tietoa yrityksen tuotteista tai sen toiminnasta. (Rope & Vahvaselkä 1992, 66.) Omaelämäkerrallisten mielikuvien tuottaminen kestää kauemmin ja ne pysyvät kauemmin. Yleiset mielikuvat tuotetaan nopeasti ja ne vastaavasti häviävät muistista nopeammin. Kiviahon ym.

mukaan yleisiä mielikuvia muutetaan vähiten mielessä pitämisen aikana. (Kiviaho ym. 2008, 136.)

3.1.3 Imagon syntyminen

Viestin lähettäjä ja sen vastaanottaja tulee erottaa toisistaan. Henkilö, yhteisö tai organisaatio lähettää informaatiota ympäristöön. Informaatiota välittyy tarkoituksellisesti viestinnän ansiosta, mutta paljon myös tekojen kautta tai pelkästä olemisestakin. (Karvonen 1999, 43.) Suonperän mukaan (2004) ihmisen saavat havainnoistaan 80 prosenttia näköhavainnon kautta. On siis tärkeää kiinnittää huomiota asioihin, joista tehdään näköhavaintoja. Muodostamme itse käsityksen usein toisista juuri ensimmäisen näköhavainnon perusteella.

Ei ole samantekevää miten käyttäydymme, miltä näytämme tai miten olemme pukeutuneet. Ei ole epäilystäkään siitä, että uniformu lähettää voimakkaan viestin. Uniformut tarjoavat mentaalisen oikotien ihmisiin osoittaen uniformua käyttävien henkilöiden kuuluvan ryhmään, joilla on erityinen vastuu. Samalla se on käytännöllinen, koska se tekee asioista kuten urheilujoukkueiden erottamisen helpommaksi, mutta samalla liiketoiminnan ja sen työntekijöiden identifioinnin helpommaksi. Uniformu auttaa tunnistamaan viranomaisen ja hänen velvollisuutensa ilman vaativia ja pitkiä sanallisia selvityksiä. Uniformu toimii, koska me refleksiivisesti asemoimme uniformun erityiseen aktiivisuuteen tai ammattiin. Yhteys on usein niin vahva, että me emme voi kuvitella yhtä ilman toista. (Garis, Maxim, Plecas & Thomas 2015, 1.) Sopivalla pukeutumisella eri tilanteisiin sekä käyttäytymisellä viestitään näköhavaintojen kautta omasta ammattiosaamisesta. Poliisin henkilöstö tapaa päivittäin useita henkilöitä mm. liikenneturvallisuustyössä. Tässä tilanteessa on pystyttävä luomaan nopeasti kuva ammattiosaamisesta omalla käyttäytymisellä, asiantuntevuudella ja asianmukaisella pukeutumisella. Nämä ovat asioita, joihin kansalaiset kiinnittävät ensimmäiseksi huomioita. Ihmiset rakentavat mentaalisen kuvauksensa poliisin näkyvyydestä poliisin aktiviteettien ja niiden esillä olon mukaan (Salmi ym. 2000, 434). Tämän jälkeen tulevat vasta muut seikat. Conradin (1985, 226) mukaan organisaatiokulttuurin jäsenet jakavat tiettyjä arvoja ja tulkintoja todellisuudesta.

Työntekijöillä, jotka kykenevät luomaan ja ylläpitämään mielikuvia, jotka kykenevät ilmentämään näitä arvoja, on enemmän vaikutusta kuin työntekijöillä,

jotka eivät ilmennä. Konkreettiset tai elävästi kuvitellut asiat muistetaan paljon paremmin kuin abstraktisemmat asiat, joista ei ole niin helppoa muodostaa mielikuvia. Kiviahon ym. mukaan on tärkeää ymmärtää mielikuvien erilaisia ominaisuuksia ja mielikuvien syntyamiseen sekä ylläpitoon vaikuttavia tekijöitä. (Kiviaho ym. 2008, 134 -135.)

Vastaanottaja havaitsee ja tulkitsee kohteesta saamansa informaation jollakin tapaa. ”*Se, mitä lähettäjä lähettää, ei sellaisenaan siirry ihmisten tajuntaan, vaan tulkintaprosessien jälkeen vastaanottajan mieleen syntyvä ymmärrys voi olla erilainen kuin lähettäjän tarkoittama ymmärrys. Se, mitä lähettäjä ajattelee olevansa, ei myöskään välttämättä ole sama kuin vastaanottajan käsitys hänestä*”. (Karvonen 1999, 43.) Esimerkiksi ihmisten havainnot poliisista poliisiautossa määrittelee poliisia vähemmän läheiseksi ja ystävälliseksi (Salmi 2000, 443). Useat markkinoinnista kirjoittavat määrittelevät imagon nimenomaan havainnoinnin myötä vastaanottajalle muodostuneeksi mielikuvaksi (Karvonen 1999, 44). Kiviahon ym. mukaan mielikuvat rakentuvat tutkijoiden suorittamien tutkimusten mukaan muistiaineksen pohjalta (Kiviaho ym. 2008, 131). Imago on jotakin, mitä poliisi ei voi luoda. Syntyvä imago riippuu informatiivisesta laadusta ja sen sisällöstä vastaanottajan mielessä. Tavallaan se on representaatio poliisista ja poliisin aktiviteetistä. (Salmi 2006, 17.)

3.2 Poliisi ja poliisin imago

Poliisin julkinen imago on erittäin tärkeä (Salmi ym. 2000, 433). Median mielikuvat poliisista ovat keskeisen tärkeitä ymmärrettäessä poliittinen merkitsevyys ja poliisin rooli. Poliisi pitäisi nähdä poliittisten mestareiden luomuksena (Prenzler 1997, 6). Poliisi on kokonaisvaltainen ilmentymä oikeusvaltiosta yhteiskuntana. Ylempi yhteiskunnan luokka, joka kuvastaa valtaa ja resursseja tapaa poliisin tavallisesti liikenteenvalvonnassa, mikä antaa heille rajoittuneen käsityksen poliisista liikenteen valvonnan tehtävissä. Tästä näkökulmasta median edustajat ovat keskeisiä lähteitä aistimaan ja oikeuttamaan poliisia. (Reiner 1978, 137.)

Poliisi on aina harjoittanut imagotyötä (Mawby 2001, 44). Useimmat kohteet organisaatiossa sisältävät kommunikaatiota, tarkoituksia, mielikuvia, myyttejä ja tulkintoja. Nämä kohteet ovat organisaation jäsenten käyttämiä ja luovat organisaation ideologiaa. Ideologia antaa organisaation jäsenille aistimuksen paikasta ja voiman organisaation sisäisille suhteille, heidän arvovaltaisissa asemissaan. (Ericson ym. 1991, 15.) On vaara, että poliisin imagotyö kytkeytyy väärin motiiveihin eli parhaimmillaan organisaation etuihin ja huonoimmillaan systemaattiseen vääristelyyn ja peitettyihin väärinkäytöksiin (Mawby 2001, 45).

Poliisin rikostutkijat ovat ajan tasalla siitä, kuinka heidän työtään arvostetaan julkisuudessa ja työn glamourista luodaan julkisuudessa mielikuvaa. Osa myöntää jakaneensa samanlaista hurmosta ennen rikospoliisiksi ja rikostutkijaksi tulemistaan. (Huey & Broll 2013, 246.) Mielikuva poliiseista on, että he ovat toimintaoriontuneita ja ongelman ratkaisijoita omien tunteiden kontrolloimana. Heidän pitäisi olla vahvoja, mukautuvia ja stoalaisen tyyniä. Viimeksi mainitulla tarkoitetaan, että heidän pitää sietää tunteetonta väkivaltaa ja moraalitonta käyttäytymistä, jota he kohtaavat joka päivä. (Waters & Ussery 2007, 186.)

Poliisien täytyy olla hyviä psykologeja ja samaan aikaan heidän täytyy turvata kansalaisia ja pystyä tutkimaan rikospaikka, tunnistaa uhrien tarpeet, todistajat ja epäillyt, sekä samalla kohdata ongelmiensa kanssa painivat yksilöt, jotka saattavat tappaa heidät tai yrittävät itsemurhaa. Poliisin täytyy olla samaan aikaan valveilla mahdollisesta hyökkääjästä ja pystyä hallitsemaan omia reaktioitaan. (Waters & Ussery 2007, 190.) Edellä mainittujen tapausten erilaisuuden vuoksi median edustajat ja poliisihenkilöt ovat yhdessä tärkeitä tekijöitä, jotka rakentavat median kautta poliisin imagoa haastavistakin tapauksista (Chermak 1995, 21).

3.3 Hyvän mielikuvan merkitys poliisin toiminnan johtamisessa

Hyvän poliisin imago sisältää käsityksiä poliisin ystävällisyydestä ja reiludesta (Worrall 1999, 47). Imagollinen tieto on tietovarasto, joka auttaa toimijoilta ison määrän erehtymisen ja kokeilemisen aikaa mielikuvallisissa asioissa. Hyvä mielikuva vaikuttaa siihen, miten organisaation viestintään suhtaudutaan. Organisaation imagotyöntekijöiden on hyvä olla aktiivisesti kehittämässä kommunikaation strategioita, päivittäistä uutisjohtamista ja julkisten suhteiden aktiviteetteja (Mawby 2001, 45). Jantunen käyttää tästä termiä strateginen kommunikaatio (Jantunen 2013, 8). Julkisten suhteiden aktiivisuuteen vaikuttaa ihmisten asenne, joka on merkityksellisessä asemassa tässä suhteessa. Henkilökohtaiset kokemukset poliisista taas vaikuttavat asenteisiin poliisia kohtaan. (Weitzer 2002, 397.) Epäilevä asenne torjuu hyvätkin viestit, jolloin viestillä ei saada sitä tehokkuutta, jota tavoiteltiin.

Tänä päivänä tärkeässä asemassa mielikuvien levittämisessä on viihdeteollisuuden tuottamat mielikuvat julkisten instituutioiden toimimattomuudesta lainvalvontaviranomaisina, poliisi mukaan luettuna. Viihdeollisuuden mielikuvat ruokkivat riippuvaisuutta yksityisiin turvallisuusalan toimijoihin, jotka on rinnastettavissa poliisiin ja muihin turvallisuusmekanismeihin, mutta eivät edusta julkista vallankäyttöä. (Baranek & Chan 1991, 288.)

Mielikuvilla on keskeinen asema Kiviahon ym. mukaan ihmisen psyykkisessä ja kognitiivisessa toiminnassa. Niillä on tiivis yhteys ympäriltä tuleviin havaintoihin ja niitä on vaikea erottaa muuten kuin käsitteellisesti. (Kiviahon ym. 2008, 141.) Pickton ja Broderick kirjassaan ”*Integrated Marketing Communications*” toteavat ytimekkäästi; jos sinulla on tietty brändi, jonka tiedät ja johon luotat, niin se auttaa tekemään valinnat nopeammin ja helpommin. Samalla se edustaa takuuvarmaa laatua. Tämä laatu on joskus sellaista, että ihmiset ovat valmiita maksamaan siitä myös enemmän. (Pickton & Broderick 2005, 252.)

Poliisin ajankohtaisissa uutisissa Sinetissä uutisoitiin 26.6.2014 seuraavaa: Poliisit – Kotihälytys-sarjan esittäminen vahvistaa myönteistä mielikuvaa poliisin työstä. Dokumentaarinen Poliisit-sarja on tuttu yhdeksälle kymmenestä. Vuonna 2014 vuoden loppuun mennessä sarjaa on esitetty uusinnat mukaan luettuna yli 1600 kertaa. Verkossa sarjaa oli katsottu yli 13 miljoonaa kertaa. Taloustutkimuksen mukaan 44 % Poliisit ohjelmaa katsoneista kertoo sarjan muuttaneen mielikuvaa poliisista hieman myönteisemmäksi tai selvästi myönteisemmäksi. Harvojen

mielestä mielikuva oli muuttunut kielteisemmäksi. 37 % vastaajista oli sitä mieltä, että sarja on lisännyt arvostusta poliisia kohtaan.

Poliisin laadullinen näkyminen tuleekin ottaa vakavasti. Poliisi univormussa suorittamassa jalkapartiota kiireettömästi viestii ympäristöön, että kaikki on hyvin. Vastaavasti tunnuksellinen poliisiauto siniset vilkut päällä antaa aivan toisenlaisen viestin. (Salmi 2006, 17.) Poliisin näkyvyys on tärkeä välittäjä poliisin imagolle niin negatiivisella kuin positiivisella tavalla. Tämä alleviivaa sitä tärkeyttä, mikä poliisin strategialla on määriteltäessä ja rakentaessa positiivista julkista imagoa poliisista. (Salmi 2000, 444.) Poliisin pitää maksimoida poliisin positiiviset vapaaehtoiset tapaamiset kansalaisten kanssa ja pyrkiä minimoimaan negatiivinen keskinäisvaikutus. Vaikka tämä ei tunnu itsestään selvältä, Schafferin, Huebnerin ja Bynumin tutkimus on yksi ensimmäisistä tutkimuksista, jossa poliisin positiivinen kontakti voi itse asiassa vahvistaa kansalaisen yhteydenottoja poliisipalveluihin. (Schaffer, Huebner & Bynumin 2003, 461.) Vakiintuneet yritykset, joilla on jo valmiiksi kehittynyt maine usealta toiminnan alalta, voivat tuoda alalle uskottavuutta viestimällä toiminnan vakiintumisesta ja yrityksen antamien lupausten pitämisestä (Porter 2005, 257).

Hyvä mielikuva vähentää pitkällä ajanjaksolla niitä kustannuksia, joita huonon mielikuvan parantaminen aiheuttaisi. Positiivinen mielikuva vaikuttaa ihmisten tahtoon noudattaa paremmin turvallista käyttäytymistä ja yhteiskuntamme normeja. Samoin positiivisella mielikuvalla varustettu kansalainen sisäistää turvallisuuteen liittyviä asioita paremmin kuin negatiivisella varauksella varustettu kansalainen. Positiiviset mielikuvat auttavat ihmisiä näkemään asioita laajemmin mm. toisten huomioon ottamisena. Positiivinen huomion osoittaminen saa usein samanlaisen vastakaiun. Turvallisuuteen liittyvistä näkökulmista tulisi viestiä positiivisessa sävyssä. Rikollisuuden kontrollia voidaan parantaa, jos poliisi kasvattaa määrällistä ja laadullista kansalaisten kontaktipintaa ja yhteistyötä. Eri yhteisöillä on erilaiset poliisin liittyvät prioriteetit ja tarpeet. Nämä yhdessä parantavat kaikin puolin poliisin imagoa yhteisön tarpeista huolehtivana ja välittävänä, mikä johtaa lisääntyvään yhteistyöhön. (Kusow & Wilson 1997, 656.)

Positiivinen mielikuva on organisaatiolle tärkeää, koska se auttaa uusien hyvien työntekijöiden rekrytoinnissa. Ihmiset haluavat hakeutua työpaikkaan, jossa on positiivinen mielikuva organisaationa, ja josta he voivat olla ylpeitä. Tämä mahdollistaa hyvien henkilöhankintojen kautta paremman henkilöstöpotentiaalini ja tämän seurauksena toiminnallinen taso nousee. Organisaatiossa on ns. ”nostetta”.

Julkinen ihastus rikosten ja rikospaikan tutkimiseen on ollut kannustin lukemattomille televisio-ohjelmille ja elokuville ilmentämään poliisityötä täydellä vauhdilla ja korkealla glamourilla (Huey & Broll 2013, 245).

Tehokas poliisitoiminta ja resurssien hyödyntäminen tämän päivän yhteiskunnassa tarvitsevat rinnalleen poliisin lisäksi toisia toimijoita. Julkisen palveluorganisaation tehokkuus on linkitetty kykyyn tuottaa laadullisia poliisipalveluja ja samaan aikaan ylläpitää hyvää julkista imagoa. Asiantunteva ja tehokasta palvelu on osa julkisten palvelujen tuottamista. Poliisin julkinen tukeminen poliittisesti ja kansalaisten näkemykset näyttelevät tärkeää roolia sanellessaan poliisin vaikutuskykyä julkisena instituutiona. (Schaffer ym. 2003, 440-441.) Vaikuttavuus tarvitsee ympärilleen kokonaisvaltaista ajattelua. Asioiden tehokas parantaminen kokonaisuuksien kannalta ei onnistu poliisilta yksin ja tämän vuoksi organisaation sekä sisäinen, että ulkoinen sidosryhmäyhteistyö on tärkeää. Edellä mainitut yleinen mielipide ja poliittinen ideologia vaikuttavat siihen, kuinka poliisi määrittelee rikollisuuteen vastaamisen (Chermak 1995, 21). Hyvä mielikuva organisaatiosta antaa paremmat edellytykset toimia yhteistyössä sidosryhmien kanssa. Yhteyksien ylläpitäminen on helpompaa ja jännitteetöntä. Suhteiden ylläpitäminen mediaan on tärkeää, koska medially on suuri vaikutus luottamuksen mielikuvan rakentamiseen kansalaisten suuntaan. Media voi heikentää suuren yleisön luottamusta poliisiin ja sen palveluihin, mutta se voi luoda myös kuvaa erittäin tehokkaasta poliisista. (Jackson, Bradford, Stanko & Hohl 2013, 80.)

Organisaatio, jolla on hyvä imago torjuu paremmin kielteistä julkisuutta, kommentteja ja virheellisiä arvosteluja. Hyvää mielikuvaa voidaan näin ollen pitää kattavana henkivakuutuksena kielteisen julkisuuden varalta. Lisäksi hyvällä mielikuvalla on matalampi kynnys saada asioita anteeksi. Chipall (1977, 165) toteaa tärkeän asian jo 1970-luvulla tekemästään tutkimuksesta liittyen poliisin tekemiin rikoksiin tai niiden epäilyihin. Poliisin tekemäksi epäillyt rikokset on Chipalin mukaan tutkittava tiukasti. Tämä on ainut keino pitää yllä julkista luottamusta.

Hyvää mielikuvaa voidaan pitää myös laadullisena tekijänä. Tehokkaan poliisityöskentelyn näkökulmasta hyvät ja luottamukselliset suhteet kansalaisten kanssa ovat erittäin tärkeitä (Kääriäinen 2007, 410). Johtamisilmasto paranee samoin kuin työssä viihtyminen. Hyvällä mielikuvalla varustettu organisaatio on kehityskykyisempi kuin huonolla mielikuvalla varustettu. Positiivinen mielikuva auttaa antamaan laadukasta palvelua, sopivasti jämakkyttä sekä ystävällisyyttä samalla, kun se nopeuttaa toimintaa ja lisää viihtyisyyttä. Työtyytyväisyys on

vahvasti yhteydessä poliisihenkilöiden oman imagon ilmentämiseen. Tämä näkyy kahdessa eri merkityksessä. Ensimmäisenä on poliisin omat käsitykset poliisiin liittyvistä mielikuvista itse poliisiin työn vaikuttavuuteen sekä kykyyn toimia tehokkaasti ylläpitäessään järjestystä ja turvallisuutta. Toisena on poliisin omat käsitykset siitä, kuinka kansalaiset näkevät poliisin. Tällä on suora vaikutus poliisin ylpeyteen ja itseluottamukseen omaa työtänsä kohtaan. (Wilson & Wilson 2015, 6.)

On hyvä muistaa tässä yhteydessä, että julkisen luottamuksen puute on seurausta poliisin julkisen yhteistyön puutteesta, mikä saattaa vahingoittaa poliisin tarkoituksia (Lee & McGovern 2014, 50). Julkinen luottamus on tärkeää poliisivoimille itselleen, koska erityisesti demokraattisissa yhteiskunnissa poliisiin tulee ansaita legitimitetti toimilleen kansalaisilta (Kääriäinen 2007, 410). Ihmisillä on tutkimusten mukaan myös vaihtelevia mielipiteitä erilaisilla aspekteilla poliisia kohtaan sekä eriasteisilla luottamuksen tasoilla (Jackson, Bradford, Stanko & Hohl 2013, 64). Vastaavasti hierarkkinen ja horisontaalinen epäluottamus suhteissa vaikeuttaa tiedon tarjontaa, saatavuutta ja ymmärtämistä (Huotari ja Puttonen 2012, 130).

Tuon esille muutaman poliisin ohjeen ja määräyksen ja sen, kuinka niissä huomioidaan mielikuva johtamisen näkökulmasta. Yksittäisen virkamiehen ei pidä esiintyä kaupallisissa yhteyksissä siten, että synnytetään mielikuva Suomen poliisiin tai poliisiyksikön näkemyksestä kyseistä tuotetta tai palvelua kohtaan (Poliisihallituksen määräys Poliisin materiaalihallinto- ja hankinnat 2014, 21). Erityisesti poliisin ulkoinen tiedottaminen sekä sisäinen ja epävirallinen viestintä muodostavat sen mielikuvan, joka ihmisille muodostuu poliisista (Helsingin poliisilaitoksen viestintäohje 2015, 7, Itä-Uudenmaan viestintäohje 2015, 5 ja Kaakkois-Suomen viestintäohje, 2015, 5). Perusteita aktiiviselle ja avoimelle viestinnälle Helsingin poliisilaitoksen viestintäohjeen mukaan (2015, 6) antaa viestinnälle asetettu tavoite poliisin julkisuuskuvan kehittämisestä sekä henkilöstön hyvinvoinnista. Poliisilaitoksen tulee pyrkiä toiminnassaan yhdenmukaiseen julkisuuskuvaan ja viestinnän tulee toimia mahdollisimman pitkälle samojen toimintatapojen mukaisesti. (Itä-Uudenmaan viestintäohje, 2015, 5.) Sekä Helsingin (2015, 21), Itä-Uudenmaan (2015, 18) ja Kaakkois-Suomen (2015, 5) viestintäohjeessa kiinnitetään huomiota myös viestintäpäällikön hälyttämisestä töihin tilanteissa, missä arvioidaan olevan suurta merkitystä poliisilaitoksen julkisuuskuvalle. Poliisin viestintää tarkastelen tarkemmin seuraavassa luvussa.

3.4 Poliisin viestintä

3.4.1 Viestinnän merkitys imagon muodostumisessa

Viestinnällä on tärkeä merkitys imagon muodostumisessa. *”Viestintä on se toimija, jolla kuva toiminnasta muodostetaan”* (Karvonen 1999, 61). Ullamaija Kivikuru ja Risto Kunelius kirjassaan ”Viestinnän jäljillä” toteavat, ettei ole selvää vastausta, mitä viestintä on. Viestintä on jonkun mielestä ”sanomien siirtoa”, toisten mielestä ”merkitysten jakamista” ja kolmansien mielestä ”sosiaalinen suhde tai rituaali” jne. Asian tulkinta riippuu kulloinkin yhteyden näkökulmasta. (Kivikuru & Kunelius 1998, 9.) Jokaista julkista lausuntoa ja ulospäin suunnattua toimenpidettä on harkittava, jotta lähetettävät viestit ovat halutunlaisia. Imago muodostuu pitkäaikaisessa toiminnassa lausuntojen ja toimenpiteiden tuloksena. (Porter 1985, 599.)

Harkittu kirjoittaminen on organisaation kannalta varmin tapa viestiä asioista eteenpäin mediassa verrattuna televisioon tai radioon. Vaikein näistä on televisio, jossa puheen lisäksi kuvallinen olemus ilmentämään viestijää. Karvonen kirjassaan ”Imagologia” mainitsee viestinnän olevan luonteeltaan sosiaalista, relaationaalista ja intentionaalista suuntautuneisuuden mielessä. Yleensä esitykset suunnataan ihmisille jossakin tarkoituksessa, mutta viestintä syntyy vasta, kun joku alkaa tulkita viestiä ymmärtääkseen esitystä. (Karvonen 1997, 52.)

Imago voidaan ymmärtää lähettäjän tuottamaksi esitykseksi tai viestiksi. Esittäminen taas on jonkin valitsemista esityksessä olevaksi tai jonkin toisen poisjättämistä. Tavallisesti esittäminen on jossakin määrin tietoista ja harkittua valitsemista. Organisaatio viestii potentiaalisesti pelkällä olemassa olollaan. Karvonen kirjoittaaakin, että: *”esityksen oleminen muuttuu viestiksi tai sanomaksi vasta siinä tapauksessa, että joku asettuu tietämään ja tulkitsemaan esitystä. Lähettäjän tabolla ilmenevän olemisen on siis muututtava vastaanottajan tabolla jonkinlaiseksi ymmärtämiseksi tai tietämiseksi ennen kuin voidaan puhua mielikuvasta”*. (Karvonen 1997, 53.)

Imagoa ei voida ymmärtää muuten kuin jollakin tavalla tulkittuna. Viestinnässä lähettäjänä voi olla kaikki ympärillämme olevat merkityksiä tuovat asiat, mutta tulkinnaksi ja tietämiseksi esityksen olemisen muuttuu vain, kun se kohtaa ymmärtävän subjektin. Kun esittäminen muuttuu subjektiiviseksi tietämiseksi ja

ymmärrykseksi, subjektin olemistapa muuttuu. Tämä taas voi johtaa toiminnan ja sosiaalisen todellisuuden muuttumiseen.

Karvosen mukaan imagolla ja mielikuvalla vaikuttamisen voi käsittää yritykseksi muuttaa todellisuutta (Karvonen 1997, 53). On hyvä erottaa verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä, jotka ovat kaksi tärkeää tapaa viestiä asioista eteenpäin.

3.4.2 Joukkoviestimet imagon synnyttäjänä

Poliisin käyttäminen uutisten lähteenä on aiheuttanut aina ongelmia lehdistölle. Chibnall kirjoittaa, että 1920-luvulla poliisi oli vielä enemmän varuillaan ja salaisempi organisaatio kuin se on tänä päivänä (1970-luvulla). Poliisiorganisaatio piti toimittajia syvälle juurtuneesti ja salailematta epäilyttävinä. Yksi Metropoliitan komisarioista selvisi myrkytysyrityksestä hengissä, kun joku tuntematon henkilö oli lähettänyt hänelle suklaata. Poliisin asenne toimittajia kohtaan tuli esille siinäkin, että ensimmäinen epäilty oli heidän tuntema rikostoimittaja. Tuohon aikaan oli muutenkin tyypillistä, että tietoa rikostoimittajille vuodettiin paikallisissa kapakoissa. Scotland Yardin ensimmäinen lehdistötoimisto perustettiin 1920-luvun puolivälissä. Tehtävään valittiin toimittajia, joiden oletettiin omalla persoonallaan ja sympaattisuudellaan saavan luottamusta aikaiseksi poliisissa. Toimittajan epäonnistuessa tässä tehtävässään, hänen koko ura oli vaarassa. Toimittajat joutuivatkin käyttämään voimakasta itsehillintää kirjoittaessaan uutisia. (Chibnall 1977, 49.)

Tärkein ulottuvuus imagoissa on idea siitä, että imagot luodaan viestinnässä (Conrad 1985, 225). Joukkoviestimet hallitsevat oleellisesti tämän päivän mediaa. Imagoprosessi, joka syntyy joukkoviestimien kautta, on monimutkainen. ”Organisaation lähettämä viesti on ensin läpäistävä median ja journalistien seula, missä vaikuttavat ja sekoittuvat kyseisten henkilöiden omat käsitykset sekä viestimen omat arvot ja arvostukset” Tästä johtuen lähteellä on aina joku ennakoarvo joukkoviestimien maailmassa. Huomioitavaa on, että tällainen arvo voi kokonaan puuttua. (Uimonen & Ikävalko 1997, 190.)

Media käsittelee viestiä omista lähtökohdistaan, soveltaen omia, intuitiivisia sekä työssä tarvittavia periaatteitaan. ”Lopullinen kuva ei synny välttämättä edes yksittäisen toimittajan yksittäisen työn – uutisen tai muun jutun – tuloksena, vaan kokonaisuutena, joka syntyy ensin yhdessä viestimessä, sitten useissa joukkoviestimissä yleisesti”. (Uimonen & Ikävalko 1997, 190.)

Useasti olen kuullut poliisimiesten sanovan, etteivät he olleet tarkoittaneet asiaa juuri tuolla tavalla kuin se lehteen oli kirjoitettu. Sanotun viestin merkitys voi muuttua juuri edellä mainituista syistä ja asia on tärkeä identifioida. Sanomalehdillä, televisiolla ja radiolla on yksilöllinen ja omaperäinen luonteenpiirre, joka pohjimmiltaan vaikuttaa formaatteihin, lähteisiin, perehtyneisyyteen ja aiheisiin heidän kommunikaatiossaan (Ericson ym. 1991, 345).

Imago on se kuva, joka vastaanottajalle syntyy organisaatiosta, henkilöstä, tuotteesta tai palvelusta. Imago on siten lopputulos, joka alkaa identiteetistä ja joka jalostetaan profiiliksi. On muistettava, että organisaatiolla voi olla useita imagoja. Tämä voi johtua mm. siitä, millaista tavoitekuvaa organisaatio on pyrkinyt luomaan eri sidosryhmissään, kuinka ympäristö on vaikuttanut siihen. Imagon tulisi olla mahdollisimman yhdenmukainen tavoitekuvan ja organisaation oman kuvan kanssa. Suuret mahtipontiset lupaukset tai ylimitoitettut ennusteet, jotka voivat viestinnällisesti tuntua tehokkailta ja vaikuttavilta, voivat olla kohtalokkaita. Ne voivat vähentää lähettäjänsä uskottavuutta. ”Imago on siten lopputulos, joka syntyy paitsi lähettäjän pyrkimyksistä, myös lukuisasta määrästä muita havaintoja, joita syntyy vastaanottajan tajunnassa imagonluojasta riippumatta”. (Uimonen & Ikävalko 1997.)

Toimittaja on poliisilta uutisten hankinnassa neuvottelijan asemassa. Toimittaja, joka ei saa tietoa ulos poliisilta on pian työtön, kun taas uutisoinnista pidättäytyvä poliisi ei ole. (Chermak 1977, 23.) Perinteinen ”lehdistövirasto” on antanut tietä poliisissa ”mediapalvelu” osastoille, jotka koordinoivat monenlaisia kommunikaatioaktiviteetteja laajasti koko organisaatiossa, sisältäen markkinoinnin ja sponsoroinnin, edesauttaen ja johtaen imagoon liittyvää työtä organisaatiossa. (Mawby 2001, 45).

Koska imago ei synny yksinomaan lähettäjistä, se voi olla parhaimmillaankin vain osittain profiilin kaltainen tai sen suuntainen. Ihmiset vastaanottavat ympäristöstään lukuisia ja monenlaatuisia viestejä, signaaleja ja ärsykeitä. Ne joko vahvistavat tai heikentävät saatua kuvaa, toimivat sen puolesta tai sitä vastaan. Ihmisen omat arvot, ajatukset, tiedot, ennakkoluulot ja mielipiteet ovat mukana imagon synnyssä. Tästä näkökulmasta johtuen on vaikeaa arvioida sitä, kuinka mielikuva on loppujen lopuksi syntynyt. (Uimonen & Ikävalko 1997, 190.) Fishmanin (1980, 13 – 14) mukaan uutisoinnin keskeisin kysymys on, kuinka uutisorganisaatiot ja yksittäiset uutisoinnin vartijat valitsevat ne uutiset, jotka tuotetaan lopulta uutisiksi.

3.4.3 Verbaalinen viestintä

Verbaalisella viestinnällä tarkoitetaan sanoihin ja kielellisiin rakenteisiin viittaavia asioita. Kehomme viestii asioita, vaikka emme sitä aina tiedosta. Aula (2002) toteaaakin, että yksikään yritys ei ole maineen näkökulmasta yliresursoinut panoksiaan omaan henkilöstöönsä liittyvään viestintään (Aula & Heinonen 2002, 180). Sanat ja kielelliset rakenteet ovat tärkeitä, varsinkin oikeat sanat oikeassa paikassa. Usein kuitenkin viestimme asioita kehollamme ja olemuksellamme. Kehon merkitys viestinnässä on todella tärkeä ja siihen on hyvä kiinnittää huomiota. Hyvän ja vähän huonon viestinnän välinen ero on siinä, kuinka huonot uutiset sijoitetaan. On hyvä sijoittaa huonot uutiset heti alkuun ja sen jälkeen voi siirtyä sellaiseen aiheeseen, josta ihmisille jää parempi mieli. (Hybels 2008, 127.)

Sosiaalisesti jaetut mielikuvat ovat Hirschovits-Gerzin (2014, 4) mukaan rakentuneet ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa mediainformaation, yleisen asenneilmapiirin, yksityisten ja jaettujen kokemusten sekä tieteellisen tiedon aineosista. Mielikuvat ovat hänen mukaan jatkuvasti vuorovaikutuksessa ympäröivän todellisuuden kanssa.

3.4.4 Nonverbaalinen viestintä

Nonverbaaliksi viestinnäksi luetaan äänensävyt, nouseva ja laskeva intonaatio, äänenkorkeus, aksentti, rytmi, kasvojen ilmeet, keholliset eleet, asennot, ryhti, liike, sijoittuminen tilassa, toisiin pidetty fyysinen välimatka jne. Erkki Karvonen siteeraa Roger Ailesia sanoessaan: ”*sinä olet viesti*”, sen sijaan, että hän sanoisi ”*sinulla on viesti*”. (Karvonen 1997, 149.)

Jokainen poliisihallinnossa työskentelevä yksilö viestii omalla toiminnallaan. Vastuullisella viestinnällä kehitetään ja ylläpidetään poliisin vahvaa sisäistä ja ulkoista yhteisökuvaa. (Poliisin viestintä 2015, 34.)

Erkki Karvonen nostaa kirjassaan ”Imagologia” esiin esimerkin, jossa puolen tunnin myyntineuvotteluissa ostaja ja myyjä vaihtavat noin 800 erilaista sanatonta viestintää keskenään. Karvonen viittaa tutkimustuloksiin, joiden mukaan seitsemän prosenttia tunteistamme ja asenteistamme välittyy sanojen välityksellä. Äänensävyjen perusteella välittyy 38 prosenttia ja muun sanattoman viestinnän välityksellä 55 prosenttia. Kokonaisuudesta 93 prosenttia välittyy nonverbaalisesti.

Karvonen toteaa sanojen olevan helpoimmin hallittavia, sitten tulevat äänensävyt ja vaikeimmin hallittavia ovat ilmeet ja eleet. (Karvonen 1997, 149.) Yleinen totuus on se, että paljon kieltä on kirjoitetussa muodossa. Koska kielenkäyttö on monimutkainen assimiloitavaksi korvalle saattaa se luoda erityisen haasteen radiolle ja sen ohjelmille (Ericson ym.1991, 25).

Viidestä aististamme näkö antaa eniten yksityiskohtaista tietoa. Monelle ihmiselle se on tärkeämpi kuin kuulo, maku, haju tai kosketus. Näköaisti luo useille ihmisille voimakkaan käsityksen asioiden totuudesta. (Lacey 1998, 5.) On hyvä erottaa näyttelemisen ja esiintymisen toisistaan. Näyttelemisen on sitä, kun henkilö näyttää sellaista, mitä hän ei ole. Esiintyminen on henkilön olemista omana itsenään sellaisena kuin hän parhaimmillaan on esiintymistilanteessa. (Karvonen 1997, 149.) Oma asiallinen esiintyminen ja käyttäytyminen välttävät negatiivisia nonverbaalisia viestejä. Nick Lacey kirjassaan ”Image and Representation” mainitsee oleellisena asiana ymmärtää sen, että vastaanottajan ikä, kokemus ja kulttuuritausta vaikuttavat näkemisen ymmärtämiseen. Lapsen ja aikuisen välillä ero on myös oleellinen. (Lacey 1998, 8.)

3.4.5 Poliisin viestinnän visio ja strategia

Poliisin vision mukaan Suomi on vuonna 2020 Euroopan turvallisimma maa, minkä takeena on palveleva, ammattitaitoinen, luotettava, yhteistyöhaluinen ja hyvin organisoitu poliisi. Tähän päästään ammattitaitoisella, palvelevalla ja tehokkaalla viestintäorganisaatiolla, joka pitää kiinni yhteisistä toimintavoista, riittävästä resursseista normaalioloissa ja tehostetusta viestinnästä vaativissa tilanteissa. (Poliisin viestintä 2015, 36.)

”Poliisin viestinnän visio on helpottaa kansalaisten tiedonsaantia ja osallistumista turvallisuutta koskevaan päätöksentekoon, edistää rikosten selvittämistä ja ehkäistä niitä ennalta sekä siten ylläpitää luottamusta poliisiin” (Poliisin viestintä 2015, 36).

Viimeisimmän poliisin hallintorakenteen uudistamisen yhteydessä vuoden 2014 alussa uudistettiin poliisin viestinnän organisaatiot, tehtävänimikkeet sekä prosessit. Osa viestinnän tehtävistä keskitettiin poliisihallitukseen, josta johdetaan poliisin viestinnän strategiaa, suunnittelua, ohjausta, kehittämistä ja yhteensovittamista. Poliisihallituksen viestinnän organisaatiolla tuetaan myös poliisiylijohdajan viestintää, maineenhallintaa, valtakunnallisia viestintäsuunnitelmia, kansainvälisiä ja

kansallista sidosryhmäyhteistyötä sekä organisaation sisäistä ja ulkoista viestintää. Poliisiyksiköt hoitavat sisäisen ja ulkoisen tiedottamisen, johdon viestinnän tukemisen, viestinnän ja poliisioperaatioiden yhteensovittamisen, poliisin maineeseen merkittävästi vaikuttavien viestintätoimenpiteiden koordinoimien sekä yhteydenpidon eri viestinnän alan toimijoihin varmistaen samalla viestinnän osaamisen omissa poliisiyksiköissään (Poliisin viestintä 2015, 16).

”Poliisin strategisella viestinnällä pyritään vaikuttamaan vastaanottajan tietoihin, mielipiteisiin ja asenteisiin sekä käyttäytymiseen. Viestintä perustuu vastaanottajan tarpeisiin ja poliisin strategiaan tavoitteisiin. Poliisin viestinnän tehtävänä on antaa yleistä informaatiota toiminnastaan, neuvontaa hallinnonalalla käsiteltävistä asioista ja julkisista palveluista sekä pyrkiä edistämään kansalaisten yhteiskunnallista osallistumista. Poliisin viestintä suunnittelee, toteuttaa ja kehittää tapoja, joilla poliisi kohtaa yhteiskunnan menestyksekkäästi ja turvallisuutta lisäävällä tavalla. Poliisin pitää olla siellä, missä kansalaisetkin ovat. Yhteiskunnan kohtaaminen tapahtuu eri julkisuuden kentillä”. (Poliisin viestintä 2015, 35.) Poliisin viestintä perustuu poliisin viestintästrategiaan, jonka perustana on vaikuttavuus. Poliisin viestintästrategian johdannossa todetaan: *”hyvä maine syntyy siitä, että tekee oikeita asioita ja kertoo niistä muille. Poliisi tekee hyviä tekoja päivittäin: estää rikoksia ja onnettomuuksia ja selvittää niitä.* (Poliisin viestintä 2015, 33.)

Poliisin viestintä on osa johtamista. Poliisin rakenneuudistusten kautta viestinnästä on tullut strategisen johtamisen väline, jolla pyritään vaikuttamaan vastaanottajan tietoihin, asenteisiin ja käyttäytymiseen. Viestinnästä on tullut enenevässä määrin ennalta estävän toiminnan työkalu rikosten ehkäisyssä. McDanielin mukaan (2017, 17) poliisitoiminnan suunnitelmallisuudella voidaan vahvistaa poliisin imagotyötä.

Kaikki virkamiehet huolehtivat omalta osaltaan viestinnästä ja yhteistyöstä niiden yhteistyökumppaneiden kanssa, joita heidän tehtävänsä koskevat. Tämä varmistetaan koko valtionhallinnossa sisäisillä ohjeilla ja koulutuksella. (Valtiorikostiedottamisen viestintäsuositus, 2010, 19.) Poliisin ensisijaisena tiedottamisen välineenä käytetään poliisin tekemiä kirjallisia tiedotteita, jotka jaetaan median edustajille sähköisen jakelujärjestelmän avulla. Tiedotteet ovat luettavissa myös poliisin omilla verkkosivuilla. Vahvana strategisena linjauksena on tiedon jakaminen ensimmäiseksi omalle henkilöstölle. Määräyksessä korostetaan erityisesti poliisin visuaalisen ilmeen ohjetta. (Määräys poliisin viestinnästä 2015, 2.)

Poliisin viestinnän on oltava suunniteltua, avointa, oikea-aikaista, tasapuolista, todenmukaista, ymmärrettävää ja luotettavaa. Viestintä perustuu vastaanottajan

tarpeisiin ja poliisin strategisiin tavoitteisiin. Tilanteissa huomioidaan lisäksi vuorovaikutus ja reagoivuus tilanteen edellyttämällä tavalla. Poliisihallitus tuottaa viestinnän vuosikalenterin, millä ohjataan ennakkoon viestinnän toteuttamista sekä onnistumista. Erillisillä poliisiyksiköillä on lisäksi oma viestintäsuunnitelma ja sen organisointiin liittyvät ohjeet. Poliisin ensisijaisena viestinnän keinona on poliisin julkaisujärjestelmä ja sitä kautta jaettavat kirjalliset tiedotteet. Julkaisujärjestelmän rinnalla käytetään poliisin omia intranet- ja internetsivuja, sosiaalisen median profiileja ja sähköpostijärjestelmää. (Poliisihallituksen määräys viestinnästä 2015, 1-4.) Poliisi on aktiivinen viestijä, joka herättää päivittäin mielenkiintoa. Poliisin työn seuraaminen on yksi poliisin sidosryhmäyhteistyön muodoista. Tästä hyvä esimerkki on ”Poliisit” televisiosarja.

Viestinnällinen toiminta on avointa ja jokaisella poliisihenkilöllä on vapaaehtoisuus esiintyä julkisesti, vaikka tehtävä ei kuulu omiin työtehtäviin (Poliisitoiminnan seuraaminen ja dokumentointi 2014, 1-4). Suomessa on yksi yhtenäinen poliisi. Poliisi on jokaisessa kohtaamistilanteessa tunnistettavissa luotettavaksi turvallisuuden ammattilaiseksi. Visuaalinen ilme sisältää uutta ja vanhaa. Perinnettä edustavat 1930-luvulla käyttöön otettu miekkaleijona ja poliisin sininen väri. Sinisen rinnalle on tuotu ja tuodaan uusia värejä, jotka heijastavat poliisin uudistushalukkuutta. (Poliisin visuaalinen ohjeisto 2014, 3.)

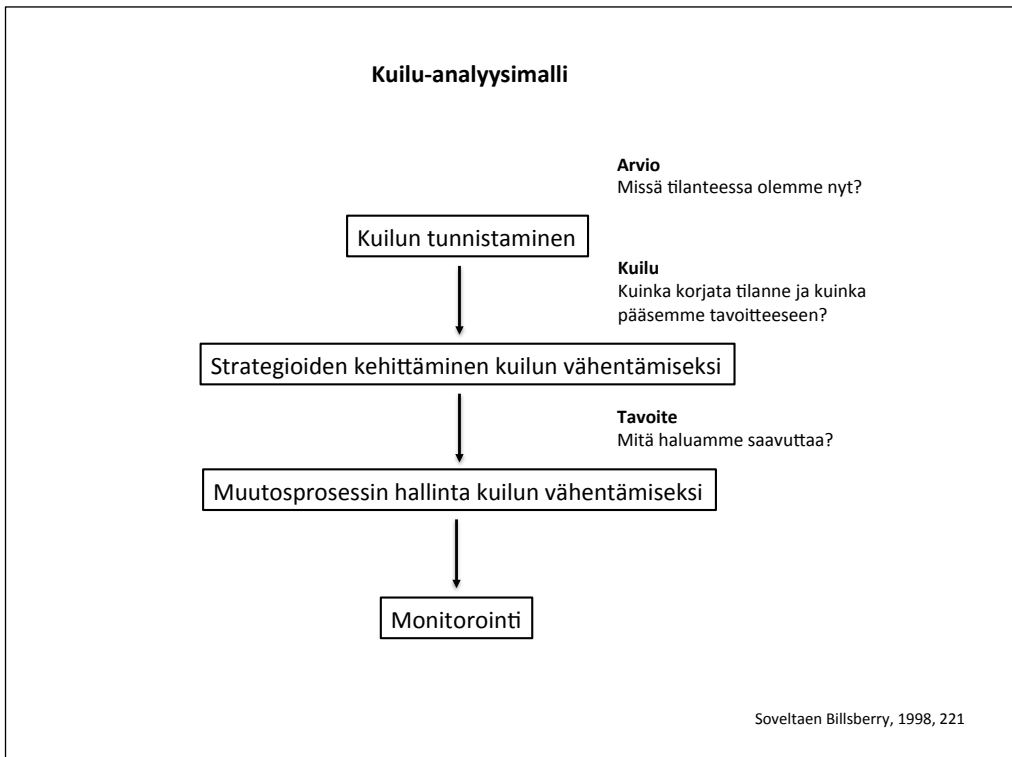
4 Tutkimusmetodologia

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus on monimenetelmällinen. Poliisin imagoa on tutkittu Suomessa vähän ja tässä tutkimuksessa eri menetelmien yhdistämisellä pyritään tuotetun tiedon pätevyyteen. Tutkimusaineistona ovat kyselytutkimus ja dokumenttiaineisto. Tutkimuksen aineiston kerääminen on tapahtunut samanaikaisesti. Aineiston analyysin ja dokumenttiaineiston avulla on muodostettu tutkimuksen johtopäätökset. Monimenetelmällisyys tässä tutkimuksessa tarkoittaa kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen aineiston yhdistämistä (Creswell, Plano & Vicki 2007). Kyselytutkimuksen aineiston analyysissä olen käyttänyt kuiluanalyysiä. Siinä määritellään, kuinka suuri vastaajaryhmien mielikuvaero on oltava, jotta voidaan puhua mielikuvaerosta eli kuilusta. Kuiluanalyysi (*gap model*) on alun perin kehitetty Yhdysvalloissa professorien Valerie A. Zeithmalin, A. Parasuramin ja Leonard Berryn toimesta palvelun laadun ymmärtämisen parantamiseen, laadun mittaamiseen, diagnosoimaan palvelulaadun ongelmia ja tuottamaan ratkaisuja laadulliseen ongelmatapauksiin (Zeithmal ym. 1990, 12). Kuiluanalyysiä on käytetty heidän toimestaan mm. laadullisen palvelukuvan kuilujen selvittämiseen (kts. edellinen kuvio 3). Kuiluanalyysi auttaa organisaatiota ymmärtämään kilpailevan ympäristön dynamiikkaa. Sitä voidaan käyttää paljastamaan organisaatiossa ilmeneviä heikkouksia ja löytämään olemassa olevia vahvuuksia suhteessa kilpailijoihin. Kuiluanalyysin avulla pystytään kehittämään johtamisen strategiaa ja saavuttamaan markkinajohtajat tai pitämään strategian edellä muita. (Billsberry 1998, 219.) Kuiluanalyysiä voidaan kuvata käsikädessä kulkeväksi benchmarkingin kanssa. Kuiluanalyysi on olemukseltaan vertailua organisaation nykytilan ja halutun tilan välillä (kts. kuvio 5). Kuilujen selvittäminen nykytilan ja parhaiden käytäntöjen välillä tarjoaa perusteet ylivoimaisiin tai etuoikeutettuihin parannuksiin. (Pinto & Morris 2007, 279.) Kuiluanalyysiä voidaan käyttää myös riskien arvioinnissa (Calder & Watkins 2010, 165). Kuiluanalyysiä voidaan käyttää poliisissa esimerkiksi

määrittämään poliisista annetun palvelun ja kansalaisilta saadun palvelun odotusten välistä eroa palvelun tai laadun näkökulmista.

Kuiluanalyysi on todettu hyväksi välineeksi asioiden välisten erojen tutkimiseen (Bland 1997, 5). Kuiluanalyysiä voidaan käyttää samojen periaatteiden mukaisesti myös mielikuvien erojen selvittämiseen (kts. kuvio 5), kuten Billsberry kuvaa asian.



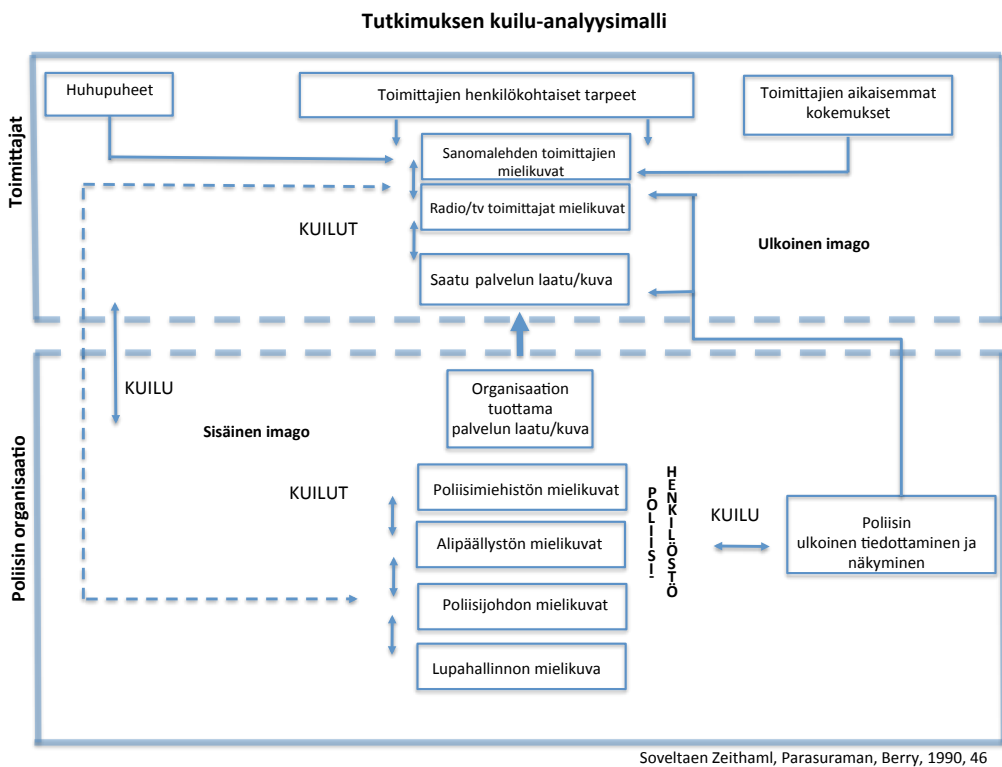
Kuvio 5. Kuilu-analyysimalli

Kuiluanalyysimallin avulla arvioidaan nykyinen tilanne ja tunnistetaan olemassa olevat kuilut (kts. kuvio 5). Organisaatiolla on olemassa haluttu tavoitetila, miltä halutaan näyttää ja mitä organisaatiosta toivottaisiin kerrottavan.

Tutkimuksen kysymysten analysointi toteutettiin kuiluanalyysin avulla (kts. Zeithmal 1990 ym.; Bland 1997; Billsberry 1998; Manninen 2004). Kuiluanalyysimallin avulla selvitetään, onko poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välillä olemassa mielikuvallinen kuilu (kts. kuvio 6). Kuiluanalyysiä on käytetty aikaisemmin Suomessa selvitetessä esimerkiksi opettajan emotionaalista

kompetenssia (kts. Virtanen 2013) ja määriteltäessä tunneälytaitoja ikäjohtamisessa sekä niiden tärkeyttä kuntahenkilöstön arvioimana oppimis- ja kehittämistarpeiden määrittelyssä (kts. Simström 2009).

Tässä tutkimuksessa olen käyttänyt kuiluanalyysiä mielikuvien nykytilan selvittämiseen poliisihenkilöstöltä sekä toimittajilta. Aikaisemmin kuiluanalyysiä ei ole käytetty Suomessa tässä yhteydessä tutkittaessa poliisin liittyviä mielikuvia. Toimittajien mielikuvat kuvaavat yhtä aikaa toimittajien ammatillista että kansalaisnäkökulmaa muodostaen poliisin ulkoista imagoa.



Kuvio 6. Tutkimuksen kuilu-analyysimalli

Toisena tutkimusmenetelmänä käytän dokumenttianalyysiä ja siihen liittyvää sisällönanalyysiä, jonka avulla tarkastelen, kuinka poliisin imagosta ja mielikuvista on erityisesti poliisin ohjeissa ja määräyksissä kirjoitettu. Sisällönanalyysi on tukiaineistona kyselylle ja ei näin ollen ensisijainen analyysi. Sisällönanalyysi kulkee

läpileikkaavana koko tutkimuksen sisällä ja nostan havaittuja kohtia esiin tutkimuksen eri osissa ja aihealueissa. Analyysi perustuu pääosin kolmanteen Poliisin hallintorakenteen valmisteluun (PORA III) ja siihen liittyviin asiakirjoihin sekä hallintorakenteen uudistamisen jälkeen tuotettuun aineistoon (kts. taulukko 1), jotka ovat löydettävissä poliisin sinetti-julkaisujärjestelmästä. Lisäksi olen ottanut mukaan poliisibarometrin ja mediabarometrin niiltä osin kuin liittymäpinta mielikuvatutkimukseen säilyy. Imagon, mielikuvan ja julkisuuskuvan on ajateltu olevan eri asiayhteyksien taustalla, mutta niistä on kirjoitettu satunnaisesti eri asiayhteyksissä juuri näillä termeillä. Tutkimuksen tarkoitus on selvittää poliisissa työskentelevän henkilöstön ja toimittajien mielikuvia poliisista ja sen toiminnasta sekä verrata saatuja tuloksia keskenään, koska niillä on merkittävä vaikutus ulkoisten mielikuvien syntyymiseen (Rope & Methner 1987, 147).

Sisällönanalyysin avulla olen etsinyt dokumenteista julkisuuskuvaan, imagoon ja mielikuvaan liittyviä yhteyksiä. Sisällönanalyysin kriteereinä olen käyttänyt, mitä julkisuuskuvaan, imagoon ja mielikuvaan on suoraan käsitteillä kirjoitettu ja miten dokumenteissa on otettu huomioon imagoon liittyviä elementtejä, tavoitteita ja asiayhteyksiä. Johtopäätöksissä on lopulta arvioitu sitä, mikä merkitys imagolla on poliisihallinnossa dokumenttien perusteella annettu. (Hirsjärvi ym. 1997.) Dokumenttianalyysin löydöksiä käytetään kyselyaineiston analyysin ohella kuvaamaan sitä, miten ja missä yhteydessä imagoa ja mielikuvaa on sanana poliisihallinnossa käytetty. Grönforsin mukaan (1985, 161) sisällönanalyysi antaa valmiuden teoreettiseen pohdintaan, mutta itse pohtiminen tapahtuu tutkijan järjestelmällisen ajattelun avulla.

Tutkimuksen vastaajaryhmien valinta rakentuu kahdesta eri lähestymistavasta. Ensimmäinen vastaajaryhmä koostuu poliisin henkilöstöstä, joka välittää kokonaisvaltaista kuvaa poliisista organisaation sisä- ja ulkopuolelle. Toisen vastaajaryhmän muodostavat toimittajat, jotka muodostavat kuvan poliisista henkilökohtaisella tasolla ja välittävät kuvaa poliisin toiminnasta ja organisaatiosta yhteiskunnan muille tahoille sanomalehtien, radion ja television kautta.

Tutkimuksen metodi on kyselytutkimus sähköisen webropol-kyselyn avulla. Tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttivat tiedonhaluni kerätä tietoa suurelta kohdejoukolta koko Itä-Suomen alueelta. Kyselytutkimusta on hyvä käyttää silloin, kun tutkitaan laajaa vastaajakohdejoukkoa (Bertrand & Hughes 2005, 69). Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusotetta on hyvä käyttää silloin, kun on mahdollista määrittellä testattavia sekä mitattavia tai muulla tavalla numeerisessa

muodossa ilmaistavia muuttujia, joita halutaan tarkastella tilastollisten menetelmien avulla (Heinonen, Keinänen & Paasonen 2013, 34). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään vastaavasti avoimia kysymyksiä, joilla saadaan vapaamuotoisia sanallisia tai kirjoitettuja vastauksia pienemmältä kohderyhmältä. Tämän vuoksi kvantitatiivinen tutkimusote soveltui mielestäni parhaiten suuren tutkimusjoukon läpikäymiseen ja tutkimukseni suorittamiseen.

Poliisin imagon analyysissä käytetty kysely ja dokumenttiaineisto
<p>Tutkimuskysymykset:</p> <p>1. Mistä asioista poliisin imago koostuu?</p> <p>2. Eroaako poliisin sisäinen imago ulkoisesta imagosta? (Ovatko poliisin omat mielikuvat poliisista erilaiset kuin toimittajien mielikuvat poliisista?)</p>
<p>Kyselytutkimus:</p> <p>Poliisihenkilöstölle ja toimittajille osoitettu Webropol kysely vuonna 2015 (Liite 1) (N=380)</p>
<p>Seuraavat lakijulkaisut</p> <p>Laki poliisin hallinnosta. 14.2.1992/110.</p> <p>Poliisilaki (7.4.1995/493).</p> <p>Laki poliisin, Tullin ja rajavartiolaitoksen yhteistoiminnasta. 11.9.2009/687.</p> <p>Pelastuslaki. 29.4.2011/379.</p>
<p>Valtiohallinnon seuraavat julkaisut</p> <p>Poliisihallitus. 2012. Viestinnän valmius, viestinnän valmiusryhmän loppuraportti 1/2012. Poliisihallituksen julkaisusarja.</p> <p>Poliisihallitus. 2013. Poliisin lupahallinnon organisaation kehittämistyöryhmän muistio 28.2.2013. Poliisihallitus Lupahallintoyksikkö.</p> <p>Poliisihallitus. 2014. Poliisi visuaalinen ohjeisto. Poliisihallitus.</p> <p>Poliisihallitus. 2014. Ohje Poliisitoiminnan seuraaminen dokumentointi ja esittäminen erikseen sovitavissa tapauksissa 6.10.2014. – 31.12.2018. Poliisihallitus POL-2014-10214.</p> <p>Poliisihallitus. 2015. Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirja. Poliisihallitus.</p> <p>Poliisihallitus. 2015. Poliisin viestintä. Nykytila, strategia ja kehittämisalueet 2015 – 2018. Poliisihallituksen julkaisusarja 2/2015.</p> <p>Poliisihallitus. 2015. Määräys poliisin viestinnästä 1.6.2015. – 31.12.2018. Poliisihallitus POL-2015-5146.</p> <p>Poliisihallitus. 2016. Poliisin saamia lahoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportti 1/2016. Poliisihallituksen julkaisusarja.</p>
<p>Seuraavat määräykset, ohjeet ja muistiot</p> <p>Poliisihallitus. 2014. Poliisin materiaalihallinto- ja hankinnat. 2014. Määräys 12.9.2014. POL-2014-4704.</p> <p>Voimassaoloaika 1.10.2014. – 31.12.2018.</p> <p>Poliisihallitus. 2013. Poliisin lupahallinnon organisaation kehittämistyöryhmän muistio 28.2.2013. Poliisihallitus Lupahallintoyksikkö</p> <p>Helsingin poliisilaitos. 2015. Helsingin poliisilaitoksen viestintäohje 2016 - 2019. POL-2015-7231.</p> <p>Helsingin poliisilaitos. 2013. Helsingin poliisilaitoksen ohje 15.8.2013 – 15.8.2018. Kriittisten tilanteiden jälkitoimet Helsingin poliisilaitoksessa. 8010/2013/1333.</p> <p>Itä-Uudenmaan viestintäohje. 2015. Itä-Uudenmaan viestintäohje 1.3.2015 –toistaiseksi. POL-2015-3960.</p> <p>Kaakkois-Suomen viestintäohje. 2015. Kaakkois-Suomen viestintäohje 16.10.2015 – toistaiseksi. POL-2015-667.</p>
<p>Sisäasiainministeriön seuraavat julkaisut</p> <p>Poliisibarometri 2010. Kansalaisten näkemyksiä ja kokemuksia poliisitoiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäasiainministeriön julkaisuja 29/2010.</p> <p>Poliisibarometri 2012. Kansalaisten näkemyksiä ja kokemuksia poliisitoiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäasiainministeriön julkaisuja 47/2012.</p> <p>Poliisibarometri 2014. Kansalaisten käsitykset poliisin toiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäministeriön julkaisu 4/2015.</p> <p>Poliisibarometri 2016. Kansalaisten käsitykset poliisin toiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäministeriön julkaisu 27/2016.</p> <p>Poliisin hallintorakennemuutostus Pora III päällinjakset. Hanketyöryhmän esitys. Sisäasiainministeriön julkaisuja 34/2012.</p> <p>Poliisin hallintorakennemuutostus Pora III täydentävät päällinjakset. Hanketyöryhmän esitys. Helsinki 2013.</p> <p>Poliisin hallintorakennemuutostukseen liittyvä selvitys. Selvityshenkilö Kari Salmi. Sisäasiainministeriön julkaisuja 7/2013.</p> <p>Päätös SMO22:00/2012. Poliisin hallintorakenteen (Pora III) kehittämistä koskevat linjakset. 2.10.2012.</p> <p>Sisäministeriön julkaisu 2/2014. Poliisin ennalta estävän toiminnan strategia vuosille 2014 – 2018.</p>

Taulukko 1. Poliisin imagon analyysissä käytetty kysely ja dokumenttiaineisto

4.2 Analyysitavat

Rakentaessani Likertin kysymysasteikkoja tutkimustani varten pidin vahvasti mielessäni suuren muuttujajoukon, josta saattaa löytyä useitakin eri kokonaisuuksia. Valittavaksi tuli varsinaisesti kaksi eri analyysimenetelmää: Faktorianalyysi (EFA, Explorative Factor Analysis) ja pääkomponenttianalyysi (PCA, Principal Component Analysis). Metsämuurosen mukaan ne ovat filosofisesti ja matemaattisesti eri analyysimenetelmiä, mutta ovat käyttötarkoituksen mukaisesti saman perheen jäseniä. Faktori- ja pääkomponenttianalyysillä on mahdollista tiivistää hyvällä järjestysasteikolla mitattujen muuttujien tieto muutamaa keskeiseen faktoriin tai pääkomponenttiin. (Metsämuuronen 2003, 517.)

Pääkomponenttianalyysissä kaikki muuttujien välinen varianssi analysoidaan perustuen muuttujien väliseen korrelaatioon. Pääkomponenttianalyysissä käytin Varimax- rotaatiota. Tällä tarkoitetaan syntyvien komponenttien määrittämistä siten, että komponenttiin sisältyvien muuttujien korrelaatio omaan komponenttiinsa nähden on mahdollisimman suuri. Tätä korrelaatiota kutsutaan muuttujan lataukseksi komponentille. Tätä kautta komponentit ovat sisällöllisesti mahdollisimman selkeitä ja kuvaavat samansuuntaista asiaa, jolla komponentti voidaan nimetä. (Metsämuuronen 2003, 522.)

Faktorianalyysissä vain osa varianssista analysoidaan ja osa on virhevarienssia. Faktorianalyysissä taustalla on teoria, jonka mukaan faktorit ovat yhteydessä toisiinsa ja muodostavat siten muuttujat. Faktorianalyysissä latausten suuruus riippuu täysin siitä, kuinka monta faktoria analyysiin halutaan ottaa mukaan. (Metsämuuronen 2003, 519.) Valitsin käytettäväksi komponenttianalyysin, koska samalla halusin todentaa, latautuvatko kysymykset komponenttianalyysin kautta samoille komponenteille, kuten olin kysymyksiä laatiessa ajatellut. Vaihtoehtona oli käyttää faktorianalyysiä, missä on tärkeää löytää ne faktorit, jotka voivat selittää havaittuja korrelaatioita havaittujen muuttujien kesken (Lewis-Beck 1994, 42). Suljin faktorianalyysin kuitenkin pois sen vuoksi, että faktoreiden määrä olisi tullut määrittää etukäteen. Pääkomponenttianalyysia käytin todentamaan aikaisempaa pohdintaani kysymyksenasettelusta.

Ristiintaulukoinnin avulla pyrin selvittämään kahden tai useamman muuttujan jakaumaa, keskinäistä riippuvuutta ja havaittujen erojen tilastollista merkitsevyyttä (Metsämuuronen 2003, 292). Taulukoissa tilastollista merkitsevyyttä korostetaan p-arvolla ja tähdellä (*).

$p < 0,001$ tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä,
 $0,001 \leq p < 0,01$ tulos on tilastollisesti merkitsevä,
 $0,01 \leq p < 0,05$ tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä

Kuiluanalyysissä käytin laatimaani seuraavaa luokittelua (kts. taulukko 2) selvittääkseni mielikuvakuilujen suuruutta poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä soveltaen Zeithaml ym. (66, 1990). Luokitus syntyi kuiluanalyysin tarkastelun yhteydessä, jolloin tulosten tarkastelun perusteella perustin sanalliset kuvausluokat ja niille prosenttiarvot. Luokitukset koskevat summamuuttujien eroja poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä. Mielikuvaerojen prosentuaalinen vaihteluväli on 1 % ja 41 % välillä. Vaihteluvälin olen jakanut viiteen luokkaan (kts. taulukko 2) siten, että mielikuvaeron ollessa jonkin verran tai enemmän, se on tilastollisesti merkitsevä. Kuhunkin luokkaan sisältyy lähes sama määrä mitattuja mielikuvaeroja, alinta luokkaa lukuun ottamatta, johon sisältyy hieman suurempi määrä havaintoja. Luokkien rajat ovat helposti hahmotettavia tasalukuja. Prosenttiarvon suuruus kuvaa mielikuvaeron välistä kuilua poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä. Esimerkiksi prosenttiarvon ollessa alle viisi on mielikuvallinen kuilu vähäinen ja mielikuvissa ei tuolloin ole eroja.

