

567

"TÄÄLLÄ PORUKKA OJENTAUTUU, KUN KAMERAT TULEE"

Kansanedustajien näkemyksiä television merkityksestä heidän työssään

Puheviestinnän  
pro gradu -tutkielma  
Kevät 1998

Susanna Tainio  
Viestintätieteiden laitos  
Jyväskylän yliopisto

**JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO**

<b>Tiedekunta</b> <b>HUMANISTINEN</b>	<b>Laitos</b> <b>VIESTINTÄTIETEIDEN</b>
<b>Tekijä</b> Tainio Susanna Maria Karoliina	
<b>Työn nimi</b> "Täällä porukka ojentautuu, kun kamerat tulee" Kansanedustajien näkemyksiä television merkityksestä heidän työssään.	
<b>Oppiaine</b> Puheviestintä	<b>Työn laji</b> Pro gradu -työ
<b>Aika</b> Kevät 1998	<b>Sivumäärä</b> 116 + liite
<p><b>Tiivistelmä - Abstract</b></p> <p>Tutkielmassa tarkastellaan, millainen merkitys televisiolla on kansanedustajien työssä. Tavoitteena on selvittää, millaisessa yhteiskunnallisessa kehityksessä kansanedustajat työskentelevät ja työstään viestivät vaalien välisenä aikana. Kiinnostuksen kohteena on, millainen asema televisiolla on työstä viestittäessä. Television merkitystä kansanedustajille lähestytään tarkastelemalla televisiolle ominaisia tapoja viestiä politiikasta ja kansanedustajista sekä sitä, ottavatko edustajat niitä työssään huomioon. Lisäksi pyritään selvittämään, onko televisiotietous ja esiintymistaidot tärkeitä kansanedustajien työssä ja asettaako televisio haasteita esiintymistaitojen kehittämiseksi.</p> <p>Tutkielman empiirinen osuus toteutettiin yhdentoista kansanedustajan teemahaastattelulla. Haastateltavat olivat sekä julkisuudessa paljon esiintyneitä että vähemmän julkisuudessa esiintyneitä kansanedustajia eri puolueista, eri puolelta Suomea. Haastateltavaksi pyrittiin saamaan kansanedustajia, joilla on erilaiset taustat, jotta tutkimus kuvaisi hyvin koko kansanedustajakirjoa.</p> <p>Tässä tutkimuksessa kävi ilmi, että televisiolla on merkitystä kansanedustajien työssä. Kansanedustajien työhön vaikuttavat yhteiskunnan muutospiirteistä erityisesti puolueiden samankaltaistuminen ja puoluekannattajuuden liikkuvuus, mikä on asettanut haasteita kansanedustajien viestinnälle. Vaikka televisiolla on merkitystä vähemminkin tunnetuille kansanedustajille, televisio nähtiin tärkeäksi tiedotusvälineeksi varsinkin paljon julkisuudessa oleville edustajille. Tavoiteltaessa kansalaisia television avulla kansanedustajien on otettava huomioon televisiota, sen medialogiikkaa sekä television tapaa korostaa politiikasta henkilöitä ja viihdettä. Edustajien näkemykset televisio-esiintymistaitojen tärkeydestä hajaantuivat. Toisaalta esiintymistaitoja pidettiin tärkeinä kansanedustajien työssä, toisaalta esiintymistaitoihin liitettiin negatiivisia näkemyksiä. Myös esiintymis- ja imagokoulutukseen suhtauduttiin ristiriitaisesti, vaikka esiintymiskoulutukset nähtiin imagokoulutuksia tarpeellisempina. Kansanedustajien suhtautumisessa televisioon ja sen merkitykseen heidän työssään oli siis eroja.</p>	
<b>Asiasanat</b> Televisio, kansanedustajien työ, poliittinen viestintä, politiikan viestinnällistyminen	
<b>Säilytyspaikka</b>	Jyväskylän yliopisto/Tourulan kirjasto
<b>Muita tietoja</b>	

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 POLITIIKAN MODERNISOITUMINEN – VIESTINNÄLLISTYMISEN LÄHTÖKOHTA .....	4
2.1 Yhteiskunnallisen kehityksen vaikutus puoluepolitiikkaan ja mediaan ...	4
2.2 Television rooli politiikan viestinnällistymisessä .....	11
2.2.1 Poliitiikan viestinnällistyminen .....	11
2.2.2 Television erityispiirteet viestinnällistymisessä .....	17
2.2.3 Television medialogiikka.....	21
3 MITÄ TELEVISIO KOROSTAA POLITIIKASTA?.....	24
3.1 Henkilöt, esiintyminen ja imago.....	24
3.2 Poliitiikan televisiointi viihteellistyy .....	32
4 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	36
4.1 Tutkimuskysymykset .....	36
4.2 Perustelut tutkimusmenetelmälle .....	39
4.3 Kansanedustajien temahaastattelu .....	40
5 TULOKSET.....	42
5.1 Poliitiikan modernisaatio on tuonut haasteita.....	42
5.2 Television merkitys kansanedustajille: osa-alueita ja ristiriitoja.....	46
5.3 Miten kansanedustajat ottavat television huomioon? .....	50
5.3.1 Eduskuntatyöskentelyssä yleensä.....	50
5.3.2 Television huomioonottaminen yksilötasolla.....	54
5.4 Television vaikutuksia kansanedustajien työhön.....	58
5.4.1 "Viihdealalla ollaan!" .....	58
5.4.2 Poliitiikan henkilöiminen .....	64
5.5 Kansanedustaja – puhetyöläinen .....	67
5.5.1 Televisiotietouden ja esiintymistaidon merkitys .....	67
5.5.2 Esiintymis- vai imagokoulutusta?.....	71

6 DISKUSSIO .....	77
6.1 Kansanedustajan työn lähtökohdat muuttuvat.....	77
6.2 Television merkitys kansanedustajille on murrosvaiheessa .....	81
6.3 Television työtavat ja korostukset vaikuttavat edustajien toimintaan....	86
6.3.1 Television ja sen medialogiikan huomioonottaminen.....	86
6.3.2 Viihteellistämisen ja henkilöimisen huomioonottaminen .....	93
6.4 Kouluttautumisella vastataan haasteisiin .....	99
7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTIA.....	103

## KIRJALLISUUS

## LIITE

## 1 JOHDANTO

Poliittista viestintää televisiossa on keskitytty tutkimaan lähinnä vaalien yhteydessä (Blumler 1990, 101; Gronbeck 1990, 190; Nousiainen 1992, 136). Sallinen-Kuparisen (1987, 122) mukaan mielenkiinto poliittisen viestinnän tutkimukseen on Suomessa tapahtumakohtaista. Tämä saattaa osaltaan johtua siitä, että politiikka konkretisoituu erityisesti vaaleissa (Blumler 1990, 101). Käytännön näkökulmasta ajateltuna vaalien aikaan poliitikkoja ja politiikkaa käsitellään tavallista enemmän julkisuudessa, minkä vuoksi tutkimusaineistoa on helposti saatavilla (Infante, Rancer & Womack 1993, 471). Lisäksi vaalien aikaan poliittisen viestinnän vaikutukset ovat nähtävissä paremmin kuin muina aikoina.

Kansanedustajien varsinainen työ tapahtuu vaalien välisenä aikana, jolloin poliittisen viestinnän tutkimus olisi myös tärkeää. Jokapäiväisessä politiikassakaan ei varmasti vältytä vaalipuheilta – määritelläänhän kansanedustajien työkauttakin *vaalikaudeksi*. Vaalien välisenä aikana luodaan pohjaa seuraavien vaalien menestykselle. Jokapäiväisessä työssään edustajat selvittävät tietään tuleviin vaaleihin, enemmän tai vähemmän tiedostetusti. Yhteistyö tiedotusvälineisiin kuulunee myös kansanedustajien arkeen.

Eri tiedotusvälineillä lienee eri merkitys eri kansanedustajille. Tässä työssä tarkastellaan erityisesti television toimintaa politiikan viestijänä kansanedustajien näkökulmasta. Televisio on valittu tarkastelukohteeksi sen vuoksi, että sillä on sanottu olevan erityismerkitys politiikan viestijänä. Televisio voi parhaimmillaan saavuttaa lukuisia katsojia ohjelmillaan ja on kuvansa vuoksi vaikuttava. Kuva välittää tehokkaasti myös televisiossa esiintyvän kansanedustajan viestintätaitoja. Hyvällä esiintymisellä kansanedustaja voi kohentaa imagoaan ja lisätä suosiotaan. Toisaalta on oletettavaa, että vähemmän julkisuudessa olleille edustajille television merkitys ei ole välttämättä niin suuri. Kaikki edustajat eivät välttämättä tavoittele valtakunnallista julkisuutta television avulla.

Tässä työssä televisiota tarkasteltaessa otetaan huomioon ainoastaan valtakunnalliset kanavat TV1, TV2, MTV3 ja Nelonen. Nelonen tosin ei vielä tämän työn valmistuessa näkynyt kuin osassa Suomea. Muut kuin valtakunnalliset kanavat on rajattu ulkopuolelle siksi, että paikallistelevisiot eivät ole merkittäviä kansanedustajille heidän valtakunnallisen julkisuutensa kannalta. Karttusen (1996, 5) mukaan kotimaiset valtakunnalliset kanavat (TV1, TV2 ja MTV3) ovat keränneet vuonna 1995 eniten katsojia. Keskimääräisestä päivittäisestä katselusta kotimaisten kaapelikanavien osuus oli kolme prosenttia kun taas valtakunnallisten kanavien osuus oli yhteensä 87 prosenttia. Paikallistelevisioiden tehtävänä ei olekaan seurata kansanedustajia päivittäisessä politiikassa, vaan niillä on muita tehtäviä.

Televisiossa käsitellään lähes päivittäin kansanedustajien työhön liittyviä asioita. Erityisesti tärkeässä asemassa olevat kansanedustajat antavat viikoittain ja joskus jopa päivittäin lausuntoja ja tiedottavat televisiossa heidän työssään käsitellyistä asioista ja päätöksistä, jotka vaikuttavat elämäämme. Televisio ei välttämättä toimi pelkästään kansanedustajan antaman tiedon välittäjänä, vaan television kautta edustajat pyrkivät vaikuttamaan kansalaisiin. Poliittista viestintää kuvataan usein teatterimetaforalla (Gronbeck 1990, 198–199; Leiwo 1995, 37; Steinbock 1990). Poliitikoilla on roolinsa ja politiikan tapahtumista luodaan episodeja, jolloin niissä voi olla teatterimaisia piirteitä. Teatterimetaforan tapaan voidaan sanoa, että poliittisen draaman esitykset television näyttämöllä ovat nykyään modernin politiikan ydintä. Television merkitys politiikalle on kasvanut yhteiskunnallisten muutosten myötä, ja television rooli politiikassa on edelleen muotoutumassa. Toisaalta voidaan sanoa, että televisio itsessään on myös vaikuttanut politiikan modernisaatioon. Modernisaatiolla tarkoitan yhteiskunnan kehityksen nykypiirteitä, joihin palataan myöhemmin tekstissä.

Television väitetään jopa tunkeutuneen politiikan saralle. Atkinsonin (1984, 165) mukaan television rooli on tullut politiikassa niin merkittäväksi, että puhutaan esimerkiksi televisiovaalien lisäksi television valtiollisesta hallitsevuudesta (government by television). Näin pitkälle edennyttä kehitystä voi kutsua politiikan televisioitumiseksi. Poliitiikan televisioitumisen jokapäiväisestä tilasta

tulisi saada enemmän tietoa. Tuolloin nähtäisiin, onko televisio todella niin merkittävä tekijä politiikassa yleensä kuin kirjallisuudessa väitetään. Vaalit ovat arkipolitiikkaan verrattuna aina kuitenkin poikkeuksellinen mediatapahtuma.

Arviot television ja poliittisen viestinnän suhteen kehityksestä tulevat usein muualta kuin poliitikoilta itseltään. Kansanedustajat ovat kuitenkin työnsä vuoksi luultavasti kosketuksissa televisioon ja seuraavat jonkin verran politiikan julkisuutta. Tämän työn tarkoituksena on tuoda esille kansanedustajien näkökulma: ajatukset ja näkemykset siitä, miten televisio vaikuttaa heidän työhönsä ja mikä on television merkitys eduskuntapolitiikalle.

Kansanedustajien työhön kuuluu lainsäädäntöön liittyvät toimet. Nousiaisen (1992, 185) mukaan eduskunnan asemaa ja valtuuksia voi luonnehtia puhumalla "– – kansakuntaa koskevien perusratkaisujen tekemisestä ja niiden toteuttamisen valvomisesta." Lisäksi kansanedustajien muodostamalla eduskunnalla on hänen mukaansa yleisluontoisempiakin funktioita, kuten kansakunnan julkisena keskustelufoorumina toimiminen. Jotta kansalaisten ja edustajien välille voi syntyä laaja-alainen keskustelufoorumi, on tiedotusvälineiden nähdäkseni osallistuttava sen muodostamiseen. Vuorovaikutusta kansalaisten ja edustajien välillä sekä niin sanottua kansalaiskeskustelua maamme asioista lienee vaikea käydä ilman tiedotusvälineitä.

Eduskunnan toimiminen keskustelufoorumina voi tarkoittaa myös sitä, että edustajat pyrkivät herättämään keskustelua ja hankkimaan tietoa ajankohtaisista asioista suullisilla tai kirjallisilla kysymyksillä tai kysymyksillä valtioneuvostolle. Suullisia kysymyksiä käsitellään kyselytunneilla, joita myös kerran kuukaudessa televisioidaan. Tiedotusvälineet ovat kiinnostuneita erityisesti välidikysymyksenkeskusteluista. Tuossa keskustelussa on usein tiedotusvälineitä kiinnostavaa dramatiikkaa – asetetaanhan hallituksen luottamus tuolloin kyseenalaiseksi. Parlamentaarisen hallitustavan mukaisesti hallituksen on nautittava eduskunnan luottamusta. Hallitus voi puolestaan selvittää toimiaan antamalla eduskunnalle tiedonannon. (Ks. Suomen Eduskunta.) Tiedotusvälineet ovat kiinnostuneita erityisesti eduskunnan merkittävimmistä ja kansalaisia

kiinnostavista tapahtumista. Kansanedustajia voidaan pyytää kommentoimaan eduskunnan tapahtumia, heiltä voidaan kysyä mielipiteitä tai heitä voidaan vain kuvata heidän työssään. Kansanedustajan työ on siis osittain julkista työtä.

Kansanedustajat voivat myös itse tavoitella tiedotusvälineiden huomiota. Koska kansalaiset valitsevat edustajansa neljän vuoden välein vaaleissa, on kansanedustajalle tärkeää tuoda jollain tapaa esiin aktiivisuuttaan ja töidensä tuloksia. Mikäli kansalaiset eivät koe edustajan olleen aktiivisen, he tuskin valitsevat hänet uudelleen eduskuntaan. Tämän vuoksi kansanedustajalle olisi tärkeää päästä kertomaan pyrkimyksistään suurelle yleisölle. Tiedotusvälineiden huomion herättäminen asiallisin keinoin voi kuitenkin olla vaikeaa, mikäli edustaja ei ole todella tunnettu tai korkeassa asemassa oleva poliitikko. Edustajan on kenties pyrittävä kehittämään strategiaa tiedotusvälineiden huomion saamiseksi. Lisäksi erityisesti televisiossa esiintymistaidot voivat auttaa siinä, että viestistä saadaan halutunlainen ja tehokas. Mielenkiinnon kohteena tässä työssä on se, onko televisio tärkeä viestimisväline kansanedustajalle. Teemahaastattelun avulla pyritään tarkastelemaan, millaisia näkemyksiä kansanedustajilla on television asemasta heidän työssään ja vaikuttaako televisio heidän työskentelyynsä.

## **2 POLITIIKAN MODERNISOITUMINEN – VIESTINNÄLLISTYMISEN LÄHTÖKOHTA**

### **2.1 Yhteiskunnallisen kehityksen vaikutus puoluepolitiikkaan ja mediaan**

Joukkoviestimet heijastavat omalla tavallaan olemassaolevaa yhteiskuntaa. Eri aikakausina on esimerkiksi välitetty tietoa eri tavalla, joukkoviestimiin on suhtauduttu eri tavalla ja kansalaisille välitettävä tieto on hankittu eri tavoin. Jotta voitaisiin tarkastella joukkoviestimistä erityisesti television merkitystä nykypolitiikalle ja tarkemmin kansanedustajien työlle, tulee olla selvillä yleisistä yhteiskunnallisista muutostendensseistä. Yhteiskunnallista muutosta kuvailaan kirjallisuudessa useimmiten kehitys -sanalla, vaikka tuota termiä käyt-

tämällä voidaan luoda kuva, että kaikki yhteiskunnan muutokset ovat kehitystä. Muutos ei kuitenkaan välttämättä ole kehitystä. Kehitystä ja muutosta käytetään tässä työssä silti rinnakkain, koska kehitys pyrkii kuvaamaan aikaperspektiiviä, kehitystä ajassa.

Yhteiskunnan tilasta ja sen muutoksista pyritään ottamaan selvää tarkkailemalla esimerkiksi yhteiskunnan poliittisia, taloudellisia, sosiaalisia ja kulturaalisia kehitysprosesseja (Dahlgren 1995, 72; Hall et al. 1992, 2; Gibbins 1989, 14). Eri yhteiskuntia on voitu tai voidaan luokitella kehityspiirteiden mukaan teolliseksi, jälkiteolliseksi, moderniksi tai postmoderniksi. Postmodernin lähi-käsitteitä ovat myös Giddensin (1990) jälkitraditionaalinen yhteiskunta ja Beckin (1993) riskiyhteiskunta sekä refleksiivinen modernisaatio (Beck, Giddens & Lash 1994).

Nykyisen länsimaisen yhteiskunnan on sanottu elävän modernissa tai jälki-modernissa kehitysvaiheessa tai niiden välillä. Luokittelurajat ovat kuitenkin häilyviä ja niistä kiistellään (ks. esimerkiksi Giddens 1990). Keskinen (1995, 9) mukaan muutos teollisesta yhteiskunnasta kohden jälkimodernia yhteiskuntaa on murroksenomaista, osittain kaoottista ja vaikeasti hallittavaa. Myös van Dijk (1993, 388) kritiikin mukaan modernisaatioteoriat ovat liian ylimalkaisia ja eri maiden yhteiskunnallista kehitystä on kuvattu kaavamaisesti lineaarisena, vaikka kehitys ei aina sellaista olekaan. Tarkoituksena on, että yhteiskunnan tilan tarkastelu antaa tälle työlle vain tarkasteluperspektiivin, lähtökohdan puolueiden ja niiden kansanedustajien sekä median toiminnalle. Tämän vuoksi tässä työssä nostetaan esiin ainoastaan nykypolitiikalle ja kansanedustajien työlle olennaisimpia seikkoja eikä pyritä tyhjentävästi määrittelemään nykyistä tilaa.

Länsimaista yhteiskuntaa on tarkasteltu eri näkökulmista ja yhteiskunnan kehitystasetta on määritelty näiden näkökulmien mukaan. Suomessa yhteiskunnan kehitystä ei ole kuvattu niinkään modernisaation käsitteillä, vaan täällä on puhuttu lähinnä informaatioyhteiskunnasta. (Ks. Ekholm, Haasio & Heinisuo 1995; Keskinen 1995; Niiniluoto 1996). Suomessa informaatioyhteiskunnasta alettiin puhua 80-luvulla, jolloin tiedotusvälinekenttä laajeni nopeasti

ja kilpailu eri tiedotusvälineiden ja esimerkiksi televisiokanavien välillä lisääntyi (Huovila 1996, 85). Informaatioyhteiskunnalla usein viitataan arkikielessä kuitenkin lähinnä informaatioteknologian (esimerkiksi tietotekniikan ja tietoverkkojen sekä tietojärjestelmien) muotoilemaan yhteiskunnalliseen kehitykseen (ks. esim. Lyon 1988, vii–x). Tuolloin esimerkiksi muiden tiedotusvälineiden ohella television merkitys yhteiskunnan kehitykselle jää usein huomioimatta. Tämän vuoksi käytän tässä työssä modernisaation käsitettä.

Vaikkei ollakaan päästy yhteisymmärrykseen siitä, missä yhteiskunnallisessa vaiheessa elämme, modernin yhteiskunnan murrokselle tai niinsanotulle modernisaatiokehitykselle on löydetty yhtenäisiä piirteitä. Tässä työssä tarkastellaan lähinnä kehityspiirteitä, jotka ovat sidoksissa poliittiseen viestintään ja joukkoviestimien toimintaan yhteiskunnassa. Mancinin ja Swansonin (1996, 6–12) mukaan se, millaiseksi median rooli politiikan välittäjänä on muotoutunut ja muotoutumassa, riippuu juuri yleisestä yhteiskunnallisesta kehityksestä. Poliitiikan modernisaation ja median yhteyttä on tärkeä tarkastella senkin vuoksi, että modernisaatioteoriaa luovat yhteiskuntatieteilijät eivät ole juurikaan huomioineet viestintäjärjestelmien roolia osana modernisaatioprosessia (Murdock 1993, 522).

Modernisaation yleispiirre on se, että yhteiskunta fragmentoituu eli pirstoutuu ja tulee sosiaalisesti monimutkaiseksi, kompleksiseksi. Aiemmin yhteiskunnan tukipilarina oli teollisuus, josta suurin osa kansalaisista sai tulonsa (vrt. teollinen yhteiskunta). Modernisoituvassa yhteiskunnassa ihmiset siirtyvät työskentelemään immateriaalisten tuotteiden eli tiedon pariin, koska automaatio korvaa tuotteiden käsittelyyn liittyvät rutiinitehtävät. (Keskinen 1995, 9.) Kompleksisella yhteiskunnalla viitataan siihen, että perinteinen luokkayhteiskunta murenee, koska kansalaiset eivät enää identifioitu elämäntilanteensa vuoksi tiettyyn massayhteiskuntaluokkaan. Tiukkojen rakenteiden tilalle syntyy pieniyhteisöjä ja ihmisryhmiä, joissa yksilöllisyys korostuu aiempaa enemmän. Sen myötä syntyy uusia poliittisia liikkeitä ja poliittiset mielipiteet ovat aiempaa vaihetelevampia. (Beck 1994, 27–37; Gibbins 1989, 15–16; Hall et al. 1992, 2–3; Jameson 1991, 318–321; Mancini & Swanson 1996, 12.) Myös esimerkiksi markkinointia ja kulutusta rohkaiseva kaupallisuus on noussut olennai-

seksi yhteiskunnan sosiaalisesti trendiksi (Blumler & Gurevitch 1996, 126; Uusitalo 1994, 44). Tällä kehityspiirteellä on vaikutuksensa myös poliittiseen viestintään, eritoten poliittisten imagoiden merkitykseen, jota pohditaan luvussa 3.3.

Modernisaation seuraukset eivät ole välttämättä niin selviä kuin edellä annetaan ymmärtää. Perinteitä saatetaan vielä kunnioittaa esimerkiksi puoluevalinnoissa, vaikka ryhmittymän ideologiat tuntuvatkin ylimalkaisilta ja kaukaisilta. Toisaalta yhteiskunnassa vallitsevat arvot ja yleinen ilmapiiri saattavat nostaa esiin ryhmiä, joita aiemmin ei olla huomioitu tai hyväksyty. Esimerkiksi viime vuosina aiempaa suvaitsevamman ilmapiirin vuoksi jotkut pienryhmät<sup>1</sup>, kuten seksuaaliset vähemmistöt, ovat tulleet näkyvämmiksi ja järjestäytyneet ajamaan etujaan. Vielä muutama vuosikymmen sitten avioerot tai avioliiton ulkopuoliset suhteet herättivät yleistä paheksuntaa, mutta nykyään esimerkiksi uusperheet tai avoliitossa eläminen ovat yhtä tavallisia kuin perinteisten traditioiden mukainen perhe. Käsitys perinteisistä rakenteista kuten esimerkiksi perheestä on viime vuosikymmeninä muuttunut. Uusi ja vanha ajattelu sekoittuvat.

Fragmentoituvassa yhteiskunnassa viestinnällä on yhä merkittävämpi rooli. Mikäli yhteiskunta on jo jossain määrin sirpaloitunut, tulee viestinnästä eräänlainen fragmentteja kokoava voima. Postmodernia yhteiskuntaa onkin kuvattu informaation ja median yhteiskunnaksi. Jotta sosiaalisesti kompleksisessä yhteiskunnassa voidaan saada ja välittää tietoa riippumatta ajasta ja paikasta, tarvitaan yhä erikoistuneempia viestintävälineitä ja useita tietokanavia. Viestien määrä lisääntyy sen vuoksi, että viestintäkanavien määrä lisääntyy. (Gibbins 1989, 24.) Viestinnän kentässä tapahtuneet muutokset nähdään siis johtuvan yhteiskunnan modernisaatiosta. Kehityksen on nähty olevan myös jossain tapauksissa päinvastaista. Mancinin ja Swansonin (1996, 7–9) mukaan yhteiskuntarakenteen fragmentoituminen ja erikoistuminen eri intressiryhmiksi johtuu viestien ja viestintäkanavien lisääntymisestä. Tämän väitteen

---

<sup>1</sup> Kansalaisuus käsitteen muuttumisesta katso Yeatman 1994.

pohjalta voidaan tehdä induktiivinen päätelmä, että jotkut median kehityspiirteet voivat vaikuttaa laajempaan yhteiskunnalliseen kehitykseen.

On vaikea erottaa, mitkä kehityspiirteet joukkoviestimissä johtuvat yleisistä yhteiskunnallisista muutoksista ja mitkä kehityspiirteet olisivat puolestaan joukkoviestimien sisäisen kehityksen tulosta. Blumler ja Gurevitch (1996, 124–127) pyrkivät tarkastelemaan yhteiskunnassa ja mediassa tapahtuvia muutoksia kolmesta näkökulmasta. He pyrkivät erottamaan viestinnän kentässä tapahtuvat muutokset sosiaalisista trendeistä ja tarkastelevat lopulta sosiaalisten instituutioiden ja mediainstituutioiden kehitysten suhdetta yhdessä. Aiheen hahmottamisen vuoksi tämä jaottelu varmasti puoltaa paikkaansa, mutta mitenkään selkeä jako ei ole. Yhdeksi median muutospiirteeksi Blumler ja Gurevitch näkevät esimerkiksi mediayleisön fragmentoitumisen. Pienryhmi- en muotoutuminen ja suuren yleisön hajoaminen on kuitenkin koko yhteiskunnalliseen kehitykseen liittyvä piirre. Viestinnän suhdetta modernisaatiokehitykseen onkin mielekästä tarkastella vuorovaikutteisena: viestinnän kehitys on osa modernisaatiota, mutta se myös vaikuttaa modernisaatioon.

