

**POLIITTISTA VAIKUTTAMISTA VAI  
MONIPUOLISTA KERRONTAA?  
Suomen europarlamentaarikot kotisivuillaan**

Riikka Linna  
Pro gradu -tutkielma  
Puheviestintä  
Syksy 2005  
Viestintätieteiden laitos  
Jyväskylän yliopisto

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta <b>HUMANISTINEN</b>	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Linna, Riikka	
Työn nimi Poliittista vaikuttamista vai monipuolista kerrontaa? Suomen europarlamentaarikot kotisivuillaan	
Oppiaine Puheviestintä	Työn laji Pro gradu –tutkielma
Aika Syksy 2005	Sivumäärä 81+ 1 (liite)
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tämä tutkimus tarkastelee Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuja poliittisen vaikuttamisen ja itsensä esittämisen näkökulmasta. Tutkimus kartoittaa kotisivujen sisältöä sekä niiden käyttötarkoituksia.</p> <p>Tutkimuksen lähtökohtana on selvittää, millaisia kotisivuja Suomen europarlamentaarikoilla on. Internetin yleisö ja vaikutusvalta mediana kasvaa koko ajan, joten europarlamentaarikoiden kotisivujen kävijämäärätkin ovat todennäköisesti nousseet. Kotisivuilla on merkitystä imagon kannalta ja ne voivat toimia niin vaikuttamisen väylänä, tiedonvälityskanavana kuin itsensä esittelyn keinona. Internet antaa mediana mahdollisuuden kertoa sanottavansa itse. Tämä on tärkeää europarlamentaarikoille, koska yleensä toimittajien välikäsi seuloa mitä julkaistaan ja mitä ei.</p> <p>Tutkimuksen empiirisen osuuden laati tutkija itse tarkastelemalla europarlamentaarikoiden kotisivuja sisällönanalyysin avulla. Hän tutki sekä kirjallista asua että graafisia elementtejä, kuten kuvia ja väriä. Lisäksi hän lähetti sähköpostikyselyn europarlamentaarikoiden avustajille koskien kotisivujen päivitystä ja kävijämääriä. Tulosten perusteella tutkija sijoitti europarlamentaarikoiden kotisivut kolmeen tyyppiluokkaan: itsensä esittäjiin, poliittisiin vaikuttajiin ja monipuolisiin vaikuttajiin.</p> <p>Tutkimuksessa ilmeni, että Suomen europarlamentaarikoiden kotisivut ovat melko erityyppisiä keskenään. Sisältönsä mukaan ne pystyi kuitenkin tiivistämään kolmeen tyyppiin. Itsensä esittäjiin kotisivuilla keskityttiin itsensä esittämiseen ja poliittisten vaikuttajien sivuilla oltiin hyvin asiakeskeisiä. Monipuoliset vaikuttajat olivat tyyppi, jossa kaksi edellistä yhdistyvät. Se erosi poliittisista vaikuttajista lukijaystävällisyyden osalta, joka korostui tutkimuksessa vaikuttamisen osatekijänä vahvasti.</p> <p>Europarlamentaarikoiden kotisivut osoittautuivat olevan myös merkityksellinen viestintäkanava ja imagonkohottaja. Päätelemät vahvasti europarlamentaarikoiden avustajille teetetty kysely.</p>	
Asiasanat Puheviestintä, poliittinen vaikuttaminen, itsensä esittäminen, imago, vaikutelmien hallinta, europarlamentaarikko, kotisivu	
Säilytyspaikka	Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto
Muita tietoja	

# SISÄLLYS

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 EDUSTAJANA EUROOPAN PARLAMENTISSA</b>	<b>7</b>
2.1 Europarlamentti ja sen toiminta	7
2.2 Euroopan parlamentin vaalit	8
2.2.1 Alhainen eurovaali-innostus	8
2.2.2 Henkilövaalit ja ehdokkaiden julkisuus	10
<b>3 TUTKIMUKSEN TAUSTA</b>	<b>12</b>
3.1 Poliittinen vaikuttaminen	12
3.2 Imago	14
3.2.1 Imagon rakentuminen	14
3.2.2 Vaikutelmien hallinta	16
3.3 Imagot mediajulkisuudessa	17
3.3.1 Mediavälitteisen mielikuvan muodostuminen	17
3.3.2 Mediajulkisuus imagon muokkaajana	18
3.4 Kotisivut näkymisen areenana	19
3.4.1 Internet viestintäkanavana	19
3.4.2 Julkisuus kotisivuilla	20
3.4.3 Kotisivut viestintäkentällä	22
3.5 Itsensä esittäminen kotisivuilla	23
3.5.1 Näkökulmia itsensä esittämiseen	23
3.5.2 Itsensä esittämisen tapa	24
<b>4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN</b>	<b>28</b>
4.1 Tutkimuskysymykset	28
4.2 Tutkimusmenetelmä	29
4.2.1 Sisällönanalyysin laadinta ja suorittaminen	29
4.2.2 Aineiston valinta	32
4.3 Aineiston analyysi	33
4.3.1 Teoriasidonnainen sisällönanalyysi	33
4.3.2 Analyysin kulku	35
<b>5 TULOKSET</b>	<b>38</b>
5.1 Europarlamentaarikoiden kotisivut	38
5.1.1 Tulosten esityksestä	38
5.1.2 Johdatellen vai suoraan asiaan?	38
5.1.3 Kotisivujen koko	40
5.1.4 Kotisivujen väritys ja kuvat	41
5.2 Itsensä esittäminen	43
5.2.1 ”Kuka minä olen?”	43
5.2.2 Työ europarlamentaarikkona	44

5.2.3 Henkilökohtaisia asioita	48
5.2.4 Linkkilista	49
5.3 Poliittinen vaikuttaminen	50
5.3.1 Poliittisuus kotisivuilla	50
5.3.2 Eurooppa puheissa ja kirjoituksissa	53
5.3.3 Poliittiset tavoitteet	54
5.3.4 Voinko ottaa yhteyttä?	57
5.4 Kotisivut erilaisina tyyppinä	58
5.4.1 Kotisivujen tyypittely	58
5.4.2 Poliittiset vaikuttajat	59
5.4.3 Itsensä esittäjät	60
5.4.4 Monipuoliset vaikuttajat	61
5.5 Kysely europarlamentaarikoiden avustajille	62
<b>6 DISKUSSIO</b>	<b>64</b>
6.1 Julkiset kotisivut	64
6.2 Eurooppa keskeinen kotisivuilla	65
6.3 Itsensä esittäminen olennaista	66
6.4 Poliittiset teemat osin vahvoja	68
6.5 Vaikutelmien hallinta kotisivuilla	70
6.6 Puheviestintää kotisivuilla	73
6.7 Tutkimuksen arviointi	75
<b>KIRJALLISUUS</b>	<b>77</b>
<b>LIITTEET</b>	<b>82</b>
Liite 1	82

# 1 JOHDANTO

Medialla on suuri rooli politiikassa, sillä sen kautta saadaan näkyvyyttä ja kuuluvuutta. Oman sanan julki saaminen siinä muodossa, kuin sen on tarkoittanut, on kuitenkin joukkoviestintävälineiden välityksellä hankalaa. Toimittajien välikäsi muokkaa sanottavia, eikä viestinnän lopputulos ole aina asianosaisten kannalta suosiollisin.

Internet ja henkilökohtaiset kotisivut viestintäkanavana tarjoavat mahdollisuuden julkaista mielipiteitään ja ajatuksiaan vapaasti koko maailmalle. Poliitikoille tämän olettaisi olevan erityisen tärkeää, sillä vaikuttaminen ja ajamiensa asioiden ja aatteiden esille tuominen on olennainen osa heidän työtään.

Suomalaisista poliitikoista erityisesti europarlamentaarikot kiinnostavat minua ryhmänä. Heillä ei ole kovin hyvä maine, sillä esimerkiksi heidän korkeita palkkojaan ja työn merkityksellisyyttä kritisoidaan mediassa usein (ks. esim. IS 8.5.2004). Oletukseni perustelee myös jokaisissa eurovaaleissa toistuva suhteellisen alhainen äänestysprosentti.

Vuoden 2004 eurovaaleissa parlamenttiin haki useampi henkilö, joka oli tullut tutuksi muista kuin poliittisista ansioistaan. Tämä herätti keskustelua, kun mietittiin voiko kuka tahansa hakea Euroopan parlamenttiin. Onko kuka tahansa pätevä edustamaan Suomea parlamentissa? (ks. mm. HS Mielipide 1.6.2004 & 8.6.2004, HS 4.6.2004, 14.6.2004, IS 2.6.2004, IL 24.4.2004.) Mielenkiintoni Suomen europarlamentaarikkoja kohtaan kasvoi tähän aikaan entisestään. Koska graduni oli vaalien aikaan vielä suunnitteluvaiheessa, päädyin valitsemaan vuonna 2004 valitut Suomen europarlamentaarikot tutkimukseni kohderyhmäksi.

Vaikuttamismahdollisuudet kotisivuilla kiinnostavat minua kovasti. Huomattuani kaikilla Suomen 14 europarlamentaarikoilla olevan internetissä omat laajat kotisivut, tutkimukseni aineisto oli selvä. Halusin selvittää, millaisia kotisivuja europarlamentaarikoilla on. Pyritäänkö niillä vaikuttamaan poliittisesti vai onko sivut

laadittu lähinnä itsensä esittämistä (self presentation) varten. Sivustojen väliset erot ja yhtäläisyydet myös kiinnostivat.

Tutustuttuani vaikutelmien hallintaan, innostuin kotisivujen mahdollisuuksista imagojen rakentajina. Henkilön teot ja toiminta vaikuttavat mielikuvaan hänestä, joten voidaan olettaa, että kotisivuillakin, jotka ovat kaikkien luettavissa, on merkitystä annetun vaikutelman kannalta. Goffmanin (1971, 69) mukaan henkilöt voivat luoda itsestään ihannevaikutelman painottamalla joitain tosiseikkoja ja häivyttämällä toisia. Kotisivuilla vaikutelman luomisen voisi ajatella olevan helpompaa, koska viestintä on suunniteltua. Erilaisten painotusten lisäksi onkin kiinnostavaa tutkia, millaisia kotisivuja europarlamentaarikoilla ylipäänsä on, entä millaisia vaikutelmia ne luovat lukijoille.

Tutkimukseni näkökulmaksi muotoutui lopulta europarlamentaarikkojen kotisivujen painotusten tarkastelu. Kysymyksiin puettuna tutkimuskehitykseni kuulostaa seuraavalta. Korostetaanko kotisivuilla itseä vai työtä? Entä ovatko sivut selvästi europarlamentaarikon, vai johdattavatko ne uskomaan jotain muuta? Ovatko kotisivut poliittisen vaikuttamisen väline?

Tässä tutkimusraportissa esittelen aluksi taustaa ja perusteluja aiheelleni aiempien europarlamentaarikoista tehtyjen tutkimusten valossa. Kerron myös yleensä Euroopan parlamentin toiminnasta. Tämän jälkeen siirryn käsittelemään aiheeni kontekstia, poliittista vaikuttamista. Seuraavaksi esittelen puheviestinnän ja yhteisöviestinnän imago- ja vaikutelman hallinta -teorioita. Tutkimukseni taustoituis jatkuu aiheilla internet ja kotisivut tutkimusympäristönä. Esittelen muun muassa aiempia tutkimuksia kotisivuista. Menetelmä- ja tulos -osioiden kautta siirryn pohtimaan omien tutkimustulosteni merkitystä.

## **2 EDUSTAJANA EUROOPAN PARLAMENTISSA**

### **2.1 Europarlamentti ja sen toiminta**

Euroopan parlamentissa on 2004 vaalien jälkeen yhteensä 732 jäsentä, jotka valittiin 25 jäsenmaasta. Edustajien vaalikausi on viisi vuotta. Parlamentaarikoiden tärkeimpiä ja konkreettisimpia tehtäviä ovat osallistuminen komission puheenjohtajan ja jäsenten valintaan sekä yhteisön talousarvion vahvistaminen. Lisäksi parlamentti osallistuu lainsäädäntötyöhön: se voi erimielisellä lausunnolla vaikeuttaa neuvoston päätöksentekoa. Se osallistuu myös uusien jäsenehdokkaiden hakemusten käsittelyyn: parlamentin enemmistön on oltava uuden jäsenvaltion liittymisen kannalla. Europarlamentaarikot voivat esittää neuvostolle ja komissiolle myös kirjallisia ja suullisia kysymyksiä vastattavaksi. Parlamentilla ei ole kuitenkaan itsenäistä aloitevaltaa, vaan ylin lakiasäätävä elin on neuvosto. (Kempainen 2002, 43.)

Parlamentin työskentelyyn kuuluu kaksi päävaihetta: täysistunnon valmistelut ja varsinainen täysistunto. Täysistunnon valmistelu tapahtuu parlamentin valiokunnissa, jotka ovat erikoistuneet tiettyyn Euroopan unionin toiminnan alaan. Myös poliittisissa ryhmissä käsitellään asioita. Varsinaisessa täysistunnossa parlamentti käsittelee ehdotettua lainsäädäntöä ja äänestää tarkistuksista. Myös neuvoston tai komission tiedonantoja ja kysymyksiä voi olla esityslistalla. Täysistuntoja pidetään kerran kuukaudessa. (Euroopan yhteisöt, 2003)

#### **Suomen europarlamenttiedustajat**

Suomesta valittiin vuoden 2004 vaaleissa Euroopan parlamenttiin 14 edustajaa, mikä on kaksi vähemmän kuin edellisvaaleissa. Keskustasta ja kokoomuksesta meni läpi neljä ehdokasta, sosiaalidemokraateista kolme, vasemmistoliitosta, ruotsalaisesta kielipuolueesta ja vihreästä liitosta yksi ehdokas. Ehdokkaista puolet ovat uusia tulokkaita Euroopan parlamentissa, mutta poliittista taustaa, toimijana tai asiantuntijana löytyy jokaiselta (ks. HS 15.6.2004).

Suomesta valitut jäsenet eivät edusta suomalaisia puolueitaan Euroopan parlamentissa, vaan he kuuluvat erilaisiin parlamentissa toimiviin ryhmiin. Yhteensä parlamentissa on edustettuna 160 poliittista puoluetta, jotka jakautuvat näihin monikansallisiin ryhmiin. Myös sitoutumattomia jäseniä on. Ryhmien lukumäärä ja jäsenmäärät voivat muuttua vaalikauden aikana useitakin kertoja loikkausten tai uusien ryhmien perustamisen myötä. (Euroopan parlamentin tiedotustoimisto 2004.)

Suomalaiset europarlamentin edustajat kuuluvat seuraaviin poliittisiin ryhmiin. Keskustasta valitut Anneli Jäätteenmäki, Hannu Takkula, Paavo Väyrynen ja Kyösti Virrankoski sekä Ruotsalaisen kansanpuolueen (RKP) Henrik Lax edustavat Euroopan liberaalidemokraattien liiton ryhmässä (ALDE). Kokoomuksen Piia-Noora Kauppi, Eija-Riitta Korhola, Alexander Stubb ja Ville Itälä kuuluvat Euroopan kansanpuolueen ja Euroopan demokraattien ryhmään (EPP-ED). SDP:stä valitut Riitta Myller, Reino Paasilinna ja Lasse Lehtinen kuuluvat Euroopan parlamentin sosiaalidemokraattiseen ryhmään (PSE). Vihreiden Satu Hassi vaikuttaa Euroopan parlamentin vihreissä/ Euroopan vapaa allianssi -ryhmässä (Verts/ALE) ja vasemmistoliiton Esko Seppänen Euroopan yhtynyt vasemmisto/ Pohjoismaiden vihreä vasemmisto -ryhmässä (GUE/NGL). Ryhmien lyhenteet tulevat joko niiden englannin- tai ranskankielisistä nimistä. Parlamentin jäsenestä käytetään yleisesti ”meppi” -nimitystä, joka tulee englanninkielisestä lyhenteestä ”MEP” eli Member of the European Parliament. (Euroopan parlamentin tiedotustoimisto 2004.) Tässä tutkimuksessa käytän kuitenkin perinteisempää europarlamentaarikko -nimitystä.

## **2.2 Euroopan parlamentin vaalit**

### **2.2.1 Alhainen eurovaali-innostus**

Euroopan unioni on vahvistunut institutionaalisesti ja poliittisesti, mutta eurokansalaisten kannatus ei ole ollut kovin vahvaa. Europarlamenttivaalien äänestysprosentit ovat pysyneet alhaisina kaikissa europarlamenttivaaleissa. Esimerkiksi vuoden 1999 eurovaaleissa äänesti alle 50 prosenttia eurokansalaisista ja Suomessa vain 31,4 prosenttia. (Pekonen 2000, 29.) Alhainen äänestysprosentti



herätti tuolloin keskustelua, puolueiden toimintaa pohdittiin ja kritisoitiin erityisesti (Tschokkinen 2000, 123). Vuoden 2004 vaaleissa Suomessa äänestettiin hieman vilkkaammin, äänestysprosentti oli 41,1, mutta vieläkään ei voida puhua suuresta kannatuksesta.

Syitä alhaiselle äänestysprosentille on monia. Eurokansalaiset eivät usko europarlamentin kykyyn suojata omia etujaan. Kansalaiset myös pitävät Euroopan unionia sekä europarlamenttia monimutkaisena päätöselimenä ja etäisenä itsestään. Usein ihmisillä ei ole kuitenkaan EU-asioista paljon tietoa. Lisäksi euroidentiteetin heikkous ja puute vaikuttavat alhaiseen äänestysaktiivisuuteen. Luonnollisestikin eurokriittisyys ja euroidentiteetin puuttuminen vaikuttavat vaali-innostuksen alhaisuuteen. (Pekonen 2000, 29.)

Europuolueiden on sanottu olevan kansallisten puolueiden lisäkkeitä, joten niiden on ollut vaikea kehittää omaa profiilia (Pekonen 2000, 29). Euroopan parlamentin vaaleja kutsutaankin usein politiikan tutkimuksessa toisen asteen vaaleiksi, mikä viittaa toisarvoiseen asemaan kansallisiin vaaleihin nähden. Osallistuminen ja äänestysaktiivisuus jäävät vähäiseksi, kun vaaleilla ei koeta olevan merkitystä. (Tschokkinen 2000, 125-126.)

Yksi alhaista vaali-innostusta selittävä teoria on kansansuvereniteettiteoria, jonka mukaan kansanvallan katsotaan pohjaavan kansan mahdollisuuteen vaihtaa vallassa olevia vaaleilla. Eurovaaleissa tällaista mahdollisuutta ei ole. Siksi Euroopan Unionin tulisi pystyä osoittamaan kansalle, että se ratkaisee tärkeitä ongelmia ja europarlamentilla on päätöksenteossa olennainen rooli. Europuolueiden tulisi myös löytää vahvempi oma identiteetti. Usein eurovaalien aikana edustajat korostavat kansallisia kysymyksiä ja kansallista etua, vaikka heidän tulisi keskittyä eurooppalaisen äänestäjäkunnan asioihin. (Pekonen 2000, 29.) Tilanne on sama myös muualla Euroopassa, kotimaan teemat ovat vallalla eurovaaleissa. Vuoden 2004 vaaleissa vanha kuvio toistui, lehdet kirjoittivat aiheesta tiuhaan äänestyspäivän lähenyessä 14.6. (ks. mm. HS 19.5., 10.6., 11.6.2004).

Demokratiavaje viittaa europarlamentin heikkouteen Euroopan unionin ainoana kansan valitsemana elimenä. Tällaisen vajeen paikkaaminen vaatisi Pekosen (2000,

29) mukaan suuria muutoksia. Europarlamentille tulisi antaa enemmän valtaa ja europarlamentaarikoiden pitäisi tuntea olevansa vastuussa euro- eikä kansallisille puolueilleen. Tällaiset uudistukset tarkoittaisivat vallan vähenemistä sen nykyisiltä haltijoilta. (Pekonen 2000, 29). En usko tällaisten muutosten olevan kovinkaan haluttuja Suomessa, saati muualla Euroopassa. Onko europarlamentaarikoiden siis mahdollista saada kansan luottamusta, vai pysyykö imago nykyisen kaltaisena?

Tarvetta kansalaisten ja edustajien etäisten välien hoitamiseen on. Euroopan Unionin päätöselimetkin ovat ottaneet asian huomioon. Suhdekomissaari Wallström hoitaa Euroopan unionin ja kansalaisten välejä sekä yrittää lähentää heitä toisiinsa. Wallströmin mukaan imagonkohottajalle on tarvetta juuri nyt erityisen paljon, kun kansanäänestyksissä päätetään Euroopan unionin perustuslaista. Wallström arvostelee lisäksi poliitikkoja, jotka ovat asettaneet itsensä jalustalle kansalaisiin nähden. (HS 24.11.2004.)

### **2.2.2 Henkilövaalit ja ehdokkaiden julkisuus**

Eurovaaleja on luonnehdittu useimmin puolue- ja henkilövaalien yhdistelmäksi, mutta toisaalta henkilöpainotteisuus tulee paljon selvemmin esille kuin esimerkiksi eduskuntavaaleissa. Eurovaaleissa on suhteellisen vähän ehdokkaita ja koko maa on yhtenä vaalipirinä, jolloin valtakunnallisesti tunnetut henkilöt pääsevät esille. (Tschokkinen 2000, 131-132.) Valituksi tuleminen myös edellyttää menestystä koko maan kattavassa vaalipiirissä, ellei ehdokkaalla ole hyvin voimakasta alueellista kannatusta (Sundell, Lumme & Hellsten 2000, 151). Toisaalta julkisuus ei aina ole poliitikon eduksi, kuten huomattiin vuoden 2004 eurovaaleissa. Useista niin kutsutuista julkkisehdokkaista kohistiin paljon esimerkiksi iltapäivälehdissä, mutta lopulta vain yksi muusta kuin poliittisesta julkisuudesta tunnettu henkilö (Lehtinen) tuli valituksi, ja hänelläkin on poliittista taustaa.

Eurovaaleissa on edeltävinäkin vuosina ollut mukana niin kutsuttuja julkkisehdokkaita. Tschokkinen (2000, 138) kirjoittaa vuoden 1999 vaaleista: "... ehdokasasettelusta puuttui myös kunnianhimoa: mukana oli "vilttiketjuväkeä", vaikka edustajiksi valikoituikin päteviä henkilöitä. Myös ehdokasasetteluun olisi

kiinnitettävä enemmän huomiota. Ehdokkaille tärkeitä ominaisuuksia ovat muun muassa aito kiinnostus Euroopan parlamentin työtä kohtaan, poliittinen kokemus tai poliittinen kunnianhimo ja valtakunnallinen tunnettavuus.”

Edellisissä vaaleissa tilanne on ollut samankaltainen, kuin vuonna 2004: mukana on ollut monenlaisia ehdokkaita, mutta pätevät ovat valikoituneet. Voisiko olla niin, että vaalien kiinnostamattomuus vain lisääntyy, kun epäpätevät, muista kuin poliittisista ansioista tunnetut ehdokkaat hakevat parlamenttiin? Pidetäänkö parlamenttia merkityksettömänä, kun sinne voi hakea ”kuka tahansa”? Tschokkisen (2000, 138) ajatus on kiinnostava: ”On kylläkin mielenkiintoista millaiseksi puolueiden poliittinen viesti muotoutuu, mikäli puolueet henkilöityvät tyyppeihin, joiden kanssa yhteistoimintaa ei puolueissa pidetä erityisen merkittävänä. Puolueen poliittinen viesti voi saada tällöin ristiriitaisia elementtejä, ja eurovaalien merkitys saattaa jäädä äänestäjille nykyistäkin epäselvemmäksi.”. Mielestäni tämä kommentti iskeytyy hyvin vuoden 2004 eurovaaleihin. Mitä niin kutsutuilla julkkisehdokkailla tavoiteltiin?

## 3 TUTKIMUKSEN TAUSTA

### 3.1 Poliittinen vaikuttaminen

Vaikuttaminen on tietoista toimintaa, jonka tavoitteena on yksinkertaisesti muuttaa yhden tai useamman ihmisen asenteita tai käyttäytymistä. Vaikuttajan omat asenteet ovat aina jossain määrin osa vaikuttamisprosessia. (Reardon 1991, 3-5.)