Kuiluanalyysin vertailun sanallinen kuvaus	
Sanallinen kuvaus	Arvo %
Vähän	alle 5
Hieman	5 - 9
Jonkin verran	10 - 19
Melko paljon	20 - 29
Paljon	30 ja yli

Taulukko 2. Kuiluanalyysin vertailun sanallinen kuvaus

4.3 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselylomake laadittiin kirjallisuuden ja aiempien imagoon sekä mielikuviiin liittyvistä alan tutkimuksen elementeistä (kts. luku 3.3). Kysymysasettelu ja sen ryhmittely on muokkautunut tähän tutkimukseen vuosien 2004 ja 2015 välillä tutkimuskirjallisuuden ja keskustelujen kautta. Kysymysasettelua ja kysymysten ryhmittelyä on käytetty kahdessa aiemmassa tutkimuksessani, josta sitä parannettiin tähän tutkimukseen teoreettisen viitekirjallisuuden avulla. Tutkimuskysymysten valintaan, aihealueisiin, muokkaamiseen ja sanamuotojen testaamiseen käytettiin erittäin paljon aikaa ensimmäisen imagotutkimukseni luonnostelun aikaan vuonna 2004, jolloin loin rungon kysymysasettelulle Liikkuvan poliisin sisäisen imagon tutkimuksessani.

Tuolloin kysymyslomakkeen aihesisällön kehittämisessä ja kysymysten valinnassa oli avuksi aiheeseen liittyvä kirjallisuus, Poliisiammattikorkeakoulun hallintotieteellinen opetus sekä Liikkuvan poliisin johdon tuki. Kyselylomakkeen laadinnassa käytin tuolloin apuna muun muassa seuraavaa kirjallisuutta: Aho & Metsäjoki; Liikkuvan poliisin asiakastytyväisyystutkimus, Ahola, Godenhjelm & Lehtinen; Kysymisen taito, Heikkinen Pekka; Keskusrikospoliisin yrityskuva poliisien syyttäjien ja toimittajien mielikuvissa ja Hirsijärven, Remeksen ja Sajavaaran; Tutki ja kirjoita teosta. Osan kysymyslomakkeen vaikutteista sain tuolloin käytetyistä Liikkuvan poliisin asiakastytyväisyystutkimuksista, kuten esimerkiksi käyttäytymiseen, toimintaan ja pukeutumiseen liittyvistä kohdista täydentäen niitä muilla imagokirjallisuudesta sekä poliisi- ja mediabarometreistä esille nousseilla kohdilla. Kyselylomakkeen laatimisen yhteydessä testasin kyselyn aihealueita, ryhmittelyä, sanamuotoja ja asteikkoja Poliisiammattikorkeakoulun päällystöpiskelijöillä täydentäen osioita heidän kommenteillaan useampaan kertaan vuonna 2005. Toisen kerran täydensin ja käytin kysymysasettelua vuonna 2009 pro gradu työni yhteydessä, jolloin selvitin Liikkuvan poliisin ulkoista imagoa toimittajien avulla. Tuolloin totesin toisen kerran kysymysasettelun hieman täydennettynä toimivaksi kokonaisuudeksi.

Tässä tutkimuksessa käytetty kyselylomake koostui taustatietokysymyksistä ja yleisesti poliisiin ja poliisin toiminnallisiin mielikuviiin liittyvistä kysymysten aiheryhmistä, joissa oli sanapareja sekä toimintoihin liittyviä väittämiä kahden aiemman tutkimuksen pohjalta (kts. liite 1). Tämän tutkimuksen kysymysten aiheryhmittelyä, kysymyspatteristoa ja kysymysasettelua oli testattu toimivuuden

osalta erittäin perusteellisesti ennen tätä tutkimusta. Kysymysten vastausvaihtoehdot rakennettiin Likertin viisi asteikolliselle kysymyspatterille 1-5, jotka kuvattiin seuraavasti: 1=erittäin positiivinen, 2=melko positiivinen, 3=neutraali, 4=melko negatiivinen, 5=erittäin negatiivinen. Samaa vastausasteikkoa noudatettiin läpi koko kyselytutkimuksen. Kysymyksissä pyrittiin huomioimaan mahdollisimman laaja-alaisesti poliisiin liittyviä mielikuvia poliisin käyttäytymisestä aina suhteiden hoitamiseen ja ulkoiseen näkymiseen. Todettakoon, että on paljon mielenkiintoista kysymistä poliisin imagosta, jolloin kysymysasettelun rajaus on otettava myös huomioon. Tämän vuoksi olen pidättäytynyt kysymysasettelussa aikaisempiin poliisin kotimaisiin ja kansainvälisiin imagotutkimuksiin sekä yleiseen imagokirjallisuuteen. Kirjallisuudesta ja tutkimuksista olen nostanut esiin ne yleiset imagolliset aihekysymykset, joita muissa imagotutkimuksissa nostetaan esiin keskittyen näin mielestäni oleellisiin aihealueisiin kuten poliisin luottamukseen, palvelukuvaan, käyttäytymiseen, suhteiden hoitamiseen jne. (kts. luvut 3.3 & 3.4).

Tässäkin tutkimuksessa joudun toteamaan tutkimuksen rajallisuuden ja rajauksen merkityksen. Kyselylomakkeen ja kysymysten aihealueiden valinnassa oli hyötyä siitä, että työskentelen poliisissa. Tätä kautta sain nostettua vuosien kuluessa poliisiorganisaatiosta ja toimittajilta keskustelujen ja pohdintojen kautta niitä kysymysten aihealueita, jotka kiinnostavat itseni lisäksi myös tutkimuksen vastaajia.

4.4 Kyselyn toteutus

Kysely toteutettiin kahdelle eri kohderyhmälle. Kyselyyn valittiin ensimmäiseksi ryhmäksi yksi Suomen yhdestätoista poliisilaitoksesta eli Itä-Suomen poliisilaitoksen henkilöstö (kts. kuvio 7). Kohderyhmään kuului Itä-Suomen poliisilaitoksen johto mukaan lukien oikeusyksikkö, poliisin hallinto- ja esikuntapalvelun henkilöstö, poliisin lupahallinnon henkilöstö, liikenteen-, rikostorjunnan- sekä valvonta- ja hälytystoiminnan sektoreiden henkilöstö ja vartijat. Potentiaalisia vastaajia Itä-Suomen poliisilaitoksella oli kyselyn toteutushetkellä 876 henkilöä.

Toiseksi ryhmäksi valitsin Itä-Suomen alueella (kts. kuvio 8) työskentelevät sanomalehtien, radion ja television toimittajat, jotka samalla edustavat maakunnallista otosta. Median edustajilta halusin saada maakunnallista kattavuutta ja valitsin kyselyyn kaikki Itä-Suomen alueella sanoma- ja ilmaisjakelulehtien, sekä radion ja television toimittajat.

Median valinta toiseksi vastausryhmäksi perustui kahteen eri näkökulmaan. Median edustajat ovat ensinnäkin tärkeitä julkisuuskuvan tekijöitä poliisista kirjoittaessaan, puhuessaan ja kuvatessaan poliisia. Toisena näkökulmana median edustajat edustavat samalla kansalaisia ammattinsa ohella ja tätä kautta median edustajien kansalaisnäkökulma nousee esille. Tässä tutkimuksessa en laajentanut vastaajaryhmiä muihin sidosryhmiin tai laajempaan kansalaisnäkökulmaan.

Nämä sanomalehdet olivat Etelä-Savon alueella Länsi-Savo (Mikkeli), Itä-Savo (Savonlinna), Heinäveden Lehti (Heinävesi), Joroisten Lehti (Joroinen), Juvan Lehti (Juva), Kangasniemen Kunnallislehti (Kangasniemi), Pieksämäen lehti (Pieksämäki), Pitäjänuutiset (Mäntyharju), Puruvesi (Kerimäki), Puumala-lehti (Puumala), Viikkoset (Mikkeli) ja Sulkava-lehti (Sulkava). Pohjois-Karjalan alueella sanomalehdet olivat Karjalainen, Karjalan Heili (Joensuu), Koti-Karjala (Kitee), Kotiseutu-uutiset (Liperi), Lieksan Lehti (Lieksa), Outokummun Seutu (Outokumpu), Pielisjokiseutu (Joensuu), Pogostan Sanomat (Ilomantsi), Vaarojen Sanomat (Juuka) ja Ylä-Karjala (Nurmes)

Pohjois-Savon alueella sanomalehdet olivat Savon Sanomat, Iisalmen sanomat (Iisalmi), Kiuruvesi (Kiuruvesi), Koillis-Savo (Kaavi), Matti ja Liisa (Lapinlahti), Miilu (Sonkajärvi), Sisä-Savo Lehti (Suonenjoki), Pielavesi-Keitele (Pielavesi), Pitäjäläinen (Kuopio), Soisalon Seutu (Leppävirta), Uutis-Jousi (Siilinjärvi),

Viikkosavo (Kuopio), Kuopion Kaupunkilehti (Kuopio) ja Warkauden Lehti (Varkaus).

Kyselyn Radio- ja televisio toimittajat ovat Yle Etelä-Savon toimituksesta, Yle-Savosta ja Yle Pohjois-Karjalasta, Radio Kuopiosta, Iskelmä Savonlinnasta, Iskelmä Kuopiosta, Iskelmä Joensuusta (Radio Rex) ja MTV. Tällöin tutkimuksessa oli mukana kolmesta eri maakunnasta kaikkiaan 350 median toimittajaa sanomalehdistä, radiosta ja televisiosta, joiden yhteystiedot löytyivät toimituksen alueellisista yhteystiedoista.

Väestöllisesti maakunnat jakaantuvat seuraavasti; Etelä-Savon alueella on noin 152 000 asukasta, Pohjois-Karjalan alueella 165 000 asukasta ja Pohjois-Savon alueella noin 248 000 asukasta, joten lukijoita sekä median kuuntelijoita ja katselijoita alueella on varsin kattavasti. Vuoden 2014 alusta alkaen uusi Itä-Suomen poliisilaitos toimii kolmen maakunnan; Etelä-Savon, Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon alueella (kts. kuvio 8). Itä-Suomen poliisilaitoksen pääpoliisiasema, hallinnollinen ja johdollinen keskus on Kuopiossa.

Muita poliisiasemia on pääpoliisiaseman lisäksi kuudellatoista (16) paikkakunnalla. Poliisiasemat sijaitsevat Iisalmessa, Ilomantsissa, Joensuussa, Juankoskella, Juvalla, Kiteellä, Lieksassa, Mikkelissä, Mäntyharjulla, Nurmeksessa, Outokummussa, Pieksämäellä, Savonlinnassa, Siilinjärvellä, Suonenjoella ja Varkaudessa. Kaikkiaan henkilöstöä laitoksella on yhteensä noin 900 henkilöä, jotka jakautuvat poliisilaitoksen johtoon, hallinto- ja esikuntapalveluihin, lupahallintoon, liikennesektoriin, valvonta- ja hälytyssektoriin sekä rikostorjunnan sektoriin.

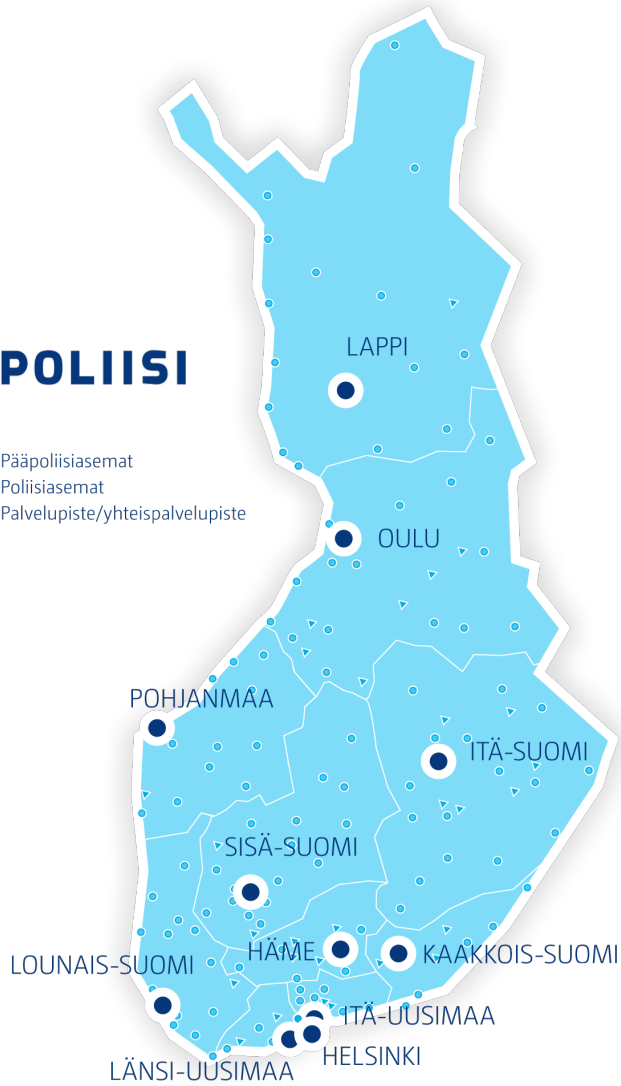
Poliisilaitoksen toiminta-alueen pinta-ala on noin 61 082 km², josta viidesosa on vesistöä. Itsenäisiä kuntia poliisilaitoksen alueella on 46, seutukuntia 11 ja maakuntaliittoja kolme. Itä-Suomen poliisilaitos muodostaa mielenkiintoisen tutkimuskohteen, koska laitoksen alueella sijaitsee kolme erillistä maakuntaa ja alue on maantieteellisesti vesistön vuoksi erittäin haasteellinen poliisin operatiivisessa toiminnassa.

Pinta-alaltaan Itä-Suomen poliisilaitos on kolmanneksi suurin ja henkilöstömäärältään neljänneksi suurin poliisilaitos. Tämän vuoksi tämän tutkimuksen tuloksia voidaan toistaa, mallintaa tai käyttää osittain, minkä muun tahansa poliisilaitoksen alueella.



POLIISI

- Pääpoliisiasemat
- Poliisiasemat
- ▼ Palvelupiste/yhteispalvelupiste



Kuvio 7. Suomen poliisilaitokset 1.1.2014 jälkeen

Ottamalla mukaan pienemmät maakunnalliset ja seutukohtaiset sanomalehdet varmistettiin se, että eri puolilta maakuntaa saatiin mahdollisimman kattava tulos ja vertailu poliisin eri toimipaikkoihin (kts. kuvio 8). Sähköinen kyselylomake lähetettiin toimittajille ja poliisihenkilöstölle 30.3.2015. Vastausaikaa oli viisitoista (15) päivää maanantaihin 13.4.2015 asti.



Kuvio 8. Itä-Suomen poliisilaitos

Tiistaina 14.4.2015 lähetin muistutuskirjeen kaikille tutkimukseen osallistuville, koska vastausten nimettömyydestä johtuen en ollut selvillä vastaajien henkilöllisyydestä. Vastausaikaa annettiin perjantai-iltaan 24.4.2015 asti. Muutamia yksittäisiä vastauksia saapui vielä hieman vastausajan jälkeen, jonka vuoksi odotin vielä 26.4.2015 iltaan, jonka jälkeen kysely suljettiin. Vastausmäärää saatiin parannettua vain hiukan toisella kysymyskierröksellä ja kolmas muistutuskierros ei olisi nostanut oleellisesti vastausten määrää.

Kyselyyn vastasi 81 toimittajaa 350:stä eli 23 % Itä-Suomen alueen toimittajista. Naisia vastaajista oli 42 ja miehiä 39. Maakunnittain vastaajat jakaantuivat seuraavasti. Etelä-Savo 24, Pohjois-Savo 33 ja Pohjois-Karjala 21. Sanomalehden toimittajia vastaajissa oli 62, radiotoimittajia 12 ja televisiotoimittajia 7. Osalle toimittajille lähetetyistä viesteistä palautui sähköpostijärjestelmään virkavapauden tai pidemmän loman vuoksi. Yhdeltä toimittajalta sain viestin, että hän jätti vastaamatta sen vuoksi, että hänet tunnistettaisiin vastaajien joukosta liian yksilöivien taustamuuttujakysymysten seurauksena.

Poliisihenkilöstöstä kyselyyn vastasi 299 henkilöä 876:sta eli 34 % Itä-Suomen alueen poliisilaitoksen henkilöstöstä. Naisia poliisihenkilöstön vastaajista oli 71 ja miehiä 227. Maakunnittain vastaukset jakaantuivat melko tasaisesti. Etelä-Savossa vastaajia oli 118, Pohjois-Savossa 102 ja Pohjois-Karjalassa 77.

Vastauksia saatiin yhteensä 380 kappaletta. Yksittäiset vastaajat jättivät ilmoittamatta maakuntansa tai syntymävuotensa. Vastausprosentti oli kokonaisuudessaan 31 %, joten vastausten perusteella voi tehdä suuntaa antavia johtopäätöksiä. Kysymyksiin oli vastattu hyvin, joka näkyi vastaamisen helpoudessa ja kysymysasettelun sujuvuudessa. Puuttuvia tietoja oli erittäin vähän ja ainoastaan joillakin yksittäisillä vastaajilla. Vastaamisen jälkeen vastaukset kirjautuivat sähköisesti Webropol-järjestelmään, josta työstin ne ensin oikeanlaiseen taulukkomuotoon spss -ohjelmaan havaintomatriisiksi.

5 Vastaako poliisin käsitys imagostaan median näkemystä?

Tässä luvussa käsittelemme Itä-Suomen poliisilaitoksen henkilöstön ja Itä-Suomen poliisilaitoksen alueella toimivien toimittajien mielikuvia Itä-Suomen poliisilaitoksen poliisista. Käyn läpi aineiston tarkastelun avulla mielikuviiin liittyviä kysymyksiä ja tutkin keskeisiä mielikuvallisia kuiluja poliisihenkilöstön ja toimittajien kesken sekä heidän välillä. Kysymyksillä haetaan vastausta toiseen tutkimuskysymykseen, eroaako poliisin oma mielikuva ulkoisista mielikuvista.

Itä-Suomen poliisilaitos muodostettiin kolmannen Poliisin hallintorakenneuudistuksen (Pora III) yhteydessä vuonna 2014 aikaisemmin kolmena eri poliisilaitoksena toimineista maakunnallisista Pohjois-Savon, Pohjois-Karjalan ja Etelä-Savon poliisilaitoksista. Uudistus merkitsi kolmen eri poliisilaitoksen käytäntöjen ja kulttuurin yhdistämistä. Jokaisella oli omat mielikuvat menneestä ja tulevasta. Mielikuvatutkimus ajoittuu kevääseen 2015, jolloin uusi Itä-Suomen poliisilaitos oli toiminut reilun vuoden. Empiirisessä osuudessa tarkastelen keskeisimpiä tutkimuksessa esiin nousseita kohtia taustamuuttujittain.

Osalla muuttujista oli latauksia useammalle komponentille, mutta lataus ei näissä ollut kovin korkea ja muuttujat latautuivat selvästi yhdelle komponentille ja tietyn kategorian yhteyteen.

Lopulliseksi komponenttien määräksi vahvistui 11 (kts. taulukko 3). Muuttujien lataukset vaihtelivat välillä .435 - .907 ja ovat näin Metsämuurosen mukaan (2003, 528) kohtuullisen korkeita ja näin ollen mittaavat hyvin muuttujien vaihtelua. Lisäksi mukaan otettiin vastakkainen muuttujalataus -.356 mukaan, koska se latautui melko voimakkaasti ”arvo” komponentille 10 ja sain siitä tulkinnallisesti selkeän ratkaisun. Rotaroidun matriisin perusteella 11 komponenttia nimettiin seuraavasti:

1. Poliisin käyttäytyminen = PC1
2. Poliisin sisäinen tiedottaminen = PC2
3. Poliisin ulkoinen tiedottaminen ja suhteiden hoitaminen = PC3

4. Poliisin pukeutuminen = PC4
5. Poliisi yleisen järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjä = PC5
6. Poliisi lupahallinnon toimijana = PC6
7. Poliisin suhteiden hoitaminen sidosryhmiin = PC7
8. Poliisi liikenneturvallisuuden asiantuntijana = PC8
9. Poliisin ulkoinen näkyvyys ja reagoivuus = PC9
10. Poliisin arvot ja negatiivisen julkisuuden vaikutus = PC10
11. Imago tutkimuksen tärkeys ja suhteiden hoitamisen hyödyllisyys = PC11

Komponenttien muodostamisen jälkeen rakensin analyysin 11 aihealueelle kuvamaan keskeisiä poliisiin liittyviä mielikuvia. Jälkeenpäin on todettava, että kysymysasettelu on tutkimuksessa onnistunut, koska aihealueiden lataus komponenttianalyysin jälkeen jakaantui aihealueittain ja vain yksittäiset esitetyistä kysymyksistä jäivät latausten ulkopuolelle (kts. taulukko 3). Tähän selittävänä tekijänä on kysymysasettelun hiominen ja testaaminen aiemmissä tutkimuksissa (kts. Puustinen 2010). Näin ollen komponenttianalyysi vahvisti kysymysasettelun onnistumisen. Kysymykset pohdittiin etukäteen aihealueittain ja syntyneet komponentit vahvistivat aihealueet. Lisäksi komponenttianalyysi yhdisti yleiseen järjestykseen ja rikosten tutkintaan liittyvät laadulliset kysymykset samalla komponentille. Kaikki komponenttiin kuuluvat muuttujat ristiintaulukoitiin poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä mielikuvaerojen löytämiseksi. Ristiintaulukoinnin jälkeen muodostin kuhunkin komponenttiin sisältyvistä kysymyksistä summamuuttujat kuvaamaan poliisihenkilöstön ja toimittajien välisiä mielikuvallisia kuiluja. Mielikuvuihin liittyviä kuiluja tarkastellaan lisäksi poliisihenkilöstön puolelta kahdeksalla ja toimittajien puolelta yhdeksällä eri taustamuuttujalla. Vastausasteikkona oli viisiportainen Likertin asteikko.

Komponenttianalyysiä ja likertin asteikkoa on käytetty aikaisemmin Suomessa väitöskirjatutkimuksessa selvittäessä lasten kaltoin kohtelun tunnistamisen ja varhaisen puuttumisen moniammatillista yhteistyötä (kts. Inkilä 2015). Vastausten raportoinnissa olen käyttänyt pääsääntöisesti viisiportaista asteikkoa, mutta joissakin tapauksissa olen yhdistänyt luokat neljäportaiseksi pienten arvojen takia. Ristiintaulukointi on kuitenkin tehty ennen luokkien yhdistämistä ja ristiintaulukoinnin ehdot täyttyivät (havaittu arvo 5 löytyi alle 20 % soluista, ja odotusarvo ei ollut missään solussa nolla).

Pääkomponenttianalyysi n=380											
Kysymykset	Pääkomponentit, (Principal Components)										
	PC1 käyttyminen	PC2 sisäinen tiedottaminen	PC3 ulkoinen tiedottaminen	PC4 pukeutuminen	PC5 yht. turvaajana ja rik.serv.	PC6 Lupahal. toimijana	PC7 Suhteiden hoitaminen	PC8 Liikenne- turvallisuus	PC9 Ulkoinen näkyvyys	PC10 Arvot	PC11 Tutk. tärkeys ja hyödyllisyys
Polisiin käyttyminen											
Joustavaa - Kankeaa	0,765										
Yhdenvertaista - Eriarvoista	0,758										
Yksilöä huomioimatonta	0,745										
Ystävällistä - Epäystävällistä	0,724										
Hyvin motivoitunutta - Huonosti motivoitunutta	0,707										
Luottamusta herättävää - Epäluottamusta herättävää	0,705				0,319						
Ei moralisovaa - Moralisovaa	0,673										
Ammattitaitoista - Ammattitaidoton	0,609				0,303						
Nopeasti reagoivaa - Hitaasti reagoivaa	0,571							0,422			
Hyvin motivoitunut - Huonosti motivoitunut	0,405				0,403			0,329			
Polisiin sisäinen tiedottaminen											
Avointa - Salamyhkäistä		0,907									
Selkeää - Epäselvää		0,892									
Ajankohtaista - Ei ajankohtaista		0,887									
Luotettavaa - Ei luotettavaa		0,872									
Ennakoivaa - Jälkijättöistä		0,87									
Runsasta - Vähäistä		0,864									
Polisiin ulkoinen tiedottaminen tiedottaminen ja suhteiden hoitaminen mediaan											
Ajankohtaista - Ei ajankohtaista			0,821								
Runsasta - Vähäistä			0,816								
Avointa - Salamyhkäistä			0,792								
Selkeää - Epäselvää			0,735								
Ennakoivaa - Jälkijättöistä			0,717								
Miten riittävästi poliisi ylläpitää suhteita mediaan?: Riittävästi - Riittämättömästi			0,711								
Suhteiden hoitaminen median edustajien ja poliisin välillä on mielestäni: Helppoa - Vaikeaa			0,546			0,495					
Suhteiden hoitaminen median edustajien ja poliisin välillä on mielestäni: Sujuvaa - Jäykkää			0,535			0,524					
Polisiin ulkoinen tiedottaminen?: Luotettavaa - Ei luotettavaa			0,435						0,391		
Polisiin pukeutuminen											
Siistiä - Epäsiistiä				0,803							
Tehtäviin sopivat - Tehtäviin sopimattomat				0,785							
Tilanteet huomioivaa - Tilanteet huomioimatonta				0,766							
Yhdenmukaista - Vaihtelevaa				0,752							
Tyylikästä - Tyyliätöntä				0,676							
Polisiin yleisen järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä											
Polisiin yleisen järjestyksen turvaajana?: Luotettava - Epäluotettava					0,676				0,341		
Polisiin rikosten selvittäjänä?: Luotettava - Epäluotettava					0,663						
Polisiin yleisen järjestyksen turvaajana?: Ammattitaitoinen - Ammattitaidoton					0,641						
Polisiin rikosten selvittäjänä?: Ammattitaitoinen - Ammattitaidoton					0,578						
Polisiin yleisen järjestyksen turvaajana?: Hyvin motivoitunut - Huonosti motivoitunut					0,486				0,315		
Polisiin lupahallinnon toimijana											
Ammattitaitoinen - Ammattitaidoton						0,738					
Luotettava - Epäluotettava						0,722					
Hyvin motivoitunut - Huonosti motivoitunut						0,712					
Polisiin lupahallinnon toimijana?: Nopeasti reagoiva - Hitaasti reagoiva						0,632					
Suhteiden hoitaminen poliisin ja sidosryhmien välillä											
Sujuvaa - Jäykkää							0,768				
Helppoa - Vaikeaa							0,768				
Hyödyllistä - Turhaa							0,685				
Polisiin liikenneturvallisuuden asiantuntijana											
Nopeasti reagoiva - Hitaasti reagoiva								0,649			
Hyvin motivoitunut - Huonosti motivoitunut								0,634			
Ammattitaitoinen - Ammattitaidoton								0,633			
Luotettava - Epäluotettava								0,565			
Polisiin ulkoinen näkyvyys ja reagoisuus											
Näkyvyys poliisi ulkona liikuttaessa (liikenteessä)? : Aivan liikaa - Aivan liian vähän									0,656		
Polisiin rikosten selvittäjänä?: Nopeasti reagoiva - Hitaasti reagoiva									0,562		
Polisiin yleisen järjestyksen turvaajana?: Nopeasti reagoiva - Hitaasti reagoiva									0,487		
Mielikuvat poliisin noudattamista arvosta											
Millainen mielikuva sinulla on poliisin noudattamasta arvosta: Ammattitaito										0,648	
Millainen mielikuva sinulla on poliisin noudattamasta arvosta: Oikeudenmukaisuus										0,617	
Millainen mielikuva sinulla on poliisin noudattamasta arvosta: Palveluperiaate										0,54	
Millainen mielikuva sinulla on poliisin noudattamasta arvosta: Henkilöstön hyvinvointi										0,46	
Kuinka paljon poliisin saama valtakunnallinen negatiivinen julkisuus viime aikaisissa tapauksissa vaikuttaa paikallisesti Itä-Suomen poliisin imagoon? Merkitse lähinnä oikea vaihtoehto.: Erittäin paljon - Ei lainkaan											-0,356
Imagotutkimuksen tärkeys ja suhteiden hoitamisen hyödyllisyys											
Pidätkö poliisin imagotutkimusta tärkeänä?											0,725
Suhteiden hoitaminen median edustajien ja poliisin välillä on mielestäni: Hyödyllistä - Turhaa											0,63

Taulukko 3. Kyselytutkimuksen pääkomponenttianalyysi n=380

5.1 Poliisin käyttäytyminen

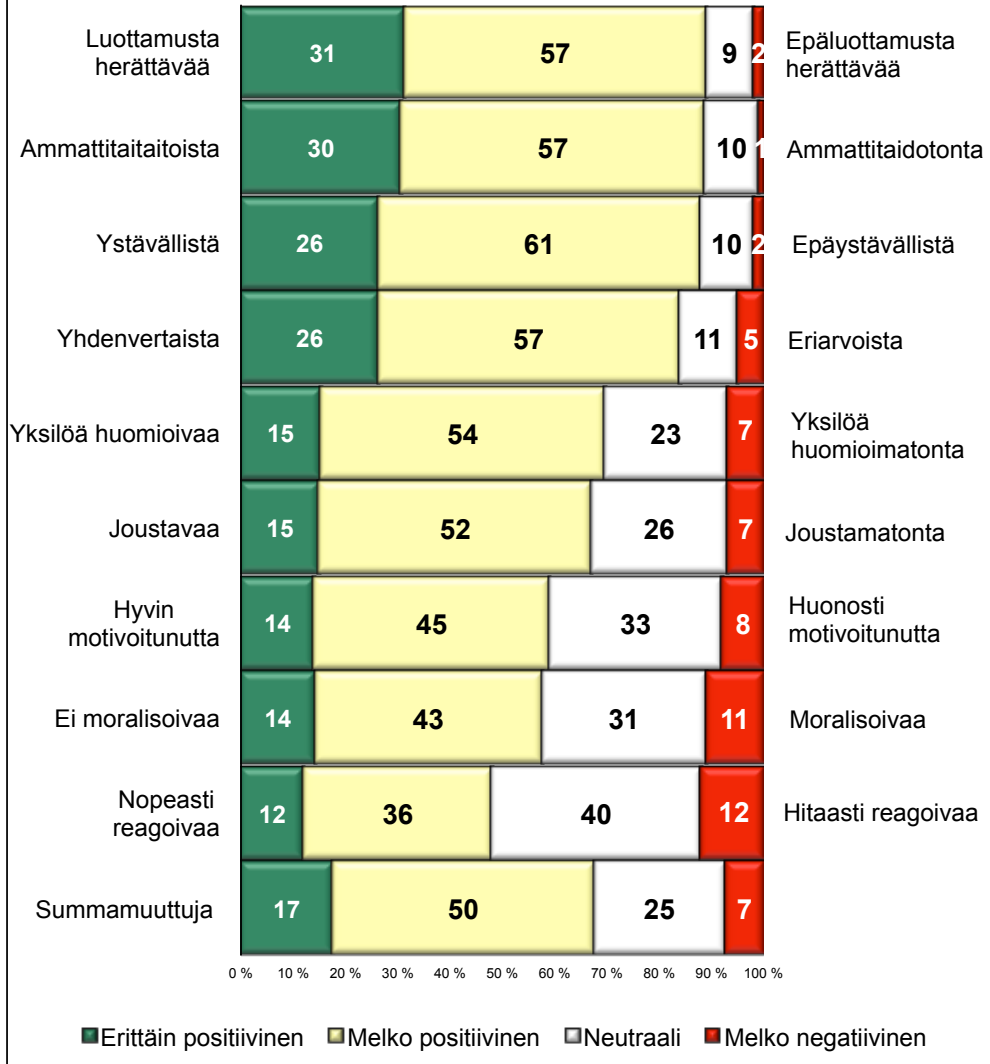
Ensimmäisenä käsiteltävänä kysymyksenä analysoin poliisihenkilöstön omia ja toimittajien mielikuvia poliisin käyttäytymisestä kansalaisia kohtaan. (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 13, Poliisin käyttäytyminen kansalaisia kohtaan yleisesti.)

Käyttäytymisellään poliisi edustaa poliisiorganisaatiota ja organisaation edustamia arvoja. Käyttäytymistä voidaan siten pitää organisaation arvojen ilmentymänä. Samaan lopputulukseen on tullut Kristiina Suur-Askola omassa väitöskirjassaan, jossa hän toteaa arvojen ilmenevän päivittäisissä toimintamalleissa ja käyttäytymisessä (Suur-Askola 2016, 133). Poliisin vahvuuksia ovat kansalaisten mielestä ymmärtäväinen ja asiallinen asennoituminen asiakkaaseen sekä ammattitaitoinen toimintatapa (Poliisbarometri 2010, 71). Kelley'n mukaan (2005, 193) poliisin omat käsitykset vaikuttavat heidän käyttäytymiseen.

Poliisihenkilöstö näkee (kts. kuvio 9) oman käyttäytymisensä luottamusta herättävänä (88 %), ammattitaitoisena (87 %) ja ystävällisenä (87 %). Toimittajien mielikuvissa (kts. kuvio 10) poliisi nähdään ystävällisenä (88 %), luotettavana (83 %) ja ammattitaitoisena (82 %).

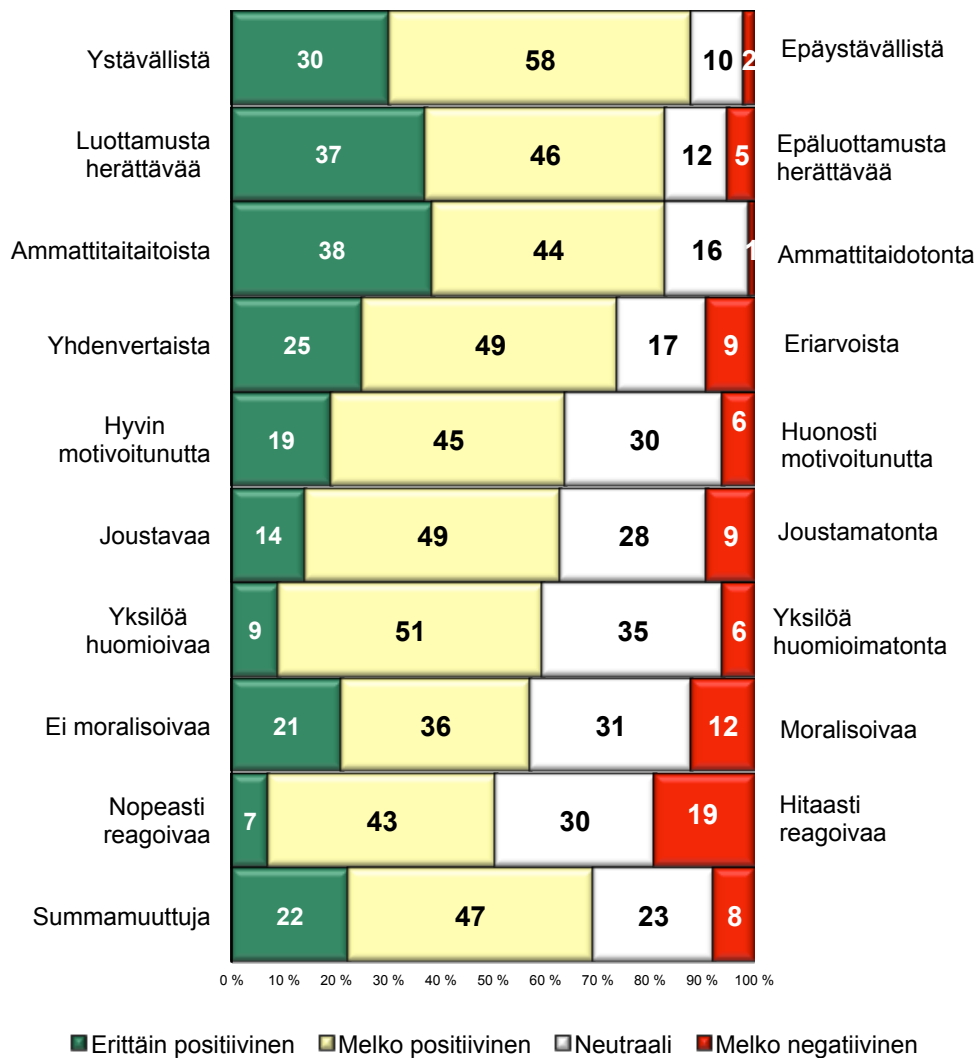
Vertailtaessa poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvia poliisin ystävällisyydestä, luotettavuudesta ja ammattitaidosta, havaitaan, että mielikuvat ovat jokseenkin samanlaiset. Poliisihenkilöstön mielikuvat omasta käyttäytymisestään kokonaisuutena ovat aivan hivenen paremmat kuin toimittajien mielikuvat. Sen sijaan toimittajien mielikuvat poliisin yhdenvertaisesta toiminnasta, joustavuudesta ja yksilön huomioimisesta ovat hiukan pidättyvämmät kuin poliisihenkilöstöllä itsellään. Mielikuvat poliisin käyttäytymisen moralisoinnista ja motivoituneisuudesta olivat poliisihenkilöstöllä ja toimittajilla lähes identtiset. Molemmat vastaajaryhmät näkivät moralisoinnissa ja motivaatiossa hiukan parantamisen varaa, mutta kolmanneksella vastaajista ei ollut asiasta selvää mielikuvaa. Toimittajista puolet näkee poliisin käyttäytymisen nopeasti reagoivana ja lähes viidennes hitaasti reagoivana. Poliisihenkilöstön mielikuvat ovat hivenen pidättyväisemmät reagoinnin suhteen verrattuna toimittajiin. Poliisin käyttäytyminen organisaation arvojen mukaan organisaation sisällä oman henkilöstön keskuudessa ja organisaation ulkopuolella kansalaisille on erittäin tärkeää poliisin julkisuuskuvan ja mielikuvien synnyttämisen näkökulmasta.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin käyttäytymisestä n= 294 - 296



Kuvio 9. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin käyttäytymisestä kansalaisia kohtaan

Toimittajien mielikuvat poliisin käyttäytymisestä n= 80 - 81



Kuvio 10. Toimittajien mielikuvat poliisin käyttäytymisestä

Tehdyn analyysin kautta esille nousivat poliisin käyttäytymisestä positiivisesti ystävällisyys, luotettavuus ja ammattitaito sekä negatiivisesti reagoivuus. Seuraavaksi analysoin näitä neljää käyttäytymisen aihealuetta eri taustamuuttujaryhmittäin.

5.1.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin ystävällisyydestä kansalaisia kohtaan taustamuuttujittain tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. taulukko 4) eri taustamuuttujaryhmissä ovat tarkastelun kannalta mielenkiintoisia ja niistä voidaan todeta seuraavanlaiset mielikuvalliset erot:

- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna naisten mielikuvat poliisin ystävällisyydestä ovat hieman paremmat kuin miehillä. (* $p=0,042$)
- Yli 56-vuotiaat pitävät poliisin käyttäytymistä ystävällisempänä kuin nuoremmat.
- Poliisin lupahallinnossa sekä valvonta- ja hälytyssektorilla poliisin käyttäytyminen nähdään ystävällisempänä kuin esimerkiksi poliisilaitoksen johdossa.
- Maakunnittain tarkasteltuna Etelä-Savon poliisin käyttäytymistä pidetään mielikuvissa ystävällisempänä verrattuna muihin Itä-Suomen maakuntiin. (* $p=0,022$)
- Yli 26 vuotta työssä olleiden mielikuvat ystävällisyydestä ovat positiivisemmat kuin nuoremmilla.
- Niillä poliisihenkilöillä, joilla ei ole ollut omaa asiakaskokemusta poliisin kanssa, mielikuvat ovat positiivisemmat kuin henkilöillä, joilla on ollut asiakaskokemus poliisin kanssa. (* $p=0,035$)
- Päällystön mielikuvat ystävällisyydestä ovat positiivisemmat kuin alipäällystöllä, joilla taas on hiukan positiivisemmat mielikuvat kuin miehistöllä.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI * p=0,042					
Nainen (71)	29	60	8	3	0
Mies (224)	17	68	15	0	0
IKÄ p=0,554					
Alle 35-vuotiaat (60)	28	60	10	2	0
36-45-vuotiaat (83)	22	60	16	2	0
46-55-vuotiaat (108)	27	62	7	4	0
Yli 56-vuotiaat (45)	29	64	7	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,556					
Poliisin johto hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	20	60	20	0	0
Poliisin lupahallinnossa (26)	15	77	8	0	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	18	64	18	0	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (98)	27	64	7	2	0
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (119)	31	55	9	4	0
MAAKUNTA * p=0,022					
Etelä-Savo (117)	20	74	4	2	0
Pohjois-Karjala (77)	31	52	14	3	0
Pohjois-Savo (100)	28	55	14	3	0
TYÖKOKEMUS p=0,438					
Alle 15 vuotta (131)	24	60	14	2	0
16-25 vuotta (64)	25	61	11	3	0
Yli 26 vuotta (102)	30	63	5	2	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,952					
Alle 10 henkilöä (17)	18	65	18	0	0
11-50 henkilöä (102)	25	65	8	2	0
51 ja yli (176)	27	59	11	3	0
ASIAKASKOKEMUS * p=0,035					
Kyllä (171)	23	60	13	4	0
Ei (119)	30	64	7	0	0
POLIISINA p=0,568					
Päällystössä (34)	26	71	3	0	0
Alipäällystössä (63)	32	57	6	5	0
Miehistössä (147)	26	58	13	3	0
Summamuuttuja	25	63	10	2	0

Taulukko 4. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 5) taustamuuttujilla tarkasteltuna nostavat esiin seuraavia mielikuvallisia eroja:

- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna naistoimittajien mielikuva on hiukan positiivisempi kuin miehillä.
- Yli 46 vuotiailla ja alle 35-vuotiailla toimittajilla on positiivisemmat mielikuvat kuin 36-45-vuotiailla toimittajilla.
- Sanomalehtien ja radio/tv-toimittajien mielikuvat ystävällisyydestä ovat lähes identtiset, mutta sanomalehtien toimittajilla löytyy myös hiukan negatiivisuutta.
- Etelä-Savon ja Pohjois-Karjalan toimittajien mielikuvat poliisin käyttäytymisen ystävällisyydestä ovat positiivisemmat kuin Pohjois-Savossa olevien toimittajien.
- Työkokemukseltaan nuoremmilla (alle 15 vuotta) ja kokeneimmilla (yli 26 vuotta) on parempi mielikuva ystävällisyydestä kuin välissä olevalla kokemusryhmällä (16-25 vuotta).
- Pienemmällä työpaikoilla on positiivisemmat mielikuvat kuin suuremmilla.
- Toimittajilla, joilla ei ole asiakaskokemusta, mielikuvat ovat hiukan positiivisemmat kuin asiakaskokemusta saaneilla toimittajilla.
- Poliisin mukana olleilla toimittajilla on positiivisemmat mielikuvat poliisin ystävällisyydestä kuin niillä toimittajilla, jotka eivät ole olleet poliisin mukana. Sillä, oliko toiminut vastaavana toimittajana ei näyttänyt olevan merkitystä.

Toimittajien mielikuvat poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,994					
Nainen (42)	29	59	9	2	0
Mies (39)	31	56	10	3	0
IKÄ p=0,797					
Alle 35-vuotiaat (17)	26	59	12	0	0
36-45-vuotiaat (19)	26	53	16	5	0
46-55-vuotiaat (23)	39	52	4	4	0
Yli 56-vuotiaat (22)	23	68	9		
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,915					
Sanomalehden toimituksessa (62)	32	55	10	3	0
Radion/TV toimituksessa (19)	21	68	11	0	0
MAAKUNTA p=0,481					
Etelä-Savo (24)	25	67	8	0	0
Pohjois-Karjala (21)	38	57	5	0	0
Pohjois-Savo (33)	27	51	15	6	0
TYÖKOKEMUS p=0,474					
Alle 15 vuotta (31)	26	65	6	3	0
16-25 vuotta (18)	39	39	22	0	0
Yli 26 vuotta (32)	28	62	6	3	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,507					
Alle 10 henkilöä (24)	25	75	0	0	0
11-50 henkilöä (35)	34	51	11	3	0
51 ja yli (22)	27	50	18	5	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,428					
Kyllä (55)	33	53	13	2	0
Ei (25)	24	68	4	4	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,601					
Kyllä (56)	34	55	9	2	0
Ei (25)	20	64	12	4	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,977					
Kyllä (44)	32	57	9	2	0
Ei (36)	28	61	8	3	0
Summamuuttuja	29	59	10	2	0

Taulukko 5. Toimittajien mielikuvat poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.1.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin ystävällisyydestä kansalaisia kohtaan taustamuuttujittain tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat ystävällisyydestä kansalaisia kohtaan ovat positiiviset, mutta tarkemmin tarkasteltuna taustamuuttujien välillä löytyy mielenkiintoisia mielikuvallisia havaintoja, joista voidaan todeta seuraavaa:

Poliisin johto, hallinto ja esikuntapalveluissa sekä liikennesektorilla mielikuvat poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä ovat hieman pidättyväisemmät kuin muilla poliisin työskentelypaikoilla. Liikennesektorilla sekä yleensä liikenteen parissa kansalaisiin luodaan lukuisa määrä asiakaskontakteja päivittäin, joten käyttäytymisen ystävällisyys on tärkeässä asemassa.

Työkokemuksen karttuessa poliisihenkilöstön mielikuvat ystävällisyydestä paranevat. Vastaavasti toimittajilla työkokemusryhmän nuorimmilla ja vanhimmilla mielikuvat ovat positiivisemmat.

Huolimatta ammattimaisesta mielikuvasta, jota poliisi luo, poliisin aktiviteetit ja tapahtumat herättävät syviä tunteita sekä positiivisia että negatiivisia poliisissa ja kansalaisissa itsessään. Jokaista kansalaista tulisi kohdella ystävällisesti, vaikka tilanteet ja ajankohta vaihtelevat. Ehrlichit (1999, 112) toteavat, että poliisin omien tunteiden johtaminen on erittäin tärkeää. Poliisin ei tulisi epäonnistua omien tunteiden hallinnassa, koska se voi tulla erittäin kalliiksi taloudellisesti tai menetettynä ihmishenkenä.

Pohjois-Karjalassa toimittajilla on positiivisimmat mielikuvat käyttäytymisen ystävällisyydestä ja poliisihenkilöstöllä vastaavasti Etelä-Savossa. Toimittajilla selvästi pidättyväisemmät mielikuvat ystävällisyydestä ovat Pohjois-Savossa, josta vastaajilla 6 % on mukana myös kielteisiä mielikuvia. Etelä-Savon osalta mielikuvat ovat molemmilla vastaajaryhmillä lähes samanlaiset.

Alle 10 henkilön työpaikoilla mielikuvat käyttäytymisestä ovat toimittajilla positiivisemmat kuin poliisin henkilöstöllä itsellään. Ilman asiakaskokemusta olevilla toimittajilla ja poliisihenkilöstöllä mielikuvat ovat positiivisemmat kuin kokemusta saaneilla. Poliisihenkilöstön että toimittajien mielikuvalliset asiakaskokemustilanteet ovat hivenen positiivisemmat kuin aidot kokemustilanteet. Toimittajat, jotka ovat olleet poliisin mukana, heillä on hiukan positiivisemmat mielikuvat ystävällisyydestä kuin ei mukana olleilla toimittajilla. Sillä oliko vastaava toimittaja, ei näyttänyt olevan merkitystä. Poliisin päällystöllä on positiivinen

mielikuva poliisin ystävällisestä käyttäytymisestä. Siirryttäessä alipäälylystään ja miehistöön mielikuvat hieman huononevat. Poliisin käyttäytymiseen liittyy poliisin noudattamat arvot ja organisaation identiteetti.

Identiteetin rakentuu on tärkeää ymmärtää, että poliisi yksilönä ei pelkää omaksu toisten rooleja, ystävällistä käyttäytymistä ja asenteita, vaan organisaation ja sen ympärillä olevan maailman. Identiteetillä paikannutaan tiettyyn objektiiviseen maailmaan ja yksilötasolla mukautuminen tapahtuu subjektiivisesti ainoastaan tähän maailmaan. (Berger & Luckman 1994, 150.) Ystävällisyys on siten syvempi osa jokaisen käyttäytymistä. Vuoden 2012 poliisibarometrissa verrattiin poliisin käyttäytymistä kansalaisten kokemuksiin vuosina 1999-2012. Poliisibarometrejä on toteutettu joka toinen vuosi. Barometrissä poliisi on saanut yli 70 % positiivista palautetta käyttäytymisestään. Merkille pantavaa on se, että eri osa-alueilla kansalaisten kokemukset ovat huonontuneet hieman vuosien varrella muutamia prosenttiyksiköitä ja mielikuva asiakkaan arvostuksesta ei välity riittävästi palvelutilanteissa. (Poliisibarometri 2012, 71-72.)

Yhteenvetona (kts. taulukko 6) voidaan todeta poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien poliisin ystävällisyydestä olevan jokseenkin samanlaiset ja positiiviset. Mielikuvaerot eivät muodosta kuilua ja eivät ole myöskään tilastollisesti merkitseviä ($p=0,292$). Aikaisemmista tutkimuksista voidaan todeta, että poliisin vahvuuksia ovat ymmärtäväinen ja asiallinen asennoituminen (Poliisibarometri 2010, 68). Ehrlich ja Ehrlich mukaan (1994, 112) tunteet ovat tuntemuksia, mitä ihmiset kokevat, välittävät, ilmaisevat ja johtavat. Bergerin ja Luckmanin mukaan (1994, 150) yksilöt omaksuvat organisaation edustaman maailman. Poliisin ystävällisyys näkyy ihmisten kokemuksina, mitä välitetään ja ilmaistaan. Poliisin ystävällinen käyttäytyminen näkyy tässä tutkimuksessa sekä henkilöstön omissa mielikuvissa että toimittajien mielikuvissa lähes samanlaisina. Worralin mukaan (1999, 47) imago sisältää käsityksiä poliisin ystävällisyydestä.

Poliisin käyttäytyminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Ystävällisyys $p=0,292$	Poliisin vahvuuksia ymmärtäväinen ja asiallinen asennoituminen (Poliisibarometri 2010) Tunteiden johtaminen (Ehrlich & Ehrlich, 1999) (Berger & Luckman, 1994)	Summamuuttuja poliisin ystävällisyydestä	Käyttäytyminen erittäin ystävällistä 87 % (+) 2 % (-)	Käyttäytyminen erittäin ystävällistä 88 % (+) 2 % (-)	Vähän 1 % (+) 0 % (-)

Taulukko 6. Yhteenveto käyttäytymisen ystävällisyydestä

5.1.3 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Kääriäinen toteaa, että hyvin toimivat sosiaaliset verkostot tuottavat yleistä luottamusta ihmisten kesken (Kääriäinen 2007, 412). Keskeisimmät havainnot ja mielikuvalliset erot luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna (kts. taulukko 7) voidaan tiivistää poliisihenkilöstön osalta seuraavasti. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia.

- Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin luotettavuudesta ovat kauttaaltaan positiiviset.
- Vertailtaessa sukupuolten välistä mielikuvaa, havaitaan miesten luottamuksen olevan poliisiin toimintaan hieman korkeampi kuin naisilla.
- Alle 35-vuotiailla vastaajilla mielikuva luotettavuudesta on parempi kuin vanhemmilla ikäryhmillä.
- Poliisin valvonta- ja hälytyssektorin mielikuva luotettavuudesta on hiukan parempi kuin muilla sektoreilla.
- Maakunnittain tarkasteltuna Etelä-Savon henkilöstö pitää poliisin toimintaa hieman luotettavampana kuin muiden maakuntien poliisihenkilöstö.
- Eniten työkokemusta olevalla henkilöstöllä on hivenen parempi mielikuva luotettavuudesta kuin nuoremmilla, vaikka erot ovat hyvin pieniä.
- Työpaikan koon kasvaessa mielikuva luotettavuudesta on korkeampi.
- Vastaajat, joilla ei ole omaa asiakaskokemusta poliisin kanssa pitävät luottamusta korkeampana kuin henkilöt, joilla on asiakaskokemusta.
- Poliisin päällystöllä on kova luottamus (97 %) poliisin toimintaan. Alipäällystö ja miehistö ovat hiukan pidättyväisempiä mielikuvissaan ja mukana on hieman myös kielteisiä mielikuvia.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,441					
Nainen (71)	28	55	14	3	0
Mies (224)	32	58	8	2	0
IKÄ p=0,441					
Alle 35-vuotiaat (60)	27	68	5	0	0
36-45-vuotiaat (83)	32	51	14	2	0
46-55-vuotiaat (108)	33	55	8	4	0
Yli 56-vuotiaat (45)	29	62	9	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,361					
Johto, hallinto ja esikuntapalvelut (25)	32	52	16	0	0
Poliisin lupahallinnossa (26)	19	65	15	0	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	29	61	7	4	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (98)	26	58	5	1	0
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (119)	38	48	11	3	0
MAAKUNTA p=0,434					
Etelä-Savo (117)	32	60	6	2	0
Pohjois-Karjala (77)	32	57	8	3	0
Pohjois-Savo (100)	27	56	15	2	0
TYÖKOKEMUS p=0,428					
Alle 15 vuotta (131)	31	56	11	2	0
16-25 vuotta (64)	27	61	11	2	0
Yli 26 vuotta (101)	34	57	6	3	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,303					
Alle 10 henkilöä (17)	12	71	18	0	0
11-50 henkilöä (102)	30	59	10	2	0
51 ja yli (176)	34	55	9	2	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,104					
Kyllä (171)	32	53	12	3	0
Ei (119)	29	64	6	1	0
POLIISINA p=0,769					
Päällystössä (34)	41	56	3	0	0
Alipäällystössä (63)	33	56	6	5	0
Miehistössä (147)	30	58	10	2	0
Summamuuttuja	30	58	10	2	0

Taulukko 7. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 8) poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta ovat positiiviset, mutta neutraalien vastausten määrä korostuu. Negatiivisia ääripäitä löytyy hiukan jokaisesta taustamuuttujaryhmästä ja ne voidaan tiivistää mielikuvallisten erojen osalta seuraavasti:

- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna naistoimittajista puolet pitää poliisin käyttäytymistä positiivisesti luotettavana ja lähes puolella ei ole selvää mielikuvaa asiasta. Miespuolisista toimittajista lähes 70 % on positiiviset mielikuvat, mutta vastaavasti 10 % kielteiset mielikuvat.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna positiivisin mielikuva käyttäytymisen luotettavuudesta on yli 46-vuotiailla toimittajilla.
- Sillä, kuuluuko sanomalehden toimitukseen vai radio/tv-toimitukseen ei näytä olevan suurta eroa mielikuvissa.
- Maakunnallisesti tarkasteltuna Etelä-Savon (95 %) ja Pohjois-Karjalan (86 %) toimittajilla on positiivisemmat mielikuvat poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta kuin Pohjois-Savon toimittajilla (72 %).
- Eniten työkokemusta olevilla toimittajilla on positiivisemmat mielikuvat luotettavuudesta verrattuna nuorempaan toimittaja polveen.
- Pienillä työpaikoilla luottamus poliisin käyttäytymiseen on vahvempi kuin suurilla työpaikoilla.
- Toimittajilla, joilla on asiakaskokemus poliisista, luottamus käyttäytymiseen on parempi (86 %) verrattuna ei kokemusta saaneisiin toimittajiin (76 %).
- Toimittajat, jotka ovat olleet poliisin mukana, luottamus poliisin käyttäytymiseen on parempi (68 %) verrattuna ei mukana olleisiin toimittajiin (40 %).
- Poliisiasioihin keskittyvillä toimittajilla luottamus poliisin käyttäytymiseen on hiukan parempi verrattuna muihin toimittajiin.

Toimittajien mielikuvat poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,302					
Nainen (42)	12	40	45	2	0
Mies (39)	5	61	23	10	0
IKÄ p=0,259					
Alle 35-vuotiaat (17)	23	41	29	6	0
36-45-vuotiaat (19)	37	37	21	5	0
46-55-vuotiaat (23)	48	48	0	0	4
Yli 56-vuotiaat (22)	36	54	4	4	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,624					
Sanomalehden toimituksessa (62)	35	47	13	3	2
Radion/TV toimituksessa (19)	42	42	11	5	0
MAAKUNTA p=0,663					
Etelä-Savo (24)	46	46	4	4	0
Pohjois-Karjala (21)	38	48	9	5	0
Pohjois-Savo (33)	30	42	21	3	3
TYÖKOKEMUS p=0,491					
Alle 15 vuotta (31)	26	48	19	6	0
16-25 vuotta (18)	50	33	17	0	0
Yli 26 vuotta (32)	41	50	3	3	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,499					
Alle 10 henkilöä (24)	37	58	0	4	0
11-50 henkilöä (35)	46	34	14	3	3
51 ja yli (22)	23	50	23	4	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,317					
Kyllä (55)	44	42	11	2	2
Ei (25)	24	52	16	8	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,637					
Kyllä (56)	7	61	30	2	0
Ei (25)	12	28	44	16	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,725					
Kyllä (44)	39	45	14	2	0
Ei (36)	33	47	11	6	3
Summamuuttuja	34	45	15	4	1

Taulukko 8. Toimittajien mielikuvat poliisin luotettavuudesta

5.1.4 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta ovat positiivisemmat kuin toimittajilla. Toimittajien mielikuvissa on enemmän pidättäväisyyttä kuin poliisihenkilöstöllä. Vertailtaessa poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvia toisiinsa sukupuolen mukaan, havaitaan poliisihenkilöstön miehillä ja naisilla olevan positiivisempi mielikuva käyttäytymisen luotettavuudesta kuin vastaavasti toimittajilla. Miespuolisilla toimittajilla nousee esiin myös negatiivinen ääripää (10 % vastaajista)-

Luottamus on erittäin laaja kokonaisuus, joka toimii molempiin suuntiin. Virran mukaan poliisin on erittäin vaikea saada yhteisöltä tarvittavaa tietoa ilman luottamusta. Esimerkiksi lähipoliisimallin tarkoitus on rakentaa ja ylläpitää luottamusta ja hyviä suhteita poliisin ja kansalaisten välillä. (Virta 2008, 36-37.) Hyvän poliisi-imagon ylläpitäminen on enenevässä määrin vaikeampaa kuin aikaisemmin (Mawby 2014, 254). Kansalaiset, jotka ilmoittavat matalaa tyytyväisyyttä poliisitoimintaa kohtaan, ilmaisevat vähemmän suositteluvia käsityksiä poliisista yleensäkin (Schaffer, Huebner & Bynum 2003, 446).

Suurin ero löytyy nuorien toimittajien ja nuorien poliisihenkilöstön edustajien mielikuvien välillä. Nuoremman ikäluokan (alle 35-vuotiaat) toimittajilla (64 %) mielikuvat ovat kielteiset ja nuorella poliisihenkilöstöllä (alle 35-vuotiaat) mielikuvat ovat positiiviset (95 %). Havaintoa tukee myös saatu tulos työkokemuksen mukaan, missä alle 15 vuotta työkokemusta omaavilla toimittajilla mielikuva käyttäytymisen luotettavuudesta poliisiin on työkokemustaustamuuttujaryhmän alhaisin.

Poliisibarometrin 2012 mukaan luottamus yleensä poliisiin on keskimääräistä parempi yli 60-vuotiailla ja keskimääräistä alhaisempi alle 25-vuotiaiden keskuudessa (Poliisibarometri 2012, 19). Nuori ikä on usein vahva selittäjä olettamukselle, että sillä on käänteinen suhde iän ja positiivisten tuntemusten kanssa. Logiikka tämän takana on se, että nuorilla on usein negatiivisia kokemuksia poliisin kanssa nuorena ja tämä kallistaa enemmän negatiivisille olettamuksille. (Schaffer ym. 2003, 444.) Kääriäisen mukaan vanhemmat ihmiset luottavat enemmän poliisiin kuin nuoremmat. Naisilla on enemmän luottamusta poliisin kuin miehillä. Kotona työskentelevillä on enemmän luottamusta poliisiin kuin niillä, jotka ovat palkkatyössä ja vastaavasti työttömät eivät luota niin paljon poliisiin kuin palkkatyössä olevat. Pienillä paikkakunnilla ja maalla asuvat ihmiset luottavat

enemmän poliisiin kuin kaupunkilaiset. Tämä korreloi ilmeisesti vahvasti sosiaalisen verkoston vahvuuteen. Maalla ihmiset tuntevat toisensa ja verkosto voi olla laajempi kuin kaupungissa. (Kääriäinen 2007, 424.)

Maakunnittain tarkasteltuna sekä poliisihenkilöstön että toimittajien mielikuvat osoittavat samanlaisuutta. Etelä-Savossa mielikuva luotettavuudesta on vahvin ja heikoin se on Pohjois-Savossa.

Toimittajat, jotka työskentelevät alle 10 henkilön työpaikoilla luottamus poliisiin käyttäytymiseen on korkeampi kuin isommilla työpaikoilla. Poliisihenkilöstön keskuudessa tulos on päinvastainen. Tutkimuksissa on havaittu, että poliisitoiminnan ja yhteisön välisen toimimattomuuden suurimmaksi ongelmaksi nähdään luottamuksen puute yhteisön ja poliisin välillä (Kusow, Wilson & Martin 1997, 657). Toimittajilla, joilla on asiakaskokemus poliisin kanssa luottamus poliisiin käyttäytymiseen on positiivisempi kuin ei kokemusta omaavilla toimittajilla. Poliisin mukana toimitustehtävissä olleilla toimittajilla on positiivisempi mielikuva poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta kuin toimittajilla, joilla tätä kokemusta ei ole. Tätä tukee myös tulos siitä, että poliisiasioista vastaavilla toimittajilla on parempi mielikuva käyttäytymisen luotettavuudesta kuin muilla toimittajilla. Useissa tutkimuksissa on havaittu, että terve poliisi-kansalaissuhde voi oleellisesti alentaa kansalaisten suhtautumista pelolla rikollisuuteen (Cheng 2015, 692).

Poliisin käyttäytymisen ohjaamiseen liittyy poliisin saamia lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportti vuodelta 2016. Siinä on pohdittu ulkopuolisen täydentävän rahoituksen käyttämistä poliisitoiminnassa luottamuksen näkökulmasta, voiko kunta tai kaupunki osallistua poliisitoiminnan rahoittamiseen omalla alueellaan esimerkiksi liikenteen tai järjestyksen valvontaa liittyvissä tehtävissä ja muodostaa tätä kautta mielikuvia siitä, että joku kaupunki saa parempaa palvelua poliisilta tätä kautta. Kannanotossa on pohdittu asiaa kansalaisten yhdenvertaisen kohtelun vaatimusten ja periaatteiden kannalta ja todettu, että kyseinen toiminta voi johtaa eri kaupungit ja kunnat eriarvoiseen asemaan. Lisäresurssien hankkiminen ei saisi vaikuttaa yleiseen luottamukseen poliisia kohtaan. Järjestely ei saisi johtaa sellaiseen mielikuvan syntymiseen, missä kaupungin ja poliisin välillä on kytköksiä, joiden vuoksi lisäresurssija hankkinut paikkakunta olisi suhteessa poliisin muita paremmassa asemassa ja vaikuttaisi tätä kautta poliisin käyttäytymiseen. Liiketaloudellisin perustein toimiva lahjoittajan toiminta on arvioitava erityisen tarkkaan luottamuksen näkökulmasta, koska liiketoiminta saattaa saada jatkuvaa imagohyötyä lahjoittamalla varoja julkiseen

käyttöön. Kenellekään ei saa muodostua käsitystä, että poliisi tekee tiettyjen tahojen kanssa tavallisuudesta poikkeavaa yhteistyötä ja saa vastavuoroisesti muita parempaa palvelua. (Poliisin saama lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportti 2016, 28-32.)

Poliisin saamia lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportissa (2016, 9 ja 21) on pohdittu mielikuvia oikeuskanslerin kannanotossa Tekniikan maailmalta lahjoituksena saamaan henkilöautoon (Dnro: OKV/1536/2013). Oikeuskanslerin mukaan luottamusta viranomaisten toiminnan puolueettomuuteen ja riippumattomuuteen voi vaarantaa helposti vääräkin mielikuva siitä, että poliisi toimii lahjoittajan kanssa jollain tavoin yhteistyössä, mitä vahvistaa mielikuva esimerkiksi yhteisistä esiintymisistä. Ongelmana nähdään myös mielikuvien syntyminen siitä, että lahjoittaja saa parempaa palvelua tai se, että poliisi mainostaa lahjoittajaa kyseisen auton rekisteritunnuksella. Tutkimuksissa on todettu, että ihmisten kokemukset jokapäiväisessä elämässä kasvattavat heidän uskoaan legitiimiyteen normeja ja instituutiota kohtaan (Kääriäinen 2007, 414).

Yhteenvedona (kts. taulukko 9) voidaan todeta, että tässä tutkimuksessa mielikuvaerot muodostavat poliisin käyttäytymisen luotettavuudessa hieman kuilua poliisihenkilöstön ja toimittajien välille. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin luotettavuudesta ovat hiukan positiivisemmat poliisihenkilöstöllä itsellään kuin toimittajilla. Toimittajilla on mielikuvissa hivenen enemmän kielteisyyttä verrattuna poliisihenkilöstöön. Mielikuvakuilua ei todettu myöskään tilastollisesti merkitseväksi ($p=0,124$). Aikaisemmissa tutkimuksissa Kusow ym. (1997, 657) ovat havainneet, että poliisitoiminnan ja yhteisön välisen toimimattomuuden suurimmaksi ongelmaksi nähdään luottamuksen puute yhteisön ja poliisin välillä. Tässä tutkimuksessa poliisin käyttäytyminen herättää luottamusta, joten poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä luottamusongelmaa ei näytä olevan.