*"– – the organisation of communications is not only constituted by the general dynamics of modernity but is constitutive of them, and that as we move towards the present it comes to play increasingly central role in shaping both institutional and cultural formations and textures of everyday life." (Murdock 1993, 522–523.)*

Modernisoituvan yhteiskunnan muutokset, kuten fragmentoituminen ja viestinnän lisääntynyt tarve, näkyvät puolueiden toiminnassa. Niiden on ideologisina toimijoina mukauduttava sosiaalisesti kompleksiseen yhteiskuntaan ja kyettävä vastaamaan kansalaisten tarpeisiin. Aluksi puolueet olivat suuria massapuolueita, joilla oli kiinteä yhteys luokkajakoon. Perinteisten yhteiskunnallisten rakenteiden, kuten selkeän luokkajaon, murruttua myös puolueiden on muututtava yhteiskunnan mukana. (Negrine 1996, 162; Pekonen 1997, 14–15.) Koska kaikki äänestäjät eri intresseineen ovat puolueiden olemassaololle tärkeitä, puolueiden on pyrittävä miellyttämään ideologioiltaan heterogeenisiä ihmisryhmiä ja kyettävä erikoistumaan eri alojen asiantuntijaksi.

Toisaalta puolueet haluavat samanaikaisesti vedota mahdollisimman laajaan kansalaisjoukkoon. Tuolloin on selvää, että niiden ideologiat voivat menettää merkitystään. Voi syntyä niin sanottuja kaikille suuntautuvia puolueita, yleispuolueita<sup>2</sup>, joiden on vaikea erilaistua ja ylläpitää entistä ideologiaansa. Kansalaisten on tuolloin yhä vaikeampi erottaa puolueita toisistaan. (Kirchheimer 1966, 184–195; Pekonen 1997, 14–15.) Tämä Kirchheimerin vuonna 1966 esittämä teesi puolueiden muutoksesta vaikuttaa olevan edelleen ajankohtainen Suomessa. Sänkiähon (1995, 86) mukaan Suomessa puoluevalinnan sosiaaliset perusteet ovat hallitussa muutostilassa ja puolueet ovat tämän vuoksi muuttumassa vaalikoneistomaiseksi yleispuolueeksi, jossa ideologiat korvataan imagoilla.

Koko äänestäjäkuntaa houkuttelemaan pyrkivillä puolueilla on vaikeuksia pitää perinteistä äänestäjäjoukkoaan. Puolueet voivat jossain määrin samankaltaistua ainakin poliittisen päätöksen tasolla. Kansalaiset eivät joissain asiakysymyksissä erota puolueiden näkemyksiä toisistaan, jolloin heille on samantekevää, ketä he äänestävät. Äänestäjien puoluesidonnaisuus heikkenee ja he vaihtavat herkemmin kannattamaansa puoluetta. Pekosen (1991, 80–82) mukaan puolueet ovat vaarassa samankaltaistua siksi, että ne ovat perustelleet joitain tekemiään päätöksiä epäpoliittisella välttämättömyysretoriikalla. Esimerkiksi kansanedustajat ovat joskus tuoneet esille, että poliittisiin päätöksiin ovat vaikuttaneet niin sanotut talouden välttämättömyydet (markkinavoimat). Tällainen välttämättömyyspuhe ei ole kohdennettu millekään erityisluokalle tai ryhmälle, joten kansalaiselle lienee yhdentekevää, mikä puolue "välttämättömyyden" panee täytäntöön.

Puolueiden on modernisoituvassa yhteiskunnassa erotuttava muista puolueista. Tämä voi tapahtua ainakin esimerkiksi tehokkaalla, kohdennetulla viestinnällä ja puolueiden henkilöimisellä. Pekosen (1995, 206) mukaan ihmiset haluavat etäännyttää itseänsä vallitsevasta poliittisesta kulttuurista ja eritoten poliittisista puolueista henkilöiden avulla. Äänestäjät valitsevat puolueen sijasta ehdokkaan. Lisäksi on asiaorientoituneita äänestäjiä, jotka haluavat edistää

---

<sup>2</sup> Kirchheimer käyttää nimitystä "catch-all parties".

yksittäisen asian etenemistä ja äänestävät sen vuoksi tuota asiaa ajavaa ehdokasta.

Modernisaatiokehitys vaikuttaa lopulta myös puolueiden poliittiseen viestintään. Koska puolueen on säilyäkseen kyettävä osoittamaan tarpeellisuutensa, sen täytyy erottautua joukkotiedotusvälineissä, joiden kautta poliittinen informaatio pääasiassa välittyy. Hadeniuksen (1992, 119) mukaan kilpailu kiristyy niin puolueiden kesken kuin myös poliitikkojen ja median kesken. Poliitikkojen ja median kilpailulla Hadenius viittaa siihen, että sekä poliitikot että media pyrkivät tavoittelemaan laajan yleisön huomiota. Puolueet pyrkivät myös henkilöimään puolueensa olemusta ja esittämään johtavia henkilöhahmojaan positiivisissa konteksteissa (Corner 1995, 44).

Jos puoluerajat madaltuvat, mediassa välittyvä kuva poliitikoista ja puolueista nousee lopulta tärkeäksi poliittisen mielipiteen muokkaajaksi. Moring ja Himmelstein (1993, 86) ovat haastattelututkimuksensa perusteella tulleet siihen johtopäätökseen, että vaaleista toiseen äänestyskäyttäytymistä muuttavat henkilöt tukeutuvat mielipiteenmuodostuksessaan tiedotusvälineiden informaatioon. "– – viestinnällistymisellä on erityisen hyvä kasvualusta nimenomaan äänestyskäyttäytymistään muuttavien keskuudessa."

Puoluesidonaisuus voi siis heikentää, jos kansalaiset eivät enää koe puolueiden olevan käytännössä kovinkaan erilaisia. Vaikka eroja olisikin, ideologioihin ei kyetä välttämättä samaistumaan, koska ihmisen omasta elämäntilanteesta johtuva ideologia on eri kuin puolueen ideologia. Laajoja kansalaisjoukkoja tavoittelevat puolueohjelmat ja ideologiat voivat tuntua yksilöstä ylimalkaisilta ja kaukaisilta. Äänestyspäätöstä tehdessään äänestäjä voi nähdä hänelle tärkeät yksittäiset asiat puolueiden tarjoamia ideologiakokonaisuuksia merkittävämmäksi. Esimerkiksi se, millainen kanta puolueilla on yksittäisistä asioista tai millaiselta yksittäinen puolueen edustaja vaikuttaa, saattaa olla merkittävä äänestyspäätökseen vaikuttava tekijä. Puoluesidonaisuuden heikkeneminen ei siis johtune ideologioiden häviämisestä. Kenties joidenkin äänestäjien henkilökohtaiset ideologiat ovat merkittävämpiä kuin puolueiden yhteisölliset ideologiat, joiden välillä ei nähdä olevan tarpeeksi eroja. Vaikka

puoluetta vaihtavia henkilöitä on varmasti nykyään aiempaa enemmän, on myös edelleen niitä, jotka ovat puolueellensa uskollisia tai äänestävät tiettyä puoluetta esimerkiksi perinteiden velvoittamana paremman vaihtoehdon puuttuessa. Lisäksi on niitä, joiden mielestä mikään puolue ei ole äänestämisen arvoinen.

Muutokset politiikan ja viestinnän kentällä näkyvät johtavan pahimmillaan esimerkiksi siihen, että poliittisista asiakysymyksistä ei olla enää kovinkaan kiinnostuneita (Blumler & Gurevitch 1996, 130; Pekonen 1997). 80-luvulta lähtien äänestysaktiivisuus eduskuntavaaleissa on tasaisesti vähentynyt. Kun esimerkiksi vuonna 1983 äänestysprosentti oli 81,0 vuonna 1995 se oli enää 71,8 (Pekonen 1997, 18). Erityisesti nuoret eivät koe voivansa vaikuttaa äänestämällä. Myös puolueuskollisuus on heikennyt äänestysaktiivisuuden vähetessä. (Borg 1996, 182.) Isotaluksen ja Pörhölän (1994, 281) mukaan nuorten vieraantumista politiikasta voitaisiin vähentää kehittämällä poliittista viestintäkulttuuria, esimerkiksi poliittisia televisio-ohjelmia, aiempaa kiinnostavammaksi. On siis selvää, että puolueiden on säilyäkseen vastattava yhteiskunnan muutostarpeisiin ja pyrittävä osoittamaan tarpeellisuutensa kansalaisille eritoten viestinnän kautta.

## **2.2 Television rooli politiikan viestinnällistymisessä**

### **2.2.1 Poliitiikan viestinnällistyminen**

Politiikan käsittely tiedotusvälineissä on tullut siinä määrin merkittäväksi, että on alettu puhua politiikan viestinnällistymisestä. McNairin (1995, 6) mukaan ennen, kun äänestäminen ja politiikkaan osallistuminen kuului vain harvoille (yleensä aikuisille miehille), politiikan asiat välitettiin puoluekokouksissa ja tapaamisissa. Nyt kun äänestysoikeus länsimaissa on laajentunut, massapuolueiden on tavoitettava joukkonsa median avulla.

Mediaa ei kuitenkaan enää nähdä vain viestinnän välittäjänä, vaan sen on katsottu vaikuttavan politiikkaan ja jopa tunkeutuvan politiikkaan. Moringin ja

Himmelsteinin (1993, 18–19) mukaan viestinnällistymiskäsite kuvaa joukkoviestinnän ja politiikan suhdetta, kun tarkastellaan "politiikan kentällä tapahtuvaa mukautumista viestintään". Heidän mukaansa politiikan viestinnällistymisen oletetaan johtuvan kolmesta seikasta: ensinnäkin tiedon ylitarjonnasta tietoyhteiskunnassa ja toiseksi siitä, että joukkoviestinnän merkitys äänestyskäyttäytymiselle on lisääntynyt. Näitä näkökohtia on tarkasteltu edellisessä luvussa.

Kolmanneksi politiikan viestinnällistymisen oletetaan johtuvan toimittajien kriittisestä suhtautumisesta poliitikkoihin. Toimittajien kriittisyyden ja uteliaisuuden nähdään johtuvan erityisesti amerikkalaisesta uutisointitavasta, Watergate-journalistiikasta. (Moring & Himmelstein 1993, 18–23.) Yhdysvalloissa 1974 tapahtuneen Watergate-skandaalinhan sanotaan nostattaneen länsimaissa kriittisen ja epäilevän poliittisen journalismin aallon, joka on saanut mediayleisön huomion osakseen. Aulan (1991, 199–205) mukaan Suomessa toimittajien kriittinen suhtautuminen poliitikkoihin ja tutkiva journalismi on lisääntynyt 1970-luvulta lähtien. Tiedotusvälineiltä salailtiin merkittävää tietoa esimerkiksi talousrikoksista ja presidentti Kekkosen terveydentilasta. Myös yleisön suhtautuminen politiikkaan on tullut kriittisemmäksi, ja nykyään vaaditaan aggressiivisempaa ja epäilevämpää journalismia kuin aiemmin.

Kriittisyyttä ja aggressiivisuutta ei näissä suomalaistutkimuksissa eroteta selkeästi toisistaan. Yleensä *aggressiivisuudella* viitataan eritoten toimittajien ja poliitikkojen suhteisiin: ovatko ne ystävälliset vai eivät. Luostarisen (1996, 319) mukaan poliitikoilla ja toimittajien muodostavalla medialla on 80-luvun alkupuolelta lähtien ollut eräänlainen viha–rakkaus -suhde. Puoluekoneistojen rappeutuessa poliitikot ovat pyrkineet tavoittamaan ja hallitsemaan kansalaisia yhä enemmän median kautta, kun taas journalismi puolestaan on Watergate-skandaalin jälkeen itsenäistynyt. *Kriittisyydellä* journalismissa viitataan lähinnä monipuoliseen aiheen käsittelyyn ja asioiden kyseenalaistamiseen artikkelia tai ohjelmaa tehtäessä. Epäselväksi jää, johtuuko politiikan viestinnällistymisen toimittajien kriittisyyteen vai aggressiivisuuteen kohdistuvasta huomios- ta ja mielenkiinnosta. Esimerkiksi televisiossa esiintyvät konfliktit herättävät

vihteellisyydellään epäilemättä katsojien huomion (aiheesta tarkemmin luvussa 3.2), mutta herättääkö kriittisyys?

Poliitikot ja puolueet ovat alkaneet toimintansa suunnittelussa ottaa huomioon tiedotusvälineiden kautta syntyvän julkisuuden ja siten "pelata julkisuuspelejä". Poliitikon on tiedon ylitarjonnassa kyettävä asiallaan läpäisemään "portinvartijat" eli toimittajat ja lisäksi herätettävä katsojien huomio. Poliitikon tiedon välittäminen toimittajille ja laajalle yleisölle nähdään eräänlaisena markkinointitapahtumana. (Moring & Himmelstein 1993, 19–23.) Poliitikot ja media voivat siis toimia yhteistyössä: toimittaja voi esimerkiksi saada poliitikolta tarvittavia tietoja kansalaisia kiinnostavan ohjelman tai artikkelin tekemiseen ja poliitikko puolestaan tarvitsemaansa julkisuutta.

Ruotsalaisen politiikan viestinnällistymisen piirteinä Asp ja Esaiasson (1996, 82–84) näkevät muun muassa sen, että politiikka on suurimmalle osalle kansalaisista sama kuin mediasta välittyvä politiikka:

*"Because of the enormous dominance of the media as a channel of communication between politicians and citizens, because the media constitute the most important source of information on the world of politics, because of the huge coverage and constant presence of political issues and politicians in the media, and because politics has simply become so obtrusive in the media, it is not remarkable that for most citizens, the real world of politics is synonymous with the world of politics they are shown in the media –"*

Politiikkaa seuraavan kansalaisen onkin sanottu muuttuvan kansalaisesta katsojaksi, koska yhä harvemmalla kansalaisella on kosketusta politiikkaan muun, kuin median kautta (Mancini & Swanson 1996, 16). On kuitenkin mielenkiintoista, että käsitykset mistä tahansa muustakin asiasta muodostetaan usein tiedotusvälineistä saadun informaation perusteella, mikäli omakohtaista kokemusta asiasta ei ole.

Tutkijoiden näkemykset median roolista politiikan viestijänä ovat hiljalleen muuttuneet. Joukkoviestimien tehtävä suhteessa politiikkaan on määritelty aiemmin melko neutraaliksi, kun taas nykyään media nähdään yhtenä valtiollisena vaikuttajana. Erilaiset näkemykset median roolista voidaan määrittelyjen

mukaan jaotella karkeasti kolmeen tasoon. Ensimmäisellä tasolla median roolin on nähty olevan melko neutraali. Huovilan (1996, 7–9) mukaan tiedotusvälineiden tehtävänä on välittää tietoa, herättää keskustelua, viihdyttää vastaanottajaa ja tarjota ilmoitustilaa tai -aikaa ilmoittajalle. Toisella tasolla joukkoviestimet on kuvattu eräänlaisiksi portinvartijoiksi (ks. esim. Hood ym. 1997, 12–13) tai jopa aktiivisiksi vaikuttajiksi.

Kolmannella tasolla median tehtävä vallan vahtikoirana on komplisoitunut ja joukkoviestimet on alettu nähdä jopa osana käsittelemiään poliittisia asioita. "– poliitikkaa tehdään yhä enemmän julkisuudessa, yhteiskunnan julkisessa sfäärissä (public sphere). Mediasta itsestään on tulossa erottamaton osa poliitikkaa ja vallankäyttöä, mihin juuri termillä 'mediapeli' vihjataan." (Nordenstreng 1995, 47.) Median ja poliittisen prosessin suhde on nähty dialektiseksi: media käsittelee poliittisia asioita, mutta on myös osa poliitikkaa, koska tarjoaa poliitikoille ja heidän mainostajilleen resursseja ja palveluja (McNair 1995, 45).

Median roolin muuttumisesta voidaan päätellä, että joukkoviestimillä uskotaan olevan perinteisen tiedonvälitystehtävän lisäksi vaikutusta politiikkaan ja siitä viestimiseen. Tällaisen käsityksen voi saada myös poliitikkojen lausuntojen perusteella. Poliitikoiden julkisia moitteita mediasta on silloin tällöin kuultu tiedotusvälineissä ja niitä on voitu lukea poliitikkojen muistelmateoksien lehdiltä. Tunnetuimpia lausuntoja ovat kenties Presidentti Koiviston kuvailu toimittajista, jotka ovat kuin sopulilauma: kun yksi toimittaja tarttuu johonkin asiaan, muut toimittajat seuraavat perässä. Kalevi Sorsa puolestaan näki infokratian, tiedotusvallan olevan uhka parlamentaariselle demokratialle. Tiedotusvallalle on Sorsan mukaan ominaista esimerkiksi epä-älyllisyys ja poliittisten kysymysten kääntäminen henkilökysymyksiksi. (Väisänen 1992, 42–43, 46.) Johannes Virolaisen (1996, 102–142) mukaan ennen media seurasi tarkasti politiikan asioita, mutta nykyään mediaa kiinnostaa henkilöt ja "politiikan eräänlaiset sivuilmiöt". Lisäksi Virolainen paheksuu sitä, että politiikoihin kohdistettu kritiikki on asiatonta ja politiikkaa käsitellään enemmän viihdeohjelmissa kuin asiaohjelmissa.

*"Kuvaruudussa näkee jatkuvasti rikkiviisaita tyttöjä ja poikia, joiden päätehtävänä on rääpiä ja pilkata, tehdä naurettavaksi poliittisten päättäjien työ ja toiminta. Kyllä päättäjät tämän kestävätkin, mutta kysympä, mikä vaikutus sillä on ajan mittaan niiden ihmisten käsityksiin, joilla ei ole tilaisuutta seurata aktiivisesti poliittista toimintaa –"*

Median hallitsevuus on myös vaivannut poliitikkoja. Vuoden 1994 presidentinvaalien jälkeen Paavo Väyrynen sanoi menettäneensä mahdollisuuden päästä vaalikamppailun toiselle kierrokselle mediapelin vuoksi. Claes Andersson (1995 Luostarisen 1996, 31 mukaan) on puolestaan väittänyt mediavallan johtuvan siitä, että medialla on etuoikeus asettaa ongelmia. " – – ne (mediat) päättävät mistä keskustellaan, mistä ei keskustella, miten keskustellaan ja ketkä keskustelevat." Myös poliittisen viestinnän tutkimuskirjallisuudessa on väitetty, että poliittiset asiat ovat poliittista todellisuutta vain silloin, kun media raportoi niistä ja mediayleisö vastaanottaa raportoidun viestin (McNair 1995, 11).

Median tehtävien määrittelyn tapaan ruotsalaisen politiikan tarkastelussa on löydetty kolme politiikan viestinnällistymisen tasoa. Ensimmäisellä viestinnällistymisen tasolla mediaa pidetään ylipäänsä tärkeimpänä viestimisvälineenä poliitikkojen ja kansalaisten välillä. Toisella viestinnällistymisen tasolla medialla on jo merkittävä vaikutus ihmisiin ja valtiovaltaan. Media luonnehtii poliittista elämää siten, että se nähdään poliittisen vaikuttamisen lähteenä. Se myös vaikuttaa valinnoillaan ja tulkinnoillaan politiikasta välittyviin viesteihin. (Asp & Esaiasson 1996, 80–81.) Joukkoviestimet eivät siis ole pelkkiä tiedon välittäjiä, vaan poliittisia toimijoita esimerkiksi valitessaan henkilöt ja asiat, joista kertoa. Siten media kertoo, mitä menettelytapaa ja millaisia poliittisia asioita katsojien tulisi käyttää kriteereinä arvioidessaan poliittisia ehdokkaita. (Butler & Ranney 1992, 283 Mancinin ja Swansonin 1996, 11 mukaan; Ramsden 1996, 66.) Ramsdenin (1996, 66) mukaan media vaikuttaa myös käsityksiimme siitä, mitkä ehdokkaat ansaitsevat tulla huomioduksi äänestyspäätöstä tehtäessä. Katsojathan oppivat tuntemaan ehdokkaita median välityksellä.

Kolmannella viestinnällistymisen tasolla yhteiskunta suurelta osaltaan mukautuu joukkoviestimien työrutiineihin ja ehtoihin. Tuolloin poliittisessa elämässä

otetaan huomioon esimerkiksi se, että joukkoviestimet yksinkertaistavat viestejä ja nostavat esiin vastakkainasetteluita. (Asp & Esaiasson 1996, 80–81.) Mikäli esimerkiksi kansanedustaja kokee median vaikuttavan hänen työhönsä edellä mainitulla tavalla, täytyy hänen luoda strategioita menestyäkseen median hallitsemassa julkisuudessa. Kolmas viestinnän taso tuntuu ainakin Suomen näkökulmasta vielä kaukaiselta: tuskin media kaikkia yhteiskunnan aloja hallitsee. Lisäksi viestinnällistymistasojen ilmenemistä yhteiskunnassa ja poliittisessa elämässä on vaikea tuoda konkreettisesti esille. Mistä tiedetään tarkasti, millainen on yhteiskunnan *suurelta osaltaan mukautuminen* median työrutiineihin ja ehtoihin?

Asp ja Esaiassonin (1996, 87–88) mukaan Ruotsissa viestinnällistymisen kolmas taso näkyy monilla yhteiskunnan ja politiikan aloilla. Viestinnällistymisen alkamisajankohtaa on vaikea määritellä, mutta 80-luvun alussa poliittinen kilpailu vallasta ja taktikoinnit nousivat valokiilaan. Poliitiikka henkilöityi ja "puoluejohtajille annettiin aiempaa intiimimmät kasvot". Keskustelevaa otetta ja poliitikon pitkää uraa tukeva pitkän tähtäimen politiikka korvautui lyhyen tähtäimen politiikalla. Sitä sävyttää jatkuva suosion tavoittelu ja nopeaa reagointia vaativa mielipidepolitiikka. Dahlin (1995, 71–74) mukaan media on ollut aiemmin kiinnostunut lähinnä poliittisten päätösten laadukkuudesta, mutta 60- ja 70-luvulla alettiin kiinnostua enemmän poliittisesta osallistumisesta itsestään.

Lyhyen tähtäimen politiikkaa voisi edustaa myös gallup-politiikka. Gallup-kyselyitähän tehdään vaalikauden aikana useita kertoja vuodessa. Suomessa kyselyt ovat yhä olennaisemmassa asemassa, koska mielipiteet eivät määräydy enää sen mukaan, mihin luokkaan tai puolueeseen kuulutaan. Mielipidekyselyistä voidaan sen vuoksi hakea tukea, kun halutaan määrittää kulloistakin julkista mielipidettä. (Suhonen 1997, 235.) Mielipidekyselyiden suosion kasvaessa puolueet eivät tavallaan saa rauhaa kannatuksensa mitaamiselta. Puolueen kannalta myönteisten tulosten perässä on juostava jatkuvasti, mikäli aiotaan säilyttää julkisuudessa mielikuva menestyvästä puolueesta. Tätä taustaa vasten voidaan olettaa, että jatkuvasta julkisuuden tavoit-

telusta voi tulla poliitikoille yhä tärkeämpää, jos tieto puolueen tai kansanedustajan saavutuksista ja positiivisista asioista halutaan saada äänestäjille.

Modernin yhteiskunnan viestinnällistymisestä ja median vallasta kirjoitetaan ja puhutaan nykyään paljon poliittisen viestinnän yhteydessä. Huolen aiheena on tuolloin se, että aihetta käsitellään kritiikittömästi eräänlaisena muotivirtauksena. Esimerkiksi informaatioyhteiskuntaa ja viestinnän merkittävyyttä viljellään yhteiskunnallisissa puheissa ja kirjoituksissa, ja usein nuo käsitteet saavat mitä erilaisimpia merkityksiä. Poliitiikan viestinnällistyminen voi olla itseään toteuttava ennuste. Luostarisen (1996, 32) mukaan 1990-luvun Suomessa elää vahva käsitys siitä, että vain joukkoviestimien kautta julkisuuteen päässeet asiat voivat tulla poliittisesti merkittäviksi. Sen vuoksi eri ryhmät yhteiskunnassa olettavat tarvitsevänsä mediaa esimerkiksi tiedonvälitykseen ja vaikuttamiseen enemmän kuin koskaan. Tuolloin ryhmät myös panostavat voimavarojaan esimerkiksi mediajulkisuuden saavuttamiseen, kielteisen välttämiseen ja median seuraamiseen, ja mediakenttä laajenee entisestään.

### **2.2.2 Television erityispiirteet viestinnällistymisessä**

Television roolia politiikan viestijänä voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta. Ensinnäkin televisio on kehittynyt edellisessä luvussa käsiteltyjen joukkoviestimien yleisien kehitystrendien mukaan. Televisio, muiden joukkoviestimien tapaan, vaikuttaa esimerkiksi siihen, millaiseksi politiikka päivittäin muotoutuu. Se myös vaikuttaa kansalaisiin, jotka television välittämän tiedon perusteella muokkaavat mielipiteitään poliitikoista ja politiikasta. Televisiosta on Cornerin (1997, 247–262) mukaan neljä teoriasuuntausta: televisio on nähty välittämänsä tiedon edustajana, tiedon välittäjänä, instituutiona ja prosessoijana. Nämä teoriasuuntaukset sopisivat kenties yleensä median tehtävien teoriasuuntauksiksi. Television tehtävää tai asemaa on siis määritelty muun median tapaan (vrt. luvussa 2.2.1 tarkasteltuihin median tehtäviin).

Toisaalta televisiolla on nähty olevan myös erityisiä ominaispiirteitä politiikan viestijänä. Ensimmäinen television erityispiirre verrattuna muihin joukkoviesti-

miin liittyy kansalaisten saavutettavuuteen television avulla. Kanervan (1994, 106) mukaan mikään muu yksittäinen tiedotusväline ei tavoita yhtä suurta osaa kansasta niin hyvin kuin televisio. Karttusen (1996, 5) mukaan lähes jokaisessa suomalaisessa kotitaloudessa (95 %) oli televisiovastaanotin vuonna 1995. Television avulla on siis periaatteessa mahdollisuus saavuttaa suurin osa suomalaisista kotitalouksista. Vaikka televisionkatseluaika on kasvanut 36 prosenttia verrattuna vuoteen 1990 (Karttunen 1996, 5), televisiota ei katsota aina. Televisio on joka tapauksessa vakiinnuttanut paikkansa katsojien tietolähteenä. Televisio on poliittisessa viestinnässä muiden joukkoviestimien ohella korvannut poliittisia kokoontumisia ja siellä tapahtuvaa puheviestintää (McNair 1995, 6; Trent & Friedenberg 1991, 101).

Koska televisio voi tavoittaa suurimman osan kansalaisista, sen katsotaan olevan eniten suurta yleisöä palveleva, poliittista informaatiota välittävä media. "The rise of the mass media, and television in particular, has brought the masses in to the political process to an historically unprecedented degree (McNair 1995, 43)." Toisaalta Suomessa on luultavasti edelleen ainakin tuo viisi prosenttia kotitalouksia, jotka eivät televisiovastaanotinta omista. Television merkitys poliittisen vaikuttamisen välineenä riippuu varsinkin tulevaisuudessa eri kanavien ja politiikasta kertovien ohjelmien määrästä. Vaikka television kokonaiskatseluaika olisikin lisääntynyt, ihmiset katsovat eri kanavien ohjelmia eri aikoihin. Yhdellä televisiokanavalla ja sen ohjelmalla ei välttämättä saavuteta suuria yleisöjä.