Vaikuttaminen on lisäksi molemminpuolista. Sekä vaikuttajalla että vaikutettavalla on oma osansa. Vaikutettava muokkaa vaikuttamista antamalla palautetta vaikuttajalle. (Reardon 1991, 209.) Jos ajatellaan esimerkiksi kotisivuja vaikuttamisen kanavana, voidaan ajatella, että palautteenantomahdollisuudet tekevät vaikuttamisesta molemminpuolista.

Vaikuttaminen on läsnä kaikkialla politiikassa. Se on poliittisen vuorovaikutuksen keskeisin tähtäin ja koko prosessin ydin. (Mutz, Sniderman & Brody 1996 Dillardin ja Marshallin 2003, 480 mukaan.) Näin tyhjentävästi osa poliittisen viestinnän tutkijoista määrittelee vaikuttamisen merkittävyyden poliittisessä vuorovaikutuksessa. Vaikuttaminen on todellakin suuri osa politiikkaa. Kysehän on aloitteista, ehdotuksista ja lopulta päätösten tekemisestä. Jotta muut saadaan oman kannan taakse, on pystyttävä vaikuttamaan mielipiteisiin. Lisäksi politiikka on vaikuttamista erityisesti vaalikampanjoinnin aikana. Ehdokkaiden on saatava äänestäjät puolelleen.

Reardonin (1991) mukaan poliittisen vaikuttamisen kaksi suurinta osa-aluetta ovat äänestäjien vakuuttaminen ja poliittisten asioiden vaikuttava esittäminen.

Kummassakin on kyse mielipiteiden tai asenteiden varmistamisesta tai muuttamisesta. Reardon (1991, 208) korostaa, että poliittisessa vaikuttamisessa on tärkeää tietää, kuinka äänestäjät ajattelevat. Miten he ymmärtävät poliittista informaatiota, mihin he perustavat ajattelunsa ja mistä he pitävät mielipiteissään kiinni. Poliittisten ehdokkaiden on puolestaan pystyttävä ajan tasalla seuraamalla mediaa, heidän on tiedettävä, miten luoda uskottava kuva äänestäjien silmissä sekä

seurattava, mitä asioita äänestäjät arvostavat ehdokkaassaan. Poliittinen vaikuttaminen on kaiken kaikkiaan tarkkaa ja aikaa vaativaa työtä.

Poliittista viestintää on tutkittu muun muassa konstruktivismiin (ks. Kelly 1955) kautta. Konstruktivismiin perusajatus on, että todellisuus koetaan subjektiivisesti. (Infante, Rancer & Womack 1997, 455.) Uudet tilanteet ja kokemukset heijastuvat omien aiempien kokemusten kautta. Henkilökohtaiset konstruktiot vaikuttavat siihen, miten asioita kokee. Esimerkiksi europarlamentaarikon kotisivuille mennessään lukija heijastaa näkemäänsä aiempiin kokemuksiinsa poliitikosta tai kotisivuista. Henkilökohtaiset konstruktiot vaikuttavat tapaan, millä tavalla henkilö havainnoi poliittisia ehdokkaita tai poliittisia viestejä (Infante, Rancer & Womack 1997, 455). Periaatteessa jokainen kokee siis sivut omalla tavallaan. Myös äänestyspäätöstä tehdessään henkilö heijastaa näkemäänsä aiempiin kokemuksiinsa.

Vaikka ihmiset tekevät esimerkiksi äänestyspäätöksiä skeemojen pohjalta, monet luottavat Reardonin (1991, 200) mukaan ehdokkaan uskottavuuteen. Myös Sallisen (1987, 147) mukaan luotettavuus vaikuttaa olevan yksi keskeisimpiä poliittisen vaikuttamisen selittäjiä. Se liittyy erottamattomasti poliitikon vaikutusvoimaan.

Reardon (1991, 200) kuitenkin lisää, että ihmiset, jotka eivät ole politiikasta kiinnostuneita, luottavat juuri uskottavuus-kriteeriin. Poliittisesti aktiivit ihmiset taas kiinnittävät enemmän huomiota ehdokkaan asiaan, kuin persoonaan. Koska uskottavuus ja luotettavuus ovat vaikutelmia eli ihmisten omia käsityksiä ja mielikuvia, en tule arvioimaan poliittista vaikuttamista europarlamentaarikoiden kotisivuilla tästä näkökulmasta. Kiinnitän huomiota tutkimuksessani sisällöllisiin tekijöihin.

### **Poliittiset asiat**

Äänestyspäätökseen vaikuttamisen lisäksi toinen merkittävä poliittisen vaikuttamisen prosessi on ihmisten vakuuttaminen jostain poliittisesta asiasta. Laveasti määriteltynä poliittinen asia on mikä tahansa asia, joka luo konflikteja jollain tavalla yhteen kuuluvien ihmisten välille. Tässä yhteydessä yhteenkuulumisella tarkoitetaan yhteistä työpaikkaa, asuinalueita, äänestysaluetta tai kotimaata. Poliittinen asia on siis sellainen, josta yhteenkuuluvilla ihmisillä on mielipiteitä ja josta on tehtävä

jonkinlainen päätös. (Reardon 1991, 204.) Poliittinen asia vaikuttaa yhteenkuuluvien ihmisten elämään. Kansallisella tasolla tällaisia ovat yhteiskunnalliset asiat, mutta ei tule unohtaa, että politiikkaa on myös pienemmillä tasoilla.

Poliitikon tai ehdokkaan valitsevat poliittiset asiat vaikuttavat siihen, millaiseksi hänet nähdään (Reardon 1991, 204). Jos esimerkiksi ehdokas ajaa voimakkaasti jotain tiettyä asiaa, hänet myöhemmin tunnetaan ja muistetaan siitä. Reardonin (1991, 205) mukaan on vaikea ennustaa, mitkä poliittiset asiat nousevat keskeisiksi. Joskus tapahtumat saattavat saada niin paljon medialta huomiota, että ne nousevat puheenaiheeksi. Media houkuttaa näin ihmiset keskustelemaan jostain asiasta, ja siitä muodostuu vähitellen keskeinen poliittinen asia. Medialla onkin politiikassa suuri rooli juuri keskustelun herättäjänä.

## **3.2 Imago**

### **3.2.1 Imagon rakentuminen**

Imagoja eli mielikuvia on tutkittu viestinnän kentällä paljon. Puheviestinnän näkökulmassa kuitenkin puhutaan enemmän vaikutelmien hallinnasta (impression management) tai vaikutelmien muodostumisesta kuin imagoista. Tuon tässä osiossa esille niin puheviestinnän kuin yhteisöviestinnän teorioita imagoihin liittyen. Haluan esitellä myös yhteisöviestinnällisen näkökulman, koska se luo katsauksen ilmiön mediapaonotteisempaan tarkasteluun. Internet mediana on oleellinen tekijä tutkimuksessani ja siksi näkökulman esittelemine myös tärkeää.

Imagon muodostuminen ihmisten mieliin riippuu aina vähintään kahdesta tahosta, siitä, joka viestii ja siitä, joka tekee tulkintansa viestien perusteella. Kun nämä kaksi osapuolta kohtaavat toisensa ja heidän välillään on vuorovaikutusta, saa toinen osapuoli informaatiota toisesta mielikuvan muodostamisen pohjaksi. Viestin lähettäjä siis antaa vastaanottajalle rakennusaineet, joista tämä sitten muokkaa käsityksensä hänestä. (Karvonen 1999, 51.)

Edellä kuvattu vuorovaikutustapahtuma pohjustaa muun muassa Bouldingin (1973) sekä Nimmon ja Savagen (1976) näkemystä imagosta. Tässä mielikuvien muodostumisen yksinkertaisessa mallissa on kaksi osapuolta, A (toimija/kohde) ja B (havaintaja). A:sta leviää tarkoituksella tai tahattomasti informaatiota B:n ulottuville, minkä perusteella B muodostaa käsityksensä A:sta. Tahattomasti leviävä informaatio tarkoittaa esimerkiksi nonverbaalista viestintää, johon A ei voi itse niin paljon vaikuttaa. Tällainen tahaton viestintä kuitenkin vaikuttaa osapuolen B muodostamaan mielikuvaan A:sta. (Boulding 1973 ja Nimmo & Savage 1976 Karvosen 1999, 52 mukaan.)

Goffman (1971) kuvaa mielikuvien muodostumista saman esimerkin kautta mutta korostaen vuorovaikutuksen osuutta. Myös tämä teoria perustuu siihen, että ihmiset antavat itsestään tietoisesti ja tiedostamattaan informaatiota. Goffmanin (1971, 11-12) mukaan ennakkotieto vaikuttaa uusiin vaikutelmiin vahvasti. Mikäli ennakkoon tietoa ei ole, ensivaikutelma ohjaa vaikutelman muodostumista. (Goffman 1971, 11-12.) Loppujen lopuksi havainnoija kuitenkin tukeutuu tulkintoihin ja päätelmiin (Goffman 1971, 13).

Tulkinnat ja päätelmät syntyvät, kun ihminen peilaa havaintojaan aiempiin tietorakenteisiinsa eli skeemoihinsa. Yleensä kohteesta tullut informaatio aktivoi siihen sopivan skeeman, johon kuulumattomiin asioihin ei enää kiinnitetä huomiota. (Karvonen 1999, 53, 55.) Voidaan siis ajatella, että kun jonkun asian on tottunut näkemään tietyllä tavalla, sitä ei voi nähdä enää toisin. Mikäli jokin havaittu kohde ei vastaa jo olemassa olevaa skeemaa, aiheuttaa se ihmiselle hämmennystä (Karvonen 1999, 53, 55). Esimerkiksi henkilö on oppinut tuntemaan poliitikon mediassa tietynlaisena tyyppinä ja hänen kotisivuille mennessään yllättyy, kun imago on toisenlainen. Tämä saattaa aiheuttaa aluksi kummastusta, mutta henkilö voi suhteuttaa uuden informaation aiempiin skeemoihinsa ja muodostaa ehkä näin uudenlaisen mielikuvan poliitikosta.

Ihmiset huomaavat havaitsemisissaan kohteissa usein vain ennakko-oletuksia tukevat seikat ja heidän voi olla vaikea nähdä muuta, kuin heidän tietorakenteensa eli skeemansa edellyttävät (Karvonen 1999, 61). Skeemaan voidaan kuitenkin sovittaa uusia asioita. Se varastoi ja järjestää aiempaa kokemusta sekä ohjaa havaintoja ja

kokemuksia. Kulttuurinen kokemus myös vaikuttaa skeemojen muotoutumiseen. (Leino 1987, 39-40.)

### 3.2.2 Vaikutelmien hallinta

Goffman (1971) erottelee vaikutelmien hallinnassa voimakkaasti eleet, joita yksilö tekee tahallisesti ja tahattomasti. Joukkoon liittyessään yksilön pyrkimys luoda hyvä vaikutelma on vahva. Tietämättään ihmiset kuitenkin laskelmoivat vaikutelman luomista etukäteen vaikka eivät sitä tiedostaisikaan. Tosin muut ihmiset osaavat odottaa hyvän ensivaikutelman luomista. (Goffman 1971, 13-14, 16-17.)

Goffman (1971, 26-27) korostaa sitä, että yksilön tulee uskoa itse luomaansa vaikutelmaan. Vain näin hän saa muut uskomaan itseään. Goffmanin mielestä yksilö luo esityksen vaikutelmaa antaessaan. Goffman (1971, 124) jakaa yksilön esiintymisissä julkialueen ja tausta-alueen. Julkialue tarkoittaa niitä piirteitä, joita yksilö tähdentää ja tausta-alue taas peiteltyjä. Tausta-alueella yksilö on tavallaan "oma itsensä". Dramatisoimalla esityksensä saa välittymään oikealla tavalla (Goffman 1971, 40). Dramatisointi voi olla tiedostettua tai tiedostamatonta. Käytännössä sitä voisi verrata nonverbaaliseen viestintään. Goffmanin (1971, 126) mukaan ihmisillä on useita eri rooleja, mutta tausta-alueella he voivat rentoutua eikä heidän tarvitse esittää mitään. Vaikutelmien hallinnan yleisimpiä teknisiä keinoja ovat juuri julki- ja tausta-alueen käyttäminen (Goffman 1971, 126).

Ihmiset, jotka ovat korkealla statuspyramidissa, eivät voi olla tausta-alueella paljon. Tämä johtuu siitä, että tällaiselta henkilöltä odotetaan useammin hyveellistä ja kohteliasta käyttäytymistä. Vain harvojen joukossa he voivat olla tuttavallisia. (Goffman 1971, 146.) Esimerkiksi europarlamentaarikoille haasteen voi ajatella olevan suuri. He ovat statukseltaan melko korkeassa arvossa ja heidän täytyy vetää roolia usein. Julkisuudessa vaikutelmienhallinta on haasteellisempaa.

Yksilön ottaessa vakiintuneen sosiaalisen roolin esittääkseen, huomaa usein, että julkisivu on jo olemassa. Uutta julkisivua harvoin muodostuu, koska se on usein yksi vakiintuneiden julkisivujen joukosta. (Goffman 1971, 39.) Esimerkiksi aiemmin



kansanedustajana toiminut uusi europarlamentaarikko päättää ottaa uuden julkisivun esiintymiseensä. Todennäköisesti julkisivu ei ole uusi, koska poliitikon roolissa julkisivut saattavat muistuttaa vahvasti toisiaan.

Jos ajatellaan vaikutelman hallintaa yksilön kannalta kotisivuilla, voidaan ajatella että esityksen voi suunnitella täysin, jolloin myös tahattomilta viesteiltä välttyy. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa, sillä osin tahattomia, nonverbaalisia viestejä näkee myös kotisivuilla. Niitä voi havaita muun muassa väreistä, kuvien koosta ja tyylistä, multimedia-elementeistä, kirjoituksen tyylistä sekä linkeistä ( ks. mm. Papacharissi 2002a, 654-655.) Ensivaikutelmien muodostajana nonverbaalisella viestinnällä onkin suuri merkitys (Infante, Rancer & Womack 1997, 221).

### **3.3 Imagot mediajulkisuudessa**

#### **3.3.1 Mediavälitteisen mielikuvan muodostuminen**

Mediavälitteisessä imagon rakentumisen mallissa toimijan A ja havaitsijan B väliin tulee media informaation välittäjäksi. Toimittajat kohtaavat toimijan A, tulkitsevat sitä ja välittävät käsityksensä havaitsijoille B, tai tässä asetelmassa vastaanottajille. Ihmiset siis muodostavat käsityksiä joukkoviestimistä saamiensa vaikutelmien pohjalta. Merkitysten tuottamisen ja vaihtamisen kiertokulku ei kuitenkaan pääty tähän, vaan ihmiset jakavat edelleen omia tulkintojaan toisilleen. (Karvonen 1999, 78.)

Toimija tai kohde voi olla henkilö, laitos tai yhtiö, melkein mikä tahansa. Sillä on käsitys tai tulkinta itsestään, ja näkemys siitä, miltä se haluaisi näyttää. Jo toimijan pelkkä oleminen tai normaali toiminta tuottaa informaatiota, jota toimittajat tulkitsevat. Tämä tieto, jota pelkkä olemassaolo tuottaa, muodostuu siitä, mitä asioita tulee julki tai mitä päästetään julkisuuteen. Toimija voi tosin vaikuttaa itsestään muodostuvaan vaikutelmaan valitsemalla ne asiat, joiden haluaa tulevan yleiseen tietoon. Se voi valita, antaako itsestään mahdollisimman todenmukaisen kuvan vai

mahdollisimman suotuisan kuvan. Paras yhtälö on luonnollisesti se, että todenmukainen ja suotuisa kuva sulautuvat yhteen. (Karvonen 1999,78.)

Mediavälitteisessä mielikuvien muodostuksessa on huomioitava, että tiedotusvälineet eivät ole suinkaan passiivinen välittäjä. Media on hyvinkin aktiivinen, sillä se tulkitsee lähteestä tulevaa informaatiota omien tietorakenteidensa pohjalta omia tarkoituksiperiään varten. Se tuottaa tietoa yleisön tulkittavaksi tietyistä näkökulmasta, eli se kykenee ohjaamaan yleisön mielenkiintoa. (Karvonen 1999, 79.)

### **3.3.2 Mediajulkisuus imagon muokkaajana**

Uimosen (1996, 23) mukaan imagot ovat nykyään niin vahvasti osa mediaa, että julkisesta keskustelusta voidaan sanoa muodostuneen mielikuvilla tapahtuvaa vaikuttamista. Ikävalko (1996) puolestaan korostaa mediajulkisuuden olevan ylivertainen näkymisen areena ja siksi sen hyödyntäminen omien intressien ajamiseksi on keskeinen vaikuttamiskeino julkisuudessa toimiville. Mediajulkisuutta suositaan erityisesti siitä syystä, että se tavoittaa nopeasti moninkertaisen yleisön. Se koetaan lisäksi vakuuttavammaksi, tehokkaammaksi sekä arvokkaammaksi kuin esimerkiksi mainonta. Yksi syy tällaiselle olettamukselle on se, että uutisen täytyy läpäistä monta seulaa ennen kuin se menee julkisuuteen. Itse tuotetulla tai maksetulla mainoksella ei ole samanlaista arvoa. (Ikävalko 1996, 170-172, 194.) Mediajulkisuus ei toimi kuitenkaan suoraviivaisesti, sillä huono julkisuus voi toimia itseään vastaan. Esimerkiksi vuoden 2004 eurovaaleissa oli ehdolla useita julkisuuden henkilöitä. Vaikka osa heistä sai merkittävästi huomiota mediassa, eivät he tulleet valituiksi.

Mediajulkisuudessa toimittajalla on aina valta muuttaa ja muokata toimitettavan jutun ydinasioita tai otsikointia. Toimitus saattaa myös kommentoida uutista tai tuottaa sen omasta näkökulmastaan. (Ikävalko 1996, 178-179.) Näin ollen mediajulkisuuden laatuun ei voi aina luottaa. Tulos ei ole välttämättä asianosaisen kannalta mieluinen. Uimosen (1996, 18-19) mukaan julkisuudessa esiintyvä ottaa aina riskin ryhtyessään yhteistyöhön tiedotusvälineiden kanssa. Median tuottamat mielikuvat jäävät nimittäin herkästi elämään ihmisten ajatuksissa ja puheissa.

Ikävalko (1996) huomauttaakin, että toimittajien lisäksi tulkinnanvaraa on lukevalla tai näkevällä yleisöllä.

### **Poliittiset imagot**

Uimosen (1996, 19) mukaan imagoilla ja mielikuvilla on poliittinen ja kaupallinen merkitys. Esimerkiksi poliitikot ovat käyttäneet lehtiä poliittisten mielikuvien rakentelussa niin kauan kuin niitä on ollut olemassa. Poliitikkoja ja puolueita markkinoidaan ympäri maailmaa niin kuin mitä tahansa tuotetta. Poliitikoista on tullut merkkituotteita, joita eivät enää erota toisistaan aate ja ideologia, vaan mielikuvat ja suunniteltu imago. Toisaalta, eivätkö aatteet ja ideologia osaltaan tuota mielikuvia ja imagoita? Uimosen (1996, 22) mukaan tällaisten asioiden merkitys länsimaisten ihmisten elämässä on vähentynyt. Poliitikassa ei riitä enää aate, vaan poliitikot pistävät imagonrakennukseensa huomattavia summia rahaa. Ilmiö on ehkä ollut pisimpään vallalla Yhdysvalloissa, jossa se on edelleen voimakkaimmillaan. (Uimonen 1996, 22.)

## **3.4 Kotisivut näkymisen areenana**

### **3.4.1 Internet viestintäkanavana**

Chandlerin (1998, 3) mukaan internet on huomattavasti laajempi joukkoviestinnän muoto kuin mikään printtimedia. Ryder (1998) puolestaan vertaa internetiä muihin joukkoviestimiin ja huomauttaa, että se on käytettävissä sekä tiedon tuottajille että kuluttajille yhtä aikaa. Mikään muu media ei tarjoa tällaista mahdollisuutta. Verkkoa käytetään muun muassa tiedonhakuun, yhteydenpitoon, asiointiin ja surffailuun. Sosnovskin (1998, 129) mukaan internetistä onkin muotoutumassa yhä tärkeämpi väline myös yhteiskunnallisessa vaikuttamisessa. Yrittäjien ja mainostajien sivuilla vierailijoihin on pyritty vaikuttamaan alusta alkaen. Miksei internet voisi toimia vaikutuskanavana myös muilla sivuilla?

Internet eroaa monella tapaa muusta mediasta. Käsittelen aihetta kotisivujen kohdalla erikseen, mutta tuon ensin esille www-tekstin lukemiseen liittyviä seikkoja, jotka

erottavat viestintäväliseen muista. WWW-tekstille ominainen piirre on intertekstuaalisuus, eli mahdollisuus linkittää tekstejä toisiinsa. Tämä helpottaa lukemista ja siirtymistä sivuilla tekstistä toiseen. WWW-teksti on omalla tavallaan myös pysymätöntä, muuttuvaa, epäennustettavaa sekä epälineaarista, koska sillä ei ole selkeää alkua ja loppua. (Mitra & Cohen 1998, 183-185.)

Teksti on www-sivuilla hajanaista ja vapaata, minkä vuoksi sen lukeminen tarvitsee erilaista ja aktiivisempaa otetta (Mitra & Cohen 1998, 187). Myös Sosnovski (1998, 135-136) korostaa internetissä surffailun olevan valikoiva ja epälineaarinen lukutapa. Lisäksi muille sivuille johdattavat linkit vaativat etsimään lisää tietoa ja toisaalta määrittelevät sen, mitä lukija saa selville. (Mitra & Cohen 1998, 187.)

WWW-teksti ei ole pelkkää kirjoitusta, vaan merkittävä piirre on myös multimediaalisuus. Sivuille voi tekstin lisäksi laittaa esimerkiksi kuvia ja audiovisuaalista materiaalia. Pelkkä teksti ei luo merkityksiä, vaan muu materiaali vaikuttaa myös niiden syntyyn. (Mitra & Cohen 1998, 187.) Sivuille surffailussa on havaittu myös kiinnitetävän enemmän huomiota graafisiin elementteihin kuin tekstiin (Sosnovski 1998, 135-136).

### **3.4.2 Julkisuus kotisivuilla**

Internet on maailmanlaajuinen viestintäkanava, jota käytetään yhä useampaan tarkoitukseen. Kotisivuja on ollut ihmisillä jo internetin alkupäivistä lähtien. Monista henkilöistä saa kattavasti tietoa kotisivuilta, joilla he esittelevät itsensä.

Kotisivujen erikoinen piirre on se, että ne ovat yhtä aikaa julkisia ja henkilökohtaisia esityksiä. Yksityinen henkilö on internetissä esillä koko maailmalle. Meyrowitzin (1985, 93) mukaan uusi media tällä tapaa sekoittaa julkisen ja yksityisen rajoja. Internet ja kotisivut mahdollistavat sen, että kuka tahansa voi viestiä koko maailmalle. Näin ollen yleisö voidaan määritellä myös joukkoviestinnän tuottajaksi, eikä enää pelkästään kuluttajaksi (Dominick 1999, 646).

Tämä uusi näkökulma on avannut kotisivututkimukselle aivan uuden ulottuvuuden, ja tutkimuskenttä on viime vuosina alkanut vilkastua. Dominick (1999) on tutkinut kotisivuja itsensä esittelyn muotona. Hän esimerkiksi vertaa interpersonaalisen esittelyn tapoja kotisivujen kontekstiin. Papacharissi (2002a, 2002b) on taas selvittänyt, mitä sivujen elementeillä pyritään viestimään ja miten ne toimivat itsen esittämisen apuna. Lisäksi Papacharissi on tutkinut kotisivujen käyttötarkoituksia ja sitä, miten persoonallisuuden piirteet vaikuttavat itsestä kertomiseen internetissä.