Poliisin käyttäytyminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Luotettavuus $p=0,124$	Luottamus vaikuttaa poliisin imagoon (Kääriäinen, 2007, Kusow ym, 1997)	Summamuuttuja poliisin luottamuksesta	Käyttäytyminen on erittäin luottamusta herättävää 89 % (+) 2 % (-)	Käyttäytyminen on luottamusta herättävää 83 % (+) 5 % (-)	Hieman 6 % (+) 3 % (-)

Taulukko 9. Yhteenvedo poliisin käyttäytymisen luotettavuudesta

5.1.5 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin ammattitaidosta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstö pitää itseään ammattitaitoisena läpi koko taustamuuttujaryhmän. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Poliisihenkilöstön mielikuvista ja havaittavista mielikuvallisista eroista (kts. taulukko 10) voidaan todeta seuraavaa:

- Alle 35-vuotiaat pitävät poliisia (90 %) erittäin tai melko ammattitaitoisena ja luottamus omaan osaamiseen on jo nuorena korkea. Yli 56-vuotiaat pitävät myös poliisia erittäin tai melko, ammattitaitoisena (93 %).
- Poliisin johdossa mielikuvat poliisin ammattitaidosta ovat erittäin korkeat ja hieman matalammat alipäällystöllä ja miehistöllä.
- Maakunnittain tarkasteltuna Etelä-Savon (91 %) ja Pohjois-Karjalan (87 %) poliisihenkilöstö pitää itseään hieman ammattitaitoisempana kuin Pohjois-Savon henkilöstö (84 %).
- Työpaikan koon kasvaessa isompiin yksiköihin mielikuvat ammattitaidosta paranevat. Heikoimmat mielikuvat näyttävät olevan alle 10 henkilön työpaikoilla, missä 6 %:lla vastaajista on melko negatiivinen kuva ammattitaidosta. Suurempien ja pienempien työyksiköiden välillä on havaittavissa mielikuvallinen ero.
- Niillä poliisihenkilöillä, joilla ei ole omakohtaista kokemusta poliisin kanssa asioinnista, mielikuvat ovat hieman paremmat (94 %) kun vastaavasti asiakaskokemusta saaneilla mielikuvat ovat hieman alemmat (83 %).
- Päällystön edustajat pitävät poliisin ammattitaitoa korkeana (97 %), kun vastaavasti alipäällystön ja miehistön vastaajista 10 % nostaa esiin hiukan enemmän pidättyväisempiä mielikuvia.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ammattitaidosta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,176					
Nainen (71)	25	59	14		1
Mies (223)	32	57	9	2	0
IKÄ p=0,578					
Alle 35-vuotiaat (59)	36	54	10	0	0
36-45-vuotiaat (83)	35	51	12	1	1
46-55-vuotiaat (108)	27	59	11	3	0
Yli 56-vuotiaat (45)	24	69	7	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,704					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	32	56	4	0	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	29	57	14	0	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (97)	32	58	7	2	0
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (119)	32	55	11	2	1
MAAKUNTA p=0,379					
Etelä-Savo (117)	27	64	7	2	0
Pohjois-Karjala (76)	34	53	10	1	1
Pohjois-Savo (100)	30	54	15	1	0
TYÖKOKEMUS p=0,260					
Alle 15 vuotta (130)	35	49	15	1	1
16-25 vuotta (64)	25	66	8	2	0
Yli 26 vuotta (101)	29	62	7	2	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,514					
Alle 10 henkilöä (17)	18	59	18	6	0
11-50 henkilöä (102)	28	61	11	0	0
51 ja yli (175)	33	55	4	2	1
ASIAKASKOKEMUS p=0,064					
Kyllä (171)	30	53	14	2	1
Ei (118)	31	63	6	0	0
POLIISINA p=0,619					
Päällystössä (34)	21	76	3	0	0
Alipäällystössä (63)	33	56	8	3	0
Miehistössä (143)	33	54	11	1	1
Summamuuttuja	29	59	9	1	0

Taulukko 10. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ammattitaidosta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Toimittajien mielikuvista (kts. taulukko 11) ja havaituista mielikuvallisista eroista voidaan todeta seuraavaa:

- Miespuolisilla toimittajilla on positiivisempi mielikuva poliisin ammattitaitoon kuin naispuolisilla toimittajilla. Naispuoliset vastaajat ovat hiukan pidättyväisempiä poliisin ammattitaitoon liittyvistä mielikuvista muodostaen näin hivenen eroa naisten ja miesten mielikuvien välille.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna 46-55-vuotiailla toimittajilla (95 %) on positiiviset mielikuvat, kun muilla ikäryhmillä mielikuvat ovat hiukan heikommat (80 %).
- Työpaikan koon kasvaessa suuremmaksi mielikuvat ammattitaidosta paranevat.
- Sanomalehtien toimittajilla (85 %) on hiukan parempi mielikuva poliisin ammattitaidosta kuin radio ja tv toimittajilla (74 %).
- Sillä, onko toimittajalla omakohtaista asiakaskokemusta tai toimiiko hän vastaavana toimittajana poliisiin liittyvissä asioissa, ei näyttänyt olevan merkitystä mielikuviiin.
- Poliisin mukana olleilla toimittajilla (85 %) on positiivisemmat mielikuvat poliisin ammattitaidosta verrattuna ei poliisin mukana olleisiin toimittajiin (76 %). Vastaaajaryhmien välillä on havaittavissa pieni mielikuvallinen ero.

Toimittajien mielikuvat poliisin ammattitaidosta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,134					
Nainen (42)	31	45	24	0	0
Mies (39)	46	44	8	3	0
IKÄ p=0,369					
Alle 35-vuotiaat (17)	29	47	24	0	0
36-45-vuotiaat (19)	42	37	21	0	0
46-55-vuotiaat (23)	43	52	0	4	0
Yli 56-vuotiaat (22)	36	41	23	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,714					
Sanomalehden toimituksessa (62)	40	45	13	2	0
Radion/TV toimituksessa (19)	32	42	26	0	0
MAAKUNTA p=0,832					
Etelä-Savo (24)	46	42	12	0	0
Pohjois-Karjala (21)	38	43	19	0	0
Pohjois-Savo (33)	30	48	18	3	0
TYÖKOKEMUS p=0,270					
Alle 15 vuotta (31)	32	45	23	0	0
16-25 vuotta (18)	56	33	11	0	0
Yli 26 vuotta (32)	34	50	12	3	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,933					
Alle 10 henkilöä (24)	33	46	21	0	0
11-50 henkilöä (35)	40	46	11	3	0
51 ja yli (22)	41	41	4	0	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,694					
Kyllä (55)	42	40	16	2	0
Ei (25)	32	52	16	0	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,423					
Kyllä (56)	39	46	14	0	0
Ei (25)	36	40	20	4	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,670					
Kyllä (44)	39	43	18	0	0
Ei (36)	36	47	14	3	0
Summamuuttuja	38	44	16	1	0

Taulukko 11. Toimittajien mielikuvat poliisin ammattitaidosta taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.1.6 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin ammattitaidosta

Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat eroavat hieman toisistaan sukupuolen mukaan tarkasteltuna. Naispuolisilla toimittajilla on hieman heikompi mielikuva poliisin ammattitaidosta verrattuna poliisihenkilöstön naisvastaajiin. Miespuolisilla vastaajilla oli lähes identtisesti paremmat mielikuvat poliisin ammattitaidosta kuin naisvastaajilla. Reisig & Correia toteavat (1997, 313) naisten olevan taipuvaisia näkemään poliisin palveluorientoituneena, kun taas miehet näkevät poliisin enemmän valvontaorientoituneina.

Ikäryhmittäin tarkasteltuna poliisihenkilöstöllä on hieman positiivisempi mielikuva poliisin ammattitaidosta kuin toimittajilla. Poikkeuksena on toimittajien ikäryhmä 46-55 -vuotiaat, joiden mielikuva oli poliisihenkilöstön mielikuvien kanssa samanlainen.

Työskentelypaikan mukaan poliisihenkilöstöllä on melko samanlaiset ja positiiviset mielikuvat ammattitaidosta. Suurin ero tulee verrattaessa sanomalehden sekä radio-/ tv -toimittajien mielikuvia toisiinsa. Radio-/tv -toimittajilla positiivisia mielikuvia on reilut 10 % vähemmän verrattuna sanomalehden toimittajiin. Työpaikan koon kasvaessa molemmissa vastaajaryhmissä mielikuvat ammattitaidosta paranevat.

Maakunnittain tarkasteltuna poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat noudattavat samanlaisuutta, joissa paras mielikuva molemmilla on Etelä-Savossa, sitten Pohjois-Karjalassa ja hieman kielteisempi Pohjois-Savossa. ”Poliisin vahvuuksia ovat ymmärtäväinen ja asiallinen asennoituminen asiakkaaseen sekä ammattitaitoinen toimintatapa” (Poliisibarometri 2012, 71).

Poliisin asiakaskokemuksen kokeneiden poliisihenkilöiden mielikuva poliisin ammattitaidosta ei ole niin positiivinen kuin ei kokeneilla. Toimittajilla mielikuva on molemmilla kokemusryhmillä samanlainen asiakaskokemuksen kokeneiden poliisien kanssa. Tämä on verrattain mielenkiintoinen ja samalla itsekriittinen tulos poliisihenkilöstöltä. Tutkimusten mukaan on tärkeää, kuinka poliisit uskovat itseensä, omaan tekemiseensä ja käsityksiinsä poliisista. Näillä on havaittu vahva yhteys työtyytyväisyyteen ja kokonaisvaltaiseen tehokkuuteen heidän työssään. (Wilson & Wilson 2015, 6; Ehrlich & Ehrlich 1999, 112.)

Poliisin ohjeiston puolelta nostan tässä yhteydessä esiin mielikuvamaininnan kriittisten tilanteiden läpikäymisestä poliisin ohjeesta. Poliisin ammattitaitoon

kuuluu kriittisten tilanteiden läpikäynti ammattimaisesti, joissa tilanteisiin liittyviä mielikuvia käydään läpi johdetusti. Kriittisten tilanteiden purkutilanteita järjestetään kriittisissä tilanteissa mukana olleiden henkilöiden välittömien kokemusten ja mielikuvien purkuun (Helsingin poliisilaitoksen ohje 2013, 2).

Yhteenvetona (kts. taulukko 12) voidaan todeta poliisihenkilöstön mielikuvien poliisin ammattitaidosta olevan vähän parempi kuin toimittajilla. Mielikuvaerot muodostavat vähän kuulua, mutta eivät ole tilastollisesti merkitseviä ($p=0,281$). Aikaisemmissa tutkimuksissa Wilsonit (2015, 6) ja Ehrlichit (1999, 112) ovat todenneet tärkeiksi poliisin omat käsitykset ammattitaidostaan. Poliisibarometritutkimusten mukaan (2012, 71) on myös tärkeää, että poliisilla on ymmärtäväisen ja asiallisen asennoitumisen lisäksi ammattitaitoinen toimintatapa. Tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstön vastaajilla 87 % ja toimittajilla 82 % on erinomainen mielikuva poliisin ammattitaidosta.

Poliisin käyttäytyminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Ammattitaito $p=0,281$	Ammattitaito vaikuttaa poliisin imagoon (Wilson & Wilson, 2015) (Ehrlich & Ehrlich, 1999)	Summamuuttuja poliisin ammattitaidosta	Ammattitaito on erinomainen 87 % (+) 1 % (-)	Ammattitaito on erinomainen 82 % (+) 1 % (-)	Vähän 5 % (+) 0 % (-)

Taulukko 12. Yhteenveto poliisin käyttäytymisen ammattitaidosta

5.1.7 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta taustamuuttujittain tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. taulukko 13) poliisin käyttäytymisen reagoivuudesta poliisille kuuluviin asioihin ja yleensä poliisin toimeen tarttumisesta (reagoinnista) eri taustamuuttujaryhmissä tarkasteltuna eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Poliisin reagoivuuteen liittyvät mielikuvat ovat poliisihenkilöstöllä (40 %) pidättyväisiä tai reagoivuudesta ei ole vastaajilla selvää mielikuvaa. Reagoivuudesta ja siihen liittyvistä mielikuvista ja mielikuvallisista eroista voidaan todeta seuraavaa:

- Jokaisessa taustamuuttujaryhmässä positiivisten mielikuvien rinnalla ilmenee myös kielteisiä mielikuvia poliisin reagoivuudesta.
- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna miehillä (50 %) on hiukan positiivisempi mielikuva poliisin reagoivuudesta kuin naisilla (40 %).
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna 36-55-vuotiailla on havaittavissa positiivisemmat mielikuvat kuin muilla ikäryhmillä.
- Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla mielikuva reagoivuudesta on eri sektoreiden välillä positiivisin. Lupahallinnon työntekijöillä korostuu mielikuvissa pidättyväisyys ja hitaaseen reagoivuuteen liittyviä mielikuvia on enemmän kuin muilla sektoreilla.
- Maakunnittain tarkasteltuna poliisihenkilöstön positiiviset mielikuvat ovat jakautuneet tasaisesti ja ainoa ero tulee Pohjois-Savon kohdalla, missä 16 % vastaajista pitää poliisin reagoivuutta hitaana ja muodostaen näin hieman mielikuvallista eroa maakunnallisten poliisitoimintojen välille.
- Pienillä työpaikoilla (alle 10 henkilöä) poliisin reagoivuus sai vähiten positiivisia mielikuvia (18 %) ja samalla kielteisten mielikuvien määrä (23 %) korostuu. Suuremmilla poliisin työpaikoilla mielikuvat reagoivuudesta ovat paremmat ja kielteisten mielikuvien määrä vähäisempi kuin alle 10 henkilön työpaikoilla.

- Päällystön mielikuva reagoivuudesta on hieman parempi (56 %) kuin alipäällystöllä (47 %) ja miehistöllä (50 %).

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin reagoivuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,375					
Nainen (70)	9	31	50	9	1
Mies (223)	13	37	37	12	1
IKÄ p=0,193					
Alle 35-vuotiaat (60)	7	38	47	7	2
36-45-vuotiaat (83)	13	35	35	16	0
46-55-vuotiaat (107)	14	38	34	12	2
Yli 56-vuotiaat (44)	11	25	54	7	2
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,363					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (24)	12	21	58	8	0
Poliisin lupahallinnossa (25)	0	28	56	16	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	21	32	39	7	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (98)	14	43	34	9	0
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (119)	10	35	38	13	0
MAAKUNTA p=0,738					
Etelä-Savo (117)	14	35	41	8	2
Pohjois-Karjala (76)	7	38	43	10	1
Pohjois-Savo (99)	12	35	36	15	1
TYÖKOKEMUS p=0,719					
Alle 15 vuotta (130)	10	38	40	12	0
16-25 vuotta (63)	11	33	38	16	2
Yli 26 vuotta (101)	15	35	41	8	2
TYÖPAIKAN KOKO p=0,089					
Alle 10 henkilöä (17)	12	6	59	23	0
11-50 henkilöä (102)	7	41	37	14	1
51 ja yli (174)	15	36	39	9	1
ASIAKASKOKEMUS p=0,667					
Kyllä (170)	12	32	43	12	1
Ei (118)	12	40	37	9	2
POLIISINA p=0,925					
Päällystössä (34)	18	38	38	6	0
Alipäällystössä (62)	13	34	40	11	2
Miehistössä (144)	11	39	34	14	2
Summamuuttuja	12	33	42	11	1

Taulukko 13. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajilla mielikuvat (kts. taulukko 14) ovat hiukan kielteisempiä kuin poliisihenkilöstöllä ja toimittajien välisistä mielikuvista ja mielikuvallisista eroista voidaan tiivistetysti mainita seuraavaa:

- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna miehillä on positiivisempi mielikuva (56 %) kuin naisilla (45 %), mutta samalla naisilla korostuu kielteiset mielikuvat (26 %). Sukupuolten välillä on havaittavissa mielikuvallisia eroja.
- Toimittajien ikäryhmässä 36-45-vuotiaat erottuvat muita ikäryhmiä paremmin mielikuvien jakauma, missä positiivisten mielikuvien määrä on 37 % ja vastaavasti kielteisten mielikuvien määrä 42 % (* $p=0,04$).
- Työkokemusryhmässä 16-25 vuotta on havaittavissa samanlainen jakauma positiivisten ja kielteisten mielikuvien välillä.
- Maakunnittain tarkasteltuna Etelä-Savossa on hieman positiivisempi mielikuva poliisin reagoivuudesta verrattuna Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon maakuntien toimittajien mielikuviiin.
- Keskikokoisessa työpaikassa (11-50 henkilöä) mielikuvat ovat hieman kielteisemmät kuin alle 10 henkilön tai yli 51 henkilön työpaikoissa.
- Toimittajilla, joilla on omakohtainen asiakaskokemus poliisin toimenpiteistä mielikuvat ovat kielteisemmät reagoivuudesta kuin ei omakohtaista kokemusta saaneilla vastaajilla.
- Niillä toimittajilla, jotka ovat olleet poliisin mukana työtehtävissä, mielikuva on hiukan parempi verrattuna niihin toimittajiin, jotka eivät ole olleet poliisin mukana.
- Vastaavasti poliisi asioihin keskittyvillä toimittajilla mielikuva on hiukan huonompi kuin muilla toimittajilla.

Toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,443					
Nainen (42)	5	40	29	21	5
Mies (39)	10	46	31	13	0
IKÄ * p=0,04					
Alle 35-vuotiaat (17)	6	35	47	6	6
36-45-vuotiaat (19)	5	32	21	42	0
46-55-vuotiaat (23)	13	56	22	9	0
Yli 56-vuotiaat (22)	4	45	32	14	4
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,316					
Sanomalehden toimituksessa (62)	6	47	29	16	2
Radion/TV toimituksessa (12)	11	32	32	20	5
MAAKUNTA p=0,562					
Etelä-Savo (24)	0	54	33	8	4
Pohjois-Karjala (21)	9	38	29	19	5
Pohjois-Savo (33)	9	39	27	24	0
TYÖKOKEMUS p=0,602					
Alle 15 vuotta (31)	6	39	39	13	3
16-25 vuotta (18)	0	44	22	33	0
Yli 26 vuotta (32)	12	47	25	12	3
TYÖPAIKAN KOKO p=0,367					
Alle 10 henkilöä (24)	0	42	46	8	4
11-50 henkilöä (35)	11	37	23	26	3
51 ja yli (22)	9	54	23	14	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,495					
Kyllä (55)	9	38	29	20	4
Ei (25)	4	56	28	12	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,529					
Kyllä (56)	9	41	34	14	2
Ei (25)	4	48	20	24	4
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,563					
Kyllä (44)	4	41	32	18	4
Ei (36)	11	44	28	17	0
Summamuuttuja	7	44	29	18	3

Taulukko 14. Toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.1.8 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin reagoivuudesta

Tarkasteltaessa poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien eroja havaitaan, että naispuolisilla toimittajilla on enemmän kielteisiä mielikuvia verrattuna miespuolisiin toimittajiin tai poliisihenkilöstöön verrattuna.

Ikäryhmittäin tarkasteltuna poliisihenkilöstön mielikuvat positiivisine ja kielteisine ääripäineen ovat tasaiset, mutta toimittajavastaajaryhmässä 36-45-vuotiaat nousevat kielteisillä (42 %) mielikuvilla enemmän esiin muista ikäryhmistä. Sama kielteisyys on havaittavissa toimittajien työkokemusluokassa 16-25 -vuotiaat. Työskentelypaikan mukaan radio/tv -toimittajat omaavat hiukan huonommat mielikuvat poliisin reagoivuudesta kuin sanomalehden toimittajat. Poliisin johdossa ja lupahallinnossa korostuu pidättyvien tai ei kantaa ottavien mielikuvien määrä, mutta poliisin hälytys, liikenne ja rikostorjunnan sektorilla positiivisten mielikuvien määrä on noin puolet (50 %) jokaisella sektorilla.

Poliisin reagoivuudella on erittäin tärkeä merkitys ja sillä on suora yhteys poliisiin liittyvään luottamukseen. Reassurance Policing uudistuksella 2000-luvun alun Englannissa tavoiteltiin poliisin ja poliisitoimintaan kohdistuneen luottamuksen uudelleen rakentamista. Home Officen tekemän tutkimuksen mukaan poliisin tavoitettavuuden ja näkyvyyden katsotaan vaikuttavan yleiseen luottamukseen enemmän kuin rikostilastojen parantumisen. (Virta 2005, 83.)

Maakunnittain tarkasteltuna toimittajien mielikuvat Pohjois-Savosta ja Pohjois-Karjalasta ovat kielteisemmät kuin poliisihenkilöstöllä ja muodostavat näin mielikuvallista eroa.

Poliisihenkilöstöllä on alle 10 henkilön työpaikoilla eniten pidättyväisiä mielikuvia poliisin reagoivuudesta ja samalla kielteisten mielikuvien määrä on suurempi kuin suuremmilla työpaikoilla. Toimittajilla vastaavasti keskikokoiset työpaikat (11-50 henkilöä) muodostavat eniten kielteisiä mielikuvia. Toimittajat kokevat poliisin asiakaskokemuksen kautta poliisin reagoivuuden kielteisempänä kuin poliisihenkilöstö. Ne toimittajat, jotka eivät ole olleet toimitustehtävissä poliisin mukana omaavat enemmän kielteisiä mielikuvia kuin mukana olleet toimittajat. Vastaavasti poliisiasioihin nimetyillä toimittajilla on hivenen huonommat mielikuvat kuin muilla toimittajilla. Poliisin päällystöllä (56 %) on hieman positiivisempi mielikuva poliisin reagoivuudesta kuin alipäällystöllä (47 %) ja miehistöllä (50 %). Päällystöllä on tärkeä rooli asioihin reagoinnissa ja

käytettävissään parhaat välineet tiedon välittämiseen ja jakamiseen työyhteisössä sekä työyhteisön ulkopuolelle asioista, joihin poliisi reagoi. Tutkimuksissa on myös todettu, että poliisin ollessa aktiivinen omassa vartiomiehen roolissaan se vaikuttaa sosiaalisten rikosten kustannuksiin vähentävästi ja samalla mahdollisten rangaistusten kustannukset on torjuttu etukäteen (Nagin, Solow & Lum 2015, 93).

Yhteenvedona (kts. taulukko 15) voidaan todeta, että poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin reagoivuudesta ovat hieman pidättyvämmät verrattuna toimittajien mielikuviiin. Mielikuvien pidättyväisyys korostuu erityisesti poliisihenkilöstön työpaikoilla alle 10 henkilöä. Toimittajien mielikuvat reagoivuudesta ovat hiukan kriittisemmät kuin poliisihenkilöstöllä ja korostuvat erityisesti ikäluokassa 36-45-vuotiaat, työkokemusluokassa 16-25 vuotta ja toimittajien työpaikoissa 11-50 henkilöä. Myös niillä toimittajilla, joilla on asiakaskokemus poliisista, mielikuva reagoivuudesta on jonkin verran heikompi kuin ei kokemusta saaneilla toimittajilla. Mainittakoon, että toimittajien taustamuuttujaryhmässä 36-45-vuotiaat olivat muita ikäryhmiä kriittisempiä. (*p=0,04). Mielikuvat reagoivuudesta muodostavat hieman kuilua poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä, mutta eivät muodosta tilastollisesti merkitseviä eroja. (p=0,183). Aikaisemmissa tutkimuksissa Nagin ym. (2015, 93) ovat havainneet, että poliisin reagoivuudella on merkitystä rikosten sekä rangaistusten kustannusten vähentämiseen. Chermakin (1995, 26) mukaan poliisit ovat asiantuntijoita, jotka pystyvät kommentoimaan tapahtumia heti ensimmäisten havaintojen jälkeen. Virran mukaan (2005, 83) reagoivuudella on suora yhteys luotettavuuteen. Tässä tutkimuksessa poliisin reagointi on mielikuvien mukaan välttävää sekä poliisihenkilöstön että toimittajien mielikuvissa.

Poliisin käyttäytyminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Reagoivuus p=0,183	Poliisin reagoivuus vaikuttaa imagoon (Nagin, Solow & Lum, 2015) (Virta, 2005) (Chermak, 1995)	Summamuuttuja poliisin reagoivuudesta	Reagoivuus on välttävää 48 % (+) 12 % (-)	Reagoivuus on välttävää 50 % (+) 19 % (-)	Hieman 2 % (+) 7 % (-)

Taulukko 15. Yhteenvedo poliisin käyttäytymisen reagoivuudesta asioihin

Kokonaisyhteenvetona (kts. taulukko 16) voidaan todeta poliisihenkilöstön mielikuvien poliisin käyttäytymisestä olevan hieman parempi verrattuna toimittajien mielikuviiin. Todettakoon vielä, että poliisin käyttäytymisen eri osioissa ei löytynyt tilastollista merkitsevyyttä.

Suurin yksittäinen mielikuvakuilu poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvissa poliisin käyttäytymisessä on yksilön huomioimisessa, jossa mielikuvakuilua on jonkin verran. Smithin ja Hawkinsin (1973, 147) mukaan on erittäin tärkeää huomioida esimerkiksi rikoksen uhri ja osoittaa hänelle kohteliaisuutta ja ymmärrystä poliisin taholta. Tässä tutkimuksessa vastaajaryhmien mielikuvien välillä on jonkin verran eroa. Poliisihenkilöstön mielikuvat yksilön huomioimisesta ovat hiukan paremmat kuin toimittajilla.

Yhdenvertainen käyttäytyminen on poliisille tärkeää ja siinäkin mielikuvallista eroa on lähes yhtä paljon vastaajaryhmien mielikuvien välillä. Vuoden 2012 sisäasiainministeriön palveluverkkoa käsittelevässä päätöksessä (SM022:00/2012) todetaan, että poliisitoimintaa tulee kokonaisuudessaan uudistaa siten, että paikallinen näkyvyys ja alueen tuntemus turvataan riittävän palveluverkoston avulla. Tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstö näkee poliisin käyttäytymisen hieman yhdenvertaisempänä kuin toimittajat.

Poliisin luotettavuus on hiukan parempi poliisihenkilöstön mielikuvissa verrattuna toimittajiin. Kusowin ym. mukaan (1997, 656) luottamuksen aikaansaaminen täytyy nähdä poliisitoiminnan kulmakivenä. Tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstö näkee poliisin käyttäytymisen hieman luotettavampana kuin toimittajat.

Poliisin toiminta nähdään mielikuvissa jonkin verran moralisoivaksi molemmissa vastaajaryhmissä. Ericsonin ym. mukaan (1991, 7) moraaliset periaatteet ja oikeuttamisperusteet vaativat julkisuutta erityisesti silloin, kun niillä haetaan oikeuttamisperusteita. Poliisin imagotyö ja siihen liittyvä käyttäytyminen perustuu hyvin pitkälti motivaatioon ja ammattitaitoon. Tässä tutkimuksessa mielikuvalliset erot vastaajaryhmien välillä ovat vähäiset. Mawby (2001, 45) mainitsee Englannin poliisin apuna olevat imagotyöntekijät kuten lehdistön, markkinoinnin ammattilaiset ja julkisten suhteiden hoitajat esimerkkinä siinä, kuinka poliisi on sitoutunut edistämishankkeisiin ja poliisin imagon suojeluun yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Poliisin ammattitaidon kokonaisvaltainen hallinta on tärkeää.

Poliisin käyttäytyminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Ystävällisyys p=0,292	Poliisin vahvuuksia ymmärtäväinen ja asiallinen asennoituminen (Poliisibarometri 2010) Tunteiden johtaminen (Ehrlich & Ehrlich, 1999) (Berger & Luckman, 1994)	Summamuuttuja poliisiin ystävällisyydestä	Käyttäytyminen erittäin ystävällistä 87 % (+) 2 % (-)	Käyttäytyminen erittäin ystävällistä 88 % (+) 2 % (-)	Vähän 1 % (+) 0 % (-)
Yhdenvertaisuus p=0,292	Paikallinen näkyvyys ja alueellinen kattavuus turvattava (Sisäasiainministeriö. Päätös SM022:00/2012)	Summamuuttuja poliisin yhdenvertaisesta käyttäytymisestä	Poliisin käyttäytyminen on yhdenvertaista 83 % (+) 5 % (-)	Poliisin käyttäytyminen on melko yhdenvertaista 74 % (+) 9 % (-)	Hieman 9 % (+) 4 % (-)
Joustavuus p=0,93	Joustavuus on poliisin imagoille tärkeää (Niemi & Lahikainen, 2000)	Summamuuttuja poliisin joustavuudesta	Poliisi on melko joustava 63 % (+) 7 % (-)	Poliisi on melko joustava 63 % (+) 9 % (-)	Vähän 4 % (+) 2 % (-)
Yksilön huomioiminen p=0,218	Kohteliasuus ja ymmärtäväisyys on poliisin imagoille tärkeää (Smith & Hawkins, 1973)	Summamuuttuja poliisin taholta tulevasta huomioimisesta	Käyttäytyminen on yksilöä huomioivaa 70 % (+) 7 % (-)	Käyttäytyminen on melko yksilöä huomioivaa 60 % (+) 6 % (-)	Jonkin verran 10 % (+) 1 % (-)
Luottavuus p=0,124	Luottamus vaikuttaa poliisin imagoon (Kääriäinen, 2007, Kusov ym, 1997)	Summamuuttuja poliisin luottamuksesta	Käyttäytyminen on erittäin luottamusta herättävää 89 % (+) 2 % (-)	Käyttäytyminen on luottamusta herättävää 83 % (+) 5 % (-)	Hieman 6 % (+) 3 % (-)
Moralisointi p=0,548	Poliisin käsitykset moraalista vaikuttavat imagoon (Wilson & Wilson, 2015) (Ericson ym. 1991)	Summamuuttuja poliisin moralisoinnista	Käyttäytyminen jonkin verran moralisoivaa 57 % (+) 11 % (-)	Käyttäytyminen jonkin verran moralisoivaa 57 % (+) 12 % (-)	Ei ole 0 % (+) 1 % (-)
Motivoituneisuus p=0,804	Poliisin motivoituneisuus vaikuttaa imagoon (Wilson & Wilson, 2015) (Mawby, 2001)	Summamuuttuja poliisin motivoituneisuudesta	Motivoituneisuus on melko hyvä 59 % (+) 8 % (-)	Motivoituneisuus melko hyvä 64 % (+) 6 % (-)	Vähän 5 % (+) 2 % (-)
Reagoivuus p=0,183	Poliisin reagoivuus vaikuttaa imagoon (Chermak, 1995)	Summamuuttuja poliisin reagoivuudesta	Reagoivuus on välttävä 48 % (+) 12 % (-)	Reagoivuus on välttävä 50 % (+) 19 % (-)	Hieman 2 % (+) 7 % (-)
Ammattitaito p=0,281	Ammattitaito vaikuttaa poliisin imagoon (Ehrlich & Ehrlich, 1999)	Summamuuttuja poliisin ammattitaidosta	Ammattitaito on erinomainen 87 % (+) 1 % (-)	Ammattitaito on erinomainen 82 % (+) 1 % (-)	Vähän 5 % (+) 0 % (-)

Taulukko 16. Yhteenveto poliisin käyttäytymisestä

5.2 Poliisin sisäinen tiedottaminen

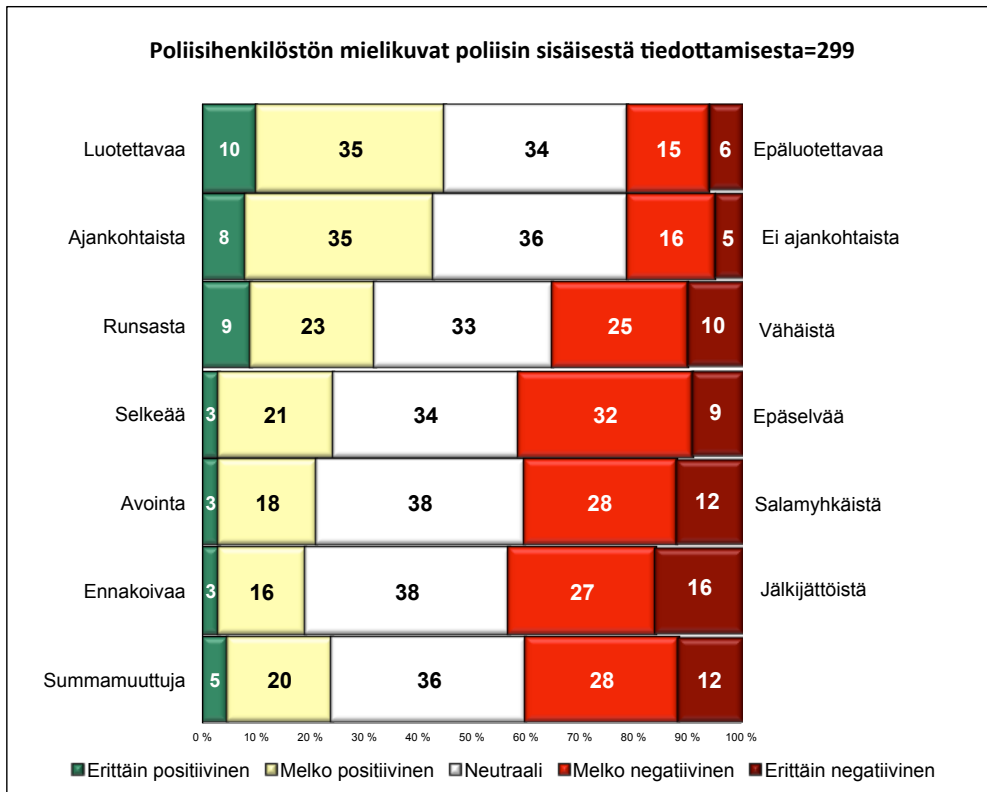
Toisena käsiteltävänä kysymyksenä analysoin poliisin omia ja toimittajien mielikuvia poliisin sisäisestä tiedottamisesta Itä-Suomen poliisilaitoksella. (kts. liite 1, kysymyslomake, kohta 28, poliisin sisäinen tiedottaminen.) Sisäinen tiedottaminen on oleellinen osa organisaation toimivuutta. Sisäinen tiedottaminen liittyy kommunikaatiotaitoon, minkä avulla tietoa välitetään eteenpäin tavallisesti suullisesti tai kirjallisesti.

Poliisin työ vaatii yhä enemmän kommunikaatio- ja ihmissuhdetaitoja urheuden ja psyykkisen vahvuuden lisäksi. Kommunikaatio- ja ihmissuhdetaidot ovat usein molemmat tunnistamattomia ja aliarvostettuja poliisijohtajien ja jopa itse peruspoliisityötä tekevien taholta. Tämä johtuu suurelta osin siitä, että nämä taidot assosioidaan feminiinisyyteen. Sekä maskuliiniset ja feminiinis-tyyppiset taidot ovat poliisille oleellisia, jotta he voivat olla tehokkaita. Tähän kuuluvat aktiivinen kuunteleminen ja puhuminen ihmisten kanssa. (Ehrlich & Ehrlich 1999, 124; Waddington 2015, 682.)

Poliisiorganisaatiossa jokaisen poliisin viestintä on erittäin tärkeää. Erityisesti viestintätehtävissä olevat poliisihenkilöt ovat poliisilta lähtevien uutisten portinvartijoita sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä. Yhdysvalloissa lähes jokaisessa isossa poliisilaitoksessa on täysipäiväiset tiedotushenkilöt hoitamassa päivittäistä viestintää. Nämä henkilöt ovat asiantuntijoita tuottamaan positiivista julkisuuskuvaa osastoistaan tietämällä tarkalleen informaation uutisarvon ja ymmärtäen kuinka saadaan julkinen huomio asialle. (Chermak 1995, 27.)

Huotarín ja Puttosen (2012, 127) mukaan erityisesti ”me ja muut” asetelma poliisikulttuurin sisällä tuottaa ongelmia organisaation sisäiselle yhteistyölle ja toiminnan tehokkuudelle. Nämä ongelmat korostuvat, kun työn tulisi olla samanaikaisesti selkeästi johdettua ja koordinoitua toimintaa myös viestinnällisesti. Vaihtuviin tilanteisiin nähden joustavaa ja jokaisen poliisin omaan harkinta- ja arvostelukykyyntuonut yhteistyötä. Tämä rajoittaa Huotarín ja Puttosen mukaan kommunikaation avoimuutta, vääristää suoraan puhumista sekä heikentää tiedonkulkua ja yhteistyötä.

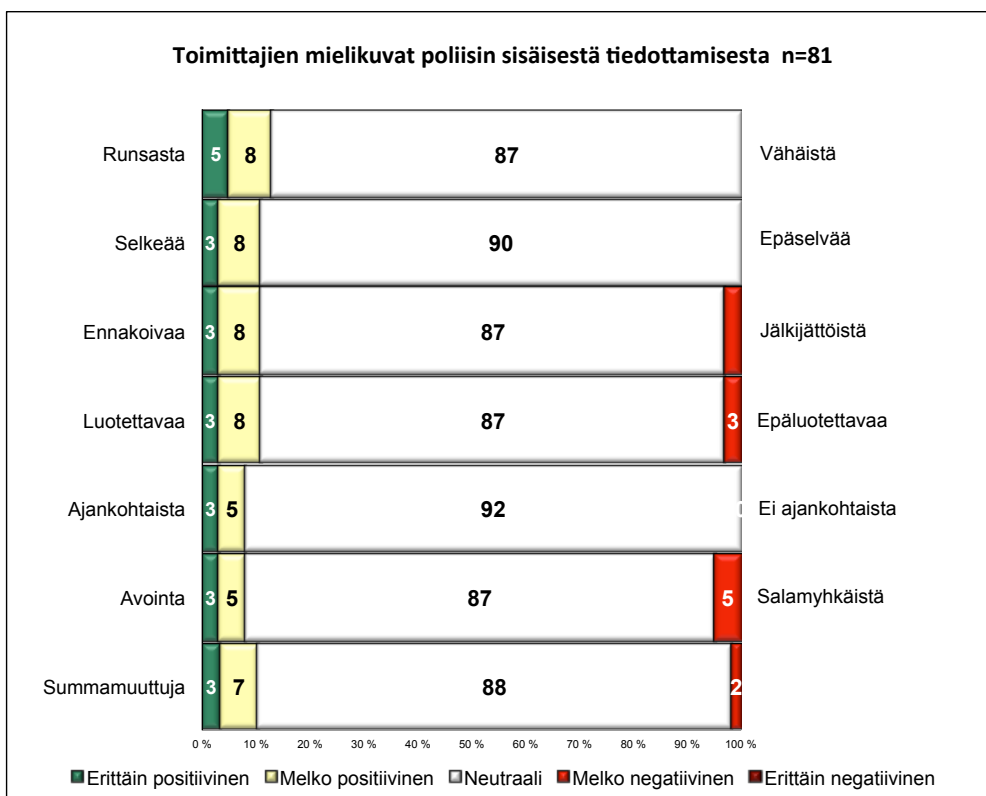
Tarkasteltaessa sisäinen tiedottamisen mielikuvia havaitaan, että poliisihenkilöstöstä hieman vajaa puolet pitävät poliisin sisäistä tiedottamista ajankohtaisena ja luotettavana (kts. kuvio 11). Eniten parantamisen varaa nähdään selkeydessä, avoimuudessa sekä ennakoitavuudessa. Hieman yli kolmannes vastaajista näkee tiedottamisen olevan vähäistä tai erittäin vähäistä.



Kuvio 11. Poliisihenkilöstön mielikuvat sisäisestä tiedottamisesta

Toimittajien mielikuva (yli 87 %) poliisin sisäisestä tiedottamisesta on erittäin pidättyväinen eli toisin sanoen toimittajat eivät osaa ottaa tähän kantaa. (kts. kuvio 12). Viisi prosenttia vastanneista toimittajista pitää poliisin sisäistä tiedottamista salamyhkäisenä. Hieman yli kymmenen prosenttia toimittajista pitää poliisin sisäistä tiedottamista runsaana, luotettavana sekä ennakoitavana.

Taustamuuttujien ryhmittelyillä ja niiden tarkastelulla ei havaittu raportoitavia mielikuvallisia eroja poliisin sisäisestä tiedottamisesta.



Kuvio 12. Toimittajien mielikuvat poliisin sisäisestä tiedottamisesta

5.2.1 Poliisihenkilöstön mielikuvien erojen tarkastelu sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Taustamuuttujilla tarkasteltuna mielikuvallisia eroja löytyy lähes jokaisesta poliisihenkilöstön taustamuuttujaryhmästä (kts. taulukko 17). Poliisihenkilöstön mielikuvat ovat tiivistetysti seuraavat:

- Ikäryhmittäin tarkasteltuna nuorimmalla ikäryhmällä (alle 35-vuotiaat) on hieman enemmän kielteisiä ja pidättyväisiä mielikuvia sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta. Vastaavasti vanhemmalla ”kaartilla” (yli 56-vuotiaat) mielikuvat ovat positiivisemmat.
- Johdon, hallinnon ja esikuntapalvelun henkilöstön mielikuvat ajankohtaisuudesta ovat positiivisemmat verrattuna muihin työskentelypaikkoihin.
- Työkokemusta vähiten olevalla ryhmällä (alle 15 vuotta) on hieman enemmän kielteisiä ja pidättyväisiä mielikuvia sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta. Vastaavasti työkokemusta pitkään kerryttäneiden vastaajien (yli 56-vuotiaat) mielikuvat ovat positiivisemmat. (*p=0,023)
- Eniten kriittisiä mielikuvia sisäisestä tiedottamisesta löytyy alle 10 henkilön työyhteisöistä. Pienten työyhteisöjen edustajista yli 40 % näkee sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuuden melko tai erittäin huonona.
- Poliisipäällystöllä on hieman parempi mielikuva ajankohtaisuudesta verrattuna alipäällystöön ja miehistöön. Miehistöllä korostuvat erityisesti pidättyvät mielikuvat sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta. (*p=0,05)

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,596					
Nainen (70)	11	31	34	20	4
Mies (227)	7	36	37	15	5
IKÄ p=0,126					
Alle 35-vuotiaat (59)	5	24	46	22	3
36-45-vuotiaat (83)	5	32	39	19	5
46-55-vuotiaat (109)	7	42	29	14	7
Yli 56-vuotiaat (45)	17	36	34	11	2
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,204					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	16	24	20	8	0
Poliisin lupahallinnossa (26)	11	38	38	4	8
Poliisin liikennesektorilla (28)	0	36	39	21	4
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (99)	3	34	39	16	7
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (121)	11	31	35	20	4
MAAKUNTA p=0,724					
Etelä-Savo (118)	6	35	38	14	7
Pohjois-Karjala (77)	9	36	36	13	5
Pohjois-Savo (102)	8	35	32	22	3
TYÖKOKEMUS * p=0,023					
Alle 15 vuotta (131)	6	29	41	20	4
16-25 vuotta (64)	8	36	31	16	9
Yli 26 vuotta (104)	10	42	32	12	4
TYÖPAIKAN KOKO p=0,781					
Alle 10 henkilöä (17)	12	23	23	29	12
11-50 henkilöä (103)	10	33	34	17	6
51 ja yli (178)	6	38	38	15	4
ASIAKASKOKEMUS p=0,062					
Kyllä (172)	5	33	36	18	7
Ei (119)	12	39	34	12	2
POLIISINA * p=0,05					
Päällystössä (35)	9	54	29	6	3
Alipäällystössä (65)	6	46	28	12	8
Miehistössä (147)	6	26	43	19	5
Summamuuttuja	8	35	35	16	5

Taulukko 17. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sisäisestä tiedottamisen ajankohtaisuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.2.2 Poliisihenkilöstön mielikuvien erojen tarkastelu sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Taustamuuttujilla tarkasteltuna mielikuvallisia eroja sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta löytyy lähes jokaisesta poliisihenkilöstön taustamuuttujaryhmästä (kts. taulukko 18). Poliisihenkilöstön mielikuvat ovat tiivistetysti seuraavat.

- Miespuolisten vastaajien mielikuvat sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta ovat hieman kriittisemmät kuin naispuolisissa vastaajilla.
- Sisäiseen tiedottamiseen selvästi tyytyväisimmät ovat yli 56-vuotiaat vastaajat. (* $p=0,023$)
- Johto-, hallinto- ja esikuntapalvelut näkevät sisäisen tiedottamisen luotettavana. Vastaavasti poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla, liikennesektorilla ja rikostorjunnasektorilla sisäisen tiedottamisen luotettavuudessa nähdään parantamisen varaa. (* $p=0,021$)
- Maakunnittain tarkasteltuna sisäisen tiedottamisen luotettavuudessa ei ole juurikaan mielikuvallisia eroja. Etelä-Savossa ollaan hiukan pidättyväisempiä mielikuvissa verrattuna muihin maakuntiin.
- Sisäiseen tiedottamiseen tyytyväisimmät ovat eniten työkokemusta kerryttäneet vastaajat.
- Alle 10 henkilön työpaikoilla sisäisen tiedon luotettavuus nähdään yli kolmanneksella vastaajista huonona.
- Ei asiakaskokemusta saaneilla poliisihenkilöstön vastaajilla mielikuva poliisin sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta on parempi kuin kokemusta saaneilla. (* $p=0,013$)
- Poliisin päällystöllä mielikuva sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta on selvästi parempi verrattuna alipäällystään ja miehistöön. Erityisesti miehistöllä mielikuvat ovat pidättyvät ja kielteiset. (** $p=0,009$)

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,323					
Nainen (70)	14	34	37	10	4
Mies (227)	8	35	33	17	7
IKÄ * p=0,023					
Alle 35-vuotiaat (59)	0	29	46	19	7
36-45-vuotiaat (83)	8	32	37	14	7
46-55-vuotiaat (109)	11	35	29	17	7
Yli 56-vuotiaat (45)	22	46	22	9	2
TYÖSKENTELYPAIKKA * p=0,021					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	32	48	20		
Poliisin lupahallinnossa (26)	12	44	36	4	4
Poliisin liikennesektorilla (28)	7	46	25	14	7
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (99)	8	26	36	21	8
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (121)	7	35	35	16	7
MAAKUNTA p=0,572					
Etelä-Savo (118)	7	33	39	13	8
Pohjois-Karjala (77)	10	38	28	17	7
Pohjois-Savo (102)	12	35	31	18	4
TYÖKOKEMUS p=0,076					
Alle 15 vuotta (131)	6	31	40	15	7
16-25 vuotta (64)	6	33	33	17	11
Yli 26 vuotta (104)	16	40	26	14	3
TYÖPAIKAN KOKO p=0,531					
Alle 10 henkilöä (17)	6	23	35	29	6
11-50 henkilöä (103)	8	34	36	16	6
51 ja yli (178)	12	37	32	14	7
ASIAKASKOKEMUS * p=0,013					
Kyllä (172)	7	32	33	19	9
Ei (119)	14	39	34	9	3
POLIISINA ** p=0,009					
Päällystössä (35)	11	60	17	9	3
Alipäällystössä (65)	14	37	29	11	9
Miehistössä (147)	5	27	40	21	6
Summamuuttuja	11	36	32	15	6

Taulukko 18. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sisäisestä tiedottamisen luotettavuudesta

5.2.3 Sisäinen tiedottaminen Itä-Suomen poliisissa

Sisäinen tiedottaminen poliisissa on tärkeää. Poliisin viestintäpäällikkö Marko Luotosen mukaan hyvät poliisin teot eivät välttämättä välity kansalaisille. Kansalaisten mielestä tiedotus on heikoimmin hoidettu asia poliisissa. Tiedonkulku koetaan vaikeaksi myös oman henkilöstön keskuudessa. (Luotonen 2012, 237.)

Itä-Suomen poliisissa sisäinen tiedottaminen nähdään keskinkertaisena ja kielteisiä ääripäitä nousee esille erityisesti tiedottamisen määrässä, selkeydessä, avoimuudessa ja ennakoitavuudessa. Noin puolella poliisihenkilöstön vastaajista on positiivinen mielikuva sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta ja luotettavuudesta.

Sisäisellä tiedottamisella on korkea merkitys tutkimusten mukaan myös työtyytyväisyyteen. Organisaation tuki on tullut esiin vahvimpana selittävänä tekijänä työtyytyväisyyteen. Organisaation korkean johdon tuella johdetaan korkean tason työtyytyväisyyttä. (Davey, Obst & Sheehan 2001, 37.)

Hyvin toimivat sosiaaliset verkostot tuottavat yleistä luottamusta ihmisten kesken (Kääriäinen 2007, 412). Toisaalta teeskentely ja teennäisyys viestinnässä ovat pääasiallinen syy työntekijöiden epätyytyväisyyteen ja kyynisyyteen (Prenzler 1997, 9). Luottamus tietoon organisaatiossa sen tekijöiden kesken on avaintekijä sen menestymiselle (Kääriäinen 2007, 410).

Huotarin ja Puttosen mukaan poliisi on pohjimmaltaan tieto-organisaatio ja sen perustyö rakentuu enenevässä määrin työksi tiedon kanssa. Kognitiiviset taidot ja valmiudet käsitellä informaatiota kokonaisuuksien hahmottamisessa tulevat yhä tärkeimmiksi työssä menestymisessä. Poliisiorganisaation heikkoutena on ollut kyky mukautua toimintaympäristön vaatimuksiin. Pääasiallinen tapa vastata toimintaympäristön muutoksiin poliisihallinnossa on erikoistuminen, mikä monimutkaistaa organisaatiota sekä organisaation koordinoitua. Tiedonkulusta ja sen varmistamisesta muodostuu organisaatiossa haaste. (Huotari ja Puttonen 2012, 124-128.)

Yhteenvedona taustamuuttujien välisistä eroista voidaan mainita seuraavat tilastollista merkitsevyyttä saaneet kohdat. Työkokemusta vähiten olevalla ryhmällä (alle 15 vuotta) on hieman enemmän kielteisiä ja pidättyväisiä mielikuvia sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta. Vastaavasti työkokemusta pitkään kerryttäneiden vastaajien (yli 56-vuotiaat) mielikuvat ovat positiivisemmat (* $p=0,023$). Poliisipäälylystöllä on hieman parempi mielikuva sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta verrattuna alipäälylystöön ja miehistöön. Miehistöllä korostuvat erityisesti pidättyvät mielikuvat sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta (* $p=0,05$).

Sisäisen tiedottamisen luotettavuuteen selvästi tyytyväisimmät ovat yli 56-vuotiaat vastaajat (* $p=0,023$). Johto-, hallinto- ja esikuntapalvelut näkevät sisäisen tiedottamisen luotettavana. Vastaavasti poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla, liikennesektorilla ja rikostorjunnasektorilla sisäisen tiedottamisen luotettavuudessa nähdään parantamisen varaa (* $p=0,021$). Ei asiakaskokemusta saaneilla poliisihenkilöstön vastaajilla mielikuva poliisin sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta on parempi kuin kokemusta saaneilla (* $p=0,013$). Poliisin päälylystöllä mielikuva sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta on selvästi parempi verrattuna alipäälylystöön ja miehistöön. Erityisesti miehistöllä mielikuvat ovat pidättyvät ja kielteiset. (** $p=0,009$)

Yhteenvedona poliisin sisäisen tiedottamisen kokonaisuudesta voidaan todeta, että poliisihenkilöstöstä hieman vajaa puolet pitää poliisin sisäistä tiedottamista ajankohtaisena ja luotettavana (kts. taulukko 19). Eniten parantamisen varaa poliisihenkilöstö näkee selkeydessä, avoimuudessa sekä ennakoitavuudessa. Hieman yli kolmannes poliisihenkilöstön vastaajista näkee sisäisen tiedottamisen olevan vähäistä tai erittäin vähäistä.

Toimittajilla ei ole selkeää mielikuvaa poliisin sisäisestä tiedottamisesta ja tästä syystä mielikuvaerot muodostavat selkeän kuilun poliisihenkilöstön ja toimittajien välille. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä (** $p=0,001$).

Aikaisemmissa tutkimuksissa Ehrlich & Ehrlich (1999, 124) ovat todenneet kommunikaation ja ihmissuhdetaitojen olevan tärkeässä asemassa poliisin toiminnassa. Wilson & Wilson (1997, 657) ovat todenneet suurimmaksi toimimattomuuden ongelmaksi luotettavuuden puuttumisen. Tässä tutkimuksessa havaittiin, että poliisin sisäinen tiedottaminen ei ole poliisihenkilöstön mielikuvissa onnistunutta.

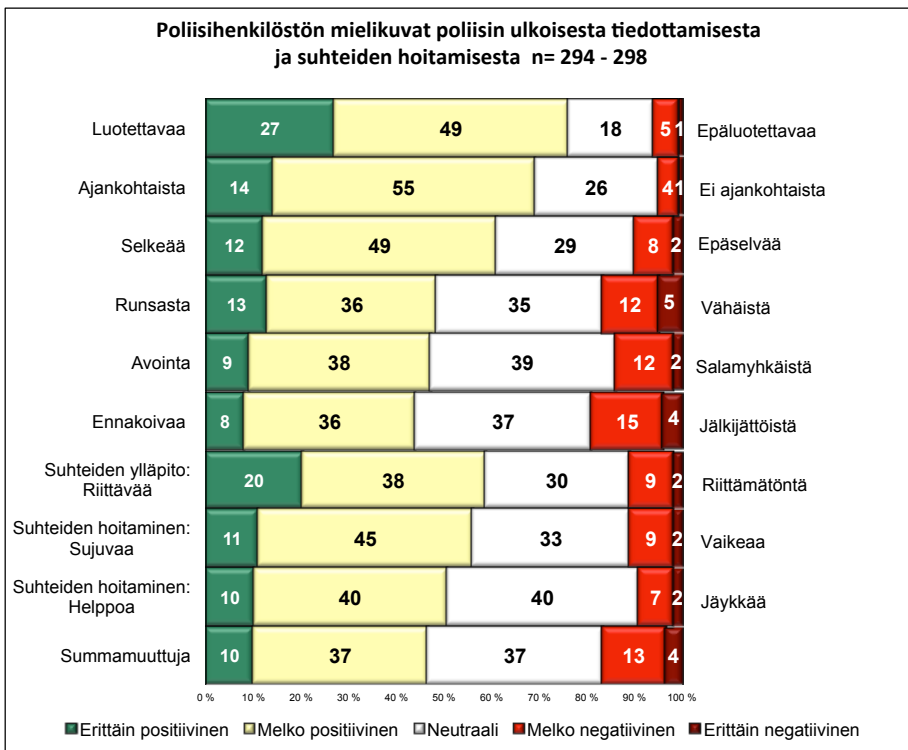
Poliisin sisäinen tiedottaminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Runsaus ***p=0,001	Ihmiset rakentavat heidän mentaalisen kuvauksen poliisin näkyvyydestä poliisin aktiviteettien ja niiden esillä olon mukaan (Salmi ym, 2000)	Summamuuttuja poliisin sisäisen tiedottamisen runsaudesta	Poliisin sisäinen tiedottaminen osaltaan vähäistä 32 % (+) 35 % (-)	Poliisin sisäisestä tiedottamisesta ei selvää mielikuvaa 13 % (+) 0 % (-)	Paljon 19 % (+) 35 % (-)
Ajankohtaisuus ***p=0,001	Huumori mm. tarjoaa keinon ilmaisulle ilman, että vahingoittaa ammattimaista imagoa (Ehrlich & Ehrlich, 1999)	Summamuuttuja poliisin sisäisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta	Poliisin sisäinen tiedottaminen osaltaan ajankohtaista 43 % (+) 21 % (-)	Poliisin sisäisestä tiedottamisesta ei selvää mielikuvaa 8 % (+) 0 % (-)	Paljon 35 % (+) 21 % (-)
Selkeys ***p=0,001	Teeskentely ja teennäisyys viestinnässä on pääasiallinen syy työntekijöiden epäytyväisyyteen (Prenzler, 11997)	Summamuuttuja poliisin sisäisen tiedottamisen selkeydestä	Poliisin sisäinen tiedottaminen epäselvää 24 % (+) 41 % (-)	Poliisin sisäisestä tiedottamisesta ei selvää mielikuvaa 11 % (+) 0 % (-)	Paljon 13 % (+) 41 % (-)
Avoimuus ***p=0,001	Kommunikaatio ja ihmishuhdetaidot tärkeässä asemassa poliisin toiminnassa (Ehrlich & Ehrlich, 1999) (Chermak, 1995)	Summamuuttuja poliisin sisäisen tiedottamisen avoimuudesta	Poliisin sisäinen tiedottaminen salamyhkäistä 21 % (+) 40 % (-)	Poliisin sisäisestä tiedottamisesta ei selvää mielikuvaa 8 % (+) 5 % (-)	Paljon 13 % (+) 35 % (-)
Luotettavuus ***p=0,001	Luottamus tärkeässä asemassa yhteisön ja poliisin välillä (Wilson & Wilson, 1997)	Summamuuttuja poliisin sisäisen tiedottamisen luotettavuudesta	Poliisin sisäinen tiedottaminen osaltaan luotettavaa 45 % (+) 21 % (-)	Poliisin sisäisestä tiedottamisesta ei selvää mielikuvaa 11 % (+) 3 % (-)	Paljon 34 % (+) 18 % (-)
Ennakoitavuus ***p=0,001	Valmius ennakoita erilaisia tapauksia (Chermak & Grunewald, 2006)	Summamuuttuja poliisin sisäisen tiedottamisen ennakoitavuudesta	Poliisin sisäinen tiedottaminen osaltaan jälkijättöistä 19 % (+) 43 % (-)	Poliisin sisäisestä tiedottamisesta ei selvää mielikuvaa 11 % (+) 3 % (-)	Paljon 8 % (+) 40 % (-)

Taulukko 19. Yhteenveto poliisin sisäisestä tiedottamisesta

5.3 Poliisin ulkoinen tiedottaminen ja suhteiden hoitaminen

Kolmantena käsiteltävänä asiana analysoin poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaa poliisin ulkoisesta tiedottamisesta ja suhteiden ylläpitämisestä Itä-Suomen poliisilaitoksen alueella. Ulkoinen tiedottaminen latautui komponenttianalysissä kokonaisuudessaan samalle komponentille (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 27, Poliisin ulkoinen tiedottaminen). Lisäksi komponentille latautui kysymykset: miten riittävästi poliisi ylläpitää suhteita mediaan? (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 29) sekä kaksi kysymystä suhteiden hoitamisesta median edustajien ja poliisin välillä; sujuvaa vai jäykkää ja helppoa vai vaikeaa (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 30).

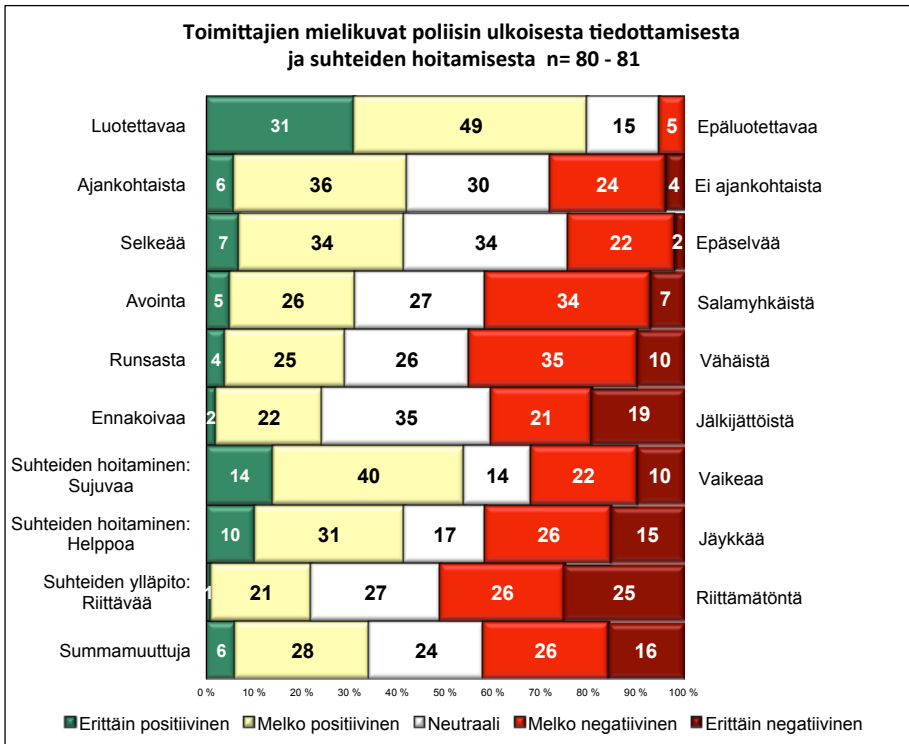
Poliisihenkilöstö (kts. kuvio 13) pitää omaa tiedottamistaan luotettavana, ajankohtaisena ja melko selkeänä.



Kuvio 13. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ulkoisesta tiedottamisesta

Poliisihenkilöstön tiedottamisen runsaudessa, avoimuudessa ja ennakoitavuudessa nähdään eniten parantamisen varaa. Mielikuvat suhteiden hoitamisesta tiedotusvälineisiin ovat puolella poliisihenkilöstöstä positiiviset ja kolmasosalla pidättyväiset. Parantamisen varaa nähdään tasaisesti suhteiden hoitamisen riittävydessä ja sujuvuudessa. Kymmenesosa poliisihenkilöstön vastaajista pitää suhteiden hoitamista vaikeana.

Toimittajien mielikuvissa poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuus nähdään hyvin positiivisena (kts. kuvio 14). Eniten parantamisen varaa nähdään poliisin tiedottamisen määrässä. Lähes puolet toimittajista pitää tiedottamisen määrää vähäisenä. Neljäkymmentä prosenttia näkee parantamisen varaa tiedottamisen avoimuudessa ja ennakoitavuudessa. Kolmannes vastaajista taas ajankohtaisuudessa ja selkeydessä.



Kuvio 14. Toimittajien mielikuvat poliisin ulkoisesta tiedottamisesta

Mielikuvat suhteiden hoitamisesta poliisiin toimittajien keskuudessa vaihtelevat. Suhteiden hoitamista poliisin ei pidetä riittävänä ja osalle toimittajista se on vaikeaa. Eniten parantamisen varaa nähdään suhteiden ylläpitämisessä, missä puolet toimittajista näkee suhteiden hoitamisen riittämättömänä. Suhteiden hoitaminen nähdään kuitenkin yli puolella vastaajista sujuvana, mutta samalla kolmannes vastaajista näkee yhteyden pidon enemmän jäykkänä kuin sujuvana.

5.3.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. taulukko 20) poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta nähdään positiivisesti eri taustamuuttujaryhmissä, mutta joitakin ääripään eroja nousee esille tarkasteltaessa ryhmiä hieman tarkemmin. Poliisihenkilöstön mielikuvat ovat tiivistetysti seuraavat.

- Poliisihenkilöstön mielikuvat ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta paranevat iän karttuessa.
- Työskentelypaikan mukaan tarkasteltuna poliisin lupahallinto näkee poliisin ulkoisen tiedottamisen selvästi muita pidättyvämmiin (38 %) tai heillä ei ole siitä mielikuvaa.
- Maakunnittain tarkasteltuna Pohjois-Savossa poliisihenkilöstön mielikuvat ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta ovat hiukan kielteisemmät kuin muissa maakunnissa.
- Työkokemusryhmässä 16-25 vuotta on hieman enemmän pidättyväisiä ja kielteisiä mielikuvia kuin nuoremmalla ja vanhemmalla työkokemusryhmällä.
- Työpaikan kokojen välisessä tarkastelussa erottuu selvästi alle 10 henkilön työyhteisöt, missä yli 20 %:lla vastaajista on kielteinen mielikuva poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta (**p=0,007).
- Poliisin päällystö pitää poliisin ulkoista tiedottamista luotettavana (95 %). Siirryttäessä alipäällystöön ja miehistöön mielikuvat hieman neutralisoituvat.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,13					
Nainen (70)	23	47	27	3	0
Mies (227)	29	49	15	5	2
IKÄ p=0,892					
Alle 35-vuotiaat (59)	27	53	17	3	0
36-45-vuotiaat (83)	28	43	23	5	1
46-55-vuotiaat (108)	25	51	16	6	3
Yli 56-vuotiaat (47)	34	47	15	4	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,154					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	36	48	16	0	0
Poliisin lupahallinnossa (26)	15	42	38	4	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	32	54	11	4	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (93)	23	53	18	2	3
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (120)	31	45	15	8	1
MAAKUNTA p=0,67					
Etelä-Savo (117)	25	50	20	3	2
Pohjois-Karjala (77)	29	53	14	3	1
Pohjois-Savo (102)	29	43	19	8	1
TYÖKOKEMUS p=0,184					
Alle 15 vuotta (131)	26	50	19	5	0
16-25 vuotta (64)	20	48	22	5	5
Yli 26 vuotta (104)	34	47	14	5	1
TYÖPAIKAN KOKO ** p=0,007					
Alle 10 henkilöä (17)	29	41	6	23	0
11-50 henkilöä (103)	21	50	25	4	0
51 ja yli (178)	32	48	15	3	2
ASIAKASKOKEMUS p=0,321					
Kyllä (172)	24	48	21	5	2
Ei (119)	33	47	14	4	1
POLIISINA p=0,438					
Päällystössä (35)	29	66	3		3
Alipäällystössä (65)	34	46	14	5	1
Miehistössä (147)	27	49	17	6	1
Summamuuttuja	28	49	17	5	1

Taulukko 20. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Tarkasteltaessa toimittajien mielikuvia (kts. taulukko 21) poliisin ulkoisen tiedon luotettavuudesta havaitaan tiivistetysti seuraavaa. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia.

- Naispuolisilla toimittajilla on hieman parempi mielikuva poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta kuin miestoimittajilla.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna toimittajien positiivinen mielikuva poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta jatkuu nuoremmista aina 55-vuotiaisiin. Yli 56-vuotiailla toimittajilla mielikuvat ovat hieman pidättyvämmät.
- Radio/tv-toimittajilla on hieman parempi mielikuva poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta kuin sanomalehden toimittajilla.
- Pohjois-Savon maakunnan puolella toimittajien mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta ovat hivenen kriittisemmät kuin muissa maakunnissa.
- Työpaikan koon kasvaessa toimittajien mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta hieman huononevat.
- Poliisin asiakkaana (asiakaskokemus) olleiden toimittajien mielikuvat ovat paremmat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta kuin niillä toimittajilla joilla ei ole asiakaskokemusta.
- Sillä, onko vastaavana toimittajana poliisin liittyvissä asioissa, ei näytä juurikaan olevan eroa mielikuviiin poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta.