Ennen kanavauudistusta Yleisradiolla oli hallussaan kaksi kanavaa, jolloin esimerkiksi politiikasta kertovia ajankohtaisohjelmia saati vaalikeskusteluita ei esitetty molemmilla kanavilla yhtäaikaisesti. Televisiokanavat ovat lisääntyneet 80-luvulla kahdesta kolmeen ja vuonna 1997 neljäs kanava aloitti toimintansa. Kanavien lisääntyminen saattaa lisätä yleistä kiinnostusta televisio-ohjelmia kohtaan. Kunnolliset kilpailijat saattavat enemmän vahvistaa kuin heikentää yksittäisen yrityksen tai organisaation tai sen tuotteen asemaa (ks. esim. Porter 1985). Televisiokanavien lisääntymisen myötä ohjelmatarjonta politiikasta on lisääntynyt. Jokainen kanava haluaa tarjota esimerkiksi uutisia ja politiikasta kertovia ajankohtaisohjelmia voidakseen kilpailla muiden kanavien

kanssa. Kanavien kilpailun vuoksi televisio tavoittelee suurta yleisöä katsojakeseen, ja tavoitteena on myös saada ihmiset pysymään tietyn kanavan parissa (Isotalus 1996a, 21–22).

Yksittäiset ohjelmat eivät välttämättä kuitenkaan tavoita enää massayleisöä kuten silloin, kun maassamme näkyi ainoastaan kaksi kotimaista, valtakunnallista televisiokanavaa. Koska televisiokanavat ja sen myötä politiikkaa sisältävät ohjelmat ovat lisääntyneet, yksittäinen televisio-ohjelma ei enää välttämättä kerää suurta yleisöä, jolla on vara valita useammasta samantyyppisestä ohjelmasta kiinnostavin. Kanavaa voidaan vaihtaa, jos ohjelma alkaa kyllästyttää. Katsoja voi parhaimmillaan seurata jopa useita ohjelmia yhtäaikaisesti. Näin ollen yksittäisen ohjelman vaikutus katsojaan voi jäädä pintapuoliseksi.

Aulan (1991, 199) mukaan suomalaisen poliittisen journalismin murroksessa televisiolla on suuri merkitys: "– – sekä suomalainen että yhdysvaltalainen journalismin murros sijoittuvat siirtymään *television hallitseman poliittisen julkisuuden aikakauteen*." Televisio on tullut keskeiseksi tiedotusvälineeksi Suomessa 70-luvulla. Keskeisyydestä kertovat Aulan mukaan kolme seikkaa: television saavuttama yleisömäärä, television rooli vaalikampanjoissa ja televisioutisten status. Tässä luvussa on jo käsitelty television saavuttaman yleisömäärän merkitystä television asemalle tiedotusvälinekentässä. On oletettavaa, ettei yleisömäärällä ole enää niin suurta merkitystä kuin aiemmin.

Television roolia vaalikampanjoissa voisi tarkastella lyhyesti Moringin ja Himmelsteinin (1993, 84–85) haastattelututkimuksen avulla. Vaalien alla televisiolla on varmasti merkittävämpi status kuin vaalien välillä, koska juuri ennen vaaleja televisiossa nähdään runsaasti mainoskampanjointia ja ehdokkaiden paneeleita, väittelyitä ja keskusteluita. Vuosina 1991 ja 1992 Suomessa tehdyn haastattelututkimuksen mukaan televisio-ohjelmista saatu informaatio on suurimmalle osalle äänestäjistä tärkein äänestyspäätöksen muokkaaja. Haastatelluista (N = 558) 26 prosenttia piti lehtikirjoituksia ja aikakauslehtikirjoituksia merkittävinä. Radio-ohjelmat puolestaan kiinnostivat tietolähteenä kymmentä prosenttia haastatelluista. Vain viisi prosenttia haastatelluista ilmoit-

ti puolueiden tilaisuuksien olevan merkittäviä tietolähteitä, kun taas yhteensä 44 prosenttia piti television vaalikeskusteluja ja uutis- sekä ajankohtaisohjelmia merkittävänä informaatiolähteinä.

Television merkitystä politiikan viestijänä korostanee myös se, että muut tiedotusvälineet uutisoivat television tapahtumista, esimerkiksi television vaali-ohjelmista (ks. Isotalus 1996b, 229). Toisaalta esimerkiksi lehdet ovat joka päiväistä politiikkaa taustoittavilla kirjoituksillaan nostaneet esiin uutisia, joita muut tiedotusvälineet ovat kommentoineet. Television merkityksestä vaalikampanjoissa on olemassa runsaasti kirjallisuutta (ks. esim. Hellweg ym. 1992; Leiwo 1988; Trent & Friedenberq 1991), jota ei ole kuitenkaan tässä työssä juuri käsitellä. Tässä työssä pyritään vaalikampanjoiden sijaan tarkastelemaan vaalien välillä tapahtuvaa työtä ja television vaikutusta siihen.

Televisio voi erottua muista tiedotusvälineistä ääntä ja kuvaa välittävien, ajan tasalla olevien uutisten vuoksi. Cornerin (1995, 53) mukaan televisio on tiedotusvälineistä hallitsevin media, koska television katsomisesta on tullut ihmisille rutiini ja televisio on katsojille ensisijainen ja luotettavin julkisen tiedon lähde. Hänen mukaansa television hallitsevuus johtuu siitä, että televisio pystyy medioista parhaiten herättämään huomion "uutismurroillaan". Tällä Corner tarkoittanee television kykyä uutisoida tapahtuneista asioista nopeasti. Televisio voi myös tarvittaessa seurata jotain tilannetta tapahtumapaikalla suorassa lähetyksessä. Televisioutisilla on Cundyn tutkimuksen (1994, 49–65) mukaan olennainen vaikuttajan rooli yhteiskunnassa, jossa puolueuskollisuus on vähennyt ja äänestäjien liikkuvuus puolueiden välillä siten lisääntynyt. Tutkimuksessa katsojien käsitykset poliitikoista muotoutuivat lähinnä televisioutisten vaikutuksen avulla. Nuo katsojat olivat nimenomaan henkilöitä, jotka eivät olleet erityisen puolueuskollisia.

Negrine (1996, 155) katsoo television olevan ensisijainen poliitikkojen viestimis- ja vaikuttamiskanava, mutta se ei johdu siitä, että televisiolla olisi erityinen ylivalta mediakentässä. Televisiolla on vain ominaispiirteensä, joiden avulla se on onnistunut muuttamaan medioidun poliittisen viestinnän käytäntöjä. Nähdäkseni eri tiedotusvälineiden tehokkuutta kansalaisten saavuttamisessa

on siten tarpeetonta vertailla, koska sekä radiolla, televisiolla että sanomalehdellä on erilaiset logiikkansa ja tehtävänsä tiedonvälityksessä ja vaikuttamisessa. Esimerkiksi televisio pyrkii uutisten välittämisessä nopeuteen kun taas lehdet keskittyvät usein lähinnä asioiden laajempaan tarkasteluun ja taustoittamiseen.

Eräs merkittävin poliittiseen tiedonvälitykseen liittyvä television ominaispiirre on television välittämä kuva. Television sanotaan hallitsevan tiedotusvälinejulkisuutta erityisesti Yhdysvalloissa sen vuoksi, että television retoriikka tuo keskeisesti esiin sen, miltä joku näyttää (Karvonen 1997, 24). Kuvan vuoksi katsojat saattavat pitää televisiota luotettavana tiedonlähteenä, koska he itse näkevät poliitikon puhuvan ja voivat tehdä sekä näkemänsä että kuulemansa perusteella päätelmiä puhujan luotettavuudesta. (ks. Corner 1995, 13.) Televisiokuva tuo myös esille poliitikon esiintymistaitoja, eritoten poliitikon non-verbaalista viestintää, joiden avulla poliitikko voi vaikuttaa katsojiinsa. Televisio on tullut tärkeäksi puolueiden ja poliitikkojen viestimisareenaksi, koska televisiossa poliitikko voi kuvan vuoksi vaikuttaa äänestäjiin hyvällä televisioesiintymisellä (Mancini & Swanson 1996, 11). Televisiokuvan merkitystä käsitellään tarkemmin luvussa 3.1.

### **2.2.3 Television medialogiikka**

Jokaisella mediallyllä on omanlainen logiikkansa. Medialogiikalla tarkoitetaan median esittämisen- ja tiedonvälitysprosessia, johon jokainen media tuo piirteensä. Näitä piirteitä ovat esimerkiksi tietomateriaalin organisointi, sen esitystyyli ja tiedotusvälineen erityispiirteet viestimenä. (Altheide & Snow 1979, 10) Kukin media käyttää siis tietynlaista tyyliä ja toimintatapaa ilmiöistä kertoessaan.

Tätä medioidun viestinnän teoriaa tutkineet amerikkalaiset Altheide ja Snow (1991, 100) väittävät, että medialogiikka on perusteellisesti vallannut poliittisen elämän. Tällä viitataan siihen, että poliitikkojen olisi kyettävä käyttämään kunkin median logiikkaa hyväkseen, jotta hän saisi viestinsä parhaiten kansa-

laisille. Media-ajasta tai mediatilasta saatetaan poliitikkojen keskuudessa kilpailla, koska omaa poliittista uraa tukeva julkisuus on eduksi. Medialogiikan ymmärtäminen ja taito mukautua eri tiedotusvälineiden hallitsemaan viestintätilanteeseen saattaisi todella olla kansanedustajalle eduksi. Suomessa ei kuitenkaan kovin avoimesti keskustella kansanedustajien esiintymiskoulutuksesta (ks. Isotalus 1997), joten ei voida tietää, kehittävätkö poliitikot esiintymistaitojaan vai eivät. Esiintymiskoulutusta kohtaan voidaan tuntea ennakkoluuloja, koska pelätään amerikkalaistyyllisen imagopolitiikan juurtumista suomalaispolitiikkaan.

Medialogiikkaa ei nähdäkseni voi käsitellä sellaisenaan universaalina ilmiönä. Kunkin maan kulttuuri vaikuttanee siihen, millaisia vivahteita medialogiikassa on ja miten poliitikot voivat tuota logiikkaa hyödyntää. Eri maissa televisio-ohjelmat esimerkiksi organisoidaan eri tavoin. Pörhölä, Sallinen ja Isotalus (1997, 438–439) ovat tarkastelleet kulttuuria viestintäkontekstina ja löytäneet suomalaisista poliittisista televisio-ohjelmista kulttuurillemme ominaisia organisoitapoja. Ohjelmat ovat usein haastatteluita tai paneelikeskusteluita, johon osallistuu useita poliitikkoja. Sitä vastoin kaksinväittelyitä nähdään harvemmin, kenties sen vuoksi, että suomalaiset eivät ole puheessaan konfrontaatiohakuisia ja välttelevät konflikteja.

Televisio tuo tiedon välittämiseen ja kuvaamiseen omat ominaispiirteensä. Esimerkiksi poliitikkojen televisiokeskustelu näyttää erilaiselta, kun sitä katsoo televisiosta tai kun sitä katsoo keskustelun tapahtumapaikalla. Oksasen (1986, 25) mukaan "– – televisio välittää ohjelmia erityisen kielen avulla, missä on oma logiikkansa". Postman (1985, 12) väittää television medialogiikan jo tunkeutuneen julkisen yhteiskunnan piiriin Yhdysvalloissa. Painetun sanan merkityksen vähennyttyä esimerkiksi politiikan sisältö täytyy muokata uudelleen puitteisiin, jotka sopivat televisioon. Nämä kärkevät väitteet eivät luultavasti pidä paikkansa suomalaisessa yhteiskunnassa. Yhdysvalloissa tilanne on erilainen kuin Suomessa, jossa on esimerkiksi vahva valtakunnallinen sanomalehti, Helsingin Sanomat ja valtakunnalliset radiokanavat. Saurin (1998, 251) mukaan Suomea voidaan pitää vahvana sanomalehtimaana: esimerkiksi lehtinimikkeitä on paljon ja lukijapeitot ovat korkeita. Suomen

Gallupin tekemän tutkimuksen (1996, Tilastokeskuksen 1998, 273 mukaan) mukaan lehtiä myös luetaan paljon eikä lukuinnokkuus ole vuosien varrella vähennyt. Televisio ei siis luultavasti koskaan tule savuttamaan erityistä ylivoimaa tiedotusvälinekentässämme.

Jonkinasteista mukautumista television medialogiikalle voidaan kenties löytää. Poliitikassa television medialogiikan sanotaan tulevan merkittäväksi tekijäksi silloin, kun katsojat pyritään saavuttamaan viestimistavoilla, jotka sopivat juuri televisioon. Aspin ja Esaiassonin (1996, 88) viestinnällistymisen spiraalia voidaan tarkastella television näkökulmasta: Jotta poliitikko saisi katsojien huomion, hänen täytyy mukautua television ehtoihin ja tekniikoihin (joilla katsojan kiinnostus siis herätetään). Täten poliitikot oppivat television hyväksikäyttöä, mutta samalla televisio puolustautuu poliitikkojen manipulointia vastaan. Poliitikkojen tulee siis käyttää yhä jalostetuimpia taktiikoita herättääkseen television huomion, jolloin television medialogiikan valta poliittisessä elämässä korostuu edelleen. Tässä työssä pyritään muun muassa tämän teorian johdattelemana tarkastelemaan, ottavatko kansanedustajat mielestään televisiota tällä tavoin työssään huomioon vai ovatko teot vasta aikomusten tasolla.

Huomion herättäminen asiallisin keinoin on luultavasti haastava tehtävä kansanedustajille. Voidaan kenties sanoa, että huomiopula on informaatiotulvassa elävän mediatyhteiskunnan ominaispiirre. Mediatyhteiskunnassa sekä joukkoviestimet että poliitikot yrittävät herättää katsojien huomion. Televisio pyrkii vangitsemaan yleisön mielenkiinnon medialogiikkaansa apuna käyttäen. Mielenkiinnon herättämiseksi on Hernesin (1978, 1983 Aspin 1986, 359 mukaan) mukaan olemassa kuusi television medialogiikkaan viittaavaa tekniikkaa: kärkeistyksiset, yksinkertaistukset, vastakohtien korostaminen, konfliktien korostus, konkretisointi ja henkilöiden korostaminen. Poliitikoille voisi olla eduksi, jos he käyttäisivät samoja keinoja saadakseen tiedotusvälineet kiinnostumaan itsestään ja sen myötä tavoittaakseen suuren yleisön huomion.

Jotkut television medialogiikkaan viittaavat tekniikat liittyvät yleensä taidokkaaseen esiintymiseen. Nähdäkseni esimerkiksi yksinkertaistukset ja vastakohtien esilletuominen voivat tehdä kansanedustajan puheesta helposti

ymmärrettävää ja konkreettista. Puhetta voidaan yksinkertaistaa ja konkretisoida riippuen kuulijoista. Esimerkiksi yksinkertaistukset, konkretisoinnit ja asioiden henkilöiminen voivat olla puheen kohdentamisen keinoja. Kansanedustaja voi television medialogiikan piirteitä taitavasti käyttämällä tuoda itseään kenties lähemmäksi "tavallista kansalaista".

Poliitikkojen olisi edistettävä vuorovaikutusta siten, että kansalaiset ymmärtäisivät heidän viestejään. Puheen tutunomaistamista on käytetty kuitenkin häikäilemättä hyväksi esimerkiksi EU-vaalien alla, kun poliitikot pyrkivät saamaan kuulijat myönteisiksi oudoille asioille. "Suostuttelija uskoo, että tietämätön kuulija hurauttaa myötämieleiseksi pelkän puheen voimalla tajuamatta uuden asian todellisia kytköksiä." (Suojanen 1997, 75–80.) Television medialogiikan piirteitä tulee siis soveltaa varoen, koska näiden piirteiden taitamaton hyväksikäyttö voi olla vahingoksi. Jos kansanedustaja esimerkiksi yksinkertaistaa puhettaan liikaa tai tuo puheenvuoroissaan jatkuvasti esiin konflikteja, hänen uskottavuutensa voi kärsiä. Lioittelu huomataan helposti.

### **3 MITÄ TELEVISIO KOROSTAA POLITIIKASTA?**

#### **3.1 Henkilöt, esiintyminen ja imagot**

Puoluesidonnaisuuden vähentyminen on nähty olevan yhtenä syynä siihen, että henkilöt korostuvat politiikassa. Kansalaiset ovat riippumattomampia poliittisista puolueista kuin aiemmin. Ehdokkaan persoonallisuus on ihmisille nykyään yksi tärkeimmistä äänestyspäätökseen vaikuttavista tekijöistä, ja äänestäjien puoluesidonnaisuus ei ole enää niin voimakasta. Puolue nähdään vain symbolisena yhteisönä, kun taas yksittäiset edustajat keräävät omat tukijoukkonsa ja rahoituksensa toimintaansa varten. (Asp & Esaiasson 1996, 76; Graber 1989, 197; Lanzetta, Sullivan, Masters & McHugo 1985, 85; Mancini & Swanson 1996, 14.)

Kansanedustajia ajatellen henkilöitymistä korostava tekijä on se, että televisiossa haastatellaan usein lähinnä puolueiden puheenjohtajia ja ministereitä.

Tietystä asiasta puhuttaessa on siis aina tietty henkilö ruudussa. Tämä saattaa antaa katsojille vaikutelman siitä, että myös asiat ovat henkilöityneet. Työttömyydestä kun puhuu aina työllisyysministeri ja veroasioista valtiovarainministeri. Isotalus ja Pörhölä (1994, 280) ovat tutkineet, mikä presidenttiehdokkaiden televisiokeskustelussa kiinnostaa nuoria. Tutkimuksen mukaan nuoria ei niinkään kiinnostanut puheiden sisällöt, vaan henkilöt. Vaikka henkilön esiintymistä ja asiaa ei voi erottaa toisistaan, television katsotaan henkilöivän asiat. Puhuja nousee näkyvämmäksi kuin hänen poliittiset periaatteensa.

Toisaalta nuorten kiinnostus henkilöihin tuskin johtuu ainoastaan television esitystavasta. Ehdokkaasta saatetaan muodostaa henkilökuva esimerkiksi sen perusteella, millaisen vaikutelman hän antaa persoonallisuudestaan esiintymistilanteessa. Henkilökuvan muotoutumiseen voi vaikuttaa myös katsojan arviot henkilön luotettavuudesta sekä hänen toiminnastaan ja asemastaan yhteisössä. (Valo 1994, 51–53.) Katsojat eivät siis välttämättä tee ainoastaan päätelmiä esiintyjästä henkilönä tai hänen ajamastaan asiasta, vaan he luultavasti arvioivat esiintyjässä lukuisia esimerkiksi henkilön sosiaaliseen kompetenssiin tai luotettavuuteen liittyviä seikkoja, joista muodostuu kokonaisvaikutelma.

Medioista erityisesti television on nähty nostavan esiin poliittisia persoonia, joista katsojat muodostavat käsityksensä ja vaikutelmansa. Tiedon arviointia ja omakohtaisia tulkintoja on vaikea tehdä silloin, kun televisiossa ja erityisesti televisiouutisissa näytetään välähdyksenomaisesti toisiinsa liittymättömiä poliittisia tapahtumia. Poliitikassa korostuvat tuolloin vain tulokset ja näyttäytyminen, minkä vuoksi persoonat, imagot ja mielikuvat tulevat poliittisessa todellisuudessa keskeisiksi. (Kanerva 1994, 83, 108; Pekonen 1991, 83.) Henkilöt tarjoavat siis ratkaisun siihen, että pohjimmiltaan puolueiden ja niiden ideologioiden välille ei saada eroa (vrt. lukuun 2.1). "Henkilö tarjoaa yksinkertaisen symbolin tai ikonin asioille." (Karvonen 1997, 171.)

Henkilöitä ja heidän esiintymistään voidaan tarkastella postmodernia yhteiskunta-ajattelua mukaillen. Modernisoituvassa yhteiskunnassa ihmiset tarvitsevat kukin erilaista tarkkaa tietoa heitä koskevista asioista. Myös tiedotusväli-

neistä tulviva informaatio voi olla yhä sirpaleisempaa. Sen vuoksi kansalaisille välitettävää informaatiota on pyrittävä kohdentamaan eri lehdissä, ohjelmissa ja tiedotusvälineissä. Koko kansalle välitettävä viesti on oltava todella kiinnostava ja ymmärrettävä, jotta se herättää huomiota ja vaikuttaa kansalaisiin. Eri tiedotusvälineisiin sopivat esiintymistaidot ja viestin kohdentamisen taito olisivat postmodernissa yhteiskunnassa oletettavasti poliitikolle eduksi. Jo nyt puolueissa tarvitaan monen alan asiantuntemusta, jotta puolueeseen voitaisiin houkutella hyvin erilaisia kannattajia (ks. yleispuolue -käsite luvussa 2.1). Henkilöitymisen trendiä voitaisiin puolueessa käyttää myös hyväksi ja jakaa erilaisia tehtäviä sopivien henkilöiden vastuulle heidän tietonsa ja taitonsa mukaan. Henkilöillä voitaisiin tietoisesti luoda mielikuvia asioista ja puolueen imagosta.

Persoonien ja imagojen korostuminen ei johdu ainoastaan tilanteiden ja mutkikkaiden poliittisten asioiden spontaanista ja nopeasta televisiouutisoinnista. Cornerin (1995, 44) mukaan juuri televisio on tuonut persoonien korostamisen politiikkaan. Television kuvallisen ilmaisuuden on nähty tekevän televisiosta intiimin median. Televisiokuvat ovat keskittyneet ihmisten esittämiseen ja niitä katsellaan usein intiimissä ympäristöissä, kuten kotona. Televisiokuvan on nähty dominoivan sanoja ja vaikuttavan muun muassa kielellisen sanoman intensiteettiin. (Altheide & Snow 1991, 29; Ellis 1989, 160–162; Hellweg, Pfau & Brydon 1992, 75; Newcomb 1987, 615; Sallinen-Kuparinen 1987, 129.) Myönteiset televisiokuvat jopa tasoittavat negatiivisen puheen vaikutuksia (Graber 1989, 202–203).

Poliitikon persoona ja esiintymistaidot korostuvat helposti televisiossa. Katsojat näkevät tilanteen ja kontekstin, jossa puhuja esiintyy, jolloin he voivat tehdä päätelmiä puhujan persoonallisuudesta ja hänen eri piirteistään sekä taidoista esiintyä televisiossa. Useista muista esiintymistilanteista televisioesiintyminen poikkeaa siinä, että aidon vuorovaikutustilanteen puuttuessa televisiossa tarvitaan vuorovaikutuksen simulointitaitoa (Isotalus 1995, 88–89). Haastattelutilanteissa haastateltava puhuu yleensä toimittajalle, mutta hänen puheensa voi olla suunnattu myös katsojille, vaikkei haastateltava sitä välttämättä osoitakaan. Joskus haastateltava saattaa myös selvästi sivuuttaa toimittajan ja

puhua suoraan katsojille. (Isotalus 1996a, 53.) Vuorovaikutuksen simulointitaito on kansanedustalle tarpeen eritoten silloin, kun hän haluaa puhutella suoraan kansalaisia.

Millainen on sitten kompetentti televisioesiintyjä? Isotaluksen (1995, 89) mukaan hyvän televisioesiintymisen kuvailut ovat ohjekirjoissa ylimalkaisia ja tulkinnanvaraisia. Hyvästä televisioesiintyjästä käytetään yleisimmin adjektiveja rentoutunut, luonnollinen ja innostunut. Näiden kuvailujen perusteella on vaikea kehittää esiintymistaitoaan. Atkinsonin (1984, 165) mukaan ehdokas voi televisioissa mobilisoida sopivilla teknisillä televisioesiintymiskyvyillään äänestäjiä, jotka eivät ilman tuota televisioesiintymistä olisi ehdokasta äänestäneet. Atkinson ei kuitenkaan mainitse, mitä tuollaiset tekniset kyvyt tarkaan ottaen ovat. Teknisistä kyvyistä tulee helposti mieleen oletukset siitä, että esiintymisestä saadaan näyttävää muutamilla tempuilla ja kravatin tai huivin onnistuneella valinnalla. Televisiossa esiintyessään poliitikon tulee tietenkin tietää erilaisia spesifejä esiintymisen piirteitä, jotka televisiossa ovat suotavia. Televisioesiintyjän tulee ottaa huomioon esimerkiksi tilannetekijät, kuten televisiokameroiden olemassaolo, toimittaja ja ohjelmatyyli. Poliitikko tarvitsee kuitenkin yleisiä puheviestintätaitoja, joita hän voi soveltaa käsillä olevaan tilanteeseen. Esiintymisen harjoittelussa viestintätilannetta käytetään vain taitojen opettelemisen välineenä (Valo 1995, 67).

Altheiden ja Snown (1991, 91) mukaan poliitikon kompetenssin määrittely riippuu hänen kyvystään esiintyä televisiossa. Tämä karkäs väite tuskin pitää suomalaisessa politiikassa ja esiintymiskulttuurissa paikkansa. Vaikka esiintymisen saattaa televisiossa korostua, kansalaiset tuskin ainakaan tietoisesti tarkastelevat poliitikon kyvykkyyttä ainoastaan hänen esiintymisensä perusteella. Maarekin (1995, 114–117) mukaan se, miten tehokkaan kuvan poliitikko antaa itsestään televisiossa, riippuu yhtä paljon hänen nonverbaalisesta viestinnästään kuin varsinaisesta puheen sisällöstä. Hänen mukaansa nonverbaalisesta viestinnästä erityisesti fyysinen olemus, eleet ja äänen ominaisuudet voivat joko auttaa tai vahingoittaa poliitikkoa hänen esiintymisessään. Nähdäkseni nonverbaalisista taidoista ei kuitenkaan ole apua, jos esimerkiksi puheen rakenne on epäselvä tai näkemyksiä ei osata perustella.

Nonverbaalinen viestintä nousee televisiossa merkittäväksi, koska television kuva on rajattu ja katsojien huomio kiinnittyy kuvassa näkyviin viesteihin. Televisio välittää tarkkaa kuvaa esimerkiksi esiintyjän kasvojen piirteistä ja sen myötä nonverbaalisista viesteistä. Nonverbaalisten viestien vaikutus katsojien tulkinnoille ja esiintyjästä muodostuneisiin vaikutelmiin saattaa korostua. (Atkinson 1984, 164; Hellweg, Pfau & Brydon 1992, 84–87; Isotalus 1996a, 167; Lanzetta, Sullivan, Masters & McHugo 1985, 85.) Tuo televisiokuvan intiimiys luo katselijalle tunteen esiintyjän ja katsojan välisestä läheisyydestä ja emotionaalisuudesta, joka voi katselijasta muistuttaa interpersonaalista viestintää. Esimerkiksi kuvakoot ja -kulmat muistuttavat proksemiikan säätelyä, etäisyyttä televisioesiintyjän ja katsojan välillä (Fiske 1991, 149). Vuorovai-  
kutusta voidaan simuloida esimerkiksi katsomalla kameraan, puhuttelemalla katsojia ja suuntaamalla katsojille eleitä ja tervehdyksiä (Isotalus 1996a, 155).

Puhetta eri konteksteissa on tarkasteltu relationaalisen viestinnän näkökul-  
masta. Relationaalisen viestinnän tutkijat jakavat puheen toisaalta raportoivaan, sisällölliseen ulottuvuuteen ja toisaalta relationaaliseen ulottuvuuteen. Relationaalisessa viestinnässä käy ilmi, millainen suhde ihmisillä on ja millainen esimerkiksi puhujan suhde on kuulijoihinsa. (Ks. esim. Burgoon & Hale 1984, 193–214.) Pfau (1990) tutkimuksen mukaan televisiossa käytet-  
tävässä viestintätavassa korostuvat relationaalisen viestinnän piirteet. Tele-  
visiossa voidaan vaikuttaa henkilökeskeisellä viestimistavalla, joka on lähellä interpersonaalista viestintää. Esiintyjä voi puheessaan tuoda esiin esimerkiksi relationaalisen viestinnän piirteitä, joista yleisö voi päätellä puhujan olevan samankaltaisen heidän kanssaan.