### **Kotisivujen käyttötarkoitukset**

Kotisivuja on olemassa laidasta laitaan. Toiset muistuttavat lyhyttä yleispätevää esittelyä, kun toiset ovat hyvinkin tyhjentäviä, henkilökohtaisia kuvauksia itsestä. Ammatilliset ja henkilökohtaiset intressit saattavat myös sekoittaa. (Erickson 1996.) Ihmiset käyttävätkin kotisivuja moniin eri tarkoituksiin. Ne toimivat muun muassa julkisina ansioluetteloina, luovuuden kanavina, poliittisten vakaumusten ilmentäjinä ja keinona tutustua muihin ihmisiin. (Dominick 1999, 647.) Papacharissin (2002b, 346) mukaan sivut voivat olla myös tiedottamisen väylä tai keino pitää yhteyttä ihmisiin.

Erickson (1996) pitää käyttötarkoituksia syvällisempinä. Hänen mielestään henkilökohtaisten kotisivujen tarkoitus ei ole julkaista tietoa, vaan rakentaa identiteettejä. Hyödyllinen informaatio on hänen mukaansa vain sivuvaikutus. Internet on väylä, joka auttaa yksilöitä rakentamaan omakuvia käyttäen tietoa apunaan. Kotisivut voidaan nähdä näin ollen tekijöiden identiteettien heijastumina.

Kotisivuilla on kuitenkin yksi yhteinen käyttötarkoitus, eli itsensä esittäminen (self presentation). Papacharissin (2002a, 643) mukaan yhä useammat ihmiset ylläpitävät kotisivuja esittääkseen itsensä internetin maailmanlaajuiselle yleisölle. Tähän tarkoitukseen kotisivun ylläpito onkin suhteellisen edullinen, käytännöllinen ja monipuolinen tapa. Itsensä esittämisen internetissä voi rakentaa tekstiä, kuvia, audiovisuaalista materiaalia, animaatioita ja ääntä hyödyntämällä. Voidaan siis sanoa, että internet antaa mahdollisuuden esittää itsensä multimedian avulla, mikäli tekniset taidot tähän riittävät.

### 3.4.3 Kotisivut viestintäkentällä

Kotisivut ovat asynkronista eli viiveellistä viestintää. Silti kotisivuja usein verrataan kasvokkain tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Sandbothen (1996 Chandlerin 1998, 4 mukaan) mielestä henkilön kotisivut ovat vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa, vaikka hän ei itse olisi paikalla.

Chandler (1998, 4) ei kuitenkaan vertaisi kotisivuja kasvokkaisviestintään. Hän perustelee väitettään ensinnäkin sillä, että kotisivut eivät tarjoa lukijoille sitä tilanteellista todellisuutta, joka on läsnä ihmisten tavatessa toisensa. Esimerkiksi kaikki ulkoiset vihjeet ja nonverbaalinen ilmaisu puuttuvat. Viestinnän asynkroninen luonne taas muistuttaa enemmän kirjallista viestintää, kuten kirjeitä tai päiväkirjaa. Lisäksi kotisivujen mahdollinen laaja yleisö erottaa ne kahdenvälisestä viestinnästä. Tämän viimeisen seikan huomioon ottaen, Chandler vertaa kotisivuja mieluummin joukkoviestintään.

Nonverbaalisen viestinnän puutetta kotisivuilla voidaan kuitenkin kritisoida. Kotisivut eivät ole pelkkää tekstiä, vaan ne on luotu erilaisiksi ja eri näköisiksi. Tällaisilla vihjeillä saatetaan pyrkiä ilmaisemaan persoonallisuutta (ks. Papacharissi 2002a, 2002b). Toisaalta välttämättä näiden vihjeiden antamista ei huomaa, jolloin nonverbaalinen viestintä kotisivuilla on tiedostamatonta. Kaikin puolin voisi sanoa, että kotisivujen viestintä ei ainakaan ole pelkästään verbaalista.

Kotisivut ovat omanlaisensa media. Ne muistuttavat enemmän julkaistua tekstiä kuin kasvokkaisviestintää, mutta eivät vastaa täydellisesti sitäkään. WWW-tekstin ominaisuudet erottavat kotisivut painetusta tekstistä. Sivuja voi linkittää toisiinsa ja tekstiä voi muokata vaikka päivittäin. Kotisivut kuuluvatkin käyttömuotonsa ja ominaisuuksiensa vuoksi myös audiovisuaalisen median piiriin. (Chandler 1998, 4-5.)

#### **Kotisivujen määritelmiä**

Chandlerin (1998,1) mukaan kotisivut vastaavat kysymykseen: kuka minä olen? Määrittely on kattava, sillä kaikki kotisivut kertovat niiden tekijästä enemmän tai vähemmän. Yksityiskohtaisempiin määrittelyihin ovat menneet muun muassa

Dominick (1999) ja Papacharissi (2002), joiden ajatukset ovat mielestäni myös ajankohtaisia ja käytettäviä.

Dominickin (1999, 651,655) mukaan tyypillinen kotisivu koostuu lyhyestä esittelystä, tekijän kuvasta, sähköpostiosoitteesta ja keskimäärin kolmesta linkistä muille sivuille. Yksityisten henkilöiden kotisivuilla ei yleensä esitetä vahvoja mielipiteitä tai kannanottoja, eikä olla luovia. Sen sijaan kotisivuilla on yleistä kertoa harrastuksista, mielenkiinnon kohteista ja itsestä. Lyhyiden esittelyiden lisäksi ansioluetteloita tai työnkuvauksia käytetään paljon. Perheestä tai puolisoista saattaa olla lyhyt maininta. Linkit muille sivuille ja palautteenantomahdollisuudet, kuten sähköposti, lomakkeet, kävijälaskurit tai vieraskirjat ovat myös suosittuja.

Papacharissi (2002b, 354-355) määrittelee, millainen on eloisa ja vuorovaikutuksellinen kotisivu. Eloisuudessa tekstin määrä suhteessa graafisiin elementteihin on olennainen tekijä. Hyvin eloisa kotisivu sisältää erillisen etusivun, tervetuloa -sivun, useita graafisia kuviota, paljon kuvia sekä mahdollisesti animaatioita ja tekstiä, joka on jaoteltu kategorioihin tai eri sivuille. Tällaisella sivulla graafiset elementit ja teksti toimivat ikään kuin vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Interaktiivisuuden kotisivuilla vaikuttavat puolestaan puhuttelumuofo, palautteenanto-mahdollisuuksien määrä ja kirjoitustyyli, jonka ääripäinä ovat kerronnallinen muoto ja ranskalaiset viivat. Tyypillinen hyvin interaktiivinen kotisivu sisältää kyselyitä tai palautteenantolomakkeita sekä tekijän yhteystiedot. Teksti on kerronnallista ja se puhuttelee yleisöä. Tekijä myös esittelee itsensä ja sivut, selittämällä niiden tarkoituksen ja kuvailemalla niiden sisältöä.

### **3.5 Itsensä esittäminen kotisivuilla**

#### **3.5.1 Näkökulmia itsensä esittämiseen**

Kotisivut toimivat yleensä muodossa tai toisessa itsensä esittämisen tapana. Sivujen tekijällä on mahdollisuus valita, millaista tietoa hän itsestään antaa. Itsensä esittämisen tutkimuksessa on sovellettu esimerkiksi interpersonaalisen viestinnän

teorioita (ks. Dominick 1999, Goffman 1970, Papacharissi 2002a,b). Näiden on huomattu pätevän myös kotisivujen kontekstissa. Dominickin (1999, 648) mukaan itsen esittämisessä on eroja sukupuolten välillä. Naisilla on tapana paljastaa itsestään enemmän henkilökohtaisia asioita kuin miehillä, jotka taas osoittavat mielellään pätevyyttä ja kyvykkyyttä.

Benigerin (1987, 364-365) mukaan medioitu viestintä pyrkii personoimaan viestintäänsä ja siten jäljittelemään interpersonaalista viestintää. Käytännössä tämä tapahtuu kohdentamalla, häivyttämällä varsinaisen yleisön kokoa ja luomalla intiimiyden vaikutelmaa. Voidaan olettaa, että sama pätee www-sivuilla. Isotalus (1998, 155) myös lisää, että henkilökohtaisilla kotisivuilla pyrkimys synnyttää kontakti käyttäjän kanssa on todennäköinen. Ovathan kotisivut esimerkiksi vaaliehdokkaalle mahdollisuus viestiä suoraan äänestäjälle, ilman toimittajan välikäyttä.

Kotisivut voidaan nähdä myös virtuaalisen minän rakentamisena. Sivuille kootaan aiheita, jotka tekijä kokee tärkeäksi sekä esitellään ihmisiä tai asioita, joita pidetään merkittävänä. (Chandler 1998, 7). Turklen (1996, 258) mukaan tekijän identiteetti ilmenee ihmisistä, jotka hän tuntee ja tietää. Linkeistä taas selviää, millainen persoona tekijällä on. Tämä väite perustuu Turklen havaintoon, että linkit kootaan omien mielenkiinnon kohteiden mukaan. Näin ollen niiden voidaan sanoa kuvastavan tekijän persoonaa.

### **3.5.2 Itsensä esittämisen tapa**

Dominick (1999, 647) korostaa kotisivujen merkitystä interpersonaalista näkökulmasta. Hänen mielestään kotisivut tarjoavat uusia mahdollisuuksia itsensä esittämiseen. Tällä hän viittaa vaikutelmien hallintaan, joka on ihmisten pyrkimys vaikuttaa käsityksiin, joita muilla heistä on. Vaikutelman hallinta voidaan määritellä myös tavaksi, jolla ihmiset esittävät itsensä ja vastaavat muiden esityksiin (Metts & Grohskopf 2003, 358). Itsestä muodostettavilla vaikutelmilla saattaa olla suuri merkitys esimerkiksi sosiaalisessa elämässä, minkä vuoksi monet kiinnittävät niihin huomiota ja pyrkivät hallitsemaan niitä. Kotisivut voidaan nähdä tarkkaan



rakennettuna itsen esityksenä, koska tekijällä on valta hallita, mitä asioita hän tuo itsestään esille. (Dominick 1999, 647.)

Goffmanin (1971, 45) mukaan yksilö pyrkii esittäytyessään tuomaan itsestään yhteisön virallisesti tunnustamat arvot esille. Ihannevaikutelma luodaan painottamalla joitain tosiseikkoja ja häivyttämällä toisia (Goffman 1971, 69). Voidaan ajatella, että verkkosivuilla tällainen ihannearvojen, ei välttämättä omien arvojen, tunnustaminen on helpompaa, koska viestintä on suunniteltua. Goffmanin (1971, 58) mukaan on hyvin yleistä, että ihannearvoja tavoitellaan ja että ristiriidassa näiden kanssa olevia piirteitä pyritään peittämään tai vaimentamaan.

Dominickin (1999, 655) mukaan itsen esittäminen on tehokkaimmillaan, kun kohderyhmän arvot ja mieltymykset otetaan huomioon. Tästä toimivat hyvänä esimerkkinä kotisivujen palautteenantomahdollisuuksien yleisyys. Sivujen tekijät käyttävät niitä ottaakseen selvää yleisöstään. Chandler (1998, 11) painottaa kotisivuilla asiansa esittämisen tyyliä ja tapaa. Kotisivut ovat usein väylä ilmaista omia ajatuksia tai mielipiteitä, mutta sanomaansa ei voi mukauttaa kuitenkaan jokaisen lukijan mukaan.

Dominick (1999, 648) on soveltanut tutkimuksissaan Jonesin (1991, 177-200) laatimia itsensä esittämisen strategioita. Ne on johdettu interpersonaalista tilanteista, ja esitetään tässä suosituimmuusjärjestyksessä.

1. *Mielistelevä*. Tavoitteena on olla pidetty. Toisille kerrotaan kohteliaisuuksia ja hieman negatiivisia asioita itsestä. Vaatimattomuus, tuttavallisuus ja humoristisuus ovat kuvaavia piirteitä.
2. *Kyvykäs*. Tavoitteena on tulla huomioduksi kyvykkäänä ja pätevä. Tyypillisiä piirteitä ovat ilmaisut kyvyistä, saavutuksista ja suorituksista.
3. *Pelottava*. Voima on tällaisten ihmisten tavoite. Tyypillisiä piirteitä ovat uhkailut, vihan ilmaisut sekä epämiellyttävyys.
4. *Esimerkillinen*. Halu osoittaa moraalista ylemmyyttä tai korkean moraalin standardia. Tyypillistä on olla ideologisesti sitoutunut, taisteluhaluinen, uhrautuminen sekä itsekuri.

5. *Anova*. Tavoitteena on osoittaa olevansa hoivan tai avun tarpeessa.

Tyypillistä on alistuvuus ja avun tarpeen osoitukset.

Dominickin (1999, 655) mukaan myös internetissä mielistely on yleisin itsen esittämisen muoto. Muilta haetaan hyväksyntää ja muita pyritään miellyttämään. Kotisivut ovat siinä mielessä helppo itsen esittämisen tapa, että tekijä ei voi menettää kasvojaan. Koska internetissä ei välttämättä saa suoraa palautetta yleisöltä, ei tarvitse miettiä millä tavalla itsensä esittelee. Kotisivuilla voi myös esiintyä anonyyminä.

### **Kotisivujen elementit persoonan ilmentäjinä**

Kotisivujen ylläpitäjät käyttävät useita erilaisia suunnitteluvälineitä itsensä esittämiseen, houkutelakseen sivuilleen kävijöitä sekä saadakseen palautetta (Papacharissi 2002a, 646, 654). Myös esittämisen tyyli, rakenne ja asettelu ovat vapaasti tekijän valittavissa. Näillä seikoilla, eli laajasti määriteltynä kotisivujen elementeillä on merkitystä, koska ne saattavat usein kertoa sivujen tekijästä enemmän kuin esimerkiksi pelkkä teksti. Johtopäätöksiä tekijän persoonasta voidaan tehdä kirjoituksen sävystä ja tyylistä (Miller 1995 Chandlerin 1998, 9 mukaan). Tutkimukset ovat myös osoittaneet, että esimerkiksi linkkilistan tai muiden teknisten ominaisuuksien avulla pystytään selvittämään nonverbaalisia viestejä. (Papacharissi 2002a, 644.)

Linkit kertovat tekijästä paljon, sillä ne kuvastavat tekijän mielenkiinnon kohteita sekä yhdistävät hänet tiettyihin asioihin ja ihmisiin. Niillä saatetaan myös osoittaa sosiaalista statusta, koska tavallisimmat statuksen osoittajat kuten esimerkiksi ulkonäkö puuttuvat internet-ympäristössä. Kielenkäyttö ja -sävy, värit, fontit ja tilankäyttö kotisivuilla kertovat puolestaan tekijän persoonallisuudesta. (Papacharissi 2002a, 654-655.)

Symbolien käyttö kotisivuilla on myös merkittävää. Ikonit, kuvat, sivujen värit, linkit ja palautetavat ovat sivuilla tärkeitä tunteiden välittäjiä ja kotisivujen tekijät valitsevat ne välittääkseen tietyn tunnelman tai sävyn. (Papacharissi 2002b, 362.) Palautteenantomahdollisuudet, kuten sähköposti, vieraskirja ja laskurit osoittavat puolestaan halua interpersonaaliseen vuorovaikutukseen ja toisaalta sosiaaliseen

hyväksyntään. Esimerkiksi vieraskirjan käyttö voidaan tulkita jopa hyväksynnän pyyntönä. (Papacharissi 2002a, 654-655.)

### **Europarlamentaarikot kotisivuillaan**

Isotalus (1998, 156) on tarkastellut Suomen ensimmäisten europarlamenttivaaliehdokkaiden kotisivuja vuonna 1996. Tutkimuksessa keskityttiin analysoimaan ehdokkaiden itsensä esittämistä, sivujen vuorovaikutuksellisuutta, mahdollisia suostuttelukeinoja sekä sivujen ulkoasua (Isotalus 1998, 159).

Tuloksista ilmeni, että euroehdokkaiden kotisivuilla kerrottiin usein enemmän ehdokkaasta ja hänen persoonastaan kuin hänen ajamistaan asioista tai näkemyksistä (Isotalus 1998, 160). Puhuttelun ja vuorovaikutuksellisuuden osalta huomattiin eroja. Toiset pyrkivät rakentamaan suhdetta sivujen käyttäjiin, kun toiset kohdensivat vähemmän ja jotkut eivät lainkaan. (Isotalus 1998, 165.) Kuvien funktio sivuilla vaikutti olevan kasvojen tutuksi tekeminen. Suurin osa kuvista oli kasvokuvia. (Isotalus 1998, 165-166.) Sivujen poliittinen merkitys oli Isotaluksen (1998, 169.170) mukaan vähäinen. Ennemmin kotisivujen tekeminen oli ehdokkaalle teknologisen valveutuneisuuden osoittamista.

Isotalus (1998, 157) kuitenkin mainitsi kotisivujen olevan erinomainen mahdollisuus kertoa itsestään miten haluaa ja antaa näin sellainen vaikutelma kuin haluaa. Itsensä esittämiseen liittyy kiinteästi se, kuinka paljon itsestä antaa informaatiota. Se myös vaikuttaa interpersonaalisen suhteen intiimiyteen ja myönteinen kertominen lisää puhujan attraktiivisuutta. Isotalus näin ollen viittaa siihen, että kotisivuilla olisi paljon mahdollisuuksia, joita ei välttämättä hyödynnetä. Hän toivookin kirjoituksessaan kehityksen vievän myös vaaliehdokkaiden sivuja eteenpäin (Isotalus 1998, 170). Onkin huomioitava, että Isotaluksen tutkimus on suoritettu yhdeksän vuotta sitten, minä aikana internetin kehitystä on tapahtunut merkittävästi.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 4.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymykseni muotoutuivat tutustumalla aiempiin kotisivuista tehtyihin tutkimuksiin ja pohtimalla europarlamentaarikoiden mahdollisia kotisivujen käyttötarkoituksia. Viestinnän kentällä on aiemmin tutkittu lähinnä yksityisten henkilöiden ylläpitämiä kotisivuja (ks. mm. Chandler 1998, Dominick 1999, Papacharissi 2002). Suomalaisista puheviestinnän tutkijoista Isotalus (1998) on tosin tarkastellut myös euroehdokkaiden kotisivuja.

Tutkimuskysymyksiäni on kolme ja koen, että saan niillä vastauksia kysymyksiin, jotka minua europarlamentaarikoiden kotisivuilla askarruttavat. Kysymysten taustalla vaikuttavat sellaiset asiat, kuten kotisivujen käyttötarkoitukset ja -mahdollisuudet sekä poliittinen vaikuttaminen.

#### 1. Tutkimuskysymys:

Millaisia ovat Suomen europarlamentaarikoiden kotisivut?

#### 2. Tutkimuskysymys

Millä tavalla Suomen europarlamentaarikot esittävät itsensä kotisivuillaan?

#### 3. Tutkimuskysymys

Millä tavalla poliittinen vaikuttaminen ilmenee Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuilla?

Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä: ”*Millaisia ovat Suomen europarlamentaarikoiden kotisivut?*” pyrin kartoittamaan kotisivuja. Haluan selvittää, ovatko europarlamentaarikoiden kotisivut samankaltaisia vai erilaisia. Entä millä tavalla sivut eroavat toisistaan jos eroavat? Onko sivuilla esimerkiksi samanlaisia sisältöjä, entä onko ulkoasuissa eroja. Ensimmäinen

tutkimuskysymykseni pohjustaa kahta jälkimmäistä, jotka ovat ehkä tutkimukseni kannalta merkityksellisemmät.

Toisella tutkimuskysymyksellä: ”*Millä tavalla Suomen europarlamentaarikot esittävät itsensä kotisivuillaan?*” haluan selvittää europarlamentaarikoiden itsensä esittämisen tapaa, koska tämä on Chandlerin (1998) mukaan yleensä kotisivujen keskeisin sisältö. Haluankin tarkastella, kuinka olennainen osa sivuja itsensä esittäminen on ja miten se tehdään. Korostavatko parlamentaarikot esimerkiksi poliittista rooliaan, itseään henkilönä vai itseä mielenkiinnon kohteiden tai harrastusten kautta? Minua myös kiinnostaa tietää, tuleeko itsensä esittämisessä europarlamentaarikon rooli selkeästi esille. Tällä tutkimuskysymyksellä saan selville, tulevatko europarlamentaarikot niin sanotusti lähelle kansaa, sillä itsensä esittäminen antaa henkilöstä läheisen vaikutelman.

Kolmannella tutkimuskysymyksellä: ”*Millä tavalla poliittinen vaikuttaminen ilmenee Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuilla?*” haluan taas tutkia poliittisen vaikuttamisen osuutta sivuilla. Korostuuko poliittinen vaikuttaminen ja onko erityisesti Eurooppaa koskeva politiikka keskeistä? Kaikki europarlamentaarikot ovat olleet mukana Suomen politiikassa enemmän tai vähemmän, joten haluan tietää keskitytäänkö sivuilla nykyisen uran mukanaan tuomiin asioihin vai edelleen Suomen asioiden käsittelyyn. Kolmannella tutkimuskysymyksellä saan selville, hyödyntävätkö europarlamentaarikot poliittisen vaikuttamisen mahdollisuutta kotisivuillaan. On myös mielenkiintoista selvittää, mitä poliittisia aiheita käsitellään, Eurooppaan vai Suomeen liittyviä.

## **4.2 Tutkimusmenetelmä**

### **4.2.1 Sisällönanalyysin laadinta ja suorittaminen**

Olen valinnut tutkimusmenetelmäkseni Suomen europarlamentaarikoiden kotisivujen sisällönanalyysin. Tarkastelen sivuja itse. Mietin vaihtoehtona myös havainnoijaryhmää, jota olisin pyytänyt tarkastelemaan sivuja. Koin kuitenkin, että

ihmisiä olisi hankala saada suostumaan tällaiseen tutkimukseen, koska tarkastelu on hyvin aikaa vievää. Europarlamentaarikoiden sivut ovat laajoja ja ennen kuin niitä osaa lukea nopeasti, on niillä vierailtava useamman kerran. Kaikki sivut ovat hyvin erityyppisiä ja ne vaativat erilaista lukutapaa.

Ennen kuin päädyin valitsemaan aineistokseni www-sivut, pohdin myös monia muita vaihtoehtoisia tutkimusmenetelmiä. Harkitsin mediaseurantaa, poliitikkojen televisioesiintymisen havainnointia, kyselyitä ja haastatteluja. Edelliset tutkimusmenetelmät kuitenkin hylkäsin niiden hankalan toteuttamisen sekä niillä saavutettavan tiedon johdosta. Televisiossa ei esitetä paljon ohjelmia, joissa europarlamentaarikot esiintyvät. Heitä olisi myös hankala saada haastateltaviksi, sillä he ovat ymmärrettävistä syistä todella kiireisiä. Samasta syystä hylkäsin kyselyn tekemisen. Europarlamentaarikot eivät välttämättä koskaan saisi kyselyä ahtaiden sähköpostilaatikoiden tai kirjepostin suuren määrän vuoksi. Mediaseurantaa, esimerkiksi sanomalehtien kirjoittelun seuraamista en kokenut itselleni mieluisaksi vaihtoehdoksi. Europarlamentaarikoiden henkilökohtaista vaikuttamista olisi hankala tutkia edellä mainituilla menetelmillä. En saisi tietoa, jota etsin käsiini, esimerkiksi haastatteluilla, kyselyillä, mediaseurannalla tai televisioesiintymistä havainnoimalla. Ottaen huomioon tutkimuskysymykseni ja aiheeni, koen että tutkimusmenetelmäni on perusteltu.

Tutkimusmenetelmä on itse kehittelemäni sisällönanalyysi (Liite 1) europarlamentaarikoiden kotisivujen tarkastelua varten. Lomakkeella voi kerätä tietoa poliittisesta vaikuttamisesta ja itsensä esittämisestä kotisivuilla. Sisällönanalyysi pohjautuu aiempiin kotisivujen tutkimuksessa käytettyihin menetelmiin (ks. Chandler 1998, 20; Papacharissi 2002b, 354-355; Isotalus 1998, 159; Dominick 1999, 649-650). Edellä mainituissa tutkimuksissa käytetyt sisällönanalyysit eivät sovellu kuitenkaan julkisten henkilöiden kotisivujen ja vaikuttamisen tarkasteluun, joten en ole käyttänyt mitään menetelmistä niiden alkuperäisessä muodossa. Lomaketta laatiessani tein myös kartoituksen europarlamentaarikoiden kotisivuista keräämällä niiden sisäisten linkkien listat ylös. Näin sain määriteltyä aineiston, mikä helpotti lomakkeen laatimista. Sisällönanalyysini keskittyy tekstin ja kotisivujen ulkoasun tutkimiseen europarlamentaarikoiden kotisivuilla.