Toimittajien mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,09					
Nainen (42)	24	62	9	5	0
Mies (38)	39	34	21	5	0
IKÄ p=0,197					
Alle 35-vuotiaat (17)	12	71	18	0	0
36-45-vuotiaat (19)	33	50	6	11	0
46-55-vuotiaat (23)	39	48	9	4	0
Yli 56-vuotiaat (22)	36	32	27	4	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,212					
Sanomalehden toimituksessa (62)	25	54	15	7	0
Radion/TV toimituksessa (19)	53	32	15	0	0
MAAKUNTA p=0,152					
Etelä-Savo (24)	42	46	12	0	0
Pohjois-Karjala (21)	43	43	14	0	0
Pohjois-Savo (33)	16	59	16	9	0
TYÖKOKEMUS p=0,224					
Alle 15 vuotta (31)	26	61	10	3	0
16-25 vuotta (18)	23	59	12	6	0
Yli 26 vuotta (32)	41	31	22	6	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,212					
Alle 10 henkilöä (24)	33	54	12	0	0
11-50 henkilöä (35)	41	41	12	6	0
51 ja yli (22)	14	55	23	9	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,154					
Kyllä (54)	39	44	11	6	0
Ei (25)	16	56	24	4	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,189					
Kyllä (56)	37	41	16	5	0
Ei (24)	17	67	12	4	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,68					
Kyllä (44)	27	52	14	7	0
Ei (36)	36	44	17	3	0
Summamuuttuja	31	49	15	5	0

Taulukko 21. Toimittajien mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.3.2 Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. taulukko 22) poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä vaihtelevat hieman eri taustamuuttujaryhmissä. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Poliisihenkilöstön mielikuvat voidaan tiivistää seuraavasti.

- Miesvastaajilla mielikuvat ovat positiivisemmat (61 %) kuin naisvastaajilla (29 %), joilla mielikuvissa korostuu neutraalisuus ja pieni kriittisyys suhteiden riittävyttä kohtaan.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä hieman huononevat vanhemmassa ikäryhmässä.
- Työskentelypaikan mukaan tarkasteltuna mielikuvien neutraalisuus korostuu liikennesektorilla (43 %), kun muilla sektoreilla mielikuvat ovat melko samanlaiset poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä.
- Pienillä alle 10 henkilön työpaikoilla mielikuvat ovat hieman kriittisemmät kuin isommilla työpaikoilla suhteiden ylläpitämisen riittävydestä.
- Poliisihenkilöt, joilla on asiakaskokemus, mielikuvat ovat hieman huonommat suhteiden ylläpitämisen riittävydestä verrattuna poliisihenkilöihin, joilla ei ole asiakaskokemusta.
- Vertailtaessa päällystön, alipäällystön ja miehistön mielikuvia toisiinsa. Miehistöllä ja päällystöllä on positiivisempi mielikuva kuin alipäällystöllä. Alipäällystön vastaajilla 20 %:lla on kriittinen mielikuva suhteiden ylläpitämisen riittävydestä.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,089					
Nainen (70)	20	9	42	9	0
Mies (227)	20	41	26	0	2
IKÄ p=0,489					
Alle 35-vuotiaat (57)	21	39	35	5	0
36-45-vuotiaat (83)	25	32	31	7	4
46-55-vuotiaat (108)	14	45	26	12	2
Yli 56-vuotiaat (47)	23	34	30	13	0
TYÖSKENTELYPAIKKA 0,649					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	24	32	32	12	0
Poliisin lupahallinnossa (26)	4	46	35	11	4
Poliisin liikennesektorilla (28)	14	39	43	0	4
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (95)	24	37	29	9	0
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (120)	22	39	26	11	2
MAAKUNTA p=0,491					
Etelä-Savo (117)	22	39	26	11	2
Pohjois-Karjala (77)	23	36	33	5	3
Pohjois-Savo (102)	20	39	25	13	3
TYÖKOKEMUS p=0,145					
Alle 15 vuotta (131)	19	39	33	7	2
16-25 vuotta (64)	23	34	30	9	3
Yli 26 vuotta (104)	21	41	26	13	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,094					
Alle 10 henkilöä (17)	18	29	35	6	12
11-50 henkilöä (103)	19	40	26	13	2
51 ja yli (174)	22	38	32	8	0
ASIAKASKOKEMUS 0.072					
Kyllä (172)	18	39	29	12	2
Ei (119)	25	37	32	5	0
POLIISINA p=0,059					
Päällystössä (35)	9	57	23	11	0
Alipäällystössä (65)	20	36	23	17	3
Miehistössä (147)	26	36	32	4	2
Summamuuttuja	20	37	30	9	2

Taulukko 22. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.3.3 Toimittajien mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä

Toimittajien mielikuvissa (kts. taulukko 23) suhteiden ylläpitämisen riittävydessä korostuu kriittisyys ja keskeisimmät tulokset voidaan tiivistää toimittajien osalta seuraavasti.

- Naisvastaajista yli 60 % ja miesvastaajista yli 45 % pitää suhteiden ylläpitämistä riittämättömänä.
- Iän mukaan tarkasteltuna positiivisin mielikuva poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä on nuoremmalla vastaajaryhmällä ja siirryttäessä vanhempiin ikäryhmiin positiivisten mielikuvien määrä vähenee asteittain. Sama ilmiö on havaittavissa tarkasteltaessa työkokemusta.
- Sanomalehden toimittajista yli 55 % ja radio-/tv -toimittajista 30 % pitää poliisin suhteiden ylläpitämistä riittämättömänä.
- Maakunnittain tarkasteltuna suurinta riittämättömyyden mielikuvaa koetaan Etelä-Savossa, missä yli 60 % toimittajista näkee suhteiden ylläpidon melko tai erittäin riittämättömänä. Hieman parempi tilanne on Pohjois-Savossa ja Pohjois-Karjalassa.
- Pienissä toimittajien työpaikoissa ei ole selvää mielikuvaa suhteiden ylläpitämisen riittävydestä tai se nähdään sopivana. Siirryttäessä suurempiin työpaikkoihin kriittisten mielikuvien määrä riittämättömyydestä korostuu. (*p=0,029)
- Toimittajilla, joilla on asiakaskokemus poliisin kanssa toimimisesta tai jotka ovat toimineet vastaavana toimittajana poliisiasioissa, mielikuvissa ei havaittu suurta eroa.

Toimittajien mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,078					
Nainen (42)	2	14	19	31	33
Mies (38)	0	28	36	20	15
IKÄ p=0,154					
Alle 35-vuotiaat (17)	0	35	18	12	35
36-45 vuotiaat (19)	0	26	21	37	16
46-55 vuotiaat (23)	0	22	30	17	30
Yli 56-vuotiaat (22)	4	4	36	36	18
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,492					
Sanomalehden toimituksessa (62)	2	16	26	27	29
Radion/TV toimituksessa (19)	0	37	32	21	11
MAAKUNTA p=0,57					
Etelä-Savo (24)	0	17	21	29	33
Pohjois-Karjala (21)	0	19	29	19	33
Pohjois-Savo (33)	3	27	30	27	12
TYÖKOKEMUS p=0,323					
Alle 15 vuotta (31)	0	29	26	16	29
16-25 vuotta (18)	6	17	33	33	11
Yli 26 vuotta (32)	0	16	25	31	28
TYÖPAIKAN KOKO * p=0,029					
Alle 10 henkilöä (24)	4	4	46	33	12
11-50 henkilöä (34)	0	29	20	31	20
51 ja yli (22)	0	27	18	9	45
ASIAKASKOKEMUS p=0,512					
Kyllä (54)	0	20	27	31	22
Ei (25)	0	24	28	16	32
POLIISIN MUKANA TOIMIT. P=0,565					
Kyllä (54)	2	21	29	29	20
Ei (25)	0	24	28	16	32
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,758					
Kyllä (44)	2	16	27	27	27
Ei (36)	0	25	28	25	22
Summamuuttuja	1	22	28	25	25

Taulukko 23. Toimittajien mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.3.4 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin ulkoisesta tiedottamisesta

Työpaikan kokojen välisessä tarkastelussa erottuu tilastollisesti merkitsevänä poliisihenkilöstön alle 10 henkilön työyhteisöt, missä yli 20 %:lla vastaajista on kielteinen mielikuva poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta (** $p=0,007$). Mielikuvat ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta (kts. taulukko 24) ovat hämmästyttävän yhdenmukaisia molemmilla vastaajaryhmillä. Poliisihenkilöstöstä 76 % ja toimittajista 80 % pitää poliisin ulkoista tiedottamista luotettavana. Molemmilla vastaajaryhmillä kriittisten mielikuvien määrä luotettavuudesta on 5 %.

Yhteenvedona voidaan todeta, että mielikuvat poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta muodostavat kokonaisuudessaan vähän kuulua poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä, mutta eivät muodosta tilastollisesti merkitseviä eroja ($p=0,794$). Aikaisemmissa tutkimuksissa Kääriäinen (2007, 410) on havainnut, että hyvät ja luottamukselliset suhteet kansalaisiin ovat erittäin tärkeitä. Tässä tutkimuksessani poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta ovat hyvät.

Poliisin ulkoinen tiedottaminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Luotettavuus $p=0,794$	Hyvät ja luottamukselliset suhteet kansalaisten kanssa ovat erittäin tärkeitä (Kääriäinen, 2007)	Summamuuttuja poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta	Poliisin ulkoinen tiedottaminen on luotettavaa 76 % (+) 5 % (-)	Poliisin ulkoinen tiedottaminen on luotettavaa 80 % (+) 5 % (-)	Vähän 4 % (+) 0 % (-)

Taulukko 24. Yhteenvedo poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta

Tarkasteltaessa poliisihenkilöstön ja toimittajien (kts. taulukko 25) välisiä mielikuvaeroja poliisin ulkoisen tiedottamisen riittävydestä, ajankohtaisuudesta, avoimuudesta ja ennakoitavuudesta havaitaan poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välillä olevan melko paljon kuulua (** $p=0,001$). Myös ulkoisen tiedottamisen selkeydessä on mielikuvien välillä kuilu (** $p=0,002$). Yhteenvedona voidaan todeta, että poliisihenkilöstön mielikuvat ulkoisesta tiedottamisesta ovat kauttaaltaan positiivisemmat verrattuna toimittajien mielikuvuihin. Tulokset ovat tilastollisesti erittäin merkitseviä.

Aikaisemmissa tutkimuksissa muun muassa Salmi (2000, 434) on pitänyt poliisin näkyvyyttä erittäin tärkeänä määrittäjänä poliisin imagolle. Chermakin (1995, 26) mukaan poliisihenkilöt ovat tärkeässä asemassa nostessaan näkökulmia esiin tiedottamisessa. Schaffer toteaa (2003, 440-441) julkisen imagon olevan tärkeä ylläpidettävä asia tehokkuuden rinnalla. Tässä tutkimuksessa poliisin ulkoista tiedottamista pidetään toimittajien mielikuissa vähäisenä ja poliisin omissa mielikuissa keskinkertaisena.

Poliiin ulkoinen tiedottaminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Luotettavuus p=0,794	Hyvät ja luottamukselliset suhteet kansalaisten kanssa ovat erittäin tärkeitä (Kääriäinen, 2007)	Summamuuttuja poliisin ulkoisen tiedottamisen luotettavuudesta	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on luotettavaa 76 % (+) 5 % (-)	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on luotettavaa 80 % (+) 5 % (-)	Vähän 4 % (+) 0 % (-)
Riittävyys ***p=0,001	Näkyvyys on tärkeä määrittäjä poliisin imagolle (Salmi ym, 2000)	Summamuuttuja poliisin ulkoisen tiedottamisen riittävydestä	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on keskinkertaista 49 % (+) 17 % (-)	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on vähäistä 29 % (+) 45 % (-)	Melko paljon 20 % (+) 28 % (-)
Ajankohtaisuus ***p=0,001	Poliisihenkilöt ovat tärkeässä roolissa nostessaan näkökulmia esiin (Chermak, 1995)	Summamuuttuja poliisin ulkoisen tiedottamisen ajankohtaisuudesta	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on melko ajankohtaista 69 % (+) 5 % (-)	Poliiin ulkoinen tiedottaminen ei ajankohtaista 42 % (+) 28 % (-)	Melko paljon 27 % (+) 23 % (-)
Selkeys **p=0,002	Julkisen poliisin imago on yhteydessä henkilökohtaiselle ja sosiaaliselle kontekstille (Salmi ym, 2000)	Summamuuttuja poliisin ulkoisen tiedottamisen selkeydestä	Poliiin ulkoinen tiedottaminen melko selkeää 61 % (+) 10 % (-)	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on hieman epäselvää 41 % (+) 24 % (-)	Melko paljon 20 % (+) 14 % (-)
Avoimuus ***p=0,001	Julkisen vallan käyttäjien tulee ylläpitää hyvää julkista imagoa tehokkuuden rinnalla (Schaffer, 2003)	Summamuuttuja poliisin ulkoisen tiedottamisen avoimuudesta	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on melko avointa 47 % (+) 14 % (-)	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on salamyhkäistä 31 % (+) 41 % (-)	Melko paljon 16 % (+) 27 % (-)
Ennakoitavuus ***p=0,001	Kontrolloitua esiintymistä median uutisoinnissa (Chermak, 1995)	Summamuuttuja poliisin ulkoisen tiedottamisen ennakoitavuudesta	Poliiin ulkoinen tiedottaminen osaltaan ennakoitavaa 46 % (+) 19 % (-)	Poliiin ulkoinen tiedottaminen on jälkijättöistä 24 % (+) 40 % (-)	Melko paljon 22 % (+) 21 % (-)

Taulukko 25. Yhteenveto poliisin ulkoisesta tiedottamisesta

5.3.5 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin suhteiden hoitamisesta

Poliisihenkilöstön naisvastaajista 9 % ja naistoimittajista 64 % pitää suhteiden hoitamista riittämättömänä. Vastaavasti poliisihenkilöstön miesvastaajista 2 % ja miestoimittajista 35 % pitää suhteiden hoitamista riittämättömänä. Mielikuvaero on suuri.

Työpaikan kokojen välisessä tarkastelussa toimittajien pienissä alle 10 henkilön työpaikoissa ei ole selvää mielikuvaa suhteiden ylläpitämisen riittävydestä tai se nähdään neutraalien mielikuvien valossa sopivana. Siirryttäessä suurempiin työpaikkoihin kriittisten mielikuvien määrä suhteiden riittämättömyydestä korostuu. Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä (* $p=0,029$).

Mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä (kts. taulukko 26) muodostavat mielikuvallisen kuilun poliisihenkilöstön ja toimittajien välille. Poliisihenkilöstöstä 58 % ja toimittajista 22 % pitävät suhteiden ylläpitämistä riittävänä. Vastaavasti poliisihenkilöstöstä 11 % ja toimittajista 51 % pitävät suhteiden ylläpitämistä riittämättömänä. Mielikuvat poliisin suhteiden ylläpitämisen riittävydestä muodostaa melko paljon kuilua poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä (** $p=0,001$).

Toimittajat eivät koe suhteiden hoitamista niin helppona kuin poliisihenkilöstö. Mielikuvaero poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä on melko suuri. Poliisihenkilöstöstä 50 % ja toimittajista 41 % on positiivinen mielikuva suhteiden hoitamisen helppoudesta. Mielikuvalliset erot tulevat esiin tarkasteltaessa suhteiden hoitamisen vaikeutta. Poliisihenkilöstöllä 9 % ja toimittajilla 41 % on melko vaikea mielikuva suhteiden hoitamisesta (** $p=0,001$).

Toimittajat eivät koe suhteiden hoitamista niin sujuvana kuin poliisihenkilöstö. Poliisihenkilöstöstä 56 % ja toimittajista 54 % pitää suhteiden hoitamista sujuvana. Mielikuvalliset erot näkyvät suhteiden hoitamisen jäykkyydessä. Poliisihenkilöstöstä 11 % ja toimittajista 32 % pitää suhteiden hoitamista jäykkänä (** $p=0,001$).

Yhteenvedona poliisin suhteiden hoitamisesta (kts. taulukko 26) tiedotusvälineisiin voidaan todeta, että poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välillä on paljon kuilua. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä suhteiden

ylläpitämisen riittävydessä, suhteiden hoitamisen helppoudessa ja suhteiden hoitamisen sujuvuudessa (**p=0,001).

Daviesin ym. (2015, 49) mukaan medialla on oleellinen rooli muokattaessa julkista mielikuvaa poliisista. Keskustelemista pidetään Bergerin ja Luckmanin (1994, 172) mukaan tärkeänä todellisuutta ylläpitävänä mekanismina. Tässä tutkimuksessa toimittajien mielikuvat suhteiden ylläpitämisen riittävydestä, suhteiden hoitamisen helppoudesta ja sujuvuudesta osoittavat, että keskustelua poliisin ja toimittajien välillä ei käy tarpeeksi.

Poliisin suhteiden hoitaminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Suhteiden ylläpitämisen riittävyys ***p=0,001	Medialla on oleellinen rooli muokattaessa julkista mielikuvaa poliisista (Davies ym, 2015)	Summamuuttuja poliisin ulkoisten suhteiden ylläpitämisestä	Poliisin suhteiden ylläpitäminen tyydyttävää 58 % (+) 11 % (-)	Poliisin suhteiden ylläpitäminen on riittämätöntä 22 % (+) 51 % (-)	Paljon 36 % (+) 40 % (-)
Suhteiden hoitamisen helppous ***p=0,001	Keskusteleminen on tärkeä todellisuutta ylläpitävä mekanismi (Berger & Luckman, 1994)	Summamuuttuja poliisin ulkoisten suhteiden hoitamisen helppoudesta	Poliisin suhteiden ylläpitäminen keskinkertaista 50 % (+) 9 % (-)	Poliisin suhteiden ylläpitäminen on vaikeaa 41 % (+) 41 % (-)	Paljon 9 % (+) 32 % (-)
Suhteiden hoitamisen sujuvuus ***p=0,001	Työyhteisön jäsenten vuorovaikutusprosessi kehittää mielekkyyttä (Berger & Luckman, 1994)	Summamuuttuja poliisin ulkoisten suhteiden hoitamisen sujuvuudesta	Poliisin suhteiden hoitamisen sujuvuus keksinkertaista 56 % (+) 11 % (-)	Poliisin suhteiden hoitamisen sujuvuus on melko jäykkää 54 % (+) 32 % (-)	Melko paljon 2 % (+) 21 % (-)

Taulukko 26. Yhteenveto poliisin suhteiden hoitamisesta

5.4 Poliisin pukeutuminen

Neljäntenä kokonaisuutena käsittelen poliisin pukeutumista Itä-Suomen poliisilaitoksen alueella ensin poliisihenkilöstön omilla mielikuvilla (kts. kuvio 15) ja verraten niitä toimittajien mielikuviiin (kts. kuvio 16). Lähemmin tarkastelen vielä vastaajien mielikuvaa pukeutumisen tyylikkyydestä (kts. kuvat 26 ja 27). Poliisin pukeutuminen latautui komponenttianalyysissä kokonaisuudessaan samalle komponentille (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 26, Poliisin pukeutuminen).

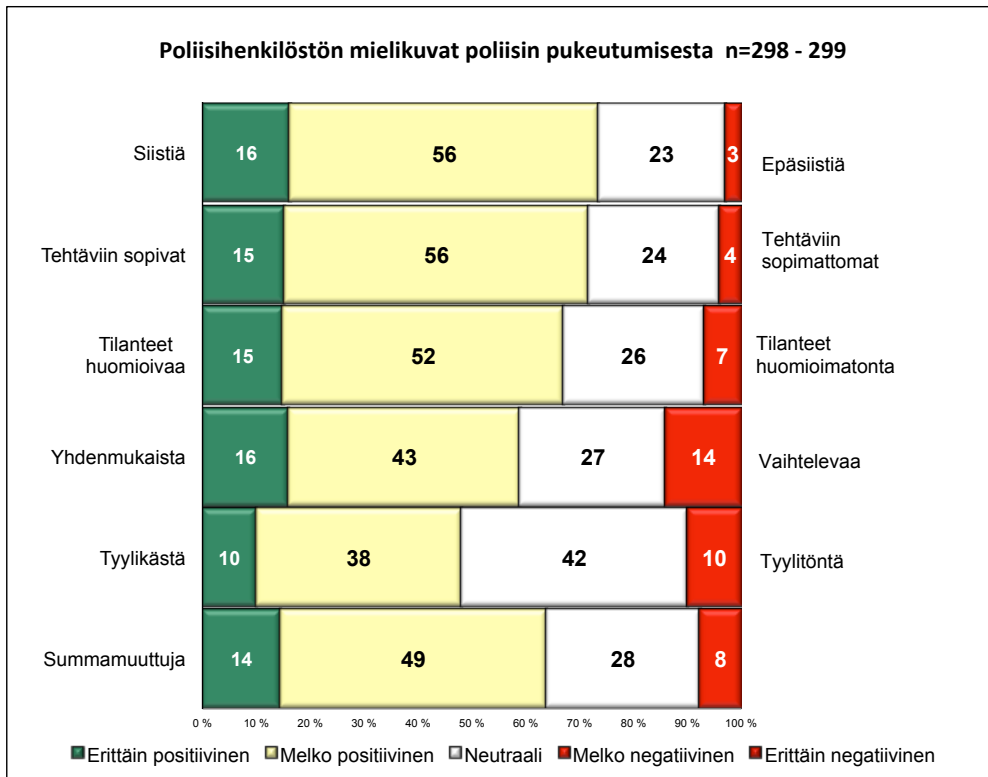
Uniformuun pukeutumien on poliisille erittäin tärkeää ja se on tärkeä osa visuaalista viestintää organisaation ulkopuolisille henkilöille, mutta samalla organisaation omalle henkilöstölle.

Suomen poliisimuseon tutkija Tiina Tuulasvaara-Kalevan mukaan uniformun kehittyminen tämän päivän suomalaisen poliisin virka-asuksi on vienyt reilut 100 vuotta. Suomalainen poliisin virkapuku tehtiin venäläismalliseksi vuoden 1903 uudistuksessa. Vuosien 1905-1906 tapahtumien seurauksena virkapuku länsimaalaistettiin ottamalla mallia mm. saksasta. Hieman myöhemmin sortokauden aikana suuntaus vaihtui jälleen taas venäläistyyppiseen malliin. Itsenäisyyden alussa ja sota-aikaan poliisin virkapuku oli vielä hyvin militanttinen. Vuoden 1952 Helsingin olympialaisten aikaan upseerista tehtiin herrasmies ja tuolloin otettiin käyttöön mm. pikkutakki.

Garin ym. mukaan (2015) poliisit ympäri maailmaa pukeutuvat erilaisiin uniformuihin siksi, että tunnistaisimme henkilöt nopeasti viranomaiseksi, kun näemme heidät. Mielikuva on tässäkin ihmisillä voimakas ja auttava. Uniformun käyttäminen on tärkeää, koska julkinen yhteisö ei tunne juuri henkilökohtaisesti henkilöitä, jotka toimivat tehtävässään. Uniformut palvelevat tärkeää tarkoitusta, kun identifiointia tarvitaan todella nopeasti varsinkin poliisin tehtävissä, jossa kansalaisten tulee tunnistaa viranomainen muista toimijoista. Organisaatiot haluavatkin käytännöllisyyden vaatimusten lisäksi, että julkisuudessa organisaatio on helpompi identifioida uniformun avulla. Samalla uniformu on organisaation brändi, mikä kertoo omaa kieltään organisaation statuksesta. Organisaatiot haluavat, että uniformut kuvastavat organisaation kompetenssia, luotettavuutta ja uskottavuutta. Ne organisaatiot, joilla on yhteiskunnassa sosiaalista kontrollia haluavat, että uniformu kuvastaa käyttäjän voimaa ja viranomaisuutta, jolla kuvataan samalla oikeuden ja kunnian symbolisuutta. Poliisin uniformulla on havaittu olevan syvällistä psykologista vaikutusta niissä, jotka sen näkevät. Hyvin tunnistettava ja

luonnostaan ikoninen poliisin uniformu on ilmeisesti voimakkain väline poliisin toiminnassa. (Garis, ym. 2-5, 2015.)

Itä-Suomen poliisihenkilöstö (kts. kuvio 15) pitää poliisin pukeutumista siistinä (72 %), tehtäviin sopivana (71 %), tilanteet huomioivana (67 %), yhdenmukaisena (59 %) ja melko tyylikkäänä (48 %).



Kuvio 15. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin pukeutumisesta

Poliisihenkilöstön vastaajista 14 % pitää poliisin pukeutumista enemmän vaihtelevana kuin yhdenmukaisena ja 10 % pitää sitä tyyliittömänä.

Toimittajien mielikuvat (kts. kuvio 16) ovat kokonaisuudeltaan hieman paremmat kuin poliisihenkilöstöllä itsellään. Toimittajat pitävät poliisin pukeutumista siistinä (92 %), yhdenmukaisena (88 %), tehtäviin sopivana (80 %), yhdenmukaisena (80 %) ja melko tyylikkäänä (63 %). Toimittajista 5 % pitää poliisin pukeutumista tyyliittömänä.



Kuvio 16. Toimittajien mielikuvat poliisin pukeutumisesta

5.4.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä taustamuuttajilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat eri taustamuuttajaryhmissä (kts. taulukko 27) ovat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä lähes 40 %:sti neutraalit. Kriittisyyttä tyylikkyydessä ilmenee jokaisessa taustamuuttajaryhmässä. Mielikuvaerot voidaan tiivistää seuraavasti.

- Poliisihenkilöstön miesvastaajilla on hivenen positiivisempi mielikuva tyylikkyydestä kuin naisvastaajilla.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna poliisihenkilöstön pukeutumisen tyylikkyydessä positiivisin mielikuva on alle 35-vuotiailla vastaajilla.
- Työskentelysektoreittain tarkasteltuna liikennesektori ei pidä poliisihenkilöstön pukeutumista niin tyylikkäänä kuin muut sektorit.
- Poliisihenkilöstön mielikuvat pukeutumisen tyylikkyydestä ovat positiivisimmat Pohjois-Karjalan maakunnan vastaajilla. Muissa maakunnissa pukeutumista pidettiin jopa hieman tyyllittömänä (*p=0,042).
- Työkokemusryhmittäin tarkasteltuna enemmän kokemusta olevalla poliisihenkilöstöllä on hiukan kriittisemmät mielikuvat pukeutumisen tyylikkyyteen verrattuna nuorempaan poliisihenkilöstöön. Työskentelypaikan koon kasvaessa mielikuvat tyylikkyydestä myös paranevat.
- Poliisihenkilöstö, joilla ei ole asiakaskokemusta pitävät pukeutumista tyylikkäämpänä kuin vastaajat, joilla on asiakaskokemus.
- Alipäällystön vastaajien mielikuvissa on enemmän kriittisyyttä poliisihenkilöstön pukeutumisen tyylikkyyteen kuin päällystöllä ja miehistöllä.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,713					
Nainen (70)	11	33	46	10	0
Mies (227)	9	39	41	10	0
IKÄ p=0,202					
Alle 35-vuotiaat (59)	15	42	37	5	0
36-45-vuotiaat (83)	6	36	48	10	0
46-55-vuotiaat (109)	5	40	42	11	1
Yli 56-vuotiaat (46)	5	40	42	11	1
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,506					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	16	28	56	0	0
Poliisin lupahallinnossa (25)	12	36	44	8	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	0	39	46	14	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (95)	4	44	43	9	0
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (121)	13	35	37	13	1
MAAKUNTA * p=0,042					
Etelä-Savo (118)	7	30	52	10	1
Pohjois-Karjala (76)	13	46	37	4	0
Pohjois-Savo (102)	9	41	35	15	0
TYÖKOKEMUS p=0,065					
Alle 15 vuotta (131)	12	38	45	5	0
16-25 vuotta (64)	5	47	31	17	0
Yli 26 vuotta (104)	11	32	45	11	1
TYÖPAIKAN KOKO p=0,701					
Alle 10 henkilöä (17)	12	29	41	18	0
11-50 henkilöä (103)	10	37	42	12	0
51 ja yli (177)	9	39	42	8	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,122					
Kyllä (173)	7	35	45	12	1
Ei (120)	13	42	38	7	0
POLIISINA p=0,762					
Päälylystössä (35)	6	43	43	9	0
Alipäälylystössä (65)	8	38	37	15	1
Miehistössä (147)	9	37	46	8	0
Summamuuttuja	9	38	42	10	0

Taulukko 27. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 28) poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna voidaan tiivistää seuraavasti. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia.

- Naistoimittajat pitävät poliisin pukeutumista hiukan tyylikkäämpänä kuin miehet.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna vanhemmat (yli 46-vuotiaat) henkilöt pitävät pukeutumista tyylikkäämpänä kuin nuoret (alle 45-vuotiaat).
- Sanomalehden toimituksessa työskentelevistä 67 %:lla ja radio-/tv-toimituksessa työskentelevillä 52 %:lla on positiivinen mielikuva poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä.
- Enemmän työkokemusta olevilla toimittajilla (yli 16 vuotta) on parempi mielikuva poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä.
- Toimittajilla, joilla on asiakaskokemus pitävät poliisin pukeutumisen tyylikkyyttä hivenen huonompana verrattuna ei asiakaskokemusta saaneisiin toimittajiin.
- Poliisin mukana olleilla toimittajilla mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä ovat vähän huonommat verrattuna niihin toimittajiin, jotka eivät ole olleet mukana.

Toimittajien mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,792					
Nainen (42)	21	43	31	5	0
Mies (38)	16	46	32	3	3
IKÄ p=0,277					
Alle 35-vuotiaat (16)	6	50	31	6	6
36-45-vuotiaat (18)	6	50	39	6	0
46-55-vuotiaat (22)	35	35	30	0	0
Yli 56-vuotiaat (22)	23	45	27	4	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,27					
Sanomalehden toimituksessa (61)	23	43	30	2	2
Radion/TV toimituksessa (19)	5	47	37	10	0
MAAKUNTA p=0,215					
Etelä-Savo (24)	25	29	46	0	0
Pohjois-Karjala (20)	25	45	20	5	5
Pohjois-Savo (32)	9	53	31	6	0
TYÖKOKEMUS p=0,068					
Alle 15 vuotta (30)	3	53	33	6	3
16-25 vuotta (17)	23	35	41	0	0
Yli 26 vuotta (32)	31	41	25	3	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,308					
Alle 10 henkilöä (24)	25	33	33	8	0
11-50 henkilöä (34)	9	50	38	3	0
51 ja yli (21)	29	48	19	0	4
ASIAKASKOKEMUS p=0,274					
Kyllä (54)	23	40	32	6	0
Ei (25)	12	52	32	0	4
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,479					
Kyllä (54)	16	45	34	2	2
Ei (24)	25	42	25	8	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,554					
Kyllä (44)	23	37	33	5	2
Ei (36)	14	53	31	3	0
Summamuuttuja	19	44	32	4	1

Taulukko 28. Toimittajien mielikuvat poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.4.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisin pukeutumisessa

Toimittajilla on yleisesti parempi mielikuva poliisin pukeutumisesta kuin poliisihenkilöstöllä itsellään. Toimittajien mielikuvien mukaan poliisin pukeutuminen on siistää, yhdenmukaista, tehtäviin sopivaa ja tilanteet huomioivaa.

Eniten kriittistä mielikuvaa löytyy toimittajilla ja poliisihenkilöstöllä pukeutumisen tyylikkyudessa. Poliisihenkilöstöstä 48 % ja toimittajista 63 % pitää poliisin pukeutumista tyylikkäänä, mutta samalla 10 % poliisihenkilöstöstä ja 5 % toimittajista tyyliättömänä.

Taustamuuttujaryhmittäin tarkasteltuna toimittajat pitävät poliisin pukeutumista tyylikkäämpänä kuin poliisihenkilöstö itse. Poliisihenkilöstön naiset ovat kriittisempiä tyylikkyyden arvioinnissa kuin toimittajanaiset. Poliisihenkilöstössä nuoret vastaajat omaavat positiivisemmän mielikuvan tyylikkyydestä kuin vanhempi poliisihenkilöstö. Vastaavasti vanhemmilla toimittajilla on tyylikkäämpi mielikuva pukeutumisesta kuin nuoremmilla toimittajilla. Sekä poliisihenkilöstön että toimittajien vastaajaryhmissä Pohjois-Karjalassa pukeutumista pidetään tyylikkäämpänä kuin Pohjois-Savossa tai Etelä-Savossa. Työpaikan mukaan tarkasteltuna suurimmissa työpaikoissa omataan parempi mielikuva tyylikkyydestä kuin pienemmissä. Tämä korostuu erityisesti toimittajilla.

Ulkoimaisten tutkimusten mukaan on tärkeää, että johtavassa asemassa oleva päällystö näyttää muodolliselta ja kuvastaa business-maailman pukeutumista. Erityisesti päälliköt ovat organisaation johtavia edustajia ja sitä kautta odotukset heidän professionaaliseen ulkomuotoon ovat korkeammat viran ja aseman suhteen. Emme tiedä tarkalleen millään tasolla, mikä on paras väri ja tyyli uniformussa lähettämään parhaan viestin tärkeydestä, ammattimaisuudesta, viranomaisuudesta, luottamuksesta ja luotettavuudesta. Siihen vaikuttavat kulttuuri, historia ja kulloinkin voimassa olevat muotivirtaukset. Lisäksi kulloinkin käytössä olevat asevyöt, luotiliivit, pidikkeet ym. vaikuttavat oleellisesti kokonaisuuteen.

Tutkimusten mukaan rivipoliisin ja poliisipäällystön tulisi erottautua toisistaan pukeutumisella jo johtosuhteiden vuoksi organisaation sisällä ja erityisesti organisaatiosta ulospäin suuntautuvassa työskentelyssä. Päällystön ja johdon tulisi käyttää esimerkiksi eri väristä paitaa (kulttuuriin sopivaa), koska he erottautuvat tätä kautta mm. sidosryhmien kanssa toimimisessa edukseen. Esimerkkinä käytetään

Yhdysvaltalaisia poliisilaitoksia, jossa päällystön ei tulisi vaihtaa vaaleaa paitaansa tummempaan samalle tasolle rivihenkilöiden kanssa. (Garis ym. 2015, 4-5.)

Tosin päinvastaisena esimerkkinä on Indianapoliksen poliisilaitos, jossa tehtiin päätös käyttää kauttaaltaan valkoista virkapaitaa uniformun kanssa organisaation joka tasolla osoittamaan vastuuta, ammattitaitoa ja läpinäkyvyyttä toiminnassaan.

Pukeutumisella on yhteys luotettavuuteen ja sitä kautta poliisi viestii ammattimaisuutta. Erkki Karvonen korostaa kirjassaan ”Imagologia” (1997, 149) ”sinun olevan viesti” vastaanottajalle. Poliisin pukeutumisen ja vaatetuksen yhteydessä pystytään käyttämään vaatetukseen sopivaa teknologiaa, joka viestii osaltaan ammattimaisuutta, virallista organisaatiota ja osaamista. St Louisissa, Missourissa tutkimukseen osallistuneista vastaajista 60 % näki luotettavuuden ja luottamuksen paranevan poliisin toimintaan poliisin käyttäessä kameroita uniformun yhteydessä. (Kochel 2015, 11.) Mainittakoon tässä yhteydessä toimintaa tallentavien kameroiden käyttäminen myös ajoneuvoissa. Poliisin toiminnan videoiminen ajoneuvoista nähtiin hyvänä keinona vähentää kanteluiden määrää poliisin toiminnasta Ranskassa 2010 luvun alussa. Ranska otti videotallennusjärjestelmän ajoneuvoihin rekisterikilven lukulaitteen yhteyteen 2010 luvun alussa. (Matkakertomus Ranskan vierailu 2012.) Näillä kokemuksilla saatiin hyödyllistä tietoa ja vahvistusta myös muun toiminnan yhteyteen liitettävistä kameroista kuten vartalokameroista poliisin jokapäiväisessä toiminnassa. Barak Arielin ym. suorittaman tutkimuksen mukaan vartalokameran avulla vähennettiin poliisin kohdistuvia kanteluita 93 % tutkimusajanjaksona verrattuna edeltävään aikaan (Ariel ym. 2016, 9). Suomi on testannut haalarikameran käyttämistä osana poliisin varusteita ja pukeutumista vuosina 2015-2016. Suuntaus poliisin vaatteiden kehittämisessä on suuntautumassa entistä enemmän teknologian hyödyntämiseen, joka voidaan integroida osaksi vaatetusta. Tästä on hyvänä esimerkkinä Ranskan moottoripyöräpoliisin käyttämä vaatetus, jossa ilmatäytteiset suojat täyttyvät vaatetuksen sisällä suojaamaan henkilöä tämän kaatuessa. Nykyisin ei enää olla kovin kaukana tilanteesta, jossa pystytään seuraamaan poliisimiehen ja naisen fyysistä suoriutumista eri tehtävistä ja jopa heidän elintoimintojaan älykkään vaatetuksen avulla. Samalla on havaittu, että teknologia ja sen myötä taktiikan parantamiset vähentävät tarvetta sekä tarpeellisen että tarpeettoman voiman käyttämiseen (Jefferis ym. 1997, 392). Vaatetus on osa identiteetin kehittämistä ja ylläpitoa (Aholainen 2003, 81). Kaikki aistikokemukset toimivat viestinnän

kanavina ja vaikuttavat pukeutujasta ja pukeutumisesta saataviin mielikuviiin (Kamila 2012, 70).

Yhteenvedona (kts. taulukko 29) poliisin pukeutumiseen liittyvistä mielikuvista voidaan todeta, että mielikuvat muodostavat jonkin verran tai melko paljon kuilua poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välillä. Toimittajat pitävät poliisin pukeutumista enemmän siistinä, yhdenmukaisena, tilanteet huomioivina ja tehtäviin sopivina kuin poliisihenkilöstö itse (**p=0,001). Kuilu mielikuvien välillä on melko suuri, mutta ulospäin annettu kuva on parempi kuin poliisihenkilöstö itse mieltää. Samoin pukeutumisen tyylikkyudessa (*p=0,03) mielikuvallinen kuilu on tilastollisesti melkein merkitsevä. Tuloksia voidaan pitää tilastollisesti erittäin merkitsevinä. Aikaisempien tutkimuksien yhteenvedona Garisin ym. (2015, 2) mukaan voidaan todeta, että hyvin tunnistettava poliisin uniformu on voimakkain väline poliisin toiminnassa.

Poliisin pukeutuminen	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Siistiä ***p=0,001	Uniformun käyttäminen tärkeää, koska julkinen yhteisö ei juurikaan tunne henkilöä henkilökohtaisesti, joka toimii tehtävässään (Garis ym, 2015)	Summamuuttuja poliisin pukeutumisen siisteydestä	Poliisin pukeutuminen on melko siistiä 72 % (+) 3 % (-)	Poliisin pukeutuminen on erittäin siistiä 92 % (+) 0 % (-)	Melko paljon 20 % (+) 3 % (-)
Tyylikästä *p=0,03	Johtavassa asemassa olevan päällystö näyttää mahdolliselle ja mallintaa business-maailman pukeutumista (Aholainen, 2003) (Garis ym, 2015)	Summamuuttuja poliisin pukeutumisen tyylikkyydestä	Poliisin pukeutumista voidaan pitää keskinkertaisen tyylikkäänä 48 % (+) 10 % (-)	Poliisin pukeutumista voidaan pitää keskinkertaisen tyylikkäänä 63 % (+) 5 % (-)	Jonkin verran 15 % (+) 5 % (-)
Yhdenmukaista ***p=0,001	Katsoja refleksiivisesti asemoi uniformun erityiseen aktiivisuuteen tai ammattiin (Stephens & Becker, 1994) (Garis ym, 2015)	Summamuuttuja poliisin pukeutumisen yhdenmukaisuudesta	Poliisin pukeutuminen on tyydyttävästi yhdenmukainen 59 % (+) 14 % (-)	Poliisin pukeutuminen on erittäin yhdenmukainen 88 % (+) 0 % (-)	Melko paljon 29 % (+) 14 % (-)
Tilanteet huomioivaa ***p=0,001	Uniformut palvelevat tärkeää tarkoitusta, kun identifiointia tarvitaan nopeasti (Kamila, 2012) (Garis ym, 2015)	Summamuuttuja poliisin pukeutumisen tilanteiden huomioimisesta	Poliisin pukeutuminen huomioi eri tilanteet melko hyvin 67 % (+) 7 % (-)	Poliisin pukeutuminen on hyvin tilanteet huomioivaa 80 % (+) 0 % (-)	Jonkin verran 13 % (+) 7 % (-)
Tehtäviin sopivaa ***p=0,001	Hyvin tunnistettava poliisin uniformu on voimakkain väline poliisin toiminnassa (Stephens & Becker, 1994) (Garis ym, 2015)	Summamuuttuja poliisin pukeutumisen tehtäviin sopivuudesta	Poliisin pukeutuminen on tehtäviin sopivaa 71 % (+) 4 % (-)	Poliisin pukeutuminen on tehtäviin erittäin sopivaa 88 % (+) 0 % (-)	Jonkin verran 17 % (+) 4 % (-)

Taulukko 29. Yhteenvedo poliisin pukeutumisesta

5.5 Poliisi yleisen järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä

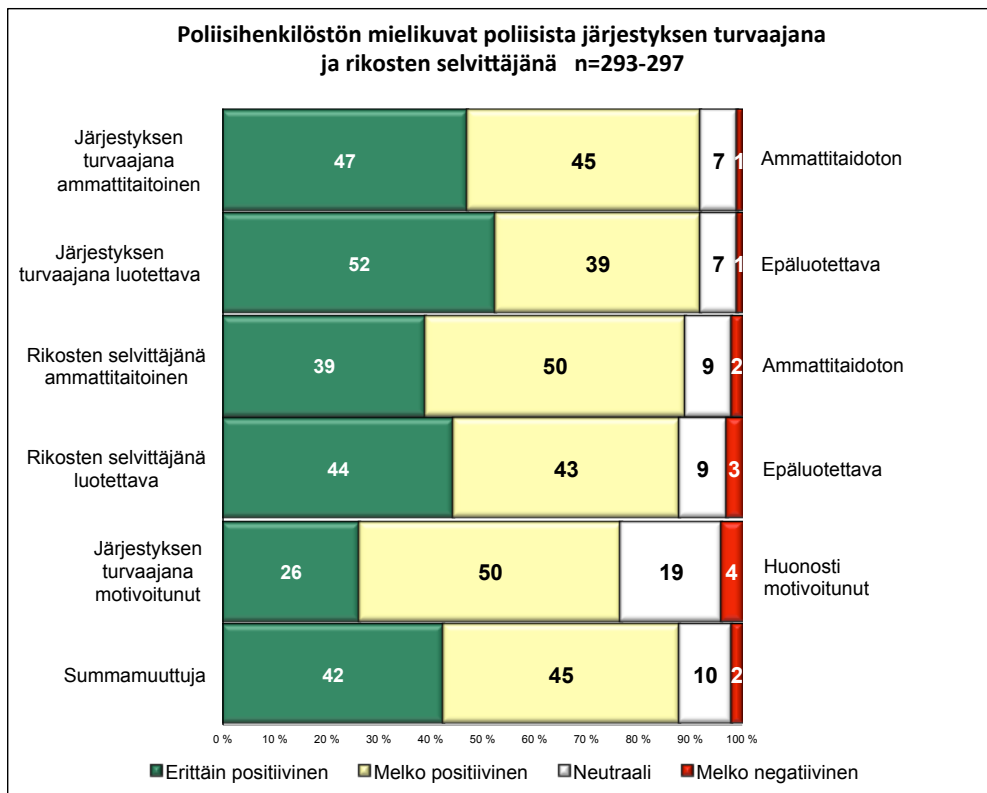
Viidentenä kokonaisuutena analysoin poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvia poliisista yleisen järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä. Poliisi järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä latautui komponenttianalyyssissä samalle komponentille kahdesta eri kysymyssarjasta ammattitaidon, luotettavuuden ja järjestyksen turvaamisen motivaation osalta (kts. liite 1. kysymyslomake, kohdat 16 ja 17, Poliisi yleisen järjestyksen turvaajana ja poliisi rikosten selvittäjänä). Yleisten jakaumien jälkeen tarkastelen tarkemmin poliisin motivaatiota järjestyksen turvaajana.

Sillä, kuinka poliisit uskovat itseensä ja heidän käsityksiinsä omasta työstään ja työtyytyväisyydestä on havaittu vahva yhteys työtyytyväisyyteen ja kokonaisvaltaiseen tehokkuuteen heidän työssään (Wilson & Wilson 2015, 6). Yhteisön luottamuksen ja itseluottamuksen aikaansaaminen muodostuu poliisitoiminnan kulmakiveksi rakennettaessa esimerkiksi lähipoliisiohjelmaa (Kusow ym. 1997, 656).

Vertaillaessa eri vuosina tehtyjä poliisibarometrejä havaitaan poliisin olleen tärkein toimija rikostorjunnassa ja lähiyhteisöjen turvallisuustoimintojen parantajana kaikkina tutkimusajankohtina vuodesta 2001 alkaen. Poliisi koettiin jokseenkin yhtä tärkeänä riippumatta siitä, missä päin Suomea vastaaja asui. Myöskään sillä ei ollut eroa, oliko ollut poliisin kanssa tekemisessä viimeisen 12 kuukauden aikana. (Poliisibarometri 2012, 16.)

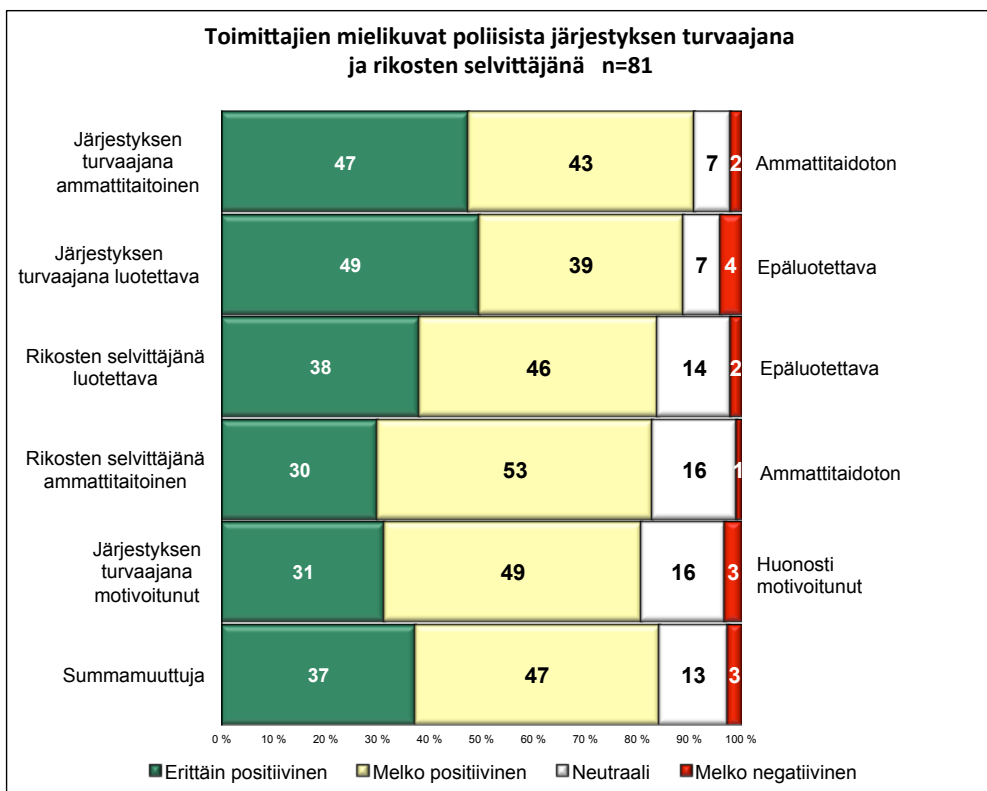
Uutismedia saattaa olla tärkein kansalaisten lähde näkemyksiin poliisin oikeudenmukaisuudesta. Samalla uutismedia saattaa tuottaa kriittistä tarkastelua poliisia kohtaan, mikä toisaalta saattaa vähentää mielikuvaa poliisin oikeudenmukaisuudesta. Monissa tapauksissa kansalaisille on esitetty konfliktisia kuvia poliisista ja poliisin tehokkuudesta, jättäen kysymyksen siitä, kuinka uutisointi vaikuttaa yleisön asenteisiin poliisia kohtaan kuluttajina. Positiivisten asenteiden vaikutus poliisia kohtaan tapahtuu median valtavirtauksessa. Negatiivinen vaikutus kuluttajiin tapahtuu ei perinteisen median kautta kuten mm. poliittisten puheiden kautta. (Chermak & Gruenewald 2006, 262.) Median uusi valtavirtaus on sosiaalinen media ja eri viestinnän applikaatiot. Niiden kautta uutisten tuottaja voi olla jokainen viestinnällisen sovelluksen omistava taho. (Chagnon 2016, 4.)

Poliisihenkilöstö näkee (kts. kuvio 17) poliisin ammattitaitoisena (92 %), luotettavana (91 %) ja motivoituneena (76 %) järjestyksen turvaajana sekä ammattitaitoisena (89 %) ja luotettavana (87 %) rikosten selvittäjänä.



Kuvio 17. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä

Toimittajien mielikuvat (kts. kuvio 18) poliisista ovat lähes yhtä positiiviset kuin henkilöstöllä itsellään. Toimittajat näkevät poliisin järjestyksen valvojana ammattitaitoisena (90 %), luotettavana (88 %) ja motivoituneena (80 %) sekä rikosten selvittäjänä luotettava (84 %) ja ammattitaitoisena (83).



Kuvio 18. Toimittajien mielikuvat poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä

5.5.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana taustamuuttujittain tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. taulukko 30) poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana eri taustamuuttujaryhmissä ovat positiivisia, mutta niiden välillä löytyy eroja. Tiivistetysti voidaan todeta seuraavaa.

- Poliisihenkilöstön naisvastaajilla (80 %) on hieman positiivisempi mielikuva poliisin motivaatiosta kuin miesvastaajilla (75 %).
- Nuorilla vastaajilla (alle 35-vuotiaat) on parempi mielikuva poliisin motivaatiosta verrattuna vanhempiin vastaajaryhmiin ja sama ilmenee tarkasteltaessa työkokemusta.
- Poliisin johdolla sekä valvonta- ja hälytyssektorilla on positiivisimmat mielikuvat poliisin motivaatiosta järjestyksen turvaamiseen. Eniten pidättyväisiä mielikuvia järjestyksen turvaamisen motivaatioon on liikennesektorilla ja eniten kielteisiä mielikuvia ilmenee lupahallinnon sektorilla (* $p=0,012$).
- Maakunnittain tarkasteltuna mielikuvaeroja eri maakuntien välillä on vähän.
- Pienillä (alle 10 henkilön) työpaikoilla mielikuva motivaatiosta järjestyksen turvaamiseen ei ole niin hyvä kuin suuremmilla työpaikoilla.
- Niillä poliisihenkilöillä, joilla ei ole asiakaskokemusta mielikuvat ovat paremmat kuin poliisihenkilöillä, joilla on asiakaskokemusta.
- Motivaatioon ei näyttänyt olevan merkitystä sillä, missä poliisin hierarkiassa työskentelee.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,796					
Nainen (71)	30	50	17	3	0
Mies (225)	25	50	20	5	0
IKÄ p=0,336					
Alle 35-vuotiaat (59)	37	49	14	0	0
36-45-vuotiaat (83)	25	49	18	6	1
46-55-vuotiaat (108)	21	49	21	7	0
Yli 56-vuotiaat (46)	22	53	24	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA * p=0,012					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (24)	25	54	21	0	0
Poliisin lupahallinnossa (26)	8	60	20	12	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	18	36	39	4	4
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (92)	28	61	10	1	0
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (120)	31	42	21	7	0
MAAKUNTA p=0,259					
Etelä-Savo (117)	24	55	19	2	0
Pohjois-Karjala (77)	29	51	13	7	0
Pohjois-Savo (101)	25	44	25	6	1
TYÖKOKEMUS p=0,271					
Alle 15 vuotta (130)	31	49	14	5	0
16-25 vuotta (64)	21	49	29	2	0
Yli 26 vuotta (102)	23	51	21	5	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,076					
Alle 10 henkilöä (17)	12	41	35	12	0
11-50 henkilöä (102)	24	48	22	4	1
51 ja yli (177)	29	52	15	4	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,134					
Kyllä (172)	25	46	22	6	1
Ei (119)	27	56	15	2	0
POLIISINA p=0,486					
Päälylystössä (35)	23	50	23	3	0
Alipäälylystössä (63)	24	54	14	6	2
Miehistössä (147)	31	46	19	5	0
Summamuuttuja	25	50	20	5	0

Taulukko 30. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana

Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 31) poliisin motivaatiosta järjestyksen turvaamiseen ovat positiiviset ja neutraalien vastausten määrä eri taustamuuttujaryhmissä hieman vaihtelee. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Tiivistetysti voidaan tiivistetysti todeta seuraavaa.

- Miesvastaajilla (87 %) on hivenen parempi mielikuva poliisin motivaatiosta kuin naisvastaajilla (73 %).
- Taustamuuttujaryhmän nuoremmilla ja vanhimmillä toimittajilla on parempi mielikuva poliisin motivaatiosta kuin keski-ikäisillä toimittajilla.
- Tv/radio-toimittajilla (94 %) on paremmat mielikuvat motivaatiosta kuin sanomalehden toimittajilla (76 %).
- Maakunnittain tarkasteltuna positiivisin mielikuva poliisin motivaatiosta löytyy Pohjois-Karjalan toimittajilta.
- Työkokemuksen mukaan tarkasteltuna paras mielikuva on kokemusryhmän nuoremmilla (alle 35-vuotiaat).
- Toimittajien työpaikan koon kasvaessa mielikuvat poliisin motivaatiosta huononevat hieman.
- Ei asiakaskokemusta olevilla toimittajilla on parempi mielikuva motivaatiosta kuin niillä toimittajilla, joilla on asiakaskokemusta.
- Niillä toimittajilla, jotka ovat olleet poliisin mukana tai jotka työskentelevät vastaavana toimittajana on parempi mielikuva poliisin motivaatiosta kuin toimittajilla, jotka eivät ole.

Toimittajien mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,269					
Nainen (42)	21	52	21	2	2
Mies (39)	41	46	10	3	0
IKÄ p=0,86					
Alle 35-vuotiaat (17)	29	53	18	0	0
36-45-vuotiaat (19)	32	42	16	5	5
46-55-vuotiaat (23)	39	39	17	4	0
Yli 56-vuotiaat (22)	23	64	14	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,539					
Sanomalehden toimituksessa (62)	26	50	19	3	2
Radion/TV toimituksessa (19)	47	47	6	0	0
MAAKUNTA p=0,306					
Etelä-Savo (24)	37	42	21	0	0
Pohjois-Karjala (21)	19	71	9	0	0
Pohjois-Savo (33)	33	39	18	6	3
TYÖKOKEMUS p=0,677					
Alle 15 vuotta (31)	29	55	13	3	0
16-25 vuotta (18)	22	61	11	0	6
Yli 26 vuotta (32)	37	37	22	3	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,312					
Alle 10 henkilöä (24)	25	58	17	0	0
11-50 henkilöä (34)	34	49	14	3	0
51 ja yli (22)	32	41	18	5	4
ASIAKASKOKEMUS p=0,498					
Kyllä (55)	33	44	20	2	2
Ei (25)	28	60	8	4	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,85					
Kyllä (56)	30	52	14	2	2
Ei (24)	32	44	20	4	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,931					
Kyllä (44)	43	50	4	2	0
Ei (36)	50	36	11	3	0
Summamuuttuja	32	49	15	2	1

Taulukko 31. Toimittajien mielikuvat poliisin motivaatiosta yleisen järjestyksen turvaajana

5.5.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä

Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisista järjestyksen turvaajan ja rikosten selvittäjänä ovat positiivisia, mutta joitakin eroja ilmenee (kts. kuviot 17 ja 18). Poliisihenkilöstön (91 %) ja toimittajien (88 %) mielikuvat poliisin luotettavuudesta järjestyksen turvaajana ovat positiiviset. Kriittisiä mielikuvia luotettavuudesta on 4 %:lla toimittajista.

Tutkimusten mukaan luottamus on avainkonsepti sosiaaliseen pääomaan. Kaiken takana on perusidea siitä, että luotetaan toisiin ja olemassa oleviin instituutioihin, yhdessä hyvin toimivan sosiaalisen verkoston kanssa. Luottamuksella on monia positiivisia vaikutuksia hyvinvointiin, terveyden ja turvallisuuden vaikutuksista ekonomiaan ja valtiovaltaan. Luottamuksen perspektiivistä poliisi sosiaalisena instituutiona on mielenkiintoinen, koska sille on annettu valtaa edustaa viranomaistoimia oikeutuksella käyttää pakkovaltaa. (Kääriäinen 2007, 409-410.)

Mielikuvat poliisin ammattitaidosta järjestyksen turvaajana on molemmilla vastaajaryhmillä lähes identtiset. Mielikuvaeroja löytyy vähän rikosten selvittämisen luotettavuudessa ja ammattitaidossa. Poliisin oma mielikuva rikosten selvittämisen luotettavuudesta ja ammattitaidosta on hiukan positiivisempi kuin toimittajilla, joilla on mielikuvissa hieman enemmän pidättyvyyttä. Poliisibarometritutkimusten mukaan Suomen poliisin vahvuuksia ovat ymmärtäväinen ja asiallinen asennoituminen asiakkaaseen sekä ammattitaitoinen toimintatapa (Poliisibarometri 2010, 71).

Tarkasteltaessa mielikuvia poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä poliisin motivaatiosta havaitaan poliisihenkilöstön naisilla olevan parempi mielikuva kuin miehillä (kts. taulukot 32 ja 33). Vastaavasti toimittajamiehillä on parempi mielikuva poliisin motivaatiosta kuin toimittajanaisilla. Maakunnittain tarkasteltuna toimittajilla ja poliisihenkilöstöllä on motivaatiosta parhaimmat mielikuvat Pohjois-Karjalan alueella, tosin poliisihenkilöstöllä nousee esiin Pohjois-Karjalan alueella hieman myös kriittisyyttä. Toimittajien työpaikan koon kasvaessa mielikuvat motivaatiosta huononevat. Vastaavasti poliisihenkilöstöllä työpaikan koon kasvaessa mielikuvat motivaatiosta paranevat.

Yhteenvedon voidaan todeta seuraavaa. Taustamuuttujien välillä esiin nousi poliisihenkilöstön mielikuvat motivaatiosta järjestyksen turvaamiseen eri työskentelypaikkojen välillä.

Poliisin johdolla sekä valvonta- ja hälytyssektorilla on positiivisimmat mielikuvat poliisin motivaatiosta järjestyksen turvaamiseen. Eniten pidättyväisiä mielikuvia järjestyksen turvaamisen motivaatioon on liikennesektorilla ja eniten kielteisiä mielikuvia ilmenee lupahallinnon sektorilla (* $p=0,012$).

Muista mielikuvista voidaan todeta (kts. taulukko 32), että mielikuvat eivät muodosta kuilua. Poliisihenkilöstön ja toimittajien välisissä mielikuvissa ja niiden välisissä eroissa ei löytynyt tilastollista merkitsevyyttä.

Tämän tutkimuksen mukaan poliisi on onnistunut Itä-Suomessa tehtävässään ja voidaan todeta, että toimittajilla on poliisista luotettava sekä ammattitaitoinen mielikuva järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä. Poliisibarometrin (2010) mukaan ammattitaitoinen toimintatapa on Suomen poliisin vahvuuksia. Lisäksi tässä tutkimuksessa poliisi nähdään motivoituneena järjestyksen turvaajana.

Aikaisempien tutkimusten mukaan luottamus on avainkonsepti sosiaaliseen pääomaan. Jacksonin ym. (2013, 56) mukaan omakohtainen kokemus poliisiin on avaintekijä luottamukseen. Stenvallin (2012, 118) mukaan poliisin toiminnan ydin on lakiin perustuva toimintavarmuus. Saman toteavat Ehrlich & Ehrlich (1999, 115) sillä heidän mukaansa poliisi on elämän ja omaisuuden suojelija sekä rauhan ylläpitäjä yhteiskunnassa vuorokauden ympäri. Samalla Ehrlichit toteavat, että poliisityön ja julkisen mielikuvan välillä on tutkimusten mukaan kuilua siinä, mitä poliisi tekee ja kuinka julkisuus asian näkee. Tässä tutkimuksessa tuota kuilua ei kuitenkaan löytynyt toimittajien ja poliisihenkilöstön välillä luotettavuudessa, ammattitaidossa eikä motivaatiossa.

Imagon kannalta on huomioitavaa, että poliisin laadullinen ja määrällinen yhteistyö sekä kontaktipinta yhteiskuntaan lisäävät poliisin imagoa. Kääriäisen (2007, 409-410) mukaan luottamuksella on monia positiivisia vaikutuksia yhteiskunnan hyvinvointiin, terveyteen, turvallisuuteen ja sitä kautta ekonomiaan ja valtiovaltaan.

Polisi järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Luotettava järjestyksen turvaaja p=0,502	Omakohtainen kokemus poliisiin on avaintekijä luottamukseen (Jackson ym, 2013) (Kääriäinen, 2007)	Summamuuttuja poliisin luotettavuudesta järjestyksen turvaajana	Polisi on erittäin luotettava järjestyksen turvaaja 91 % (+) 1 % (-)	Polisi on erittäin luotettava järjestyksen turvaaja 88 % (+) 4 % (-)	Vähän 3 % (+) 3 % (-)
Ammattitaitoinen järjestyksen turvaaja p=0,78	Ammattitaitoinen toimintatapa on Suomen poliisin vahvuuksia (Poliisibarometri, 2010)	Summamuuttuja poliisin ammattitaidosta järjestyksen turvaajana	Polisi on erittäin ammattitaitoinen järjestyksen turvaaja 92 % (+) 1 % (-)	Polisi on erittäin ammattitaitoinen järjestyksen turvaaja 90 % (+) 2 % (-)	Vähän 2 % (+) 1 % (-)
Motivoitunut järjestyksen turvaaja p=0,653	Polisi on elämän ja omaisuuden suojeleja sekä rauhan ylläpitäjä 24/7 (Ehrlich & Ehrlich, 1999)	Summamuuttuja poliisin motivaatiosta järjestyksen turvaajana	Polisi on motivoitunut järjestyksen turvaaja 76 % (+) 4 % (-)	Polisi on motivoitunut järjestyksen turvaaja 80 % (+) 3 % (-)	Vähän 4 % (+) 1 % (-)
Luotettava rikosten selvittäjä p=0,7	Poliisin toiminnan ydin on lakiin perustuva toimintavarmuus (Stenvall, 2012)	Summamuuttuja poliisin luotettavuudesta rikosten selvittäjänä	Polisi on erittäin luotettava rikosten selvittäjä 87 % (+) 3 % (-)	Polisi on luotettava rikosten selvittäjä 84 % (+) 2 % (-)	Vähän 3 % (+) 1 % (-)
Ammattitaitoinen rikosten selvittäjä p=0,257	Laadullista ja määrällistä kontaktipintaa sekä yhteistyötä kasvattamalla poliisi lisää imagoa kansalaisten suuntaan (Kusow ym, 1997)	Summamuuttuja poliisin ammattitaidosta rikosten selvittäjänä	Polisi on erittäin ammattitaitoinen rikosten selvittäjä 89 % (+) 2 % (-)	Polisi on ammattitaitoinen rikosten selvittäjä 83 % (+) 1 % (-)	Hieman 6 % (+) 1 % (-)

Taulukko 32. Yhteenveto poliisista järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä

5.6 Poliisi lupahallinnon toimijana

Kuudentena käsiteltävänä aiheena analysoin poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvia poliisin lupahallinnosta (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 14, Poliisi lupahallinnon toimijana). Poliisi lupahallinnon toimijana latautui kysymyksien osalta kokonaisuudessaan komponenttianalysissä samalle komponentille.

Lupahallinnon kautta poliisi kohtaa suuren määrän kansalaisia, joilla muuten ei ole kosketuspintaa poliisin kanssa. Lupahallinnon toimintaa voidaan siten pitää erittäin tärkeänä ilmentämään poliisia kansalaisten suuntaan. Lupahallinnon toiminnassa korostuvat erityisesti palvelukuvan muodostuminen ja palvelun laatu. Laadun merkitys kasvaa, kun vähillä resursseilla on saatava aikaan oikea-aikaisia ja laadukkaita palveluja (Silvennoinen-Nuora 2010, 76).

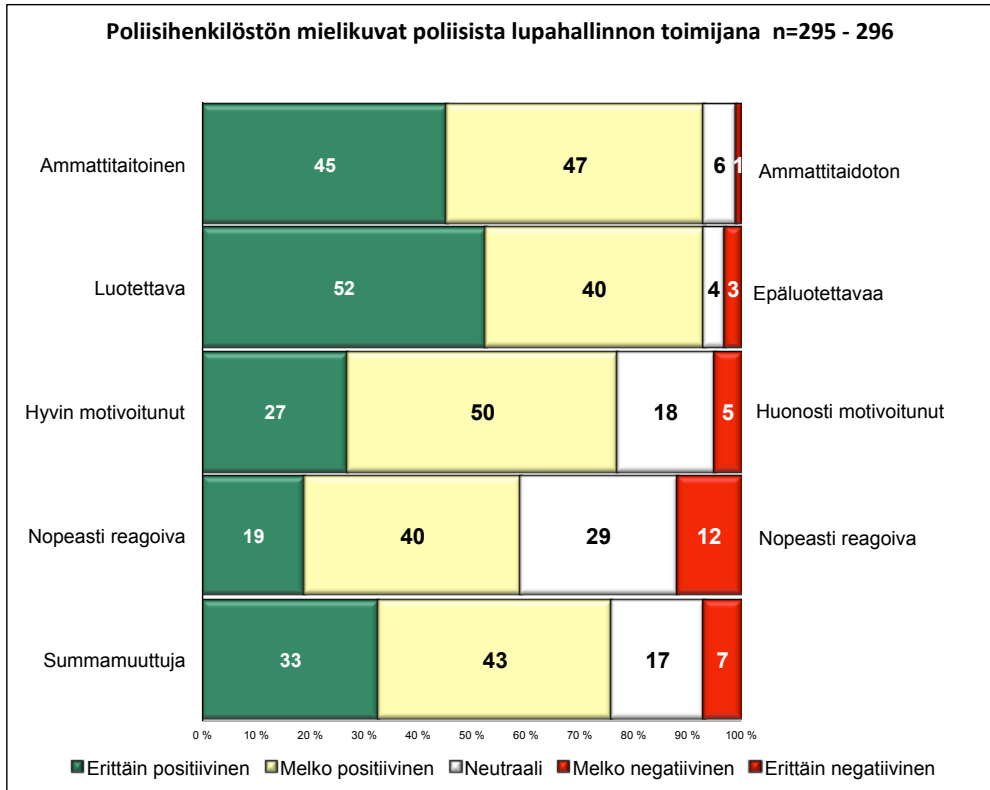
Poliisin lupahallinnon toimintaa voidaan pitää pakottavana toimintana kansalaisiin nähden. Lupatoiminnan kautta kansalainen veloitetaan toimimaan tietyllä tavalla. Pakottaminen on osa palvelua. Poliisi tuottaa palveluja suojellakseen kansalaisia oikealla laillisella pakottamisella. (Stephens & Becker 1994, 4.)