Relationaalisen viestinnän merkitystä on tutkittu myös poliittisessa viestin-  
nässä. Tutkimukset osoittavat, että merkittävä osa ehdokkaan vaikuttavuudes-  
ta televisiokeskustelutilanteessa syntyy relationaalisesta viestinnästä. Siten  
ehdokkaiden, jotka haluavat lisätä vakuuttavuuttaan poliittisissa televisio-  
debaateissa, tulisi käyttää eritoten sitoutumiseen ja malttiin liittyviä relatio-  
naalisen viestinnän piirteitä. (Pfau & Geun Kang 1991, 124.) Näiden tulosten

perusteella voisi ajatella, että kansanedustajan on asioiden hallinnan lisäksi kyettävä viestimään vakuuttavasti.

Relationaalisella viestinnällä on merkitystä vaaliehdokkaan esiintymiselle erityisesti silloin, kun äänestäjä ei juuri tunne ehdokasta. Kun ehdokkaan tunnettavuus lisääntyy, havainnot ehdokkaan poliittisesta kompetenssista tulevat relationaalista viestintää tärkeämmäksi. (Pfau, Diedrich, Larson & Van Winkle 1993, 285–289.) Tämän näkökohdan perusteella ainakin uusilla tai tuntemattomilla kansanedustajilla on mahdollisuus vaikuttaa heistä syntyviin mielikuviin positiivisesti juuri relationaalisen viestinnän avulla. Relationaalisen viestinnän soveltamisella voi olla myös haittapuolia, mikäli sitä ei osata tehdä taitavasti suomalaisen puhekulttuurin piirteitä huomioiden. Liiallinen yhteenkuuluvuuden ja tasa-arvon korostaminen viestinnässä voi saada kuulijoissa aikaan päinvastaisen reaktion. Esimerkiksi kohdentamista voi verrata jossain määrin relationaaliseen viestintään. Mikäli puhuja (esimerkiksi aikuinen poliitikko) pyrkii muotoilemaan puhettaan liikaa kuulijoilleen (esimerkiksi nuorisolle), hän voi vaikuttaa kuulijoista teennäiseltä. Tuolloin yleisö saattaa ryhtyä pohtimaan, mitä puhuja oikeastaan ajaa takaa. Toisaalta on muistettava, että yksittäiset keinot eivät ole ratkaisu positiivisen henkilökuvan luomiseen. Katsojat muodostavat käsityksensä esiintyjästä monien eri tekijöiden avulla (ks. Valo 1994, 51–57).

Television avulla poliitikko voi kyetä vaikuttamaan katsojaan niin, että katsojan ja poliitikon välille syntyy eräänlainen viestintäsuhde. Katsojan ja esiintyjän välille syntyvää näennäistä interpersonaalista suhdetta kutsutaan parasosiaaliseksi suhteeksi (Horton & Wohl (1956) 1986, 185)<sup>3</sup>. Erityisesti televisiokuvan intiimiys ja vuorovaikutuksen simulointi televisiossa voivat vaikuttaa suhteen muodostumiseen. Parasosiaalisella suhteella voidaan tarkoittaa "vastaanottajan myönteistä tunnepitoista suhdetta mediaesiintyjään" (Isotalus 1996a, 41).

Parasosiaalista suhdetta on tarkasteltu myös suomalaisessa vaalikontekstissa. Vuonna 1996 käytyjen eurovaalien aikana Kemiläinen (1997, 71–72)

---

<sup>3</sup> Artikkelin on julkaistu ensimmäisen kerran vuonna 1956.

tutki pro gradu -työssään, voiko äänestäjä muodostaa parasosiaalisen suhteen poliitikkoon ja onko tuolla suhteella osuutta äänestyspäätökseen. Äänestäjän ja ehdokkaan välille tutkimuksen mukaan muotoutui parasosiaalinen suhde, jolla oli viisi ulottuvuutta: kuviteltu ystävyys, ideologinen läheisyys, julkinen edustavuus, suhteen todellisuus ja kompetenssi. Tämän työn kannalta mielenkiintoista on tarkastella erityisesti julkisen edustavuuden piirrettä parasosiaalisessa suhteessa. Jotkut äänestäjät arvostivat ehdokkaassa esimerkiksi hyviä esiintymistaitoja. Nuo äänestäjät katsoivat ehdokasta mielellään ja heistä oli mukavaa nähdä ehdokas uutisissa tai viihdeohjelmissa. Ehdokkaan jopa toivottiin esiintyvän useamminkin televisiossa tai radiossa. Hyvällä esiintymistaidolla ja yleensä julkisella edustavuudella on tutkitusti vaikutusta kansalaisten äänestyskäyttäytymiselle myös Suomessa.

Henkilöt ovat nousseet varsinkin amerikkalaisessa politiikassa niin merkittäviksi, että poliitikkojen imagoja on alettu systemaattisesti kohentamaan. Esiintyminen ja imago kytkeytyvät läheisesti yhteen, koska hyvällä esiintymisellä poliitikko voi kohentaa imagoaan. Seymour-Ure (1987, 20 Blumlerin 1990, 104 mukaan) onkin todennut imagoista seuraavaa: "– – any Leaders in the 1980s who do not actively try to manage their communication show either a blind spot about the intrusiveness of media into politics or a blind optimism about their public image." Imagojen tietoinen muokkaaminen ei ole enää vain osa kampanjastrategiaa, vaan poliitikkojen imagoita luodaan laajalti käyttäen hyväksi tiedotusvälineiden teknologiaa ja medialogiikkaa (Altheide & Snow 1991, 100).

Imagoilla on myös välillinen sidos televisioon. Televisiolla, esiintymisellä ja imagolla on eräänlainen kolmiyhteys. Hyvällä esiintymistaidolla voidaan vaikuttaa positiivisesti imagon muotoutumiseen. Esiintyminen korostuu eritoten televisiossa juuri kuvallisen ilmaisun vuoksi, joten television avulla kansanedustajat voivat luoda ja markkinoida imagoaan. Mikäli kansanedustaja pyrkii esiintymään television medialogiikan suosimien piirteiden mukaisesti, televisio voi jonkin verran vaikuttaa kansanedustajasta muotoutuvaan imagoon. On tietenkin otettava huomioon, että imagon muodostuminen ja muokkautuminen on monivivahteista. Televisioesiintymisen vaikutusta positiivisen imagon muo-

dostumiselle on vaikea mitata. Televisioesiintymisen vaikutus riippuu monesta tekijästä, kuten esimerkiksi siitä, kuinka suosittu televisio on esiintymis-areenana ja kuinka paljon ihmiset ottavat vaikutteita televisiosta tiedostetusti tai tiedostamattaan.

Suomessa Mauno Koiviston on nähty olevan ensimmäinen presidentti, jonka valintaan vaikutti hänen tiedotusvälineiden kautta saamansa julkisuus ja hänen imagoinsa (Pekonen 1991, 95–97). Suomessa keskustelu poliitikkojen imagoista on ollut melko varovaista. Imago-sana saa poliittiseen yhteyteen liitettynä helposti aikaan mielikuvia amerikkalaisesta imagopolitiikasta ja persoonallisuuden muuttamiseen liittyvästä toiminnasta. Suomalaispoliitikoista ja heidän imagoistaan on kirjoittanut esimerkiksi Risto Uimonen (ks. esim. Uimonen & Ikävalko 1996), joka on Helsingin Sanomien toimittaja.

Katsojat muodostavat poliitikoista kuten kansanedustajista aina jonkinlaisen imagon. Pekosen (1991, 85) mukaan on oletettavaa, että poliittisten sanomien vastaanottaja ja niiden käsittelijä tyytyy pelkkään katsojan rooliin silloin, kun esitettävästä asiasta ei ole omaa tietoa eikä kokemusta. Tuolloin katsoja kykenee Pekosen mukaan "arvioimaan pelkästään puhujan kykyjä puhujana". Katsoja turvautuu helposti valmiiseen, populistiseen mielikuvaan. Pekosen kuva poliittisten viestien vastaanottajasta ja prosessoijasta on melko passiivinen. Katsojalle tuntematonta asiaa käsiteltäessä Pekonen olettaa katsojan turvautuvan helposti annettuun näkemykseen, minkä hän rinnastaa puhujan puheen arvioimiseen.

Television katsojan on nähty olevan myös aktiivinen viestien prosessoija (ks. esim. Roscoe, Marshall & Gleeson 1995). Katsoja tekee päätelmiä poliitikon äänenkäytöstä, kielenkäytöstä, sanattomasta ilmaisusta, käyttäytymisestä ja ulkonäöstä (jopa pukeutumisesta) hänen esiintymisensä perusteella. Nämä päätelmät puolestaan auttavat äänestyspäätöksen tekemisessä. (Sallinen-Kuparinen 1987, 125.) Katsojan tarkastellessa poliitikon esiintymistä hän luultavasti tarkastelee myös poliitikon ideologisia viestejä ja mielipiteitä. Graber (1989, 166) näkee katsojan olevan viestien tulkki. Hänen mukaansa ihmisten käsitellessä uutisia poliitikoista, he keräävät tietoa, joka heidän mielestään

sopii poliitikon imagoon. Ihmiset hylkivät tai tulitsevat uudelleen sellaista tietoa, joka ei heidän mielestään poliitikon imagoon sovellu. Se miten media muotoilee poliittiset asiat ja kuvailee ihmisiä, vaikuttaa siihen, mitä kansalaiset asioista ja ihmisistä ajattelevat.

### **3.2 Poliitiikan televisiointi viihteellistyy**

Televisio-ohjelmien viihteellistyminen on 90-luvulla ollut koko TV-tuotannon trendi. Kanavien välillä on kilpailua ja yleisesti on tiedossa, että viihde myy. Myös politiikan televisiointi on saanut viihteellisiä piirteitä. Kanavien kilpailun myötä toimittajien on houkuteltava katsojia politiikasta kertoville ohjelmilleen ja uutisilleen yhä kiivaammin. Poliitikasta pitää tehdä sellasia televisio-ohjelmia ja uutisoida sellaisia asioista, jotka suurta yleisöä kiinnostavat. Hellmanin ja Saurin (1988, 19) mukaan viihteellistymistä voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta. Ensinnäkin viihteellisiä ohjelmia katsotaan enemmän kuin ennen ja sen vuoksi kanavien ohjelmatarjonnan painopiste on siirtynyt viihteellisiin ohjelmatyyppeihin. Toisaalta myös ohjelmat sisällöiltään voivat saada viihteellisiä piirteitä.

Poliitiikan televisioinnin viihteellistyminen näkyy sellaisissa viihdeohjelmissa, joissa käsitellään politiikkaa tai ohjelmaan otetaan mukaan kansanedustajia usein leikkimielisiin tehtäviin. Poliittiset johtajat ilmaantuivat television viihdeohjelmiin 1990-luvun alussa (Moring & Himmelstein 1993, 136). Nykyään myös "rivikansanedustajia", jotka eivät ole valtakunnallisesti tunnettuja, tuodaan katsojille tutuiksi erilaisissa leikkimielisissä viihdeohjelmissa. Viihdeohjelmassa esiintyminen voi olla kansanedustajalle hyödyksi. Hän voi esiintymisellään tuoda itsestään esille sellaisia persoonallisuuden piirteitä, jota hän ei kenties muussa televisioesiintymistilanteessa voisi. Viihdeohjelmissa kansanedustaja voi myös lisätä tunnettavuuttaan ja jättää kasvonsa ihmisten mieliin. Toisaalta runsas viihdeohjelmissa esiintyminen voi vahingoittaa kansanedustajan imagoa tai heikentää hänen uskottavuuttaan.

Viihdeohjelmien lisäksi viihteellistyminen näkyy myös siinä, että ei-viihteellisissä ohjelmissa joskus ilmenee viihteellisiä piirteitä. Esimerkiksi uutisoinnin laki on Huovilan (1996, 7) mukaan selkeä: uutinen ei ole uutinen, jollei se kiinnosta. Ohjelmalle on siis valittava sellainen sisältö, joka vastaanottajaa kiinnostaa, koska muuten tietoa ei kannata edes julkaista. (Huovila 1996, 7.)

Politiikassa esiintyvien viihteellisten vastakkainasetteluiden on nähty kiinnostavan katsojia. Asiapitoisissa ajankohtaisohjelmissa viihteellistyminen näkyy joskus esimerkiksi siinä, että poliitikkojen konflikteja esitetään draamanomaisesti. Cornerin (1995, 13) mukaan televisio on nähty itsessään dramaattisuutta korostavana välineenä, koska se pystyy sille tyypillisen kielioppinsa ja kuvan avulla välittämään katsojille todentuntuista toimintaa. Nähdäkseni television medialogiikka vaikuttaa siis osiltaan siihen, että televisio luonnostaan suosii asiaohjelmissakin viihteellisiä piirteitä.

Isotaluksen ja Pörhölän tutkimuksessa (1994, 280) nuoret arvioivat presidenttiehdokkaiden konfrontaatiot televisiokeskustelussa myönteisiksi. Myös puheenvuorojen vilkas vaihtelu, keskeytykset ja päällepuhuminen herättivät myönteisiä arvioita. Nämä piirteet ovat ristiriidassa suomalaisen puhekulttuurin suosimien piirteiden kanssa. Nähdäkseni katsojien kiinnostuminen näistä piirteistä voi johtua siitä, että harvinaisia puhekulttuurimme piirteitä on mielenkiintoista seurata "turvallisesti" ulkopuolelta. Erilaisuus viehättää, ja television kautta tilanteeseen ja erilaisiin puhetilanteen piirteisiin päästään tutustumaan. Toisaalta poliitikot saattavat suosia viihteellisiä piirteitä esiintymisessään juuri sen vuoksi, että herättäisivät huomiota ja saisivat viestinsä tehokkaasti läpi. Luvussa 2.2.3 on käsitelty television medialogiikan suosimia piirteitä, kuten esimerkiksi yksinkertaistuksia, kärjistyksiä, konkretisointia ja konfliktien korostusta, joilla mielenkiintoa voi herättää (Aspin 1986, 359 mukaan Hernes 1978, 1983).

Poliitikkoja voidaan myös esittää kärjistettyjen myyttien ja stereotyyppien valossa. Esimerkiksi konfliktitilanteista voi joskus television välittämän tiedon perusteella määritellä "ison pahan suden" ja "pikku punahilkan". Television onkin sanottu korostavan ohjelmissaan perustelemattomiin faktoihin pohjautu-

via stereotyyppioita ja televisio tuo joskus asioita esiin liioitellusti ja pinnallisesti yleistäen (Morley 1990, 126; Snow 1983, 138; Oksanen 1986, 27). Pinnallistumisista ja viihteellistymistä käsitellään usein synonyymeinä, vaikka nähdäkseni niissä on vivahde-ero. Viihteellistymien on yläkäsite erilaisille viihteenomaisille piirteille, joista yksi on pinnallistuminen. Asioita voidaan käsitellä hyvin pinta-puolisesti: kyseenalaistamatta, pohtimatta, eri osapuolia kuulematta. Vastakohta pinnallistumiselle voisi olla esimerkiksi kriittinen journalismi.

Television stereotyyppiset uutisoinnit ja pinnalliset yleistykset johtuvat osaltaan siitä, että erityisesti viihteelliset televisio-ohjelmat ovat tarkoitettu heterogeeniselle katsojajoukolle. Katsojilla oletetaan olevan tiettyjä arvoja, normeja ja mielipiteitä. Stereotyyppien kautta asioita yksinkertaistetaan, eikä television tapahtumien syyille tai tulkinnoille viihteellistyvässä ohjelmatarjonnassa ole tilaa. Stereotyyppioita muodostuu herkästi myös silloin, kun uutta asiaa selitetään vanhan, jo tutun asian kautta. (Kivikuru 1995, 101; Snow 1983, 138; Oksanen 1986, 27–28.) Silloin kun vastaanottajalla ei ole mahdollista tarkistaa stereotyyppien oikeellisuutta itse elämystensä kautta, stereotyyppien merkitys kasvaa (Kivikuru 1995, 101). Televisio-ohjelmissa stereotyyppien käyttö ei ole mitenkään epätavallista, mutta se on perin huomaamatonta. Toimittajat itsekään eivät aina tiedosta stereotyyppioita, saati katsojat. Katsojien miellyttäminen ja heidän arvojensa ja käsitystensä heijastaminen ei ole kuitenkaan ainoa syy kansanedustajista televisioidun politiikan viihteellistymiseen. Television tietopitoisissa ohjelmissa myös esimerkiksi nopea tempo ja visuaalinen vaihtelu on nähty viihteellisinä piirteinä (Altheide & Snow 1979, 35).

Yleisradion toimittajien mukaan Yleisradion ja MTV3:n kilpailu ei ole lisännyt Yleisradion uutis- ja ajankohtaisohjelmien dramaattisuutta tai aggressiivisuutta. Kanavien välinen kilpailutilanne on heidän mukaansa tuonut Yleisradion journalismille vain enemmän liikkumatilaa. (Aula 1991, 199.) On kuitenkin vaikea arvioida, mitä liikkumatilalla tarkoitetaan. Kohvakan ja Saurin (1995, 54) mukaan kanavauudistuksen yhteydessä Yleisradion kanavat viihteellistivät ja Mainostelevisio asiapitoisti ohjelmistoaan. Nämä päätelmät perustuvat kuitenkin tilastoihin, joiden perusteella ei voida tarkemmin arvioida ohjelman sisältöjä, sellaisena kuin ne käytännössä ovat ilmenneet. On kuitenkin selvää,

että katsojien sivistäminen on saanut väistyä katsojien mieltymysten ja suosion ohjaileman televisio-ohjelmatarjonnan tieltä (Alasuutari 1996, 212).

Politiikan henkilöitymistä ja viihteellistymistä on pidetty amerikkalaistuvan politiikan piirteinä. Suomessa amerikkalaistumisen on nähty liittyvän erityisesti poliittiseen markkinointiin kuten televisiomainoksiin. Vuoden 1992 kunnallisvaaleissa poliittista televisiomainontaa käytettiin ensimmäisen kerran. Suomen Gallupin kyselyssä yleisön mielestä mainonta on tullut jäädäkseen, vaikka televisiomainontaan suhtauduttiinkin lievästi kriittisesti. (Moring & Himmelstein 1993, 95, 110–113.) Televisio voi olla mainio markkinoinnin väline kansanedustajalle tai puolueelle ilman mainontaakin. Parasta on saada positiivista mediajulkisuutta ikään kuin huomaamattomasti esimerkiksi positiivisissa asiayhteyksissä, asiantuntijaroolissa ja kansalaisten keskuudessa. Televisiomainos on aina tarkkaan suunniteltu ja tehty ja katsojat tietävät, että sillä pyritään heihin tietoisesti vaikuttamaan.

Swansonin ja Mancinin (1996, 4) mukaan politiikan amerikkalaistuminen on sitä, että demokraattisten valtioiden poliitikot, puolueet ja media ottavat vihjeitä käyttäytymiseensä erityisesti yhdysvaltalaisesta kampanjakäyttäytymisestä. Amerikkalaistuminen terminä on kuitenkin kiistanalainen, koska sen sanotaan peittävän kunkin valtion maakohtaiset kehitysvariaatiot (Swansonin ym. 1996, 4 mukaan Waisbord 1993). Monet politiikan modernisaation piirteet, joita termi amerikkalaistuminen sisältää, ovat tuleet esimerkiksi Suomeen ja muualle Eurooppaan anglosaksisen maailman kautta. Esimerkiksi Englannissa ja Yhdysvalloissa yksilöön ja markkinoihin liittyvät perinteet tekevät politiikan modernisaation ikään kuin helpommaksi. Poliittisen elämän kehittyminen suuntaan tai toiseen ei kuitenkaan johdu välttämättä amerikkalaisesta mallista. Jokin piirre kunkin maan poliittisessa kampanjoinnissa ei ole edes ilmennyt ensimmäisenä Yhdysvalloissa eikä useita yhdysvaltalaisia piirteitä voida koskaan edes soveltaa suomalaisessa puhekulttuurissamme.

Kansanedustajan työlle voidaan kirjallisuuden perusteella nähdä kahdenlaisia haasteita. Toiset haasteet tulevat yhteiskunnan suunnasta: jotta puolueet ja niiden edustajat voivat jatkaa toimintaansa, niiden on vastattava yhteiskunnan

muutoksiin toiminnallaan ja siitä viestimällä. Toiset haasteet tulevat tiedotusvälineistä, jotka ovat kansanedustajien kanavina pyrittäessä saavuttamaan kansalaisten huomio. Tiedotusvälineitä ja tässä erityisesti tarkasteltavaa televisiota ei voida kuitenkaan pitää pelkkänä kanavana. Television intressit voivat olla erilaiset kuin kansanedustajien, minkä vuoksi edustajien on löydettävä keinot television huomion saavuttamiseen ja kyettävä samalla huomioimaan television suosimia piirteitä.

## **4 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

### **4.1 Tutkimuskysymykset**

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millainen merkitys televisiolla on kansanedustajien työssä vaalien välisenä aikana. Tätä pääongelmaa lähestytään viidestä näkökulmasta, jotka etenevät yleisestä yksityisempään. Ensiksi tarkastellaan puolueiden ja niiden kansanedustajien kannalta olennaisia yhteiskuntakehityksen piirteitä, jotka luovat viestinnälle ja muulle työlle peruslähtökohdat. Kansanedustajien työn ja television suhdetta selvitetään tarkastelemalla kansanedustajan käsitystä television merkityksestä yleensä poliitikalle. Tämän jälkeen tarkastellaan, miten kansanedustajat huomioivat televisiota työssään, johon vaikuttaa myös se, mitä televisio kansanedustajista korostaa ja millainen merkitys esiintymistaidolla on kansanedustajan menestymiselle televisiossa.

Yhteiskunnan tarkkaa kehityssuuntaa on vaikea ennustaa. Kirjallisuudessa on kuitenkin esitetty muutamia trendejä, joiden uskotaan vaikuttavan myös puolueiden ja niiden kansanedustajien toimintaan ja siitä viestimiseen. Yhteiskunnan on nähty pirstaloituvan ja esimerkiksi perinteisten luokkien häviävän. Puolueet eivät enää ole luokkapuolueita eikä niillä ole siis enää vakinaisia kannattajakuntiaan. (Ks. luku 2.1 .) Useat kirjallisuudessa esitetyt teoriat ja väitteet yhteiskunnan kehittymisestä ovat jossain määrin arvioivia ja ennustavia eivätkä ne huomioi yksittäisten maiden kehityspiirteitä. Vaikka niiden perusteella voidaan hahmottaa esimerkiksi puolueiden toiminnan

muutoksia (ks. esim. Sänkiaho 1995, 86), tarkkoja arvioita ei voida tehdä. Tämän vuoksi on tärkeää pyrkiä selvittämään, millaisena kansanedustajat yhteiskuntamme kehityksen kokevat ja millaisten kehityspiirteiden he arvioivat vaikuttavan heidän työhönsä.

### ***1. Miten yhteiskunnan muuttuminen on vaikuttanut kansanedustajien työhön ja siitä viestimiseen?***

Median merkitys politiikalle ja poliitikoille lienee kiistanon (ks. luku 2.2.1), mutta sen sijaan television merkitystä eduskunnan ja kansanedustajien toimintaan vaalien välisenä aikana ei ole Suomessa juuri käsitelty. Lähinnä englantilaiset ja amerikkalaiset päätelmät television merkittävydestä vaalikauden politiikalle (ks. luku 2.2.2) eivät sellaisinaan ole sovellettavissa suomalaisen poliittisen viestinnän kontekstiin. Esimerkiksi Yhdysvalloissa television asema tiedotusvälineenä ja poliittinen kulttuuri ovat erilaisia kuin Suomessa. Kirjallisuudessa on myös esitetty perusteluita, miksi television pitäisi olla nykyään tärkeä tiedotusväline kansanedustajalle ja hänen puolueelleen (ks. luku 2.1), mutta asiaa ei ole tiedettävästi kysytty poliitikoilta itseltään. Aihetta lähestytään toisen taustoittavan tutkimuskysymyksen avulla:

### ***2. Millainen merkitys televisiolla on politiikan viestijänä kansanedustajien mielestä?***

Asp ja Esaiassonin (1996, 80–88) mukaan viestinnällistymisen nähdään olevan pisimmälle kehittynyt silloin, kun yhteiskunta alkaa mukautua tiedotusvälineiden ehtoihin ja sääntöihin saavuttaakseen haluamansa yleisön (ks. luku 2.2.1). Heidän mukaansa merkkejä tällaisesta kehityksen tasosta on jo Ruotsissa. Vaikka perustelut tälle väitteelle ovat epätarkkoja, on Aspin ja Esaiassonin näkemystä mielenkiintoista tarkastella yksityiskohtaisemmin. Tässä työssä tarkastelun kohteeksi on valittu tiedotusvälineistä televisio. Tarkoituksena on selvittää, onko viestinnällistyminen mennyt tässä suhteessa niin pitkälle, että kansanedustajat mukautuisivat television työrotiineihin ja

ehtoihin. Työrutiineja ja ehtoja tai sääntöjä ovat tässä työssä television medialogiikan piirteet, joita käsiteltiin luvussa 2.2.3.

### ***3. Huomioivatko kansanedustajat työssään television työrutiineja ja ehtoja? Jos huomioivat, niin miten?***

Seuraavan tutkimuskysymyksen avulla pyritään valottamaan television ohjelmatyyppien merkitystä kansanedustajien työhön. Kansanedustajat eivät voi huomioida televisiosta ainoastaan television medialogiikan ominaispiirteitä. Olisi otettava huomioon myös se, korostaako televisio ohjelmillaan mahdollisesti jotain piirteitä politiikasta, kansanedustajista ja heidän työstään. Nuo piirteet saattavat puolestaan vaikuttaa kansanedustajien työskentelyyn ja siihen, mitä kansanedustajat itsestään ja työstään haluavat televisiossa painottaa. Kirjallisuudessa on esitetty yleisesti seikkoja, joita televisio politiikasta korostaa (ks. luku 3). Kolmannen tutkimuskysymyksen avulla pyritään saamaan esille erityinen kansanedustajien käytännön näkemys.

### ***4. Korostaako televisio jotakin viestiessään politiikasta? Jos jotain korostetaan, vaikuttaako se kansanedustajien työhön?***

Televisioesiintymistaidoilla on nähty olevan vaikutusta siihen, miten poliitikko menestyy vaaleissa (ks. luku 3.1). Esiintymistaidolla voi olla myös merkitystä jokapäiväisen työn sujumisessa. Vaalikauden aikana kansanedustaja voi luoda pohjaa vaaleissa menestymiselle esimerkiksi kehittämällä esiintymistaitojaan, jotka voivat vaikuttaa koko hänen imagoonsa positiivisesti.