Ennen kotisivujen tarkastelun aloittamista, kokeilin lomakettani. Tätä testaamista voi mielestäni verrata pilottitutkimukseen, jota käytetään useimmin tutkimuskyselyn valmistelussa. Tarkoitukseni on tarkistaa näkökohtia ja korjata kysymysten muotoilua. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 200.)

Laatimani sisällönanalyysilomake koostuu eri elementeistä ja asioista, joita kotisivuilla yleensä on. Tarkoitukseni oli niiden avulla selvittää, millä tavalla itsensä esittäminen ja poliittinen vaikuttaminen on esitetty. Kävin sivuja läpi lomakkeen avulla ja kirjoitin kattavan kuvauksen jokaisesta elementistä tai asiasta, joka oli merkittävä aiheeni kannalta. Lomakkeen osioilla ”kotisivujen vapaamuotoinen kuvaus” sekä ”muita huomioitavia seikkoja” keräsin tietoa sivustojen ulkoasusta. Kaikkien europarlamentaarikoiden kotisivujen tarkastelun jälkeen vertailin niitä keskenään ja etsin niistä samankaltaisuuksia, eroja ja esittämisen tapoja.

Tarkastelin europarlamentaarikoiden kotisivuja ensimmäisen kerran joulukuussa 2004. Gradun tekoni jäi kuitenkin tauolle muutamaksi kuukaudeksi töiden vuoksi. Palasin tutkimukseni pariin huhtikuussa 2005, jolloin päivitin sisällönanalyysit. Kirjoitin jo tekemiini analyysihin lisäyksiä ja poistin joitain kohtia - kotisivuilla tapahtuneiden muutosten mukaan. Kaksi europarlamentaarikkoa, Lasse Lehtinen ja Eija-Riitta Korhola olivat muokanneet kotisivujensa ulkoasua huomattavasti. Heidän sivujensa sisällönanalyysit tein uudelleen. Sisällöt olivat kuitenkin pysyneet kutakuinkin samoina. Navigointia ja ulkoasua oli muutettu enemmän.

Halusin päivittää europarlamentaarikoiden kotisivujen sisällönanalyysit, koska koin että ”tuoretta” aineistoa on miellyttävämpi analysoida edelleen. Näin voin myös palata aineistoon ja tarkistaa joitain asioita, kun kotisivut löytyvät samanlaisina internetistä. Todennäköisesti sivut ovat tosin muuttuneet jälleen tutkimukseni valmistuessa, mutta tämä on kotisivuille ominainen piirre, joka on analyysissäkin otettava huomioon. Toisaalta se, että huomasin useiden europarlamentaarikoiden muokanneen kotisivujaan viiden kuukauden aikana, osoittaa kiinnostusta kotisivuihin ja niiden merkityksellisyyteen mediana.

#### **4.2.2 Aineiston valinta**

Aineistoni koostuu Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuista. Päätin valita analysoitavaksi kaikkien europarlamentaarikoiden sivut, sillä halusin, että otokseni on kattava. Olisi ollut hankalaa rajata aineistoa, koska se on lukumäärältään suhteellisen pieni, 14 sivustoa. Määrä ei kuitenkaan kerro koko totuutta, sillä useat europarlamentaarikot ovat keränneet sivuilleen aineistoa monien vuosien ajalta: jotkut sivustot ovat todella laajoja. Toisaalta, muutamilla europarlamentaarikoilla on melko yksinkertaiset ja pienikokoiset sivut. Aineisto on siis hyvin erilaatuista, - kokoista ja -tyyppistä. Kokonaisuudessaan se on mielestäni sopivan kokoinen otos tutkimukselleni.

Aineiston koon valinta varmistui aloitettuani sisällönanalyysit. Päätin tarkastella ensin yksiä sivuja jokaisesta kotimaan puolueesta, siten että naisten ja miesten sivuja on yhtä paljon. Näin näkisin, kuinka paljon sisällönanalyysini vievät aikaa ja kylläntyykö aineistoni nopeasti. Kylläntymisen eli saturaatio tarkoittaa sitä, kun aineisto alkaa toistaa itseään. Tiedonantajat eivät tuota tutkimukselle enää mitään uutta tietoa. Ajatuksena on, että tietty määrä aineistoa riittää tuomaan esiin sen teoreettisen peruskuvion, joka tutkimuskohteesta on mahdollista löytää. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 89.)

Huomasin kokeiluni jälkeen, että aineisto ei alkanut toistaa itseään, vaan tuotti aina jotain uutta. Kuvaileva sisällönanalyysini ei vienyt myöskään niin paljon aikaa kuin olin olettanut. Kaikkien Suomen europarlamentaarikoiden kotisivujen tarkastelu oli siis mahdollista.

#### **Aineiston kuvailu**

Suomen europarlamentaarikoilta löytyy internetistä useita sivustoja. Kullakin ehdokkaalla on kuitenkin vain yhden viralliset kotisivut. Muut sivut ovat usein puolueen tai muun vastaavan tahon alaisia esittelyitä. Käytän aineistonani näitä henkilökohtaisia sivuja, jotka olen löytänyt hakuohjelma Googlen ([www.google.fi](http://www.google.fi)) avulla. Keskityn tutkimuksessani pelkästään suomenkielisten kotisivujen tarkasteluun. En koe esimerkiksi englannin- tai ruotsinkielisten sivujen tarkastelun olevan olennaista tutkimukseni kannalta.



Aineistossa on sekä uusien että vanhojen, naisten ja miesten, eri puolueiden ja ryhmittymien edustajien sivuja. Vanhoja ja useamman kerran valittuja edustajia ovat Esko Seppänen (Vasemmistoliitto, GUE/NGL), Reino Paasilinna ja Riitta Myller (SDP, PSE), Piia-Noora Kauppi ja Eija-Riitta Korhola (Kokoomus, EPP-ED) sekä Paavo Väyrynen ja Kyösti Virrankoski (Keskusta, ALDE). Uusia tulokkaita ovat Satu Hassi (Vihreä Liitto, Verts/ALE), Alexander Stubb ja Ville Itälä (Kokoomus, EPP-ED), Anneli Jäätteenmäki ja Hannu Takkula (Keskusta, ALDE), Lasse Lehtinen (SDP, PSE) ja Henrik Lax (RKP, ALDE).

### **4.3 Aineiston analyysi**

#### **4.3.1 Teoriasidonnainen sisällönanalyysi**

Laadullinen tutkimus ei pyri tilastollisiin yleistyksiin. Yleensä kuvataan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, opitaan ymmärtämään tiettyä toimintaa tai annetaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 87.)

Sisällönanalyysi on yksi laadullisen analyysin muoto, joka auttaa järjestämään tutkimusaineistoa. Olen valinnut sen käytettäväksi kotisivujen tarkasteluun sekä tarkempaan tutkimiseen. Edellä esittelemälläni sisällönanalyysillä kerään tietynlaista tietoa europarlamentaarikoiden kotisivuilta. Sisällönanalyysi on myös keino, jolla järjestän alustavat tulokseni ja luon johtopäätökseni.

Sisällönanalyysi tarkoittaa kirjoitettujen, kuultujen tai nähtyjen sisältöjen analyysiä väljänä teoreettisena kehyksenä. Myös joukkotiedotuksen tuotteet lasketaan näihin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 86, 93.) Näin ollen kotisivujen analysointi sisällönanalyysillä on myös mahdollista, koska se kattaa alleen sekä tekstin että muut elementit. Sisällönanalyysissä etsitään tekstin merkityksiä ja aineisto saadaan järjestettyä johtopäätöksen tekoa varten (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105-106). Sisällön erittelystä sisällönanalyysi eroaa siinä, että edellisessä kuvataan aineistoa

kvantitatiivisesti. Sisällönanalyysillä pyritään kuvaamaan sisältöä sanallisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 107.)

### **Aineistolähtöinen, teoriasidonnainen ja teorialähtöinen analyysi**

Eskola (2001, 136-138) on jaotellut laadullisen analyysin muodot kolmeen luokkaan, joita ovat aineistolähtöinen, teoriasidonnainen ja teorialähtöinen. Jaottelussa korostuu teoreettisen merkitys laadullisessa tutkimuksessa. Aineistolähtöisessä analyysissä lähdetään luomaan teoriaa aineiston pohjalta. Tuomen ja Sarajärven (2002, 97) mukaan pyritään siihen, että millään aikaisemmalla tiedolla tai havainnolla tutkittavasta asiasta ei olisi vaikutusta analyysiin. Se pohjautuukin fenomenologis-hermeneuttiseen perinteeseen, jossa tutkija kirjoittaa ensin auki omat ennakkokäsityksensä aiheesta ja sitten tiedostaa ne analyysin aikana.

Teoriasidonnaisessa analyysissä on tiettyjä teoreettisia kytkentöjä. Teoria voi toimia apuna analyysin etenemisessä. (Eskola 2001, 137.) Analyysiyksiköt valitaan aineistolähtöisen analyysin tapaan aineistosta, mutta aikaisempi tieto ohjaa tai auttaa analyysiä. Aiemmillä tiedolla aiheesta on vaikutusta, mutta sitä ei testata analyysissä. Teoriasidonnaisen analyysin päättelyn logiikka on yleensä abduktiivista päättelyä: tutkijan ajattelussa vaihtelevat aineistolähtöisyys ja valmiit mallit. Hän yhdistelee näitä eri tavoilla ja voi saada aikaan jotain aivan uuttakin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 98-99.)

Teorialähtöinen analyysi on näistä kolmesta perinteisin, luonnontieteistä tutuimmaksi tullut malli. Se nojaa johonkin teoriaan ja tutkija saattaa esimerkiksi testata jotain mallia. Teoria ohjaa analyysiä täysin. Teorialähtöisen analyysin päättelyn logiikka nojaa usein deduktiiviseen päättelyyn, eli yleisestä tehdään yksittäistä. (Eskola 2001, 137-138; Tuomi & Sarajärvi 2002, 99-100.)

Teoriasidonnainen analyysi on lähinnä minun tutkimusasetelmaani. Olen käyttänyt teoriaa ja aiempia tutkimuksia apuna muodostaessani kotisivujen analyysiä. Käsitteet itsensä esittäminen ja vaikuttaminen ovat jo olemassa, enkä luo aineistosta uutta teoriaa. Toki voin löytää aineistostani myös jotain ennalta arvaamatonta ja merkittävää. Laadullinen analyysi antaakin mahdollisuuden joustavan tutkimuksen tekemiseen.

### 4.3.2 Analyysin kulku

Miles ja Huberman (1984, Tuomen ja Sarajärven 2002, 110 mukaan) ovat kuvanneet aineistolähtöisen analyysin kolmivaiheiseksi prosessiksi. Ensimmäinen vaihe on redusointi, eli aineiston pelkistäminen. Toisessa vaiheessa aineisto klusteroidaan, eli ryhmitellään ja kolmannessa abstrahoidaan eli käsitteellistetään. Teoriasidonnainen analyysi kulkee periaatteessa samaa rataa kuin aineistolähtöinen analyysi, koska se etenee aineiston ehdoilla. Teoreettisten käsitteiden luominen on ainut vaihe, joka erottaa nämä kaksi toisistaan. Teoriasidonnaisessa analyysissä teoreettiset käsitteet ovat jo tiedossa ilmiöstä. Aineistolähtöisessä ne tulee luoda. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 116.)

Eskola (2001, 141-153) on jaotellut laadullisen aineiston analyysin useampaan vaiheeseen. Hän on erityisesti keskittynyt kuvaamaan analyysin loppuvaihetta tarkemmin, eli käsitteellistäminen ei ole niin yksinkertainen prosessi kuin Miles ja Huberman (1984) sen ajattelevat. Koska haluan tehdä oman aineistoni analyysin mahdollisimman perusteellisesti, noudatan analyysissäni enemmän Eskolan analyysin kulkua. Halusin kuitenkin tuoda Milesin ja Hubermanin kolmivaiheisen analyysin esille, koska se toimii mielestäni loistavana johdantona Eskolan analyysille.

Aineiston pelkistäminen on siis ensimmäinen vaihe. Sitä ohjaa tutkimustehtävä. Kerätty aineisto koodataan tai litteroidaan ja siitä kirjataan keskeiset ilmaukset ylös. Tässä vaiheessa on myös päätettävä analyysiyksikkö, joka voi olla esimerkiksi sana tai lause. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 111-112.) Eskolan (2001, 144) mukaan aineistoa ei tulisi tässä vaiheessa vielä karsia, ainoastaan järjestellä uudelleen.

Toisessa vaiheessa siirrytään Eskolan (2001, 145) mukaan varsinaiseen analyysiin. Tutkija lukee aineistoaan ja tekee siitä tulkintansa. Siitä etsitään samankaltaisuuksia tai eroavaisuuksia kuvaavia käsitteitä. Samaa asiaa tarkoittavat käsitteet ryhmitellään luokaksi ja se nimetään sitä kuvaavalla sanalla. Luokitteluyksikkö voi olla ilmiön ominaisuus, piirre tai käsitys (Tuomi & Sarajärvi 2002, 112).

Toisen vaiheen voi toteuttaa monella eri tavalla. Tyypillisiä keinoja ovat Eskolan (2001, 146) mukaan teemoittelu ja tyypittely. Luokittelun on tarkoitus tiivistää aineistoa. Siksi luokkia ei suositella muodostettavan kymmeniä. Jos oletetaan, että aineistosta haluaa antaa monipuolinen kuva, tulee tiedonantajia olla suhteellisen paljon. Laadullisen tutkimuksen kannalta ei näin ollen ole suotavaa luoda esimerkiksi kuudesta haastateltavasta viittä luokkaa. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 92.)

Miles ja Huberman (1984 Tuomen ja Sarajärven 2002, 111 mukaan) määrittelevät kolmannen vaiheen käsitteellistämiseksi. Eskola (2001) esittelee viimeiset vaiheet kuitenkin laajemmin ja kattavammin, joten kuvaan prosessin loppuvaiheen hänen mukaansa. Tyypittelyn tai teemoittelun jälkeen jaoteltua aineistoa aletaan kirjoittaa auki. Riippuu tutkijan mielenkiinnosta, millä tavalla hän tässä vaiheessa etenee, kuvaako hän aineistoa tasapuolisesti vai nostaako esille erityisiä kohtia. Aineistosta voi esimerkiksi rakentaa tapauskuvauksia tai kertoa teemoittain tutkimuslöydöistä. (Eskola 2001, 147-148.) Seuraavaksi analyysi ja tulkinta kytketään teoriaan tai aikaisempiin tutkimuksiin (Eskola 2001, 150).

### **Tyypittely**

Edellä kuvasin analyysin kulkua tutkimuksessa. Toisen vaiheen, eli aineiston pelkistämisen voi suorittaa monella tavalla. Valitsin omaksi menetelmäkseni tyypittelyn, sillä se sopii kotisivujen kuvailuun mielestäni varsin hyvin. Eskolan ja Suorannan (1998, 182) mukaan tyypittelyssä aineistosta etsitään samankaltaisuuksia, jolloin se esitetään yhdistettyjen tyyppien avulla. Nämä tiivistävät aineistoa sekä kuvaavat sitä laajasti ja mielenkiintoisesti, mutta silti taloudellisesti. Laadullinen aineisto on usein ennen tyypittelyä kuvattu kuitenkin teemoittain. Analyysi tavallaan jatkuu pidemmälle, kun siitä rakennetaan erilaisia tyyppejä.

Tyypittely on melko vapaa tapa jaotella aineistoa. Tutkija voi itse päättää, millaisia tyyppejä hän aineistosta etsii ja kuinka monta. Eskola ja Suoranta (1998) erottavat (ainakin) kolme tapaa muodostaa tyyppejä. Yksi on autenttinen tyyppi, joka sisältää yhden vastauksen laajemmasta aineistosta. Yhdistetty, mahdollisimman yleinen tyyppi on toinen. Mukaan otetaan vain sellaisia asioita, jotka esiintyvät suuressa osassa aineistoa. Kolmas, eli mahdollisimman laaja tyyppi tarkoittaa todennäköistä

tyyppiä. Jotkut tyyppiin valitut asiat esiintyvät kenties vain yhdessä vastauksessa, mutta olisivat mahdollisia muissakin.

Aineistoni koostuu Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuista. Aion etsiä tyypillisimpiä kotisivuja. Tutkimustehtäväni ohjaavat analyysiä siltä osin, että huomion millä tapaa eri tyypeissä esitellään itseä ja millä tavalla vaikutetaan. Nämä ovat toisen ja kolmannen tutkimuskysymyksen keskeisimpiä sisältöjä.

## **5 TULOKSET**

### **5.1 Europarlamentaarikoiden kotisivut**

#### **5.1.1 Tulosten esityksestä**

Tässä osiossa esittelen aineistoni tulokset. Ensin esittelen ne yksityiskohtaisesti teemoittain ja tutkimuskysymyksiini vastaten. Tämän jälkeen kokoan tuloksista tyyppit. Olen etsinyt aineistostani, eli europarlamentaarikoiden kotisivuista, samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia sekä järjestellyt ne näiden perusteella tyyppeihin. Eskolan ja Suorannan (1999, 182) mukaan laadullinen aineisto on usein ennen tyyppittelyä kuvattu kuitenkin teemoittain. Analyysi tavallaan jatkuu pidemmälle, kun siitä rakennetaan erilaisia tyyppejä. Näin ollen koen, että tulosten esittäminen ensin teemoittain on aiheellista. Koen sen myös olevan tärkeää tutkimukseni luotettavuuden kannalta, koska tulokset perustelevat kokoamiani kotisivu -tyyppejä.

Kirjoitan tässä osiossa sisäisistä linkeistä, joilla tarkoitan verkkosivuilla useimmiten esiintyvää sivujen sisäistä linkkilistaa. Alasivuilla viitataan puolestaan sisäisten linkkien alaisiin sivuihin. Ulkoisilla linkeillä tai linkeillä tarkoitan ulkopuolisille sivuille vieviä linkkejä. Kirjoitan myös sivuista ja sivustoista, kummallakin termillä viitataan kotisivuihin.

#### **5.1.2 Johdatellen vai suoraan asiaan?**

Europarlamentaarikoiden kotisivujen aloitus- tai etusivu kertoo paljon (Liitteet 2-15). Siitä saa ensivaikutelman koko sivustosta sisäisten ja ulkoisten linkkien, yleisilmeen, johdannon, otsikoiden, värityksen ja kuvien perusteella. Keskityin sisällönanalyysissäni sekä tekstiin että sivujen väritykseen ja kuviin. Esittelen ulkoasua yleisilmeen ohessa, mutta keskityn myöhemmin pääteemoihini itsensä esittämiseen ja poliittiseen vaikuttamiseen.

Tarkastelin kotisivuja sen mukaan, miten niillä otetaan lukija vastaan. Toisilla sivuilla mentiin suoraan asiaan sen kummemmin toivottamatta lukijaa tervetulleeksi tai esittelemättä sivuja. Toisilla taas lukija huomioitiin heti alussa. Sivuiissa oli myös eroja kerronnan suhteen yleensä. Toisilla sivuilla ei määritelty tai avattu aihealueita, vaan periaatteessa sivut vain koostuivat erilaisista teksteistä. Toisilla sivuilla kerronta oli keskeistä, lukija huomioitiin niin, että hänen on helppo liikkua sivuilla ja hän tietää koko ajan missä mennään.

Suoraan asiaan ja vähän kerrontaa sisälsivät Paasilinnan (Liite 10), Väyrysen (Liite 15), Hassin (Liite 2), Myllerin (Liite 9) ja Itälän (Liite 3) kotisivut. Etusivuilla ei johdatettu lukijaa, muutenkaan sivujen sisältöä ei avattu tarkemmin ja suurin osa sivuista koostui erilaisista kirjoituksista, joita ei ollut ensisijaisesti tuotettu kotisivuille. Sen sijaan ne oli julkaistu jossain muussa mediassa, esimerkiksi lehtikirjoituksina. Tähän ryhmään kuului myös Takkula (Liite 13), mutta on jo alkuun mainittava, että hänen kotisivunsa poikkesivat muista sivuista lähes kaikissa asioissa. Takkulan sivuilla ei johdateltu, mutta hänen sivunsa eivät kuitenkaan koostuneet esimerkiksi lehtikirjoituksista ja tiedotteista, vaan parista kirjoituksesta, jotka oli oletettavasti tarkoitettu kotisivuille.

Asiaa korostavat, mutta hieman enemmän lukijaa huomioivat sivut oli Seppäsellä (Liite 11), Lehtisellä (Liite 8), Virrankoskella (Liite 14) ja Laxilla (Liite 7). He esittelivät sivut ja itsensä lukijalle heti alussa, mutta muuten kerrontaa ei juurikaan ollut. Muista sisäisistä linkeistä sivuille mentäessä asia oli esillä kirjoituksina tai otsikoina.

Lukijaystävällisimmät sivut oli Korholalla (Liite 6), Stubbilla (Liite 12), Kaupilla (Liite 5) ja Jäätteenmäellä (Liite 4). Kaikkien kotisivut oli laadittu eri tavalla, mutta olennaiset piirteet olivat samat. Muiden paitsi Stubbin etusivulla lukijalle kerrottiin, mitä sivut käsittelevät ja kenen sivut ne ovat. Kerrontaa oli jokaisen sivuilla kaikkien sivujen alussa. Tällä tarkoitan, että sivujen sisältöä oli selvennetty lukijalle. Esimerkiksi kirjoitukset oli esitelty tai määritelty, niitä ei ollut vain heitetty sivuille.

TAULUKKO 1 Lukijan huomioiminen etusivulla.

<b>Suoraan asiaan ja vähän kerrontaa etusivulla</b>	<b>Asiaa korostava, mutta lukijan huomioon ottava etusivu</b>	<b>Lukijaystävällinen etusivu</b>
Paasilinna	Seppänen	Korhola
Väyrynen	Lehtinen	Stubb
Hassi	Virrankoski	Kauppi
Myller	Lax	Jätteenmäki
Itälä		
Takkula		

### 5.1.3 Kotisivujen koko

Verkkosivuja on mahdotonta verrata sivumääräisesti, joten mielestäni sellaiset piirteet kuten monipuolisuus ja historia toimivat sopivina mittareina europarlamentaarikoiden sivujen koon vertailussa. Joillekin sivuille oli koottu aineistoa useiden vuosien ajalta, jolloin sivujen materiaalmäärä oli suurempi kuin yhteen tai kahteen vuoteen keskittyvillä sivuilla. Tätä kutsun historialliseksi piirteeksi. Mikäli sivuille oli taas kerätty materiaalia laajalta aihealueelta, kutsun piirrettä monipuolisuudeksi.

Historia ja monipuolisuus kuvaavat sivujen laajuutta tutkimuksessani parhaiten tekstielementtien osalta. Esimerkiksi multimediaelementtejä ja kuvia oli kaikkien europarlamentaarikoiden kotisivuilla, joten laajuutta ei niiden määrän tai esiintymisen mukaan voinut verrata.

Suppeat europarlamentaarikon kotisivut olivat selkeät ja lyhyet. Niillä kerrottiin usein vain ajankohtaisinta tietoa parlamentaarikkoon liittyen. Suppeilla sivuilla myös keskityttiin yleensä yhteen tai kahteen asiaan, monipuolista tietoa henkilöön liittyen ei ollut tarjolla. Toisena ääripäänä laajoilla kotisivuilla kerrottiin europarlamentaarikosta tarkemmin. Hänestä oli tarjolla tietoa moniin elämänalueisiin liittyen, ei vain esimerkiksi europarlamentaarikon uraan keskittyen. Lisäksi



informaation määrä oli suhteessa paljon suurempi kuin suppeilla kotisivuilla. Laajoilla kotisivuilla kerrottiin monista asioista perusteellisesti ja niihin oli keskitytty.

Laajat kotisivut oli Korholalla, Stubbilla, Paasilinnalla, Seppäsellä ja Kaupilla. Suppean kokoisia sivuja oli puolestaan Takkulalla, Itälällä ja Laxilla. Näiden väliin putosivat Jätteenmäen, Hassin, Lehtisen, Myllerin, Virrankosken ja Väyrysen sivut.