Luotettavuus on tärkeä tekijä lupahallinnon toiminnassa. Puhuttaessa kansalaisten luottamuksesta poliisin, puhumme ihmisten kokemuksista individuaalisella tasolla (Kääriäinen 2007, 411).

Kansalaisen kohtaamistilanteet ovat erittäin tärkeitä poliisin kannalta. Kansalaiset, joilla on negatiiviset näkemykset kohtaamisista poliisin kanssa, saattavat ilmaista vähemmän suosittelevia käsityksiä perustuen kokemuksiinsa. Tietyt ryhmät, kuten vähemmistöt ja nuoret, raportoivat enemmän kontakteja poliisin kanssa ja sen seurauksena antavat myös vähemmän imartelevia kommentteja poliisista. (Schaffer ym. 2003, 445.)

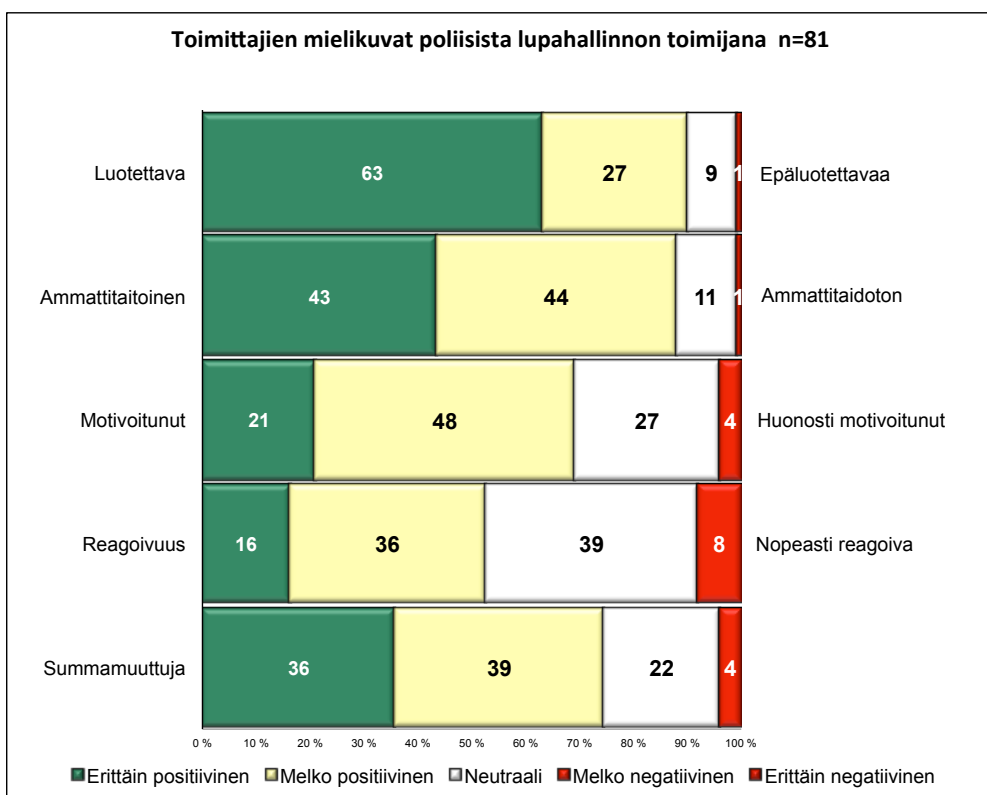
Tunteet ovat tuntemuksia, mitä ihmiset kokevat, välittävät, ilmaisevat ja johtavat (Erlich & Erlich 1999, 112). Kansalaiset, joilla oli epämiellyttävä kontakti poliisiin vapaaehtoisuuden tai pakottavalta pohjalta esimerkiksi lähipoliisitoiminnassa antoivat vähemmän positiivista palautetta myös muusta poliisitoiminnasta (Davies ym. 2003, 457). Poliisin oikeudenmukaisuuden täytyy samanaikaisesti liittyä poliisin käsityksiin moraalista viranomaistoiminnassa ja kansalaisten tunnustukseen poliisin toimivallasta lailliseen toimivaltaan (Wilson & Wilson 2015, 5).

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. kuvio 19) poliisista lupahallinnon toimijana korostavat ammattitaitoa (92 %), luotettavuutta (92 %) ja motivoituneisuutta (77 %). Lupahallintoa pidetään myös melko nopeasti reagoivana (59 %).



Kuvio 19. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisista lupahallinnon toimijana

Toimittajien mielikuvat poliisista (kts. kuvio 20) lupahallinnon toimijana korostavat luotettavuutta (90 %) ja ammattitaitoa (87 %). Toimittajat näkevät poliisin lupahallinnon myös motivoituneena (71 %). Poliisi on toimittajien mielikuvissa melko nopeasti reagoiva (52 %).



Kuvio 20. Toimittajien mielikuvat poliisista lupahallinnon toimijana

5.6.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvaeroista (kts. taulukko 33) lupahallinnon reagoivuuteen voidaan todeta tiivistetysti seuraavaa.

- Poliisihenkilöstön naisvastaajilla (63 %) mielikuvat lupahallinnon reagoivuudesta ovat hiukan paremmat kuin miesvastaajilla (57 %).
- Iän karttuessa poliisihenkilöstön mielikuvat reagoivuudesta paranevat. Kriittisyyttä on selvästi enemmän nuoremmassa alle 35-vuotiaiden vastaajien keskuudessa kuin vanhemmassa poliisihenkilöstössä. Sama on havaittavissa tarkastellessa työkokemuksen määrää.
- Työskentelypaikan mukaan poliisin lupahallinto sekä johto, hallinto ja esikuntapalvelut näkevät lupahallinnon reagoivuuden melko samalla tavalla. Hieman enemmän kriittisiä mielikuvia löytyy rikostorjuntasektorin mielikuvissa. Pidättyväisimmät mielikuvat lupahallinnon reagoivuudesta ovat liikennesektorin henkilöstöllä.
- Maakunnittain tarkasteltuna positiivisin mielikuva lupahallinnon reagoivuudesta on Pohjois-Karjalan maakunnassa (* $p=0,036$).
- Alle kymmenen henkilön työpaikoilla mielikuvat poliisin lupahallinnon reagoivuudesta eivät ole niin positiiviset kuin suuremmilla työpaikoilla.
- Poliisihenkilöstö, joilla on asiakaskokemusta lupahallinnosta eivät näe reagointia yhtä positiivisena kuin ei asiakaskokemusta omaavat.
- Alipäällystön (91 %) ja miehistön (91 %) positiivisemmat mielikuvat lupahallinnon reagoivuudesta erottuvat päällystön (54 %) mielikuvista.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,65					
Nainen (69)	20	43	27	9	0
Mies (225)	18	39	29	11	3
IKÄ p=0,07					
Alle 35-vuotiaat (59)	15	30	32	22	0
36-45-vuotiaat (82)	21	41	27	6	5
46-55-vuotiaat (108)	18	41	30	10	1
Yli 56-vuotiaat (45)	20	49	27	2	2
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,764					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	24	40	32	4	0
Poliisin lupahallinnossa (25)	24	36	28	8	4
Poliisin liikennesektorilla (28)	14	32	46	4	4
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (98)	12	46	30	10	2
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (119)	23	38	23	13	2
MAAKUNTA * p=0,036					
Etelä-Savo (117)	11	44	34	10	1
Pohjois-Karjala (75)	23	48	21	7	1
Pohjois-Savo (101)	24	31	29	13	4
TYÖKOKEMUS p=0,164					
Alle 15 vuotta (130)	16	38	30	15	0
16-25 vuotta (63)	21	36	30	6	6
Yli 26 vuotta (102)	22	44	26	7	1
TYÖPAIKAN KOKO p=0,855					
Alle 10 henkilöä (17)	18	29	41	12	0
11-50 henkilöä (102)	19	42	27	8	4
51 ja yli (175)	19	39	29	11	1
ASIAKASKOKEMUS p=0,288					
Kyllä (171)	17	38	30	12	2
Ei (118)	22	44	26	7	1
POLIISINA p=0,872					
Päälystössä (35)	14	40	31	11	3
Alipäälystössä (63)	52	39	8	2	0
Miehistössä (149)	52	39	8	2	0
Summamuuttuja	22	39	28	9	2

Taulukko 33. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta

Toimittajilla mielikuvat (kts. taulukko 34) eri taustamuuttujaryhmissä ovat melko tasaisia. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Toimittajien mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta voidaan tiivistää seuraavasti.

- Sukupuolen mukaan tarkasteluna mielikuvat ovat melko samanlaiset poliisin lupahallinnon reagoivuudesta.
- Mielikuvat poliisin lupahallinnon reagoivuudesta paranevat iän karttuessa.
- Sanomalehden ja radio/tv-toimittajien mielikuvien välillä ei ole suurta eroa poliisin lupahallinnon reagoivuudesta.
- Maakunnittain tarkasteltuna Pohjois-Karjalassa ja Etelä-Savossa on hieman paremmat mielikuvat kuin Pohjois-Savossa.
- Työkokemuksen mukaan tarkasteltuna 16-25 vuotta alalla olleiden toimittajien mielikuvat ovat vähän paremmat poliisin lupahallinnon reagoivuudesta kuin nuoremmilla (alle 15 vuotta) ja kokeneemmilla (yli 26 vuotta) toimittajilla.
- Keskikokoisen työpaikan (11-50 henkilöä) omaa paremmat mielikuvat poliisin reagoinnista verrattuna pienempiin (alle 10 henkilön) ja suurempiin (yli 51 henkilön) työyhteisöihin.
- Toimittajien asiakaskokemuksella, vastaavana toimittajana toimimisella tai poliisin mukana ololla toimitustehtävissä ei näytä olevan vaikutusta mielikuvuihin.

Toimittajien mielikuvat poliisin lupahallinnon reagoivuudesta (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,801					
Nainen (42)	12	40	38	7	2
Mies (39)	20	31	41	5	3
IKÄ p=0,82					
Alle 35-vuotiaat (17)	5	35	53	5	0
36-45-vuotiaat (19)	16	32	37	10	5
46-55-vuotiaat (23)	26	35	35	4	0
Yli 56-vuotiaat (22)	14	41	36	4	4
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,821					
Sanomalehden toimituksessa (62)	16	34	42	5	3
Radion/TV toimituksessa (19)	16	42	42	11	0
MAAKUNTA p=0,818					
Etelä-Savo (24)	17	37	37	8	0
Pohjois-Karjala (21)	14	43	33	9	0
Pohjois-Savo (33)	15	33	42	3	6
TYÖKOKEMUS p=0,964					
Alle 15 vuotta (31)	10	39	42	6	3
16-25 vuotta (18)	22	39	33	6	0
Yli 26 vuotta (32)	19	31	41	6	3
TYÖPAIKAN KOKO p=0,589					
Alle 10 henkilöä (24)	12	33	46	4	4
11-50 henkilöä (35)	20	37	40	3	0
51 ja yli (22)	14	36	32	14	5
ASIAKASKOKEMUS p=0,217					
Kyllä (55)	22	29	42	5	2
Ei (25)	4	48	36	8	4
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,848					
Kyllä (56)	16	34	41	5	4
Ei (25)	16	40	36	8	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,724					
Kyllä (44)	16	36	36	7	4
Ei (36)	14	36	44	6	0
Summamuuttuja	15	37	39	6	2

Taulukko 34. Toimittajien mielikuvat poliisin lupapalvelujen reagoivuudesta taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.6.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot poliisin reagoivuudesta lupahallinnon toimijana

Toimittajien ja poliisihenkilöstön mielikuvat taustamuuttujilla tarkasteltuna nostavat esiin hieman enemmän pidättyvää toimittajien mielikuvissa kuin poliisihenkilöstöllä. Poliisihenkilöstön alle 35-vuotiaiden mielikuvat ovat selvästi kriittisemmät taustamuuttujaryhmittäin.

Maakunnittain tarkasteltuna positiivisin mielikuva poliisihenkilöstöllä lupahallinnon reagoivuudesta on Pohjois-Karjalan maakunnan alueella (* $p=0,036$). Mielikuvat ovat toimittajilla ja poliisihenkilöstöllä positiivisimmat Pohjois-Karjalan maakunnan alueella, mutta toimittajat näkevät Etelä-Savon positiivisemmin kuin poliisihenkilöstö itse.

Molempien vastaajaryhmien alle 10 henkilön työpaikoilla mielikuvat poliisin reagoinnista ovat huonommat kuin isommilla työpaikoilla. Vertailtaessa asiakaskokemusta toimittajien ja poliisihenkilöstön kesken havaitaan molemmissa vastaajaryhmissä ei kokemusta olevien mielikuvat paremmiksi kuin kokemusta saaneiden.

Poliisihenkilöstön mielikuvat lupahallinnon toiminnasta ovat hiukan positiivisemmat luotettavuudessa, ammattitaidossa, motivoituneisuudessa ja reagoivuudessa verrattuna toimittajien mielikuviiin.

Toimittajat näkevät poliisin reagoinnin lupahallinnon toimijana hiukan pidättyvämmiin verrattuna poliisihenkilöstöön. Poliisihenkilöstön vastaajista 12 % osoittaa samalla hiukan kriittisyyttä reagoivuuden hitauteen, kun vastaava luku toimittajilla on 8 %. Poliisin reagoivuus liittyy vahvasti tehokkuuteen ja palvelukuvan muodostumiseen. Poliisin palveluksessa kansalaisia tehokkaasti ja hyväksyttävästi rakenteellisen työskentelysuhteen tulee ilmetä lainvalvojen ja ihmisten välillä (Worrall 1999, 47). Poliisissa tehtävien ja lainsäädännön kehittymisen myötä tiedon määrä on kasvanut voimakkaasti viimeisten vuosikymmenten aikana, mitä Pylväs pitävää poliisin toimintaympäristön tutkimuksessa turvallisuusviranomaisten jokapäiväisenä haasteena (Pylväs 2012, 141).

Mielikuvat poliisin lupahallinnon toiminnasta (kts. taulukko 35) ovat luotettavuuden ja ammattitaidon osalta melko tai erittäin positiivisia. Poliisihenkilöstön mielikuvat lupahallinnon toiminnoista ovat kauttaaltaan hieman paremmat kuin toimittajien. Mielikuva motivaatiosta lupahallinnon toimintoihin on

melko hyvä molemmilla vastaajaryhmillä. Hieman parannettavaa mielikuvissa nähdään poliisin reagoivuudessa.

Yhteenvedona voidaan todeta, että poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välillä ei ole kuilua. Poliisin lupahallinnon luotettavuudessa, motivoituneisuudessa, reagoivuudessa ja ammattitaidossa ei myöskään löytynyt mielikuvien välillä tilastollista merkitsevyyttä. Aikaisemmissa tutkimuksissa (Schaffer ym. 2003, 445) ovat todenneet positiivisten kontaktien vahvistavan kansalaisten odotuksia poliisipalveluihin. Davies ym. (2003, 457) toteavat kaiken poliisitoiminnan vaikuttavan kansalaisten palautteeseen ja Kääriäisen (2007, 411) mukaan erityisesti luottamus koetaan individuaalisella tasolla. Tässä tutkimuksessa poliisin lupahallintoa pidetään erittäin luotettavana sekä ammattitaitoisena. Tämä luo edellä mainitun kirjallisuuden mukaan positiivisia odotuksia poliisin lupahallintoa kohtaan. Poliisi on tämän tutkimuksen mukaan melko motivoitunut lupahallinnon toimija, mutta lupahallinnon reagoinnissa nähdään vielä parantamisen varaa.

Poliisi lupahallinnon toimijana	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Luotettavuus p=0,115	Moraali viranomaistoiminnassa ja kansalaisten tunnustus poliisin vaatimuksista lailliseen toimivaltaan (Wilson & Wilson, 2015)	Summamuuttuja poliisin luotettavuudesta lupahallinnon toimijana	Poliisi on erittäin luotettava lupahallinnon toimija 92 % (+) 3 % (-)	Poliisi on erittäin luotettava lupahallinnon toimija 90 % (+) 3 % (-)	Vähän 2 % (+) 0 % (-)
Motivoituneisuus p=0,37	Positiivinen kontakti vahvistaa kansalaisten odotuksia poliisipalveluihin (Schaffer ym, 2003)	Summamuuttuja poliisin motivoituneisuudesta lupahallinnon toimijana	Poliisi on melko motivoitunut toimija 77 % (+) 5 % (-)	Poliisi on melko motivoitunut toimija 69 % (+) 4 % (-)	Hieman 8 % (+) 1 % (-)
Reagoisuus p=0,397	Kaikki poliisitoiminta vaikuttaa kansalaisten palautteeseen (Davies ym, 2003) (Kääriäinen, 2007)	Summamuuttuja poliisin reagoivuudesta lupahallinnon toimijana	Poliisi reagoi tyydyttävästi lupahallinnossa 59 % (+) 12 % (-)	Poliisi reagoi tyydyttävästi lupahallinnossa 52 % (+) 8 % (-)	Hieman 7 % (+) 4 % (-)
Ammattitaito p=0,685	Rakenteellinen työskentelysuhte lainvalvojan ja ihmisten välillä (Worrall, 1999) (Stephens & Becker, 2007)	Summamuuttuja poliisin ammattitaidosta lupahallinnon toimijana	Poliisi on erittäin ammattitaitoinen toimija 92 % (+) 0 % (-)	Poliisi on erittäin ammattitaitoinen toimija 87 % (+) 0 % (-)	Hieman 5 % (+) 0 % (-)

Taulukko 35. Mielikuvaerojen yhteenvedo poliisista lupahallinnon toimijana

5.7 Suhteiden hoitaminen poliisin ja sidosryhmien välillä

Seitsemäntenä käsiteltävänä aiheena analysoin poliisin ja toimittajien mielikuvia poliisin suhteiden hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä. Poliisin suhteiden hoitaminen latautui kaikkien kysymysten osalta komponenttianalyysissä samalle komponentille. (Kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 31, Suhteiden hoitaminen sidosryhmien ja poliisin välillä). Tarkastelen suhteiden hoitamisen hyödyllisyyttä hieman tarkemmin taustamuuttujien välillä.

Sidosryhmäyhteistyö on entistä tärkeämpää tämän päivän poliisin toiminnassa. Vaikuttavuutta haetaan monen toimijan yhteistyön kautta ja tätä edesauttaa hyvä sidosryhmäyhteistyö ja suhdetoiminta. Poliisille tärkeä sidosryhmäyhteistyön taho on media. Chermakin ja Gruenewaldin mukaan (2006, 274) poliisi arvioi omaa suhdettaan mediaan. Tämä näkyy esimerkiksi siinä arvioinnissa, kuinka poliisi pystyy parhaiten käyttämään median mekanismeja kommunikaation toiminnoissa poliisin omien tavoitteiden toteuttamiseen. Samalla poliisi joutuu arvioimaan sitä, kuinka huolehtia kommunikaatiosta, kun kriisitilanne tapahtuu.

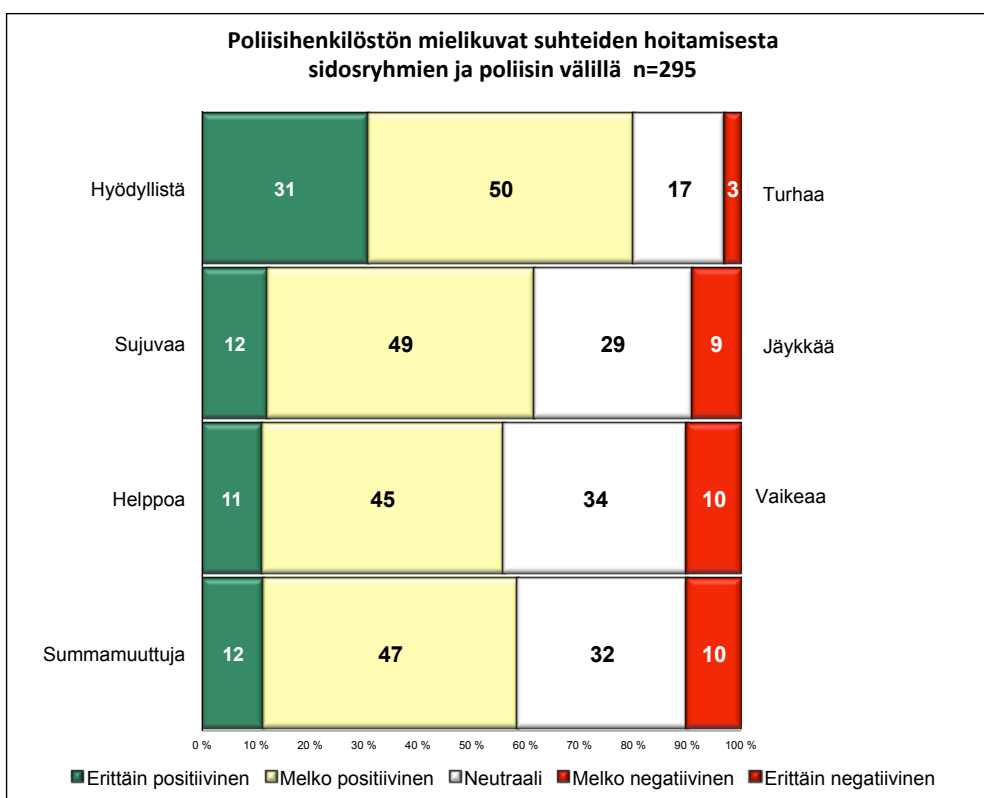
Stenvallin mukaan uusimuotoinen julkinen hallinto korostaa verkostomaisia toimintamalleja, joilla toteutetaan julkisen politiikan tavoitteita. Nykypäivänä tarvitaan verkostoja, koska asiat ovat monimutkaisia ja eri toimijat ovat riippuvuussuhteissa toisiinsa nähden. Verkostot voivat olla julkisen organisaation välisiä tai niihin voi kuulua kumppanuusperiaatteella alueellisia, kansallisia ja jopa kansainvälisiä yrityksiä tai järjestöjä. (Stenvall 2012, 119.)

Suhdetoiminnan hyödyllisyyden näkeminen on erittäin tärkeä motivoiva tekijä suhteiden hoitamiselle. Salmi ym. ovat havainneet, että luotaessa hyviä suhteita kansalaisiin, poliisin on tultava ulos autoistaan jokapäiväisissä tilanteissa ja ei ainoastaan silloin, kun ollaan selvittämässä rikosta. Poliisin läheisyys tuo positiivisia vaikutuksia parannettaessa suhteita poliisin ja kansalaisten välillä. (Salmi ym. 2000, 434-445.) Marenin mukaan (2016, 477) suhteiden hoitaminen on erityisen tärkeää vähemmistöjen ja poliisin välillä.

Cao, Stack ja Sun nostavat esiin suhdetoiminnan tärkeyden omassa poliisitutkimuksessaan, joka sijoittuu Japanin poliisiin. Japanissa alhaiset rikosluvut johtuvat läheisestä kansalaisten suhteesta poliisiin, vaikka II maailmansota jättikin pahoja haavoja yhteiskuntaan. Läheinen suhde erityisesti yhteisöjen johtajiin, asukkaisiin sekä korkea-asteinen yleisön kanssa tehtävä yhteistyö parantaa suhdetta poliisiin. Poliisi on kiinnittänyt huomiota Japanissa myös palveluorientoituneeseen

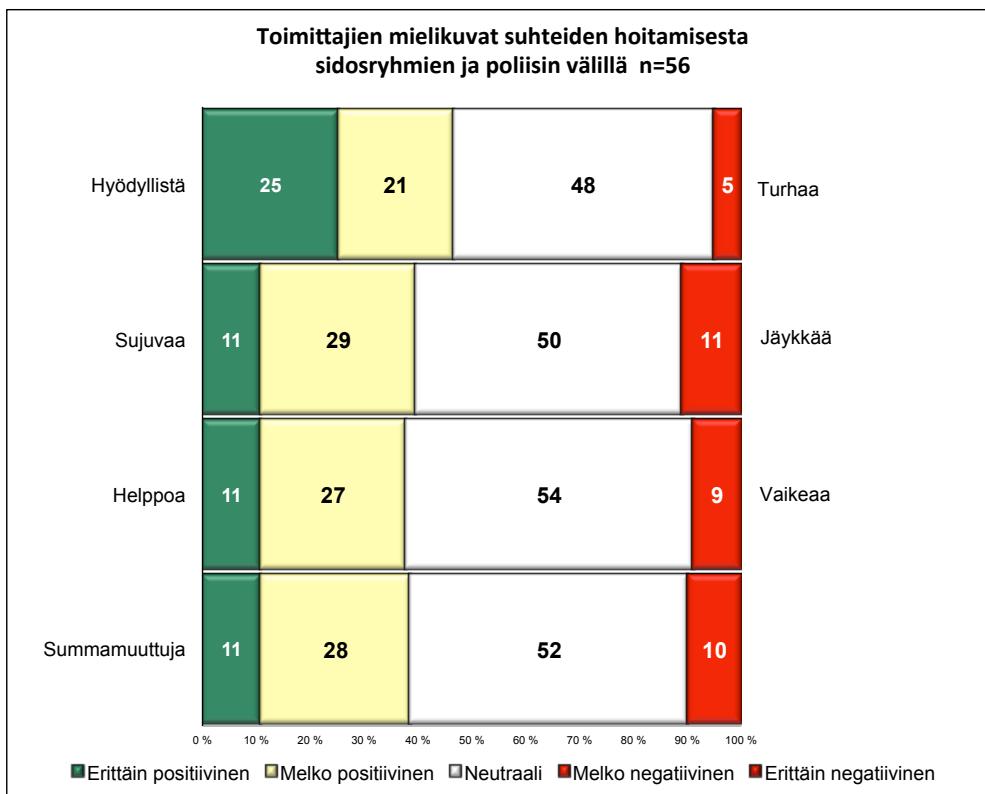
poliisitoimintaan yhteisöissä, missä poliisi antaa konkreettiset kasvot toiminnalle. (Cao, Stack & Sun 1998, 282.) Toisaalta taas esimerkiksi USA:ssa poliisi käyttää suuria summia teroittaakseen suhdettaan mediaan siten, että työ tulee poliisiin eduksi. Kun poliisi ei pysty aina kontrolloimaan viestiä, niin vallitseva näkemys on, että symbioottinen suhde median ja poliisin välillä on olemassa. (Davies, Stone & Buttle 2015, 57.)

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. kuvio 21) suhteiden hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä on hyödyllistä (81 %), sujuvaa (61 %) ja melko helppoa (56 %). Pieni osa (3 %) näkee suhteiden hoitamisen sidosryhmiin turhana ja kymmenesosa vastaajista jäykkänä ja vaikeana.



Kuvio 21. Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä

Toimittajien mielikuvat (kts. kuvio 22) suhteiden hoitamisesta sidosryhmiin ovat enemmän pidättyvämmät tai vastaajilla ei ole selkeää mielikuvaa poliisin suhteiden hoitamisesta. Toimittajien mielikuvissa poliisin suhdetoiminta nähdään sidosryhmiin 46 % hyödyllisenä, 40 % sujuvana ja 38 % helppona. Pieni osa toimittajista (5%) näkee suhteiden hoitamisen turhana ja noin kymmenesosa jäykkänä ja vaikeana.



Kuvio 22. Toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä

5.7.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä (kts. taulukko 36) ovat kauttaaltaan positiiviset. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Tiivistetysti voidaan todeta seuraavaa.

- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna poliisihenkilöstön miesvastaajat (82 %) näkevät mielikuvissaan suhteiden hoitamisen vähän hyödyllisempänä kuin naisvastaajat (78 %).
- Taustamuuttujien välillä erottuvat vanhemmat ja kokeneemmat työntekijät. Mitä kokeneempi poliisihenkilöstön vastaaja on iän ja työkokemuksen mukaan, sitä tärkeämpänä suhteiden hoitamisen hyödyllisyys nähdään.
- Poliisin johto-, hallinto- ja esikuntapalvelut sekä liikennesektori näkevät suhteiden hoitamisen erittäin hyödyllisenä.
- Maakunnittain tarkasteltuna ei ole havaittavia eroja maakuntien välillä.
- Työpaikan koon kasvaessa hyödyllisyys nähdään mielikuvissa tärkeämpänä.
- Niillä poliisihenkilön vastaajilla, joilla ei ole omakohtaista asiakaskokemusta, mielikuvat ovat paremmat kuin niillä, joilla on kokemusta.
- Mielenkiintoista on havaita, kuinka mielikuva sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä huononee siirryttäessä päällystöstä alipäällystöön ja miehistöön.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,494					
Nainen (68)	29	49	22	0	0
Mies (226)	32	50	15	2	0
IKÄ p=0,394					
Alle 35-vuotiaat (58)	38	41	17	3	0
36-45-vuotiaat (83)	26	48	23	2	0
46-55-vuotiaat (107)	27	58	13	1	1
Yli 56-vuotiaat (46)	41	46	13	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,989					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	40	44	16	0	0
Poliisin lupahallinnossa (25)	24	56	20	0	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	25	61	11	4	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (98)	35	46	16	2	1
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (120)	31	50	18	2	0
MAAKUNTA p=0,703					
Etelä-Savo (117)	31	51	16	2	0
Pohjois-Karjala (74)	31	49	19	0	1
Pohjois-Savo (102)	31	50	16	3	0
TYÖKOKEMUS p=0,223					
Alle 15 vuotta (129)	32	44	21	3	0
16-25 vuotta (64)	30	50	20	0	0
Yli 26 vuotta (102)	31	57	10	1	1
TYÖPAIKAN KOKO p=0,912					
Alle 10 henkilöä (17)	18	59	23	0	0
11-50 henkilöä (101)	28	52	18	2	0
51 ja yli (176)	35	47	16	2	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,154					
Kyllä (171)	31	46	20	3	1
Ei (118)	32	55	14	0	0
POLIISINA p=0,893					
Päälystössä (35)	31	57	11	0	0
Alipäälystössä (65)	31	52	14	1	1
Miehistössä (146)	32	46	19	2	0
Summamuuttuja	31	51	17	1	0

Taulukko 36. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 37) sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä eivät ole yhtä positiiviset kuin poliisihenkilöstöllä. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Mielikuvat ovat kauttaaltaan pidättyväisiä ja toimittajilla ei ole selkeää mielikuvaa poliisin sidosryhmäyhteistyöstä. Sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä voidaan todeta seuraavaa.

- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna havaitaan, että naistoimittajilla (44 %) mielikuvat ovat hieman kriittisemmät kuin miestoimittajilla (49 %).
- Iän mukaan tarkasteltuna 36-45 -vuotiaat ja työkokemusta 16-25 vuotta saaneilla toimittajilla on positiivisemmat mielikuvat kuin nuoremmilla ja vanhemmilla ikä- ja kokemusryhmillä.
- Radio-/tv-toimittajat (62 %) pitävät suhdetoiminnan hyödyllisyyttä positiivisempänä kuin sanomalehden (39 %) toimittajat.
- Työpaikan koon mukaan tarkasteltuna 11-50 henkilön työpaikat pitävät suhdetoiminnan hyödyllisyyttä positiivisempänä kuin alle 10 henkilön työpaikat. Huonoin mielikuva hyödyllisyydestä on suurimmilla yli 51 henkilön työpaikoilla.
- Asiakaskokemuksen saaneilla toimittajilla ja niillä toimittajilla, jotka ovat toimineet poliisiasioissa vastaavana toimittajana on positiivisempi mielikuva suhdetoiminnan hyödyllisyydestä kuin ei kokemusta saaneilla.
- Vastaavasti ne toimittajat, jotka eivät ole olleet poliisin mukana toimitustehtävissä ovat saaneet hivenen positiivisemmän mielikuvan sidosryhmäyhteistyöstä verrattuna niihin toimittajiin, jotka ovat olleet poliisin mukana.

Toimittajien mielikuvat poliisin sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,712					
Nainen (25)	28	16	48	8	0
Mies (31)	23	26	48	3	0
IKÄ p=0,806					
Alle 35-vuotiaat (13)	8	31	54	8	0
36-45-vuotiaat (13)	31	23	38	8	0
46-55-vuotiaat (15)	27	20	53	0	0
Yli 56 vuotiaat (15)	33	13	47	7	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,589					
Sanomalehden toimituksessa (40)	22	17	52	7	0
Radion/TV toimituksessa (16)	31	31	38	0	0
MAAKUNTA p=0,199					
Etelä-Savo (15)	40	13	47	0	0
Pohjois-Karjala (14)	7	21	71	0	0
Pohjois-Savo (24)	21	29	42	8	0
TYÖKOKEMUS p=0,064					
Alle 15 vuotta (21)	10	24	57	10	0
16-25 vuotta (12)	58	25	17	0	0
Yli 26 vuotta (23)	22	17	56	4	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,205					
Alle 10 henkilöä (15)	33	13	47	7	0
11-50 henkilöä (27)	30	26	44	0	0
51 ja yli (14)	7	21	57	14	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,100					
Kyllä (36)	33	19	44	3	0
Ei (19)	5	26	58	10	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,778					
Kyllä (38)	21	24	50	5	0
Ei (18)	33	17	44	6	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,159					
Kyllä (34)	35	18	41	6	0
Ei (22)	9	27	59	4	0
Summamuuttuja	25	22	48	5	0

Taulukko 37. Toimittajien mielikuvat poliisin sidosryhmäyhteistyön hyödyllisyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.7.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot suhdetoiminnan hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä

Suhdetoiminnan hyödyllisyyttä tarkasteltaessa taustamuuttujien avulla poliisihenkilöstön mielikuvat ovat positiivisemmat kaikissa taustamuuttujaryhmissä verrattuna toimittajiin. Toimittajien mielikuvissa korostuu pidättyväisyys ja hieman kriittisiä ääripäitä nousee esille useissa taustamuuttujaryhmissä. Erityisesti toimittajat suurilta työpaikoilta, joissa työskentelee yli 51 henkilöä pitävät suhdetoimintaa melko turhana (14 %) ja vastaajilla ei ole selvää mielikuvaa (57 %) suhdetoiminnasta. Toimittajat, joiden työkokemus on 16-25 vuoden luokkaa, omaavat erityisen hyvän mielikuvan suhdetoiminnan hyödyllisyydestä verrattuna toimittajien nuorempiin tai vanhempiin työkokemusluokkiin.

Poliisihenkilöstön mielikuvat suhdetoiminnan hoitamisesta sidosryhmien ja poliisin välillä ovat kauttaaltaan positiivisempia kuin toimittajilla. Poliisihenkilöstö pitää suhteiden hoitamista 81 % hyödyllisenä, 61 % sujuvana ja 56 % helppona. Toimittajista 46 % pitää suhdetoimintaa hyödyllisenä 40 % sujuvana, 38 % helppona. Tarkasteltaessa hyödyllisyyttä vastaajaryhmien väliset erot ovat huomattavat. Toimittajilla ei ole selvää mielikuvaa poliisin sidosryhmäyhteistyöstä. Kriittisiä mielikuvia tarkastellessa erot olivat poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä vähäiset.

Yhteenvedona voidaan todeta seuraavaa (kts. taulukko 38). Poliisihenkilöstö näkee suhteiden hoitamisen sidosryhmiin hyödyllisenä, mutta toimittajien mielikuvat ovat enemmän pidättyvämmät, mikä tässä yhteydessä on ymmärrettävissä siten, että toimittajilla ei ole selvää mielikuvaa sidosryhmäsuhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä tai poliisin tekemästä sidosryhmäyhteistyöstä kokonaisuudessaan.

Aikaisemman tutkimuksen (Salmi ym. 2000, 434-445) mukaan hyödyllisyyden näkeminen on motivoiva tekijä suhteiden hoitamiseksi. Poliisin läheisyys tuo tutkimusten (Salmi, 2000, 434-445, Cao ym. 1998, 282) mukaan positiivisia vaikutuksia parannettaessa suhteita poliisin ja kansalaisten välillä. Mielikuvien pidättyväisyys korostuu samalla tavoin sujuvuudessa ja helppoudessa muodostaen siten eroa poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välille. Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot muodostavat kuilun.

Suhteiden hoitamisen hyödyllisyyttä voidaan pitää tuloksena tilastollisesti erittäin merkitsevänä (**p=0,001), sujuvuutta merkitsevänä (**p=0,018) ja helppoutta melkein merkitsevänä (*p=0,041).

Daviesin tutkimusten (2015, 43) mukaan suhde median ja poliisin välillä on tärkeää, koska media voi synnyttää positiivista imagoa kommunikaation eri strategioilla. Media voi lisätä poliisin positiivisuutta myös sidosryhmien suuntaan. Tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstöllä on positiivisempi mielikuva sidosryhmäyhteistyön sujuvuudesta, helppoudesta ja hyödyllisyydestä kuin toimittajilla.

Suhteiden hoitaminen poliisin ja sidosryhmien välillä	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Sujuvuus p=0,018 **	Symbioottinen suhde median ja poliisin välillä (Davies ym, 2015)	Summamuuttuja poliisin suhteiden hoitamisen sujuvuudesta	Poliisin suhteiden hoitaminen on tyydyttävää 61 % (+) 9 % (-)	Poliisin suhteiden hoitaminen ei niin sujuvana ja neutraalina 41 % (+) 11 % (-)	Melko paljon 20 % (+) 2 % (-)
Helppous p=0,041*	Poliisin läheisyys tuo positiivisia vaikutuksia (Salmi ym, 2000) (Cao ym, 1998)	Summamuuttuja poliisin suhteiden hoitamisen helppoudesta	Poliisin suhteiden hoitaminen on tyydyttävää 56 % (+) 10 % (-)	Poliisin suhteiden hoitaminen on tyydyttävää ja keskinkertaista 38 % (+) 9 % (-)	Jonkin verran 18 % (+) 1 % (-)
Hyödyllisyys ***p=0,001	Hyödyllisyyden näkeminen motivoiva tekijä suhteiden hoitamiseksi (Salmi ym, 2000)	Summamuuttuja poliisin suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä	Poliisin suhteiden hoitaminen nähdään hyödyllisenä 81 % (+) 3 % (-)	Poliisin suhteiden hoitaminen nähdään keskinkertaisena ja ei niin hyödyllisenä 46 % (+) 5 % (-)	Melko paljon 35 % (+) 2 % (-)

Taulukko 38. Yhteenveto suhteiden hoitamisesta poliisin ja sidosryhmien välillä

5.8 Poliisi liikenneturvallisuuden asiantuntijana

Kahdeksantena käsiteltävänä aiheena analysoin poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvia poliisista liittyen liikenneturvallisuuden asiantuntijuuteen. Poliisin liikenneturvallisuuden asiantuntijuus latautui kysymysten osalta komponenttianalysissä samalle komponentille. (Kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 15, Poliisi liikenneturvallisuuden asiantuntijana)

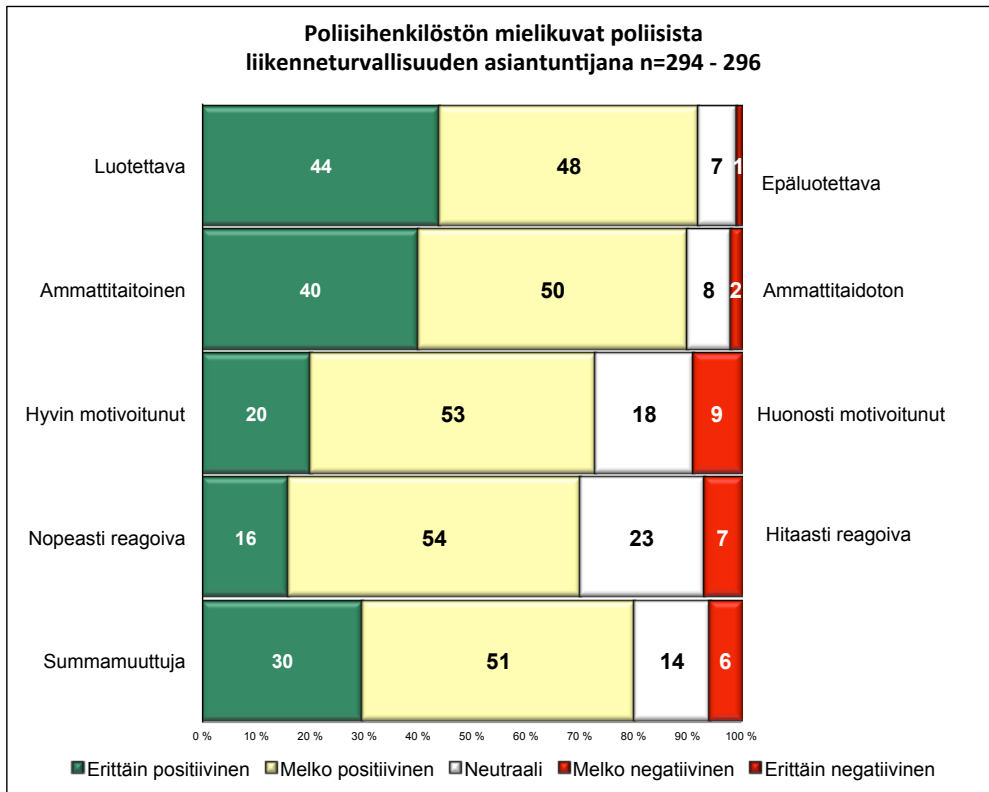
Lupahallinnon toimintojen ohella poliisi tapaa erittäin paljon kansalaisia liikennevalvonnan ja liikenteeseen liittyvien aihealueiden ympärillä. Liikenne liittyy uutisointiin lähes päivittäin. Sanomalehtien, TV:n ja radion välityksellä tapahtuvassa uutisoinnissa liikenne on tavalla tai toisella jatkuvasti esillä. Media on pääasiallinen lähde informaation välittämisestä poliisista ihmisille (Jackson ym. 2013, 80).

Liikenteestä ja siihen liittyvistä kysymyksistä on erittäin helppo saada keskustelun avauksia poliisin ja kansalaisten välillä. Poliisihenkilöt ovat tärkeässä roolissa uutisten tuottajana, päättäen, mitkä näkökulmat aiheesta nostetaan esiin (Chermak 1995, 26). Liikenteessä ja liikennevalvontatilanteissa poliisi kohtaa vuosittain kymmeniä tuhansia ihmisiä. Kansalaiset, jotka ovat kokeneet vastentahtoisia kontakteja poliisin kanssa arvioivat kokemuksen huonommaksi kuin vapaaehtoiselta pohjalta tapahtuneet kontaktit. Näistä yleisemmäksi arvioitiin liikenteenvalvonnassa tapahtuneet pysäytykset. Joillakin ihmisillä tämä liikenteenvalvonnassa tapahtunut kohtaaminen määrittelee erittäin paljon poliisin julkisuuskuvaa. (Reisig & Correia 1997, 311-312.)

Yhdysvalloissa 1960 -luvun tutkimuksissa poliisin toiminta liikennevalvonnan pysäytystilanteissa koettiin vahingollisempänä julkisten suhteiden näkökulmasta. Joissakin tapauksissa taas poliisin toiminta nähtiin hyväksi tilanteissa, jossa autoilijaa kohdeltiin reilulla tavalla. (Worral 1999, 51.)

Tehokkaan poliisitoiminnan näkökulmasta, hyvät ja luottamukselliset suhteet kansalaisiin ovat erittäin tärkeitä. Julkinen luottamus on tärkeää poliisivoimille itselleen, koska erityisesti demokraattisissa yhteiskunnissa poliisin tulee ansaita legitimitetti toimilleen kansalaisilta. (Kääriäinen 2007, 410.) Liikenne ja siihen liittyvät aihealueet valvonnan ja lupahallinnon puolelta ovat erittäin tärkeitä poliisin julkisuuskuvan muodostajia kansalaisten suuntaan.

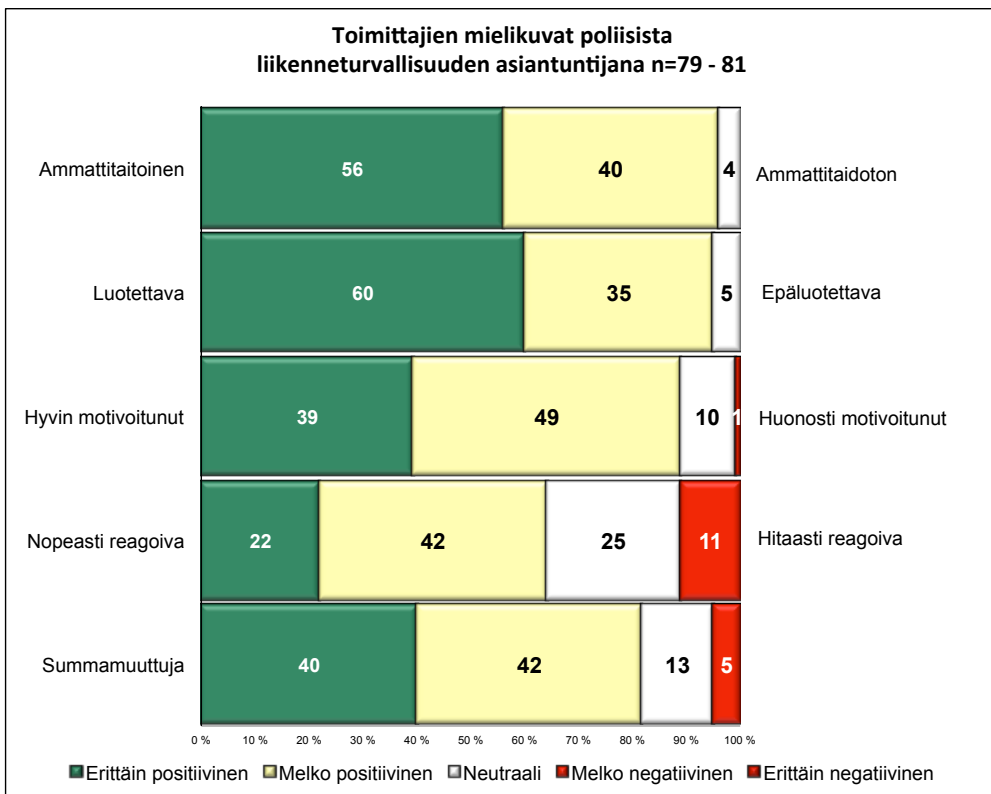
Poliisihenkilöstön omien mielikuvien mukaan (kts. kuvio 23) poliisi on hyvin luotettava (92 %) ja ammattitaitoinen (90 %) liikenneturvallisuuden asiantuntijana. Poliisihenkilöstö pitää poliisia myös motivoituneena (73 %) liikenteen asiantuntijana, vaikka huonoa motivaatiota ilmenee noin 10 %:lla vastaajista. Reagoinnissa viidesosa poliisihenkilöstön mielikuvista on pidättyväisiä.



Kuvio 23. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana

Toimittajat pitävät poliisia (kts. kuvio 24) erittäin ammattitaitoisena (96 %), luotettavana (95 %) ja motivoituneena (88 %) liikenneturvallisuuden asiantuntijana. Tätä tutkimustulosta tukee myös 2000 -luvun alussa tehdyt tutkimukset Englannissa ja Walesissa, missä julkisyhteisöllä on uskomus siihen, että poliisilla on oikeat aikomukset ja toimivalta tehtävissään määrätä heitä (Jackson, Bradford, Stanko & Hohl 2013, 63).

Yli puolet toimittajista pitää poliisia nopeasti reagoivana, mutta reilut 10 % pitää poliisia hitaasti reagoivana ja 25 %:lla ei ole selvää mielikuvaa asiasta.



Kuvio 24. Toimittajien mielikuvat poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana

5.8.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenteenturvallisuuden asiantuntijana taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. taulukko 39) poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana vaihtelevat eri taustamuuttujissa. Tiivistetysti poliisihenkilöstön mielikuvista voidaan todeta seuraavaa.

- Sukupuolen mukaan tarkasteluna poliisihenkilöstön naisvastaajien (75 %) mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuteen ovat hiukan positiivisemmat kuin miesvastaajilla (67 %).
- Iän mukaan tarkasteltuna mielikuvat ovat hiukan paremmat nuoremmilla kuin vanhemmilla vastaajilla.
- Työskentelypaikan mukaan lupahallinnon ja liikennesektorin mielikuvat poliisin reagoivuudesta ovat hiukan paremmat verrattuna muihin työskentelypaikkoihin.
- Maakunnittain tarkasteluna paras mielikuva reagoivuudesta on Pohjois-Karjalan henkilöstöllä (72 %). Eniten kriittisiä mielikuvia reagoivuudesta löytyy Pohjois-Savon maakunnan alueelta.
- Vertailtaessa työpaikan kokoja havaitaan alle 10 henkilön työpaikoilla olevan positiivisia mielikuvia vähiten ja kriittisiä mielikuvia muita enemmän. Suuremmissa työpaikoissa reagoivuuteen liittyvät mielikuvat ovat paremmat.
- Ei asiakaskokemusta olevilla vastaajilla on parempi mielikuva poliisin reagoivuudesta kuin kokemuksen saaneilla vastaajilla (**p=0,003).
- Pääallystö näkee poliisin reagoivuuden liikenneturvallisuuteen hiukan parempana kuin alipääallystö ja miehistö.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,326					
Nainen (71)	21	54	21	3	0
Mies (224)	13	54	24	7	1
IKÄ p=0,785					
Alle 35-vuotiaat (58)	14	57	24	5	0
36-45-vuotiaat (83)	14	58	17	10	1
46-55-vuotiaat (108)	17	53	24	6	1
Yli 56-vuotiaat (46)	16	49	33	2	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,727					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	24	44	28	4	0
Poliisin lupahallinnossa (25)	16	60	20	4	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	18	54	25	0	4
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (97)	7	60	26	6	1
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (120)	20	51	21	8	0
MAAKUNTA p=0,389					
Etelä-Savo (117)	13	56	25	6	0
Pohjois-Karjala (77)	14	58	25	1	1
Pohjois-Savo (101)	18	50	21	10	1
TYÖKOKEMUS p=0,469					
Alle 15 vuotta (129)	16	53	22	8	0
16-25-vuotta (64)	11	61	20	8	0
Yli 26-vuotta (102)	18	52	26	3	1
TYÖPAIKAN KOKO p=0,307					
Alle 10 henkilöä (17)	18	29	35	18	0
11-50 henkilöä (102)	14	58	21	7	1
51 ja yli (175)	17	54	24	5	0
ASIAKASKOKEMUS ** p=0,003					
Kyllä (171)	18	45	27	9	1
Ei (119)	13	67	18	2	0
POLIISINA p=0,472					
Päällystössä (35)	9	66	23	3	0
Alipäällystössä (63)	13	56	25	3	3
Miehistössä (146)	17	54	22	8	0
Summamuuttuja	16	54	24	6	1

Taulukko 39. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajilla mielikuvat (kts. taulukko 40) ovat positiiviset, mutta hiukan kriittisemmät kuin poliisihenkilöstöllä. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Mielikuvista toimittajien keskuudessa voidaan todeta tiivistetysti seuraavaa.

- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna toimittajamiehillä (74 %) on selvästi paremmat mielikuvat reagoinnista kuin toimittajanaisilla (54 %).
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna ikäryhmällä 36-45 vuotta on vähiten positiivisia ja eniten kriittisiä mielikuvia poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuteen verrattuna muihin ikäryhmiin.
- Radio-/tv-toimittajilla (79 %) on parempi mielikuva poliisin liikenneturvallisuuden reagoivuudesta kuin sanomalehden toimittajilla (59 %).
- Maakunnittain tarkasteltuna parhaat mielikuvat löytyvät Etelä-Savon toimittajilta (70 %). Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon toimittajilta löytyy hivenen myös kriittisyyttä.
- Toimittajien työpaikan koon kasvaessa positiivisten mielikuvien mukaan mahtuu myös kriittisiä mielikuvia.
- Niillä toimittajilla, joilla ei ole asiakaskokemusta on selvästi positiivisempi mielikuva poliisin reagoivuuteen kuin niillä toimittajilla, joilla on asiakaskokemusta.
- Sillä, oliko ollut toimittajana poliisin mukana, ei näyttänyt olevan merkittävää eroa.
- Poliisiaiheisiin perehtyneiden vastaavien toimittajien mielikuva poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuteen on parempi kuin ei vastaavilla toimittajilla.

Toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,373					
Nainen (42)	21	33	31	12	2
Mies (39)	23	51	18	8	0
IKÄ p=0,79					
Alle 35-vuotiaat (17)	23	41	23	12	0
36-45-vuotiaat (19)	10	47	26	10	5
46-55-vuotiaat (23)	35	30	30	4	0
Yli 56-vuotiaat (22)	18	50	18	14	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,513					
Sanomalehden toimituksessa (62)	24	35	27	11	2
Radion/TV toimituksessa (19)	16	63	16	5	0
MAAKUNTA p=0,797					
Etelä-Savo (24)	33	37	25	4	0
Pohjois-Karjala (21)	19	43	29	9	0
Pohjois-Savo (33)	15	48	24	9	3
TYÖKOKEMUS p=0,769					
Alle 15 vuotta (31)	19	48	23	6	3
16-25 vuotta (18)	11	44	33	11	0
Yli 26 vuotta (32)	31	34	22	12	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,563					
Alle 10 henkilöä (24)	12	50	33	4	0
11-50 henkilöä (35)	23	40	23	14	0
51 ja yli (22)	32	36	18	9	5
ASIAKASKOKEMUS p=0,075					
Kyllä (55)	22	34	33	11	0
Ei (25)	24	56	8	8	4
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,816					
Kyllä (56)	25	39	25	9	2
Ei (25)	16	48	24	12	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,578					
Kyllä (44)	20	48	20	9	2
Ei (36)	25	33	31	11	0
Summamuuttuja	22	43	24	9	1

Taulukko 40. Toimittajien mielikuvat poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.8.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset erot poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana

Tarkasteltaessa poliisin reagoivuutta liikenneturvallisuuden asiantuntijana eri taustamuuttujien kautta, nousee esiin muutama merkittävä havainto. Toimittajilla korostuu mielikuvissa hiukan enemmän pidättyvien ja kriittisten mielikuvien määrä verrattuna poliisihenkilöstön mielikuviin. Silmäänpistävä on naisten ja miesten mielikuvien ero poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä. Poliisihenkilöstön naisilla on parempi mielikuva reagoivuudesta kuin miehillä ja toimittajavastaajaryhmällä päinvastoin. Poliisihenkilöstön naisedustajista 75 % pitää poliisin reagointia hyvänä, kun naistoimittajilla vastaava luku on 54 %. Molemmissa vastaajaryhmissä asiakaskokemus reagoivuudesta on huonompi niillä vastaajilla, joilla on henkilökohtainen kokemus poliisin kanssa toimimisesta. Poliisihenkilöstön asiakaskokemustaustamuuttujaryhmässä tulos oli tilastollisesti merkitsevä (** $p=0,003$).

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana ovat hiukan paremmat kuin toimittajilla. Poliisihenkilöstö ja toimittajat pitävät poliisia erittäin luotettavana asiantuntijana liikenneturvallisuuden aihealueella. Toimittajien mielikuvat poliisin ammattitaidosta ja luotettavuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana ovat hiukan paremmat kuin poliisihenkilöstöllä itsellään.

Toimittajat näkevät poliisin myös motivoituneempina liikenneturvallisuuteen asiantuntijana kuin poliisihenkilöstö itse. Sen sijaan poliisihenkilöstön mielikuvat reagoivuudesta liikenneturvallisuusasioihin on parempi poliisihenkilöstöllä itsellään kuin toimittajilla. Maakunnittain tarkasteltuna poliisihenkilöstöllä on reagoivuudesta parhaimmat mielikuvat Pohjois-Karjalasta, kun taas toimittajilla Etelä-Savosta.

Yhteenvedona (kts. taulukko 41) voidaan todeta seuraavaa. Toimittajien mielikuva poliisin motivaatiosta liikennevalvontaan on korkeampi kuin poliisihenkilöstöllä itsellään. Poliisihenkilöstön ja toimittajien positiiviset mielikuvat korostuvat poliisin luotettavuudessa ja ammattitaidossa. Eniten parantamisen varaa molempien vastaajaryhmien mielikuvissa on poliisin reagoivuudessa liikenneturvallisuuden asiantuntijana toimimiseen. Mielikuvaerot eivät muodosta kuilua poliisihenkilöstön ja toimittajien välille luotettavuudessa, reagoivuudessa ja ammattitaidossa. Poliisin motivoituneisuus liikenneturvallisuuden asiantuntijana

muodostaa kuilun poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välille. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä (***) $p=0,001$). Aikaisemmissa tutkimuksissa Worralin (1999, 51) mukaan 1960-luvulla poliisin pysäytystilanteet Yhdysvaltalaisessa liikenteessä koettiin vahingolliseksi julkisten suhteiden kannalta. Samassa tutkimuksessa Worrall kuitenkin toteaa, että reilu toimintatapa poliisin puolelta nähtiin jo tuolloin kansalaisten puolelta hyvänä. Noista ajoista on tultu eteenpäin ja liikennevalvonta koetaan yhteiskunnassamme valtioneuvoston periaatteiden tasolla tärkeänä asiana jokaisen tielläliikkujan kannalta sekä poliisin odotetaan puuttuvan tieliikenteessä havaittuihin rikkomuksiin luotettavasti ja ammattitaidolla. Reisig ja Correia (1997, 311-312) toteavat liikenteenvalvonnassa tapahtuvien pysäytysten määrittelevän erittäin paljon poliisin julkisuuskuva. Jackson ym. (2013, 56) korostavat asiakaskokemuksen merkitystä luotettavuuden näkökulmasta. Tässä tutkimuksessa poliisiin liittyvät mielikuvat pitävät poliisin toimintaa luotettavana ja ammattitaitoisena.

Poliisi liikenne-turvallisuuden asiantuntijana	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Luotettavuus $p=0,088$	Asiakaskokemus luotettavuuden näkökulmasta erittäin tärkeä (Jackson ym. 2013)	Summamuuuttuja poliisin luotettavuus liikenneturvallisuuden asiantuntijana	Poliisi on erittäin luotettava liikenteen asiantuntijana 92 % (+) 0 % (-)	Poliisi on erittäin luotettava liikenteen asiantuntijana 95 % (+) 0 % (-)	Vähän 3 % (+) 0 % (-)
Motivoituneisuus ***$p=0,001$	Hyvät ja luottamukselliset suhteet toiminnan takana erittäin tärkeät (Kääriäinen, 2007)	Summamuuuttuja poliisin motivoituneisuus liikenneturvallisuuden asiantuntijana	Poliisi on melko motivoitunut asiantuntijana 73 % (+) 9 % (-)	Poliisi on erittäin motivoitunut asiantuntijana 88 % (+) 1 % (-)	Jonkin verran 15 % (+) 8 % (-)
Reagoivuus $p=0,278$	Liikenteenvalvonnassa tapahtuneet pysäytykset määrittelevät erittäin paljon poliisin julkisuuskuva (Reisig & Correia, 1997)	Summamuuuttuja poliisin reagoivuudesta liikenneturvallisuuden asiantuntijana	Poliisi reagoi tyydyttävästi 70 % (+) 7 % (-)	Poliisi reagoi tyydyttävästi 66 % (+) 11 % (-)	Vähän 4 % (+) 4 % (-)
Ammattitaito $p=0,089$	Reilu toimintatapa nähdään kansalaisten puolelta hyvänä (Worrall, 1999)	Summamuuuttuja poliisin ammattitaidosta liikenneturvallisuuden asiantuntijana	Poliisi on erittäin ammattitaitoinen 90 % (+) 2 % (-)	Poliisi on erittäin ammattitaitoinen 96 % (+) 0 % (-)	Hieman 6 % (+) 2 % (-)

Taulukko 41. Mielikuvaerojen yhteenvedo poliisista liikenneturvallisuuden asiantuntijana

5.9 Poliisin ulkoinen näkyvyys ja reagoivuus

Yhdeksäntenä aiheena käsittelen poliisin ulkoista näkyvyyttä sekä poliisin reagoivuutta järjestyksen turvaajana sekä rikosten selvittäjänä. Poliisin näkyvyys latautui komponenttianalysissä samalle komponentille poliisin yleisen järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä reagoivuuden kanssa (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 18, Näkyykö poliisi ulkona liikuttaessa aivan liikaa vai liian vähän?, kohta 16 ja 17, Nopeasti reagoiva vai hitaasti reagoiva?)

Poliisilain 3§:n mukaan poliisin tehtävät on hoidettava mahdollisimman tehokkaalla ja tarkoituksenmukaisella tavalla. Tehokkuus ja tarkoituksenmukaisuus pitävät sisällään sen, että poliisi reagoi asioihin mahdollisimman tehokkaasti. Tarkoituksenmukaisuus tarkoittaa tässä sitä, että poliisi mitoittaa reagoinnin myös oikealla tavalla. Tästä voidaan todeta, että poliisin reagointi on kansalaisista välittämistä yleisen järjestyksen turvaajana ja rikosten selvittäjänä poliisilain hengen mukaisesti.

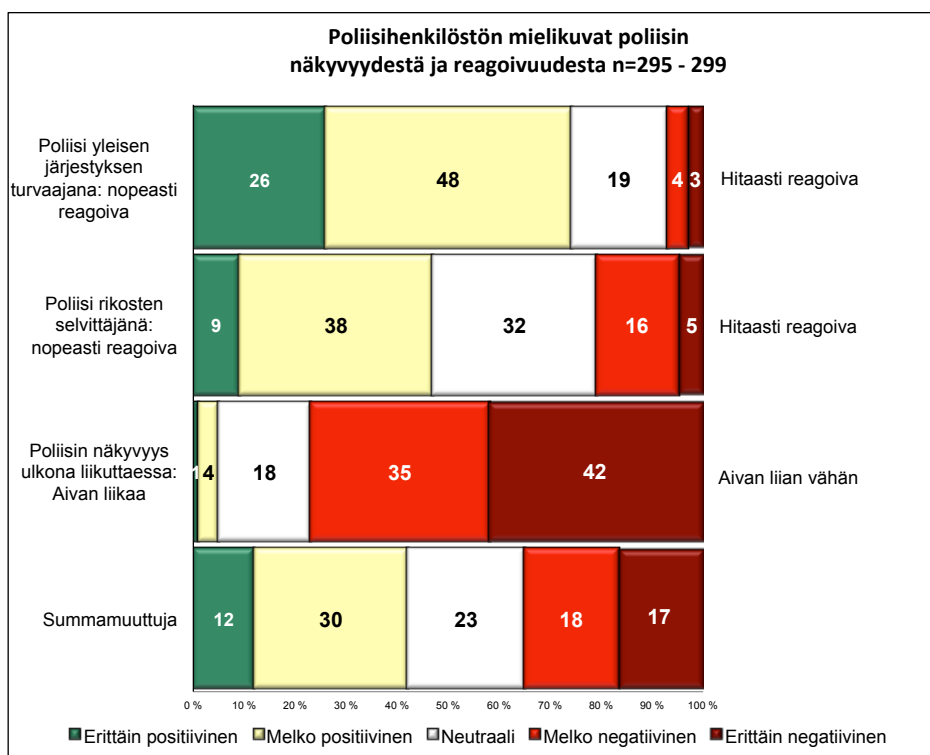
Callanan ja Rosenbergin (2011, 167-168) mukaan poliisin tehokkuus kuten reagoivuus luo luottamusta poliisin instituutiona. Rikosten selvittämisessä poliisin reagointi ratkaisee hyvin pitkälle, kuinka tapausta lähdetään selvittämään ja mitä siitä kirjataan. Useimmat rikokset eivät tule koskaan ilmoitetuksi poliisille. Media ei esitä näitä tapahtumia tai keskustele siitä, miksi niin paljon rikoksia jää ilmoittamatta poliisille. (Chermak 1995, 34.) Samalla Chermak korostaa sitä, että uutisorganisaatiot ovat strategisessa asemassa rikosten torjunnassa siinä, että ne ovat kehittämässä poliisin apuna koko julkisyhteisöä tehokkaampaan rikoksia ennalta estävään toimintaan. Julkisyhteisöt käyttävät median lähteitä kehittääkseen mielipiteitä ilmenevästä rikollisuudesta. Media on Chermakin mukaan päälähde kertomaan olemassa olevasta rikollisuudesta. (Chermak 1995, 37.)

Rikosten pelko on havaittu useissa tyytyväisyystutkimuksissa negatiivisesti vaikuttavaksi asiaksi poliisia kohtaan. Erityisesti niiden henkilöiden keskuudessa, jotka ovat joutuneet rikoksen uhriksi verrattuna niihin, jotka eivät ole joutuneet. Erityisen korostuva asia on ollut se, ettei poliisi ole ollut näissä tilanteissa auttavainen rikoksen uhreja kohtaan. (Cheng 2015, 692.) Poliisin reagoivuus oikealla ja tehokkaalla tavalla on ensiarvoisen tärkeää.