Mikäli televisio koetaan kansanedustajan työssä tärkeäksi, televisiota luultavammin halutaan myös hyödyntää. Kansanedustajat ja puolueet joutuvat kilpailemaan television huomiosta, jolloin ne saattavat tarvita erityistä strategiaa televisiojulkisuuden saavuttamiseksi. Strategian luomiseen voidaan tarvita tietoa television toimintatavoista. Esimerkiksi television medialogiikan piirteet saattavat asettaa haasteita kansanedustajalle, joka haluaa esiintyä

televisiossa. Televisiossa esiintyminen ei siis ole välttämättä yksinkertaista, vaan televisiosta ja sen suosimasta esiintymistavasta on hyvä tietää ennen kameroiden eteen astumista.

***5. Onko televisiotietous ja erityisesti televisioesiintymistaito tärkeää kansanedustajan työssä? Asettaako televisio haasteita kansanedustajien esiintymistaitojen kehittämiseksi?***

**4.2 Perustelut tutkimusmenetelmälle**

Tutkimusmenetelmänä on kvalitatiivinen teemahaastattelu. Kvalitatiivisillä tutkimusmenetelmillä pyritään etsimään tietoa ja luomaan teoriaa asiasta, josta ei ole aiemmin tehty tutkimusta juuri lainkaan (Alasuutari 1994, 203–205; Bryman 1988, 94; Miles & Huberman 1994, 35–36). Suomalaisessa tutkimuksessa on tiedettävästi tarkasteltu melko vähän television merkitystä kansanedustajien toimintaan, minkä vuoksi teemahaastattelu soveltuu työkaluksi tämän tutkimuksen tekemiseen. Teemahaastattelun avulla saavutetaan Hirsjärven ja Hurmeen (1983, 123) mukaan moni-ilmeinen tutkimusaineisto, joka on hedelmällinen teorian luomiseen, koska sen avulla saadaan esille erilaisia piirteitä tutkittavasta kohteesta.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei ole tarkoituksena tehdä yleistettäviä päätelmiä, vaan aristoteelisen ajattelutavan mukaan yksityistä tapausta tarkasti tutkimalla voidaan tuoda esiin se, mikä ilmiössä on merkittävää ja mitkä seikat asiassa toistuvat (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 165, 181–182). Hypoteesien todistamisen ja tutkimustulosten yleistämisen sijaan pyritään kyseenalaistamaan vanhoja ajatusmalleja. Kvalitatiiviset tutkimukset eivät niinkään tuota faktoja, vaan ovat kriittistä kirjallisuutta ja edistävät järkipäätä keskustelua. (Alasuutari 1994, 206.) Kansanedustajien teemahaastattelussa tavoitteena on tarkastella aihetta avoimesti kyseenalaistaen, jotta saataisiin syvä ja rikas aineisto. Haastattelijan roolissani toimin keskusteluttajana eli pyrkimyksenäni on tuoda monenlaisia kysymyksiä ja kommentteja haastateltavan pohdittavaksi.

Hermeneuttisella ihmiskäsityksellä on vahva sija teemahaastattelun ideologiassa. Tuon ihmiskäsityksen mukaan ihminen on itseään koskevien asioiden paras asiantuntija. Teemahaastattelussa tutkittavalta itseltään kysytään hänen ajatuksiinsa ja käyttäytymiseensä vaikuttavista tekijöistä. Tuolloin uskotaan siihen, että tutkittavat henkilöt ovat myös parhaita tiedon välittäjiä. Teemahaastattelun tarkoituksena on nostaa esiin tutkittavien näkökulmia ja painoituksia, heidän omaa "ääntään". Vaikka taustaoletuksena on se, että kansanedustaja kertoo asioistaan totuudenmukaisesti, Hirsjärvi ja Hurme (1982, 48–49) toteavat, että haastattelulle ja keskustelulle on tyypillistä ajatusten ja intentioiden kertomisen ja salaamisen tasapaino. Haastattelusta saatuja vastauksia tulee siis pohtia ja tarkastella eri näkökulmista.

Teemahaastattelun katsotaan sopivan tutkimusmenetelmäksi myös silloin, kun haastateltavalta kysellään sellaisista asioista, jotka vaativat muistamista. Tuolloin haastattelija voi olla avuksi ja tarvittaessa virkistää haastateltavan muistia. Lisäksi teemahaastattelu on tarkoituksenmukainen menetelmä silloin, kun halutaan selvittää heikosti tiedostettuja asioita tai kun aihe on arkaluontoinen. (Hirsjärvi & Hurme 1982, 31–32.) Aihe ei ole kansanedustajille kenties niinkään arkaluontoinen, mutta haastattelussani kysyn sellaisia asioita, joita kansanedustajat eivät välttämättä paperilla paljastaisi tutustumatta tietoa tarvitsevaan henkilöön. Esimerkiksi kansanedustajien esiintymiskoulutuksia ei ole totuttu käsittelemään julkisesti (ks. Isotalus 1997). Myös käytännön syistä teemahaastattelu sopii tämän työn menetelmäksi: kansanedustajien työhuoneessa vierailtuaan voi uskoa, että opiskelijalta saapunut lomake voi helposti hukkua kiireisen edustajan paperipinojen joukkoon.

### **4.3 Kansanedustajien teemahaastattelu**

Tutkimukseen pyrittiin saamaan haastateltaviksi kansanedustajia, joilla on erilaiset taustat, jotta tutkimusaineisto kuvaisi hyvin koko kansanedustajakirjoa. Haastateltavat kansanedustajat valittiin tasaisesti eri puolueista, jotta aiheeseen liittyvät mahdolliset ideologiset piirteet tulisivat esille. Kolmesta

isoimmasta puolueista – Sosiaalidemokraattisesta puolueesta, Suomen Keskustasta ja Kansallisesta Kokoomuksesta – valittiin kustakin kaksi edustajaa. Toinen edustajista oli julkisuudessa paljon esiintyvä, tunnettu poliitikko ja toinen harvoin julkisuudessa esiintyvä tai ei juuri koskaan julkisuudessa esiintynyt edustaja. Vasemmistoliitosta, Ruotsalaisesta kansanpuolueesta, Vihreästä liitosta, Kristillisestä liitosta ja Nuorsuomalaisista haastateltiin kustakin yhtä kansanedustajaa. Yhteensä haastateltavia oli siis yksitoista.

Kansanedustajien valinnassa kiinnitettiin siis myös huomiota siihen, miten paljon edustajat olivat julkisuudessa ja erityisesti televisiossa esiintyneet. Yhdestätoista kansanedustajasta viisi on melko tuntematonta. He ovat lähinnä maakunnallisia vaikuttajia, jotka ovat esiintyneet televisiossa kansanedustajauransa aikana kerran tai pari. Kaksi kansanedustajaa ovat hieman tunnetumpia edelliseen ryhmään verrattuna. Toinen näistä edustajista on keski suurin puolueen puheenjohtaja ja siten hiukan tavallista tunnetumpi, toinen puolestaan on jonkin verran tunnettu nuoren ikänsä vuoksi. Loput neljä kansanedustajaa ovat erittäin tunnettuja julkisuuden henkilöitä.

Haastateltavaksi pyrittiin saamaan edustajia eri puolelta Suomea. Tuolloin voitiin tarkastella, onko poliitikon edustamalla vaalipiirillä vaikutusta esimerkiksi siihen, minkä median kautta edustaja haluaa ensisijaisesti viestiä ja miten hän suhtautuu televisioon poliittisen vaikuttamisen välineenä. 30–60 vuotiaista haastateltavista naisia oli viisi ja miehiä kuusi.

Kansanedustajia haastateltiin loppusyksyllä 1997 eduskunnassa heidän työhuoneissaan, kokoushuoneessa tai edustajien Helsingin asunnoissa. Haastattelut taltioitiin ääninauhoille ja ne kestivät vajaasta tunnista yhteen ja puoleen tuntiin. Haastateltavalta kysyttiin ensin kuhunkin aiheeseen liittyvä laajahko kysymys, jolloin vastauksesta voitiin nähdä, mikä asia nousee ensimmäisenä ja kenties tärkeimpänä mieleen. Laajan kysymyksen jälkeen aihetta käytiin yksityiskohtaisemmin läpi keskustelun johdattamassa järjestyksessä.

Teemahaastattelurunkoa testattiin keväällä 1997 kolmen kansanedustajan haastattelulla, jonka jälkeen sitä tarkistettiin. Teemoista pyrittiin karsimaan viittaukset vaaleihin ja sen lisäksi television ja politiikan historiallinen kehitysaspekti, johon varsinkaan ensimmäisen kauden kansanedustajilla ei ollut juuri tuntumaa. Tarkistetussa haastattelurungossa teemoja oli viisi ja lisäksi edustajilta kysyttiin tulevaisuudennäkymiä ja odotuksia aiheeseen liittyen (Ks. Liite 1).

Teemahaastatteluiden analyysi aloitettiin kuuntelemalla haastattelut läpi kahden kertaan. Ensimmäisellä kuuntelukerralla kustakin haastattelusta tehtiin muistiinpanoja, joiden avulla voitiin hahmottaa haastateltavan korostamia aihepiirejä. Toisella kuuntelukerralla haastattelut litteroitiin sanatarkasti. Muistiinpanojen avulla ja litterointeja lukemalla pyrittiin löytämään haastateltavien vastauksia yhdistäviä ja erottavia seikkoja, jotka kerättiin teemanipuiksi aihepiireittäin. Teemoista ovat muotoutuneet tulosteni pääaiheet. Merkityssuhdekarttojen piirtäminen oli avuksi teemojen jäsentämisessä. Olen tarkkaillut haastatteluista esimerkiksi sisäisiä ristiriitoja ja normatiivisia lausumia sekä pyrkinyt etsimään ilmiöille analogioita ja kattokäsitteitä (vrt. Alasuutari 1994, 187–202) päästäkseni pureutumaan asioiden ja ongelmien juurille.

## **5 TULOKSET**

### **5.1 Poliitiikan modernisaatio on tuonut haasteita**

Yhteiskunnan muutoksista erityisesti kaksi piirettä nousivat kansanedustajien näkemysten mukaan heidän työtään ja viestintäänsä hallitsevaksi. Ensinnäkin kansanedustajat pohtivat puolueiden samankaltaistumista. Edustajat epäilivät, että varsinkin kansalaisten silmissä puolueet ovat saattaneet samankaltaistua. Osa edustajista oli sitä mieltä, että puolueet ovat heidänkin mielestään tulleet lähemmäksi toisiaan, vaikka ideologiaeroja taustalla onkin. Lisäksi pohdittiin, voiko puolueita ja ideologioita ylipäättään enää jaotella oikeisto – vasemmisto -periaatteella vai tarvitaanko muita käsitteitä. Toinen olennainen näkyvä muutos kansanedustajien työlle ja siitä viestimiselle oli yleisön eli äänestäjäkunnan

sirpaloituminen, fragmentoituminen siten, että joukkoja on enää vaikea saavuttaa.

Useiden edustajien mielestä nykyinen sateenkaarihallitus on elävä esimerkki puolueiden samankaltaistumisesta. Hallituksessa istuu puolueita vasemmalta oikealle eikä maatumullistavia riitoja näytä olleen. Erään edustajan mielestä nykyinen tilanne on merkki siitä, että ideologiset erot puolueiden välillä ovat pienentyneet, koska viiden puolueen intresseistä huolimatta pystytään tekemään "suhteellisen laajaa ja syvälle menevää hallitusohjelmaa". Vaikka eroja puolueohjelmissa olisikin, arkipäivän keskusteluissa ja puheenvuoroissa on niitä jopa kansanedustajan joskus vaikea erottaa.

*"– – jos sulle pantais huppu silmille ja jonku ihmisen ääntä muutettas ja sä istusit työhuoneessas ja tosta kaiuttimesta tulis ääni hieman muunnettuna niin tuskin sä demaria ja kokoomuslaista puheesta erottasit tuolla salissa käytävässä keskustelussa." (4)<sup>4</sup>*

Toisaalta muistutettiin, että pelkkä puolueiden samankaltaistuminen ei riitä selittämään hallitusyhteistyötä, vaan on tarvittu myös neuvottelu- ja yhteistyötaitoja. Haastatteluista kuitenkin ilmeni, että perusideologiaerot puolueissa voivat olla silti tallella ja nuo erot näkyvät esimerkiksi yksittäisissä keskusteluissa ja päätöksissä. Toisaalta epäiltiin sitä, että menneet ideologiat ja käsitteet ovat kokonaan menettämässä merkitystään. Edustajien mielestä on selvää, että puolueet ovat vuosien mittaan lähentyneet eivätkä ideologiset erot ole enää niin suuret kuin vasemmistolla ja oikeistolla aikoinaan. Puolueet syntyivät aikoinaan luokkaperustalle, mutta nykyään suomalaiset ovat kansanedustajien mukaan pääasiassa keskiluokkaisia, joten kaikissa puolueissa on kaikenlaisia ihmisiä. Puolueet eivät voi toimia tyhjiössä, vaan niiden on muututtava yhteiskunnan mukana.

*" Mutta mä en tiedä onko siinä puolueiden samankaltaistumisen vaara vai onko se enemmän tämmönen syvempi yhteiskunnallinen ilmiö, että me ollaan jollain tavalla tässä tasapäisessä mössönytymisessä kadottamassa niin kun tietynlaisia ideologioita ja periaatteita, niinkun sanotaan nyt semmosia niinsanottuja jalompia periaatteita, mistä joskus aikoinaan puolueet on – – syntyneet – –" (4)*

---

<sup>4</sup> Haastatellut kansanedustajat on numeroitu yhdestä yhteentoista.

*"– – että tämmöset porvari– sosialisti liitteet tietyllä tavalla vois poistaa ja puolueita pitää nyt aivan uusista näkökulmista tutkia – – enää ei oo tämmöstä kahtiajakoa, vaan on oikeestaan semmonen verkosto, puolueet muodostaa ja painottaa tiettyjä kysymyksiä." (6)*

Koska kansalaisilla ei ole arjessaan mahdollisuutta tarkkailla yksittäisten keskusteluiden taustalla olevia ideologiaeroja, kansanedustajien mielestä eroja olisi tuotava selkeämmin esille. Joitain strategioita uudelle vaalivuodelle oli suunnitteilla.

*"– – tänä päivänähän ihmiset kokee ongelmana sen, että puolueet on kaikki samaa mössöä ja erityisesti nyt kun on tämä sateenkaarihallitus ja ajatellaan, että siellä on kokoomuksesta ja vasemmistoliittoon ja siltikin me pystytään loppujen lopuksi tietyissä asioissa olemaan samaa mieltä. Että tietysti se vaikeuttaa niin kun ihmisten valintoja – – hallituspuolueilla on se problemaattinen tilanne, että millä tavalla todellakin sitten sateenkaarihallituksen eri ryhmät voi niin kun erottautua toisistaan, että millä vasemmistoliittolaiset voi vakuuttaa äänestäjensä, että kyl siellä tätä heidän aatettaan on viety eteenpäin ja toisaalta sitten, että miten me pystytään omille kertoon, että miten meillekin tärkeet asiat on menny eteenpäin." (6)*

Edustajien mielestä eroja on pyrittävä tuomaan esille eduskunnassa ja tiedotusvälineissä. Jokapäiväisessä toiminnassa olisi pyrittävä tuomaan esille eriävät mielipiteensä, mutta toisaalta eri puolueiden omine intresseineen olisi kyettävä yhteistyöhön. Muutama edustaja oli itsekriittinen ja syytti kansanedustajia itseään siitä, etteivät kansalaiset näe eroja eri puolueiden edustajien välillä. Mielipide-erojen esilletuomiseksi tarvittaisiin usein selkeää argumentointia ja strategioita. Joissain puolueissa on edustajien mukaan ryhdytty miettimään erityistä kansanedustajien viestintästrategiaa. Esimerkiksi eräässä puolueessa pyritään määrittelemään asiakkaat ja pohtimaan, mitä heille halutaan tarjota ja miten tuoda esiin tärkeät avainviestit. Lisäksi pyritään kiinnittämään huomiota palautteeseen, jota asiakkailta mahdollisesti saadaan esimerkiksi jonkun eduskunnassa tehdyn päätöksen jälkeen.

Sen lisäksi, että kullakin puolueella on tärkeiksi koettuja erityisasiota, joita halutaan edistää, on kiinnitettävä huomiota suuria kansalaisjoukkoja koskeviin asioihin. Tällainen asia on esimerkiksi työttömyys. Kansanedustajien mielestä olisi siis pyrittävä tuomaan esille asioita, jotka herättävät yleistä hyväksyntää.

*"– – pitäis keskittää muihin asioihin kuin ennen. Lähinnä perheisiin, yksilöihin elämänlaatukysymyksiin ja tämmösiin, nehän on tärkeitä kaikille, se kuuluu kaikkien puolueiden tärkeisiin kohteisiin, ilman muuta tämä on. Ennen voitiin puhua vaan, että me ajatellaan sitä ryhmää ja sitä periaatetta ynnä muuta, mutta nyt täytyy tosiaan suunnata tää viesti suoraan yksilöön, yksilön elämäntilanteeseen riippumatta siitä, mikä puolue on kyseessä." (1)*

*"Esimerkiksi niin tämmöset kansainväliset asiat on tulleet voimakkaammin kuvaan mukaan, niin kuin tämmöset ympäristöasiat, yleensä luonnosta, globaalisti maapallosta huolahtimisen asiat – – ettei se ole vain jonku vihreen puolueen ikioma asia." (7)*

Toiseksi kansanedustajien työn ja viestinnän kannalta merkittäväksi muutokseksi koettiin yhteiskunnan muutos, jonka myötä äänestäjäkunta on aiempaa heterogeenisempi. Kansalaiset ovat kiinnostuneet oman alansa asioista ja heidän hyvinkin tarkkoja kiinnostuksen kohteitaan pyritään heijastamaan myös esimerkiksi televisiossa. Edustajien mielestä puolueet eivät voi enää perustaa toimintaansa kovin voimakkaasti tietyn luokan asioiden ajamiselle. Kansanedustajien on vaikea saavuttaa suuria yleisöjä yhdellä viestillä esimerkiksi yhden ohjelman kautta vain yhtenä ajankohtana.

Tässä tilanteessa kansanedustajat pitävät tärkeänä viestinnän, kuten puheiden, lausuntojen ja tiedotteiden kohdentamisen taitoa. Joidenkin edustajien mielestä kansanedustajien ammattitaitoon kuuluu se, että osataan valita eri viesteille oikeat tiedotustavat ja -välineet ja siten tavoittaa eri kohderyhmiä. Esimerkiksi omien tiedotteiden kohdentamisessa tietyille ryhmille olisi parannettavaa.

*"– – me lähetetään niin kun STT:n jakelun kautta joku juttu ja sitten kaikki, erityisesti rivikansanedustajat valittaa, että ei mee läpi. Mut sitte, no okei ei varmaan meekkään, koska tää on kaikkein perinteisin ja yksinkertaisin ja vaivattomin tapa, mutta usein myöskin hakuammunnallisin tapa. – – aika monet kansanedustajat tekee aloitteita, jotka liittyy johonkin sairausryhmään, sanotaan nyt vaikka reumalääkkeiden korvausprosetteihin, niin minkä ihmeen takia ne eivät sitten kutsu tai mene sinne Reumaliittoon vaikkapa, et sitä vois niin hirveän monella tavalla tehdä sitä mediajuttua eikä vaan odotella täällä, että tulis nyt joku kysymään – –" (3)*

*"– – on mahdoton kuvitella, että samalla menettelytavalla, millä kerrotaan Savukoskelaiselle tästä asiasta (alueellisesta kehityksestä), et sillä samalla menettelytavalla voisi selviytyä täällä Helsingissä, mut se pe-*

*rusviesti on sama ja asia on sama, mutta se täytyy sillä tavalla hakea tavallaan jokaiseen tilanteeseen sopiva väline sen viestin perille saamiseksi." (2) (Lisäykset S.T.)*

Myös äänestäjien kannatuksen vaihtelu eri puolueiden välillä eli äänestäjien liikkuvuus koettiin ongelmalliseksi. Kun puolueilla on yhä vähemmän uskollista kannattajakuntaa, sujuu vaalien välinen aikakin hiukan rauhattomammin. Ei voida siis luottaa siihen, että kun perinteisesti huomioitujen ryhmien asiat ajetaan hyvin niin kannattajakuntakin säilyy. Liikkuvien äänestäjien uskottiin lisääntyvän, koska nuorilla äänestäjillä uskottiin olevan vähemmän ideologisia kiinnekohtia vain yhteen tiettyyn puolueeseen. Toisaalta kansanedustajat luottavat puolueen yksittäisiin henkilöihin, joihin saatetaan samaistua helpommin kuin puolueeseen kokonaisuutena. Puolue voi siis menestyä persooniensa avulla.

Puolueiden samankaltaistumisesta ja kannattajakunnan fragmentoitumisesta johtuen kansanedustajilla näyttää olevan kaksijakoinen viestintätehtävä. Toisaalta heidän tulisi erottautua viestinnällään, jotta he voisivat tuoda esiin puolue-eroja. Lisäksi olisi pyrittävä kohdentamaan varsinkin erikoisalan viestijä tietyille yleisöille suunnitelluin menetelmin. Toisaalta puolueiden ja kansanedustajien olisi viestittävä ja tehtävä töitä periaatteessa kaikkia miellyttävällä tavalla.

## **5.2 Television merkitys kansanedustajille: osa-alueita ja ristiriitoja**

Kansanedustajien mielestä televisio on heille tärkeä viestimisväline. Perusteet television merkittävyydelle voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen. Television nähdään olevan merkittävä ensinnäkin sen vaikuttavuuden vuoksi. Toiseksi televisio on edustajille erinomainen markkinointiväline, "brändin" eli merkin luoja. Kolmanneksi televisiota pidetään tärkeänä, koska se tekee kansanedustajia tunnetuksi – erityisesti television viihdeohjelmilla on kyky nostaa esiin tuntemattomia kansanedustajia. Mielenpitoet television merkittävyydestä jakautuivat kuitenkin siten, että osa edustajista näkee television merkityksen vähenneen ja olevan edelleen vähentymässä ja toisten mielestä television

merkitys taas kasvaa. Vaikka televisiota pidettiin yleisesti tärkeänä tiedotusvälineenä kansanedustajille, joissain tilanteissa etenkin paikallisia radiokanavia tai lehtiä pidettiin tärkeimpinä.

Kansanedustajat perustelivat television olevan merkittävä siksi, että ihmiset katsovat paljon televisiota. Television avulla voidaan saavuttaa suuri joukko kansalaisia, jotka ennen saivat tuoreet tiedot politiikasta lähinnä puolueen kokouksissa ja tapaamisissa. Tämä kansanedustajien käsitys tukee kirjallisuudessa esitettyjä väitteitä siitä, että televisio on korvannut poliittisia kokouksia (ks. McNair 1995, 6; Trent & Friedenberg 1991, 101).

*" – – mähän oon sitä mieltä, että televisio on tämän päivän työväentalo tai seurojentalo, että enää ei ole mahdollista tavoittaa kansalaisia tai äänestäjiä tällaisten tilaisuuksien kautta kuin hyvin marginaalisessa mielessä, että kyllä se kamppailu niin ku tavallan siitä politiikan markkinaosuuksista, politiikan sisällä ja välillä tapahtuu television kautta olohuoneissa – –" (3)*

Televisiovastaanottimien ja televisiokatselun määrä nähtiin suurimpana syynä siihen, että televisio on nykyään niin merkittävä. Kansanedustajat sanoivat, että kansalaiset luovat mielipiteitä asioista televisiosta saadun tiedon avulla. Television viestintä oli siis kansanedustajien mielestä tehokasta, mutta perusteluja tehokkuudelle oli vaikea määritellä. Saadut perustelut viittasivat lähinnä television affektiivisuuteen: televisio on vahva liikkuvan kuvansa vuoksi ja siksi, että televisiossa kyetään luomaan suoran viestinnän tunne. Televisio koettiin vaikuttavaksi myös siksi, että sen katselu on helppoa "vastaanottamista":

*"Kyllä täällä Suomessa television merkitys koko ajan kasvaa. Se on sellainen media, johon ei tarvita paljon, katselija ei tarvi paljon aktiivisuutta. Passiivisesti voi vastaanottaa ja se tavoittaa satojatuhansia – –" (10)*

Kansanedustajien mukaan televisiolla on audiovisuaalisuutensa vuoksi kyky tehdä kansanedustajaa tunnetuksi muita tiedotusvälineitä paremmin. Äänen ja kasvojen yhdistyminen on tärkeää varsinkin vaaliaikana. Televisiolla sanottiin olevan tiedotusvälineistä paras kyky luoda mielikuvia, mikä liittyy läheisesti siihen, että televisiolla on kansanedustajien mukaan myös kyky luoda merkkiä politiikasta tai puolueesta. Keskusteltaessa television merkittävydestä muutama kansanedustajat viittasivat puheissaan poliittiseen markkinointiin. Kun

kansanedustajat puhuivat kansalaisten saavuttamisesta, brändeistä, viestinnän tehokkuudesta ja mainonnasta keskustelu kääntyi myös usein vaaleihin.

*"– – kun sitä mainontaa tulee, esimerkiksi kun sitä on vaalien edellä lehdet täynnä mainoksia ja siellä on kasvoa kasvon vieressä sivutolkulla niin sinne hukkuu aika helposti, mutta jos sun olohuoneeseen tulee tämmönen hyvin suunniteltu näyttävä isku, niin – – se on paljon tehokkaampaa – –" (7)*

Televisio oli kansanedustajien mukaan oiva markkinointiväline, vaikkei varsinaista kampanjaa olisikaan. Haastattelut tai muut esiintymistilanteet voivat olla kansanedustajalle erinomaisia tilaisuuksia tuoda esille ajatuksiaan ja olemustaan.

*"Kyllä kaikki varmaan myöntää sen, että televisiolla on erittäin suuri merkitys, mutta eihän se sillä tavalla vaikuta, mitä täällä tekee, muuta kuin silloin, kun tiedetään, että joku keskustelutunti televisioidaan, niin silloin se saattaa vaikuttaa siihen et mitä sanoo, mutta ei tietysti sinänsä. Mutta sillähän on suuri arvo vaan, jos kysytään kommenttia televisioon, niin se on varmaan parasta, mitä voi tapahtua." (3)*

Aulan (1991, 199) löytämät kolme television keskeisyydestä kertovaa indikaattoria ovat samansuuntaisia kansanedustajien näkemysten kanssa. Aulan mukaan television saavuttama yleisömäärä, television rooli vaalikampanjoissa ja televisiouutisten status tekevät televisiosta merkittävän politiikan viestijän. Haastatteluissa kansanedustajien kanssa ei luonnollisesti puhuttu juurikaan vaaleista, mutta niitä tosin sivuttiin juuri esimerkiksi kansanedustajien alkaessa puhua televisiosta markkinavälineenä. Kansanedustajat pitivät eritoten uutis- ja ajankohtaisohjelmia työn kannalta tärkeänä ohjelmaryhmänä. Television sanottiin olevan elementissään nopeassa ja vaikuttavassa tiedonvälityksessä, uutisoinnissa.