#### **5.1.4 Kotisivujen väritys ja kuvat**

##### **Kuvitus**

Kuvien määrässä oli europarlamentaarikoiden kotisivuilla hyvin suuria eroja. Lehdistökuvia omalla sivullaan tai niille merkityn linkin alla tarjosivat Paasilinna, Seppänen, Korhola, Stubb, Hassi, Virrankoski ja Lax. Näitä kuvia pystyi mennä katsomaan mikäli halusi. Kuvien määrän analysoinnissa keskityin kuitenkin siihen, miten usein ja paljon parlamentaarikko esiintyi kotisivujen rakenteessa. Oliko parlamentaarikon kuva koko ajan läsnä, jokaisella alasivulla ja oliko paljon erilaisia kuvia tarjolla.

Korholan, Stubbin, Jätteenmäen, Kaupin ja Itälän sivuilla kuvat olivat keskeisiä. Suhteellisen suuri puolikuva oli osa sivujen perusrakennetta Jätteenmäen, Kaupin ja Itälän sivuilla. Jätteenmäen ja Itälän kuvat pysyivät samana, kun taas Kaupista vaihtui eri sivuilla joku kolmesta eri puolikuvasta. Korholan kotisivuilla vaihtuva omakuva oli koko ajan esillä tekstin taustalla. Kuvan koko vaihteli kasvokuvasta kokokuvaan. Stubbin sivuilla vaihteli mustavalkoinen kokokuva.

Paasilinnan, Laxin ja Väyrysen sivujen perusrakenteessa toistuivat pienemmät omakuvat, jotka olivat joko puoli- tai lähikuvia. Laxin ja Paasilinnan kuvat vaihtuivat, mutta Väyrysestä oli yksi ja sama kuva läsnä. Seppäsen sivuilla toistui kuvarykelmä linkkilistan yläpuolella, joka oli hyvin pienikokoinen. Hassin, Virrankosken, Myllerin, Takkulan ja Lehtisen sivuilla kuvat eivät olleet keskeisessä osassa. Jokaisesta oli etusivulla kuva, mutta alasivuille mentäessä se katosi.

TAULUKKO 2 Kuvien määrä suhteessa kotisivujen rakenteeseen.

<b>Kuvat keskeisessä osassa</b>	<b>Kuvat osana rakennetta</b>	<b>Kuvat eivät keskeisiä</b>
Korhola	Paasilinna	Seppänen
Stubb	Lax	Hassi
Jätteenmäki	Väyrynen	Virrankoski
Kauppi		Myller
Itälä		Takkula
		Lehtinen

Suurimmassa osassa etusivujen kuvia parlamentaarikko katsoi kameraan. Vain Takkulan, Lehtisen ja Laxin katse oli sijoittunut muualle. Paasilinnan etusivulla komeili videonpätkä, joten katsekontakti vaihteli. Alasivuille mentäessä parlamentaarikoiden sivujen kuvitus muuttui. Kuvituskuvia käyttivät Hassi ja Lehtinen. Paasilinnasta oli lavastettuja kuvia työn touhussa, harrastusten parissa tai studiossa. Stubbin kuvissa oli humoristinen ote. Mylleristä oli puolestaan tilannekuvia Euroopan parlamentissa. Saman tyyppisiä kuvia oli Korholalla, mutta henkilökuvat olivat keskeisemmässä osassa. Virrankosken sivuilla oli yksi pieni kuvituskuva ja yksi henkilökuva, jotka eivät kuuluneet sivujen rakenteeseen. Takkulan sivuilla oli henkilökuvan lisäksi yksi kitaransoittokuva, joka oli todennäköisesti otettu kotona.

### **Väritys**

Europarlamentaarikoiden kotisivujen väritys oli monilla joko parlamenttiryhmän tai kotimaan puolueen mukainen. Voimakkaita sävyjä käyttivät Seppänen ja Hassi. Seppäsen sivut olivat vasemmistolaisittain punasävyiset ja Hassin vihreät - väri viittaa myös parlamenttiryhmään. Virrankosken sivuilla toistui vihreä valkoisella taustalla keskustalaisittain. Itälän ja Stubbin sivuilla puolestaan sininen merkinä kokoomuksesta tai parlamenttiryhmä EPP-ED:stä. Laxin, Takkulan, Jätteenmäen ja Väyrysen sivujen väritys viittasi myös parlamenttiryhmään. Muiden sivut eivät antaneet selvää merkkiä aatteellisuuteen liittyen. Kaupin sivut olivat tummanpunaiset ja Paasilinna tummansiniset. Lehtisen sivut puolestaan vaaleansävyiset. Korholan

sivuilla toistui myös vaalea ja vaaleansininen. Jälkimmäinen viittaa sekä puolueeseen että parlamenttiryhmään. Toisaalta taustalla oli koko ajan voimakas kuva, joten väritys ei ole yksioikoinen.

### **Graafinen ilme**

Europarlamentaarikoiden kotisivujen graafisissa ilmeissä oli huomattavia eroja. Toiset olivat selvästi panostaneet sivujen ulkoasuun, kun toisten sivut vaikuttivat olleen samat vuosikausia. Nykyaikaisten ja europarlamentaarikoiden perinteisten kotisivujen ulkoasusta poikkeavien sivustojen joukkoon kuuluivat Korholan, Stubbin, Hassin ja Lehtisen sivut. Sivuilla oli käytetty eri tyyppistä kuvitusta ja värit olivat vaihtelevia. Muiden parlamentaarikoiden sivut olivat ulkoasultaan hyvin samankaltaisia. (ks. liitteet 2-15.) Perinteisellä etusivulla oli kuva, keskiö, jossa oli tekstiä sekä linkit ylä- tai vasemmassa reunassa. Väritys oli yksinkertaista. Graafisuudella on mielestäni merkitystä sivujen houkuttavuuden osalta. Huolellisesti laadittuja sivuja on mielenkiintoisempaa tarkastella ja lukea. Sivuilla surffailussa on havaittu myös kiinnitettävän enemmän huomiota graafisiin elementteihin kuin tekstiin (Sosnovski 1998, 135-136).

## **5.2 Itsensä esittäminen**

### **5.2.1 ”Kuka minä olen?”**

”Kuka minä olen?” on Chandlerin (1998, 1) mukaan ensimmäinen asia, johon kotisivuilla vastataan. Hain tähän kysymykseen ensisijaisesti selvennystä kohdilla CV ja itsensä esittäminen muulla tavalla. CV oli miltei jokaisen kotisivuilla ja ne olivat hyvin samantyyppisiä. CV:ssä kerrottiin henkilötiedot, koulutus- ja työtaustat sekä mahdollisesti harrastukset ja julkaisut. Vain Hassi, Myller, Virrankoski ja Takkula olivat jättäneet sen pois. Vaihtoehtoisena itsensä esittämisen muotona oli käytetty kerronnallista esittelyä. Hassi, Myller ja Takkula esittelivät itseään ja taustojaan tällä tapaa. Vain Virrankosken sivuilta ei löytynyt lainkaan esittelyä.

Laskin itsensä esitteleväksi kerronnaksi tekstit, joista selkeästi ilmeni esittäytyminen. Yleensä kirjoitettiin, mistä on kotoisin, mitä on opiskellut, mitä on tehnyt työkseen, mahdollisia järjestötaustoja, puoluetaustoja, millainen perhe on ja mitä harrastaa – samoja asioita kuin CV:ssä. Taustakertomuksia olivat CV:n lisäksi käyttäneet Korhola, Stubb ja Jäätteenmäki. Laxin sivuilla oli otsikko Henrikistä. Tässä oli kaverikirjamaisesti lueteltu lempielokuva, -kirja, elokuva, muisto jne. Laskin tämänkin toisenlaiseksi tavaksi esittäytyä.

Stubb oli panostanut eniten itsensä esittelemiseen. CV:n lisäksi hänellä oli kaksi taustakertomusta: tiivistetty ja pidempi versio. Lifestyle aakkoset kertoi jokaisella kirjaimella alkaen Stubbin mieltymyksistä ja ajatuksista. Mies se on virkamieskin - sivuilla hän kertoi urastaan virkamiehenä. Tohtori ja EU-nörtti -sivulla puolestaan ura akateemikkona oli kirjattu kertomukseksi. Sanottua -sivulla muut ihmiset (kannattajat) kertoivat Stubbista. Henkilöt oli jaoteltu seuraaviin joukkoihin: byrokraatit, akateemikot, toimittajat, poliitikot ja kirjoitettua.

TAULUKKO 3 Itsensä esittämisen tapa europarlamentaarikoiden kotisivuilla.

CV	Esittely muulla tavalla	CV ja esittely muulla tavalla	Ei esittelyä
Väyrynen	Hassi	Korhola	Virrankoski
Lehtinen	Myller	Stubb	
Itälä	Takkula	Jäätteenmäki	
Seppänen		Lax	
Paasilinna			
Kauppi			

### 5.2.2 Työ europarlamentaarikkona

Itsensä esittämisen osalta halusin tutkia lisäksi työn keskeisyyttä kotisivuilla. Ovatko europarlamentaarikoiden sivut henkilöesittelyitä vai onko ne profiloitu juuri europarlamentaarikon kotisivuiksi? Selvitin myös, tuodaanko sivuilla esille

mahdollisesti jotain toista työtä. Aiheeseen liittyen tarkastelin lisäksi onko kotimaan puolue vai parlamenttiryhmä enemmän esillä sivuilla.

Kaikkien Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuille tultaessa ilmeni, että sivut ovat juuri europarlamentaarikon. Parlamenttiryhmän logo loisti melkein jokaisen etusivulla. Vain Takkula ja Virrankoski poikkesivat tältä osin. Esittelyn parlamentaarikon työstä etusivulla tarjosivat Lehtinen, Lax, Jätteenmäki, Korhola, Kauppi ja Virrankoski. Paasilinnan, Myllerin, Itälän, Väyrysen, Takkulan, Seppäsen ja Stubbin etusivuilla europarlamentaarikkona toimiminen ilmeni joko iskulauseen tai tittelin kautta. Hassin etusivulla oli pelkkä logo, mutta sisäisten linkkien silmäyksellä selveni myös europarlamentissa toimiminen.

Europarlamentaarikot esittelivät työtään myös tarkemmin kotisivuillaan. Toiset kertoivat omasta toimenkuvastaan, toiset yleensä europarlamentin toiminnasta ja jotkut molemmista. Oman sisäisen linkin alaisen sivun tälle aiheelle olivat pyhittäneet Paasilinna, Seppänen, Korhola, Stubb, Hassi, Jätteenmäki, Myller, ja Takkula. Lehtinen, Lax, Kauppi ja Virrankoski esittelivät työtään taas laajasti etusivulla. Sisällöt vaihtelivat huomattavasti. Yleensä kuitenkin kerrottiin, missä valiokunnissa ja valtuuskunnissa toimii missäkin asemassa sekä mikä on oma parlamenttiryhmä. Toiset olivat panostaneet asiaan paljon enemmän kuin toiset. Takkulan Työni -sivu oli näistä yksinkertaisin. Sivulla oli listattu ranskalaisin viivoin parlamenttiryhmä, valiokunnat ja valtuuskunnat. Lisäksi sivun lopussa oli linkki Euroopan parlamentin sivuille.

Omaa sekä yleensä parlamentin toimintaa esittelivät Korhola, Stubb, Kauppi, Jätteenmäki, Lehtinen, Myller ja Virrankoski. Kukin oli valinnut kuitenkin oman tapansa esittää asiat. Korholan esittely oli laajin. Hänen parlamenttisivunsa sisälsi useita alasivuja. Valiokuntien ja valtuuskuntien maininnan lisäksi puheet parlamentin täysistunnoissa, suulliset ja kirjalliset kysymykset, poliittiset tavoitteet ja lobbaus olivat saaneet oman alasivunsa. Työnkuvaa selkeytettiin kerronnalla ja tekstiin oli liitetty paljon linkkejä. Myös Jätteenmäki, Stubb ja Myller käsittelivät aihetta laajasti, avasivat termejä ja tarjosivat linkkejä, joista saa lisää tietoa asiasta. Kaupin, Lehtisen ja Virrankosken esittelyt olivat tiiviimpiä, mutta kerronnallisina teksteinä myös hyvin selkeitä.

Omaa toimenkuvaansa parlamentissa esittelivät Paasilinna, Hassi, Lax ja Takkula, josta mainitsin jo edellä. Paasilinna ja Hassi listasivat sivuillaan valiokunnat ja valtuuskunnat, joissa toimivat sekä mainitsivat parlamenttiryhmänsä. Kaikkiin näihin oli linkit. Lisäksi kummankin sivulta löytyi aikaansaannoksia, eli raportteja, puheenvuoroja, kirjallisia ja suullisia kysymyksiä, lausuntoja jne. Lax kertoi työnkuvastaan etusivulla kerronnallisesti. Myös hän listasi parlamenttiryhmän, valiokunnat, neuvottelukunnat sekä yhteistyöryhmät, joissa toimii

Pelkästään parlamentin toiminnan esittelyyn keskittyi Seppänen. Itälän ja Väyrysen tavoin hän mainitsi omat valiokunnat ja valtuuskunnat CV:ssä. En pidä tällaista työnkuvan esittelyä kuitenkaan keskeisenä. Tieto on kotisivuilla vaikeasti löydettävissä, eikä se ole keskeistä sisältöä – sitä ei painoteta. Kaikki edellä mainitsemani europarlamentaarikot sitä paitsi listasivat nämä asiat myös omassa CV:ssä, mikäli sellainen oli sivuilla. Seppänen ei siis kertonut tarkemmin omasta työnkuvastaan muualla kuin CV:ssä. Sen sijaan Euroopan parlamentin toiminnasta hän kirjoitti paljon. Sisältö oli kuitenkin hyvin erilaista kuin muiden europarlamentaarikoiden sivuilla. Seppänen on pyhittänyt EU -aiheisille kirjoituksille miltei kaikki sivunsa. EU:sta kirjoitetaan eri teemojen alla. Europarlamentti -sivulla hän kertoo muun muassa europarlamentaarikoiden parlamenttiryhmistä, palkkauksesta ja ahkeruustilastoista, ei yleispätevistä aiheista.

KUVIO 4 Europarlamentaarikon työnkuvan esittely.

<b>Oman ja parl. työn esittely etu- ja alisivulla</b>	<b>Oman ja parl. työn esittely etusivulla</b>	<b>Oman ja parl. työn esittely alisivulla</b>	<b>Oman työn esittely etusivulla</b>	<b>Oman työn esittely alisivulla</b>	<b>Maininta omasta työstä CV:ssa</b>	<b>Parl. työn esittely alisivulla</b>
Korhola	Kauppi	Myller	Lax	Paasi- linna	Itälä	Seppänen
Jäätteenmäki	Lehtinen	Stubb		Hassi	Väyrynen	
	Virran- koski			Takkula	Seppänen	

Edellä mainittujen asioiden lisäksi monen europarlamentaarikon sivuilla oli kalenteri, joka kertoo omalta osaltaan myös työhön liittyvistä asioista. Siitähän näkee, mitä europarlamentaarikko tekee parhaillaan. Tarkimman kalenterin sivuilleen oli laittanut Paasilinna, jonka menot oli kerrottu päivittäin ja tunneittain. Päivittäisen kalenterin tarjosivat myös Kauppi, Jäätteenmäki, Lehtinen, Korhola ja Stubb. Hassilla, Myllerillä, Itälällä ja Takkulalla menoja oli kerrottu harvemmin. Virrankoski, Lax, Seppänen ja Väyrynen eivät esittäneet kalenteria kotisivuillaan.

Kaiken kaikkiaan europarlamentaarikoiden sivut keskittyivät tämänhetkiseen työhön. Muita tai edellisiä töitä oli mainittu korkeintaan CV:ssä, sivujen keskeistä sisältöä ne eivät olleet. Suomen puolue oli vaihtelevasti esillä europarlamentaarikoiden sivuilla, mutta siihenkään ei ollut keskitytty. Kaikkien suomalainen puoluekanta tuli kuitenkin esille. Se ilmeni teksteistä, sivujen väryksestä ja /tai linkkilistoista. Puolueen logon olivat etusivulleen laittaneet Paasilinna, Korhola, Kauppi ja Hassi. Myös Itälän etusivulla luki isolla oman puolueen nimi.

### 5.2.3 Henkilökohtaisia asioita

Europarlamentaarikot esittelivät itsestään myös ns. pehmeitä puolia kotisivuillaan. Tutkin näiden osuutta sivuilla listaamalla ylös maininnat perheestä, ystävistä ja tutuista, harrastuksista sekä arvoista, asenteista ja uskonnosta.

Perheestä oli maininta melkein jokaisen europarlamentaarikon sivuilla. Yleensä perhetaustat oli mainittu CV:ssä tai itsensä esittelyssä. Vain Virrankoski oli jättänyt maininnan väliin. Lehtinen mainitsi perheen yhdessä kirjoituksistaan (Siunattu urheiluhulluus), jossa hän kertoi jalkapalloinnostuksestaan. Paasilinna kertoi syvällisimmin perhetaustoistaan, sillä hänellä oli sisäinen linkki sivulle Paasilinnojen suku. Ehkä tämä johtuu osin siitä, että kyseessä on julkisuudessaakin tunnettu perhe ja veljessarja.

Perhe huomioitiin usein myös nettipäiväkirjoissa, joita oli Korholalla, Stubbilla, Kaupilla ja Hassilla. Stubb ja Lax mainitsivat perheensä positiivisessa sävyssä myös Lifestyle aakkosissa ja Henrikistä -sivulla. Kyseiselle sivulle Stubb oli lisäksi koonnut ystäviä ja tuttuja.

Harrastuksistaan kertoivat Korhola, Stubb, Kauppi, Jätteenmäki, Lehtinen, Myller, Lax, Itälä ja Takkula. Näistä mainittiin CV:ssä tai henkilöesittelyissä. Kauppi, Lax ja Itälä vain listasivat harrastuksensa, mutta muut käsittelivät niitä enemmän. Lehtinen myönsi kirjoituksessaan olevansa penkkiurheilija, Jätteenmäki valitteli vapaa-ajan puutetta, Stubb avasi koko harrastushistoriansa, Takkula kirjoitti musiikista ja liikunnasta sekä Myller kertoi jättäneensä harrastuksia iän myötä. Korhola kirjoitti harrastuksistaan eniten. Palindromit on oletettavasti hänen rakkain harrastuksensa, sillä hän oli laatinut niille oman sivun. Sivulla vierailijoiden on mahdollista muun muassa laatia palindromeja ja osallistua niillä kilpailuun. Lisäksi niitä julkaistaan Korholan sivuilla.

Arvot olivat kotisivuilla harvoin esillä. Niitä voi tietysti lukea rivien välistä, mutta ilmiselvästi niitä ei tuotu usein esille. Seppäsen sivuilla oli sisäinen linkki CV ja aatteellisuus, joka kertoo asenteista kirjoitusten muodossa. Korholan uskonnollinen vakaumus tuli ilmi esittelyssä. Virrankosken uskonto ilmeni taas ulkoisista linkeistä.



Toisaalta voi ajatella, että myös puoluekannat tai parlamenttiryhmät edustavat tiettyjä arvoja ja asenteita.

#### 5.2.4 Linkkilista

Papacharissin (2002a, 644) ja Turklen (1996, 258) mukaan linkkilistoista pystyy pääättelemään, mitkä ovat kotisivujen haltijan mielenkiinnon kohteet. Papacharissin mielestä myös nonverbaaliset vihjeet paljastuvat linkeistä. Europarlamentaarikoista moni oli liittänyt ulkoisia linkkejä tekstin lomaan, jolloin niiden tarkoitus oli ilmiselvä: niiden kautta sai lisää tietoa jostain asiasta. Puolet edustajista oli laittanut kotisivuilleen lisäksi perinteisen linkkilistan. Näitä oli Paasilinnalla, Seppäsellä, Hassilla, Jätteenmäellä, Lehtisellä, Myllerillä ja Virrankoskella.

Harvojen linkkilistat silti paljastivat mitään erityistä. Melkein jokainen oli jaotellut ulkoiset linkit eri osa-alueisiin. Usein ne johdattivat erilaisille poliittisille sivuille: Euroopan parlamentin, oman kotimaan puolueen tai järjestöjen sivuille. Tavallaan nämä linkit eivät tuoneet mitään uutta esille, sillä valiokunnat ja puoluekannat oli kerrottu jo muilla sivuilla.

Virrankosken ulkoisista linkeistä pystyi pääättelemään hänen uskontonsa. Yksi linkki johdatti Evankelisluterilaisen kirkon sivuille. Myös hänen kotipaikkansa ilmeni Etelä-Pohjanmaan linkeistä. Lehtisen ulkoisista linkeistä paljastui, että hän on jalkapallofani. Urheilu -linkin alta löytyi suosikkijoukkueiden sivuja. Hassin ulkoisista linkeistä ilmeni kotikaupunki Tampere. Yksi linkki johdatti sivuille, joilla kerrottiin silikonirintojen aiheuttamista riskeistä. Aiheeseen voi olettaa olevan tärkeä, koska se on yksi muutamista linkeistä. Myllerin ulkoiset linkit taas oli jaettu ympäristö- sekä työllisyys- ja sosiaalialan linkeihin. Nämä saattavat edustaa poliittisia tavoitteita. Seppäsen linkkilista oli pitkä. Mielenkiintoisia linkkejä olivat Salakuuntelutietoa, Elektronista salakuuntelua ja Mihin katosivat Soneran rahat? Linkki nimimerkki Pelottoman paljastuskirjaan.

## 5.3 Poliittinen vaikuttaminen

### 5.3.1 Poliittisuus kotisivuilla

Kotisivujen poliittisuutta ja poliittista vaikuttamista tarkastelin kirjoitusten tyyppien, aiheiden ja määrän mukaan. Kirjoituksilla tarkoitan europarlamentaarikon kirjoittamia, julkaisemia tai esittämiä artikkeleita, kolumneja, puheita, puheenvuoroja ja/tai lausuntoja. Myös tiedotteet ja kirjat laskin tähän joukkoon. Usein edellä listatut kirjoitukset ja puheet ym. oli kotisivuilla kuitenkin eroteltu omiin luokkiinsa. Kirjoitukset olivat miltei täysin laskettavissa poliittisiksi kannanotoiksi, mielipiteiksi, aloitteiksi ja kysymyksiksi lukuun ottamatta joitain kolumneja ja puheita, jotka saattoivat olla esimerkiksi humoristisia sävyiltään ja esitetty epävirallisessa kontekstissa. Vahvan poliittisuutensa vuoksi kirjoitukset ja niiden esittämistapa olivat keskeisin poliittisen vaikuttamisen ilmentäjä sivuilla. Lisäksi tutkin yleensä kerronnan, päiväkirjojen ja kysy - vastaa –palstojen sisältöä. Tarkastelin onko kerronta niissä kantaaottavaa ja poliittista vai neutraalia selostusta.

Europarlamentaarikoiden kotisivuilla oli kolmenlaisia sisältöjä kirjoitusten ja kerronnan suhteen. Eniten oli sivustoja, joilla oli pelkkiä kirjoituksia ja hyvin vähän tai ei lainkaan kerrontaa. Toiseksi eniten oli sivustoja, joilla oli molempia. Lisäksi oli yhdet kotisivut, joilla ei ollut lainkaan kirjoituksia.

#### **Politiikkaa ja kerrontaa**

Sekä poliittisia kirjoituksia että kerrontaa oli Korholan, Stubbin, Kaupin, Hassin, Jäätteenmäen ja Myllerin sivuilla. Kerronta oli näillä sivuilla monipuolista. Se vaihteli yleisestä kerronnasta päiväkirjoihin ja kysy – vastaa –palstoihin. Tavallinen kerronta sivuilla, kuten esimerkiksi itsensä esittely tai muu vastaava oli europarlamentaarikoiden sivuilla neutraalia. Kaupin sivuilla kerronta oli eniten poliittissävyytteistä.