Poliisi on pyrkinyt kehittämään toimintojaan jatkuvasti. Poliisin yleisessä palveluverkoston kehittämisessä huomioidaan sisäisen turvallisuuden ministerityhmän 20.9.2012 antamat linjaukset: "Poliisitoimintaa tulee

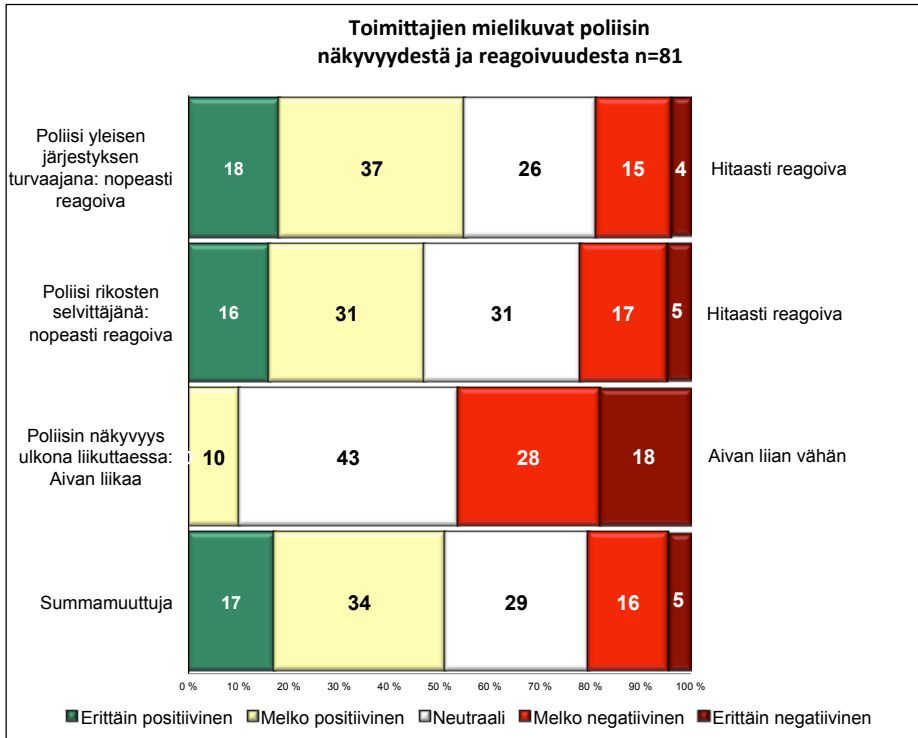
kokonaisuudessaan uudistaa siten, että paikallinen näkyvyys ja alueen tuntemus turvataan riittävän palveluverkoston avulla. (SM 2012, 6.) Poliisibarometrin 2012 mukaan yli 40 % vastaajista on huomionnut omalla asuinalueellaan viikoittaista poliisipartiointia ja lähes 60 % on havainnut viikoittaista poliisipartiointia asuinalueensa keskustassa. Vertailtaessa vuosien 1999 – 2012 poliisibarometrin tuloksia havaitaan, että joka toinen vuosi toteutetuissa barometritutkimuksissa vaihteluväli näkymisen muutoksissa on marginaalinen. (Poliisibarometri 2012, 31.)

Poliisihenkilöstön mielikuvien (kts. kuvio 25) mukaan poliisi näkyy aivan liian vähän ulkona liikuttaessa (77 %). Yleisen järjestyksen turvaajana poliisi nähdään suhteellisen nopeana reagoivuudessa (74 %), mutta rikosten selvittäjänä (47 %) reagoivuus ei ole niin nopeaa. Rikosten selvittäjänä reagoivuus nostaa esiin myös kriittisiä mielikuvia (21 %).



Kuvio 25. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin näkyvyydestä ja reagoivuudesta

Toimittajien mielikuvien mukaan (kts. kuvio 26) 46 % toimittajista pitää poliisin näkyvyyttä vähäisenä ja 43 % ei ole selvää mielikuvaa näkyvyydestä tai se on sopivaa. Yli puolet toimittajista (55 %) näkee poliisin järjestyksen valvojana nopeasti reagoivana ja hiukan alle puolet toimittajista (47 %) suhteellisen nopeana reagoijana rikosten selvittämiseen. Molemmissa vastaajaryhmissä kriittisten mielikuvien osuus on noin viidennes.



Kuvio 26. Toimittajien mielikuvat poliisin näkyvyydestä ja reagoivuudesta

5.9.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin näkyvyydestä taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin näkyvyydestä (kts. taulukko 42) eri taustamuuttujilla tarkasteltuna ovat suurimmalta osaltaan kriittisiä. Tiivistetysti poliisihenkilöstön mielikuvista voidaan todeta seuraavaa.

- Poliisihenkilöstö ei koe mielikuvissa poliisin näkyvyyttä riittävänä
- Sukupuolen mukaan tarkasteltuna poliisihenkilöstön miesvastaajien mielikuva (79 %) on hieman kriittisempi kuin naisvastaajien (73 %) mielikuva.
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna alle 35-vuotiaiden mielikuva on hiukan kriittisempi kuin muiden ikäryhmien (**p=0,009).
- Poliisin liikenne- ja rikossektori näkee poliisin näkyvyyden hiukan kriittisempänä kuin muut työskentelypaikat.
- Pohjois-Karjalassa (83 %) ollaan hieman kriittisempiä poliisin näkyvyydestä kuin Etelä-Savossa (74 %) ja Pohjois-Savossa (79 %).
- Poliisihenkilöstön taustamuuttujaryhmän työkokemusluokassa alle 15 vuotta, mielikuvat ovat hiukan kriittisempiä kuin muissa työkokemusluokissa.
- Poliisihenkilöstön taustamuuttujaryhmien kriittisimmät mielikuvat löytyvät alle 10 henkilön työpaikoilta (100 %).
- Poliisihenkilöstö, joilla on asiakaskokemus, mielikuvat ovat kriittisemmät kuin niillä poliisihenkilöstön vastaajilla, joilla ei ole asiakaskokemusta.
- Verrattaessa mielikuvia poliisien kesken kriittisemmät mielikuvat ovat poliisimiehistöllä.
- Taustamuuttujaryhmien kriittisten mielikuvien keskiarvo on 79 %.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin näkyvyydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,692					
Nainen (71)	0	4	22	35	38
Mies (224)	0	4	17	35	44
IKÄ ** p=0,009					
Alle 35-vuotiaat (59)	0	3	10	34	53
36-45-vuotiaat (82)	0	6	23	36	35
46-55-vuotiaat (107)	0	2	16	28	54
Yli 56-vuotiaat (47)	0	2	21	47	30
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,332					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	0	0	28	44	28
Poliisin lupahallinnossa (26)	0	8	23	38	31
Poliisin liikennesektorilla (28)	0	0	11	54	36
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (103)	0	4	22	30	43
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (119)	0	4	13	32	50
MAAKUNTA p=0,093					
Etelä-Savo (116)	0	3	23	39	35
Pohjois-Karjala (77)	0	6	10	30	53
Pohjois-Savo (101)	0	3	19	36	43
TYÖKOKEMUS p=0,071					
Alle 15 vuotta (130)	0	4	14	32	50
16-25-vuotta (64)	0	2	25	28	45
Yli 26 vuotta (102)	0	5	20	44	31
TYÖPAIKAN KOKO p=0,166					
Alle 10 henkilöä (17)	0	0	0	29	71
11-50 henkilöä (102)	0	4	13	41	42
51 ja yli (176)	0	4	23	33	40
ASIAKASKOKEMUS p=0,264					
Kyllä (170)	0	2	18	33	46
Ei (120)	0	6	20	37	37
POLIISINA p=0,209					
Päällystössä (35)	0	0	29	37	34
Alipäällystössä (63)	0	5	21	33	41
Miehistössä (147)	0	4	11	33	51
Summamuuttuja	0	3	18	37	42

Taulukko 42. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin näkyvyydestä ulkona liikuttaessa taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 43) poliisin näkyvyydestä eivät ole aivan yhtä kriittisiä kuin poliisihenkilöstöllä. Mukaan mahtuu hivenen positiivisuutta, mutta osaltaan näkyvyydessä ollaan pidättyvien tai ei ole selvää mielikuvaa varassa. Toimittajien mielikuvat voidaan tiivistää seuraavasti.

- Miestoimittajien mielikuvat (51 %) ovat hivenen kriittisemmät kuin naistoimittajilla (43 %).
- Ikäryhmien kriittisimmät mielikuvat löytyvät yli 56-vuotiailta, kun nuoremmilla ikäryhmillä mielikuvat ovat pidättyvämmät.
- Sanomalehden toimittajat (50 %) näkevät tilanteen huonompana kuin radio-/tv -toimittajat (37 %). Samalla taustamuuttujaryhmien positiivisimmat mielikuvat näkyvyydestä ovat radio-/tv -toimittajilla (26 %).
- Maakunnittain tarkasteltuna positiivisin mielikuva toimittajilla poliisin näkyvyydestä on Pohjois-Karjalassa (* $p=0,036$).
- Toimittajat, joilla on työkokemusta 16-25 vuotta ovat kriittisempiä mielikuvien suhteen poliisin näkyvyydestä verrattuna lyhyempiin tai pidempiin työkokemusryhmiin.
- Pienillä työpaikoilla on kriittisempi mielikuva poliisin näkyvyydestä kuin suuremmilla työpaikoilla.
- Toimittajilla, joilla ei ole asiakaskokemusta on kriittisemmät mielikuvat poliisin näkyvyydestä verrattuna asiakaskokemusta saaneisiin.
- Poliisin mukana olleilla toimittajilla on kriittisemmät mielikuvat kuin ei mukana olleilla toimittajilla.
- Vastaavilla toimittajilla taas on hieman positiivisempi mielikuva poliisin näkyvyydestä (14 %) kuin ei vastaavilla toimittajilla (6 %).

Toimittajien mielikuvat poliisin näkyvyydestä (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,221					
Nainen (42)	0	9	48	19	24
Mies (39)	0	10	38	38	13
IKÄ p=0,697					
Alle 35-vuotiaat (17)	0	12	59	24	6
36-45-vuotiaat (19)	0	5	42	26	26
46-55-vuotiaat (23)	0	13	48	22	17
Yli 56-vuotiaat (22)	0	9	27	41	23
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,092					
Sanomalehden toimituksessa (62)	0	5	45	29	21
Radion/TV toimituksessa (19)	0	26	37	26	11
MAAKUNTA * p=0,036					
Etelä-Savo (24)	0	4	50	37	8
Pohjois-Karjala (21)	0	24	38	29	9
Pohjois-Savo (33)	0	6	42	18	33
TYÖKOKEMUS p=0,17					
Alle 15 vuotta (31)	0	10	61	19	10
16-25-vuotta (18)	0	6	22	44	28
Yli 26 vuotta (32)	0	12	37	28	22
TYÖPAIKAN KOKO p=0,831					
Alle 10 henkilöä (24)	0	12	33	25	29
11-50 henkilöä (35)	0	9	43	34	14
51 ja yli (22)	0	9	54	23	14
ASIAKASKOKEMUS p=0,753					
Kyllä (55)	0	11	45	25	18
Ei (25)	0	8	36	36	20
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,345					
Kyllä (56)	0	11	39	34	16
Ei (25)	0	8	52	16	24
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,614					
Kyllä (44)	0	14	43	25	18
Ei (36)	0	6	44	33	17
Summamuuttuja	0	11	42	28	18

Taulukko 43. Toimittajien mielikuvat poliisin näkyvyydestä ulkona liikuttaessa taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.9.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot poliisin näkyvyydestä ja reagoinnista

Taustamuuttujilla tarkasteltuna mielikuvalliset erot sisältävät mielenkiintoisia yksityiskohtia poliisin näkyvyydestä. Ikäryhmittäin tarkasteltuna alle 35-vuotiaat poliisihenkilöstön vastaajat omaavat enemmän kriittisiä mielikuvia näkyvyydestä kuin saman ikäryhmän toimittajat. Poliisihenkilöstön alle 35-vuotiaiden mielikuva on hiukan kriittisempi kuin muiden poliisihenkilöstön ikäryhmien (**p=0,009).

Maakunnallisesti tarkasteltuna poliisihenkilöstön mielikuvat näkyvyydestä ovat huonoimmat Pohjois-Karjalassa. Toimittajilla vastaavasti mielikuvat ovat parhaimmat juuri Pohjois-Karjalan alueella (*p=0,036).

Työpaikan koon mukaan tarkasteltuna mielikuvat olivat huonoimmat molemmissa vastaajaryhmissä pienissä toimipaikoissa ja paranivat työpaikan koon kasvaessa. Poliisihenkilöstön vastaajat, joilla on asiakaskokemusta poliisista omaavat huonomman mielikuvan kuin ei kokemusta omaavat. Toimittajilla mielikuva oli päinvastainen.

Mielikuvat poliisin ulkoisesta näkyvyydestä ovat poliisihenkilöstöllä ja toimittajilla kriittiset. Poliisihenkilöstöstä 77 % ja toimittajista 46 % pitää poliisin ulkoista näkyvyyttä vähäisenä. Toimittajien mielikuvista 43 % on pidättyväisiä eli selvä mielikuva puuttuu.

Poliisihenkilöstön mielikuvat järjestyksen turvaamiseen reagoivuudesta ovat jonkin verran paremmat kuin toimittajilla. Poliisihenkilöstöstä 74 % ja toimittajista 55 % pitää poliisia yleisen järjestyksen turvaajana nopeasti reagoivana.

Mielikuvat poliisin reagoinnista rikosten selvittämiseen ovat melko samanlaiset molemmilla vastaajaryhmillä. Poliisihenkilöstöstä ja toimittajista 47 % pitää poliisin reagointia rikosten selvittämiseen hyvänä. Negatiivisia mielikuvia rikosten selvittämiseen reagoivuudessa oli poliisihenkilöstöllä 21 % ja toimittajilla 22 %.

Yhteenvedtona (kts. taulukko 44) voidaan todeta poliisihenkilöstön mielikuvien poliisin näkyvyydestä olevan enemmän kriittisiä kuin toimittajien. Poliisihenkilöstön mielikuvat reagoivuudesta yleisen järjestyksen turvaamiseen ovat jonkin verran paremmat kuin toimittajien mielikuvat. Rikosten selvittämisen reagoivuuteen liittyvät mielikuvat ovat lähes identtiset molemmissa vastaajaryhmissä.

Poliisin näkyvyys muodostaa kuilun poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välille. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä (***)p=0,001).

Poliisin reagointi yleisen järjestyksen turvaajana muodostaa kuilun poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välille. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä (***) $p=0,001$). Poliisin reagointi rikosten selvittäjänä ei muodosta kuilua toimittajien ja poliisihenkilöstön välille.

Kansalaisten havaintoja poliisin näkymisestä on tutkittu poliisin toimeksiannosta useiden vuosien ajan kansalaisille suunnatun poliisibarometrien avulla. Aikaisemmissa poliisibarometritutkimuksissa poliisin näkyvyys on ollut kohtalainen. Tässä tutkimuksessa poliisin näkyvyys poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvissa on huono. Stenvallin (2012, 118) mukaan poliisitoiminnan ydin on lakiin perustuva toimintavarmuus. Callanan ja Rosenbergin (2011, 167-168) mukaan poliisin reagoivuus ja sitä kautta näkyminen luo luottamusta poliisiin instituutiona. Tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstön mielikuvat reagoivuudesta järjestyksen turvaamiseen ovat paremmat kuin toimittajilla. Rikosten selvittäjänä poliisiin liittyvät mielikuvat ovat poliisihenkilöstöllä ja toimittajilla samanlaiset.

Poliisin ulkoinen näkyvyys ja reagoivuus	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Poliisin näkyvyys *** $p=0,001$	Poliisin näkymistä havainnoidaan kansalaisten toimesta (Poliisibarometri, 2012)	Summamuuttuja poliisin näkyvyys ulkona liikuttaessa	Poliisin näkyvyys erittäin huono 5 % (+) 77 % (-)	Poliisin näkyvyys melko huono 10 % (+) 46 % (-)	Paljon 5 % (+) 31 % (-)
Poliisin reagointi yleisen järjestyksen turvaajana $p=0,003$ **	Poliisin toiminnan ydin on lakiin perustuva toimintavarmuus (Stevall, 2012) (Callana & Rosberg, 2011)	Summamuuttuja poliisin reagointi yleisen järjestyksen turvaajana	Poliisi järjestyksen turvaajana melko nopeasti reagoiva 74 % (+) 7 % (-)	Poliisi järjestyksen turvaajana hieman hitaasti reagoiva 55 % (+) 19 % (-)	Jonkin verran 19 % (+) 12 % (-)
Poliisi reagointi rikosten selvittäjänä $p=0,391$	Rikosten pelolla negatiivinen vaikutus poliisityytyväisyyteen (Cheng, 2015) Poliisin reagointi ratkaisee, kuinka tapausta lähdetään selvittämään (Chermak, 1995)	Summamuuttuja poliisin reagointi rikosten selvittäjänä	Poliisin reagointi rikosten selvittäjänä ei niin nopeaa 47 % (+) 21 % (-)	Poliisin reagointi rikosten selvittäjänä ei niin nopeaa 47 % (+) 22 % (-)	Vähän 0 % (+) 1 % (-)

Taulukko 44. Mielikuvaerot poliisin ulkoisesta näkyvyydestä ja reagoinnista

5.10 Mielikuvat poliisin arvojen noudattamisesta

Kymmenentenä käsiteltävänä aiheena analysoin poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvia poliisin arvoista. Poliisin arvot ja negatiivisten uutisten vaikuttavuus Itä-Suomen poliisilaitoksen imagoon latautuivat komponenttianalyyssissä samalle komponentille. (Kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 39, Millainen mielikuva sinulla on poliisin noudattamista arvoista Itä-Suomen poliisissa? Kohta 38, Kuinka paljon poliisin saama valtakunnallinen negatiivinen julkisuus viime aikaisissa tapauksissa vaikuttaa paikallisesti Itä-Suomen poliisin imagoon?)

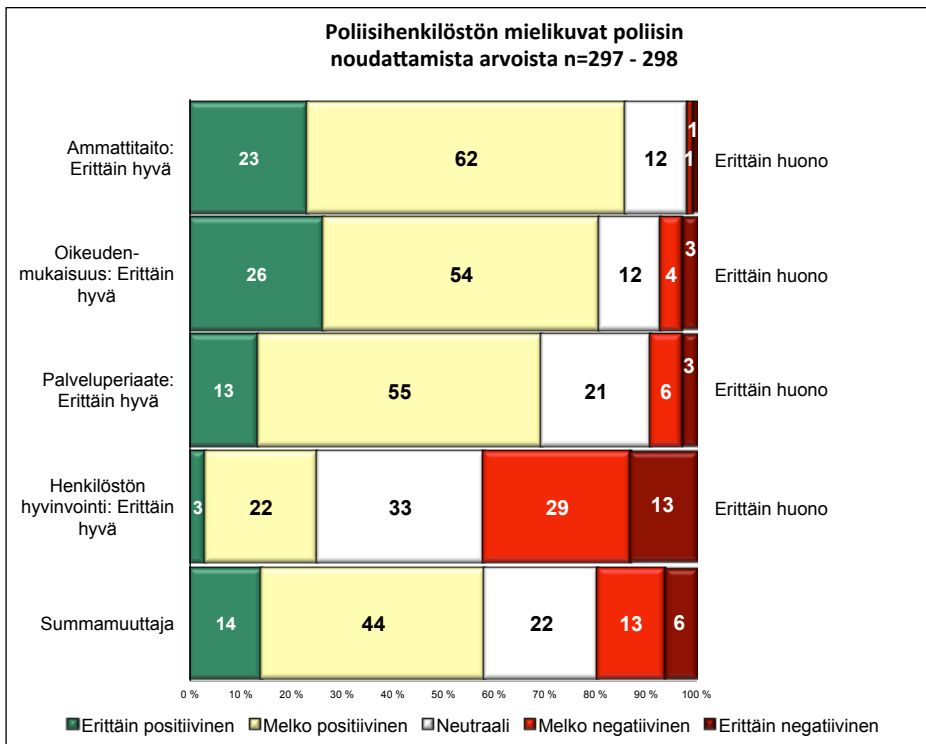
Poliisi edustaa organisaation arvoja omalla toiminnallaan ja käyttäytymisellään. Kristiina Suur-Askola toteaa omassa väitöskirjassaan arvojen ilmenevän päivittäisissä toimintamalleissa ja käyttäytymisessä. (Suur-Askola 2016, 133). Poliisin arvot ovat oikeudenmukaisuus, ammattitaito, palveluperiaate ja henkilöstön hyvinvointi. Poliisin perusviestit johdetaan poliisin lainsäädännöllä määräämistä tehtävistä, strategisista tavoitteista ja arvoista. (Poliisin viestintä 2/2015, 36 - 37).

Arvot ovat erittäin tärkeässä asemassa myös yhteisöllisestä näkökulmasta. Branders (2016, 78) korostaa arvojen olevan elämän laatukriteereitä. Englannissa poliisia koskeissa tutkimuksissa on havaittu poliisin tehokkuuden olevan tärkeä prioriteetti poliisille. Toisena prioriteettina poliisilla on tutkimusten mukaan poliisin luotettavuus puolueettomaan toimintaan ja jaettuihin motiiveihin. Yhteisöt näkevät poliisin sitoutumisen yhteisön arvoihin ja puolueettomuuden tärkeämmäksi kuin poliisin muun tehokkuuden. Arvot ilmenevät ihmisten kertomuksista, joita he laativat, kun ihmiset tekevät omia päätelmiä luottamuksesta, informaatiota sisältävistä katkelmista, mielikuvista ja erilaisista ympärillä olevista asioista. (Jackson, Bradford, Stanko & Hohl 2013, 66-78.)

Poliisin arvot liittyvät jokapäiväiseen toimintaan. Ehrlichien mukaan (1999, 115) poliisi ei ainoastaan valvo lakia ja pidätä rikollisia; he ovat vastuussa rikollisuuden ehkäisystä, elämän suojelemisesta ja omaisuudesta, rauhan ylläpitämisestä, julkisesta järjestyksestä ja eri palvelujen tuottamisesta 24 h vuorokaudessa. Oleellinen osa poliisin työtä on johtaa tilanteita. Tilanteiden ja asioiden johtamisessa on tärkeää se, että poliisille annetut arvot ovat mukana poliisilla yksittäisissä tilanteissa sekä päivittäisessä päätöksenteossa. Arvot kuvastavat niitä keskeisiä moraalisia painopisteitä, jotka rakentavat luottamusta poliisiin. Kääriäinen toteaa valtiohallinnon moraalien ja julkisen luottamuksen poliisiin linkittyvän vahvasti toisiinsa. (Kääriäinen 2007, 421.) Koulutus ja erityisesti poliisin koulutus ovat

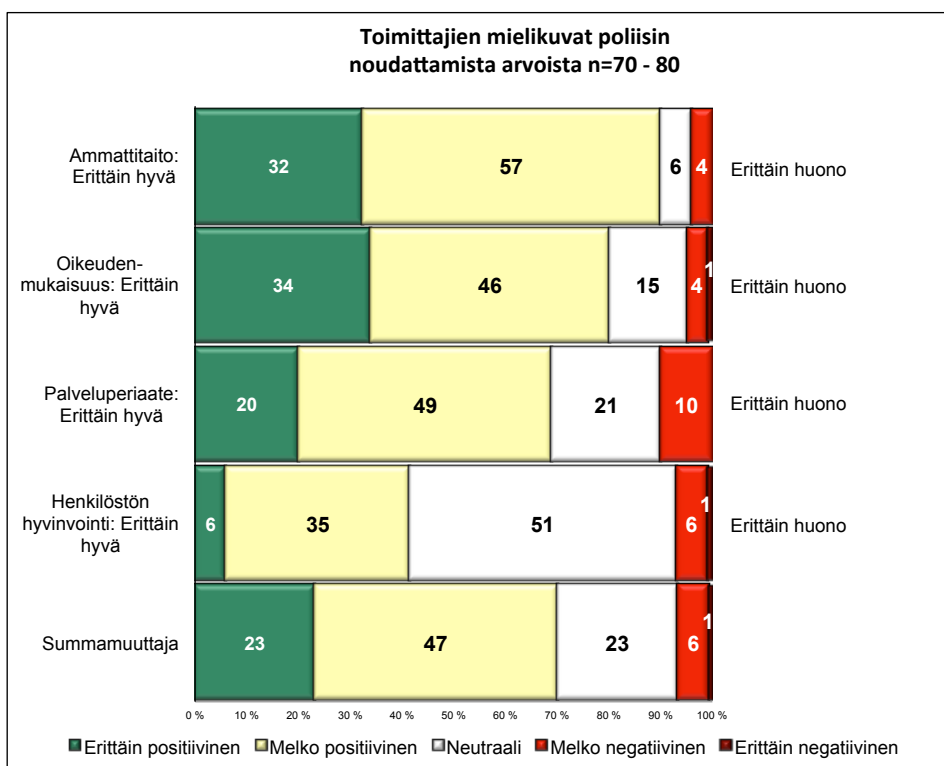
arvokeskustelussa erityisen tärkeässä asemassa. Koulutuksen reformia tarvitsee laajentaa akateemisesti ja käyttää periaatteita, joilla tuetaan elämänmittaista koulutusta ja virallisia arvoja ydinelementteinä päivittäisessä koulutuksessa. (Prenzler 1997, 10.) Poliisin hallintorakennemuutos Pora III päälinjauksissa (2012, 115) todetaan henkilöstön hyvinvointiin liittyvien riskien tunnistamisen olevan erityisen tärkeää uudistuksissa. Eri muutosten samanaikaisuus ja poliisissa erityisesti PORA I ja II uudistusten läheisyys muodostavat haasteen henkilöstön jaksamiselle sekä valmiuksille organisaation kaikilla tasoilla.

Poliisihenkilöstön mielikuvissa (kts. kuvio 27) arvoista nousevat esille positiivisesti ammattitaito (85 %), oikeudenmukaisuus (80 %) ja melko positiivisesti palveluperiaate (68 %). Henkilöstön hyvinvointiin liittyvissä mielikuvissa kolmanneksella poliisihenkilöstön vastaajista on neutraali mielikuva. Poliisihenkilöstön vastaajien mielikuvissa henkilöstön hyvinvointi nähdään myös melko tai erittäin huonona (42 %).



Kuvio 27. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin noudattamista arvoista

Toimittajien mielikuvissa (kts. kuvio 28) arvoista nousevat esille positiivisesti ammattitaito (89 %) ja oikeudenmukaisuus (80 %). Palveluperiaatteen mielikuvissa esille nousevat neutraalisuus (21 %) ja hieman kriittiset (10 %) mielikuvat. Poliisihenkilöstön hyvinvointiin liittyvät mielikuvat ovat yli puolella toimittajista neutraalit (51 %).



Kuvio 28. Toimittajien mielikuvat poliisin noudattamista arvoista

5.10.1 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin henkilöstön hyvinvoinnista taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvat (kts. taulukko 45) henkilöstön hyvinvoinnista eri taustamuuttujilla tarkasteltuna nostavat esiin negatiivisia ääripäitä, positiivisten mielikuvien jäädessä vähemmistöön. Poliisihenkilöstön mielikuvat voidaan tiivistää seuraavasti.

- Poliisihenkilöstön miesvastaajien (45 %) mielikuvat ovat hieman kriittisemmät kuin naisvastaajilla (34 %).
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna positiivisin mielikuva poliisihenkilöstön hyvinvoinnista on yli 56-vuotiailla vastaajilla. Erityisesti mielikuvaero näkyy 36-45-vuotiaiden mielikuvissa, jotka ovat muita kriittisemmät (* $p=0,024$). Kriittisyys näkyy myös työkokemus taustamuuttujaryhmässä 16 - 25 vuotta.
- Poliisin johdossa ja lupahallinnossa henkilöstön hyvinvointi nähdään parempana kuin muissa työskentelypaikoissa.
- Poliisihenkilöstön mielikuvaerot henkilöstön hyvinvoinnista maakuntien välillä ovat hyvin pieniä.
- Poliisihenkilöstön alle 10 henkilön työpaikolla henkilöstön hyvinvointi nähdään hieman kriittisempänä kuin isommissa työpaikoissa.
- Poliisihenkilöstöllä, jolla on asiakaskokemus poliisista, mielikuva on huonompi kuin niillä henkilöillä, joilla ei ole asiakaskokemusta (* $p=0,026$).
- Siirryttäessä päällystöstä alipäällystään ja miehistöön mielikuvat huononevat asteittain.

Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,292					
Nainen (71)	1	30	34	23	11
Mies (225)	3	19	32	31	14
IKÄ *p=0,024					
Alle 35-vuotiaat (63)	2	24	33	25	9
36-45-vuotiaat (83)	2	8	31	36	22
46-55-vuotiaat (109)	4	23	30	31	12
Yli 56-vuotiaat (46)	2	39	37	15	6
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,26					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (41)	4	37	33	21	4
Poliisin lupahallinnossa (26)	0	42	38	15	4
Poliisin liikennesektorilla (28)	0	14	32	36	18
Poliisin valvonta- ja hälytysesektorilla (99)	5	17	31	33	13
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (121)	2	20	32	30	16
MAAKUNTA p=0,658					
Etelä-Savo (117)	3	22	33	31	10
Pohjois-Karjala (77)	0	23	31	32	13
Pohjois-Savo (102)	3	21	33	26	18
TYÖKOKEMUS p=0,056					
Alle 15 vuotta (131)	2	20	34	29	14
16-25 vuotta (64)	3	12	33	36	16
Yli 26 vuotta (103)	3	30	30	26	11
TYÖPAIKAN KOKO p=0,966					
Alle 10 henkilöä (17)	0	18	29	29	23
11-50 henkilöä (103)	3	22	36	29	10
51 ja yli (177)	3	22	31	29	15
ASIAKASKOKEMUS *p=0,026					
Kyllä (172)	2	20	27	34	16
Ei (120)	3	23	42	22	9
POLIISINA p=0,075					
Päällystössä (35)	6	34	31	23	6
Alipäällystössä (65)	3	20	32	32	12
Miehistössä (147)	2	13	33	33	19
Summamuuttuja	3	22	33	29	13

Taulukko 45. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 46) poliisihenkilöstön hyvinvoinnista ovat positiivisemmat kuin poliisihenkilöstöllä. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Mielikuvissa korostuu neutraalien mielikuvien suuri osuus. Toimittajien mielikuvat voidaan tiivistää seuraavasti.

- Naistoimittajien (46 %) mielikuvat ovat hiukan positiivisemmat kuin miestoimittajien (37 %).
- Ikäryhmissä nuorten alle 35-vuotta taustamuuttujaryhmän toimittajien mielikuvat ovat positiivisempia kuin vanhempien ikäryhmien.
- Alle 15 vuotta työkokemusta taustamuuttujaryhmässä mielikuvat ovat positiivisempia kuin pidempään työskennelleiden mielikuvat.
- Radio-/tv -toimittajilla (60 %) mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista ovat paremmat kuin sanomalehden toimittajilla (36 %).
- Maakunnittain tarkasteltuna toimittajien mielikuvaerot ovat hyvin pieniä.
- Mitä suurempi on työpaikan koko, sitä parempi on toimittajien mielikuva poliisihenkilöstön hyvinvoinnista.
- Toimittajilla, joilla on asiakaskokemus, mielikuvat ovat huonompia, kun ei asiakaskokemusta saaneilla toimittajilla.
- Vastaavasti poliisin mukana olleilla toimittajilla on parempi mielikuva poliisihenkilöstön hyvinvoinnista kuin ei mukana olleilla toimittajilla.
- Sillä, onko toiminut vastaavana toimittajana poliisiin liittyvissä asioissa ei näyttänyt olevan juurikaan eroja taustamuuttujien välillä.

Toimittajien mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista (%)					
	Erittäin posit.	Melko posit.	Neutraali	Melko negat.	Erittäin negat.
SUKUPUOLI p=0,48					
Nainen (35)	9	37	46	9	0
Mies (35)	3	34	57	3	3
IKÄ p=0,613					
Alle 35-vuotiaat (16)	12	44	31	6	6
36-45-vuotiaat (17)	6	35	53	6	0
46-55-vuotiaat (19)	5	37	53	5	0
Yli 56-vuotiaat (18)	0	28	67	6	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,805					
Sanomalehden toimituksessa (55)	5	31	54	7	2
Radion/TV toimituksessa (15)	6	54	40	0	0
MAAKUNTA p=0,065					
Etelä-Savo (20)	0	45	55	0	0
Pohjois-Karjala (18)	0	44	56	0	0
Pohjois-Savo (30)	13	27	47	13	0
TYÖKOKEMUS p=0,852					
Alle 15 vuotta (29)	7	45	41	3	3
16-25 vuotta (18)	7	20	67	7	0
Yli 26 vuotta (32)	4	35	54	8	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,623					
Alle 10 henkilöä (20)	0	25	70	5	0
11-50 henkilöä (30)	7	40	47	7	0
51 ja yli (20)	10	40	40	5	5
ASIAKASKOKEMUS p=0,352					
Kyllä (44)	7	34	50	9	0
Ei (25)	4	40	52	0	4
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,182					
Kyllä (56)	2	41	51	4	2
Ei (25)	14	24	52	9	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,848					
Kyllä (38)	5	37	53	5	0
Ei (31)	6	35	48	6	3
Summamuuttuja	6	36	51	5	1

Taulukko 46. Toimittajien mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.10.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot poliisin arvoista

Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat poliisin noudattamista arvoista ovat kokonaisuuksina hyvin samanlaiset, henkilöstön hyvinvointia lukuun ottamatta. Taustamuuttujaryhmittäin tarkasteltuna henkilöstön hyvinvointi nähdään poliisihenkilöstöllä eri taustamuuttujaryhmissä enemmän negatiivisena kuin positiivisena (kts. taulukko 45).

Toimittajilla on enemmän positiivisia mielikuvia kuin poliisihenkilöstöllä, mutta toimittajilla korostuu neutraalisuus (kts. taulukko 46). Ikäryhmittäin tarkasteltuna positiivisin mielikuva poliisihenkilöstön hyvinvoinnista on yli 56-vuotiailla vastaajilla. Erityisesti mielikuvaero näkyy 36-45-vuotiaiden mielikuvissa, jotka ovat muita kriittisemmät (* $p=0,024$).

Maakunnittain tarkasteltuna poliisihenkilöstön mielikuvat ovat melko samanlaiset keskenään. Toimittajilla erottuu Pohjois-Savon maakunnan alue, missä mielikuvat poliisin henkilöstön hyvinvoinnista eivät ole yhtä hyvät kuin kahden muun maakunnan alueen toimittajilla.

Pienissä työpaikoissa henkilöstön hyvinvointiin liittyvä arvo nähdään huonoiten toteutuneena verrattaessa isompiin työpaikkoihin molemmissa vastaajaryhmissä.

Asiakaskokemuksen omaavat vastaajat pitävät molemmissa vastaajaryhmissä poliisin hyvinvointiarvoa huonompana kuin ei kokemusta omaavat vastaajat. Silmiin pistävää on se, että poliisihenkilöstön vastaajat pitävät poliisihenkilöstön hyvinvointiarvoa vielä paljon voimakkaammin huonompana kuin toimittajat. Poliisihenkilöstöllä, jolla on asiakaskokemus poliisista, mielikuva on huonompi kuin niillä henkilöillä, joilla ei ole asiakaskokemusta (* $p=0,026$).

Poliisin sisällä on melko suuret mielikuvaerot henkilöstön hyvinvoinnista päällystön, alipäällystön ja miehistön kesken. Miehistön ja päällystön välistä mielikuvaeroa voidaan pitää jo kohtuullisen suurena. Toimittajat, jotka ovat olleet poliisin mukana omaavat hieman paremman mielikuvan poliisihenkilöstön hyvinvoinnista kuin ei mukana olleet toimittajat.

Poliisin toiminta nähdään oikeudenmukaisena ja ammattitaitoisena molemmissa vastaajaryhmissä. Palveluperiaate nähdään melko hyvänä molemmissa vastaajaryhmissä. Suurin vastaajaryhmien välinen ero on havaittavissa henkilöstön hyvinvoinnissa. Poliisihenkilöstöstä 42 % ja toimittajista 7 % pitää poliisin henkilöstön hyvinvointiin liittyvää arvoa kehnosti toteutuneena.

Toimittajilla hyvinvointiin liittyvässä arvossa korostuvat erityisesti neutraalit mielikuvat. Mielikuvista voidaan päätellä, että toimittajilla ei ole selvää mielikuvaa poliisihenkilöstön hyvinvointiarvosta.

Yhteenvetona (kts. taulukko 47) voidaan todeta mielikuvien poliisin oikeudenmukaisuudesta, ammattitaidosta ja palveluperiaatteesta olevan erittäin samanlaisia ja mielikuvaerot jäävät näiden arvojen vertailussa melko vähäiseksi poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä. Ne eivät muodosta mielikuvallista kuilua poliisihenkilöstön ja toimittajien välille.

Poliisihenkilöstön hyvinvoinnin arvon toteutumisessa mielikuvaerot ovat suuret poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä ja muodostavat kuilun vertailuryhmien välille. Toimittajilla ei ole selvää mielikuvaa poliisihenkilöstön hyvinvoinnista tai eivät pysty ottamaan siihen kantaa. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä (** $p=0,001$).

Tässä tutkimuksessa oikeudenmukaisuus ja poliisin ammattitaito nousevat esiin mielikuvissa erittäin hyvin. Aikaisemmissa tutkimuksissa Kääriäinen (2007, 421) toteaa valtiohallinnon moraalien ja julkisen luottamuksen poliisiin linkittyvän vahvasti toisiinsa. Prenzlerin (1997, 10) mukaan ammattitaitoa tuetaan jatkuvalla koulutuksella.

Palveluperiaatteen toteutuminen nähdään tässä tutkimuksessa molempien vastaajaryhmien mielikuvissa tyydyttävänä. Länsimainen tutkimus Daviesin ym. (2015,55) mukaan identifioi poliisityöskentelyn periaatteiden tärkeyden prosessimaiseen oikeuden toteuttamiseen, jolloin poliisi on kohtelias, ystävällinen ja sensitiivinen.

Poliisihenkilöstön hyvinvointi ”arvo” nähdään tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstön mielikuvissa huonosti toteutuneena. Toimittajien mielikuvat poliisihenkilöstön hyvinvoinnista ovat hivenen neutraalimmat.

Polisiin arvot	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Oikeudenmukaisuus p=0,435	Valtiohallinnon moraali ja luottamus linkittyvät toisiinsa (Kääriäinen, 2007) (Suur-Askola, 2016)	Summamuuttuja poliisin oikeudenmukaisuus arvona	Oikeudenmukaisuutta pidetään hyvänä 80 % (+) 7 % (-)	Oikeudenmukaisuutta pidetään hyvänä 80 % (+) 5 % (-)	Vähän 0 % (+) 2 % (-)
Ammattitaito p=0,15	Ammattitaitoa tuetaan koulutuksella (Prenzler, 1997)	Summamuuttuja poliisin ammattitaito arvona	Ammattitaitoa pidetään erinomaisena 85 % (+) 1 % (-)	Ammattitaito pidetään erinomaisena 89 % (+) 4 % (-)	Vähän 4 % (+) 3 % (-)
Palveluperiaate p=0,185	Prosessimainen oikeuden toteuttaminen, jolloin poliisi on kohtelias, ystävällinen ja sensitiivinen kansalaisten tarpeisiin (Davies ym, 2015) (Ehrlich & Ehrlich, 1999)	Summamuuttuja poliisin palveluperiaate arvona	Palveluperiaatetta pidetään tyydyttävänä 68 % (+) 9 % (-)	Palveluperiaatetta pidetään tyydyttävänä 69 % (+) 10 % (-)	Vähän 1 % (+) 1 % (-)
Henkilöstön-hyvinvointi ***p=0,001	Polisissa urautuminen ja vertaisryhmän paine tarkoittavat sukupolven vaihtoa ennen kuin vanhat ylläpidetyt arvot saadaan korvattua (Prenzler, 1997) Henkilöstön jaksaminen (PORA linjaukset, 2012) Elämän laatuksiteerit (Branders, 2016)	Summamuuttuja poliisin henkilöstön-hyvinvointi arvona	Henkilöstön hyvinvointia pidetään huonona 25 % (+) 42 % (-)	Henkilöstön hyvinvointia pidetään neutraalina 41 % (+) 7 % (-)	Paljon 16 % (+) 35 % (-)

Taulukko 47. Mielikuvaerojen yhteenveto poliisin arvoista

5.10.3 Mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta poliisiin

Tässä alaluvussa tarkastelen samalle komponentille latautunutta kysymystä, kuinka paljon poliisin saama valtakunnallinen negatiivinen julkisuus vaikuttaa paikallisesti Itä-Suomen poliisin imagoon? Suomessa negatiivista julkisuutta on tullut poliisia kohtaan yksittäisissä tapauksissa. Negatiivinen julkisuus on koskenut pääasiassa yksittäisiä virkamiehiä ja heidän tekemiään rikoksia.

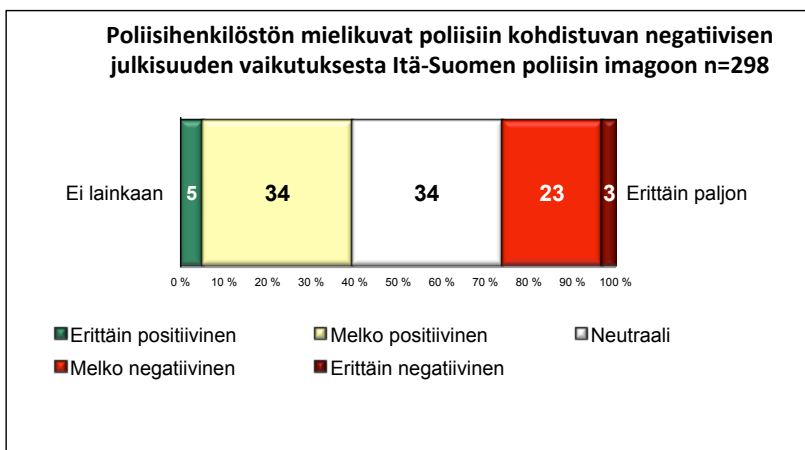
Avoimessa yhteiskunnassa poliisi on aika-ajoin julkisuudessa myös negatiivissävytteisesti. Asiat, jotka vetävät mediaa puoleensa voivat dramaattisesti ravistella kansalaisten luottamusta poliisiin. Tutkimusten mukaan jopa yksittäinen korkean profiilin tapahtuma voi vakavasti vahingoittaa poliisilaitoksen imagoa. (Weitzer 2002, 397.)

Hyvät suhteet uutisoivan median ja poliisiorganisaation välillä takaavat poliisille säännöllisen esiintymisen uutisoinnissa, mutta on hyvä ymmärtää, että toimittajat uhraavat suhteensa poliisiin, jos he ajattelevat uutisen olevan tärkeä (Chermak 1995, 33-37).

Yhdysvalloissa poliisi käyttää suuria summia teroittaakseen suhdettaan mediaan siten, että uutisten tekemä työ tulee poliisin eduksi. Kun poliisi ei pysty aina kontrolloimaan viestiä, niin vallitseva näkemys on, että median ja poliisin välillä on symbioottinen suhde olemassa. (Davies, Stone & Buttle 2015, 57.)

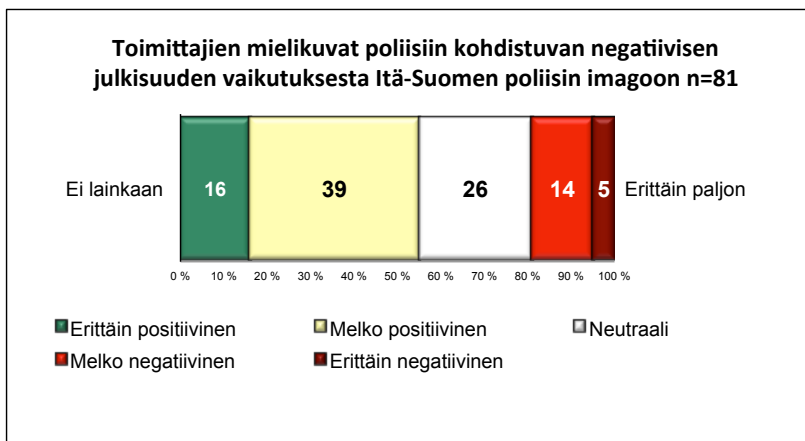
Järkyttävimmät tapahtumat poliisin taholta eivät ole helposti unohdettavissa ja juurtuvat syvästi etenkin vähemmistöyhteisöjen uskomuksiin, jatkaen kumulatiivista tyytymättömyyttä ja epäilyä sekä täysin kehittyntä oppositio-alakulttuuria poliisia kohtaan. Vaikutukset kyseenalaisista tapahtumista poliisin taholta julkiseen luottamukseen saattavat kestää huomattavan ajanjakson. (Weitzer 2002, 406.)

Tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstön omat mielikuvat (kts. kuvio 29) negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta jakautuvat melko tasaisesti kolmeen eri kategoriaan. Reilun kolmanneksen mielikuvissa negatiivinen julkisuus ei vaikuta lainkaan, noin kolmanneksen mielikuvat ovat pidättyvät ja vajaan kolmanneksen mielikuvissa negatiivinen julkisuus vaikuttaa paljon.



Kuvio 29. Poliisihenkilöstön mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin

Toimittajien mielikuvat (kts. kuvio 30) negatiivisen julkisuuden vaikutuksista Itä-Suomen poliisiin imagoon ovat yli 50 %:lla vastaajista positiiviset. Tämän mukaan puolella toimittajista on mielikuva, että vaikutusta ei ole lainkaan tai melko vähän. Hieman vajaan kolmanneksen mielikuvat asiayhteydestä ovat pidättyvät. Vajaa 20 % toimittajista näkee vaikutusta olevan paljon tai erittäin paljon.



Kuvio 30. Toimittajien mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin

5.10.4 Mielikuvat negatiivisen valtakunnallisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin taustamuuttujilla tarkasteltuna

Poliisihenkilöstön mielikuvissa (kts. taulukko 48) on hieman vaihtelevuutta tarkasteltaessa niitä tarkemmin taustamuuttujien kautta. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia. Mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta poliisihenkilöstöön voidaan tiivistää seuraavasti.

- Poliisihenkilöstön naisvastaajilla (32 %) mielikuva kielteisen julkisuuden vaikuttavuudesta on negatiivisempi kuin miesvastaajilla (23 %).
- Ikäryhmittäin ja työkokemusryhmittäin tarkasteltuna mielikuvat paranevat asteittain siirryttäessä nuoremmista vanhempiin ja kokeneempiin ikäryhmiin.
- Poliisihenkilöstön työskentelypaikan mukaan tarkasteltuna poliisin johto pitää kielteisen julkisuuden vaikutusta enemmän neutraalina, kun vastaavasti poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla vaikutus nähdään enemmän kielteisenä.
- Poliisin liikennesektorilla ja rikostorjunnan sektorilla mielikuvat ovat positiivisemmat kuin muilla työskentelypaikoilla. Mukaan mahtuu lähes kolmanneksella negatiivisia mielikuvia.
- Maakunnittain tarkasteltuna Pohjois-Savossa kielteisen julkisuuden vaikutus nähdään hieman kielteisempänä kuin muissa maakunnissa.
- Työpaikan mukaan tarkasteltuna alle 10 henkilön työpaikat pitävät vaikutusta vähäisenä ja siirryttäessä suurempiin työyhteisöihin vaikutus nähdään kielteisempänä.
- Tarkasteltaessa päällystön, alipäällystön ja miehistön mielikuvia havaitaan negatiivisten mielikuvien hieman lisääntyvän siirryttäessä päällystöstä alipäällystöön ja miehistöön.

Poliisihenkilöstön mielikuvat negatiivisen valtakunnallisen julkisuuden vaikutuksista Itä-Suomen poliisin imagoon (%)					
	Ei lainkaan	Melko vähän	Ei vähän, ei paljon	Melko paljon	Erittäin paljon
SUKUPUOLI p=0,151					
Nainen (71)	4	25	38	31	1
Mies (226)	6	38	32	20	3
IKÄ p=0,215					
Alle 35-vuotiaat (58)	2	22	36	31	9
36-45 vuotiaat (83)	4	34	30	25	7
46-55-vuotiaat (109)	6	33	34	25	2
Yli 56-vuotiaat (47)	2	47	36	15	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,437					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	4	12	60	24	0
Poliisin lupahallinnossa (26)	0	23	46	31	0
Poliisin liikennesektorilla (28)	4	43	21	29	4
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (99)	5	17	31	33	13
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (120)	6	35	30	27	2
MAAKUNTA p=0,416					
Etelä-Savo (118)	8	36	30	23	2
Pohjois-Karjala (77)	5	39	38	17	1
Pohjois-Savo (101)	3	30	36	27	5
TYÖKOKEMUS p=0,277					
Alle 15 vuotta (130)	2	25	34	33	5
16-25 vuotta (64)	9	31	31	22	6
Yli 26 vuotta (104)	3	39	36	20	2
TYÖPAIKAN KOKO p=0,529					
Alle 10 henkilöä (17)	6	59	18	12	6
11-50 henkilöä (103)	3	33	36	26	2
51 ja yli (177)	3	22	34	34	7
ASIAKASKOKEMUS p=0,702					
Kyllä (172)	6	36	34	20	3
Ei (120)	4	33	34	26	2
POLIISINA p=0,457					
Päällystössä (34)	6	35	41	18	0
Alipäällystössä (65)	6	43	26	20	5
Miehistössä (144)	7	33	31	25	4
Summamuuuttuja	5	33	34	25	4

Taulukko 48. Poliisihenkilöstön mielikuvat negatiivisen valtakunnallisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisin imagoon taustamuuttujilla tarkasteltuna

Tarkasteltaessa toimittajien mielikuvia (kts. taulukko 49) eri taustamuuttujien kautta havaitaan niissä olevan eroja jonkin verran.

- Miestoimittajien (66 %) mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta ovat vähäisemmät kuin naistoimittajilla (45 %).
- Ikäryhmittäin tarkasteltuna 36-45 ja 46-55-vuotiaat näkevät negatiivisen julkisuuden vaikutuksen vähäisempänä kuin nuorempi alle 35-vuotiaat ja vanhempi yli 56-vuotiaat ikäryhmät (*p=0,023).
- Sanomalehden toimittajat (58 %) näkevät vaikutuksen huomattavasti vähäisempänä kuin radio/tv- toimittajat (22 %).
- Maakunnittain tarkasteltuna Etelä-Savon maakunnan toimittajat eivät näe vaikutusta juuri lainkaan. Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon maakunnissa mielikuvat negatiivisista vaikutuksista ovat hieman suuremmat.
- Alle 15 vuotta työkokemusta omaavat toimittajat näkevät vaikutuksen huomattavasti negatiivisempänä kuin kokeneemmat toimittajat.
- Työpaikan mukaan tarkasteltuna suuremmat työpaikat (51 henkilöä ja yli) näkevät negatiivisen julkisuuden vaikutuksen huomattavasti kielteisempänä kuin pienemmät työpaikat.
- Toimittajilla, joilla ei ole ollut asiakaskokemusta poliisin kanssa, näkevät vaikutuksen kielteisempänä kuin asiakaskokemusta saaneet toimittajat.
- Niillä toimittajilla, jotka ovat olleet poliisin mukana tai toimivat vastaavana toimittajana poliisiin liittyvissä asioissa on hieman paremmat mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta verrattuna ei vastaaviin ja ei poliisin mukana olleisiin toimittajiin.

Toimittajien mielikuvat negatiivisen valtakunnallisen julkisuuden vaikutuksista Itä-Suomen poliisiin imagoon (%)					
	Ei lainkaan	Melko vähän	Ei vähän, ei paljon	Melko paljon	Erittäin paljon
SUKUPUOLI p=0,139					
Nainen (42)	12	33	38	12	5
Mies (39)	20	46	13	15	5
IKÄ * p=0,023					
Alle 35-vuotiaat (17)	12	12	47	18	12
36-45 vuotiaat (19)	10	58	16	10	5
46-55-vuotiaat (23)	13	61	17	4	4
Yli 56-vuotiaat (22)	27	18	27	27	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,179					
Sanomalehden toimituksessa (62)	21	37	24	14	3
Radion/TV toimituksessa (17)	11	11	32	47	0
MAAKUNTA p=0,549					
Etelä-Savo (24)	17	54	21	8	0
Pohjois-Karjala (21)	9	29	38	14	9
Pohjois-Savo (33)	15	36	24	18	6
TYÖKOKEMUS p=0,762					
Alle 15 vuotta (31)	10	10	32	39	10
16-25 vuotta (18)	17	39	28	17	0
Yli 26 vuotta (32)	22	41	19	16	3
TYÖPAIKAN KOKO p=0,782					
Alle 10 henkilöä (24)	17	33	29	12	8
11-50 henkilöä (35)	17	49	23	9	3
51 ja yli (22)	5	23	27	32	14
ASIAKASKOKEMUS p=0,156					
Kyllä (55)	20	44	25	7	4
Ei (25)	8	32	28	24	8
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,983					
Kyllä (56)	16	41	25	12	5
Ei (25)	16	36	28	16	4
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,44					
Kyllä (44)	20	36	27	14	2
Ei (36)	8	44	25	14	8
Summamuuttuja	15	36	27	17	5

Taulukko 49. Toimittajien mielikuvat valtakunnallisen negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.10.5 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot siitä, kuinka paljon poliisin saama valtakunnallinen negatiivinen julkisuus vaikuttaa paikallisesti Itä-Suomen poliisin imagoon

Tarkasteltaessa taustamuuttujien välisiä eroja vastaajaryhmien välillä (kts. taulukot 52 ja 53) yleisesti, havaitaan toimittajilla olevan positiivisempi mielikuva valtakunnallisen negatiivisen julkisuuden vaikutuksista Itä-Suomen poliisiin kuin poliisihenkilöstöllä.

Merkille pantavaa on, että molemmissa vastaajaryhmissä alle 35-vuotiaat näkevät vaikutuksen negatiivisemmin kuin vanhemmat ikäryhmät. Toimittajien ikäryhmissä 36-45 ja 46-55-vuotiaat näkevät negatiivisen julkisuuden vaikutuksen vähäisempänä kuin nuorempi alle 35-vuotiaat ja vanhempi yli 56-vuotiaat ikäryhmät (* $p=0,023$).

Maakunnittain tarkasteltuna toimittajilla on myönteisempi mielikuva negatiivisen julkisuuden vaikuttavuudesta Etelä-Savon maakunnan alueella (71 %) ja poliisihenkilöstöllä Pohjois-Karjalan alueella (44 %). Eniten negatiivista vaikuttavuutta poliisihenkilöstöllä on havaittavissa Pohjois-Savon maakunnan alueella (32 %) ja toimittajilla Pohjois-Karjalan (23 %) ja Pohjois-Savon (24 %) alueella.

Tarkasteltaessa työpaikan kokoja ja vaikuttavuutta havaitaan poliisihenkilöstöllä olevan ylivoimaisesti positiivisin mielikuva alle kymmenen henkilön työpaikoilla. Toimittajilla positiivisin mielikuva vaikuttavuudesta on 11-50 henkilön työpaikoilla. Suurilla työpaikoilla, yli 51 henkilöä nähdään negatiivisen julkisuuden vaikuttavan enemmän molemmissa vastaajaryhmissä.

Toimittajat ja poliisihenkilöstö, joilla on asiakaskokemus poliisin kanssa eivät näe negatiivisia vaikutuksia yhtä paljon kuin ne toimittajat ja poliisihenkilöstö, joilla ei ole asiakaskokemusta.

Vertailtaessa mielikuvaeroja poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä (kts. kuviot 29 ja 30) havaitaan toimittajilla olevan positiivisempi mielikuva negatiivisen julkisuuden vaikuttavuudesta kuin poliisihenkilöstöllä. Toimittajista 55 % ja poliisihenkilöstöstä 39 % ei näe negatiivisella uutisoinnilla vaikutusta juuri lainkaan Itä-Suomen poliisin imagoon. Vastaavasti poliisihenkilöstöstä 26 % ja toimittajista 19 % näkee vaikutusta melko paljon.

Yhteenvedona voidaan todeta (kts. taulukko 50) negatiivisella julkisuudella olevan vaikutusta molempien vastaajaryhmien mielikuviiin. Toimittajien mielikuvissa negatiivinen vaikuttavuus on hieman vähäisempää kuin poliisihenkilöstön mielikuvissa. Toimittajilla 55 % ja poliisihenkilöstöllä 39 % ei ole kielteisiä mielikuvia imago vaikutuksista Itä-Suomen poliisiin. Vastaavasti 19 % toimittajista ja 26 % poliisihenkilöstöstä näkee kielteistä vaikutusta melko paljon. Mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin muodostaa vertailuryhmien välille kuilun. Tulos on tilastollisesti merkitsevää (**p=0,006).

Aikaisemmissa tutkimuksissa on löydettävissä kahdenlaisia tuloksia negatiivisen julkisuuden vaikutuksista poliisiin. Kääriäinen (2014, 212) ja Kääriäinen ym. (2016, 80) toteavat, että suurella negatiivisella julkisuudella poliisia kohtaan on kansalaisten suunnalta havaittu myös luottamusta lisäävää vaikutusta. Weitzer (2002, 406) toteaa vastaavasti korkean profiilin tapahtuman mahdollisesti vahingoittavan poliisin imagoa. Chermakin ja Grunewaldin (2006, 274) mukaan on tärkeää tuntea median mekanismeja ja imagoon vaikuttavia tekijöitä. Tämän tutkimuksen mukaan poliisihenkilöstön mielikuvat negatiivisista vaikutuksista ovat jonkin verran voimakkaammat kuin toimittajilla.

Negatiivisen julkisuuden vaikutus Itä-Suomen poliisiin	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Negatiivisuuden vaikutus **p=0,006	Korkean profiilin tapahtuma voi vahingoittaa poliisin imagoa (Weitzer, 2002) Median mekanismien osaaminen vaikuttaa imagoon (Chermak & Grunewald, 2006) Negatiivisella julkisuudella voi olla luottamusta lisäävä vaikutus poliisiin (Kääriäinen ym. 2016)	Summamuuuttuja poliisin negatiivisten uutisten vaikuttavuus	Vaikuttaa melko paljon 39 % (+) 26 % (-)	Vaikuttaa melko paljon 55 % (+) 19 % (-)	Jonkin verran 16 % (+) 7 % (-)

Taulukko 50. Yhteenvedo negatiivisen julkisuuden vaikutuksesta Itä-Suomen poliisiin

5.11 Imagotutkimuksen tärkeys ja suhteiden hoitamisen hyödyllisyys

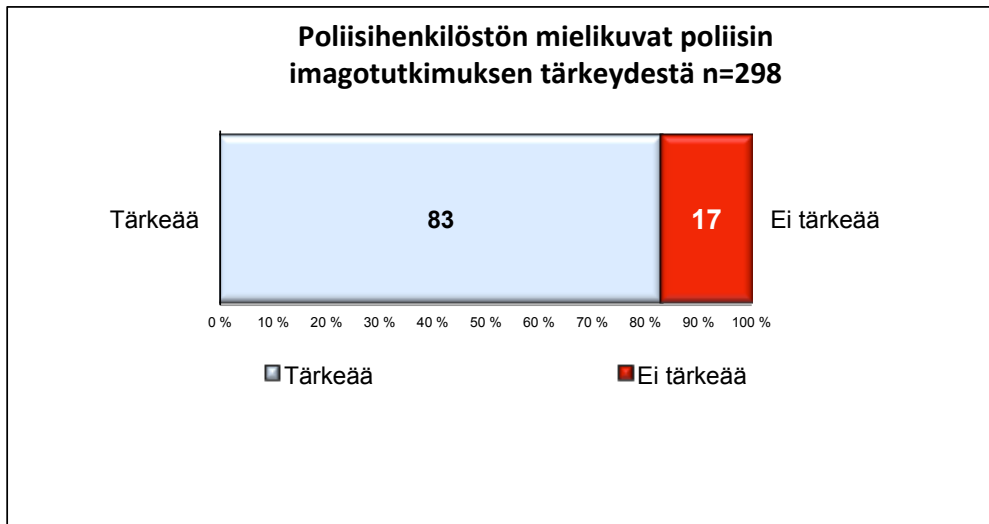
Viiimeisenä eli yhdenntenätoista kysymyksenä tarkastelen imagotutkimuksen ja suhteiden hoitamisen hyödyllisyyttä poliisin ja median välillä. Samalle komponentille imagotutkimuksen tärkeyden kanssa latautui vahvasti poliisin suhteiden hoitamisen hyödyllisyys poliisin ja median välillä (kts. liite 1. kysymyslomake, kohta 40, Pidäkö poliisin imagotutkimusta tärkeänä? Ja kohta 30, Suhteiden hoitaminen median edustajien ja poliisin välillä on mielestäni; hyödyllistä tai turhaa).

Imagotutkimusta on tehty verrattain vähän suomalaisessa poliisihallinnossa. Sama ilmiö on havaittavissa maailmanlaajuisesti. Imago heijastaa erittäin paljon luottamukseen liittyviä piirteitä ja mm. Kääriäinen toteaa tutkimuksessaan, kuinka yllättävän vähän tutkimusta on tehty yleisestä luottamuksesta poliisiin ja miten vähäinen tutkimus on keskittynyt pääasiassa Yhdysvaltoihin (Kääriäinen 2007, 410).

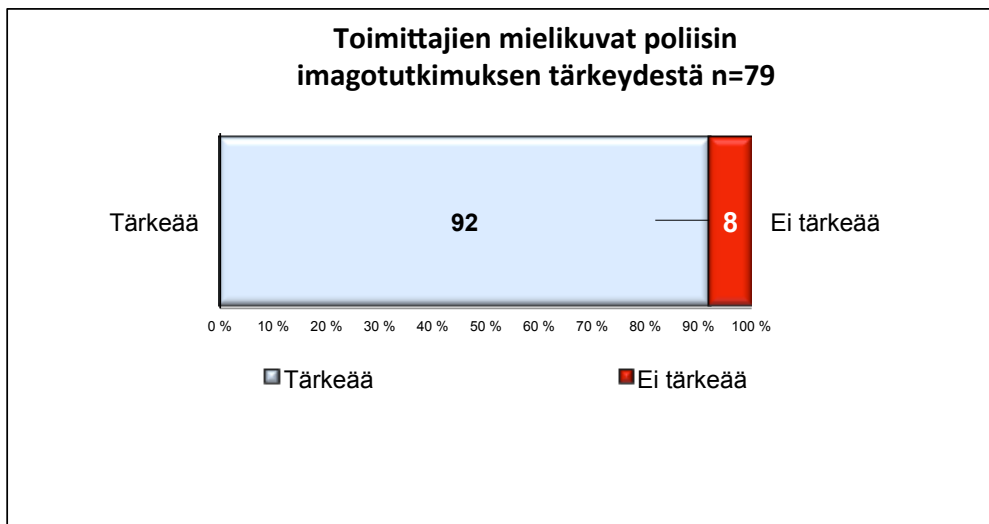
Yhdysvalloissa empiiristä tutkimusta ihmisten suhtautumisesta poliisiin on tehty enemmän kuin Kanadassa (Cheng 2015, 691). Huomioitavaa on, että tutkijat eivät ole tutkineet poliisia erilaisten uutisten kautta (Chermak 1995, 22). Julkisuuskuvan tutkimuksen avulla on hyödyllistä avata ymmärrystä julkiseen käyttäytymiseen poliisi instituutiota kohtaan ja erilaisten asiakasryhmien reagoiteihin yhteisöissään. Julkisuustutkimuksessa ilmaistu asenne saattaa myös ennustaa yhteiskunnassa muutoksia suosion vaihteluissa poliisia kohtaan. Julkisuuskuva erilaisissa yhteiskuntaluokissa ilmentää syvemmällä olevia kulttuurillisia eroavaisuuksia. (Cao, Stack & Sun 1998, 280.)

Suhde uutisten tekijöiden ja poliisin välillä kehittyä jatkuvasti sekä muotoutuu pääasiassa rajoittuen taloudellisiin tekijöihin uutistuotannossa. Tämä samalla pakottaa uutistuotannon nojaamaan saatavilla oleviin tiedon lähteisiin. (Chermak 1995, 21.)

Tässä tutkimuksessa vertailin yleisesti Itä-Suomen poliisihenkilöstön (kts. kuvio 31) ja toimittajien (kts. kuvio 32) mielikuvaa imagotutkimuksen tärkeydestä. Toimittajat pitävät imagotutkimusta vähän tärkeämpänä kuin poliisihenkilöstö. Kriittisyyttä imagotutkimukseen nousee hieman molemmista vastaajaryhmistä eron ollessa toimittajien hyväksi 10 %.



Kuvio 31. Poliisihenkilöstön mielikuvat poliisin imago tutkimuksen tärkeydestä

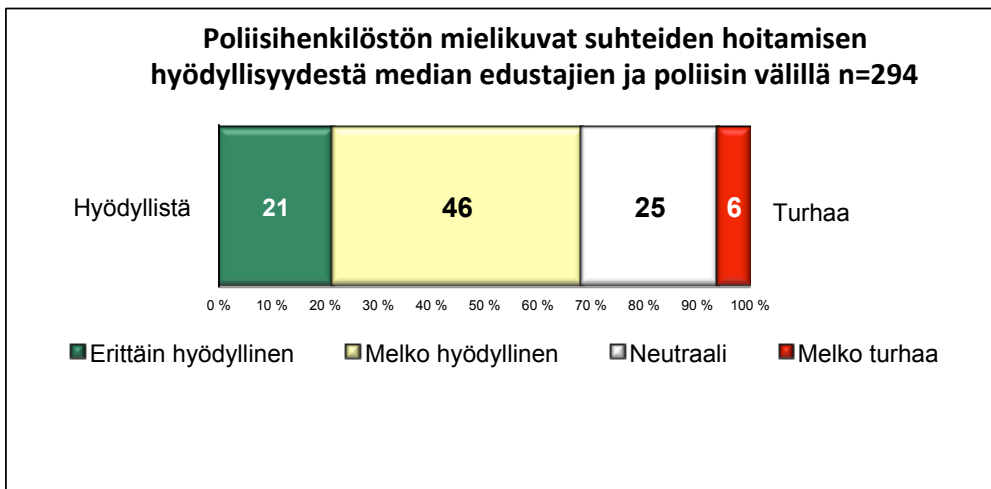


Kuvio 32. Toimittajien mielikuvat poliisin imago tutkimuksen tärkeydestä

5.11.1 Suhteiden hoitamisen hyödyllisyys median edustajien ja poliisin välillä poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvissa

Medialla on tärkeä rooli yhteiskunnallisena tiedon välittäjänä. Tarkasteltaessa ensin yleisesti mielikuvia suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä havaitaan siinä olevan pieniä eroja poliisihenkilöstön ja median välillä. Poliisihenkilöstö (kts. kuvio 33) pitää mielikuvissaan 67 % suhteiden hoitamista hyödyllisenä. Ainoastaan kuusi prosenttia vastaajista näkee suhteiden hoitamisen turhana. Neljänneksellä (25 %) vastaajista ei ole asiasta selvää mielikuvaa.