*" Television vastuu on jotenkin suurempi (kuin muiden tiedotusvälineiden), ihmiset luottaa teeveeuutisiin kuin vuoreen – –" (11) (Lisäykset S.T.)*

Kaikkien kansanedustajien mielestä television asema ei ole ylivoimainen kun on kyse edustajien viestimistä asioista. Varsinkin valtakunnallisesti vähemmän tunnetuille kansanedustajille alueelliset ja paikalliset radiot sekä lehdet ovat tärkeimpiä tiedotus- ja vaikutuskanavia. Kansanedustajien mukaan valtakunnalliset televisiokanavat ovat harvemmin kiinnostuneita yksittäisten kansan-

edustajien aktiivisuudesta. Kansanedustajan on vaikea saada julkisuutta haluamanaan ajankohtana muuten kuin viihteen tai rahan keinoin.

*" – ei voi kuvitella, että kansanedustaja, jolla ei ole valtakunnallisia luottamustehtäviä, niin että hän voisi saada semmosta näkyvyyttä televisiossa, joka voisi olla jotenkin ratkasevan tärkeä, melkein saa sanoa, että ainoat jossa niin paljon julkisuutta voi saada on sitten nämä erilaiset viihdeohjelmat, joissa jotkut ovat saattaneet tehdä itsensä hyvinkin tunnetuksi – – mutta siis varsinaisen oman poliittisen viestin välittämisen kannalta yksittäiselle kansanedustajalle, niin olen varma siitä, että kirjoitettu sana ja nimenomaan maakunnallinen ehkä jossain määrin paikalliset, mutta maakunnalliset on edustajalle tärkeitä." (2)*

Erään kansanedustajan mukaan lehdessä voi saada artikkelinsa julki melko helposti ja sen avulla tuoda esiin näkemyksiään omin sanoin, vieläpä ilman, että hänen sanomansa vääristyy editoinnin vuoksi. Muutenkin erityisesti lehti nähtiin oivana välineenä asioiden taustoittajana ja perusteluiden esilletuojana. Erään edustajan mielestä lehden kautta voi levittää tehokkaasti viestiä, koska hänen kirjoittamiaan artikkeleita usein siteerataan myöhemmin televisiossa ja radiossa. Kansanedustajien mielestä on häiritsevää, että televisio toimittajat saattavat usein tyypistää pois jotain olennaista haastatteluista ja edustajan antamista lausunnoista, jolloin koko sanoma voi vääristyä. Toisaalta keskusteluohjelmat ovat lisänneet edustajien mielestä television merkitystä asioiden yhteyksien hahmottamisessa ja pohtimisessa.

Televisiolla on merkityksensä myös tuntemattomille kansanedustajille. Erityisesti television viihdeohjelmat voivat olla ponnahduslautana julkisuudelle.

*" – – jonkun tällasen takarivin taavin voi televisio nostaa valtakunnan julkisuuteen esimerkiksi sillä, että hän osallistuu vaikkapa täysin viihdeohjelmiin ja pärjää jossain Kymppitonissa niin, että on viikosta toiseen – – mukana." (11)*

Menestyttyään esimerkiksi jossain viihdeohjelmassa voi televisio ja media yleensä alkaa muiltakin osin kiinnostua tästä henkilöstä sekä tuoda hänen persoonaansa ja tekemisiään esille. Kansanedustajien mukaan viihdeohjelmat saattavat toisinaan päihittää jopa uutis- ja ajankohtaisohjelmat merkittävyytensä vuoksi. Uutis- ja ajankohtaisohjelmissä on usein samoja henkilöitä: puolueiden puheenjohtajia ja ministereitä. Varsinkin tuntemattomat kansan-

edustajat olivat sitä mieltä, että uutisiin ja ajankohtaisohjelmiin voitaisiin kysyä kommentteja myös tavallisilta kansanedustajilta.

Television merkityksen nähtiin viimevuosikymmeninä lähes pelkästään kasvaneen, mutta aivan lähivuosina aseman nähtiin myös heikenneen. Kansanedustajien mukaan televisioyleisöt jakautuvat usealle kanavalle ja samantyyppisiä politiikasta kertovia ohjelmia on useita. Televisio-ohjelmilla ei ole enää suuryleisöä, minkä vuoksi edustajan on mielestään vaikea saada television avulla asiaansa koko kansan tietoon. Enää ei siis vaalejakaan ratkota yhdessä suuressa väittelytilaisuudessa, eikä uutispommia pudoteta yhdessä illan pääuutislähetyksessä. Vaaliväittelyitä on useita ja televisiouutisia lukuisia.

*"-- olemme semmoisessa taitekohdassa, jossa television merkitys saattaa olla se kasvu saattaa olla taittumassa johtuen siitä, että televisioyleisöt jakaantuvat yhä useammalle kanavalle ja sitten kun ei ole yhtenäisiä yleisöjä, niin silloin on entistä vaikeampi saada sähköisen median kautta ja television kautta itseänsä tai omia ajatuksiansa, oli sitten kysymys puolueesta tai yksittäisistä poliitikoista, näkyville. -- se on tietysti nopeassa tiedottamisessa tietysti edelleenkin äärettömän tärkeä, korvaamaton väline, mutta sitten kun tullaan jo tämmösiin taustoihin ja asioiden perustelemiseen ja muuhun, niin voi olla ja olisin sitä mieltä jo nyt, että se on menettänyt jonkin verran merkityksestään --" (2)*

### **5.3 Miten kansanedustajat ottavat television huomioon?**

#### **5.3.1 Eduskuntatyöskentelyssä yleensä**

Vaikka kansanedustajat huomioivat televisiota työssään, he eivät kokeneet television vaikuttavan lainsäädäntötyöhön eduskunnassa. Kysyttäessä television vaikutusta edustajien työskenteleeyyn haastateltavat olivat vakuuttuneita, ettei televisio vaikuta heidän työhönsä juuri lainkaan – ainoastaan työstä viestimiseen ja julkisuuden hallintaan. Edustajat usein ilmaisivat implisiittisesti jakavansa työnsä "varsinaiseen työhön" ja "julkiseen työhön", vaikka muissa yhteyksissä esimerkiksi julkisuuden hallinta ja omasta työstä tiedottaminen katsottiin osaksi kansanedustajan työtä. Kun television vaikutusta pohdittiin yksityiskohtaisemmin, television nähtiin vaikuttavan ensinnäkin kyselytunneilla käsiteltäviin asioihin. Eniten televisio vaikuttaa kansanedustajien mukaan keskusteluissa, jotka televisioidaan. Tällaisia ovat yleensä eduskunnan

televisioitavat kyselytunnit. Toiseksi televisiolla on ollut vaikutusta eduskunnan ja varsinkin hallituksen tapaan tiedottaa asioista.

Kansanedustajien näkemysten perusteella television vaikutusta kyselytunteihin voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta. Ensinnäkin kyselytunneilla usein pyritään käsittelemään ajankohtaisia asioita, jotka alunperin on nostettu esiin tiedotusvälineissä esimerkiksi televisiossa. Toiseksi kansanedustajat ottavat kyselytunneilla televisiokameroiden ja -toimittajien olemassaolon huomioon eri tavoin.

Eduskunnan tehtävänä on hoitaa lähinnä lainsäädäntötyötä, minkä vuoksi kyselytunneilla keskustelua käydään lähinnä käsiteltävään lakiaiheeseen liittyen. Kyselytunneilla on kuitenkin nykyään mahdollisuus reagoida päivän polttaviin asioihin.

*"– – jos aamu-uutisissa tulee jostaki semmosesta asiasta ja samana päivänä on kyselytunti, niin aika suurella varmuudella joku siitä kysyy siitä asiasta sitten ministereiltä. – – just ne ajankohtaset ja ne television kautta tulevat, jotka sit tietyllä tavalla, ne synnyttää kirjallisia kysymyksiä ja suullisia kysymyksiä kyselytunneilla ja näin, et ja musta tuntuu, että se koko ajan – – kasvaa sen merkitys. Et se on niin kun muuttanu tämän eduskunnan työskentelyä suunnattomasti tämä mahdollisuus tämmöseen ajankohtaseen keskusteluun." (6)*

Televisio vaikuttaa muiden tiedotusvälineiden tapaan siihen, mistä asioista eduskunnassa keskustellaan. Televisio voi myös muokata tapaa, jolla eduskunnassa asioita käsitellään

*"– – se tulee vaikuttamaan myöskin politiikan tekoon jatkossakin, kyllä se tulee ilman muuta tulee vaikuttamaan tähän sisältöön, siis ei ehkä lopputulokseen, mutta tavalla miten keskustellaan, koska keskustelun kautta saadaan yleensä tulosta aikaan. Keskutelutapa, se täytyy muovautua siihen, että se sopii televisiolle, että kyllä se politiikan tekoon sillä tavalla sitten vaikuttaa." (1)*

Erään kansanedustajan mukaan television ja muun median vaikutus erityisesti siihen, mitkä asiat agendalle nousevat, on jossain määrin huolestuttavaa. Vaarana on, että mediaa kiinnostamattomat asiat eivät ylitä uutiskynnystä, vaikka ne saattaisivat olla yhteiskunnallisesti merkittäviä. Kansalaisten mielenkiintoa on vaikea ylläpitää asioihin, joita ei uutisoida ja joista ei tiedotusvälineissä keskustella.

Käsiteltävien asioiden lisäksi televisio vaikuttaa kansanedustajien mukaan heidän käyttäytymiseensä. Televisiokameroiden ja -toimittajien olemassaoloa otetaan usein huomioon eri tavoin, koska televisioidut kyselytunnit koetaan tärkeiksi. Niiden avulla kansanedustajat voivat osoittaa aktiivisuuttaan ja saada kasvonsa televisioon. Siksi kyselytunneilla pyritään olemaan paikalla. Parasta yksittäisen edustajan mielestä olisi kuitenkin se, että hän pääsisi esittämään oman kysymyksensä valtioneuvostolle. Edustajien kesken kilpaillaankin siitä, kuka saa kysymyksensä läpi. Puheenvuoroja ei siis saa esittää kuka tahansa, vaan puhemiesneuvosto valitsee televisioiduille kyselytunneille kysymykset etukäteen. Vaikka kyselytunnit koettiin tärkeiksi, moni edustaja pohti, saavatko katsojat kyselytunnista mitään irti. Edustajat saattavat kyselytunnilla esimerkiksi vedota aiempiin kokouksiin ja tapauksiin, joista katsoja ei ole kenties kuullut tai käyttää katsojille outoa kieltä. Kansanedustajat pyrkivät joskus tuomaan kyselytunnin keskustelua lähemmäksi katsojaa kohdentamisen keinoin.

Kyselytunneilla puheet kohdistetaan osallistujien lisäksi myös kansalaisille. Monen edustajan mielestä televisioiduilla kyselytunneilla asioita pyritään käsittelemään tiivistetympin ja selkeämmin kuin tavallisilla kyselytunneilla. Monet edustajat epäilivät, että katsojat eivät saa televisioiduista kyselytunneista muuten mitään irti, ellei puheita pyritä kohdentamaan ja asioita esittämään tavallista selkeämmin. Lisäksi televisio vaikuttaa kyselytuntien keskusteluihin siten, että tärkeimmät asiat pyritään käsittelemään televisiotoimittajien ja -kameroiden läsnäollessa.

*"Tietysti tämä ohjaa tavallaan meidän työtapoja myöskin, koska se silloin joudutaan pyrkimään siihen, että saamme sen tärkeän osan sanottua silloin kun tv-toimittaja, tv on paikalla, kaikki muu mitä puhutaan sitten myöhään illalla, yöllä ynnä muuta, tiedämme, että se uppoaa johonkin, se ei mee yleisölle, television kautta. Sen takia se ohjaa meidän työkentelytapoja, koska tiedämme kuin tärkeä tuo television viesti on." (1)*

Edustajien puheista voi aistia jopa turhautumista ei-televisioitaviin keskusteluihin. Televisioidut keskustelut koetaan jossain määrin tavallisia keskusteluja merkittävämmäksi, koska edustajien mielestä on palitsevaa tietää, että työn tekeminen näkyy television välityksellä kansalaisille.

Kyselytuntien lisäksi television nähdään vaikuttavan erityisesti hallituksen tapaan järjestää tiedotustaan. Kansanedustajien mielestä televisiotoimittajat editoivat usein edustajien antamia lausuntoja siten, että sanoma saattaa vääristyä. Asiasta saattaa tämän vuoksi käydä ilmi vain joku osa tai huomio saattaa kiinnittyä täysin epäolennaiseen seikkaan. Lisäksi toimittajia moitittiin siitä, että he saattavat esittää asiasta pelkän oman tulkintansa eikä autenttista lausuntoa. Televisio nähtiin tämän vuoksi olevan vaikeasti kontrolloitavissa. Jos ensimmäinen katsojille välitetty sanoma esimerkiksi kansanedustajien työaktiivisuudesta on vääristynyt, on tapahtunutta virhettä vaikea yrittää korjata jälkikäteen.

*" – et se pallo lähtee vyörymään, kun se tulee tuolta verkosta ulos, et sen jälkeen tietyllä tavalla – – kun se on sanottu eetteriin, niin sitä ei pysty peruuttamaan ja välillä sitten tuntuu joissakin asioissa kovin kohtuuttomalta se kritiikki esimerkiksi meidän työhön nähden – "* (9)

Eräs tapa varmistaa oikeanlaisen viestin välittyminen, on pyrkiä tiedottamaan asioista television suorassa lähetyksessä. Tuolloin esimerkiksi ministeri voi kertoa asiastaan omin sanoin ilman, että toimittaja keskeyttää häntä. Viesti saadaan katsojille tehokkaasti halutulla tavalla, eikä se vääristy, koska tulkinat viestistä voidaan esittää vasta jälkikäteen.

Pyrkimällä esittämään asioita suorissa lähetyksissä hallitus voi myös tavoitella sitä, että kansalaiset saisivat tiedon esimerkiksi jostain päätetystä asiasta mahdollisimman nopeasti. Kokouksia voidaan siten ajoittaa loppumaan uutislähetysten aikana. Edustajien mukaan eduskunnalla on harvoin niin kiireisiä asioita, että sen kannattaisi käyttää televisiota tällätavoin hyväkseen. Monen edustajan mielestä sen sijaan hallitus tekee joskus sellaisia päätöksiä tai ratkaisuja, joista olisi hyvä tiedottaa välittömästi. Erään edustajan mukaan monissa kokouksissa ollaan hyvin tietoisia siitä, milloin päätöksistä olisi parasta tiedottaa. Tavoitteena on, että päätökset julkistettaisiin parhaana mahdollisena ajankohtana, jotta niitä siteerattaisiin mahdollisimman laajasti. Edustajien mukaan nopeaa tiedottamista televisiossa on hyödynnetty erityisesti Ahon hallituksen aikana. Tuolloin pääministerinä toiminut Aho käytti suorien

lähetyksen tuomat tilanteet hyödykseen. Lipposen hallituksen aikana nopean tiedottamisen strategiaa ei olla niinkään hyödynnetty.

### 5.3.2 Television huomioonottaminen yksilötasolla

Eniten television nähtiin vaikuttavan yksittäisen kansanedustajan toimintaan. Kansanedustajat pyrkivät mukautumaan television suosimiin esiintymistapoihin ja lisäksi televisiossa esiintyminen nähdään niin merkittävänä, että television huomio pyritään herättämään monin tavoin. Monet kansanedustajat pitävät huomionkipeyttä huolestuttavana. Muutamissa puolueissa onkin alettu pohtia strategioita, joiden avulla voitaisiin selkeyttää ja yhdenmukaistaa eduskuntaryhmän jäsenten viestintää. Lisäksi se, että televisiota pidetään tärkeänä viestimisvälineenä, on muuttanut kansanedustajien arkirutiineja ja tuonut haasteita henkilökohtaisten viestintästrategioiden toteuttamiselle.

Useimmat kansanedustajat kokivat, että televisio vaikuttaa eritoten heidän puhetapaansa esiintymistilanteissa. Televisioesiintymistilanteessa on tärkeää kyetä muokkaamaan puhettaan televisioon sopivaksi. Edustajien mukaan televisio suosii ytimekästä, tiivistä ja selkeää puhetta. Mikäli sanomaa ei pystytä rakentamaan tarpeeksi tiiviiseen ja silti konkreettiseen muotoon, toimittaja editoi viestin sopivan lyhyeksi tai saattaa kiinnittää huomion sivuseikkoihin, jotka on kenties ilmaistu pääasiaa kiinnostavammin. Jos edustaja tietää esiintymistilanteesta etukäteen, hän pyrkii suunnittelemaan puhettaan ja miettimään strategioita. Edustajat pohtivat esimerkiksi, miten esittäisivät asiansa ja miten ottaisivat katsojat esiintymisessään huomioon. Useimmiten esiintymistilanne tulee kuitenkin yhtäkkiä, jolloin kansanedustaja ei juuri ehdi miettiä käsillä olevaa asiaa.

Erään kansanedustajan mukaan televisio voi vaikuttaa kansanedustajien viestintään siten, että edustaja ryhtyy soveltamaan television suosimia viestintätapoja muuallakin kuin televisioesiintymistilanteissa.

*"– – hyvä puoli on se, että se opettaa meidät sanomaan lyhyemmin ja selvemmin, mitä me halutaan. Se nyt ei oo tarttunu kaikkiin ainakaan,*

*kun täällä pidetään ihan liian pitkiä puheita ja kerrataan samoja asioita –  
–" (1)*

Television iskevä ja tiivis tyyli voi tarttua myös eduskunnassa käsiteltäviin asioihin, jolloin kansalaiset voivat television kautta saada pahimmillaan väärän käsityksen asioista. Tätä mahdollisuutta kansanedustajat pitävät huolestuttavana.

*"– – sehän pakottaa tämmöseen tietynlaiseen iskevyyteen, mikä on sinänsä niin kun toisaalta hyvä asia, mutta onhan elämä myöskin pohdiskelevuutta, että jotenki se tekee niin kun hirveesti epäoikeutta sille, että eihän niin kuin köyhyys Suomessa – – se on niin kun hirveen mutkikas asia, niin tämmösen pohdinta näissä pelisäännöissä, niin kun että mahtuuko se puoleen minuuttiin, niin on vaikeeta, et se tekee sillä tavalla, että se muokkaa yhteiskunnallisia ongelmia sellaisiksi, että ne ovat lyhyesti esitettäviä." (3)*

Television, erityisesti televisiouutisten, tyyliin kuuluu edustajien mielestä se, että asiat esitetään lyhyesti. Monet edustajat peräsivät kuitenkin televisiolta enemmän pohdiskelevuutta ja taustoittavia politiikasta kertovia ohjelmia. Monien mielestä erityisesti politiikasta kertovia television ajankohtaisohjelmia voisi olla enemmän ja nykyisiä olisi kehitettävä.

Televisioesiintymistilanteissa kansanedustajat kiinnittävät huomiota kielenkäyttöön. Edustajien mielestä on vältettävä sivistyssanoja ja oman ammattislangin käyttöä sekä muuten epäselvää kieltä. Toisaalta sanastovalinnoilla voi vaikuttaa siihen, millaisen kuvan edustaja antaa itsestään alansa asiantuntijana. Erään edustajan mukaan esimerkiksi ministerin ammattipätevyys voidaan helposti kyseenalaistaa, jos hän pyrkii välttämään alalleen tyypillistä byrokraattista kieltä. Sanasto on kuitenkin edustajien mielestä valikoitava aina tilanteen mukaan ja se vaatii taitoa. Myöhäisillan nuorille aikuisille suunnatussa puheohjelmassa ei sovi puhua talouspolitiikasta samoilla termeillä kuin esimerkiksi aamu-uutisissa.

Eduskunnassa pyritään kansanedustajien mukaan yhä enemmän kiinnittämään television huomio erilaisin keinoin. Tämä on edustajien mukaan yksi näkyvimmistä viime vuosien muutoksista, johon televisiokin on osaltaan vaikuttanut. Muutamien kansanedustajien epäillään keskittyvän lähinnä vain julki-

suuden tavoitteluun eikä niinkään eduskuntatyöhön. Toisaalta arveltiin myös, että vain harvat edustajat todella suunnittelevat työtään televisiojulkisuutta ajatellen.

*"Kyllähän sen huomaa, että tässäkin talossa on niitä, jotka tavallaan elää tän julkisuuden varjolla, että itseasiassa se työskentely ei olekaan niin pääosa täällä, vaan ihan kuin miettivät koko ajan, että millä tavalla ollaan näkyvillä – – luulen, että sen myötä, kun näitten tiedotusvälineitten valta ja osuus on ihan selvästi kasvanu, niin se myös nostaa sellasia ihmisiä tänne, et jotka ovat jo jollakin tavalla hakeneet julkisuutta sitä ennen, et tulevat tavallaan aika helposti tänne – –" (9)*

*"Ei se tietysti pahitteeksikaan ole, että joskus näkyis kansallekin edes vähän jossaki, mut et mä luulen, et hyvin harvat sillä tavalla aattelee ja rakentaa työtänsä, että ne miettii, että oisko tää nyt sellanen konsti vai minkähän tempun nyt tekis, että kuvattais." (4)*

Kansanedustajat kokevat muutamien edustajien haittaavan eduskuntatyötä, koska television ja muiden tiedotusvälineiden huomio kiinnittyy asioiden sijasta heidän huomiota herättäviin lausuntoihinsa ja erikoiseen esiintymiseensä. Jos televisio tulevaisuudessa nostaa yhä enemmän julkisuuden henkilöitä kansanedustajiksi, kansanedustajien mielestä myös kansanedustajien valtiomies-imago kolhiintuu entisestään. Aihetta tarkastellaan lisää luvussa 5.4.

Toisaalta oltiin myös sitä mieltä, ettei televisiojulkisuuden avulla eduskuntaan nousseita edustajia pidä väheksyä. Erilaisin tavoin eduskuntaan nousevat henkilöt voivat tuoda mukanaan uusia näkökulmia asioihin ja heijastaa sen hetkistä yhteiskuntaa. Se millaisin keinoin eduskuntaan on mahdollista päästä, riippuu yhteiskunnan tilasta ja kansalaisten arvoista.

*" Ongelma mun mielestä poliittisessa järjestelmässä on se, että kun sen pelisäännöt ovat niin kuin aina omat pelisäännöt, niin ne houkuttelee tietyntyyppistä ihmistä. – – se on alakulttuuri, joka ei koskaan pysty tavoittamaan kaikkia ihmisiä. Ja mitä sulkeutuneempi alakulttuuri niin sen pahempi ja sen takia mä näkisin mahdollisuutena sen, että median kautta voi nousta ihan uusia kykyjä, jotka ei koskaan muuten nousisi politiikkaan ja sitten olen valmis myöntämään, että varmaan puolet niistä olisi täysiä nolliä, kun ne tulee eduskuntaan – – mut puolet on varmaan nykyisistäkin (naurua) ja en tiedä kummalla puolen aittaa itse olen (naurua). Niin tota et mä nään tän mahdollisuutena." (5) (Lisäykset S.T.)*

Puolueissa kiinnitetään huomiota kansanedustajien viestintään ja imagoihin, mikä edustajien mielestä johtuu median kasvaneesta merkityksestä puolueille.

Erään edustajan mukaan hänen puolueessaan on ryhdytty valmistelemaan viestintästrategiaa, jonka toivotaan olevan vastapainona yksilöjulkisuuden tavoittelulle. Tavoitteena on, että edustajat mielletäisiin "räksyttäjien" sijasta politiikan tekijöiksi.

*" – mitä räväkkäämpiä lausuntoja antaa, niin sitä varmemmin voi päästä julkisuuteen ja etenkin jos poikkeaa siitä ryhmän kannasta, niin sit pääsee julkisuuteen. Ja tää meidän kohdalla – – jos katsoo, että miten meillä kansanedustajat pääsee julkisuuteen, niin ne tulee just tätä kautta, just sen takia, kun meillä ei mietitä mitään muuta tapaa, et se kollektiivimiettimisen jättämättä tekemisen hinta on nyt sitten tämmönen yksilöjulkisuus." (3)*

Koska kansanedustajat pitävät television välittämää viestiä merkittävänä, he pyrkivät myös hallitsemaan televisiojulkisuuttaan. Siten yksittäiset edustajatkin pohtivat strategioita, joiden avulla he voisivat hyödyntää televisiota. Kansanedustajien mukaan työ on muuttumassa television vuoksi yhä hektisemmäksi, koska edustajien on tiedettävä päivän tapahtumista ja meneillään olevista puheenaiheista. Tarvittaessa edustaja pystyy siten kommentoimaan ajankoh-  
taisia asioita televisiolle, joka saattaa välittää viestin jopa suorana katsojille. Mikäli tapahtumista ei tiedetä, tärkeä mediajulkisuus voi jäädä saamatta. Erään edustajan mukaan tasapainottelu varsinaisen työn ja mediaseurannan välillä on vaikeaa: toisaalta olisi kyettävä hoitamaan lukuisia työasioita, toisaalta olisi seurattava mediaa ja oltava ajan tasalla.

Viestintästrategioiden luominen ja toteuttaminen ei ole välttämättä kovin helppoa. Kansanedustajien mukaan viestit voivat vääristyä tai saada epä-  
todelliset mittasuhteet, jolloin televisiojulkisuuden hallitseminen voi olla ylivoi-  
maista.

*" – jos ensiks ajattelee, että okei täs nyt täytyy sit ottaa tää avoin tiedotuslinja ja tulla ja sanoo näin ja näin tehdä ja sanoa vain kaks keskeistä asiaa, niin sit kun toimii niin, niin sit huomaakin, että sitten just tässä myrskyssä se ei toimikaan." (3)*

Pahinta kansanedustajien mielestä on se, ettei puolue saa julkisuutta lain-  
kaan. Eräs puolueen puheenjohtaja kertoo olleensa joskus huolestunut siitä, ettei puolue tai sen edustajat ole olleet tarpeeksi esillä televisiossa.

*"Kyllä me monesti ihmettelemme, minkä takia niin yksipuolisesti aina haastatellaan hallituksen edustajia ja jos on kauan ollut televisiossa paitsiossa, niin kyllä se niin ku hermostuttaa, että miten tässä nyt käy, kun ei ole puolue tai sen edustajat ollu pitkään aikaan televisiossa." (10)*

Televisio koetaan siinä määrin tärkeäksi tiedotusvälineeksi, että mikäli julkisuutta ei pitkään aikaan saada puolue ryhtyy ottamaan yhteyttä toimittajiin kertoakseen huolensa ja saadakseen viestiään katsojille.

Kansanedustajat ottivat television huomioon työssään monin tavoin. Television nähtiin vaikuttavan siihen, millaiset asiat nousevat eduskunnassa käsiteltäviksi. Televisiota huomiottiin eritoten kyselytunneilla ja muissa televisioitavissa keskusteluissa. Vaikka puheet yleensä kohdennettaisiin keskustelussa mukanaolijoille, television ollessa paikalla puheet kohdennetaan myös television katsojille. Kansanedustajia vaivasi jonkin verran televisiotoimittajien tapa editoida heidän lausuntojaan, minkä vuoksi suorien lähetysten nähtiin antavan mahdollisuuden välittää viesti omin sanoin ja usein suosiollisena ajankohtana, uutisten aikana. Nämä tavat huomioda televisiota ilmenivät siis eduskunnan kollektiivisissa tapahtumissa, kuten kokouksissa ja kyselytunneilla.