Kaikilla muilla paitsi Jäätteenmäellä ja Myllerillä näistä mepeistä oli nettipäiväkirja. Kauppi, Stubb ja Korhola pitivät päiväkirjaansa miltei päivittäin. Hassilla oli merkintöjä harvemmin. Yleensä ottaen sisällöt olivat samantyyppisiä. Päiväkirjoissa

kerrottiin kuulumisia, päivän tapahtumia, mainittiin perhe useaan otteeseen ja toisinaan otettiin myös kantaa. Jotkut merkinnät saattoivat olla enemmän poliittisia kuin toiset. Poliittisuus oli siis mukana myös päiväkirjoissa.

Kysy – vastaa –palsta oli Korholalla ja Hassilla. Hassin palsta oli nimeltään Vastauksia tavallisimpiin kysymyksiin, mikä selittää aiheiden poliittisuuden. Korhola oli vastannut myös arkisempiin kysymyksiin, mutta hänellä oli lisäksi palsta Usein kysytyt kysymykset, joka oli poliittisempi. Myös Seppäsen sivuilla oli kysy - vastaa –palsta, mutta se oli hyvin suppea edellisiin verrattuna.

Myös poliittiset kirjoitukset olivat keskeisessä osassa näiden europarlamentaarikoiden sivuilla. Jokainen oli varannut kirjoituksille ja/tai puheille omat sivut. Korholan puheita ja kirjoituksia löytyi lisäksi sivuilta, joilla hän kertoi europarlamentaarikon työstä. Kirjoitukset ja puheet oli jaoteltu eri tavalla eri edustajien sivuilla. Tyyppien (puhe, artikkeli, kolumni, suulliset ja kirjalliset kysymykset jne.) mukaan jaon olivat tehneet Korhola, Stubb ja Kauppi. Teemoihin jaoteltuna kirjoitukset esitteli Hassi sekä Korhola, jonka sivuilla kirjoituksia oli selvästi eniten ja monilla eri sivuilla. Myllerin kirjoitukset oli jaoteltu Kirjoituksiin ja puheisiin sekä Tiedotteisiin. Jätteenmäki erotteli kirjoituksensa Ajatuksiin ja Ajankohtaisiin. Ensimmäiset olivat kirjoituksia ja tiedotteita, jälkimmäiset ikään kuin uutisia sekä vastauksia kirjallisiin kysymyksiin.

Stubb, Kauppi ja Korhola olivat lisäksi erottaneet tiedotteet muista kirjoituksista. Nämä löytyivät Ajankohtaista tai Lehdistölle -sivuilta. Myös Myllerin muutama uusin tiedote oli Ajankohtaista -sivulla. Omia kirjojaan sivuilla esittelivät Korhola, Stubb ja Hassi. Korholan kirjasta oli luettavissa otteita sekä sen pystyi tilata tai voittaa kilpailusta. Stubbin ja Hassin teokset oli listattu.

### **Pelkkää politiikkaa**

Pelkkiä poliittisia kirjoituksia ja vain vähän tai ei lainkaan kerrontaa oli Paasilinnan, Seppäsen, Lehtisen, Virrankosken, Laxin, Itälän ja Väyrysen sivuilla. Vähäinen kerronta tarkoittaa tässä tapauksessa lyhyttä esittelyä tai kommentointia kotisivuilla. Pääpaino keskittyi selvästi poliittisiin kirjoituksiin. Tähän luokkaan lukemieni europarlamentaarikoiden kotisivujen kerronta tapahtui niiden avulla. Ääriesimerkki

näistä olivat Seppäsen kotisivut. Hyvin suuri määrä materiaalia oli esitetty kirjoituksina, joista suurin osa oli julkaistu lehdissä tai pidetty puheena. Myös muistioita ja lausuntoja Seppänen käytti paljon. Kirjoitukset oli jaoteltu sisäisiksi linkeiksi teemojen mukaan. Näitä olivat muun muassa Uudet tekstit, Talous, Europarlamentti, EU:n liittovaltioistuminen, EU:n militarisointi ja Suomi sekä Ympäristö. Periaatteessa kaikki oli poliittista Seppäsen sivuilla

Muiden tähän luokkaan kuuluvien europarlamentaarikoiden sivujen sisällöt olivat kutakuinkin samankaltaisia. Sisäiset linkit sivuilla johdattivat yhteen tai useampaan kirjoitukseen aiheesta. Europarlamentaarikot olivat jaotelleet kirjoituksiaan tyyppien tai teemojen mukaan, kuten aiemmassa luokassa. Virrankoski oli jaotellut kirjoituksensa omaksi kokonaisuudekseen tyyppien mukaan. Näitä olivat Mietinnöt ja lausunnot, Kysymykset komissiolle ja neuvostolle sekä Kirjoitukset ja puheet. Myös vanhat kirjoitukset olivat saatavilla. Tyypeittäin löytyivät myös Laxin ja Väyrysen kirjoitukset. Lax kutsui sivuilla tiedotteitaan nimellä Lausunnot ja lisäksi oli Puheet ja kolumnit, joka sisälsi kaksi kirjoitusta. Väyrynen kutsui kirjoituksiaan ja puheitaan nimellä Kolumnit, vaikka sivusto sisälsi todellisuudessa monenlaisia tekstejä.

Lehtisen kirjoitukset löytyivät kyseisen sisäisen linkin alta jaoteltuina puheisiin ja kirjoituksiin. Lisäksi sisäinen linkki Ilta Sanomat + vei lehdessä julkaistuihin kirjoituksiin. Lehtisen sivuilta löytyi myös Uutissivut –sisäinen linkki, josta avautui useiden eri medioiden tuoreimpia uutisia. Paasilinnan ja Itälän sivuilla oli omat sisäiset linkkinsä, jotka johdattivat edellisten tapaan kirjoituksiin ja puheisiin. Paasilinnan sivuilla oli laaja arkisto, josta löysi myös vanhoja kirjoituksia. Itälän ja Paasilinnan sivuja yhdisti sellainen piirre, että heillä oli sisäisinä linkkeinä teemoja, jotka johdattivat kyseistä aihetta koskettavaan kirjoitukseen suoraan. Näistä enemmän, kun kirjoitan motoista ja teeseistä.

Omia teoksiaan esittelivät kotisivuillaan Paasilinna, Seppänen, Lehtinen ja Väyrynen. Paasilinna esitteli kirjat nimineen ja kansineen CV:n yhteydessä. Seppäsen kirjat olivat omalla sivulla sisäisen linkin alla. Koska teokset oli myyty loppuun, oli ne mahdollista ladata ilmaiseksi. Lehtinen oli pyhittänyt tuotoksilleen kaksi sivua. Sisäisten linkkien nimet olivat Bibliografia ja Filmografia. Edellisen alta

löytyivät kirjoitetut kirjat ja käännökset sekä toisen alta televisio-ohjelmat, dokumentit ym. Väyrysellä oli myös sisäinen linkki nimeltä Kirjallisuus. Teoksia oli mahdollista tilata.

Takkulan sivut olivat ainoat, joilla ei ollut lainkaan poliittisia kirjoituksia. Sivulla oli kolme sisäistä linkkiä: EU-vaalit, Työ ja Vapaa-aika. Ensimmäisellä sivulla oli kaksi Euroopan Unioniin liittyvää, visioivaa kirjoitusta. Työ -sivu listasi työtehtävät ja Vapaa-aika -sivulla kerrottiin itsensä esittämiseen liittyviä asioita.

TAULUKKO 5 Europarlamentaarikoiden kotisivujen poliittisuus

<b>Poliittisia kirjoituksia ja kerrontaa</b>	<b>Poliittisia kirjoituksia</b>	<b>Kerrontaa</b>
Korhola	Paasilinna	Takkula
Stubb	Seppänen	
Kauppi	Lehtinen	
Hassi	Virrankoski	
Jätteenmäki	Lax	
Myller	Itälä	
	Väyrynen	

### 5.3.2 Eurooppa puheissa ja kirjoituksissa

Suurin osa europarlamentaarikoiden kotisivujen kirjoituksista olivat Eurooppaan liittyviä. Luonnollisesti parlamentaarikkoina jo aiemmin toimineiden sivuilla tällaista sisältöä oli kertynyt enemmän ja pidemmältä ajalta. Uusien, viime vaaleissa valittujen europarlamentaarikoiden kirjoitusten sisältö oli sinänsä mielenkiintoisempaa tarkastella: onko sivuilla vielä paljon edelliseen työhön tai tehtävään liittyvää materiaalia, vai ovatko sivut europarlamentaarikon toimeen keskittyvät?

Aiempina kausina toimineiden europarlamentaarikoiden, eli Paasilinnan, Seppäsen, Korholan, Kaupin, Myllerin, Virrankosken ja Väyrysen sivuilla kirjoitukset olivat hyvin pitkälti Euroopan politiikkaa koskettavia. Henkilöt, jotka heistä ovat toimineet aiemmin tai yhä myös Suomen politiikassa, saattoivat kommentoida kirjoituksissa myös kotimaan tilannetta. Vain Korhola ei ole ollut ennen europarlamentaarikkouransa aktiivisesti mukana politiikassa. Häntä ja Kauppia lukuun ottamatta kaikki ovat toimineet muun muassa kansanedustajana.

Myös vasta valitut europarlamentaarikot keskittyvät kirjoituksissaan suurimmaksi osaksi Euroopan asioihin. Etenkin Jätteenmäen, Stubbin ja Itälän tekstit olivat hyvin EU-painotteisia. Hassin ja Itälän kirjoituksissa oli muutamia kotimaan politiikkaan tai puoluetastaan liittyviä teemoja esillä. Myös Laxin teksteistä pari oli yhä allekirjoitettu kansanedustajana. Lehtinen poikkesi joukosta, sillä kirjoituksista suurin osa oli historiallisia. Eurooppaa saatettiin aiheena sivuuttaa, mutta se ei ollut yhtä keskeinen teema kuin muiden kirjoituksissa. Lehtisen kirjoitukset olivat muutenkin eri tyyppiä kuin muiden. Esimerkiksi Ilta Sanomissa julkaistut tekstit olivat ikään kuin päiväkirjaa europarlamentaarikon elämästä. Sisällöltään ne olivat verrattavissa muiden nettipäiväkirjoihin.

### **5.3.3 Poliittiset tavoitteet**

Tutkin poliittista vaikuttamista europarlamentaarikoiden kotisivuilla myös poliittisten tavoitteiden ilmenemisen osalta. Mikäli omat ajatukset ja tähtäimet tuodaan esille tiiviissä ja napakassa muodossa, osoittaa se vaikuttamista ilmeisimmillään. Esitän europarlamentaarikoiden kotisivuilla mahdollisesti esiintyneet iskulauseet ja motot henkilöittäin, koska tulokset erosivat keskenään niin paljon toisistaan.

Paasilinnan kotisivuille tultaessa alkoi pyöriä video, jossa hän sanoi: ”Emme pelkää Eurooppaa, muutamme sitä.”. Lisäksi sivuilla oli sisäisiä linkkejä, joiden alta avautui kirjoituksia kyseisistä aiheista. Mielestäni sisäiset linkit osoittivat keskeisiä teemoja, joita Paasilinna haluaa tuoda esille. Näitä olivat Tärkeät teemat, Suomi, Hyvinvointiyhteiskunta, Tietoyhteiskunta ja Venäjä.

Seppäsen etusivulla luki: ”KYLLÄ rauhalle. KYLLÄ demokratialle. KYLLÄ hyvälle sosiaaliselle voinnille.” sekä ”Itsenäisenä Euroopassa”. Vaikuttavana etusivun lauseena voinee pitää myös seuraavaa: ”Sivusto kertoo mistä valtamediat eivät kerro: miten Suomea salakuljetetaan Euroopan liittovaltioon ja Natoon.”.

Korholan sivuilla ei ollut voimakkaita lausahduksia. Sen sijaan useaan otteeseen sivuilla tuli esille teema ”Kolme iitä” tai ”3I”. Nämä tarkoittavat Korholan kolmea poliittista päätavoitetta, joita ovat Itämeri, ilmasto ja ihmisoikeudet.

Stubbin sivuilla poliittisia tavoitteita ei ilmaistu selkeästi. Vaalit 2004 -sivulta löytyivät vaaliteesit, mutta ne olivat ikään kuin piilossa ja etsittävässä. Siksi en laske niitä ilmeisiksi. Lyhyistä ja iskevistä lauseista on mainittava teesit, joita oli Stubbin jokaisella sisäisestä linkistä aukeavalla sivulla. Ne kuvasivat sisältöä humoristisesti ja napakasti.

Kaupin sivuille saavuttaessa luki: ”Piia-Noora Kauppi. Osaamista. Näkemystä.”. Seuraavalla, eli varsinaisella etusivulla luki: ”Ei ole sama, ketkä siellä päättävät.”. Poliittisten tavoitteiden voi sanoa ilmenevän Tavoitteet -tekstistä, joka aukesi sisäisestä linkistä. Se oli otsikoitu: ”Ajatuksia Euroopan Unionista”.

Hassin etusivulla luki isolla lausahdus: ”Tässä työssä on eduksi, jos on pienenä ihailnut Peppi Pitkätossua.”. Lause oli myös Henkilöesittely -sivulla tekstin lomassa. Etusivulla oli monia elementtejä. Teesin lisäksi silmään pistivät Hassin kirjoittama runo Järjen vastakohta sekä ajoittain vaihtuva teema, joka oli tällä kertaa otsikoitu EU:n kemikaalilainsäädännön uudistuminen – REACH. Teema voi sinänsä kuvastaa tavoitteita, ainakin hetkellisiä.

Jätteenmäki sanoi etusivulla Tervetuloa -tekstin lomassa: ”Onnistunut työ Euroopan parlamentissa edellyttää yhteistyötä ja vuorovaikutusta.”. Tämä ei ole varsinaisesti motto, mutta lyhyt ja tiivis esitys työn tavoitteista. Muuten sivuilla ei ollut teesejä tai iskulauseita. Poliittiset tavoitteet eivät olleet selkeästi esillä.

Lehtisen etusivun teesi kuului: ”Sinun äänesi Euroopassa.”. Alla olevasta tekstistä ilmeni, mitä hän haluaa ajaa suomalaisena edustajana Euroopassa. Tekstin loppuksi hän kirjoitti: ”Eurooppalainen yhteistyö ei tarkoita aitojen rakentamista vaan ovien avaamista.” Tavoitteet eivät olleet kuitenkaan ilmiselviä, vaan tekstissä. *Takkulan* iskulause etusivulla oli samantyyppinen kuin Lehtisen: ”Suomalainen ääni Euroopassa.”.

Virrankoski kuulutti etusivullaan: ”Vahvan Suomen tie.”. Virrankosken sivuilla oli lisäksi koko ajan taustalla karhu -logo. Liekö tämä esimerkiksi perheen tai suvun logo? Se on kuitenkin selvä symboli ja kuvastaa muun muassa vahvuutta ja voimaa, isänmaallisuutta.

Itälän etusivulla luki isolla: ”Vaikuttaja, joka välittää Sinusta. Suomesta. Euroopasta.”. Lisäksi viisi teemaa oli esitetty: turvallisuus, työllisyys ja talousvakaus, hyvinvointi, Itämeri ja ympäristö sekä maaseutu. Tavoitteet olivat otsikoina esillä lyhyesti ja ytimekkäästi.

Myller, Lax ja Väyrynen eivät korostaneet tavoitteitaan kotisivuilla. Myllerin etusivulla luki vain lyhyesti: ”Työni Euroopan parlamentissa jatkuu – ollaan yhteyksissä!” Lax sanoi motokseen Henrikistä -sivulla: ”Don’t cross the bridge until you reach it.”. Väyrysen tavoitteita etusivulla kuvastivat ehkä kirjojen kannet ja niiden otsikot: ”Etiäisiä vai kaukoviisautta?” ja ”Samankeskisten kehien Eurooppa”. Tavoitteita ei ollut kuitenkaan korostettu.



TAULUKKO 6 Poliittisten tavoitteiden näkyminen europarlamentaarikoiden kotisivuilla.

<b>Poliittiset tavoitteet esillä</b>	<b>Poliittiset tavoitteet eivät selkeästi esillä</b>
Korhola	Stubb
Paasilinna	Jätteenmäki
Seppänen	Takkula
Hassi	Lehtinen
Kauppi	Virrankoski
Itälä	Myller
	Lax
	Väyrynen

#### **5.3.4 Voinko ottaa yhteyttä?**

Palautetavoilla ja muiden kommentteilla selvitin analyysissäni, millä tapaa europarlamentaarikot haluavat olla yhteydessä äänestäjiinsä, kannattajiinsa tai kotisivuilla vieraileviin. Entä julkaisevatko he muiden kommentteja? Reardonin (1991, 208) mukaan poliittisessa vaikuttamisessa on tärkeää tietää, kuinka äänestäjät ajattelevat. Palautetta antamalla äänestäjät tai muut lukijat voisivat siis ilmaista ajatuksiaan euroedustajalle, joka voisi edelleen näiden teemojen perusteella suunnata vaikuttamistaan.

Kaikki europarlamentaarikot ilmoittivat kotisivuillaan omat ja avustajiensa yhteystiedot. Lisäksi monella oli erikseen valmis yhteydenottolomake, jolla pystyi laittamaan postia edustajalle. Lomakkeet oli otsikoitu joko palautteeksi, kysymyksiksi tai postiksi. Tällaisen mahdollisuuden tarjosivat kaikki muut paitsi Stubb, Hassi, Lehtinen ja Takkula.

Muutama edustaja oli laittanut sivuilleen vielä useampia tapoja ottaa yhteyttä. Korholan sivuilla oli mahdollista muodostaa palindromi ja lähettää se eteenpäin. Samalla osallistui kilpailuun, jossa valittiin paras palindromi. Kaupin sivuilla pystyi

taas liittymään tiimiin tai edustajan tukilistalle. Seppänen ja Itälä tarjosivat mahdollisuuden liittyä postituslistalle. Seppänen Vapaa vasemmisto- ja Itälä omalle tiedotuslistalleen. Hassin ja Kaupin sivuilla pystyi myös lähettämään nettipostikortin. Kaupin postikortti oli vaalivideon muodossa ja se kertoi hänestä itsestään. Hassin kortti ei liittynyt häneen itseensä millään tavalla.

Muiden kommentteja kotisivuillaan julkaisivat Stubb, Korhola ja Jätteenmäki. Stubbin sivuilla kommentit olivat Henkilötiedot -sivun alaosiossa Sanottua. Sen alle oli jaoteltu byrokraatit, akateemikot, toimittajat, poliitikot ja kirjoitettua. Kommenteissa lähinnä keuhuttiin Stubbia. Korholan sivuilla muiden kommentit olivat lukijoiden palautetta ja arvosteluja hänen kirjastaan. Jätteenmäen Ajankohtaista -sivulla, Lehdistä poimittua -kohdassa muut kertovat hänestä asioita neutraaliin sävyyn.

## **5.4 Kotisivut erilaisina tyyppinä**

### **5.4.1 Kotisivujen tyypittely**

Europarlamentaarikoiden kotisivut olivat omalla tavallaan yllättävänkin erilaisia. Niillä oli keskitytty erilaisiin asioihin ja niitä oli koottu monipuolisilla tavoilla. Yhtäläisiä piirteitäkin oli silti havaittavissa. Suurin osa europarlamentaarikoista esitteli itsensä jollakin tapaa kotisivuillaan, melkein jokaisen sivuilta ilmeni heti, että ne ovat europarlamentaarikon kotisivut ja melkein jokainen oli koonnut kotisivuilleen poliittisia kirjoituksia luettavaksi.

Samankaltaisuuksien ja erilaisuuksien perusteella kokosin europarlamentaarikoiden kotisivut kolmeen eri tyyppiin: poliittisiin vaikuttajiin, itsensä esittäjiin ja monipuolisiin vaikuttajiin. Tyypit on koottu sillä perusteella, mikä on selkein pääpaino kotisivuilla. Tyypittelyni on samankaltainen, kuin Eskolan ja Suorannan (1999, 182) esittelemä yleinen tyyppi. Olen koonnut näitä kolme erilaista koko aineistosta. Kukin tyyppi edustaa yhtä yleistä tyyppiä.

Tyypit on koottu tulosten pohjalta sen mukaan, kuinka voimakkaasti mikäkin asia oli kotisivuilla esillä. Kutakin teemaa, jotka edellä tuloksissa esittelin, tarkastelin kotisivuilla niiden esiintyvyyden mukaan. Esimerkiksi itsensä esittelyn osalta laskin, kuinka monen sivulla on itsensä esittely, kuinka vahvasti se on esillä ja kuinka monella tavalla. Tyypit sain koottua, kun kävin kaikki teemat tällä tapaa läpi. On huomioitava, että samaan tyyppiin kuuluvista kotisivuista, toiset kuvastavat tyyppiä kuitenkin voimakkaammin kuin toiset. Pääpainotus on olennaisin erottaja. En huomioinut sivujen kokoa tyypittelyssä, koska koin sisällön merkityksellisemmäksi erottajaksi. Tulosten jaottelua voi kutsua kvantifioinniksi. Tuomen (2002, 119) mukaan se on joissain laadullisen analyysin tapauksissa perusteltua. Yleensä ongelmalliseksi kvantifioinnin käytön laadullisessa analyysissä tekee aineiston pieni koko.

#### **5.4.2 Poliittiset vaikuttajat**

Poliittisiin vaikuttajiin lukeutuivat tyypittelyssä sellaiset europarlamentaarikoiden kotisivut, joilla selkeä pääpaino oli politiikassa ja vaikuttavuudessa. Jonkin asian ajaminen oli selvästi tärkeämpää kuin esimerkiksi itsensä esittäminen. Tähän tyyppiin lukeutuvilla sivuilla lukijaystävällisyys ei myöskään ollut parasta luokkaa. Yleensä asiat oli esitetty kirjoituksina, ei omana tekstinä, joka olisi tarkoitettu vain kotisivuille. Europarlamentaarikon työn esittelemine oli jätetty myös taka-alalle, sitä ei korostettu. Oman asian kautta europarlamentaarikkona toimiminen tuli kuitenkin selvästi esille.

Poliittisia vaikuttajia kotisivujen perusteella olivat Seppänen, Paasilinna, Itälä, Väyrynen ja Virrankoski. Voisi melkein sanoa, että Seppäsen kotisivut olivat näistä ylivoimaisimmat poliittisuudessaan. Sivut koostuivat pelkistä poliittisista teksteistä. Myös europarlamentaarikon työ oli esitetty tietyistä näkökulmasta, ei yleisesti. Lisäksi sivut olivat väritykseltään voimakkaan punaiset. Paasilinnan, Itälän, Väyrysen ja Virrankosken sivuilla ei myöskään ollut juuri muuta sisältöä kuin poliittisia kirjoituksia. Asia oli kuitenkin esitetty hyvin erilaisin tavoin. Paasilinna ja Itälä toivat esille poliittisia tavoitteitaan selvästi, kun Väyrynen ja Virrankoski taas eivät. Virrankoski oli tästä tyypistä lisäksi ainut, joka esitteli työtään Euroopan

parlamentissa. Toisaalta, hän ei esitellyt itseään sivuillaan millään tavalla, joten työn esittelyn suhteen hän kompensoitui tähän tyyppiin.

Poliittinen vaikuttaminen oli keskeistä edellisten europarlamentaarikoiden kotisivuilla, mutta se oli esitetty hyvin erilaisilla tavoilla. On huomioitava, että jos sivujen tahtoo olevan vaikuttavat, esittämistavalla on myös merkitystä. Lukija ei välttämättä jaksaa perehtyä listaan kirjoituksia, vaan helpompaa on lukea selkeästi jaoteltua tekstiä. Iskulauseisiin, lyhyisiin kommentteihin ja kuviin mahtuu myös paljon asiaa pieneen tilaan. Lausahduksia tästä joukosta olivatkin käyttäneet Seppänen, Itälä ja Paasilinna.

### 5.4.3 Itsensä esittäjät

Itsensä esittäjät keskittyivät kotisivuillaan enemmän itseensä ja työnsä esittelyyn kuin poliittisiin teemoihin. Heidän sivunsa olivat suurimmaksi osaksi myös lukijaystävällisiä. Lukija toivotettiin tervetulleeksi heti etusivulla, hänelle kerrottiin, mistä sivut kertovat tai hänelle aukaistiin alisivujen sisältöjä.