Poliisi- ja rikosaiheisessa uutisoinnissa median uutisoinnit rajoittuvat suhteessa poliisiin, joilla on oleellinen rooli uutisten tuottajana ja myös propagandan tuottajana. Toimittajat eivät ole usein ei-kriittisiä ja eivät halua uhrata suhdettaan poliisiin saadakseen rikostarinoita. Uutisorganisaatiot hyötyvät, koska he saavat uutisia vaivattomasti. (Chermak 1995, 38.) Vuorovaikutteinen suhde poliisin ja median välillä luo ihmeellisen tehokkaan strategian rikosuutisten välittämisessä (Chermak & Grunewald 2006, 274). Poliisin palvellessa kansalaisia tehokkaasti ja hyväksyttävästi, rakenteellisen työskentelysuhteen tulee ilmetä lainvalvojien ja ihmisten välillä (Worrall 1999, 47).

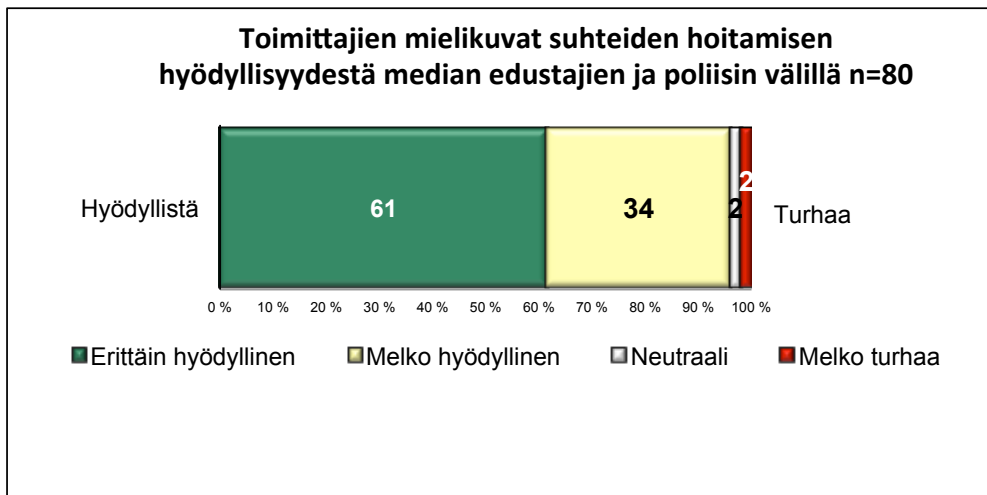


Kuvio 33. Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä

Toimittajien mielikuvat (kts. kuvio 34) suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä ovat erittäin positiiviset ja toimittajat pitävät suhteiden hoitamista hyödyllisenä (95 %). Ainoastaan kaksi prosenttia vastaajista näkee suhteiden hoitamisen turhana.

Useimmat toimittajat, jotka työskentelevät poliisin kanssa ovat kokeneita tai niin sanottuja veteraaneja. Nämä toimittajat ovat niin sisällä uutisten tuottamisessa, että he eivät tuota negatiivisia uutisia, koska he pelkäävät uhraavansa uskolliset kontaktit. Poliisiosastot tuottavat uutisia, jotka kiinnostavat toimittajia. Uutismedia ei ole kriittinen siihen, mitä poliisi tuottaa uutisina ja eivät välttämättä auta uutisorganisaatiota myymään uutista eteenpäin. (Chermak 1995, 36-39.)

Poliisin kanssa kohdanneet ihmiset olivat paljon vahvemmin vaikuttuneita kokemuksistaan kuin demografisista faktoreista. Henkilökohtaiset kokemukset poliisin kanssa ovat merkittäviä määriteltessä yleistä tyytyväisyyttä, vaikka kaikki muut muuttajat yhdistettäisiin. (Schaffer, Huebner & Bynum 2003, 446.)



Kuvio 34. Toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä

5.11.2 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä taustamuuttujilla tarkasteltuna

Tarkasteltaessa hieman tarkemmin taustamuuttujien kautta poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvia (kts. taulukko 51) havaitaan taustamuuttujaryhmissä eroja, joista keskeisimmät voidaan tiivistää seuraavasti.

- Poliisihenkilöstön miesvastaajat (70 %) pitävät suhteiden hoitamista hieman enemmän hyödyllisempänä kuin naisvastaajat (62 %) (* $p=0,031$).
- Poliisihenkilöstön ikäryhmää ja työkokemusryhmää tarkastellessa havaitaan, että mitä kokeneempi vastaaja on, sen hyödyllisempänä vastaaja pitää suhteiden hoitamista (** $p=0,005$).
- Poliisihenkilöstön johto, hallinto ja esikuntapalvelut pitävät suhteiden hoitamista hyödyllisempänä kuin muut työskentelypaikat.
- Maakunnittain tarkasteltuna Pohjois-Karjalan maakunnan alueen henkilöstö pitää suhteiden hoitamista hyödyllisempänä kuin Pohjois- Savon ja Etelä-Savon maakuntien poliisihenkilöstö.
- Pienissä alle 10 henkilön työpaikoissa suhteiden hoitaminen mediaan nähdään hyödyllisempänä kuin suuremmissa työpaikoissa.
- Poliisihenkilöstön vastaajat, joilla on omakohtainen asiakaskokemus, pitävät suhteiden hoitamista vähemmän hyödyllisenä kuin ei asiakaskokemusta saaneet (* $p=0,013$).
- Tarkastellessa päällystön, alipäällystön ja miehistön mielikuvia havaitaan päällystön pitävän suhdetoimintaa hyödyllisempänä. Siirryttäessä alipäällystään ja miehistöön hyödyllisyyden mielikuvat vähenevät oleellisesti.

Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä (%)					
	Erittäin hyödyllinen	Melko hyödyllinen	Neutraali	Melko turhaa	Erittäin turhaa
SUKUPUOLI * p=0,031					
Nainen (68)	16	46	37	0	2
Mies (225)	23	47	22	7	1
IKÄ ** p=0,005					
Alle 35-vuotiaat (58)	21	33	36	7	3
36-45-vuotiaat (83)	13	47	29	10	1
46-55-vuotiaat (106)	23	54	19	4	1
Yli 56-vuotiaat (46)	35	46	20	0	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,585					
Johto, hallinto ja esikuntapalveluissa (25)	32	48	16	4	0
Poliisin lupahallinnossa (24)	21	54	25	0	0
Poliisin liikennesektorilla (27)	11	56	26	7	0
Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla (98)	20	42	29	5	4
Poliisin rikostorjunnan sektorilla (120)	23	46	25	7	0
MAAKUNTA p=0,88					
Etelä-Savo (116)	20	44	29	7	1
Pohjois-Karjala (74)	24	50	22	3	1
Pohjois-Savo (102)	22	47	24	6	2
TYÖKOKEMUS p=0,096					
Alle 15 vuotta (128)	16	41	32	9	2
16-25 vuotta (64)	23	47	22	6	2
Yli 26 vuotta (102)	27	52	20	1	1
TYÖPAIKAN KOKO p=0,94					
Alle 10 henkilöä (17)	18	59	18	6	0
11-50 henkilöä (100)	19	48	27	4	2
51 ja yli (176)	24	44	26	6	2
ASIAKASKOKEMUS * p=0,013					
Kyllä (170)	18	46	25	9	0
Ei (118)	25	47	27	1	0
POLIISINA p=0,063					
Päällystössä (35)	34	51	14	0	0
Alipäällystössä (65)	26	51	17	3	3
Miehistössä (145)	16	41	32	10	1
Summamuuttuja	22	47	25	5	1

Taulukko 51. Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä taustamuuttujilla tarkasteltuna

Toimittajien mielikuvat (kts. taulukko 52) suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä ovat kauttaaltaan positiiviset ja ne voidaan tiivistää seuraavasti. Mielikuvat eivät ole tilastollisesti merkitseviä, mutta ovat suuntaa antavia.

- Pieniä eroja pystyy erottelemaan tarkastelemalla kriittisten ja neutraalien mielikuvien määrää.
- Naistoimittajat (96 %) pitävät suhteiden hoitamista vain hieman hyödyllisempänä kuin miestoimittajat (95 %).
- Toimittajilla ikäluokassa 36-45 -vuotta mielikuvat ovat hieman kriittisemmät verrattuna nuorempiin tai vanhempiin ikäryhmiin.
- Radio/tv-toimittajat pitävät suhteiden hoitamista 100 % ja sanomalehden toimittajat 94 % hyödyllisenä.
- Maakunnittain verrattuna Etelä-Savon ja Pohjois-Karjalan maakunnan alueen toimittajat pitävät suhteiden hoitamista 100 % ja Pohjois-Savon toimittajat 88 % tärkeänä.
- Asiakaskokemuksen omaavat toimittajat pitävät suhteiden hoitamisen hyödyllisyyttä hieman tärkeämpänä kuin ei kokemusta omaavat.
- Poliisin mukana olleet toimittajat ja vastaavana toimittajana toimineet toimittajat omaavat hieman paremmat mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä kuin ei kokemusta omaavat toimittajat.

Toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä (%)					
	Erittäin hyödyllinen	Melko hyödyllinen	Neutraali	Melko turhaa	Erittäin turhaa
SUKUPUOLI p=0,768					
Nainen (42)	67	29	2	2	0
Mies (38)	55	40	3	3	0
IKÄ p=0,402					
Alle 35-vuotiaat (17)	41	59	0	0	0
36-45-vuotiaat (18)	67	22	6	6	0
46-55-vuotiaat (23)	70	26	4	0	0
Yli 56-vuotiaat (22)	64	32		5	0
TYÖSKENTELYPAIKKA p=0,936					
Sanomalehden toimituksessa (61)	62	31	3	3	0
Radion/TV toimituksessa (19)	58	42	0	0	0
MAAKUNTA p=0,137					
Etelä-Savo (24)	79	21	0	0	0
Pohjois-Karjala (21)	62	38	0	0	0
Pohjois-Savo (32)	47	41	6	6	0
TYÖKOKEMUS p=0,43					
Alle 15 vuotta (31)	48	45	3	3	0
16-25-vuotta (17)	82	18	0	0	0
Yli 26 vuotta (32)	63	31	3	3	0
TYÖPAIKAN KOKO p=0,364					
Alle 10 henkilöä (24)	46	50	0	4	0
11-50 henkilöä (34)	65	29	3	3	0
51 ja yli (22)	72	23	5	0	0
ASIAKASKOKEMUS p=0,694					
Kyllä (54)	65	32	2	2	0
Ei (25)	52	40	4	4	0
POLIISIN MUKANA TOIMIT. p=0,756					
Kyllä (56)	64	32	2	2	0
Ei (24)	54	38	4	4	0
VASTAAVANA TOIMITTAJANA p=0,826					
Kyllä (44)	66	30	2	2	0
Ei (36)	56	39	3	3	0
Summamuuttuja	61	34	3	2	0

Taulukko 52. Toimittajien mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median ja poliisin välillä taustamuuttujilla tarkasteltuna

5.11.3 Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvaerot suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median edustajien ja poliisin välillä

Taustamuuttujien avulla tarkasteltuna poliisihenkilöstön naisvastaajilla 37 % ja toimittajanaisilla 2 % ei ole selkeää mielikuvaa suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä. Poliisihenkilöstön miesvastaajilla 22 % ja toimittajamiehillä 3 % ei ole selkeää mielikuvaa suhteiden hoitamisesta. Poliisihenkilöstön miehistä 8 % ja toimittajamiehistä 3 % pitää suhteiden hoitamista turhana. Poliisihenkilöstön miesvastaajat (70 %) pitävät suhteiden hoitamista hieman enemmän hyödyllisempänä kuin naisvastaajat (62 %) (* $p=0,031$).

Tarkasteltaessa mielikuvaeroja eri ikäryhmien välillä havaitaan, että poliisihenkilöstön suhteiden ylläpitämistä ei nähdä niin tärkeänä kuin toimittajien ikäryhmissä. Toimittajat pitävät suhteiden hoitamista tärkeänä kaikissa ikäryhmissä, kun poliisihenkilöstöllä mielikuvat paranevat asteittain siirryttäessä nuoremmasta ikäryhmästä vanhempaan. Poliisihenkilöstön ikäryhmää ja työkokemusryhmää tarkastellessa havaitaan, että mitä kokenempi vastaaja, sen hyödyllisempänä vastaaja pitää suhteiden hoitamista (** $p=0,005$).

Maakunnittain tarkasteltuna poliisihenkilöstö näkee suhteiden hoitamisen tärkeänä. Selkeä mielikuva puuttuu noin 25 % vastaajista. Kriittisiä mielikuvia löytyy 8 % poliisihenkilöstön vastaajista Etelä-Savon ja Pohjois-Savon maakunnan alueelta. Paras mielikuva on Pohjois-Karjalan poliisihenkilöstöllä. Toimittajilla on maakunnittain erittäin hyvä mielikuva suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä. Pieni särö löytyy Pohjois-Savon maakunnan alueelta, jossa 6 % toimittajista ei ole selvää kuvaa hyödyllisyydestä ja 6 % pitää suhteiden hyödyllisyyttä turhana.

Työkokemusryhmittäin tarkasteltuna poliisihenkilöstöllä on havaittavissa sama asteittainen mielikuvien paraneminen kuin edellä mainituissa ikäluokissa siirryttäessä nuoremmasta kokemusryhmästä vanhempaan. Toimittajilla eri työkokemusryhmittäin mielikuva on erittäin hyvä.

Vertailtaessa työpaikkojen kokoa taustamuuttujaryhmien välillä havaitaan poliisihenkilöstön alle kymmenen henkilön työpaikkojen mielikuvien olevan selvästi suhteiden hoitamisen hyödyn kannalla. Suuremmilla poliisihenkilöstön työpaikoilla mielikuvat eivät ole niin selkeitä.

Vertailtaessa asiakaskokemusta poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä, havaitaan toimittajilla olevan suhteiden hyödyllisyydestä hyvä mielikuva molemmissa sekä kokemusta saaneissa ja ei kokemusta saaneissa vastaajissa.

Poliisihenkilöstön vastaajat, joilla on omakohtainen asiakaskokemus, pitävät suhteiden hoitamista vähemmän hyödyllisenä kuin ei asiakaskokemusta saaneet (*p=0,013).

Yhteenvedona (kts. taulukko 53) voidaan todeta, että toimittajat pitävät imago tutkimusta hieman tärkeämpänä kuin poliisihenkilöstö. Poliisihenkilöstön mielikuvissa erottuu 17 % suuruinen negatiivisten mielikuvien ääripää. Mielikuvat poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä muodostavat hieman kuulua. Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä (*p=0,041).

Aikaisemmissa tutkimuksissa Cao ym. (1998, 280) ja Chengin (2015, 690-692) mukaan on tärkeää ymmärtää julkista kansalaisten käyttäytymistä poliisi-instituutiota kohtaan ja eri yhteisöjen reagointia yhteiskunnassa. Imago tutkimuksen avulla pystytään toteamaan mahdollisia muutoksia esimerkiksi suosion vaihtelussa yhteiskunnassa poliisia kohtaan mm. eri yhteiskuntaluokissa. Imago tutkimus on tärkeää Chermakin (1995, 21) mukaan, koska poliisi rakentaa strategisesti imagoaan niin, että organisaatiota koskeva uutisointi tulee hyödyntää poliisiorganisaatiota enemmän kuin vahingoittaa sitä.

Poliisin imago tutkimuksen tärkeys	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Tutkimuksen tärkeys *p=0,041	Tutkimus tärkeää imagon kannalta (Chermak, 1995) (Cao ym, 1998) (Cheng, 2015)	Summamuuttuja poliisin imago tutkimuksen tärkeys	Tutkimus tärkeää 83 % (+) 17 % (-)	Tutkimus erittäin tärkeää 92 % (+) 8 % (-)	Hieman 9 % (+) 9 % (-)

Taulukko 53. Yhteenvedo poliisin imago tutkimuksen tärkeydestä

Poliisihenkilöstöstä pitää 67 % ja toimittajista 95 % suhteiden hoitamista hyödyllisenä. Poliisihenkilöstöstä 25 % ja toimittajista 2 % ei ole selkeää mielikuvaa suhteiden hoitamisesta.

Yhteenvedona voidaan todeta, että poliisihenkilöstöstä 67 % ja toimittajista 95 % pitää suhteiden hoitamista hyödyllisenä. Poliisihenkilöstön vastaajista neljänneksellä ei ole selkeää mielikuvaa suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä median kanssa. Tämä korostuu erityisesti nuorilla alle 35-vuotiailla poliisihenkilöstön edustajilla.

Mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä (kts. taulukko 54) poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä muodostaa kuilun. Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä (**p=0,001). Aikaisemmissa tutkimuksissa Schaffer (2003, 561) nostaa esiin sen, että poliisin tulee hoitaa hyvin ja positiivisesti tapaamiset kansalaisten kanssa. Suhteiden hoitamisella vahvistetaan kansalaisten odotuksia poliisipalveluihin.

Poliisin viestinnän käsikirjan (2014, 34) mukaan jokainen poliisihallinnossa työskentelevä viestii omalla toiminnallaan eli jokainen toimija on viesti. Organisaation vastuullisilla viestinnän toimilla kehitetään ja ylläpidetään poliisin vahvaa sisäistä ja ulkoista yhteisökuva. Tässä tutkimuksessa toimittajien ja poliisihenkilöstön välillä on havaittavissa suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä mielikuvallisia eroja.

Poliisin suhteiden hoitamisen hyödyllisyys	Havainto kirjallisuudesta	Mittari	Keskeiset havainnot poliisi.henk. mielikuvat +/-	Keskeiset havainnot toimittajien mielikuvat +/-	Mielikuvaeroja vähän/paljon
Suhteiden hoitaminen ***p=0,001	Henkilökohtaiset kokemukset ja viestintä vaikuttavat imagoon (Schaffer ym, 2003) (Viestinnän käsikirja, 2014)	Summamuuttuja poliisin suhteiden hoitamisen hyödyllisyys	Nähdään hyödyllisenä 67 % (+) 6 % (-)	Nähdään erittäin hyödyllisenä 95 % (+) 5 % (-)	Melko paljon 28% (+) 1 %

Taulukko 54. Yhteenveto suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä

6 Johtopäätökset

6.1 Mistä poliisin imago muodostuu?

”Poliisin imago” -otsikkona herättää varmasti lukijassa kiinnostusta ja erilaisia mielikuvia. Itsellenikin väitöskirjan kirjoittaminen tarjosi erilaisia mielikuvia, käsitteiden avaamista ja välillä ihmetystä, kun aloin kirjoittamaan tästä innostavasta, haasteellisesta ja mielenkiintoisesta aiheesta poliisissa.

Mielikuvien tutkiminen on tärkeää, koska mielikuvat vaikuttavat valintoihimme. Julkinen sektori käyttää yhä enemmän julkisen puolen organisaatioyhteyksissä imagoa ja sen ympärillä käytettävää käsitteistöä. Yhteiskuntamme yksi tärkeimmistä mielikuvien tuottajista on media. Kansalaisten havainnot poliisin viranomaisrehellisydestä ja luottamuksesta määrää Wilsonien (2015, 6) mukaan heidän käsityksensä toiminnan oikeudenmukaisuudesta. Salmen ym. (2000, 434) mukaan näkyvyys on tärkeä määrittäjä poliisin imagolle. Suomea on korostettu yhden poliisin maana, joka pyrkii yhdenmukaiseen julkisuuskuvaan.

Viiimeikaisten informaatiovaikuttamiseen liittyvien keskustelujen valossa on entistä tärkeämpää ymmärtää mielikuviiin liittyvää vuoropuhelua. Ymmärtämisen avulla pystytään esimerkiksi erottamaan mielikuvien avulla tuotettu illuusio todellisesta tilanteesta.

Kyseisen aiheen valintaan vaikutti havaintoni siitä, että Suomessa poliisia koskevaa imagotutkimusta on tehty erittäin vähän. Tepstran ja Schaapin (2013, 66) mukaan yleensäkin muissa kuin englantia puhuvissa maissa poliisiin liittyvää tutkimusta on tehty vähän. Tutkimusaiheen valintaan vaikutti oleellisesti myös se, että poliisille on tärkeää kansalaisten luottamus poliisin toimintaa kohtaan. Suomalaisen poliisin toiminnan ja päätöksenteon tulee olla läpinäkyvää, yhdenvertaista, puolueetonta sekä harkittua. Lisäksi poliisin toiminnan tulee perustua voimassa oleviin säädöksiin lain tarkoittamassa hengessä ihmisiä palvellen. Medialla on erityinen rooli, jonka kautta mielikuvaa poliisista välitetään yhteiskunnassa valtion rajojen sisällä, mutta myös niiden ulkopuolella.

Tutkimuksessani halusin selvittää ne elementit, mistä poliisin imago muodostuu ja eroaako poliisin sisäinen imago ulkoisesta imagosta. Toimittajat muodostavat poliisiorganisaation rinnalla erittäin mielenkiintoisen kohdejoukon tutkimukselle. Tästä syystä oli erittäin kiinnostavaa selvittää, ovatko poliisin omat mielikuvat poliisista erilaiset kuin toimittajien mielikuvat. Samalla olen pystynyt vastaamaan todennäköisesti lukijan mieleen seuraavaksi nousevaan kysymykseen; seurataanko poliisissa ympärillä olevia mielikuvia?

Poliisiylijohtaja Seppo Kolehmainen mainitsee poliisibarometrin 2016 julkistamistilaisuudessa Helsingissä 5.10.2016 mielikuvista seuraavaa: *”Tämän vuoden poliisibarometrissa poliisin kyyrykkyyttä epäilevien määrä tosin näyttää laskeneen, toisin kuin tutkinta-ajat tilastoissamme. Mielikuvat ja käytäntö ovat vaarassa erkaantua omille teilleen”*.

Suomen poliisin visuaalisen ohjeiston mukaan (2014) värien ja eri formaattien käyttäminen poliisin tunnuksissa on erittäin tarkoin säädeltyä. Ei ole myöskään sattumaa, että Suomen poliisin uniformun värit on sininen ja, että sinistä väriä käytetään myös muiden maiden poliisien pukukoodeissa. Viimeisimpänä esimerkkinä voin mainita Saksan poliisin asusteiden värin vaihtamisen vuonna 2014 vihreästä siniseen. Väreillä ja asusteiden rakenteilla halutaan antaa tietynlaista viestiä. Sinisellä halutaan viestiä uskollisuutta, luottamusta ja voimaa. Lisäksi sillä oletetaan olevan rauhoittava ja viilentävä vaikutus. Viranomaistoiminnan puolueettomuus ja luottamus ovat erittäin tärkeitä poliisin julkisuuskuvalle ja siihen on kiinnitetty erityistä huomiota poliisissa muun muassa lahjoituksia kartoittavan työryhmän raportissa (2016), jossa käsitellään poliisille tarjottavia lahjoituksia ja sponsorointia.

Viranomaistoiminta rahoitetaan julkisin verovaroin, joten esimerkiksi lahjoitusten vastaanottamisessa viranomaisen on harkittava toimintansa puolueettomuutta sidosryhmien ja kansalaisten näkökulmasta. Lahjoittajille ei saa antaa mainosta yhteisillä julkisilla esiintymisillä tai muutenkaan imagohyötyä, kun varoja otetaan julkiseen käyttöön. (Poliisin saamia lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportti 2016, 18.) Näin ollen lahjoittajan intressit ja mahdollinen mainos- sekä imagohyöty on otettava lahjoituksen vastaanottamisen arvioinnissa huomioon. Piilotettu mainonta tulee myös tunnistaa ja siihen on suhtauduttava kielteisesti. Poliisin saamia lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportissa (2016, 35) todetaan arpajaislainvalvonnan lainsäädännössä mielikuvista, että epäsuoraa mainontaa on erityisesti tuotteen myynnin edistäminen muun tuotteen mainonnan yhteydessä siten, että epäsuorasti käytetään tunnusta tai muunneltua

tunnusta. Tästä on kyse, kun mainonnasta välittyy mielikuva tietystä tuotteesta tai sen myyjästä epäsuorasti kansalaisille. Lahjoittajalle välillisestikin tuleva hyöty on pyrittävä tunnistamaan. (Poliisin saamia lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportti 2016, 35.) Edellä mainitusta syistä johtuen sponsorointisopimusten hyväksyttävyyden arvioinnissa tulee ottaa huomioon viranomaisten tehtävien luonteesta johtuva poliisin yleinen julkisuuskuva sekä poliisitoiminnan erityinen luottamus. (Poliisin saamia lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportti 2016, 25.)

Poliisin viestintäpäällikkö Marko Luotonen kirjoittaa poliisin sisäisen viestinnän sivuilla (Sinetissä) 26.6.2014 dokumentaaristen poliisisarjojen edistävän myönteistä vaikutusta poliisista syntyviin mielikuviiin, joilla on vaikutusta myös organisaation toimintaan sekä rekrytointiin. Poliisin viestintäkampanjat ja messutoiminta ovat Luotosen mukaan poliisin julkisuuskuvaan vaikuttavaa toimintaa, missä jaetaan tietoa sekä edistetään kansalaisten ja eri sidosryhmien osallistumista sekä yhteydenpitoa. Luotosen mukaan poliisissa arvioidaan säännöllisesti toimittajien mielikuvia ja kokemuksia poliisin mediaviestinnästä ja toiminnasta. (Luotonen 2012, 235.)

Sisällönanalyysin merkitys tälle tutkimukselle on siinä, että halusin peilata läpi niitä kohtia, kuinka imago ja mielikuva ovat sanoina nostettu esiin poliisin toimintaan liittyvissä dokumenteissa. Vaikka imagosta ja mielikuvista tehdään säännöllisesti arvioita, niin silti niitä mainitaan melko vähän dokumenteissa, jotka ohjaavat poliisin käytännön toimintaa. Joissakin kohdin julkisuuskuvaan, imagoon ja mielikuvaan liittyviä asioita mainitaan epäsuorasti.

Jobtopäätös 1. Poliisihallinnon eri aineistoissa mainitaan mielikuva ja imago sanoina yksittäisissä tapauksissa ja poliisin imagoa pidetään tärkeänä muun muassa luottamuksellisen julkisuuskuvan kautta.

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen, mistä organisaation imago muodostuu, vastaan seuraavasti: Organisaation arvot muodostavat organisaation identiteetin. Poliisin arvot; oikeudenmukaisuus, ammattitaito, palveluperiaate ja henkilöstön hyvinvointi, ovat imagon perustuksen keskeisiä rakennusaineita. Suur-Askolan (2016, 39) mukaan arvo on vasta silloin arvo, kun se näkyy toiminnassamme ja voimavarojen suuntaamisessa, koska ihmiset sitoutuvat arvoihin oman toimintansa kautta. Lisäksi identiteetillä on suuri merkitys siihen, mihin organisaation arvot

vaikuttavat. Organisaation kannalta on tärkeää, että henkilöstö samaistuu organisaatioon ja omaksuu sitä kautta sen identiteetin. Bergerin ja Luckmanin (1994, 195) mukaan identiteetti rakentuu sosiaalisissa prosesseissa, jonka seurauksena se säilyy, muuntuu tai jopa rakentuu uudelleen sosiaalisissa suhteissa. Yhteiskunnan rakenne osoittaa Bergerin ja Luckmanin mukaan ne sosiaaliset prosessit, jonka kautta identiteetti rakentuu ja joissa sitä ylläpidetään. Tässä tutkimuksessa mielikuvaerot poliisin arvoista poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä ovat vähäiset. Ainoastaan poliisihenkilöstön hyvinvointi ”arvona” muodosti mielikuvallisen eron vastaajaryhmien välille. Poliisihenkilöstön mielikuvat henkilöstön hyvinvoinnista ovat selvästi huonommat kuin toimittajien. Vastaajaryhmien mielikuvat oikeudenmukaisuudesta ja ammattitaidosta nähdään hyvänä. Palveluperiaatteessa vastaavasti on hieman kehitettävää molempien vastaajaryhmien mielikuvien mukaan.

Poliisihenkilöstön mielikuvien syventämisen muodostuminen aloitetaan jo poliisikoulutuksessa ja erityisesti koulutuksen työssäoppimisjaksojen yhteydessä, joissa uudelle henkilöstölle annetaan mahdollisuus tutustua organisaation arvoihin, toimintoihin ja päivittäiseen tekemiseen. (kts. kuvio 4. Sisäisen ja ulkoisen imagon syveneminen tasoittain, sivu 61). Tämän vuoksi on erittäin tärkeää kiinnittää huomiota uusiin tuleviin imagon rakentajiin. Positiivinen imago lisää organisaation vetovoimaa ja saa henkilöstön toimimaan organisaation hyväksi. Toisaalta huonot mielikuvat organisaatiosta vähentävät kiinnostusta sen kehittämiseen ja päätöksentekomenettelyyn osallistumiseen. Jokainen poliisihenkilö viestii omalla persoonallisuudellaan, tekemisellään, käyttäytymisellään ja pukeutumisellaan organisaatiostaan ulospäin. Mielikuvat ja imago muodostuvat täten erilaisista rakennusaineista, jotka pohjautuvat organisaation identiteettiin ja sen edustamiin arvoihin.

Organisaation sisäiset mielikuvat (kts. kuvio 2. Käsitteiden toisiinsa kytkeminen poliisiorganisaatiossa, sivu 27) heijastuvat sidosryhmien, viestinnän, asiakaskontaktien, asiakasprosessien, eri kohtaamistilanteiden ja lukuisten informatiivisten viestien kautta organisaation ulkopuolelle muodostaen sen ulkoisen imagon. Tätä kautta vastaanottajille muodostuu mielikuva organisaation toiminnasta ja toiminnallisista tekijöistä, joita värittävät jokaisen yksilön mielikuvalliset tekijät.

Johtopäätös 2. Hyvillä mielikuvilla varustettu organisaatio viestii organisaation ulkopuolelle positiivista imagoa edustamallaan arvoilla. Tämä vaikuttaa organisaation kiinnostavuuteen työpaikkana, yhteistyötahona ja luotettavana toimijana.

Poliisin imago muodostuu erilaisista asioista, kuten organisaation henkilöstön käyttäytymisestä, organisaation sisäisestä ja ulkoisesta tiedottamisesta sekä henkilöstön pukeutumisesta. Unohtamatta organisaation kykyä olla yleisen järjestyksen ja turvallisuuden toimija sekä rikosten selvittäjä. Lisäksi lupahallinnon toiminnot, suhteiden hoitaminen sidosryhmiin, liikenneturvallisuudesta huolehtiminen, poliisin näkyvyys ja reagointi sekä poliisin arvojen toteutuminen päivittäisissä toiminnoissa luovat keskeistä poliisin imagoa.

Poliisin käyttäytyminen sisältää useita elementtejä, jotka luovat mielikuvaa poliisista. Näitä ovat muun muassa ystävällisyys, toimintojen yhdenvertaisuus, joustavuus, yksilöiden huomioiminen, luottamus, moraalit, motivoituneisuus, reagoivuus ja yleinen ammattitaito. Tässä tutkimuksessa käyttäytymisestä esiin nousivat molemmilla vastaajaryhmillä muita kohtia enemmän poliisin ystävällisyys, luotettavuus, ammattitaito ja reagoivuus. Poliisin ystävällisyys, luotettavuus ja ammattitaito ovat mielikuvissa hyvät molemmilla vastaajaryhmillä ja mielikuvallista eroa on vain vähän vastaajaryhmien välillä. Poliisin reagoinnissa mielikuvaeroja vastaajaryhmien välillä on hieman ja poliisin reagointia pidetään välttävänä.

Poliisin ystävällisyys kansalaisia kohtaan on tärkeää ainakin kahdessa eri merkityksessä. Ensimmäisenä ystävällisyys madaltaa kansalaisten kynnystä ottaa yhteyttä ja olla vuorovaikutussuhteessa poliisin kanssa. Tämä taas vaikuttaa siihen, että poliisi saa pidettyä muun muassa keskustelun kautta kaksisuuntaista kommunikaatiota kansalaisten suuntaan. Toiseksi ystävällisyys luo kansalaisille helposti positiivista mielikuvaa poliisihenkilöstä, mutta poliisin uniformun kautta se luo tätä koko organisaatiosta, koska yksittäinen ja paikallisesti tunnettu poliisi ei erotu ilman uniformua kaikille poliisina. Aikaisemmissa tutkimuksissa Salmi on todennut, että vanhemmat ihmiset näkevät poliisin ystävällisempänä kuin nuoret henkilöt ja samoin naiset näkevät poliisin ystävällisempänä kuin miehet (Salmi ym. 2000, 444). Tämä tutkimustulos nousee esiin myös tässä tutkimuksessa.

Edellä mainitun lisäksi ystävällisyyden kautta synnytetään helpommin luotettavuus. Luotettavuus on ensiarvoisen tärkeää poliisille ja sen imagolle. Tämä johtuu siitä, että luottamus muodostaa keskeisen organisaation imagollisen tekijän. Lähes kaikki poliisin toiminta perustuu luottamukseen. Luottamus kulkee läpi

organisaation ylhäältä alas ja henkilöityy yksittäisen henkilön toimintaan. Luottamus on vanhan sanonnan mukaan juuri niin vahva kuin ketjun heikoin lenkki. Luottamuksen taso poliisista voi olla samanlainen eri uutisten lukijoilla, mutta se, mitä poliisi tarkoittaa voi vaihdella yksilöllisesti (Jackson ym. 2013, 100).

Suomessa poliisiin luotetaan, mikä on tullut esiin myös kansalaisille suunnatuissa poliisibarometritutkimuksissa (Poliisibarometri 2016). Tässä tutkimuksessa 83 % toimittajista pitää poliisin toimintaa luotettavana ja 5 % epäluotettavana. Poliisihenkilöstöstä 88 % pitää poliisin omaa toimintaa luotettavana ja 2 % epäluotettavana. Yksittäisten vastaajien mielikuvissa esiin nousee epäluottamus. Luottamus on aihealue, jonka eteen täytyy jatkuvasti työskennellä. Lisäksi luottamus ei synny itsestään, vaan se syntyy tekojen ja kokonaisvaltaisen toiminnan kautta, jota poliisin käyttäytyminen ilmentää. Kirjallisuudesta nostan esiin Jacksonin ym. toteamuksen siitä, että yksittäisillä kysymyksillä ei koskaan pysty mittaamaan luotettavuuden ja luottamuksen konseptia. Siihen tarvitaan lukuisa määrä mittareita, millä määritellään riittävästi kompleksista julkista mielipidettä luottamuksen alueella. (Jackson ym. 2013, 63.) Sen vuoksi tämä tutkimus pystyy vain osittain ja rajallisesti vastaamaan tuohon laajaan luottamuksen sisältöön.

Poliisin käyttäytyminen on osa ammattitaitoa. Useimmat poliisin tehtävät sisältävät ihmisen tai ihmisten kohtaamisen. Ammattitaito syntyy monen eri tekijän kautta. Siihen vaikuttavat koulutuksen ohella kokonaisvaltainen ajattelu ja ohjeiden sekä määräysten tinkimätön noudattaminen. Poliisin työtehtävät ovat lisääntyneet viime vuosikymmenten aikana huomattavasti. Täten poliisin jokapäiväinen haaste on kasvava tiedon määrä ja se, kuinka sitä pystytään hallitsemaan.

Kansalaiset odottavat poliisilta, että poliisi reagoi heidän pyyntöihinsä, tutkii kansalaisiin kohdistuneita rikoksia ja pitää yllä yhteiskunnan asettamia normeja. Poliisin tulee reagoida ympärillä oleviin asioihin lain edellyttämällä tavalla ja olla aktiivinen osapuoli tehtäväänsä suorittaessaan. Esimerkiksi Mäkipään (2004, 79) mukaan poliisista muodostuu henkirikosuutisoinnin perusteella aktiivinen, fyysinen ja käytännönläheinen kuva. Poliisin rikostutkinnan etenemisen kuvaaminen on Mäkipään mukaan useissa tapauksissa uutisten perussisältöä.

Johtopäätös 3. Luottamus muodostaa keskeisen imagollisen tekijän, jota tukevat poliisin ystävällisyys, ammattitaito ja reagoivuus.

6.2 Eroaako poliisin käsitys imagostaan median näkemyksestä?

Poliisin sisäinen tiedottaminen on organisaation tiedonkulun kannalta erittäin tärkeää. Tässä tutkimuksessa havaittiin, että sisäisessä tiedottamisessa Itä-Suomen poliisissa on parantamisen varaa. Erityisesti poliisihenkilöstön mielikuvissa parantamiskohteina esille nousivat tiedottamisen selkeys, avoimuus sekä ennakoitavuus. Organisaation sisäinen tiedottaminen ja tiedonkulku vaikuttavat sisäisen imagon muodostumiseen organisaatiossa. Aikaisempien tutkimusten mukaan Chermak (1995, 25) toteaa viestintätehtäviin valtuutettujen poliisihenkilöiden olevan lähtevien uutisten portinvartijoita. Näin ollen organisaation henkilöstön tulee tietää sen toiminnan kannalta oleelliset ja ajankohtaiset asiat. Williamsin mukaan (1990, 48) kirjoitetun tekstin käyttämisen etuna tiedottamisessa on tiedon keräiltävyys, mieleen palauttaminen sekä informaation tarkistaminen.

Poliisin rakenneuudistuksen III jälkeen sisäinen tiedottaminen on yksi sen keskeisistä tavoitteista. Sisäisen tiedottamisen pitäisi periaatteessa olla tällä hetkellä tehokkaimmillaan koko poliisiorganisaation historiassa. Organisaatiossa on tietoa valtavat määrät, mutta ongelmana nähdään osittain tiedottamisen epäselkeys sisäisen tiedon osalta.

Onko tähän syynä tiedon hajanaisuus sekä tiedon suuri määrä, mikä tekee tiedosta epäselvää ja selkeytymätöntä? Tutkijan asemassa, sekä samalla hyvinkin tietoisena käytännössä kohdatuista ongelmista, pidän tätä osittaisena syynä. Organisaatiossa on aina tietoa, mitä ei voida pitää oleellisena tietona kaikille. Lisäksi on julkista ja ei julkista tietoa. Tämän vuoksi rajapinnan vetäminen avoimuudelle ei ole aina selkeää, johtuen muun muassa salassapitovelvoitteista. Avoimuuteen liittyy vahvasti myös aloitteellisuus tiedon selvittämiseen organisaation vastaanottajien taholta. Organisaatio ei voi myöskään tarjota kaikkea tietoa valmiiksi valmisteltuna. Lisäksi tietoon liittyy poliisiorganisaatiossa vahvasti tiedon soveltaminen.

Tässä tutkimuksessa havaittiin se, että organisaation ulkopuolisilla ei ole selkeää mielikuvaa poliisin sisäisen tiedonkulun onnistumisesta tai epäonnistumisesta. Tästä johtuen myös mielikuvallinen kuilu sisäisestä tiedottamisesta poliisihenkilöstön ja toimittajien välillä on suuri (kts. kuvio 6. Tutkimuksen kuiluanalysimalli, sivu 80) Tiedon ennakoitavuus on oleellista lainvalvojaviranomaisille.

Organisaation tulee tietää eri tasoilla sellaisesta tiedosta, mikä vaikuttaa sen toimintaan muun muassa lain soveltamisessa tai henkilökohtaiseen turvallisuuteen tehtäviä suoritettaessa. Tässä korostuu tiedon ajankohtaisuus ja luotettavuus.

Poliisihenkilöstön pienillä työpaikoilla (alle 10 henkilöä) sisäiseen tiedonkulkuun liittyvät mielikuvat ajankohtaisuudesta ja luotettavuudesta nähdään huonona. Tähän liittyy selittävänä tekijänä vahvasti se, että päivittäin pienillä työpaikoilla työn tekemiseen osallistuu yksittäisiä henkilöitä, jolloin tiedon jakaminen ja saaminen eivät pysty saamaan niitä etuja kuin isommilla työpaikoilla. Pienillä työpaikoilla korostuu oma-aloitteellisuus tiedon hankkimisessa. Tiedonjakaminen ajaa organisaatiot väistämättä myös tilanteeseen, jolloin suurimman osan henkilöstöstä tulisi olla samaan aikaan töissä jakamassa tietoa muun muassa yhteisissä palaverissa.

Ajankohtaisen tiedon jakamisessa korostuvat päivittäiset palaverit, mutta ne eivät saisi ohjata liikaa resurssien käyttöä ajallisesti pelkkien palaverikäytäntöjen vuoksi. Tässä tulisi hyödyntää enemmän sähköisiä tiedon jakamiseen liittyviä kanavia sekä tallenteita. Tämä korostuu erityisesti pienillä työpaikoilla sekä yksiköissä, joissa valvonnallinen tarve vaihtelee eri ajankohdissa. Tiedon saamisessa korostuu erityisesti henkilöiden oma aktiivisuus ja aloitteellisuus tiedon hankkimisessa organisaation jokaisella tasolla, mutta erityisesti käytännön tasolla toimivien henkilöiden keskuudessa päivittäisissä toiminnoissa.

Johtopäätös 4. Organisaation sisäisen tiedottamisen onnistuminen ja toiminnan kannalta tärkeiden asioiden esillä pitäminen tiedottamisen avulla muodostaa organisaatioon sisäistä imagoa ja auttaa ulkoisen imagon muodostumisessa.

Tämän tutkimuksen mukaan poliisin ulkoinen tiedottaminen on luotettavaa sekä poliisihenkilöstön omissa ja toimittajien mielikuvissa. Ulkoinen tiedottaminen luo perustan mielikuvien välittämiseksi organisaatiosta ulospäin. Ulkoinen tiedottaminen on organisaation kannalta se hallittavissa oleva väylä mielikuvien välittämiseen organisaatiosta ulospäin. Tässä tutkimuksessa toimittajien mielikuvat ulkoisen tiedottamisen määrästä, ajankohtaisuudesta, selkeydestä, avoimuudesta ja ennakoitavuudesta poikkeavat melko suuresti poliisihenkilöstön mielikuvista. Tästä voi helposti vetää sen johtopäätöksen, että poliisin on kiinnitettävä huomioita edellä mainittuihin osa-alueisiin, jotta mielikuvallinen kuilu saadaan kurottua kiinni kuiluanalyysimallin mukaisesti (kts. kuvio 5. Kuiluanalyysimalli, sivu 79).

Toisaalta poliisi on tiedon ja uutisten tuottaja toimittajien suuntaan. Tätä kautta uutisten määrällisyys, ajankohtaisuus, selkeys ja ennakoitavuus ovat ymmärrettäviä asioita toimittajien taholta tuloksen aikaansaamiseksi. Sen sijaan avoimuus on kompleksinen käsite, koska poliisi ei voi olla kaikesta tiedosta avoin, mutta voi vastaavasti kertoa avoimuuden rajoittamisesta vapaasti. Avoimuutta voi parantaa muun muassa ulkoisella sidosryhmäyhteistyöllä toimittajien suuntaan. Henkilökohtaisella tunnettavuudella ja asioinnilla luodaan molemminpuolista luottamusta, mutta samalla luodaan ymmärrystä rajoihin, joita tiedottaminen asettaa poliisille. Aikaisemmista tutkimuksista poliisin viestintäpäällikkö Marko Luotonen toteaa (2012, 237) sen, että kansalaisten mielestä tiedotus on ollut heikoimmin hoidettu asia poliisissa. Tiedonkulku koetaan Luotosen mielestä vaikeaksi myös oman väen keskuudessa ja tästä syystä hyvät poliisin teot eivät välttämättä välity kansalaisille.

Johtopäätös 5. Ulkoinen tiedottaminen ja sille luodut rakenteet luovat väylän mielikuvien välittämiseksi organisaation ulkopuolelle.

Suhteiden ylläpitäminen ja niiden hoitaminen nähdään tässä tutkimuksessa toimittajien mielikuvissa riittämättömänä ja vaikeana heidän puoleltaan poliisin suuntaan. Lisäksi yhteydenpito on toimittajien mielikuvissa enemmän jäykkää kuin sujuvaa. Poliisin on hyvä kiinnittää huomiota suhteiden hoitamiseen säännöllisillä ja henkilökohtaisilla tapaamisilla sekä tapaamisissa sovittavilla toimenpiteillä. Asiapitoiset sähköpostiviestit ja tiedotteet eivät synnytä henkilökohtaista kontaktipintaa, vaan toimivat päivittäisenä välineenä tiedon välittämisessä. Vuoden 2007 mediabarometrissä sähköpostiviestejä toivottiin erityisesti mediabarometriin osallistuneiden toimittajien taholta (Mediabarometri 2007).

Sinänsä on vaikuttavaa se, kuinka poliisin ulkoista viestintää pidetään toimittajien mielikuvissa hyvin luotettavana verrattaessa sitä suhteiden ylläpitämisen ja hoitamisen mielikuvuihin. Henkilökohtaisilla tapaamisilla toimittajien kanssa poliisi voi aistia ajankohtaisia asioita, joihin viestinnällä voitaisiin vaikuttaa poliisin taholta. Lisäksi toimittajat muodostavat henkilökohtaisella tasollaan erinomaisen kanavan poliisin suuntaan pinnalla olevista yhteiskunnallisista asioista kansalaisnäkökulmasta, joihin poliisin tulisi vaikuttaa turvallisuustoimijana. Aikaisemmissa tutkimuksissa Chermakin (1995, 33) mukaan on esimerkiksi todettu,

että hyvä suhde uutisoivan median ja poliisin välillä takaa poliisille säännöllisen esiintymisen uutisoinnissa.

Johtopäätös 6. Säbkoisesti lähetettävät tiedotteet eivät yksin riitä pitämään yllä hyvää suhdetoimintaa toimittajien suuntaan.

Poliisi saatetaan tunnistaa poliisiksi käyttäytymisen perusteella, vaikka hän olisi siviilivaatteissa. Varmuudella poliisi tunnistetaan poliisiksi käytettävän uniformun kautta, jolla hän edustaa organisaatiotaan. Jokainen poliisimies ja -nainen ovat pukeutumisellaan organisaationsa ilmentymiä. On tärkeää kiinnittää huomiota myös siihen, kuinka organisaation edustavuutta pukeutumisella vaalitaan: annetaanko pukeutumisella rempseä kuva toiminnasta, vai onko pukeutumisen oltava korrektia, tyylikästä ja siistiä? Tähän kategoriaan kuuluvat myös asusteiden puhtaus. Mielenkiintoinen tulevaisuuden pukeutumiseen liittyvä kehityssuunta on niin sanottu älyvaatetus, jolla pystytään antamaan konkreettista suojaa esimerkiksi moottoripyöräpoliiseille mahdollisessa kaatumistilanteessa.

Tähän osaltaan kuuluvat jo tällä hetkellä olevat haalarikamerat, radiot ja varustevyölle asetetut välineet. Vaatetuksen osana olevat haalarikamerat ovat tällä hetkellä erittäin suuren mielenkiinnon ja tutkimuksen kohteena Yhdysvalloissa, koska niillä vaikutetaan kokonaisvaltaiseen poliisitoimintaan mm. kansalaisen ja poliisihenkilön oikeusturvaan liittyvissä asioissa. Mainittakoon tässä yhteydessä, että poliisihenkilön elintoimintojen ja stressitason seuraaminen eivät ole kovin kaukana tämän päivän teknologisesta asustekehittelystä.

Toimittajat pitävät tässä tutkimuksessa poliisin pukeutumista siistimpänä, tyylikkäämpänä, yhdenmukaisempana, tilanteen huomioivampana ja tehtäviin sopivampana kuin poliisihenkilöstö itse omilla mielikuvissaan. Tämä mielikuvallinen kuilu on positiivinen tässä suhteessa, että poliisihenkilöstö itse mieltää tässä olevan kehittämisen varaa, mutta ulospäin tuotettu mielikuva on kuitenkin positiivinen. Tosin tyylikkyudessa nähdään parantamisen varaa vielä molempien vastaajien mielikuvissa.

Garin ym. mukaan (2015, 1-2) 1990-luvun Yhdysvalloissa käytiin keskustelua uniformun paidan väristä. Valkoista paitaa ei haluttu pitää varsinkaan yöaikaan erottavana tekijänä ja siirryttiin käyttämään tummansinistä uniformun paitaa. Samalla käyttäjät näyttivät tämän muutoksen myötä siistimmiltä ja huolitelluimmilta. Englannissa samaista keskustelua on käyty valkoisen ja

tummemman sinisen paidan värin välillä. Englannissa poliisin valkoinen paidan väri on perinteisesti koettu kuvaamaan poliisia ammattimaisena, rehellisenä ja tavoitettavana. Garisin ym. mukaan (2015, 4) on uskottavaa, että päällikkö ja johtotasolla työskentelevät ovat enemmän kunnioitettuja, kun he pukeutuvat arvonsa ja ansionsa mukaisesti.

Toisaalta on hyvä tiedostaa, että paidan väri ei muuta kenenkään johtamistaitoja tai kykyä. Yleismaailmallisesti on kulttuurisesti hyväksyttyä, että valkoinen paita tummansinisen tai mustan uniformun kanssa esittää virallisempaa pukeutumista kuin tummansiniseen tai mustaan paitaan pukeutuminen saman uniformun kanssa. Joidenkin tutkimusten mukaan vaalea paita taas hyödyntää uniformua. Erityisesti tutkimukset osoittavat poliisin, joka käyttää vaaleampaa paitaa tummansinisen tai mustan sijasta, on korkeampi positiivinen vaikutus viestiä lämpöä ja ystävällisyyttä poliisin taholta kuin kokonaan tummaan pukeutumalla. (Garis ym. 2015, 1 – 4.)

Jälkeenpäin ja kriittisenä omalle tutkimukselle harmittelen sitä, miksi en kysynyt yhtään kysymystä poliisin päähineen käytöstä. Poliisin näkyvin paikka pukeutumisessa on päähine. Useissa poliisin käyttämissä julkisuuteen tuotetuissa kuvissa poliisi nähdään ilman päähinettä. Onko tämä tarkoituksella tuotettu mielikuva poliisista vai koetaanko päähine pukeutumisessa vaikeaksi ja trendittömäksi?

Johtopäätös 7. Poliisin uniformu ja ulkoasu ovat tärkeä osa poliisin julkisuuskuvaa, mitä tehostetaan teknologian avulla.

Poliisin toiminnan ydin on Stenvallin mukaan (2012, 118) lakiin perustuva toimintavarmuus. Poliisin perustehtävä on elämän ja omaisuuden suojaaminen kokoaikaisesti. Poliisia pidetään tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstön ja toimittajien vastaajaryhmissä luotettavana ja ammattitaitoisena järjestyksen turvaajana. Motivaatiossa järjestyksen turvaamiseen nähdään molemmissa vastaajaryhmissä hieman parantamisen varaa, vaikka poliisi nähdäänkin toimittajien mielikuvissa vähän paremmin motivoituneena kuin poliisihenkilöstön omissa mielikuvissa. Luotettavuus ja ammattitaito ovat mielikuvissa hyvällä tasolla, vaikka poliisi on joutunut tinkimään resursseista. Poliisi nähdään myös luotettavana rikosten selvittäjänä, mutta rikosten selvittämisen ammattitaidossa toimittajat näkevät hieman enemmän parantamisen varaa kuin poliisihenkilöstö itse. Poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvalliset kuilut poliisista järjestyksen

turvaajana ja rikosten selvittäjänä ovat erittäin vähäiset. Poliisin perustehtävien hoitamisiin liittyvät mielikuvat ovat positiiviset ja siten tärkeitä poliisin imagolle. Kaikki poliisin tehtävät ja niiden suorittamisen yhteydessä annetut viestit, verbaliset tai nonverbaaliset, luovat mielikuvaa poliisista. Aikaisemmissa tutkimuksissa Kääriäinen (2007, 411) on todennut omakohtaisen kokemuksen poliisista olevan samalla avaintekijä luottamukseen. Luottamussuhteen toinen puoli on poliisin luottamus kansalaisiin. Tämä luottamussuhde luo suomalaiselle poliisille sen korkean arvostuksen kansalaisten taholta. Tilastokeskuksen mukaan (Tilastokeskus 6.12.2016) Suomen itsenäisyyspäivänä 6.12.2016 Suomessa luotetaan poliisiin enemmän kuin missään muussa EU-maassa.

Poliisityö on ihmiskeskeistä asiantuntijatyötä, missä ratkotaan monisyisiä ongelmia. Ratkaisuja tavoitellaan kulloinkin poliisin oman harkinnan, aikaisemman kokemukseräisen tiedon, laintuntemuksen, neuvottelun ja kulloinkin tilanteesta olevan informaation avulla. (Huotari & Puttonen 2012, 125.) Poliisit ovat Chermakin mukaan asiantuntijoita, jotka voivat kommentoida tapahtumaa heti, kun tapahtuma on havaittu (Chermak 1995, 26).

Johtopäätös 8. Poliisi on luotettava ja ammattitaitoinen järjestyksen turvaajana ja luotettava rikosten selvittäjä.

Poliisi on tärkeä lupahallinnon toimija yhteiskunnan turvallisuusverkostossa. Stephens ja Becker (1994, 4) ovat todenneen poliisin pakottamisen osaksi poliisin palvelua, jolloin poliisi tuottaa kansalaisille suojelevia pakotteita laillisella pakottamisella. Tässä tutkimuksessa poliisi nähdään erittäin luotettavana ja ammattitaitoisena lupahallinnon toimijana molemmissa vastaajaryhmissä.

Verrattaessa toimittajien mielikuvia poliisihenkilöstön mielikuviiin, parantamisen varaa toimittajat näkevät hieman enemmän poliisin motivaatiossa ja lupahallinnon toimintojen reagoivuudessa kuin poliisit itse. Lupahallinto on poliisin kosketuspinta tavallisiin kansalaisiin, sillä asiakkaat asioivat poliisissa pääsääntöisesti ajo-oikeuksiin, passeihin tai aselupiin liittyvissä asioissa. Lupahallinnossa poliisi luo näin ollen tärkeää palvelukuvaa poliisista. Positiivisella palvelukontaktilla vahvistetaan myönteistä mielikuvaa. Poliisi on pohjimmaltaan asiantuntijaorganisaatio ja sen perustyö rakentuu enenevässä määrin työksi tiedon kanssa. Kognitiiviset taidot ja valmiudet käsitellä informaatiota kokonaisuuksien hahmottamisessa tulevat yhä tärkeämmäksi työssä menestymisessä (Huotari & Puttonen 2012, 128). Naiset ovat

taipuvaisia näkemään poliisin palveluorientoituneena, kun taas miehet näkevät poliisin enemmän valvontaorientoituneena (Reisig & Correia 1997, 313).

Johtopäätös 9. Lupahallinnon toimintojen kautta poliisi luo palvelukuvaa poliisin toiminnoista. Lupahallinto hyvin hoidettuna saa aikaan positiivisen mielikuvan poliisin toiminnasta.

Poliisin suhteiden hoitamisella sidosryhmiin luodaan positiivista vaikuttavuutta. Tässä tutkimuksessa todetaan, että poliisin suhteiden hoitaminen sidosryhmiin ei ole täysin sujuvaa ja ongelmantonta. Poliisihenkilöstön mielikuvat suhteiden hoitamisen hyödyllisyydestä ovat positiiviset, mutta toimittajien mielikuvat hyödyllisyydestä ovat negatiiviset. Tästä voi helposti vetää sen johtopäätöksen, että toimittajien mielikuvalliset kokemukset hyödyllisyydestä ovat turhautuneita, koska suhteiden hoitamista ei nähdä myöskään sujuvana ja helppona. Poliisin on hyvä löytää aikaa suhteiden hoitamiseen sidosryhmien suuntaan, koska poliisi ei voi toimia turvallisuusalan toimijana yksin. Näin ollen poliisi tarvitsee aktiivisia toimijoita, näkemyksiä ja sidosryhmäyhteistyötä turvallisuusverkostoon.

Aikaisempien tutkimusten mukaan Huotari ja Puttonen (2012, 124) toteavat, että poliisi on lähtenyt hakemaan tehokkuutta vahvistamalla informaation ja näkemysten keskittämistä organisaation huipulle. Tässä tutkimuksessa ja tulosten analysoinnin yhteydessä olen pohtinut sitä, onko tämä keskittäminen vähentänyt käytännön tekemistä? Poliisi on joutunut kolmannen poliisin rakenneuudistuksen (PORA III) jälkeen vähentämään sidosryhmäyhteistyötä eri toimijoiden suuntaan Itä-Suomen poliisilaitoksen alueella. Tosin tämä tutkimus peilaa vuoden 2015 tilannetta, jolloin mielikuvat toimittajille ovat syntyneet jo pidemmältä ja aiemmalta ajanjaksolta. Poliisin sisäisen ja ulkoisen käsikirjan mukaan (2015, 30) mielikuviiin voidaan vaikuttaa suunnitellulla yhteistyöllä median ja sidosryhmien kanssa.

Aikaisemmissa tutkimuksissa Salmi ym. (2000, 443) ovat todenneet poliisin läheisyyden tuovan positiivisia vaikutuksia parannettaessa suhteita poliisin ja kansalaisten välillä. Huotari ja Puttonen nostavat esiin uusimuotoisen julkisen hallinnon, joka korostaa verkostomaisia toimintamalleja ja joilla toteutetaan julkisen politiikan tavoitteita. Asioiden ollessa monimutkaisia ja eri toimijoiden ollessa riippuvuussuhteissa toisiinsa nähden tarvitaan verkostoja. Verkostot voivat olla julkisen organisaation välisiä tai niihin voi kuulua kumppanuusperiaatteella alueellisia, kansallisia ja jopa kansainvälisiä yrityksiä tai järjestöjä. (Huotari ja Puttonen 2012, 119.) Poliisille sidosryhmäverkosto on erittäin tärkeä.

Johtopäätös 10. Subteiden hoitaminen sidosryhmiin nähdään poliisihenkilöstön keskuudessa hyödyllisenä, mutta subteiden hoitaminen ei ole sujuvaa ja helppoa.

Poliisin liikenneturvallisuuustyö on ollut paljon otsikoissa viime vuosien aikana. Poliisin liikenneturvallisuuustyö on poliisin imagolle tärkeää. Eri valvontatilanteissa kohdataan suuri määrä ihmisiä, jotka muodostavat yleisen mielikuvan poliisin toiminnasta juuri tämän toiminnan kautta. Tästä johtuen liikenteenvalvonnassa tapahtuneet pysäytykset määrittelevät poliisin julkisuuskuva erittäin paljon. Liikenneturvallisuuustyö lupahallinnon ohella muodostavat keskeisen kohtaamisinnan kansalaiselle poliisiin. Tässä tutkimuksessa esiin nousee poliisin liikenneturvallisuuustyön luotettavuus ja ammattitaito poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvissa. Toimittajat pitävät poliisia motivoituneena liikenteenvalvojana, mutta poliisihenkilöstöllä itsellään on tästä hieman heikompi mielikuva kuin toimittajilla. Molempien vastaajaryhmien mielikuvat poliisin reagoinnista liikennevalvontaan ovat tyydyttävällä tasolla.

Smith ja Hawkins tutkivat 1970-luvun alussa ihmisten suhtautumista liikennesakon saamiseen. Tutkimuksissa havaittiin, että liikennesakon saaminen ei huononna ihmisten suhtautumista poliisiin, aivan köyhimpiä lukuun ottamatta. Tuolloin todettiin, että rangaistuksen saaminen aiheuttaa hetkellisen turhautumisen, mutta sillä ei näytä olevan pitkäaikaisia vaikutuksia. (Smith & Hawkins 1973, 146.) Voisin väittää, että tämä tutkimustulos rangaistuksen antamisen osalta pitää edelleen paikkansa.

Tämän päivän poliisin perusliikennevalvonta on sektorina ehkä kapea, mutta asiantuntijuudeltaan erittäin syvä. Asiantuntijuutta tarvitaan entistä enemmän jokapäiväisissä liikenteeseen liittyvissä kysymyksissä kansalaisten suuntaan. Road Policing toimintojen myötä tämän päivän liikennevalvonnalla on kosketuspinta koko poliisitoimintaan ja rikollisuuden havainnointiin sekä pysäyttämiseen tieolosuhteissa. Liikenteenvalvonnassa korostuvat poliisin ammattitaito ja luotettavuus. Tässä tutkimuksessa näitä molempia arvostetaan erittäin korkealle poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvissa.

Johtopäätös 11. Poliisin liikenneturvallisuuustyön kautta muodostetaan mielikuvaa poliisista suurelle yleisölle.

Poliisin näkyvyyttä ulkona liikuttaessa pidetään poliisihenkilöstön mielikuvissa erittäin huonona ja toimittajien mielikuvissa melko huonona. Tämä on erittäin mielenkiintoinen tulos ja muodostaa poliisihenkilöstön ja toimittajien mielikuvien välille melko suuren eron. Näkyvyydellä ymmärretään yleisesti havaintoja poliisista joko ajoneuvolla tai jalan. Poliisin näkyvyys luo kahdenlaista mielikuvaa; jotakin on sattunut -mielikuvaa tai kaikki on rauhallista ja poliisi partioi -mielikuvaa. Siinä, kuinka poliisin näkyvyyttä lisätään, joudutaan poliisissa pohtimaan ja erityisesti sitä, kuinka näkyvästi resurssit ja niiden käyttö on kohdennettu poliisissa. Yhdysvalloissa näkyvyyteen etsittiin ratkaisuja käyttämällä yhtä poliisia poliisiajoneuvoa kohden, jolloin näkyvää autopartiointia saatiin lisättyä. Suomessa tätä toimintamallia ei ole havaittu hyväksi, joten toiminnallisia malleja joudutaan hakemaan muualta, kuten työajan käyttämisestä ja suunnittelusta vielä tarkemmin.

Julkisuuskuvan muodostumisen kannalta ihmisten kohtaaminen, kuten liikennevalvonnassa pysäyttäminen, on mielikuvien muodostumisen kannalta erittäin tärkeää. Poliisin odotetaan myös olevan se aktiivinen osapuoli, joka nousee poliisiautosta ulos keskustelemaan ihmisten kanssa pelkän tarkkailun sijaan. Tätä kautta poliisi tulee lähemmäksi ihmistä ja osoittaa kiinnostusta näkyvyydellään kansalaisia kohtaan. Ohi menevä poliisiajoneuvo jää helposti tuntemattomaksi aktiiviseen ja henkilökohtaiseen kohtaamistilanteeseen verrattuna. Jalkapartiointi antaa ihmisille turvallisuuden vaikutelman ja lisää julkista tyytyväisyyttä poliisiin. Aikaisemmissa tutkimuksissa on havaittu, että tulkinnat ihmisten kontakteista poliisiin myötävaikuttavat poliisin näkyvyyteen ja imagoon. (Salmi ym. 2000, 435.)

Johtopäätös 12. Poliisin ulkoinen näkyvyys nähdään tutkimuksen vastaajien mielikuvissa tärkeäksi.

Poliisi yleisen järjestyksen turvaajana nähdään toimittajien mielikuvissa hieman hitaasti reagoivana ja vastaavasti poliisihenkilöstön mielikuvissa melko nopeasti reagoivana. Mielikuvat muodostavat täten kuilun. Poliisin reagointi ylipäätään eri tehtäviin on kansalaisten oikeusturvan kannalta erittäin tärkeää. Poliisin toiminnan ydin on toimintavarmuudessa. Poliisin reagointia tehtäviin mitataan toimintavalmiusajoilla, joita seurataan säännöllisin väliajoin.

Etelä-Suomessa ja yleensä taajamissa toimintavalmiusajat ovat lyhyemmät kuin harvaan asutuilla alueilla. Toimintavalmiusajan seuraamisesta on tullut myös mittari poliisille. Siitä, kuinka paljon toimintavalmiusaikaan vaikutetaan näkyvyyden kustannuksella taajamien ulkopuolella, on aiheuttanut pohdintaa myös poliisin sisällä. Suurin osa poliisin suorittamista tehtävistä suoritetaan taajama-alueilla.

Poliisin reagointiin liittyvät mielikuvat rikosten selvittäjänä ovat tyydyttävät sekä poliiseilla että toimittajilla. Mielikuvat ovat lähes identtiset. Rikoksen selvittämiseen liittyvällä reagoinnilla ja suhtautumisella on suuri merkitys siinä, kuinka rikosta lähdetään ratkaisemaan. Aktiivinen tapauksen tutkinta ennalta estää rikoksia sekä luo hyvää julkisuuskuvaava poliisin toiminnasta. Tästä näkökulmasta tarkasteltuna poliisin toimintaan liittyvien mielikuvien välittämisessä on erittäin tärkeää, että poliisi tuo julki tutkimiaan rikoksia median kautta siten, että oikea kuva näistä asioista välittyy kansalaisille julkisuuslainsäädännön mukaisesti.

Oikealla tiedolla tulisi ennaltaestää rikolliseksi joutumista sekä välttää uutisointia, jossa pinnalle nostetaan vain vakavimmat rikokset. Uutisoinnissa on tärkeää antaa oikeanlainen kuva rikollisuudesta ja yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta sekä rikollisuuden tilanteesta. Kääriäinen toteaa aikaisemmissa tutkimuksissa (2007, 421) sen, että mitä enemmän ihmisillä on kokemusta turvattomuudesta, sitä vähemmän ihmisillä on luottamusta poliisiin.

Poliisi on erittäin tärkeä uutisten tuottaja rikosten ja niiden paljastamisten uutisoinnissa toimittajien ja kansalaisten suuntaan. Worrallin mukaan (1999, 62) kaupungin alueella asuvat ihmiset ovat vähemmän taipuvaisia uskomaa poliisin ennaltaestävään työhön rikosten torjunnassa. Chermakin ja Grunewaldin mukaan (2006, 270) taas kansalaisten huoli asuinyhteisönsä rikosongelmien kasvusta vähensi yleistä otaksumista poliisia kohtaan.

Johtopäätös 13. Poliisin toiminnallista reagointia työtehtävien hoitamiseen pidetään tutkimuksen vastaajien keskuudessa tärkeänä.