Yksittäisten edustajien osalta televisiota huomioidaan esiintymistilanteissa siten, että puhe ja kieli on televisioon sopivaa. Tarkoituksena on siten huomioida katsojaa. Nähdäkseni edustajat pyrkivät mukautumaan television suosimiin esiintymisen piirteisiin, television medialogiikkaan. Lisäksi television huomiota pyritään kiinnittämään eduskunnassa populistisin tavoin. Tämä on ollut osittain syynä siihen, että muutama puolue on ryhtynyt muotoilemaan viestintästrategiaansa. Myös yksittäiset edustajat pyrkivät hallitsemaan televisiojulkisuuttaan esimerkiksi seuraamalla päivän puheenaiheita, jotta voisivat tilanteen tullen antaa lausuntoja televisiolle.

## 5.4 Television vaikutuksia kansanedustajien työhön

### 5.4.1 "Viihdealalla ollaan!"

Kansanedustajat olivat sitä mieltä, että televisio on viihteellistänyt politiikkaa. Viihteen ja politiikan suhteesta keskustelu herätti kansanedustajissa tunteita ja kaikilla haastatelluilla oli aiheesta vahvat mielipiteensä. Aihe koettiin ajankoh- taiseksi ja tärkeäksi. Viihteellistämiseen suhtauduttiin melko varauksellisesti. Edustajien mielestä viihteellistämisen kanssa on vain tultava toimeen ja pyrit- tävä mukautumaan tilanteeseen. Toisaalta viihtestä saatetaan kansanedus- tajien mielestä myös hyötyä. Viihteeseen suhtautumisessa oli selviä eroja tar- kasteltaessa toisaalta eduskunnassa käsiteltävien asioiden viihteellistämistä ja toisaalta politiikkaa tai poliitikoita huomioivien viihdeohjelmien lisääntymistä. Kansanedustajien näkemykset mukailevat siten Hellmanin ja Saurin (1988) viihteellistymisen jaottelua. Siksi tässäkin kappaleessa käsitellään ensin asioi- den viihteellistämistä ja sen jälkeen varsinaisia viihdeohjelmia.

Erään edustajan mielestä televisiolla on kyky tehdä viihdettä melkein mistä tahansa. Viihteelliset piirteet ovat tunkeutuneet siten myös politiikkaan. Edus- kunnan keskusteluista ja kansanedustajien lausunnoista haetaan edustajien mukaan sivujuonia ja viihteellisiä piirteitä. Erään edustajan mukaan televisio kiinnittää usein huomiota esimerkiksi kansanedustajien välisiin riitoihin tai siihen, että edustaja on jostain asiasta eri mieltä kuin hänen ryhmänsä. Kan- sanedustajien mielestä uutiskynnyksen voi ylittää parhaiten haukkumalla pää- ministerin tai oman puolueensa puheenjohtajan tai antamalla muuten poik- keavia lausuntoja. Televisiolla on joskus myös tapana kuvata tiettyjä kansan- edustajia, joiden tiedetään kiinnostavan katsojia tai olevan muuten huomiota- herättäviä. Eräs kansanedustaja oli huolissaan toimittajien ja kansanedus- tajien roolien sekoittumisesta, mikä johtuu osittain siitä, että televisio viih- teellistaa politiikkaa.

*" Tämä selkeä raja toimittajien ja poliitikoiden välillä on hajoamassa mun mielestäni. Toimittajat yrittävät yhä enemmän vaikuttaa päätöksente- koon, kun taas edustajat yhä enemmän ryhtyvät viihdealalle." (8)*

Edustajat moittivat televisiota siitä, että se yksipuolistaa kuvaa kansanedustajien työstä. Edustajat toivat voimakkaasti esille sen, että televisiossa on tapana näyttää kuvaa tyhjistä istuntosalista ja siten välittää katsojille sanomaa laiskoista kansanedustajista. Mikäli eduskunnan toiminnasta ja työtavoista tiedettäisiin paremmin, ei edustajien mukaan tällaista harhakuvaa syntyisi. Edustajat puolustautuivat kertomalla, kuinka istuntojen aikana hoidetaan muita tehtäviä työhuoneessa ja mahdollisesti kuunnellaan keskustelua keskusradiosta. Halutessaan edustajat voivat saapua istuntosaliin osallistumaan keskusteluun ja äänestämään.

Edustajien mukaan televisio ei kuitenkaan ole edennyt politiikan viihteellistämässä iltapäivälehtien ja naistenlehtien tasolle, vaikka useimmissa poliitikasta kertovissa ohjelmissa tai uutisissa onkin lähes aina jotain viihteellistä piirrettä. Toisaalta eri televisio-ohjelmien välillä on eroja: uutisissa viihteellisiä piirteitä oli edustajien mielestä vähemmän kuin politiikkaan liittyvissä ajankohdaisohjelmissa. Televisiota pidettiin pinnallisena, koska edustajien mielestä televisio toimittajat eivät aina ota käsittelemistään asioista tarpeeksi selvää. Muutaman edustajan mielestä eräät toimittajat pyrkivät keräämään ohjelmiin tarvittavan aineiston mahdollisimman vaivattomasti. Toisaalta lukuisat television keskusteluohjelmat nähtiin vastapainoksi pinnallisuudelle, vaikka niissäkin edustajien mukaan ilmenee laatueroja.

Eniten kansanedustajia huolestutti asioiden viihteellistämisessä se, että tavannonomainen eduskuntatoiminta tai kansanedustajien ahkera työnteko ei televisiota juuri kiinnosta. Tämä vaikuttaa kansanedustajien työhön siten, että julkisuuteen pääsee esimerkiksi korkean aseman lisäksi lähinnä vain television viihteellistämistä mukailevilla lausunnoilla tai teoilla. Varsinkin vähemmän tunnetun kansanedustajan on vaikea saada asijulkisuutta. Useat vähemmän tunnetut edustajat muistivat pitäneensä puheita, joista uutisissa tai muissa televisio-ohjelmissa oli huomioitu ainoastaan leikinlaskut tai kärkkäät ilmaisut. Television arvioitiin tällä tavoin vääristävän katsojien näkemystä siitä, mitä politiikka todella on. Useimpien edustajien mielestä tilanne helpottuisi, jos asioiden viihteellistämistä vähennettäisiin. Vähentymistä ei ole kuitenkaan monen mielestä odotettavissa.

*"Tämä on minusta huolestuttavin piirre tällä hetkellä, että ikään kuin kaikki valittavat sitä, että vakavaa poliittista työtä ei ole riittävästi ja että luottamus politiikkaan menee, mut samaan aikaan käsitellään poliittista toimintaa tavalla, jossa semmonen vakaa, harkittu, huolellinen, perusteellinen, poliittinen työ ei pääse esille ja sen sijaan politiikasta näkyy tämmöisiä pintailmiöitä – –" (2)*

Kansanedustajat toivoivat enemmän monipuolisia ja kriittisiä asiaohjelmia, joiden ei kuitenkaan tarvitsisi olla tylsiä. Erään edustajan mukaan televisio-ohjelmissa asialle ja viihteelle olisi pyrittävä löytämään sopiva tasapaino. Asioiden viihteellistämistä olisi voitava hyödyntää esimerkiksi siten, että pyritäisiin tekemään laadullisesti korkeatasoisia asiaohjelmia, joissa olisi kuitenkin viihteellisiä piirteitä. Nuo viihteelliset piirteet voisivat olla esimerkiksi draaman elementtejä, kuten vastakkainasetteluita tai ohjelman juonellisuutta. Käsiteltäviin asioihin viihdettä ei kuitenkaan pitäisi ulottaa, vaan niistä olisi voitava keskustella realistisesti, oikeissa mittasuhteissa. Poliitiikan tulevaisuuden muotoutuminen riippuu kansanedustajien mukaan vahvasti politiikan toimittajista ja heidän näkemyksistään ja ammattitaidostaan.

*"– – yks iso vastuu on toimittajilla ja kuinka kriittisiä poliittisia toimittajia ja kuinka sillai avoimen kyseenalaistavia poliittisii toimittajia millä on vai suostuuko ne tähän hömppä hömppä mielikuvan ylläpitoon, koska jos vastapainona on tarjolla myös tämmöstä avointa kriittistä ehkä vähän sarkastistakin poliittista ohjelmaa, niin ehkä se on myöskin osittain äänestäjien kouluttamista – – et sun on niin ku vaikee odottaa jotain sellasta, josta sä et oo koskaan nähny mallia, et mitä se vois olla ja jos ei muuta tarjontaa oo, niin sehän on se tarjonta mistä sä rakennat sun arvomaailmas ja maailmankuvas." (4)*

Kansanedustajat kokivat politiikan tai poliitikoiden esiintymisen viihdeohjelmissa asioiden viihteellistymistä myönteisemmäksi. Kansanedustajien työn kannalta viihdeohjelmat koettiin positiivisiksi sen vuoksi, että ne tekevät kansanedustajia tunnetuksi ja tuovat esille heidän inhimillisiä ja persoonallisia piirteitään. Erään kansanedustajan mukaan viihdeohjelmat ovat olennaisessa asemassa silloin, kun niiden avulla pyritään edistämään jotain tärkeää asiaa ja herättämään huomiota esimerkiksi hyväntekeväisyystilaisuuksissa.

Tunnettavuuden lisääntymistä pidettiin viihdeohjelmien tärkeimpänä antina. Edustajien mielestä viihdeohjelmissa esiintyminen on tehokasta siksi, että katsojat painavat mieleensä esiintyjän kasvot.

*"– – loppujen lopuksi on hirveen tärkeätä, että sulla sitä julkisuutta on ja loppujen lopuksi ihmisten muisti siitä, että mitä sää sielä oot sanonu on hirveen lyhyt, mutta ne muistaa, että sä oot ollu." (9)*

Vaaleissa kansalaisten sitten uskotaan äänestävän mielummin hiukan tuttua kuin kokonaan tuntematonta henkilöä. Viihdeohjelmien uskotaan siis tällätavoin auttavan edustajan valituksi tulemista. Viihdeohjelmiin pääsystä saateetaan jopa kilpailla ja viihdeohjelmassa esiintyneelle edustajalle voidaan olla hiukan kateellisia. Lisäksi edustajat uskoivat, että äänestäjille on tärkeä tietää, millainen persoona oma ehdokas on. Viihdeohjelmien avulla voidaan tuoda siis esille sellaisia persoonallisuuden piirteitä, jotka eivät välttämättä ilmene muunlaisessa televisiojulkisuudessa. Toiset eivät nähneet viihdeohjelmissa juuri mitään hyvää ja toisten mielestä on hyvä, että kansalaiset saavat silloin tällöin nauraa edustajille ja eduskunnassa käsiteltäville asioille. Monien mielestä viihteen avulla politiikkaa voidaan parhaassa tapauksessa tuoda lähemmäs kansalaisia.

Mikäli edustaja haluaa kuitenkin säilyttää uskottavuutensa, on viihdejulkisuuden ja asiajulkisuuden oltava kansanedustajien mielestä tasapainossa. Viihdeohjelmat voivat olla apuna siten, että ehdokas tulee valituksi. Jos edustaja haluaa merkittäväksi poliittiseksi vaikuttajaksi, ei viihdeohjelmista kuitenkaan ole apua.

*"Voi myös ajatella, että joku poliitikko, jolla on valtiomiesimago ja kansalaiset luottaa siihen ja kokee, että maan asiat ovat hyvissä käsissä, kun hän niitä hoitaa, niin voi olla, että jos tämä poliitikko istuu sitten tällaisen fiktiivisen Johannes Paukun kanssa puolialastomana tai alastomana saunassa, niin voi olla, että sen arvostus näiden katsojien silmissä romahtaa." (11)*

Sopiva viihdejulkisuus voi olla hyvä lisä asiajulkisuudelle, mutta toisaalta edustajien mielestä on oltava tarkkana, millaisiin ohjelmiin osallistuu. Edustajat sanoivatkin tässä suhteessa pohtivansa, millaista julkisuutta eri ohjelmista on mahdollisuus saada. Kansanedustajat eivät ole varovaisia ainoastaan viihdeohjelmien suhteen, vaan pohtivat myös osallistumisestaan esimerkiksi erilaisiin keskusteluohjelmiin.

*"Vaikka kuin kansanedustaja sanois, ettei hän ajattele yhtään, että hän vaan vastaa kysymyksiin, kun kysytään ja hän ei tee mediasuunnittelua eikä mitään, niin tahtomattaan hän sitä tekee. Sää joko menet sinne tai sä et mene ja se on jo mediavalinta. Ja mä luulen, että tämmöistä ei-tiedostettua mediasuunnittelua ihmiset tekee ihan hirveesti, sit ne vaimon ja aviomiehen kans juttelee, että pitäskö vai eikö pitäs." (5)*

Kansanedustajien mukaan eduskunnassa on myös henkilöitä, jotka ovat päässeet eduskuntaan lähinnä viihdejulkisuuden avulla. Muutamat edustajat ihmettelivät osittain melko ironisesti, eivätkö kansalaiset ole enää kiinnostuneet siitä, mitä asioita ehdokkaat aikovat ajaa.

*"– – mun mielestä on vaarallinen kehitys siinä sitte, että sitte meillä aletaan niin ku Europarlamenttiinki valitseeseen vaan tietonikkareita ja Kymppitonissa olevia ja tämmösiä, jotka niin kun valitaan sen takia, että, moni äänestäjä niin kun kattoo, että tuon mä tiän ja tunnen niin mä valitsen sen, eikä sitten välttämättä harkitse, että mitä hän on tehny tai näin." (6)*

*"– – sehän on kummallista, että kansalle kelpaa pelletkin päättämään niiden asioista." (4)*

Vaikka esiintymistä viihdeohjelmissa pidettiin toisaalta jokaisen edustajan omana asiana, oltiin asiasta toistakin mieltä. Paljon viihdeohjelmissa esiintyviä edustajia moitittiin siksi, että ne saattavat antaa muistakin edustajista väärän kuvan. Kansanedustajat uskoivat, että politiikan arvostus vähenee entisestään ja edustajat leimataan pelleiksi, jos viihdeohjelmissa esiinnyttäen jatkuvasti. Eritoten vähemmän tunnetut edustajat suhtautuivat viihdeohjelmiin ja viihteellistymiseen kaikenkaikkiaan kielteisesti. Varsinkin viihdeohjelmat, joissa leikitään, olivat joidenkin edustajien mielestä lapsellisia. Eduskunnan asioita ja kansanedustajia ulkoapäin kuvaavat viihdeohjelmat saattavat kansanedustajien mielestä olla joskus epäoikeudenmukaisia valinnoillaan ja painotuksillaan, vaikka pienestä pilkanteosta ollaan harvoin pahastuttu. Silti edustajien mielestä viihdetoimittajilla on iso vastuu siitä, millainen kuva ohjelmassa esiintyvistä edustajista halutaan antaa. Poliitikasta tehtävä viihde ja poliittinen satiiri nähtiin kaikesta huolimatta vaikeina taitolajeina.

#### 5.4.2 Poliitiikan henkilöiminen

Politiikan henkilöiminen ei ole uusi ilmiö. Erään kansanedustajan mukaan ennen asiat henkilöitiin niin sanottuihin pitkän linjan poliitikkoihin. Menneen ja nykyisyyden ero on siinä, että nykyään televisio voi korostaa myös kansanedustajia, jotka eivät ole poliittisesti merkittävässä asemassa. Edustaja voi olla jo aiemmin julkisuudesta tunnettu tai hän on saanut eduskunnassa julkisuutta esimerkiksi nuoruutensa tai provosoivien puheidensa vuoksi. Kansanedustajat saattoivat tuoda politiikan viihteellistämisen ja henkilöimisen esille yhdessä. Edustajien mielestä se, että televisio henkilöi ja viihteellistää eduskuntapolitiikkaa televisioimalla edustajia, joilla on jokin erityispiirre, johtuu television myyntiaspektista. Viihde ja tunnetut tai muuten erikoiset henkilöt yhdistettynä kiinnostavat katsojia.

*"Pääministeri on tietysti aina valokeilassa ja milloin hän on vihanen ja milloin hän murahtelee ja kyllähän sitten kun oli nää kaikki Sundqvist-jutut ja muut niin kyllähän näitä aika paljon henkilöityy tiettyihin ihmisiin ja totta kai täällä TV nostaa esiin myöskin henkilöitä hyvin erikoisilla tavoilla, esimerkiksi tää, että nyt tää kansanedustaja on synnyttänyt ja siitä tehdään juttua ja nyt on paino pudonnu – –" (7)*

Kansanedustajat olivat sitä mieltä, että yleensä televisio on kiinnostunut ministereiden, puolueen puheenjohtajien tai eduskuntaryhmien puheenjohtajien lausunnoista. Myös henkilöiden väliset suhteet, etenkin ristiriidat näyttävät edustajien mukaan kiinnostavan televisiota. Erään kansanedustajan mielestä on ymmärrettävää, ettei kasvoton päätöksenteko voi olla katsojia kiinnostavaa. Asiat henkilöidään, jotta ne kiinnostaisivat ja ne kenties myös ymmärrettäisiin paremmin.

Kansanedustajat pyrkivät hyödyntämään henkilöimisen trendiä puolueessaan. Edustajien mielestä puolueen imagoa voidaan muokata yhden henkilön avulla. Tuo henkilö on yleensä puolueen puheenjohtaja, jonka menestyksestä koko puolue on riippuvainen. Kansanedustajien mielestä puolue saa siis maineensa ja kannatuksensa suurilta osin puheenjohtajansa kautta. Myös hallituksen imago riippuu yksittäisten henkilöiden, yleensä ministereiden, toiminnasta.

Vähemmän julkisuudessa olleet kansanedustajat olivat närkästyneitä siitä, että mielipiteitä ja lausuntoja kysyvät toimittajat parveilevat vain ministereiden ja puheenjohtajien ympärillä. Erään edustajan mielestä televisio antaa väärää kuvaa parlamentarismista haastatteleamalla aina hallituksessa istuvia ministereitä. Vaikka hallituksella on merkittävä asema, olisi kokonaiskuva televisiossa esitettävistä viesteistä oltava se, että asioista päätetään kuitenkin eduskunnassa. Monien edustajien mielestä nykyisessä television henkilöimisessä on lisäksi vaarana se, että katsojille välittyvät viestit ovat liian yksipuolisia. Useampia lausuntoja eri edustajilta keräämällä aihetta voitaisiin valottaa monipuolisesti.

*" – eduskunnassa ja politiikassa ei paina se, että onko sulla hyviä ajatuksia taikka ei. Ainoastaan se, kuka sanoo. Ja se näkyy tuolla kahvilassa se, että kun ministeri tulee, niin kaikki toimittajat kerääntyvät pöydän ympärille ja parveilee siinä eikä ne mitään muuta koko päivän aikana teekkään." (5)*

Toisaalta edustajat myönsivät, että tietty asema takaa myös tietyn julkisuuden. Varsinkin isoimmissa puolueissa on eduskuntaryhmässä syntynyt työnjako siitä, kuka antaa lausuntoja missäkin tapauksissa. Yleensä lausunnot antaa puolueen tai eduskuntaryhmän puheenjohtaja. Mikäli kyseessä on jonkun valiokunnan työhön liittyvä asia, lausunnot voi antaa kyseisen valiokunnan jäsen. Edustajien mukaan henkilöitymistä voitaisiin toisaalta hyödyntää nykyistä enemmän puolueessa siten, että eri asioita voitaisiin jäsentää katsojia varten eri henkilöiden avulla. Näin voitaisiin myös pyrkiä ohjaamaan puolueen imagoa.

*" – meidän pitäis vähän eri asioille laittaa ikäänkuin eri puhemies. Mutta että sitä meillä ei ole, meillä on hyvin hierarkinen ja autoritäärinen tää työskentelytyyli, joka ei kauheen hyvin sovi just tähän media-aikaan, jossa olisi hyvä, että olisi vähän niin kuin eri tyyppisissä asioissa käytettäs erilaista puhujaa." (3)*

Lisäksi television henkilöimiseen voitaisiin joidenkin kansanedustajien mielestä mukautua siten, että puoluetta edustaisivat edustajat, joilla asiantiedon lisäksi olisi hyvät esiintymistaidot. Erään edustajan mukaan tätä tapahtuu jo nyt tilanteissa, joissa on valittava televisiokeskusteluun osallistujia. Pääasiassa puolueen edustajat esimerkiksi erilaisiin keskusteluihin valitaan kuitenkin edelleen asiantuntemuksen ja aseman perusteella.

*"Kyllä henkilöiden merkitys koko ajan kasvaa – – ja kun pyydetään edustajaa johonkin keskusteluun tai vaalipaneeliin, niin kyllä hyvin monesti mietitään, onko tämä henkilö sitten, onko hänellä hyvät TV-kasvot ja osaako hän esiintyä televisiossa. Yritetään sellaisia siihen sitten panna." (10)*

Useimmiten toimittajat valitsevat haastateltavansa eikä puolueen sisäisillä sopimuksilla ole tuolloin juuri merkitystä. Toimittajilla ja kansanedustajilla onkin eduskunnassa symbioosimainen yhteistyösuhde. Monella toimittajalla on edustajien mukaan lemmikkinsä ja edustajalla luottotoimittajansa. Edustajien mukaan yhteistyö toimittajien kanssa voi siis jonkin verran vaikuttaa henkilöimisen trendeihin.

*"Meillä on siis toimittajien kanssa yleensä tällöinen epävirallinen suhde: minä tarvitsen julkisuutta ja toimittaja tarvitsee uutisia. Se on raaka totuus. Jos mä voin vuotaa jotakin toimittajalle niin, tai jos mä sen teen, niin odotan tietysti vastapalvelua jossakin tulevaisuudessa." (8)*

Yksi syy henkilöitymiselle voi edustajien mukaan olla puolueiden samankaltaistuminen. Kansalaiset eivät enää halua samaistua puolueisiin, vaan heidän arvostuksissaan ja äänestyskäyttäytymisessään yksittäisellä ehdokkaalla on suurin merkitys. Edustajien mukaan henkilöt helpottavat kansalaisten päätöksentekoa, koska henkilöihin on helpompi samaistua kuin esimerkiksi vaaliohjelmiin. Koska äänestäjien liikkuvuus on lisääntynyt, on yksittäisellä erilaisuutta korostavalla henkilöllä edustajien mielestä nykyään mahdollisuus hankkia lukuisia protestiääniä. Kansanedustajien mukaan puolueissa kannattaa panostaa persooniin, koska yksittäinen henkilö voi esimerkiksi vaaleissa vaikuttaa koko puolueen tulokseen.

Kansanedustajien työhön politiikan henkilöiminen on vaikuttanut jossain määrin samalla tavalla kuin politiikan viihteellistäminen. Yksittäisen edustajan on mukauduttava television tapoihin käsitellä politiikkaa, jos hän haluaa viestiä asioistaan television kautta katsojille. Edustajien työhön ja työssä menestymiseen vaikuttaa haastattelujen mukaan merkittävästi myös se, miten puolueen johtohahmot julkisuudessa menestyvät. Myös muut televisiota kiinnostavat persoonat voivat olla puolueen menestyksen kannalta tarpeellisia. Toisaalta jos vain muutamat edustajat kommentoivat eduskunnan asioista, voi katsojille syntyä niistä liian yksipuolinen kuva. Kansanedustajien mukaan

puitteet työnteolle eivät ole hedelmälliset, jos kansalaisilla on esimerkiksi liian yksinkertainen käsitys eduskunnan päätöksenteosta. Puolueissa pohditaankin strategioita, joiden avulla politiikan henkilöimistä voitaisiin hyödyntää ja pyrkiä tuomaan esille useampia henkilöitä eri asioiden tiimoilta. Strategian toteuttaminen vaatii, että edustajilla on hyvät suhteet muiden muassa televisiotoimittajiin.

## **5.5 Kansanedustaja – puhetyöläinen**

### **5.5.1 Televisiotietouden ja esiintymistaidon merkitys**

Kansanedustajien mielestä sekä televisiotietoutta että esiintymistaitoja tarvitaan heidän työssään. Eroa on kuitenkin siinä, miten paljon kansanedustajien mielestä toisaalta mediatietouteen, erityisesti televisiotietouteen, ja toisaalta esiintymistaitoihin kannattaa panostaa. Osa edustajista oli sitä mieltä, että televisiotietous kehittyy työn ohessa ja kokemuksen kautta. Toisaalta televisiotietoutta oltiin valmiita kartuttamaan yhdessä esiintymistaitojen kanssa. Kansanedustajat kokivat esiintymistaidot kuitenkin siinä määrin televisiotietoutta tärkeämmiksi, että niihin oltiin valmiita paneutumaan arkitietoutta enemmän. On kuitenkin muistettava, että esimerkiksi televisiotietous ja televisioesiintymistaidot ovat lähellä toisiaan. Kansanedustajien kuvailut hyvästä esiintyjäpolitiikasta antavat viitteitä sille, millaisia esiintymistaitoja he arvostavat ja tavoittelevat.

Tieto television toimintaperiaatteista ja käytännöistä oli joidenkin kansanedustajien mielestä tarpeellista heidän työssään, eritoten viestinnän suunnittelussa. Edustajat kokivat tarvitsevänsä tietoa toimintaperiaatteiden lisäksi esimerkiksi siitä, millaisia näkökulmia ja tarpeita toimittajalla on tehdessään ohjelmia politiikasta. Erään edustajan mukaan esimerkiksi Yleisradio on joskus järjestänyt kansanedustajille tilaisuuksia, joissa kerrotaan televisiotoiminnasta.

Toisaalta edustajat olivat kuitenkin sitä mieltä, että televisiotietous karttuu muiden toimien ohella. Mediatietoutta kasvatetaan esimerkiksi lukemalla

aiheeseen liittyvää kirjallisuutta ja televisiotietouden sanottiin kasvavan käytännön kokemuksen myötä. Erään edustajan mukaan televisiotietous vaikuttaa olevan joiltain osin salatiedettä: tarpeellinen tieto ja hyväksi koetut keinot jaetaan korkeintaan vain muutaman edustajaystävän kanssa. Erään edustajan mukaan naiskansanedustajien verkoston kokouksissa vertaillaan naisedustajien ja miesedustajien julkisuuskynnystä, jolloin myös ideoidaan ja kerrotaan keinoja, joilla naiset voisivat vaikuttaa julkisuuskuvaansa. Televisioasioista ei keskustella toisaalta ainoastaan tietyissä piireissä, vaan kansanedustajien mukaan muiden muassa television toiminnasta saatetaan keskustella useinkin työtovereiden kesken.

*"– se on jonkinlainen lempikeskustelunaihe, television toiminta, poliitikoiden kesken, koska se on niin tärkeä media meille, niin kyllä me katotaan paljon uutisia ja ajankohtaisohjelmia ja kyllä ne aiheuttavat keskustelua, ainakin jos niissä on jotain erikoista. Ja myöskin tuota keskustellaan niinkin päinkin, että miten vois vaikuttaa toimittajiin, että päästäis televisioon. Koska tiedämme kuinka paljon ihmisiä se saavuttaa –"* (1)

Erään paljon julkisuudessa olleen edustajan mielestä tieto televisioon liittyvistä asioista muuttuu jatkuvasti. Sen vuoksi ei ole mahdollista kerätä pysyvää tietoa television toiminnasta ja luottaa strategioiden suunnittelua tuon tiedon vaaraan. Työn ohella tapahtuvaa mediaseurantaa ja -suunnittelua voi olla edustajien puheiden mukaan vaikea tehdä, varsinkin jos edustajalla ei ole kokemusta ja tietoa televisioon ja muihin tiedotusvälineisiin liittyvistä asioista. Kansanedustajien mukaan muutamat edustajat käyttävät ulkopuolisia mediasuunnittelijoita apunaan.