Itsensä esittäjät -tyyppiin lukeutuivat Stubbin, Jätteenmäen, Myllerin, Laxin, Lehtisen ja Takkulan kotisivut. Tässä tyypissä sivujen kesken oli kuitenkin enemmän vaihtelua kuin esimerkiksi poliittisissa vaikuttajissa. Kuten kriteerikseni ilmoitin, pääpaino oli silti sama. Jätteenmäen ja Stubbin sivut kuvastivat luokkaa parhaiten. He huomioivat lukijansa, esittelivät sivujensa sisältöä sekä kertoivat kattavasti työstään europarlamentissa. He myös kertoivat taustoistaan laajasti ja monessa muodossa. Itsensä esittäminen ei tapahtunut pelkän CV:n avulla.

Lehtinen ja Lax avasivat työnsä sisältöä Euroopan parlamentissa heti etusivulla. Poliittisuus ei ollut pääpaino. Lax myös esitteli mieltymyksiään laajasti Henrikistä - sivulla. Myller kertoi parlamenttiurastaan ja itsestään myös laajasti aiheelle pyhitetyillä sivuilla. Puheet ja kirjoitukset olivat omalla sivullaan, mutta eivät keskeisiä. Myös Takkulan laskin kuuluvan tähän joukkoon. Hänen sivunsa olivat hyvin suppeat, mutta työnsä ja taustansa hän esitteli sivuilla perusteellisesti. Koska

poliittiset kirjoitukset lisäksi puuttuivat hänen sivuiltaan täysin, oli hänen tyyppinsä selvästi itsensä esittäjät.

Poliittisia tekstejä oli muiden kuin Takkulan sivuilla runsaasti. Näin ollen vaikuttavuutta tämän tyyppin sivuilla oli myös havaittavissa. Usein nämä tekstit olivat kuitenkin omien sisäisten linkkiensä takana ja ne oli jaoteltu joko tyypeittäin tai esitetty listana. Poliittista asiaa ei painotettu, vaan itsensä esittäminen ja europarlamentaarikon työ olivat keskeisesti esillä. Jaottelulla ja poliittisten kirjoitusten teemoittelulla sivut saisi vaikuttavammiksi helposti.

#### **5.4.4 Monipuoliset vaikuttajat**

Monipuolisten vaikuttajien sivut olivat sekä vaikuttavia että lukijaystävällisiä. Lisäksi niillä itsensä esittely oli keskeinen osa kokonaisuutta. Myös europarlamentaarikon työstä kerrottiin. Ennen kaikkea tämän tyyppin sivut olivat monipuoliset sisällöltään. Vaihtoehtoja ja tarjontaa oli paljon.

Monipuolisiin vaikuttajiin lukeutuivat Korholan, Kaupin ja Hassin sivut. Korholan sivut kuvaavat tätä tyyppiä parhaiten. Hänen sivunsa olivat hyvin laajat kaikin puolin. Sekä poliittisuus, itsensä esittäminen että europarlamentaarikon työn esitleminen olivat keskeisiä sisältöjä. Myös Kaupin sivut olivat laajat. Sekä politiikka ja esittäytyminen olivat olennaisia asioita sivuilla.

Hassin sivut olivat myös monipuoliset, mutta lukijaystävällisyydeltään heikommät kuin Korholan ja Kaupin. Koska sivuilla oli kuitenkin niin paljon persoonallista sekä itsen esittämiseen liittyvää materiaalia että poliittisia tekstejä teemoittain esitettynä, laskin sivut ehdottomasti tähän joukkoon. Myös Hassin sivujen väriyty, vahva vihreä kertoi poliittisuudesta.

Monipuoliset vaikuttajat ovat huomioineet sivuillaan monta asiaa. En kuitenkaan sano, että tällaiset sivut olisivat millään tavalla paremmat kuin poliittisten vaikuttajien tai itsensä esittäjien sivut. Kullakin tyyppillä on omat hyvät puolensa.

Esittämistapa vaikuttaa voimakkaimmin siihen, toteuttavatko sivut sitä, mitä niillä on tavoiteltu.

TAULUKKO 7 Europarlamentaarikoiden kotisivujen tyypit

<b>Poliittiset vaikuttajat</b>	<b>Itsensä esittäjät</b>	<b>Monipuoliset vaikuttajat</b>
Seppänen	Stubb	Korhola
Paasilinna	Jäätteenmäki	Kauppi
Itälä	Myller	Hassi
Väyrynen	Lax	
Virrankoski	Lehtinen	
	Takkula	

## 5.5 Kysely europarlamentaarikoiden avustajille

Aloittaessani europarlamentaarikoiden kotisivujen analyyseistä saamieni tulosten kirjoittamisen, huomasin tarvitsevani tietoa kotisivujen päivityksestä ja kävijämääristä. Lähetin 27.4. europarlamentaarikoiden avustajille sähköpostina lyhyet kyselyt asiasta. Koska kaikki avustajat eivät ensimmäiseen kyselyyn vastanneet, toistin sen 9.5.2005. Kysyin heiltä seuraavat kysymykset:

1. Kuinka usein europarlamentaarikon kotisivut päivitetään?
2. Kuinka monta kävijää europarlamentaarikon kotisivuilla on ollut (uusin tieto)?

Vastausten perusteella miltei päivittäin päivitetään Korholan, Stubbin ja Kaupin kotisivut. Useamman kerran viikossa päivitetään Hassin, Seppäsen, Laxin ja Itälän kotisivut. Jäätteenmäen, Lehtisen, Myllerin ja Väyrysen sivuja ilmoitettiin päivitettävän viikoittain. Kerran kuukaudessa päivitetään Takkulan kotisivut. Suurimmat kävijämäärät olivat Korholan, Stubbin, Kaupin ja Lehtisen sivuilla. Tästä tiedosta ei voida kuitenkaan olla varmoja, sillä avustajat ilmoittivat turhia sivujen latauksia tapahtuvan paljon. Silti näiden europarlamentaarikoiden kotisivujen kävijämäärät erottuivat huomasti muista ilmoitetuista. On kuitenkin otettava huomioon, että, kävijämääristä ei ollut tietoa Hassin, Jäätteenmäen, Myllerin, Laxin

ja Takkulan osalta. Kyselyyn jättivät puolestaan vastaamatta Paasilinnan ja Virrankosken avustajat. Vastauksia ei ollut tullut 12.5. mennessä, jolloin kirjoitin graduni valmista versiota. Näin ollen mahdollisesti myöhemmin tulleet vastaukset eivät ehtineet tuloksiin.

Osa avustajista antoi myös lisäinformaatiota europarlamentaarikon kotisivuista. Seppäsen sivuista kerrottiin, että ne ovat hänen tärkein tiedotusvälineensä, koska EU:lle myönteiset valtalehdet jättävät EU -kriitikot paitsioon. Korholan avustaja kertoi sivujen olevan loistava tiedonvälityskanava. Stubbin, Laxin ja Itälän avustajat kertoivat, että kotisivuille on tulossa parannuksia. Myös Takkulan avustaja ilmoitti mahdollisesta uudistuksesta.

## 6 DISKUSSIO

### 6.1 Julkiset kotisivut

Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuista tehdyllä tutkimuksellani pyrin selvittämään, millaisena tiedonvälitys- tai vaikuttamiskanavana sivuja käytetään. Halusin tietää esitelläänkö sivuilla itseä, omaa työtä vai pyritäänkö sivuilla vaikuttamaan. Yleensä kotisivujen merkitys yksityisillä henkilöillä on juuri itsensä esittäminen. Sivut toimivat tavallaan käyntikorttina ja vastaavat kysymykseen: kuka minä olen? (Chandler 1998, 1). Dominickin (1999, 647) mukaan kotisivut toimivat muun muassa julkisina ansioluetteloina, luovuuden kanavina, poliittisten vakaumusten ilmentäjinä tai keinona tutustua muihin ihmisiin.

Yksityisille henkilöille kotisivujen käyttötarkoitus on melko selvä, sillä asiaa on tutkittu paljon ja löydöt ovat suurin piirtein samoja. Kotisivut ovat tapa esittää itsensä julkisesti niin, että muutkin voivat tutustua sinuun. Julkisten henkilöiden kotisivuja ei ole tutkittu tiedonhakuni mukaan yhtä paljon. Julkimoiden, kuten tässä tapauksessa europarlamentaarikoiden, kotisivuilla kuvittelisi olevan erilainen merkitys. Koska henkilö tunnetaan jo entuudestaan, itsensä esittämiselle ei sinänsä ole tarvetta. Tietysti kuvaa itsestään voi muuttaa omilla sivuilla niin halutessaan. Tämä teema liittyykin vahvasti imagoihin ja niiden muokkaamiseen. (ks. mm. Goffman 1971, Karvonen 1999.)

Europarlamentaarikolle kotisivut tarjoaisivat monia käyttömahdollisuuksia, mikäli niitä vain haluttaisiin ja osattaisiin hyödyntää. Imagon muokkauksen lisäksi sivuilla voisi esimerkiksi vaikuttaa, sillä median valta ja toimittajien välikäsi ei sensuroi tai muokkaa omia ajatuksia internetissä (ks. mm. Ikävalko 1996, 178-179). Kotisivut voivat olla europarlamentaarikolle lisäksi mahdollisuus pitää yhteyttä kannattajiin tai kuulijoihin kotimaassa. He voivat myös selventää kansalaisille työnkuvaansa sivuilla. (ks. mm. Papacharissi 2002b, 346, Pekonen 2000, 29.) Toisaalta, julkiset henkilöt voivat kotisivuilla pelkästään esitellä itsensä kuten yksityisetkin.



Keskeisin ero julkisten ja yksityisten henkilöiden kotisivujen välillä on se, että yksityisten kotisivuille pitää löytää, kun taas julkisten henkilöiden kotisivuille osataan mennä. Näin ollen voitaisiin ajatella, että jälkimmäisten sivuilla olisi erilainen merkitys. Ainakin käyttömahdollisuuksia julkisten henkilöiden kotisivuilla on reilummin. Koska kävijöitä on todennäköisesti enemmän, oma asia saavuttaa useamman kuulijan. Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuja tutkimalla halusin selvittää, onko tämä mahdollisuus käytetty hyväksi.

Käyn tässä osiossa keskustelua tulosteni ja tutkimuksen taustoitukseni kesken. Vertaan omia tuloksiani tutkimuskysymysteni valossa aiempiin europarlamentaarikoista, imagoista, itsensä esittämisestä ja poliittisesta vaikuttamisesta saatuihin tutkimustuloksiin. Teen vertailua asiakokonaisuus kerrallaan ja pohdin myös, mitä tutkimukseni antaa puheviestinnälle.

## **6.2 Eurooppa keskeinen kotisivuilla**

Ensimmäisellä tutkimuskysymykselläni pyrin selvittämään millaisia Suomen europarlamentaarikoiden kotisivut ovat yleisilmeeltään, samanlaisia vai erilaisia? Tulososiossa jo ilmeni, että sivut olivat hyvin erilaisia ja niillä painotettiin eri asioita. Jaoinkin sivut kolmeen tyyppiin, itsensä esittäjiin, poliittisiin vaikuttajiin ja monipuolisiin vaikuttajiin. Toiset keskittyivät kotisivuillaan itsensä esittämiseen, kun toiset näkivät sivut vaikuttamisen väylänä. Monipuoliset vaikuttajat toivat kotisivuillaan hyvin monia asioita esille, heidän ei voinut sanoa keskittyneen erityisesti vaikuttamiseen tai itsensä esittämiseen.

Kaikkien europarlamentaarikoiden kotisivuilla yhteinen piirre oli, että sivuilta ilmeni niiden olevan juuri suomalaisen europarlamentaarikon sivut. Muita ammatteja tai ryhmittymiä ei korostettu yhtä paljon kuin edustajana toimimista. Vaikka monet europarlamentaarikoista ovat toimineet aiemmin poliittisissa tehtävissä kotimaassa, oli tällainen historia jätetty taakse ja keskitytty Eurooppaan. Vain Lehtisen sivuilla tulivat esille selvästi myös muut ansiot.

Eurooppaan keskittyminen kotisivuilla on positiivista, kun asiaa katsotaan europarlamentin etäisyyden näkökulmasta. Eurovaalien alhaista äänestysprosenttiahan osoittavat muun muassa ne seikat, että parlamentti koetaan etäiseksi ja vaaleissa keskitytään kotimaan asioihin (ks. Pekonen 2000, 29). Näin ollen on myönteistä huomata, että europarlamentaarikot keskittyvät kotisivuillaan Eurooppaan ja Euroopan asioihin. Osa europarlamentaarikoista myös kertoi parlamentin työnkuvasta ja omasta osastaan edustajana. Tällaiset asiat tuovat parlamentaarikoita lähemmäs kansaa ja pienentävät kuilua heidän välillään. Pekonen (2000, 29) korostaa, että europarlamentaarikoiden tulisi olla vastuussa juuri euro-eikä kotimaan puolueilleen sekä osoittaa, että parlamentilla on olennainen rooli päätöksenteossa. Tämän kotisivuillaan toivat esille selkeästi ne europarlamentaarikot, jotka esittelivät työtään laajasti.

Kotisivut erosivat toisistaan monella tapaa, muun muassa lukijan huomioinnissa ja kerrontatavassa, ulkoasultaan ja sisällöltään – siis miltei kaikessa. Tämä löytö oli myös positiivinen, sillä se korostaa europarlamentaarikoiden persoonallisuutta. Sivuja ei ole koottu esimerkiksi kaikille puoluelaisille samassa mainostoimistossa, vaan kutkin sivut ovat omannäköisensä.

### **6.3 Itsensä esittäminen olennaista**

Yksityiset henkilöt yleensä esittävät itsensä kotisivuillaan, niin tekevät myös europarlamentaarikot. Jos Suomen europarlamentaarikot eivät esitelleet itseään muuten, he ainakin esittelivät työtään Euroopan parlamentissa jollain tapaa. Yhteystiedot ja nimen sekä kuvan julkaiseminen voidaan lukea myös itsensä esittämiseksi. Toisten europarlamentaarikoiden kotisivuilla itsensä esittäminen oli kuitenkin suuremmassa roolissa kuin toisten sivuilla. Itsensä esittäjät edustivat tutkimustuloksissani tyyppiä, joka toi kotisivuilla esille itseään ja työtään voimakkaimmin. Myös monipuoliset vaikuttajat esittivät itsensä kattavasti.

Isotaluksen (1998, 157) mukaan itsestä annettu tiedon määrä ja myönteinen kertominen vaikuttavat puhujan, tässä tapauksessa kotisivujen ylläpitäjän,

attraktiivisuuteen sekä lisäävät intiimiyttä. Kotisivuilla itsestä kertominen oli tämän tutkimuksen mukaan positiivista. Jos ajatellaan lisäksi itsestä kertomisen suurta määrää itsensä esittäjien ja monipuolisten vaikuttajien osalta, voidaan päätellä, että nämä tyypit haluavat kotisivuillaan tulla lähelle lukijoita. Jäätteenmäen, Stubbin ja Korholan sivuilla oli lisäksi muiden henkilöiden myönteisiä kommentteja henkilöstä. Tämä antaa vaikutelman, että halutaan esittää, että muutkin pitävät henkilöä ”hyvänä tyyppinä”.

Lukijoiden huomiointi oli itsensä esittäjien ja monipuolisten vaikuttajien sivuilla parempaa kuin poliittisten vaikuttajien sivuilla. Liekö tämä johtuu siitä, että itsensä esittäjät ja monipuoliset vaikuttajat halusivat antaa itsestään henkilökohtaisen vaikutelman? Kotisivut eivät ole heille vain tiedonvälityskanava, vaan lukijoille halutaan antaa arvoa ja heidät halutaan huomioida. On luonnollisesti miellyttävämpää lukea kotisivuja, joilla on helppo kulkea ja joilla selkeytetään sivujen tarkoitusta. On kuitenkin huomioitava, että itsensä esittäjiin ja monipuolisiin vaikuttajiin kuului monia kotisivuja. Näin ollen kunniaa lukijoiden huomioimisesta ei voi antaa kaikille tyyppeihin kuuluville

Papacharissi (2002b, 354-355) on tutkinut eloisia ja vuorovaikutuksellisia kotisivuja sekä määritellyt nämä. En keskittynyt näihin piirteisiin erityisesti tutkimuksessani, mutta ne tulivat esille voimakkaasti joidenkin europarlamentaarikoiden kotisivuilla. Eloisilla sivuilla on usein erillinen tervetuloa -sivu, paljon kuvia ja eriteltyä tekstiä. Näitä piirteitä oli erityisesti itsensä esittäjien ja monipuolisten vaikuttajien sivuilla. Eriteltyä tekstiä oli tosin myös poliittisten vaikuttajien kotisivuilla. Interaktiivisuuteen viittasi taas kerronnallinen teksti, ranskalaisia viivoja Papacharissi pitää toisena äärimuotona, epäinteraktiivisuuden osoituksena. Myös tämän piirteen suhteen kaksi edellistä tyyppiä osoittivat olevansa vuorovaikutuksellisempia. Myös yhteydenottomahdollisuus viittaa interaktiivisuuteen. Tästä kaikki europarlamentaarikot saavat kunniaa, sillä palaute- tai postinlähetyismahdollisuuksia oli jokaisen sivuilla.

Valokuvia voi osaltaan pitää myös itsensä esittämisenä. Kaikkien europarlamentaarikoiden kotisivuilla oli kuva itsestään. Kuvien määrä ja tyypit tosin vaihtelivat. Katsekontakti kameraan ja näin ollen myös sivujen lukijaan luo

läheisemmän vaikutelman, samoin lähikuva. Suurimmalla osalla henkilökuvat edustivatkin jompaa kumpaa tyyppiä. Vain Lehtinen poikkesi tältä osin joukosta.

Itsensä esittämiseen liittyen Dominick (1999, 648) on havainnut, että miehet osoittaisivat kotisivuillaan kyvykkyyttä ja osaamista enemmän kuin naiset, jotka taas paljastavat enemmän henkilökohtaisia asioita. Tämä väite ei täysin pätenyt europarlamentaarikoiden kotisivuilla. Poliittisiin vaikuttajiin kuului tulosteni perusteella vain miehiä, mikä todistaisi väitteen paikkansapitävyyden. Toisaalta itsensä esittäjissä oli miehiä enemmän kuin naisia, mikä osoittaa, että miehetkin toivat itsestään esille henkilökohtaisia asioita ja esittivät itseään enemmän kuin saavutuksiaan. Ehkä havaintooni vaikutti se, että kyseessä olivat julkisten henkilöiden kotisivut eivätkä yksityisten, joiden perusteella Dominick on pääatelmänsä tehnyt.

Dominick (1999, 648) on tutkimuksissaan myös havainnut, että interpersonaalisen vuorovaikutuksen teoriat saattavat yhtä lailla päteä kotisivuilla. Hän on käyttänyt muun muassa Jonesin (1991, 177-200) itsensä esittämisen jaottelua tutkimuksissaan. Olen luetellut esittämisen muodot jo aiemmin tämän tutkimuksen taustoituksessa. Dominickin (1999, 655) tulos, mielistely on yleisin itsensä esittämisen muoto myös kotisivuilla, päti myös tässä tutkimuksessa. Itsensä esittäjät luokitui tähän kategoriaan. Toiseksi yleisin esittämisen muoto, kyvykäs, taas kuvasti poliittisia vaikuttajia. Monipuoliset vaikuttajat kuuluivat enemmän mielistelijöihin, mutta he toivat itsestään myös kyvykkäitä puolia esille. Seppänen, voimakkain poliittinen vaikuttaja -tyypin edustaja lukeutui kotisivujensa perusteella tosin omaan ryhmäänsä, esimerkilliseen. Hän toi ideologiaansa voimakkaasti esille ja osoitti olevansa uhrautuva ja taisteluhaluinen EU:ta vastaan.

#### **6.4 Poliittiset teemat osin vahvoja**

Poliittiset vaikuttajat ja monipuoliset vaikuttajat edustivat europarlamentaarikoiden kotisivuista sellaisia, joilla haluttiin selvästi tuoda poliittisia teemoja esille. Itsensä

esittämisen tärkeyden ylitti asia: mielipiteet, teot ja aikomukset. Myös itsensä esittäjät toivat politiikkaa esille sivuillaan, mutta painotus oli selvästi muualla.

Poliittinen vaikuttaminen oli voimakkainta sivuilla, joilla käytettiin iskulauseita ja lausahduksia sekä esitettiin poliittiset asiat teemoina. Tarkoitin tällä sitä, että poliittisia kirjoituksia ei ollut piilotettu esimerkiksi tyyppien, kuten puheet ja kirjoitukset tai kolumnit alle, vaan ne esitettiin nimillä, kuten Itämeri, maaseutu jne. Kun huomaa sivuilla jonkin teeman, voi heti olettaa että europarlamentaarikolla on jotain sanottavaa tästä asiasta. Myös lyhyet lauseet toimivat voimakkaina vaikuttamisen keinoina. Iskulause sisältää todellisuudessa paljon enemmän asiaa, kuin ne muutama sana, josta se on koostettu. Eniten näitä vaikuttamisen keinoja käyttivät juuri kummankin vaikuttaja -tyypin europarlamentaarikot. Jälleen kerran on kuitenkin huomioitava, että tyyppien sisällä oli vaihtelua. Toiset europarlamentaarikot olivat vaikuttavuudessa voimakkaampia kuin toiset.

Väreillä korostettiin myös omaa puolue- tai aatetaustaa. Voimakkaimmin tätä voimakeinoa käyttivät Hassi ja Seppänen. Muiden sivuilla väreillä pelaaminen oli kevyempää. Pelkästään Kaupin, Paasilinnan ja Lehtisen sivut eivät viitanneet lainkaan omiin poliittisiin ryhmittymiin. Tyyppien välillä värien suhteen ei erottelua voi tehdä, sillä se ei johda yhdenmukaisuuksiin.

Jos ajatellaan, että europarlamentaarikot haluaisivat käyttää kotisivujaan keinona varmistaa äänestäjien luottamus, poliittinen vaikuttaminen tulisi huomioida. Reardonin (1991) mukaan poliittisen vaikuttamisen kaksi suurinta osa-aluetta ovat äänestäjien vakuuttaminen ja poliittisten asioiden vaikuttava esittäminen. Nämä teemat eivät ole keskeisiä vain vaalien aikana, vaan poliitikoiden on huomioitava äänestäjät myös toimintakaudellaan. Näin ollen kotisivut, joilla äänestäjät todennäköisesti vierailevat, ovat olennainen mielipiteiden muokkaaja. Sivut voivat myös houkutella uusia äänestäjiä. Siksi omien poliittisten asenteiden ja ajatusten ilmaiseminen on tärkeää.

Äänestäjiä ei kuitenkaan houkutella pelkällä asialla. Reardonin (1991, 200) ja Sallisen (1987, 147) mukaan politiikon uskottavuudella ja luotettavuudella on myös suuri merkitys. Reardonin mukaan erityisesti ihmiset, jotka eivät seuraa politiikkaa,

luottavat tähän kriteeriin äänestyspäätöstä tehdessään. Poliittisessa vaikuttamisessa ei siis ole kyse pelkästä asiasta vaan myös sen esittämistavasta. Kotisivujen kontekstissa tämä on keskeinen seikka yhtä lailla kuin muussa esiintymisessä. Ei riitä, että asian kertoo, vaan se on kerrottava niin, että lukija siitä kiinnostuu. Tähän viittasin jo edellä, kirjoittaessani iskulauseista ja teemoista. Lisään kuitenkin vielä, että kerronnalla on tämän suhteen kotisivuilla suuri merkitys. Poliittisiin vaikuttajiin kuuluvat europarlamentaarikot käyttivät hyvin vähän kerrontaa esittämistapana. Usein poliittiset asiat oli vain listattu sivuille kirjoituksiksi. Jotta vaikuttaminen tehostuisi, tulisi lukija huomioida paremmin.

Näin ollen voidaan ajatella, että vaikka itsensä esittäjät eivät korostaneet politiikkaa sivuillaan, he vaikuttivat lukijoihin huomioimalla heidät. Jos palataan uskottavuuteen ja luotettavuuteen poliittisena vaikuttamisena itsensä esittäjät saattavat houkutella lukijoita sivuilleen esittämistavallaan. Myös tulella niin sanotusti lähelle lukijoita (esittämällä itseään), he saattavat vaikuttaa lukijaan enemmän luomalla itsestään henkilökohtaisen vaikutelman. Reardonin (1991, 197) mukaan vaikuttaminen voi vaalien aikaan tehostua luomalla itsestä sellainen profiili, jonka äänestäjät tuntevat tutuksi. Näkökulma on mielestäni verrattavissa kotisivuilla tapahtuvaan itsensä esittämiseen poliitikon sivuilla. Mikäli profiili osuu lukijaan, on hän todennäköisempi äänestäjä.