Poliisin noudattamista arvoista kumpuavat ne lähtökohdat, joilla ilmennetään poliisin toimintaa käytännössä ja mistä poliisiorganisaation identiteetti muodostuu (kts. kuvio 2. Käsitteiden toisiinsa kytkeminen poliisiorganisaatioissa, sivu 27). Suur-Askola toteaa omassa väitöskirjassaan arvojen ilmenevän päivittäisissä toimintamalleissa ja käyttäytymisessä (Suur-Askola 2016, 133).

Tässä tutkimuksessa havaitaan, että toimittajien mielikuvat poliisin yhdenvertaisesta käyttäytymisestä ja yksilön huomioimisesta ovat hieman heikommät kuin poliisihenkilöstöllä itsellään. Poliisi pitää itseään yhdenvertaisempänä toimijana kuin toimittajat. Poliisin arvot ovat oikeudenmukaisuus, ammattitaito, palveluperiaate ja henkilöstön hyvinvointi. Poliisin perusviestit johdetaan poliisin lainsäädännöllä määräämistä tehtävistä, strategisista tavoitteista ja arvoista. (Poliisin viestintä 2/2015, 36 – 37.) Tässä tutkimuksessa poliisin oikeudenmukaisuuteen ja ammattitaitoon liittyvät mielikuvat ovat erittäin hyvät. Poliisin palveluperiaatteessa mielikuvat ovat hivenen kriittisemmät molemmissa vastaajaryhmissä ja kaikilla vastaajilla ei ole selkeää mielikuvaa tai sitä pidetään jokseenkin neutraalina.

Poliisihenkilöstön hyvinvointi arvona on poliisihenkilöstön mielikuvissa yli 40 %:lla vastaajista kriittinen ja kolmannes pitää sitä neutraalina. Yli puolella toimittajista ei ole selkeää mielikuvaa poliisihenkilöstön hyvinvoinnista. Henkilöstön hyvinvointi arvona heijastaa niitä toimenpiteitä, joilla työnantaja ja työyhteisö panostavat henkilöstön hyvinvointiin. Toimittajilla ei ole tästä selkeää mielikuvaa, mutta poliisihenkilöstön mielikuvat heijastavat tyytymättömyyttä. Henkilöstö on organisaation tärkein voimavara. Ilman henkilöstöä organisaation rakenteet heijastavat tyhjyyttä. Ei tyytyväinen henkilöstö viestii helpommin tyytymättömyyttä organisaatiotaan kohtaan sekä välittää tätä tahtomattaan organisaation ulkopuolisille vastaanottajille. Organisaatiossa on hyvä olla olemassa sisäiset rakenteet tyytymättömyyden purkamiselle. Työyhteisön hyvinvointi ei ole pelkästään organisaation johdon asia, vaan siihen vaikuttavat kaikki omalla toiminnallaan ja käytöksellään. Työhön liittyvää hyvinvointia voidaan pitää jokaisen organisaatioon kuuluvan henkilön asiana ja henkilökohtaisena arvona, jonka eteen kaikkien on nähtävä vaivaa. Aikaisemmissa tutkimuksissa Berger ja Luckman toteaa (2000, 247) työyhteisön jäsenten sosiaalisen vuorovaikutusprosessin mm. kehittävän työn mielekkyyttä.

Maaliskuussa 2017 julkaistiin poliisin strategia vuosille 2017-2020. Siinä poliisin visio on: ”Poliisi on kaikkien aikojen turvaaja”. Samalla strategiassa poliisin arvoiksi on lueteltu palvelu, oikeudenmukaisuus, osaaminen ja henkilöstön hyvinvointi. Ammattitaito arvona on korvattu osaamisena. (Poliisin strategia 2017, 2.)

Johtopäätös 14. Poliisin noudattamat arvot ovat keskeisessä asemassa organisaation identiteetin ja sitä kautta imagon muodostumisessa.

Negatiivisen valtakunnallisen poliisijulkisuuden vaikutus Itä-Suomen poliisin imagoon nähdään tässä tutkimuksessa poliisihenkilöstön mielikuvissa voimakkaammin vaikuttavana kuin toimittajien mielikuvissa. Toimittajista 55 % ja poliisihenkilöstöstä 39 % ei näe negatiivisella julkisuudella vaikutusta Itä-Suomen poliisiin. Vastaavasti 19 % toimittajista ja 26 % poliisihenkilöstöstä näkee negatiivista vaikutusta jonkin verran. Tässä tutkimuksessa havaittiin suurempien (yli 51 henkilöä) työyhteisöjen mielikuvien olevan herkempi negatiivisen julkisuuden vaikuttavuudelle. Pienissä työyhteisöissä vaikutus oli vähäisempi. Erityisesti negatiivinen julkisuus nähdään kriittisesti alle 15 vuotta työkokemusta saaneilla toimittajilla ja poliisihenkilöstöllä. Tutkimuksen kirjallisuuskatsauksessa havaittiin korkean luokan tai toisin sanoen vakavan negatiivisen julkisuuden voivan vahingoittaa poliisin imagoa (Mawby 2016, 14). Kääriäinen (2014, 212) ja Kääriäinen ym. (2016, 80) totesivat havainnon siitä, että suurikin mediakohu yksittäisten tapausten kohdalla ei vaikuta poliisia koskevaan luottamukseen heikentävästi, vaan jopa päinvastoin.

Changin mukaan (2000, 36) väärinkäytösten ilmetessä jokapäiväisessä poliisitoiminnassa sosiaaliset normit eivät enää riitä torjumaan väärinkäytöksiä ja korruptiota. Joshin mukaan (2015, 85) myös poliisin arvovalta menetetään tällöin. Median mekanismien tunteminen taas vaikuttaa imagoon ja auttaa negatiivisen julkisuuden hallinnassa vaikeissakin tapauksissa (Chermak & Gruenewald 2006, 274).

Itä-Suomen poliisilaitos sijoittuu kolmen maakunnan alueelle ja maakunnittain tarkasteluna mielikuvat negatiivisen julkisuuden vaikutuksista vaihtelevat hieman molemmissa vastaajaryhmissä. Negatiivisimmat mielikuvat vaikutuksista ovat molemmissa vastaajaryhmissä Pohjois-Savon maakunnan alueella. Aikaisemmissa tutkimuksissa Yhdysvalloissa todetaan Chengin mukaan, että useat seikat vaikuttavat julkiseen mielipiteeseen poliisista. Ne voidaan jakaa väestötieteellisiin, kuten rotuun, ikään, sukupuoleen, tulotasoon ja koulutukseen. Sekä sisällöllisiin tekijöihin, kuten naapuruston käsityksiin ja havaintoihin turvallisuudesta. Siitä, mitkä ovat parhaat keinot arvioida kansalaisten tyytyväisyyttä, ei ole täysin yksimielisyyttä. Laajimmin analysoitu tekijä on rotu. USA:ssa vähemmistöt, kuten Afrikan amerikkalaiset ja latinalaisamerikkalaiset, ovat enemmän kriittisiä poliisia kohtaan kuin valkoiset ja he haluavat vähiten näyttää tyytyväisyyttä viranhaltijoita kohtaan. Afrikan amerikkalaisilla korreloi voimakkaasti myös taloudellisesti huonompi asuinseutu poliisia kohtaan koettuun tyytyväisyyteen. Kanadassa samaa

on havaittavissa alkuperäisen väestön suhtautumisessa poliisiin. Vanhemmat naiset ovat tutkimusten mukaan tyytyväisimpiä poliisiin. Korkealla koulutuksella ja korkealla tulotasolla tutkimustulokset ovat antaneet sekä tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä poliisin toimintaa kohtaan. (Cheng 2015, 690 – 691; Jefferis ym. 1997, 383.)

Johtopäätös 15. Negatiivinen julkisuus voi vahingoittaa poliisin imagoa. Median mekanismien tunteminen vaikuttaa imagon ylläpitämiseen ja auttaa negatiivisen julkisuuden hallinnassa.

6.3 Mielikuvatutkimus poliisitoiminnan kehittämisen välineenä

Vuoden 2015 Itä-Suomen poliisihenkilöstölle ja toimittajille osoitetun kyselyn perusteella toimittajat pitävät imagotutkimusta hieman tärkeämpänä kuin poliisihenkilöstö. Imagotutkimus on tärkeää, koska sillä seurataan poliisin julkisuus- ja palvelukuvaa. Lisäksi imagotutkimus antaa tärkeää tietoa informaatiovaikuttamisesta ja lisää informaation lukutaitoa.

Kanadassa ja Yhdysvalloissa suoritetuissa tutkimuksissa havaittiin, että median toimesta julkista sektoria siteerattiin kaksi kertaa enemmän kuin yksityistä sektoria sanomalehtien ja radion toimesta. Television siteeraamissa tapauksissa ero julkisen ja yksityisen sektorin välillä oli marginaalinen. Vertailtaessa eri lainvalvontaviranomaisia instituutioina, poliisia siteerataan tai referoidaan 18 %, syyttäjätoimintaa 9 % ja asianajajia 14 %, tuomareita ja oikeusistuimia 13 % esille nostetuissa rikosasioissa. (Ericson ym. 1991, 191-192.) Vaikka kyseinen tutkimus on jo melko vanha, voi sitä edelleen pitää suuntaa antavana.

Chengin mukaan (2015, 701), oli kysymys laadullisesta tai määrällisestä tutkimuksesta, demokrasilla seikoilla, kuten iällä, rodulla, koulutuksella, tulotasolla, käsityksillä asuin ympäristön turvallisuudesta, kansalais-poliisisuhteella ja lehdistä luettavalla rikollisuus uutisoinnilla, on vaikutusta kansalaisten asenteisiin poliisia kohtaan. Tänä päivänä niissä yhteiskunnissa, missä media toimii hyvässä yhteistyössä poliisin kanssa, kansalaisilla on hyvät mahdollisuudet päästä tuntemaan organisaatioiden toimintaa median välittämän tiedon kautta. Tätä kautta poliisista on tullut myös katsotuin ja näkyvin monessa yhteiskunnassa. Tämä nostaa esiin kysymyksen, mitä kutsutaan "näkyvyyden johtamiseksi". (Mawby 2001, 44.)

Johtopäätös 16. Poliisiin ja uutisointiin liittyvä imago tutkimus on tärkeää, koska sitä kautta voidaan tulkita paremmin ympärillä olevaa viestintää ja ymmärtää ilmiöitä. Mielikuvatutkimus auttaa ymmärtämään informaation käyttämistä yhteiskunnallisessa vaikuttamisessa.

Mielikuvatutkimus poliisista on vähäistä suomalaisessa akateemisessa tutkimuksessa. Hieman enemmän tutkimusta löytyy kansainvälisesti. Stenvallin mukaan (2012, 115) julkisen hallinnon rakenteita, toimintatapoja ja imagoa tulee pystyä uudistamaan. Muussa tapauksessa tilanne saa aikaan jännitteitä ja vaikeuttaa muun muassa uusien työntekijöiden rekrytointia. Sen vuoksi tämä tutkimus antaa arvokasta tietoa imago tutkimuksen tärkeydestä ja paikkaa tutkimuksellista kuilua hallintotieteellisessä tutkimuksessa ja siihen liittyvässä kontekstissa. Imagon kehittämistyössä on tärkeää ymmärtää tutkimuksen merkitys, mikä auttaa myös imago työn seurannassa. Se on samalla vetovoimatekijöihin liittyvää tutkimusta ja yksi osa organisaation kehittämistoimenpiteitä, jolla vaikutetaan julkisuuskuvaan.

Tämän tutkimuksen yksi tavoite on ollut avata mielikuvaan liittyvää käsitteistöä ja tutkimusta julkisen organisaation käyttöön. Käsitteiden toisiinsa kytkemisellä liitetään sisäisen ja ulkoisen imagon tunnistaminen osaksi poliisin imagon ja julkisuuskuvan kehittämistä (kts. kuvio 2. Käsitteiden toisiinsa kytkeminen poliisiorganisaatiossa, sivu 27). Sisäisellä ja ulkoisella imagolla muodostettiin tutkimuksen johtoajatus. Käsitteiden tarkastelu sisäisen ja ulkoisen imagon näkökulmasta vahvisti todeksi käsitykseni niiden vahvasta yhteydestä toisiinsa.

Johtopäätös 17. Mielikuvatutkimus on osa organisaation kehittämistä. Mielikuvatutkimuksen tulokset auttavat löytämään ryhmiä, asioita ja kohtia, mitkä eivät muuten tulisi ilmi.

Tässä tutkimuksessa havaittiin, että median edustajat pitivät suhteiden hoitamista median ja poliisin välillä hyödyllisempänä kuin poliisihenkilöstö. Tutkimuksen kirjallisuuden perusteella henkilökohtaiset kokemukset poliisista ja poliisin viestintä vaikuttavat poliisin imagoon. Tutkimuksen perusteella voidaan havaita, että poliisissa ei vielä nähdä käytännössä tarpeeksi hyötyjä median kanssa tehtävästä yhteistyöstä, yhteistoiminnasta ja suhteiden hoitamista. Poliisi voi käyttää mediaa vielä aktiivisemmin yhteistyötahona hoitamalla säännöllisesti suhteita median suuntaan. Tämä avaa aivan varmasti uusia näkökulmia sekä ulottuvuuksia viestinnällisille tavoitteille myös poliisin suuntaan.

Suhteiden hoitaminen median edustajien ja poliisin välillä on tärkeää, koska tuntemisen kautta ymmärretään molemmin puolin viestinnässä käytettävät tavoitteet, termit ja ilmaisut sekä ymmärretään poliisin taktinen vaitonaisuus joissakin tilanteissa. Median kanssa tehtävällä yhteistyöllä lähennetään kosketuspintaa kansalaisiin ja muodostetaan enemmän vuorovaikutteista suhdetta ja mielikuvaa kansalaisten suuntaan. Huotar in ja Puttosen mukaan (2012, 128 - 130) erityisesti koettu yhtenäisyys sekä jaettu työnäkymä ovat edellytykset menestymiselle. Samalla hierarkkinen ja horisontaalinen epäluottamus suhteissa vaikeuttaa tiedon tarjontaa, saatavuutta ja ymmärtämistä. Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirjan mukaan (2015, 30) mielikuviiin voidaan vaikuttaa suunnitellulla yhteistyöllä median ja eri sidosryhmien kanssa. Mielikuvat muodostuvat kansalaisten omien sekä median viestintäkanavien välittämien viestien perusteella. Henkilöstön kokemukset työyhteisön viestinnästä riippuvat siitä, miten sitoutuneita organisaation johto ja esimiehet ovat hyvään sisäiseen viestintään. Sisäisen viestinnän toimivuus edellyttää toimivien viestintärakenteiden lisäksi jokaisen organisaation jäseneltä selonottovelvollisuutta. Poliisin tulee pyrkiä sisäisellä ja ulkoisella viestinnällä yhdenmukaiseen julkisuuskuvaan, koska Suomessa on vain yksi poliisi.

Poliisin ennaltaestävän strategian mukaan (vuosille 2014 – 2018) viestinnässä suunnitellaan ja kehitetään tapoja, joiden avulla yhteiskunta tullaan kohtaamaan turvallisuutta lisäävällä tavalla. Viestinnällä voidaan parhaimmillaan saada aikaan hyviä ennaltaestäviä tuloksia sekä vaikuttavuutta. Ennaltaestävällä viestinnällä informoidaan, valistetaan ja neuvotaan sekä edistetään ihmisten osallistumista vaikuttamalla tietoihin, asenteisiin ja käyttäytymiseen. Tavoitteeseen pääsemiseksi poliisin on oltava helposti lähestyttävä ja tarjottava aito mahdollisuus vuorovaikutukseen. Poliisin viestinnän on oltava ammattitaitoista, palvelevaa ja tehokasta. Lisäksi poliisin viestintäorganisaatiossa tulee olla yhteiset toimintatavat. (Poliisin ennalta estävän toiminnan strategia 2014, 4.)

Johtopäätös 18. Poliisin on tärkeää kiinnittää enemmän huomioita median kanssa tehtävään yhteistyöhön säännöllisillä tapaamisilla, jotka luovat pohjan muun muassa molemminpuoliselle luottamukselle, odotuksille ja palvelulle.

Tässä tutkimuksessa esille nousevat erityisesti poliisihenkilöstön puolelta alle kymmenen henkilön työyhteisöjen mielikuvat. Pienten työyhteisöjen mielikuvat ovat hieman kriittisempiä kauttaaltaan verrattuna suurempien työyhteisöjen mielikuviiin. Pienempiin työyhteisöihin on hyvä kiinnittää enemmän huomiota, jotta mielikuvat kyettäisiin saattamaan samalle tasolle suurempien työyhteisöjen kanssa. Organisaation antama tuki on tullut esiin vahvimpana selittävänä tekijänä tyytyväisyyteen. Korkean johdon tason tuella johdetaan korkean tason tyytyväisyyttä. (Davey ym. 2001, 37.)

Samoin nuorten poliisihenkilöstön työntekijöiden (alle 35 -vuotta ja työkokemusta alle 15-vuotta -ryhmät) mielikuvat ovat hieman kriittisemmät verrattuna vanhempiin ikäryhmiin. Sama on havaittavissa poliisin barometrin tuloksissa. Esimerkiksi vuoden 2012 poliisin barometrissa kansalaisten luottamus poliisiin on keskimääräistä parempi yli 60-vuotiailla ja keskimääräistä heikompi alle 25-vuotiailla. Aikaisemmissa tutkimuksissa on havaittu, että ikä korreloi yleensä positiivisesti poliisin toimintaa kohtaan koettuun luottamukseen ja tyytyväisyyteen. Naiset antavat yleensä miehiä korkeimpia ”pisteitä” arvioidessaan poliisia. Konservatiivinen poliittinen ideologia korreloi positiivisesti poliisia kohtaan koettuun luottamukseen. Tulotason on myös havaittu korreloivan vahvasti poliisin luottamukseen. Lisäksi koulutustasosta on kahdenlaista tutkimustietoa. Maailmanlaajuisesti koulutustason on havaittu vaikuttavan positiivisesti poliisiin koettuun tyytyväisyyteen, mutta osassa tutkimuksia tyytyväisyys on ollut negatiivissävytteinen. (Cao ym. 1998, 281.)

Maakunnittain tarkasteltuna toimittajien mielikuvat ovat tässä tutkimuksessa hieman paremmat Etelä-Savon ja Pohjois-Karjalan maakunnan alueella verrattuna Pohjois-Savon maakunnan alueelle.

Jobtopäätös 19. Pieniin poliisin työyhteisöihin, nuorempiin työntekijöihin, vähän työkokemusta saaneisiin työntekijöihin ja maakunnallisiin mielikuvaeroihin on tärkeää kiinnittää säännöllisesti huomiota poliisille asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi.

Poliisiin liittyviä käsityksiä tutkitaan sisäministeriön rahoittamalla poliisibarometritutkimuksen avulla, jossa tutkitaan kansalaisten käsityksiä poliisin toiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilanteesta. Vuosien 1999-2016 välisenä aikana

poliisibarometri on toteutettu yhdeksän kertaa. Poliisiammattikorkeakoulu on tilannut erikseen mielikuviiin liittyvän mediabarometrin Poliisiammattikorkeakoulun viestintään liittyvistä mielikuvista vuosina 2007, 2010 ja 2014. Mediabarometri suunnataan toimittajille ja sillä seurataan viestinnän toimivuutta, toimittajien kokemuksia ja mielikuvia yhteisöistä sekä niiden mediaviestinnästä. Tätä kautta tarkasteltuna aihe on tutkimukseni kannalta mielenkiintoinen. Vuosina 2007 ja 2010 mukana on ollut poliisiammattikorkeakoulun ohella myös poliisi julkisyhteisöjen mielikuvavertailussa. Hankalaksi vertailun eri vuosien välillä tekevät pienet muutokset siihen, mitä mielikuvia on kulloinkin kysytty. Tämän vuoksi vertailu eri vuosien välillä on suuntaa antava ja jättää tilaa arvailulle. Vuonna 2014 mukana oli vain Poliisiammattikorkeakoulu. Edellä mainitun lisäksi Poliisiammattikorkeakoulu kartoittaa kahden vuoden välein Taloustutkimus Oy:n kautta suomalaisten alle 30-vuotiaiden nuorten mielikuvia korkeakouluista ja koulutukseen liittyvistä asioista. Tutkimus on Poliisiammattikorkeakoulun yhteisökuvan sekä viestinnän arviointia ja viimeisin tutkimus on vuodelta 2016.

Tämä imago tutkimus tuo uutta tietoa poliisin työn mielikuvalliseen ulottuvuuteen, kuten suhdetoimintaan, julkisuuskuvaan, palvelukuvaan, luottamukseen ja hallintotieteelliseen imagoa koskevaan tutkimukseen. Tulosten pohjalta on hyvä kehittää imago tutkimusta poliisista. Tutkimus osoittaa, että mielikuvista kirjoitetaan ja puhutaan poliisissa, mutta ne eivät ole saaneet kokonaisvaltaisessa ajattelussa poliisissa vielä syvempää merkitystä.

Mielikuvatutkimuksella voidaan parantaa poliisitoiminnan laadullisia ja toiminnallisia näkökulmia poliisin työssä. Mielikuvatutkimuksen avulla poliisi pystyy kiinnittämään huomiota niihin kipupisteisiin, jotka tarvitsevat huomiota ensinnäkin kansalaisten suunnalta, mutta myös poliisiorganisaation sisältä tuleville kehittämistarpeille. Poliisin on hyvä olla tietoinen siitä, mitä tietoa mielikuvien kautta pystytään saamaan yhteiskunnasta. Tämän vuoksi mielikuvatutkimusta on tärkeää tehdä poliisissa. Mikäli poliisin imagoa ja sen kehittymistä halutaan seurata, tulee sen olla itsessään tutkimuskohde. Poliisin tehdessä vaativaa ihmissuhdetyötä tulisi imagon ja sen peruskäsitteiden tuntemisen sekä mielikuvilla vaikuttamisen olla huomioitu jo poliisikoulutuksessa. Jotta poliisin toimintaedellytykset säilyvät hyvänä, on tärkeää ilmentää realistisia ja totuudenmukaisia mielikuvia poliisiin liittyvässä viestinnässä.

Mielenkiintoisia jatkotutkimuksenaiheita olisivat seuraavat aihealueet. Tukeeko poliisin oma mielikuvallinen maailma itse toimintaa? Yritetäänkö poliisista luoda positiivisia vai negatiivisia mielikuvia? Johtaako poliisissa annetut ohjeet ja määräykset siihen, millä tavalla ne välittyvät yksittäiselle poliisimiehelle ja millä tavalla annetut ohjeet ja määräykset sisäistetään mielikuvallisesti? Miten yksittäinen poliisimies näkee itsensä poliisina noiden ohjeiden ja määräysten mukaan? Varsin mielenkiintoinen tutkimus mielikuviiin poliisista olisi uutisoinnin sisällönanalyysi. Laajempaan jatkotutkimuksena mielenkiintoisia aiheita olisivat myös informaatiovaikuttamiseen liittyvät kontekstit yhteiskunnallisen vaikuttavuuden kannalta. Informaatiolla pystytään vaikuttamaan ihmisten mielikuviiin ja sitä kautta ihmisten tekemien valintojen suuntaamiseen sekä yleiseen mielipiteeseen.

Tämä tutkimus edustaa osaltaan hallintotieteen ja mielikuvatutkimuksen dialogia. Mielikuvatutkimus tarjoaa mahdollisuuden käsitellä organisaation kipeitä asioita ja mahdollisuuden puuttua epäkohtiin hieman erilaisesta näkökulmasta. Tätä kirjoitustyötä tehdessäni hauskin poliisin imagon kohottamisen innovaatio löytyi Filippiinien valtionjohdon tempauksesta omille poliisivoimille. Filippiinien valtionjohto kohotti poliisivoimien imagoa hankkimalla ja lahjoittamalla poliisivoimille tekohampaita. Innovatiivista ajattelua tämäkin. ”Uusi hymy hampaattomille” kampanjan tarkoituksena oli kohottaa yleisön luottamusta poliisiin. (Kaleva 2005.) Ihmiset muodostavat organisaation ja luovat organisaatiosta mielikuvallisen todellisuuden. Olemme siirtymässä vähitellen tietoyhteiskunnasta kohti mielikuvayhteiskuntaa. Asioiden seuraaminen tekee organisaatiosta elävän. Eläkäämme siis mielikuvia todeksi.

Lähteet

- Aho, P. & Metsäjoki, L. (2004) Liikkuvan poliisin asiakastyytyväisyystutkimus. Taloustutkimus Oy.
- Ahola, A. Godenhjelm, P. & Lehtinen, M. (2002) Kysymisen taito. Helsinki: Tilastokeskus.
- Aholainen, J. (2003) Organizational Identity and Work Dress – Observing Sales Personnel In an Insurance Company. Doctoral dissertation. University of Helsinki, Department of Social Psychology. Helsinki.
- American Society of Criminology conference program 14.-19.11.2016. ASC Division of Experimental Criminology and policing. New Orleans, USA
- Ariel, B. Sutherland, A. Henstock, D. Young, J. Drover, P. Sykes, J. Megicks, S. Henderson, R. (2016) Contagious Accountability: A Global Multisite Randomized Controlled Trial on the Effect of Police Body-Worn Cameras on Citizens Complaints Against the Police. *Criminal Justice and Behaviour*, 1–24.
- Aula, P. & Heinonen, J. (2002) Maine menestystekijänä. Porvoo: WSOY.
- Aula, P. & Mantere, S. (2005) Hyvä yritys strateginen maineenhallinta. Helsinki: WSOY.
- Berger, P. Luckman, T. (1994) Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Helsinki: University Press Gaudemaus Oy.
- Bertrand, I. & Hughes, P. (2005) Media Research Methods; Audiences, Institutions, Texts. New York: Palgrave Macmillan Imprint.
- Billsberry, J. (1998) Gap analysis. Teoksessa *Exploring Techniques of Analysis and Evaluation in Strategic Management*. Harlow: Pearson Education Limited. 219-228.
- Bland, N. (1997) Measuring Public Expectations of Policing: an evaluation of gap analysis. Police Research Series Paper 24. London: Crown Copyright.
- Branders, M. (2016) Kokonainen turvallisuus? Kokonaisturvallisuuden poliittinen kelpoisuus ja hallinnollinen toteutettavuus. *Acta Universitatis Tamperensis*; 2124, Tampere: Tampere University Press.
- Callanan, V.J. & Rosenberger, J.S. (2011) Media and public perceptions of the police: examining the impact of race and personal experience. *Policing & Society*, 21(2), 167 – 189.
- Cao, L. & Stack, S. & Sun, Y. (1998) Public attitudes toward the police- Japan and the United States. *Journal of Criminal Justice*. 26 (4), 279-289.
- Calder, A. & Watkins, S.G. (2010) Information Security Risk Management for ISO27001/ISO27002. United Kingdom: IT Governance Publishing.
- Chagnon, N. Chesney-Lind, M. & Johnson, D.T. (2016) Cops, lies and videotape: Police reform and the media in Hawaii. Sage. *Crime Media Culture*, 1-20.

- Chan, W. W. L. (2015) The Media Representations of Police Image: Research Notes on the Hong Kong's Occupy Movement. *Hong Kong: Sage Open*, 1-7.
- Chang, J. & Lai, C. & Yang, C.C. (2000) Casual police corruption and the economics of crime: Further results. *International Review of Law and Economics* 20 (2000), 35–51.
- Cheng, H. (2015) Factors influencing public satisfaction with the local police: a study in Saskatoon, Canada. *Policing: An International journal of Police Strategies & Management*, 38 (4), 690 - 704.
- Chermak, S. M. & Grunewald, J. (2006) Media coverage of police misconduct and attitudes toward police. *Policing an International Journal of Police Strategies & Management* 29(2), 261-281.
- Chermak, S. M. (1995) Image control: how police affect the presentation of crime news? *American Journal of Police*. 14(2), 21-43.
- Chibnall, S. (1977) *Law and Order News. An analysis of crime reporting in the British Press*. Cambridge: Tavistock Publications Great Britain Cambridge University Press.
- Conrad, C. (1985) *Strategic Organizational Communication-Cultures, Situations and Adaption*. New York: CBS.
- Creswell, J. Plano, C. & Vicki, L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousands Oak, California: Sage Publications.
- Davey, J.D. & Obst, P.L. & Sheehan, M.C. (2001) Demographic and Workplace Characteristics Which Add to the Prediction of Stress and Job Satisfaction Within the Police Workplace. *Journal of Police and Criminal Psychology*, 16(1), 29-39.
- Davies, S.G. & Stone, L.M. & Buttle.J.W. (2015) A Disinterested Press: Reporting police in a provincial Indonesian newspaper. *Media Asia* 42(1-2), 47-60.
- Dove, M.A. (1998) Conflict – process and resolution. *Nursing Management* 29(4), 30-32.
- Elangovan, A. R. (1998) Managerial intervention in organizational disputes: testing a prescriptive model of strategy selection. *The international Journal Conflict Management* 9(4), 301-335.
- Ericson, R. Baranek, P. Chan, J. (1991) *Representing Order, Crime, Law and Justice in the News Media*. Toronto: University of Toronto Press.
- Fishman, M. (1980) *Manufacturing the News*. Austin and London: University of Texas Press.
- Garis, L. & Maxim, P. & Plecas, D. & Thomas, L. (2015) *Whether You're A Police Chief or Fire Chief Switching From a White Shirt: What's the Big Deal*. University of the Fraser Valley, Centre for public safety & criminal justice research, 1-7, August 2015.
- Goodstein, L.D. & Lanyon, R.I. (1975) *Adjustment, Behavior, and Personality*. Arizona State University. Arizona: Addison-Wesley Publishing Company.
- Grönfors, M. (1980) *Kvalitatiiviset kanttäyömenetelmät*. 2 p. WSOY, Juva.
- Grönroos, C. (1997) *Hyvään palveluun. Palvelun kehittäminen julkishallinnossa*. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Grönroos, C. (1998) *Meddelanden Working Papers. Service Marketing Theory: Back to Basics*. Swedish School of Economics and Business Administration. Helsingfors: SHS intrassebyrå (Oy Casa Security Ab).

- Halonen, T. 2016. Maineella menestykseen – mainetyö kaupunkiseudun kehittämisen välineenä. Tapaustutkimus maineen ja aluekehityksen yhteydestä kolmella kaupunkiseudulla. Väitöskirja. Lapin Yliopisto. Rovaniemi.
- Heikkinen, P. (1996) Keskusrikospoliisin yritysokuva poliisien, syyttäjien ja toimittajien mielikuvissa. Poliisiopisto, Espoo, Poliisipäällystökurssi 30/95-96.
- Heinonen, J. Keinänen, A. & Paasonen, J. (2013) Turvallisuustutkimuksen tekeminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Herranen, O. (2015) Uusi julkisjohtaminen ja valtion tuottavuusohjelman kova ydin. Hallinnon tutkimus 34(1), 27-42.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. (1997) Tutki ja kirjoita. 3.p. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Huey, L. & Broll, R. (2013) "I don't find it sexy at all": criminal investigators' views of media glamorization of police "dirty work". Policing and Society. An International Journal of Research and Policy, 25(2), 236-247.
- Huhtinen, A. & Rantapelkonen, J. (2002) Imagewars. Beyond the Mask of Information Warfare. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Huotari, V. & Puttonen, E. (2012) Sisäinen toimintaympäristö poliisissa. Teoksessa Vesa Muttilainen & Vesa Huotari (toim.) Poliisin toimintaympäristö. Poliisiammattikorkeakoulun katsaus 2012. Poliisiammattikorkeakoulun raportteja 102. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy Juvenes Print, 121-131.
- Hybels, B. (2008) Axion (suom.) Täsmäpuhetta, Johtajuuden kieli. Hämeenlinna: Päiväosakeyhtiö.
- Inkilä, J. (2015) Lasten kaltoinkohtelun tunnistamisen ja varhaisen puuttumisen moniammatillista yhteistyötä kuvaileva malli. Acta Universitatis Tamperensis; 2118, Tampere: Tampere University Press.
- Iisa, K. Oittinen, H. & Piehl, A. (2006) Kielenhuollon käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Jackson, J. Bradford, B. Stanko, B. and Hohl, K. (2013) Just Authority? Trust in the police in England and Wales. 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.
- Jantunen, S. (2013) Strategic Communication: practise, communication and dissonance. National Defence University. Department of Leadership and Military Pedagogy Helsinki. Publication Series 1: NO.11. Tampere: Juvenes Print.
- Jantunen, S. (2015) Infosota. Iskut kohdistuvat kansalaisten tajuntaan. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Jefferis, E.S. Kaminski, R.J. Holmes, S. & Hanley, D.E. (1997) The effect of a videotaped arrest on public perceptions of police use of force. Journal of Criminal Justice, 25(4), 381-395.
- Joshi, S. (2015) The State of Women in Police in India and the Discrimination Faced By Them. The International Journal of Indian Psychology, 2(4), 73-86.
- Jousitie, H. Kivelä, J. Kuusela, J. Temmes, M. & Tiihonen, S. (2015) Aikalaisanalyysiä suomalaisen hyvinvointivaltion lähtökohdista, kehityksestä ja ongelmista. Hallinnon tutkimus 34(2), 173-181.
- Kamila, M. (2012) Katsojana ja katsottuna, opettajan kontrolloitu ulkoasu. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 110. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä: Bookwell Oy.
- Karvonen, E. (1997) Imagologia: Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä. Tampere: Tampereen yliopisto.

- Karvonen, E. (1999) Elämää mielikuvayhteiskunnassa: Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Helsinki: Gaudenius.
- Kelley, D. S. (2005) Police advocacy for battered women: Are mandatory arrest policies the pinnacle of reform. Teoksessa *Public Policing in the 21st Century: Issues and Dilemmas in the U.S and Canada*. Monsey New York: Criminal Justice Press, 185-215.
- Kiviaho, M. Nieminen, P. & Punamäki, R-L. (2008) *Mieli ja terveys: ilon ja muutoksen psykologiaa*. Tampere: Tampereen yliopistonpaino Oy.
- Kivikuru, U. & Kunelius, R. (1998) *Viestinnän jäljillä*. Juva: WSOY.
- Kochel, T.R. (2015) *Assesing the Initial Impact of the Michael Brown Shooting and Police and Public Responses to it on St Louis County Residents' Views about Police*. Department of Criminology and Criminal Justice reports. Southern Illinois University Carbondale Open SIUC 3-20-2015, 1-12.
- Koski, P. Järvensivu, A. & Nikkanen, R. (2014) Organisatoriset käytännöt, yrityksen suorituskyky ja työhyvinvointi – löytyykö yhteyksiä? *Hallinnon tutkimus* 33(2), 85-100.
- Kosslyn, S. (1980) *Image and Mind*. Cambridge: Harward University Press.
- Kuittinen, M. & Salo, P. (2005) Ihminen organisaatiossa ja organisaatio ihmisenä. *Hallinnon tutkimus* 24(4), 26-34.
- Kusow, A.M. & Wilson, L.C. & Martin, D.E. (1997) "Determinants of citizen satisfaction with the police". *An International Journal of Police Strategies & Management*, 20(4), 655 – 664.
- Kääriäinen, J. (2007) Trust in the Police in 16 European Countries. A Multilevel Analysis. *The Police College of Finland. European Journal of Criminology*, 4, 409-435.
- Kääriäinen, J. (2014) Poliisia koskeva julkinen kritiikki ja luottamus poliisiin. Teoksessa Vesa Mutttilainen & Vesa Huotari (toim.) *Poliisin toimintaympäristö. Poliisiammattikorkeakoulun katsaus 2014. Poliisiammattikorkeakoulun raportteja* 112. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy Juvenes Print, 207 – 213.
- Kääriäinen, J. Isotalus, P & Thomassen, G. (2016) Does public criticism Erode trust in the police? The case of Jari Aarnio in the Finnish new media and its effects on the public's attitudes towards the police. *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 17(1), 70-85.
- Lacey, N. (1998) *Image and Representation, Key concepts in media studies*. New York: Palgrave Macmillan Imprint.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. (1999) *Asiakaspalvelu ja markkinointi*. Porvoo: WSOY.
- Lee, M. & McGovern, A. (2014) *Policing and Media; Public Relations, Simulations and Communications*. New York: Routledge.
- Lemola, T. (2009) *Innovaation uudet haasteet ja haastajat*. Porvoo: WSOY.
- Lewis-Beck, M. (1994) *Factor Analysis & Related Techniques*. California: Sage Publications Ltd.
- Luotonen, M. (2012) Median muutos ja sen vaatimukset poliisille. Teoksessa Vesa Mutttilainen & Vesa Huotari (toim.) *Poliisin toimintaympäristö. Poliisiammattikorkeakoulun katsaus 2012. Poliisiammattikorkeakoulun raportteja* 102. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy Juvenes Print, 231 – 240.

- Lämsä, A-M. Keränen, A. Savela, T. (2015) Vastuullinen johtajuus esimies-alaisuudessa. *Hallinnon tutkimus* 34(3), 205-218.
- Manninen, P. (2004) Johdatus tilastolliseen data-analyysiin. Sovellus- ja atk-keskeinen näkökulma. Opetusmoniste B44. Tampereen yliopisto. Matematiikan, tilastotieteen ja filosofian laitos. Tampere: Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print.
- Marenin, O. (2016) Cheapening Death: Danger, Police Street Culture, and the Use of Deadly Force. *Sage. Police Quarterly*, 19(4), 461-487.
- Mawby, R. C. (2001) Promoting the Police? The Rise of Police Image Work. *Criminal Justice Matters*, 43(1), 44-45.
- Mawby, R. C. (2002) *Policing Images*. Portland Oregon: Willan Publishing.
- Mawby, R. C. (2014) The presentation of police in everyday life: Police-press relations, impression management and the Leveson Inquiry. *Crime and Media Culture*, 10(3), 239-257.
- Mawby, R. C. (2016) A question of scandal? The police and the phone-hacking business. *Sage. Criminology & Criminal Justice*, 1-18.
- McDaniel, J. LM. (2017) Rethinking the role of law and politics within democratic police accountability. *Sage. Police Journal: Theory, Practice and Principles*, 1-22.
- Mehtab, F.H. & Rahman, S.H. (2014) Identifying the Problems of Bangladesh Police & Rapid Action Battalion: Recommending Way Out. *DIU Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 2 July 2014, 13-34.
- Metsämuuronen, J. (2002) Tilastollisen kuvauksen perusteet. Metodologia-sarja 2. Helsinki: Sridevi Printers Ltd.
- Metsämuuronen, J. (2003) Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. (2. painos). Helsinki: International Methelp.
- Mäkinen, O. (2005) Tieteellisen kirjoittamisen ABC. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Mäkipää, L. (2004) Henkirikos iltasanomissa. Journalistinen kulttuurin murros ja rikosjournalismi. Poliisiammattikorkeakoulun tiedotteita 37. Helsinki: Edita Prima Oy
- Niemelä, P. & Lahikainen A.R. (2000). *Inhimillinen turvallisuus*. Tallinna: Kirjakeskus/Tallprint.
- Nykysuomen sanakirja. (2002) 3 osa. Porvoo: WSOY.
- Oxford English Dictionary. (1989) New York: Oxford University Press.
- Oxford- Hachette French Dictionary. (1994) New York: Oxford University Press.
- Paasivaara, L. & Kinnunen, J. (2004) Argumentoivasta imagokuvaelmasta ekspoloristiseen selviytymiskertomukseen – vanhuspolitiikan tulkintakehyksen rakentuminen kunnallisessa teksteissä. *Hallinnon tutkimus* 23(3), 4-13.
- Pickton, D. & Broderick, A. (2005) *Integrated Marketing Communications*. (2. painos). Gosport, Hants: Ashford Colour Press.
- Pinto, J.K. & Morris, P.W.G. (2007) *The Wiley Guide to Project Organization & Project Management Competencies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Porter, M. (1985) *Kilpailuetu*. Espoo: Weilin&Göös.
- Porter, M. (2005) *Kilpailuetu*. Miten ylivoimainen osaaminen luodaan ja säilytetään. Espoo: Weilin Göös.
- Prenzler, T. (1997) Is There a Police Culture? *Australian Journal of Public Administration*, 56(4), 1-14.

- Pylväs, K. (2012) Sisäinen toimintaympäristö poliisissa. Teoksessa Vesa Mutttilainen & Vesa Huotari (toim.) Poliisin toimintaympäristö. Poliisiammattikorkeakoulun katsaus 2012. Poliisiammattikorkeakoulun raportteja 102. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy Juvenes Print, 121 – 131.
- Reiman, A. Sinisammal, J. & Väyrynen, S. (2014) Käsitteellinen johtamismalli työvoimavaltaisen pk-yrityksen osallistuvaan strategiatyöhön. Hallinnon tutkimus 33(3), 193-210.
- Reiner, R. (1986) The politics of the police. Brighton, Sussex: Wheatsheaf Books Ltd.
- Reisig, M.D. & Correia, M.E. (1997) Public evaluations of police performance: an analysis across three levels of policing. An international Journal of Police Strategies & Management, 20(2), 311 – 325.
- Rope, T. & Mether, J. (1987). Mielikuvamarkkinointi. Espoo: Weilin&Göös.
- Rope, T. & Vahvaselkä, I. (1993) Nykyaikainen markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Rope, T. (1999) Lanseerausmarkkinointi. Porvoo: WSOY.
- Rope, T. (2000) 100 keinoa tehostaa liiketoimintaa. Helsinki: WSOY.
- Rope, T. (2003) Johdon markkinointitratkaisut, strateginen markkinointi. Helsinki: WSOY.
- Salmi, S. & Voeten, M.J.M. & Keskinen, E. (2000) Relation between Police Image and Police Visibility. Journal of Community & Applied Social Psychology. Community Appl. Soc. Psychol, 10, 433-447.
- Salmi, S. (2006) Seen a Cop Lately. Turun yliopisto. Turku: Painosalama Oy.
- Schaffer, J.A. & Huebner, B.M. & Bynum, T.S. (2003) Citizen Perceptions of Police Services: Race, Neighborhood Context, and Community Policing. Police Quarterly 6(4), 440-468.
- Setälä, M.-L. (1988) Julkisen palvelun kuva. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Silvennoinen-Nuora, L. (2010) Vaikuttavuuden arviointi hoitoketjussa. Mikä mahdollistaa vaikuttavuuden ja vaikuttavuuden arvioinnin. Acta Universitatis Tamperensis; 1558, Tampere: Tampere University Press.
- Simström, H. (2009) Tunneälytaidot ikäjohtamisessa. Esimiehen tunneälytaidot ja niiden tärkeys kuntahenkilöstön arvioimana. Tampereen yliopisto, Kasvatustieteiden laitos. Tampere: Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Smith, P.E. & Hawkins, R.I. (1973) Victimization, types of citizen police contacts, and attitudes toward the police. Law and Society Review, 8(1), 136-152.
- Stenvall, J. (2012) Julkinen hallinto poliisin toimintaympäristönä. Teoksessa Vesa Mutttilainen & Vesa Huotari (toim.) Poliisin toimintaympäristö. Poliisiammattikorkeakoulun katsaus 2012. Poliisiammattikorkeakoulun raportteja 102. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy Juvenes Print, 113 – 120.
- Stephens, M. & Becker, S. (1994) Police Force, Police Service Care and Control in Britain. Hampshire and London: The Macmillan Press Ltd.
- Suomen kielen perussanakirja. (2004) Ensimmäinen osa. Helsinki: A-K. Edita.
- Surette, R. (1997) Media, Crime, and Criminal Justice. Images and Realities. University of Central Florida. California Belmont: West/Wadsworth An International Thomson Publishing Company.

- Suur-Askola, K. (2016) Arvot ja arvojohtaminen poliisihallinnossa. Instituutionaalisen samanmuotoisuuden näkökulma. *Acta Universitatis Tamperensis*; 2204, Tampere: Tampere University Press.
- Temmes, M. (2005) Moskovalainen poliisilaitos Alexandra Marininan dekkareissa. *Hallinnon tutkimus* 24(4), 35-57.
- Tepstra, J. & Schaap, D. (2013) Police Culture, stress conditions and working styles. *European Journal of Criminology*, 10(1), 59-73.
- Tyagi, A. & Dhar, R.L. & Sharma, J. (2016) Police culture, tourists and destinations: A Study of Uttarakhand, India. Department of Management Studies, Indian Institute of Technology Roorkee. *Tourism Management*, 52, 563-573.
- Uimonen, R. & Ikävalko, E. (1996) Mielikuvien maailma: Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan. Helsinki: Inforviestintä.
- Valtiovallinnon viestintäsuositus. (2010) Valtioneuvoston kanslian määräykset, ohjeet ja suositukset 2/2010. Valtioneuvoston määräyskokoelma. Helsinki: Yliopistopaino
- Vartia, M. (1994) Työpaikan ihmissuhteet ja konfliktitilanteiden käsittely. Teoksessa Lindström, K. (toim.) *Terve työyhteisö – kehittämisen malleja ja menetelmiä* Helsinki: Työterveyslaitos, 196-210.
- Varto, J. (1992) Laadullisen tutkimuksen metodologia. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Virta, S. (1987) Poliisijärjestötutkimus. Poliitiikan tutkimuksen laitos 87/1987. Tampereen yliopisto. Tampere: Jäljennepalvelu.
- Virta, S. (2005) Tavoitteena turvallisuus. Poliisin strategisen johtamisen haasteita. *Turvallisuushallinto* 10/2005. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy. Juvenes Print.
- Virta, S. (2008) Policing meets new challenges: preventing radicalization and recruitment. Tampere: Tampere University Press.
- Virtanen, M. (2013) Opettajan emotionaalinen kompetenssi. Tutkimus luokanopettajien ja luokanopettajaksi opiskelevien tunneälytaidosta ja niiden tärkeydestä. *Acta Universitatis Tamperensis*; 1823, Tampere: Tampere University Press.
- Virtanen, P. (2005) Houkutteleva työyhteisö. Helsinki: Edita Oy.
- Vuokko, P. (1993) Markkinointiviestintä. Helsinki: WSOY.
- Vuorensyrjä, M. Hoffren, M. & Laitinen, K. (2016) Tuottavuuspaine julkisen sektorin työvoimaintensivisessä palvelutuotannossa. Poliisihallinnon henkilöstön näkökulma. *Hallinnon Tutkimus* 35(2), 147-163.
- Väyrynen, H. Helander, N. & Jalonen, H. (2015) Tietämyksenhallinta osana organisaation toimintaa – hallintaa vai hämmennystä. *Hallinnon Tutkimus* 34(3), 310-325.
- Waddington, P.A.J. (2015) Revisiting the Classics: Police: streetcorner politicians. *Journal of Research and Policy*, 25(6), 681-686.
- Waters, J.A. & Ussery, W. (2007) Police stress: history, contributing factors, symptoms, and interventions. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, 30(2), 169 - 188.
- Weitzer, R. (2002) Incidents of Police Misconduct and Public Opinion. Department of Sociology George Washington University, Washington, DC 20052, USA. *Journal of Criminal Justice*, 30, 397-408.
- Whisenand, P. & Ferguson, R. (1996) (Fourth Edition) *The Managing of Police Organizations*. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

- Williams, R. (1990) *Television technology and cultural form*. Second Edition 1990. Guernsey Channel Island: The Guernsey Press Co.
- Wilson, C.P. & Wilson, S.A. (2015) Evaluating legitimacy and marginalization: "Campus policing in the State of Rhode Island. *Law, Criminology & Criminal Justice*. Research Article: *Cogent Social Sciences*, 1-15.
- Worrall, J.L. (1999) Public perceptions of police efficacy and image: The "Fuzziness" of Support for the Police. *American Journal of criminal justice*, 24(1), 47 – 66.
- Ylikoski, T. (2001) *Unohtuiko asiakas*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy
- Zeithaml, V.A. Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990) *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Mcmillan Press.
- Zimmerbauer, K. (2008). *Alueellinen imago ja identiteetti liikkeessä*. Helsingin yliopisto, maantieteen laitos. Seinäjoki: Ruralia-instituutti.
- Äikäs, T. A. (2004) *Imagoa etsimässä*. Suomen kuntaliitto, Helsinki.

Valtiohallinnon julkaisut:

- Mediabarometri. (2007) & (2010) Infor consulting Oy.
- Mediabarometri. (2013) T-Media.
- Laki poliisin hallinnosta. 14.2.1992/110.
- Laki poliisin, Tullin ja rajavartiolaitoksen yhteistoiminnasta. 11.9.2009/687.
- Pelastuslaki. 29.4.2011/379.
- Poliisiammattikorkeakoulun strategia (2010) Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Poliisihallitus. (2012) Viestinnän valmius, viestinnän valmiusryhmän loppuraportti 1/2012. Poliisihallituksen julkaisusarja.
- Poliisihallitus. (2014) Poliisi visuaalinen ohjeisto. Poliisihallitus.
- Poliisihallitus. (2014) Ohje Poliisitoiminnan seuraaminen dokumentointi ja esittäminen erikseen sovittavissa tapauksissa 6.10.2014. – 31.12.2018. Poliisihallitus POL-2014-10214.
- Poliisihallitus. (2014) Sinetin uutiset. Poliisit – Kotihälytys – sarjaa kuvataan kesän aikana. <https://sinetti.poliisi.fi/valtakunnallinen/ajankohtaista/uutiset/Sivut/Poliisit--Kotihälytys--sarjaa-kuvataan-kesän-aikana.aspx> Viitattu 26.6.2014.
- Poliisihallitus. (2015) Poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirja. Poliisihallitus.
- Poliisihallitus. (2015) Poliisin viestintä. Nykytila, strategia ja kehittämisalueet 2015 – 2018. Poliisihallituksen julkaisusarja 2/2015.
- Poliisihallitus. (2015) Määräys poliisin viestinnästä 1.6.2015. – 31.12.2018. Poliisihallitus POL-2015-5146.
- Poliisihallitus. (2016) Poliisin saamia lahjoituksia kartoittavan työryhmän loppuraportti 1/2016. Poliisihallituksen julkaisusarja.
- Poliisihallitus. (2016) Sinetin uutiset. Markkinointi ja maineenhallinta. <https://sinetti.poliisi.fi/o/poha/halek/viestinta/Sivut/Markkinointi-ja-maineenhallinta.aspx> Viitattu 24.8.2016.
- Poliisihallitus. (2016) Sinetin uutiset. Poliisibarometrin 2016 julkistamistilaisuus. ([https://sinetti.poliisi.fi/valtakunnallinen/ajankohtaista/uutiset/Documents/Poliisiylijohta ja%20Seppo%20Kolehmainen%20puheenvuoro%20poliisibarometrin%20julkistamistilaisuudessa.pdf](https://sinetti.poliisi.fi/valtakunnallinen/ajankohtaista/uutiset/Documents/Poliisiylijohta%20ja%20Seppo%20Kolehmainen%20puheenvuoro%20poliisibarometrin%20julkistamistilaisuudessa.pdf)) Viitattu 17.10.2016.
- Poliisihallitus. (2017) Poliisin Strategia 2017-2020. (<https://sinetti.poliisi.fi/valtakunnallinen/ajankohtaista/paatoksenteko/Documents/Poliisin%20strategia.pdf>) Viitattu 31.3.2017.
- Sisäasiainministeriö. Routamaa, V. & Vesalainen, J. (1994) Vaasan poliisi ja poliisin vaikuttavuus vaasalaiten mielikuvissa. Sisäasiainministeriön poliisiosaston julkaisu 5/1994.
- Sisäasiainministeriö. Poliisibarometri. (2007) Poliisin ylijohdon julkaisusarja 4/2008
- Sisäasiainministeriö. Poliisibarometri. (2010) Kansalaisten näkemyksiä ja kokemuksia poliisitoiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäasiainministeriön julkaisuja 29/2010.
- Sisäasiainministeriö. Poliisibarometri (2012) Kansalaisten näkemyksiä ja kokemuksia poliisitoiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäasiainministeriön julkaisuja 47/2012.

Sisäasiainministeriö. (2012a) Poliisin hallintorakennemuutos Pora III päälinjaukset. Hanketyöryhmän esitys. Sisäasiainministeriön julkaisuja 34/2012.

Sisäasiainministeriö. (2012b) Päätös SM022:00/2012. Poliisin hallintorakenteen (Pora III) kehittämistä koskevat linjaukset. 2.10.2012.

Sisäasiainministeriö. (2013a) Poliisin hallintorakennemuutos Pora III täydentävät päälinjaukset. Hanketyöryhmän esitys. Helsinki 2013.

Sisäasiainministeriö. (2013b) Poliisin hallintorakennemuutokseen liittyvä selvitys. Selvityshenkilö Kari Salmi. Sisäasiainministeriön julkaisuja 7/2013

Sisäministeriö. (2014) Sisäministeriön julkaisu 2/2014. Poliisin ennalta estävän toiminnan strategia vuosille 2014 – 2018.

Sisäministeriö. Poliisibarometri 2016. Kansalaisten käsitykset poliisin toiminnasta ja sisäisen turvallisuuden tilasta. Sisäministeriön julkaisu 27/2016

Suomen perustuslaki

Määräykset, ohjeet ja muistiot

Helsingin poliisilaitos. (2013) Helsingin poliisilaitoksen ohje 15.8.2013 – 15.8.2018. Kriittisten tilanteiden jälkitoimet Helsingin poliisilaitoksessa. 8010/2013/1333,

Helsingin poliisilaitos. (2015) Helsingin poliisilaitoksen viestintäohje 2016 - 2019. POL-2015-7231.

Itä-Uudenmaan poliisilaitoksen viestintäohje. (2015) Itä-Uudenmaan viestintäohje 1.3.2015 –toistaiseksi. POL-2015-3960

Kaakkois-Suomen poliisilaitoksen viestintäohje. (2015) Kaakkois-Suomen viestintäohje 16.10.2015 – toistaiseksi. POL-2015-6677.

Poliisihallitus. (2013) Poliisin lupahallinnon organisaation kehittämistyöryhmän muistio 28.2.2013. Poliisihallitus Lupahallintoyksikkö.

Poliisihallitus. (2014) Poliisin materiaalihallinto- ja hankinnat. 2014. Määräys 12.9.2014. POL-2014-4704. Voimassaoloaika 1.10.2014. – 31.12.2018.

Muut lähteet:

Department of Justice. (1963) Statement by Attorney General Robert F. Kennedy to the Permanent Subcommittee on Investigations of the Senate Government Operations Committee. September 25, 1963. <http://www.justice.gov/sites/default/files/ag/legacy/2011/01/20/09-25-1963.pdf> viitattu 13.6.2016.

Helsingin Sanomat. (2013) Mielipidekirjoitus; Paavo Rautio, HS, 10.10.2013

Helsingin Sanomat. (2014) Tasavallan Presidentti Sauli Niinistön haastattelu hallituksen luomasta mielikuvasta, 15.11.2014. www.hs.fi/politikka/art-20000002777835.html viitattu 17.11.2014.

Iltasanomat. (2014). Kuusi merkkiä propagandaiskusta: Venäjällä operaatio Suomessa. <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288749073978.html>, viitattu 12.10.2014.

Itä-Savo. (2014). Katse omaan käytökseen. Kotimaa 7, 29.12.2014.

- Kaleva. (2005) Poliisin imago kuntoon tekoampulla.
<http://www.kaleva.fi/uutiset/kulttuuri/poliisin-imago-kuntoon>, viitattu 2.2.2015.
- Puustinen, J. (2010) Liikkuvan poliisin imago toimittajien mielikuvissa. Pro Gradu tutkielma. Kauppa ja hallintotieteiden tiedekunta, johtamistieteiden laitos. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Tilastokeskus. 6.12.2016. Suomi maailman kärjessä. Turvallisuus ja yhteiskunta.
<http://www.tilastokeskus.fi/ajk/satavuotiassuomi/suomimaailmankarjessa.html>, viitattu 6.12.2016.
- Veijalainen, T. (2005) Turvaa Teille – Liikkuva poliisi 75 vuotta. Liikkuvan poliisin päällikö Teuvo Veijalaisen haastattelu.
- Haastattelut ja luennot:
- Suonperä Kaarina. (2004) Luento pukeutumisesta ja havainnoinnista Vehmaan kartano Juvalla 28.3.2004.
- Tuulasvaara-Kaleva Tiina. (2015) Henkilökohtainen tutkijahaastattelu Poliisimuseolla 24.9.2015.
- Yle (2016). Ihmisen kohtaamisen taito. Vuoden yrittäjä Johanna Närvä. 16.10.2016 Radio Yle 1.

Liitteet

Kysely toimittajille ja poliisilaitoksen henkilöstölle Itä-Suomen poliisiin liittyvistä mielikuvista

Taustatiedot

1. Sukupuoli *

Valitse ▾

2. Syntymävuosi *

Valitse ▾

3. Työskentelen tällä hetkellä *

- Itä-Suomen poliisin johdossa (mukaan lukien oikeusyksikkö)
- Poliisin hallinto- ja esikuntapalveluissa
- Poliisin lupahallinnossa
- Poliisin liikennesektorilla
- Poliisin valvonta- ja hälytyssektorilla
- Poliisin rikostorjunnan sektorilla
- Vartijana
- Sanomalehden toimituksessa
- Radion toimituksessa
- Television toimituksessa

4. Työskentelen poliisina? (Ainoastaan poliisihenkilöille osoitettu kysymys)

Valitse ▾

5. Työskentelen median palveluksessa? (Ainoastaan median edustajille osoitettu kysymys) *

- Johtajana/päällikkönä
- Päätoimittajana
- Toimituspäällikkönä
- Uutispäällikkönä
- Uutistuottajana
- Toimitussihteerinä
- Toimittajana
- Freelance-toimittajana
- Verkkoimittajana
- Kuvaaajana
- Graafisena suunnittelijana
- Taittajana
- Visuaalisessa toimituksessa
- Radion toimittajana
- Television toimittajana

6. Kuinka kauan olet työskennellyt poliisin tai toimituksen palveluksessa? (vuosina) *

Valitse ▾

7. Onko työ/virkasuhteesi vakituinen? *

Valitse ▾

8. Minkä maakunnan alueella työskentelet? *

Valitse ▾

9. Kuinka suuressa työpaikassa työskentelet? *

Valitse ▾

10. Oletko itse joutunut poliisin kanssa tekemisiin asiakkaana? *

Valitse ▾

11. Oletko ollut mukana toimittajana toimitustehtävissä poliisin mukana? (Ainoastaan toimittajille osoitettu kysymys) *

Valitse ▾

12. Oletko toiminut vastaavana toimittajana poliisiin liittyvissä asioissa? (Ainoastaan toimittajille osoitettu kysymys) *

Valitse ▾

13. Poliisin käyttäytyminen kansalaisia kohtaan yleisesti?

	1	2	3	4	5	
Ystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäystävällistä
Yhdenvertaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eriarvoista
Joustavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kankeaa
Yksilöä huomioivaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Yksilöä huomioimatonta
Luottamusta herättävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäluottamusta herättävää
Ei moralisoivaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Moralisoivaa
Hyvin motivoitunutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Huonosti motivoitunutta
Nopeasti reagoivaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hitaasti reagoivaa
Ammattitaitoista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ammattitaidotonta

14. Poliisi lupahallinnon toimijana?

	1	2	3	4	5	
Luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäluotettava
Hyvin motivoitunut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Huonosti motivoitunut
Nopeasti reagoiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hitaasti reagoiva
Ammattitaitoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ammattitaidoton

15. Poliisi liikenneturvallisuuden asiantuntijana?

	1	2	3	4	5	
Luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäluotettava
Hyvin motivoitunut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Huonosti motivoitunut
Nopeasti reagoiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hitaasti reagoiva
Ammattitaitoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ammattitaidoton

16. Poliisi yleisen järjestyksen turvaajana?

	1	2	3	4	5	
Luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäluotettava
Hyvin motivoitunut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Huonosti motivoitunut
Nopeasti reagoiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hitaasti reagoiva
Ammattitaitoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ammattitaidoton

17. Poliisi rikosten selvittäjänä?

	1	2	3	4	5	
Luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäluotettava
Hyvin motivoitunut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Huonosti motivoitunut
Nopeasti reagoiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hitaasti reagoiva
Ammattitaitoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ammattitaidoton

18. Näkyykö poliisi ulkona liikuttaessa (liikenteessä)?

	1	2	3	4	5	
Aivan liikaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aivan liian vähän

19. Mitä poliisin ajoneuvokalustoa olet kohdannut työssäsi?

- Poliisin tunnuksellinen pakettiauto
- Poliisin tunnuksellinen henkilöauto
- Poliisin siviilimallinen pakettiauto
- Poliisin siviilimallinen henkilöauto
- Poliisin moottoripyörän
- Poliisin veneen
- Poliisin vesijetin
- Poliisin moottorikelkan

20. Poliisin autot?

	1	2	3	4	5	
Tehokkaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehottomat
Tehtäviin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehtäviin sopimattomat
Uudenaikaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vanhahtavat
Tyylikkääät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tyylittömät

21. Poliisin moottoripyörät?

	1	2	3	4	5	
Tehokkaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehottomat
Tehtäviin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehtäviin sopimattomat
Uudenaikaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vanhahtavat
Tyylikkääät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tyylittömät

22. Poliisin veneet?

	1	2	3	4	5	
Tehokkaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehottomat
Tehtäviin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehtäviin sopimattomat
Uudenaikaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vanhahtavat
Tyylikkää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tyyllittömät

23. Poliisin vesijetit?

	1	2	3	4	5	
Tehokkaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehottomat
Tehtäviin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehtäviin sopimattomat
Uudenaikaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vanhahtavat
Tyylikkää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tyyllittömät

24. Poliisin moottorikelkat?

	1	2	3	4	5	
Tehokkaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehottomat
Tehtäviin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehtäviin sopimattomat
Uudenaikaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vanhahtavat
Tyylikkää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tyyllittömät

25. Poliisin toimitilojen tarkoituksenmukaisuus?

	1	2	3	4	5	
Ajanmukaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ajastaan jäljessä
Viihtyisät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäviihtyisät
Siistit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäsiistit
Tehtäviin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehtäviin sopimattomat

26. Poliisin pukeutuminen?

	1	2	3	4	5	
Siistiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäsiistiä
Tyylikästä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tyyllitöntä
Yhdenmukaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vaihtelevaa
Tilanteet huomioivaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tilanteet huomioimatonta
Tehtäviin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tehtäviin sopimattomat

27. Poliisin ulkoinen tiedottaminen?

	1	2	3	4	5	
Runsasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vähäistä
Ajankohtaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ei ajankohtaista
Selkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäselvää
Avointa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Salamyhkäistä
Luotettavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ei luotettavaa
Ennakoivaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jälkijättöistä

28. Poliisin sisäinen tiedottaminen?

	1	2	3	4	5	
Runsasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vähäistä
Ajankohtaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ei ajankohtaista
Selkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäselvää
Avointa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Salamyhkäistä
Luotettavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ei luotettavaa
Ennakoivaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jälkijättöistä

29. Miten riittävästi poliisi ylläpitää suhteita mediaan?

	1	2	3	4	5	
Riittävästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Riittämättömästi

30. Suhteiden hoitaminen median edustajien ja poliisin välillä on mielestäni

	1	2	3	4	5	
Sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jäykkää
Helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vaikeaa
Hyödyllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Turhaa

31. Suhteiden hoitaminen sidosryhmien ja poliisin välillä on mielestäni

	1	2	3	4	5	
Sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jäykkää
Helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vaikeaa
Hyödyllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Turhaa

32. Poliisin henkilöstö työntekijöinä? (yleinen mielikuva)

	1	2	3	4	5	
Luotettavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäluotettavaa
Juostavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Joustatamontaa
Ahkerää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Laiskaa
Monipuolista ja osaavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Yksipuolista ja osaamatonta
Yhteistyökykyistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Yhteistyökyvyttöjä

33. Miten Itä-Suomen poliisin toiminta näkyy ulospäin seuraavissa kohdissa? Merkitse lähinnä mielikuvaasi oleva vaihtoehto: 1. erittäin hyvin, 2. melko hyvin, 3. ei hyvin, ei huonosti, 4. melko huonosti, 5. erittäin huonosti tai ei ollenkaan

	1	2	3	4	5
Poliisi on tärkeä sisäisen turvallisuuden tekijä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poliisin web-sivuja voisi kuvata onnistuneiksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poliisin sosiaalisen median käyttäminen toimii poliisissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poliisin kalustoa voisi kuvata siistiksi ja puhtaaksi sillä liikuttaessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poliisin toimintaa voisi kuvata hyvähenkiseksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poliisi on innovoiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poliisia on helppo lähestyä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poliisissa on kiva työskennellä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Poliisin imago

34. Poliisin imago on työyhteisöni keskuudessa

	1	2	3	4	5	
Erittäin hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin huono

35. Annan poliisin imagolle kouluarvosanan

Valitse ▾

36. Onko poliisin hyvä imago sinulle tärkeä? Merkitse lähinnä oikea vaihtoehto.

	1	2	3	4	5	
Erittäin tärkeä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ei lainkaan tärkeä

37. Kuinka paljon omat mielikuvasi poliisista vaikuttavat omaan toimintaasi? Merkitse lähinnä oikea vaihtoehto.

	1	2	3	4	5	
Erittäin paljon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ei lainkaan

38. Kuinka paljon poliisin saama valtakunnallinen negatiivinen julkisuus viime aikaisissa tapauksissa vaikuttaa paikallisesti Itä-Suomen poliisin imagoon? Merkitse lähinnä oikea vaihtoehto.

	1	2	3	4	5	
Erittäin paljon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ei lainkaan

Mielikuvat arvoista

39. Millainen mielikuva sinulla on poliisin noudattamista arvoista Itä-Suomen poliisissa? Merkitse lähinnä mielikuvaasi oleva vaihtoehto: 1. erittäin hyvä, 2. melko hyvä, 3. ei hyvä, ei huono, 4. melko huono, 5. erittäin huono

	1	2	3	4	5
Oikeudenmukaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluperiaate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstön hyvinvointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40. Vastasin kysymyksiin

Valitse

41. Pidätkö poliisin imagotutkimusta tärkeänä?

Valitse

Kiitos vastauksistasi ja yhteistyöstä! Olet ollut osaltasi luomassa poliisin imagoa. Lopuksi "Klikkaa" lähetä painiketta.