Voidaan päätellä, että poliittinen vaikuttaminen europarlamentaarikoiden kotisivuilla ei olekaan välttämättä niin yksinkertainen asia. Poliittisten kirjoitusten määrä ja monipuolisuus ei takaa vaikuttamisen tehokkuutta. Esittämistapaan tulisi kiinnittää myös huomiota. Monipuoliset vaikuttajat onnistuivat sinällään vaikuttamisessaan, että olivat lisänneet juuri kerrontaa sivuilleen. Poliittiset asiat oli esitetty mielenkiintoisella tavalla.

## **6.5 Vaikutelmien hallinta kotisivuilla**

Kotisivut ovat eräänlaisia europarlamentaarikoiden imagojen muokkaajia.

Europarlamentaarikot voivat rakentaa itsestään kotisivuilleen sellaisen esityksen kuin

haluavat, joten voisi olettaa kotisivujen esittävän heidän antamaansa ihannevaikutelmaa, tapaa jolla he haluaisivat tulla nähdyksi (ks. Goffman 1971, 69). Näin ajateltuna kotisivut voivat olla hyvin henkilökohtaisia. Ne ovat myös vaativa esittämisen muoto, koska europarlamentaarikolla on valta päättää, miltä sivut näyttävät ulospäin ja mitä niillä sanotaan.

Vaikutelmien hallinta on kotisivuilla voimakasta. Goffman (1971, 146) kirjoittaa korkean statuksen omaavista henkilöistä, joiden ei ole helppoa olla esittämättä jotain roolia. Toisaalta vakiintunutta sosiaalista roolia on vaikea muuttaa (Goffman 1971, 39). Europarlamentaarikoiden kohdalle kumpikin väite osuu. Voidaan siis ajatella, että täysin uutta imagoa, eli vaikutelmaa he eivät voi edes kotisivuillaan luoda, koska jonkinlainen poliitikko -vaikutelma heistä on jo olemassa. Toisekseen he eivät voi olla kotisivuillaankaan täysin omana itsenään, sillä korkean statuksen omaavilta henkilöiltä odotetaan roolin esittämistä. Rooli voi olla rento, mutta se on kuitenkin rooli.

Europarlamentaarikoiden ei voi näin ollen olettaa pystyvän muuttamaan imagoaan erityisen voimakkaasti kotisivuilla. Painotuksilla ja antamiensa tietojen hallinnalla he voivat kuitenkin hallita vaikutelmaa. Esimerkiksi Goffmanin mainitsemaa ihannevaikutelmaa on kotisivuilla, suunnitellun viestinnän saralla, helpompi luoda. Itsestä voi tuoda esille sellaisia asioita, joita uskoo esimerkiksi äänestäjiensä arvostavan. (ks. Goffman 1971, 69.)

Kotisivut muodostavat mielikuvia yhtä lailla kuin europarlamentaarikot itse. Mielikuvat saattavat mennä ristiin, tai vastata toisiaan. Karvosen mukaan (1999, 53,55) kohteesta tullut informaatio aktivoi siihen kuluvaan skeeman, eikä siihen kuulumattomiin asioihin enää kiinnitetä huomiota. Ehkä lukijat näkevät europarlamentaarikoiden kotisivuilla vain sen, minkä ovat tottuneet näkemään, jos tuntevat europarlamentaarikon entuudestaan. Toisaalta, kotisivut saattavat olla jotain täysin odottamatonta, jolloin skeema rikkoontuu. Skeemoihin voidaan kuitenkin sovittaa uusia asioita (Leino 1987, 39-40).

Vaikutelmat eli imagot muodostuvat mielikuvista, jotka ovat jokaisella henkilöllä omanlaisensa. En voi sinänsä käsitellä imago -aihetta omasta näkökulmastani, että se

poikkeaa kaikkien muiden mielikuvista. Siispä lähestyn imagoja kotisivuilla niiden merkityksellisyyden ja mahdollisuuksien mukaan. Keskeinen kysymys on, ovatko sivut tärkeitä imagon muokkaajia?

Karvosen (1999, 51,53) mukaan median rooli on imagojen muodostumisessa merkittävä. Voidaan olettaa, että esimerkiksi europarlamentaarikoista, joita monet ihmiset eivät henkilökohtaisesti tunne, media muokkaa mielikuvat. Jos siis palataan teemaan, että kotisivuilla voi rakentaa itsestään sellaisen kuvan kuin haluaa ja kyseessä on joukkoviestintäväline, jota kaikki voivat käyttää, voidaan kysyä: miksi tätä ei hyödynnettäisi parhaalla mahdollisella tavalla? Vaikka omaa vaikutelmaansa ei täysin voi muuttaa, omaan sanomaansa voi vaikuttaa. Esimerkiksi poliittisten viestien osalta käyttömahdollisuus on merkittävä.

Internetistä joukkoviestimenä voidaan tietysti olla montaa mieltä. Tämä media tavoittaa koko maailman, mutta eroaa siinä muista joukkoviestimistä, että on vuorovaikutuksellinen. Lisäksi internet on kaikkien käytettävissä. Ikävalko (1996, 170-172) tuo esille, että mediaan (perinteisempiin joukkoviestimiin kuten televisioon, radioon ja lehtiin) liittyy useita myyttisiä uskomuksia. Mediajulkisuus nähdään ylivertaisena näkymisen areenana. Se, että läpäisee median seulan, osoittaa vakuuttavuutta ja arvokkuutta. Jos media käsitetään näin, internetillä ei ole vastaavaa asemaa. Ei ole seulaa, joka tulisi läpäistä, koska kaikki voivat jättää jälkensä internetiin.

On kuitenkin fakta, että internet tavoittaa koko maailman. Myös se on ilmeistä, että internetiä käytetään yhä enemmän ja useampiin tarkoituksiin. Julkisilla henkilöillä ehkä myös oletetaan olevan omat kotisivut ja niille osataan hakeutua. Vaikka internetiltä puuttuu se tietty joukkoviestintien arvokkuus, kyseessä on kuitenkin suosittu viestintäväline. Toisaalta ajatusleikkiä jatkamalla voidaan ajatella, että tietyille verkkosivuille pääseminen on seula. Myös osa europarlamentaarikoiden kotisivuista ovat näkyvämpiä kuin toiset, onko näillä sivuilla esiintyminen siis arvokkaampaa?

Teettämäni kysely europarlamentaarikoiden avustajille osoitti, että kotisivuja pidetään tässä poliitikkojen joukossa merkityksellisenä tiedonvälityskanavana.



Suurin osa vastaajista ilmoitti päivittävänsä kotisivuja joko päivittäin, viikoittain tai siltä väliltä. Kävijämäärät, joita myös tiedustelin, vaihtelivat melko paljon. Voidaan kuitenkin sanoa, että sivuilla, joita päivitettiin useimmin, oli eniten myös kävijöitä. Avustajat, jotka tällaisia ”suosittuja” sivuja päivittivät, vastasivat kyselyyni myös ripeästi. Tästä voidaan päätellä, että usein päivitetyt sivut vetävät eniten kävijöitä ja niiden ylläpitäjiä myös kiinnostaa, mikäli sivuista tehdään tutkimusta. Kotisivut ovat näille europarlamentaarikoille siis merkitykselliset.

Kotisivujen merkityksellisyyttä korostaa myös se, että hyvin moni avustaja ilmoitti, että europarlamentaarikon kotisivut tulevat uudistumaan lähiaikoina. Kiinnostusta sivujen ulkoasun ja käytettävyyden parantamiseen siis on. Lisäksi kaksi avustajaa ilmoitti, että kotisivut ovat europarlamentaarikolle hyvin tärkeä tiedonvälityskanava. Nämä kotisivut kuuluivat suosittujen sivujen joukkoon. Tämä todistaa, että kotisivut voivat olla merkityksellinen viestintäkanava europarlamentaarikolle. Hyvin ylläpidetyillä sivuilla on lukijoita ja europarlamentaarikko saa esittää sivuilla asiansa niin kuin haluaa. Yleisöä siis riittää, eivätkä julkiset kotisivut ole vain yksi sivusto muiden joukossa. Jos sivuilla haluaa vaikuttaa, se on siis mahdollista. Sanat menevät kuuleville korville.

## **6.6 Puheviestintää kotisivuilla**

Poliittista vaikuttamista on tutkittu puheviestinnässä jo pitkään, Antiikin ajoista alkaen. Tutkimus alkoi puhe-esitysten tarkastelusta ja perinne on jatkunut tähän päivään asti. Puheviestinnän tutkimus kuitenkin muuttuu koko ajan: mitä erilaisempia vuorovaikutustapahtumia tarkastellaan. Valitsin omaksi alueekseni internetin ja kotisivut. Vastaavanlaista mediaa, yhtä aikaa sekä vuorovaikutuksellista että joukkoviestinnällistä, ei ole toista.

Oli mielenkiintoista tarkastella itsensä esittämistä kotisivuilla. Yhtä lailla kuin kasvokkaisessa viestinnässä, kotisivuilla toiset kertoivat itsestään enemmän kuin toiset. Ovatko toiset siis avoimempia luonteeltaan ja antavat itsestään enemmän tietoa sekä kasvokkain että internetissä, vai onko internet kirjallisena mediana toisille

helpompi esittäytymisen muoto? Tätä aihetta on vaikea lähteä spekuloidaan tuntematta europarlamentaarikoita, mutta olennaista on, että erilaiset piirteet tulevat ihmisistä esille myös heidän kotisivuillaan – ihan niin kuin kasvokkain.

Yhteenvedon voin todeta, että kummatkin tutkimukseeni valitsemat teoriataustat osoittautuivat antoisiksi tavoiksi tarkastella europarlamentaarikoiden kotisivuja. Yksi ilmeinen tutkimusnäkökulma olisi ollut valita kotisivujen vuorovaikutuksellisuus katsantokannaksi. Poliittinen vaikuttaminen ja itsensä esittäminen toimivat kuitenkin taustana hyvin yhdessä ja keksin tutkimusta tehdessäni useita erilaisia jatkotutkimusmahdollisuuksia aiheiden pohjalta.

Itsensä esittämistä ja poliittista vaikuttamista voisi tutkia kotisivuilla myös rajatummassa kontekstissa, kuten nettipäiväkirjoissa ja kysy - vastaa -palstoilla. Itsensä esittämisen tapaan voisi myös syventyä valitsemalla esimerkiksi epävarmuuden vähentämisen tai jonkin muun itsensä esittämisen teorian lähtökohdaksi. Poliittiseen vaikuttamiseen kotisivuilla voisi puolestaan syventyä tarkemmalla sisällönanalyysillä tai diskurssianalyysillä. Aineistoksi voisi valita erilaisten palstojen lisäksi puheita ja kirjoituksia. Yleensä ottaen olisi myös antoisaa jatkaa valitsemaani aihetta. Esimerkiksi europarlamentaarikoita olisi mielenkiintoista haastatella heidän kotisivuistaan. Kysyä muun muassa, millainen tarkoitus sivuilla on ja millaisena kanavana he haluaisivat kotisivuja käyttää. Tässä tutkimuksessa minulla ei ollut tarpeeksi ajallisia resursseja suorittaa haastattelua analyysien lisäksi. Kiinnostavaa olisi myös verrata Suomen europarlamentaarikoiden kotisivuja eurooppalaisten kollegojensa kotisivuihin.

Aiemmin puheviestinnän alueella Isotalus (1998) on tutkinut eurovaaliehdokkaiden kotisivuja vuonna 1996. Poliitikkojen kotisivujen ulkomuoto ja -asu ovat ajan kuluessa muuttuneet, mutta niiden käyttötarkoitukset ovat tutkimustuloksia verrattaessa pysyneet melko samanlaisina. Vuonna 1996 poliittinen vaikuttaminen sivuilla oli heikohkoa, ja sitä se on yhä. Europarlamentaarikot korostavat kotisivuillaan myös tämän tutkimuksen mukaan itsensä esittämistä eivätkä ajamaansa asiaa. (ks. Isotalus 1998, 160.)

## 6.7 Tutkimuksen arviointi

Onnistuin tässä tutkimuksessa saamaan vastauksen jokaiseen tutkimuskysymykseeni. Ensimmäinen kysymykseni oli kartoittava ja sain vastauksen siihen, ovatko europarlamentaarikoiden kotisivut erilaisia vai samanlaisia. Toinen tutkimuskysymykseni selvitti itsensä esittämisen tapaa kotisivuilla, ja analyysini osui oikeaan kohtaan, sillä mielestäni keräsin kattavasti tietoa myös tästä aihealueesta. Kolmannella tutkimuskysymyksellä halusin kartoittaa poliittisen vaikuttamisen ilmenemistä kotisivuilla. Analyysilläni sain koottua kuvailevaa tietoa vaikuttamisesta ja sen määräästä. Tietysti syvällisempään analyysiin olisi tarvittu erilainen analyysi.

Tutkimukseni onnistui tutkimuskysymysten ja -tehtävän asettelun osalta hyvin, koska sain vastauksen ongelmaani. Mielestäni tutkimusotteeni ja -menetelmäni on luotettavuuden osalta olennaisin tekijä. Analysoin europarlamentaarikoiden kotisivut itse, osin itse laatimallani analyysilomakkeella. Koen olevani objektiivinen kotisivujen analysoija. Viestinnän opiskelijana olen tottunut havainnoimaan muiden viestintää puolueettomana tarkkailijana. Näin ollen koen olevani kykenevä yksin myös tarkastelemaan verkkoviestintää.

Analyysilomakkeeni (Liite 1) oli myös itse kokoamani, en käyttänyt aiemmin kotisivu -tutkimuksissa hyödynnettyjä menetelmiä sellaisenaan. Koska tutkimukseni erosi aiemmista siltä osin, että tarkastelin julkisten henkilöiden kotisivuja, on mielestäni perusteltua, että lisäsin lomakkeeseen itse valitsemiani kohtia. Näitä olivat muun muassa Euroopan parlamentin kontekstiin liittyvät sekä poliittista vaikuttamista koskevat kohdat. Analyysilomakkeeni on liitteissä, joten sen luotettavuuden tarkempi arviointi on myös muiden ulottuvissa.

Kokonaisuutena koen tutkimukseni onnistuneet melko hyvin. Taustoitukseni oli toimiva kokonaisuus tutkimuksen kannalta, menetelmä oli luotettava ja tulokset merkityksellisiä. Ehkä taustoituksessa olisi ollut hyvä huomioida poliittinen vaikuttaminen paremmin. Juuri poliittiseen vaikuttamiseen liittyen oli kuitenkin hankala löytää teoriataustaa ja Reardon (1991), jota käytin taustoituksessa paljon, oli tutkinut asiaa laajalti. Koska suppeampi poliittisen vaikuttamisen osuus taustoissa

tuotti tuloksia, koen sen olevan tarpeeksi. Analyysiäni kritisoin siltä osin, että huomasin sen loppujen lopuksi olevan melko laaja. Ehkä aiheittani olisi voinut tarkentaa esimerkiksi pelkkään itsensä esittämiseen, jolloin analyysi olisi ollut syvällisempi.

## KIRJALLISUUS

Beniger, J. R. 1987. Personalization of Mass Media and the Growth of Pseudo-community. *Communication Research* 14, 352-371.

Boulding, K. 1973. *The Image. Knowledge in Life and Society* (Ninth Ed., orig. 1956). Ann Arbor. University of Michigan Press.

Chandler, D. 1998. Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web. URL: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>. Viitattu 29.9.2004.

Dillard, J. P. & Marshall, L. J. 2003. *Persuasion as a Social Skill*. Teoksessa Greene, J. O. & Burlison, B. R. 2003. *Handbook of Communication and Social Interaction Skills*. New York. Lawrence Erlbaum Associates.

Dominick, J. R. 1999. Who Do You Think You Are? Personal Home Pages and Self-Presentation on The World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol 76. 646-658.

Erickson, T. 1996. The World Wide Web as Social Hypertext. URL: <http://www.visi.com/~snowfall/SocialHypertext.html>. Viitattu 13.5.2005

Eskola, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä. PS-kustannus.

Eskola, J. & Suoranta J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere. Vastapaino.

Euroopan parlamentin tiedotustoimisto. URL:

[www.europarl.fi/ep/ShowPage.do?id=10](http://www.europarl.fi/ep/ShowPage.do?id=10). Viitattu 20.12.2004.

Euroopan yhteisöt. 2003. Näin Euroopan unioni toimii. Kansalaisen opas EU:n toimielimiin. Belgia. Euroopan yhteisöt.

Goffman, E. 1971. Arkielämän roolit. Oikeille jäljille rooliviidakossa. Suom. Puranen. Porvoo. Werner Söderström Osakeyhtiö. Alkuperäisteos 1959.

Helsingin Sanomat. 2004. 19.5., 1.6., 4.6., 8.6., 10.6., 11.6., 14.6., 15.6. ja 24.11.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997 Tutki ja kirjoita. Helsinki. Kirjayhtymä.

Ikävalko, E. 1996. Teoksessa Uimonen R. & Ikävalko E. (toim.) Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki. Inforviestintä.

Iltalehti. 2004. 24.4.

Ilta Sanomat. 2004. 8.5. ja 2.6.

Infante, D. A., Rancer, A. S. & Womack, D. F. 1997. Building Communication Theory. 3rd Ed. Waveland Prospect Heights. Waveland Press.

Isotalus, P. 1998. Euroehdokkaat kotisivuillaan. Teoksessa Isotalus, P. (toim.) Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa. Jyväskylä. Atena Kustannus Oy.

Jones, E.E. 1990. Interpersonal Perception. New York. Freeman.

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Helsinki. Gaudeamus.

Kelly, G. A. 1955 A Theory of Personality: The Psychology of Personal

Constructs. New York. Norton Library.

Kemppinen, R. 2002. Suomi Euroopan unionissa, neljäs painos. Eurooppa-tiedotus. Helsinki. Edita.

Lau, R. R. 1986. Political Schemata, Candidate Evaluations and Voting Behavior. Teoksessa Lau, R. R. & Sears, D. O. (toim.) Political Cognition. New York. Lawrence Erlbaum Associates.

Leino, P. 1987. Kieli ja maailman hahmottaminen. Teoksessa Tommi Hoikkala (toim.), Kieli, kertomus, kulttuuri. Helsinki. Gaudeamus.

Marconi, J. 1996. Image Marketing. Using Public Perceptions to Attain Business Objectives. Chicago. NTC Business Books.

Metts, S. & Grohskopf, E. 2003. Impression Management: Goals, Strategies and Skills. Teoksessa Greene, J. O. & Burleson, B. R. (toim.) Handbook of Communication and Social Interaction Skills. New York. Lawrence Erlbaum Associates.

Meyrowitz, J. 1985. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. Oxford University Press.

Miles, M. B. & Huberman, A. M. 1994 Qualitative data analysis. An Expanded Sourcebook. 2<sup>nd</sup> ed. Thousand Oaks. Sage.

Mitra, A. & Cohen, E. 1998. Analyzing the Web. Directions and Challenges. Teoksessa Jones, S (toim.). Doing Internet Research. Critical Issues and methods for Examining the Net. Thousand Oaks. Sage.

Mutz, D. C., Sniderman, P. M. & Brody, R. A. 1996. Political Persuasion: The Birth of a Field of Study. Teoksessa Mutz, D. C., Sniderman, P. M. & Brody, R. A. (toim.) Political Persuasion and Attitude Change. Ann Arbor. University of Michigan.

Nimmo, D. & Savage, R. L. 1976. *Candidates and Their Images. Concepts, Methods, and Findings.* Santa Monica. Goodyear Publishing Company.

Papacharissi, Z. 2002a. The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages. *Journalism and Mass Communication Quarterly.* Vol. 79. 643-660.

Papacharissi, Z. 2002b. The Self Online: The Utility of Personal Home Pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media.* 46. 346-368.

Pekonen, K. 2000. *Demokratia ja vaalit.* Teoksessa Hellsten, V., Martikainen, T. & Pekonen, K. (toim.) *Vaalista vaaliin. Vaalit, puolueet ja kansalaiset vuosituhaten vaihteessa.* Department of Political Science, University of Helsinki.

Reardon, K. K. 1991. *Persuasion in Practise.* Newbury Park. Sage.

Ryder, M. 1998. *The World Wide Web and the Dialects of Consciousness.* Paper presented to the Fourth Congress of the International Society for Cultural Research and Activity Theory. Aarhus, Denmark. URL: [http://www.cudenver.edu/mryder/iscrat\\_98.html](http://www.cudenver.edu/mryder/iscrat_98.html). Viitattu 13.5.2005.

Sallinen, A. 1987. *Televisioesiintyminen, mediaretoriikka ja poliittinen vaikuttaminen.* Teoksessa Isotalus, P. (toim.) 1994. *Puheesta ja vuorovaikutuksesta.* Jyväskylän yliopisto.

Sandbothe, M. 1996. *Interactivity. Hypertextuality, Transversality.* Teoksessa Vattimo, G. & Welsch, W. (toim.) *Media Transforming Reality.*

Sosnovski, J. J. 1998. *Configuring as a Mode of Rhetorical Analysis.* Teoksessa Jones, S (toim.). *Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net.* Thousand Oaks. California. Sage Publications.



Sundell, S., Lumme, U. & Hellsten, V. 2000. Europarlamenttivaalit 1999: toisasteisuudesta kolmannen asteen vaaleihin. Teoksessa Hellsten, V., Martikainen, T. & Pekonen, K. (toim.) Vaalista vaaliin. Vaalit, puolueet ja kansalaiset vuosituhatosen vaihteessa. Department of Political Science, University of Helsinki.

Tschokkinen, I. 2000. Onko eurovaaleilla merkitystä puolueille? Puolueiden rooli eurovaaleissa kesäkuussa 1999. Teoksessa Hellsten, V., Martikainen, T. & Pekonen, K. (toim.) Vaalista vaaliin. Vaalit, puolueet ja kansalaiset vuosituhatosen vaihteessa. Department of Political Science, University of Helsinki.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki. Tammi.

Turkle, S. 1996. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. London. Weidenfeld & Nicolson.

Uimonen, R. 1996. Teoksessa Uimonen R. & Ikävalko E. (toim.) Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki. Inforviestintä.

# LIITTEET

## Liite 1

ANALYYSILOMAKE 13.12.2004

Lyhyt (vapaamuotoinen) kuvaus sivuista ja etusivusta

Itsensä esittely

1 Itsensä esittely kokonaisuudessaan

- a. CV
- b. taustat muussa kuin CV:n muodossa
- c. työ Euroopan parlamentissa
- d. työ jossain muualla
- e. työ ennen Euroopan parlamenttia
- f. puolue Euroopan parlamentissa
- g. puolue Suomessa
- h. perhe, ystävät ja/tai muut läheiset ihmiset
- i. mielenkiinnon kohteet, vapaa-aika, harrastukset
- j. arvot, asenteet, uskonto

2 Linkit muille sivuille

Poliittinen vaikuttaminen

1 Yleinen kerronta sivuilla (mm. itsestä kertominen, päiväkirja, kalenteri, kysy - vastaa – palsta)

- a. onko kirjoitustyyli vaikuttamaan pyrkivää vai neutraalia kerrontaa?
- b. kirjoituksen sävy
- c. puhutellaanko tiettyjä ryhmiä?

2 Omat puheet ja kirjoitukset (aihe, tilanne/konteksti/yhteys, puhuttelumuoto, kohdennus)

- a. puheet
- b. puheenvuorot, esim. parlamentti-istunnossa
- c. lausunnot
- d. artikkelit
- e. kolumnit
- f. kalenteri/tapahtumat –voiko edustajan tavata?
- g. lyhyet kannanotot: motot/teesit

3 Muut julkaisut/kirjoitukset

- a. tiedotteet
- b. omat julkaisut (esim. artikkelit, kirjat)
- c. muiden kannanotot sivuilla

Muita huomioitavia seikkoja