*"Mä tiedän, että on joitain ihan kansanedustajia, joilla on ihan – – joku tämmönen tietty henkilö, joka pitää huolta siitä, että mieltii ja keskittyy siihen, että miten tämä kansanedustaja olis mahdollisimman paljon julkisuudessa. Että ihan systemaattisesti käydään sitä elämää, että ollaan siinä niin kun koko ajan siinä asian ytimessä, että mites nyt ja mitäs ens viikolla. Ja sitä tapahtuu koko ajan, ettei se vaan oo millään vaalien edellä ja sillonhan se voi olla jo vaikeempaakin kuin tänä väliaikana."* (7)

Kansanedustajien mukaan esiintymistaidoilla on paljon merkitystä heidän työssään. Edustajat muistelivat tapauksia, joissa esiintymistaidolla oli ollut jopa ratkaiseva merkitys jonkun edustajan menestykselle esimerkiksi vaikean tilanteen selvittämisessä. Silti edustajat tähdensivät, ettei esiintymistaidoilla ole niin paljon merkitystä kuin asioiden hallitsemisella. Kansanedustajien mie-

lestä eduskuntaan valikoituu yleensä hyviä puhujia tai ainakin tottuneita esiintyjä, jotka esiintyvät moitteitta lähes joka tilanteessa. Toisaalta oltiin myös sitä mieltä, että useimmat edustajat tarvitsisivat esiintymiskoulutusta. Kansanedustajien mielestä esiintymistaidot ovat osa heidän ammattitaitoaan eikä esiintymiskoulutus olisi kenellekään pahitteeksi.

Keskusteltaessa siitä, miksi esiintymistaidot ovat tärkeitä, kansanedustajat korostivat erityisesti kolmea asiaa. Ensinnäkin edustajien mukaan politiikassa eletään eräänlaista media-aikaa, minkä vuoksi kansanedustajat eivät enää pärjää eivätkä voi edetä ainoastaan asioiden tuntemuksella. Kansanedustajalla on oltava hyvät esiintymistaidot ja hänen on muutenkin oltava monitaitoinen. Toiseksi viestintätaidot ovat edustajien mielestä tärkeitä siksi, että viestit saadaan paremmin kansalaisille. Erään edustajan mielestä katsojien huomio voi tehottoman puheen vuoksi kiinnittyä helpommin yksittäisiin piirteisiin esiintyjässä. Jos puhe ei ole esimerkiksi ymmärrettävää ja selkeää, katsojaa saattaa alkaa kiinnostaa enemmän puhujan ilmeet tai hänen pukeutumisensa.

Kolmanneksi esiintymistaidot ovat tärkeä osa kansanedustajan uskottavuutta. Erään edustajan mielestä uskottavuus syntyy asioiden hallinnasta ja esiintymistaidoista. Toisaalta joidenkin edustajien mielestä esiintymistaidon merkitys on korostunut silloin, kun henkilöllä ei sitä ole. Vaikka edustaja osaisi asiansa, muttei esiintymistä, uskottavuus voi kärsiä.

*"– – tänä päivänä entistä enemmän poliitikot joutuu siihen tilanteeseen, että yhtäkkiä tuosta vaan sun pitää pystyä sanomaan kantas ja ennen kaikkea, kun seuraa sit tietysti ministerien työskentelyä niin kyl se niin kun sen television kautta tulee se sun joko se sun uskottavuus tai sitten se, että ei siitä oikein taida olla mihinkään." (6)*

Esiintymisen keinoin voitaisiin pyrkiä myös lähemmäksi kansalaisia ja herättämään huomiota käyttämättä kansanedustajien arvoa murentavia viihteellisiä houkutuskeinoja hyväkseen.

*"– – ettei se ois aina jotain kauheeta ja jotain ihmeellistä ja tavallaan, et se tulis luonnolliseksi osaks ihmisen elämää sekä, että sä osaat esiintyä julkisesti, ja sä voit antaa televisiohaastattelun tai sä voit antaa lehtihaastattelun, jollonka siis mä luulen, että se vaikuttas myös niin ku täällä tähän politiikkaan, et sun ei tarttis keksii kaikkii pelletemppuja ja luoda*

*tämmöstä niin ku kissa – hiiri -leikkiä toimittajien kanssa, että millä pääsee (julkisuuteen) ja millä ei." (4) (Lisäys S.T.)*

Esiintymistaidoista korostettiin nonverbaalisen viestinnän merkitystä. Kansanedustajat toivat esille nonverbaalisen viestinnän merkityksen keskusteltaessa television kuvan merkityksestä. Television kuvan sanottiin korostavan nonverbaalista viestintää, joka on monen edustajan mukaan joskus tärkeämpää kuin se, mitä sanotaan. Erityisesti television kuvan vuoksi esiintymistä myös jännitetään.

*"Olen aina ollu hermostunu. Aina. Jotkut kiltit ihmiset väittävät, että olen onnistunut hyvin televisiossa, mutta olen aina etukäteen ollut hyvinkin hermostunut. Juuri sen takia, että se (televisio) on niin paljastava." (8) (Lisäykset S.T.)*

Nonverbaalisen viestinnän piirteitä tuotiin esille myös hyvän esiintyjäpolitiikan kuvailussa, vaikka kuvaukset olivat monin paikoin ylimalkaisia. Taitavalla esiintyjäpoliitikolla tulee olla televisiossa esimerkiksi luottavainen ilme, sympaattinen ja rehellinen olemus. Taitava esiintyjä osaa luoda läheisyyden tunteen, käyttää taukoja korostuskeinona, osaa istua ja pitää käsiään oikein eikä kangistu kameroiden edessä. Esiintyjällä ei saa olla ärsyttäviä eleitä eikä ärsyttävää puhetapaa. Esiintyjä ei saa pälyillä, muttei toisaalta katsoa pelkästään pöytänsä. Myös esiintyjän äänellä ja ulkonäöllä uskottiin olevan merkitystä esiintyjästä syntyviin mielikuviin.

Monet hyvän esiintyjän piirteet liittyivät television medialogiikan suosimiin esiintymistapoihin, joita käsiteltiin luvussa 5.3.2. Näitä piirteitä ovat muiden muassa kielen ymmärrettävyys ja kyky välittää viestejä lyhyesti ja pelkistetysti. Lisäksi olisi hallittava kyky kiinniittää katsojien ja kuulijoiden huomio esimerkiksi puheen alussa sekä kyky kärjistää asioita.

Esiintyjän antama kokonaisvaikutelma oli edustajien mielestä tärkeää. Hyvä esiintyjä on monipuolinen ja kykenee viestimään eri tavoin eri ohjelmissa. Viestin ja esiintymistavan on siis oltava sopusoinnussa. Lisäksi esiintyjän on oltava rauhallinen ja positiivinen – oma itsensä. Esiintymistilanteissa ei saisi provosoitua tai hermostua. Joidenkin edustajien mielestä esiintyminen luonnistuu parhaiten poliitikolta, jolla on luontaiset edellytykset olla hyvä esiintyjä.

Näitä hyvän esiintyjän taitoja kansanedustajat tarvisivat mielestään sanoman saattamiseksi katsojille, mikä on esiintymistilanteissa tärkein huolenaihe.

*"Jos ajatellaan jotaki poliitikkoa, niin senhän tärkein tehtävä on viestiä se, mitä mieltä hän on tai miksi näin pitäisi toimia ja kyllä siihen sitten vaikuttaa nää kaikki näkyvät seikat ja muut, niin kyllähän se poliitikolle on tärkeämpää, että se sun viesti tulee ymmärretyksi kuin se, että katsojille jää mieleen, että olipa sillä kauheet silmälasit." (6)*

*"– – pitäs pystyä esiintymään niin, että se viesti menee perille ja se tarkoittaa sitä, että pitäs pystyä pitämään puheita pienelle joukolle ja suuralle joukolle ja radiossa vastata kysymyksiin ja telkkarissa. Kyllä se mun mielestä tähän ammattitaitoon kuuluu." (5)*

Vaikka esiintyminen ja erityisesti televisioesiintyminen koettiin tärkeäksi taidoksi kansanedustajien työssä, niiden merkitystä myös epäiltiin. Television ja televisioesiintymisen merkitys kansanedustajille riippuu tulevaisuudessa paljon siitä, miten paljon kansalaiset katsovat televisiota ja miten paljon yksittäisten ohjelmien uskotaan vaikuttavan katsojiin. Lisäksi kansanedustajia huolestutti se, että edustajat tulevaisuudessa hankkivat kannatuksensa pelkillä media-aidolla eivätkä panosta asioiden hallintaan.

*"– – mä uskon, että mitä paremmin osaa sen oman hommansa, niin sitä paremmin sitten kyllä ne mediataidotkin siinä karttuu, et ehkä nyt onkin suurin ongelma se, että on liian paljon niitä, jotka usko, että pelkillä medialla voi päästä julkisuuteen ja pysyä julkisuudessa, pelkillä mediataidoilla. Valitettavasti on joitain esimerkkejä, että se aika pitkään onnistuu-kin, mutta se on tietysti politiikan kannalta hirveän huono juttu – –" (2)*

### 5.5.2 Esiintymis- vai imago-koulutusta?

Kansanedustajilla oli monenlaisia näkemyksiä esiintymiskoulutuksen ja imago-koulutuksen yhtäläisyyksistä ja eroista. Edustajat olivat huolestuneita siitä, että erilaisilla imago- ja viestintäkoulutuksilla pyritään muokkaamaan koulutettavan persoonaa. Toisaalta esiintymiskoulutusta verrattiin kielikursseihin, joissa tavoitteena on taitojen oppiminen. Puhuttaessa esiintymisestä ja imagon rakennuksesta esille nousi myös amerikkalaistumiseen liittyvät seikat. Tarkasteltaessa kansanedustajien näkemyksiä imago- ja esiintymiskoulutuksesta on kuitenkin otettava huomioon, että kansanedustajien käsitteistö niistä on

vaihteleva. Mielikuvat esimerkiksi esiintymiskoulutuksesta ovat luultavasti syntyneet kokemusten perusteella.

Kansanedustajat olivat sitä mieltä, että jokaisen edustajan olisi hyvä hallita esiintymisen perustaidot. Toisaalta edustajien mielestä eduskunnassa on luonnostaankin hyviä esiintyjiä, jotka eivät juuri koulutusta kaipaa. Puolueissa järjestetään tai ainakin rahoitetaan halukkaille koulutusta "melko paljon" tai "jonkin verran". Yleensä koulutukseen osallistuminen on edustajan omasta kiinnostuksesta kiinni. Muutamat edustajat olivat osallistuneet MTV3:n tai Yleisradion järjestämille kursseille tai hankkineet muiden koulutusten avulla esiintymisvarmuutta erityisesti vaalikamppailuun. Lisäksi puolueet ja yksittäiset edustajat ovat hankkineet omia konsultteja, kouluttajia tai mainostoimistoja esiintymiskoulutusta pitämään.

Useimmiten esiintymisen kurssilla oli totuteltu kameran edessä puhumiseen ja kuvattu keskustelua tai puhetta, joita oli tarkasteltu. Edustajat kertoivat saaneensa palautetta esiintymisen nonverbaalisista piirteistä, kuten pään tai käsien asennosta. Lisäksi koulutusilanteissa oli hiottu puhetekniikkaa, harjoiteltu spontaaneja puheita, pohdittu sanoman sisältöseikkoja ja tarkasteltu keinoja, joilla saa herätettyä kuulijoiden mielenkiinnon. Ainakin televisioyhtiöiden tarjoamissa koulutuksissa oli kerrottu myös muun muassa televisioon sopivasta pukeutumisesta ja neuvottu, mihin edustajan tulisi katsoa haastattelu-tilanteessa.

Vaikka useimmat edustajat olivat saaneet jossain vaiheessa eduskuntauraansa esiintymiskoulutusta, sen merkitystä kuitenkin usein vähäteltiin. Käydystä kurssista saattoi olla niin kauan, ettei käsiteltyjä asioita edes muistettu tai niitä ei koettu tarpeellisiksi. Jollain kurssilla oli puolestaan käsitelty asioita siten, että niitä oli mahdotonta muistaa ja hyödyntää arkielämässä. Esimerkiksi yhdellä lyhytkurssilla ei edustajien mukaan ehdi sisäistää asioita tarpeeksi.

*"Ainoa kerta, kun mua on treenattu televisioesiintymiseen, se oli ennen eduskuntavaaleja – mulla ei oo koskaan menny debaatti niin huonosti, kun sen jälkeen kun yritti muistaa, et miten se olikaan, et vastaat aina niin ja niin ja sitten lopetat siihen näin. Ja siitä ei mun mielestä tuu mitään. Sitä pitää varmaan tehdä niin vuositolkulla." (5)*

Edustajat olivatkin sitä mieltä, että puolueissa tai eduskuntaryhmissä olisi järjestettävä tavoitteellista esiintymiskoulutusta säännöllisesti eikä ainoastaan "lyhyitä preppauksia" ennen televisioitua vaalikeskustelua. Arkikiireiden keskellä yksittäisen taidon kohentamiselle on usein vaikea löytää aikaa, jolloin koulutukseen panostetaan vasta vaalien alla ja varsinkin ennen etukäteen tiedettäviä esiintymistilanteita. Toisaalta sanottiin, että pienetkin preppaukset ja esiintymiskoulutukset ovat joka tapauksessa hyödyksi. Edustajien keskuudessa oltiin myös sitä mieltä, ettei varsinkaan lyhytkestoisilta esiintymiskoulutuksilta pitäisi odottaa liikoja, vaan keskittyä esiintymisensä sijaan paremmin asioiden osaamiseen.

Imagokoulutuksella ja esiintymiskoulutuksella on kansanedustajien mielestä vahva yhteys. Edustajien mielestä esiintyminen voi vaikuttaa politiikassa menestymiseen ja kansanedustajan imagoon. Toisaalta muutamien kansanedustajien mielestä määrä saattaa toisinaan korvata laadun. Katsojat eivät muista, miten kansanedustajat ovat televisiossa esiintyneet, vaan ainoastaan sen, että kansanedustaja on ylipäättään ollut televisiossa. Nämä edustajat haluavat saada melkein millaista julkisuutta tahansa ja esiintyvät mielellään viihdeohjelmissa. Hyvät esiintymistaidot ovat useimpien mielestä avuksi, mutta taitojen puuttuminen ei välttämättä ole turmioksi. Erään edustajan mielestä kansanedustajat esiintyvät televisiossa useimmiten positiivisesti, ohjelmasta riippuen. Monet ohjelmat – erityisesti viihdeohjelmat – luovat kansanedustajasta positiivisen kuvan ja tekevät esiintymisen helpoksi, vaikkei edustaja tiukan paikan tullen kovin hyvä esiintyjä olisikaan. Edustajat myös huomauttavat, ettei hyvistä esiintymistaidoista ole juuri apua imagon kohentamisessa, jos edustaja on muuten esimerkiksi joillain teoillaan antanut itsestään epärehellisen kuvan.

Joidenkin haastateltujen mielestä imago- ja esiintymiskoulutusta ei voi aina erottaa toisistaan, vaan monissa esiintymiskoulutuksissakin pyritään tuomaan esille myös imagoon liittyviä seikkoja. Lisäksi erään edustajan mielestä politiikassa käsiteltävät asiat, poliitikoiden esiintyminen ja heidän imagonsa ovat sekoittuneet toisiinsa. Kansanedustajat painottivatkin useissa yhteyksissä, että

televisiossa esiintyvän edustajalla on oltava monipuolisia taitoja ja hallita kokonaisuudet.

Kansanedustajat pohtivat imago- ja esiintymiskoulutuksesta keskusteltaessa sitä, onko koulutusten tarkoituksena muuttaa koulutettavien poliitikoiden persoonaa. Useimmille edustajille imagon muokkaaminen toi mieleen persoonan muovaamisen. Monien mielestä imago on eräänlainen henkilön pintakuva, jonka avulla henkilöstä voidaan pahimmassa tapauksessa antaa kansalaisille harhakuva. Henkilön omat persoonallisuuden piirteet saatetaan imagokoulutuksella häivyttää ja luoda hänelle uusia piirteitä, jotka ovat hänelle eduksi kansalaisten huomion herättämisessä ja miellyttämisessä.

*"– – aika usein tulee kirjeitä, että haluatko tätä imagoas kehittää ja varmistaa ja sitä ja tätä ja nyt on tämmönen kurssi ja tämmönen koulu ja ilmottaudu. – – itse koen sen niin, että en mä osais kuvitella, että mun pitäis alkaa muokkaantua johku erilaiseksi. Niin. Että niitä luontaisia avuja ja niitä luontaisia ominaisuuksia ja hyviä, jos jotakin on, niin niitä pitää kehittää, mut siis se, että ruvettas vääntään johonkin eri muottiin, niin ei siitä tulis mitään." (7)*

Vaikka persoonan muuttaminen liitettiin lähinnä imagokoulutukseen, muutama kansanedustaja suhtautui epäilevästi myös esiintymiskoulutukseen. Eräs haastatelluista puolueen puheenjohtajista ei halunnut, että puolueen keskuudessa tarjotaan kovinkaan paljon esiintymiskoulutusta. Hänen mielestään koulutuksissa annetaan asioiden tiedottamisesta usein vääristynyt kuva ja koulutettavien persoonalliset piirteet unohdetaan. Erään edustajan mielestä erilaiset esiintymistaidot ovatkin eduskunnan rikkaus.

*"Kyllä se on hyvä, että edustaja on luonnollinen kaikkine vikoineen ja kaikkine vikoineen, on oma itteään ja en mä tiedä, vaikka niitä nyt virheitä, siis itse voi sitten pikkuhiljaa jättää ne ärsyttävät virheet pois. – – tää talo on semmonen, että kyllä täältä löytyy huippuhyviä puhujia ja löytyy myöskin sellasia, joiden puheesta ei saa mitään selvää. Löytyy joka junaan menijöitä. Että se on eräänlainen rikkaus sekkin." (10)*

Osa haastatelluista kansanedustajista suhtautui esiintymiskoulutukseen kuten mihin tahansa taitojen oppimiseen. Edustajien mukaan esiintymiskoulutuksen tarkoituksena on kehittyä taidoissa eikä muuttua persoonana. Nämä edustajat näkivät esiintymistaitojen kehittämisen olevan osa kansanedustajien nykyistä ammattia eikä mikään outo amerikkalaistumisen piirre.

*"– – ei se mun mielestä oo mitenkään häpeällistä, että vähän kiinnittää siihen huomiota, että miten esiintyy ammattitaitoisemmin televisiossa – – me ollaan jo pitemmän aikaa eletty tämmösessä voimakkaasti enemmän mediaorientoituneessa yhteiskunnassa, mutta meidän taidot on vähän jäljessä ja tota sitte kuvitellaan, että se olis jotakin sellasta, että täytyy kauheesti muuttua, että tota noin niin pitäis muuttaa koko ulkomuoto – no ei ollenkaan, et sehän on vaan tätä tietynlaista ammattitaitoa." (3)*

Nähdäkseni erilaiset kokemukset esiintymiskoulutuksista määrittävät vahvasti edustajien suhtautumista. Esiintymis- ja imagokoulutukset ovat saattaneet esimerkiksi sekoittaa keskenään. Edustajien näkemyksistä käy ilmi, että käsitteillä on erilaisia sisältöjä.

Imagosta huolehtiminen on kansanedustajien mukaan yksi amerikkalaistumisen piirre suomalaisessa eduskuntapolitiikassa. Esimerkiksi televisiossa esiintyvän poliitikon kokonaisolemukseen kiinnitetään nykyään aiempaa enemmän huomiota. Erään edustajan mukaan esimerkiksi "piiloviestit" kuten pukeutuminen on tullut aiempaa tärkeämmäksi. Koska esiintymiseen ja imagoiden vaalimiseen on kiinnitetty aiempaa tarkemmin huomiota, televisiota on opittu sen myötä hyödyntämään tehokkaammin. Lieveilmionä ovat kansanedustajien mukaan politiikan viihteellistyminen ja pinnallistuminen, jotka eivät siis ole ainoastaan esimerkiksi television ja iltapäivälehtien syytä.

Varsinkin korkeassa asemassa olevat kansanedustajat joutuvat kiinnittämään huomiota imagoihinsa. Erään edustajan mukaan esimerkiksi pääministeri saattaa kantaa huolta hallituksensa imagosta ja pyytää ministereitä olemaan osallistumatta esimerkiksi viihdeohjelmiin. Imagon muokkaamista ja strategioiden suunnittelua ja toteutusta ei tehdä ainoastaan yksittäisen puheenjohtajaa tai ministeriä varten, vaan yksittäisten henkilöiden imagon muokkauspyrkimyksissä huomioidaan esimerkiksi koko puoluetta ja sen menestystä. Yhden henkilön positiivinen imago voi vaikuttaa useiden muiden kansanedustajien työskentelyyn. Tätä aihetta käsiteltiin lähemmin politiikan henkilöitymisen yhteydessä, luvussa 5.4.2.

Edustajien mielestä kansanedustajien imagoihin ja esiintymiseen alettiin kiinnittää erityistä huomiota vuoden 1996 Eurovaalien alla. Tuolloin puolueiden

euroedustajat tarvitsivat valtakunnallista julkisuutta kerätäkseen mahdollisimman paljon ääniä. Pelkkä maakunnallinen näkyvyys ei siis enää riittänyt kuten aiemmin eduskuntavaaleissa. Ehdokkaille oli tärkeää selvittää, miten ylittää uutiskynnys erityisesti televisiossa, koska televisio voi periaatteessa saavuttaa suurimman osan kansasta yhtäaikaisesti. Ennen Eurovaaleja myös monissa puolueissa pohdittiin esiintymisen ja imagon merkitystä edustajan menestykselle.

Imagon muokkaamisesta ja imagokoulutusten tarpeellisuudesta oltiin kahta mieltä. Joidenkin edustajien mielestä systemaattista imagonrakennusta ei tarvita, koska toiset ihmiset luonnostaan karismaattisempia kuin toiset.

*" – se on tuo televisiokamera jännä, että se tykkää toisista ja toisista ei ja vaikka sä olisit kuinka hyvä poliitikkona ja osaat asias, niin jos susta ei oo televisioon niin susta ei oo – –" (6)*

Toiset edustajat olivat kuitenkin sitä mieltä, että imagokoulutusta ja varsinkin esiintymiskoulutusta tarvitaan tulevaisuudessa yhä enemmän. Toisaalta epäiltiin myös sitä, että imagonrakennus valtaa alaa neutraalimmalta esiintymiskoulutukselta ja monenlaista koulutusta tarjotaan yhä enemmän imagon nimissä. Kansanedustajat toivoivat, että imagoiden kehittämisessä ei koskaan mentäisi niin pitkälle kuin amerikkalaisessa politiikassa. Toisaalta monien edustajien mielestä useat amerikkalaisen politiikan piirteet tuskin koskaan vakiintuvat poliittiseen kulttuuriimme.

*" – amerikkalainen politiikkahan on niin ku sillä tavalla hirveän semmosta showta ja kaupallista ja markkinahenkistä ja just sillä tavalla, että voidaan rakentaa siis tuote – – Mut mun mielestä Suomessa ei voi tapahtua näin, ku me ollaan vaan viis miljoonaa, et meillä ei niin kun tavallaan voi tehdä sellasta tuotetta, joka niin kun pärjäis ilman, että se joutuu ikään kuin ottaan sen paikkansa tai etteikö se joutus ihmisten puntaroitavaks sit silmästä silmään." (5)*

Käsitykset esiintymis- tai imagokoulutuksen tarpeellisuudesta vaihtelivat kansanedustajien keskuudessa. Toiset edustajat pitivät esiintymistaitoja tärkeinä, osana kansanedustajien nykyistä ammattitaitoa, toiset puolestaan epäilivät esiintymistaitojen merkitystä. Imagokoulutukseen suhtauduttiin esiintymiskoulutusta epäilevämmiin. Vaikka imagon uskottiin tunkeutuneen kaikkialle, mitä erilaisimpiin koulutuksiin, varsinainen imagokoulutus on edustajien mukaan

vielä melko vähäistä. Mikä on sitten imagoa, mikä esiintymistä – määrittelyjä oli vaikea tehdä. Erilaisten imagon muokkaamiseen tähtäävien koulutusten uskotaan joka tapauksessa lisääntyvän. Osaltaan siihen vaikuttaa kansanedustajien mukaan amerikkalaiset virtaukset ja osaltaan puolueiden ja edustajien omat kehitystarpeet, joita on ilmennyt esimerkiksi Eurovaalien yhteydessä.

## **6 DISKUSSIO**

### **6.1 Kansanedustajan työn lähtökohdat muuttuvat**

Haastattelujen valossa voidaan sanoa, että yhteiskunnan kehitys ja politiikan modernisaation piirteet ovat vaikuttaneet kansanedustajien työhön ja siitä viestimiseen. Kansanedustajien näkemykset vastasivat pääosin kirjallisuudessa esitettyjä piirteitä politiikan modernisaatiosta, vaikka uusiakin näkökulmia asiaan ilmeni. Kansanedustajien työhön vaikutti kaksi politiikan modernisaation pääpiirrettä: puolueiden samankaltaistuminen ja kannattajakunnan sirpaloituminen. Nämä piirteet ovat kiinteästi yhteydessä toisiinsa, sillä puolueiden samankaltaistumista tuskin ilmenisi, jos äänestäjät edelleen perustaisivat kannatuksensa luokkajakoon.

Kansanedustajien näkemysten perusteella kävi ilmi, että puolueet eivät nykytilanteessa kykene vastaamaan kannattajiensa tarpeisiin yhtä hyvin kuin ennen. Kannattajakunta on keskiluokkaistunut ja ihmisten tarpeet ovat yhteiskunnan muutoksessa muuttuneet. Menestyäkseen puolueiden on kyettävä houkuttelemaan melko heterogeenistä ja fragmentoitunutta äänestäjäjoukkoa, mikä on kenties johtanut osaltaan puolueiden samankaltaistumiseen. Kansanedustajien näkemykset tukevat siis kirjallisuudessa esitettyjä väitteitä kompleksisesta yhteiskunnasta (ks. esim. Mancini & Swanson 1996, 12) ja puolueiden samankaltaistumisesta (ks. esim. Pekonen 1997, 14–15). Mikäli yhteiskunnan pirstaloituminen eli fragmentoituminen jatkuu edelleen, herää kysymys, millä keinoilla suuret massapuolueet pitävät kannatuksensa tulevaisuudessa. Nähtäväksi jää, ovatko ideologiat muuttuneet ja löytyykö ihmisille suuren puolueen

piiristä jotain niin merkittävää yhteistä nimittäjää, että nykyisenkaltaisen suuren puolueen kannattajuus säilyy.

Siihen että puolueet vaikuttavat samankaltaisilta, on useiden kansanedustajien mukaan vaikuttanut myös nykyinen sateenkaarihallitus. On nähty, että monissa asioissa niin oikeisto kuin vasemmistopuolueet voivat olla samaa mieltä. Toisaalta hallitustyöhön kuuluu sopiminen: asioista on saatettu olla hyvinkin eri mieltä niitä valmisteltaessa, mutta hallituksen hajoamisen välttämiseksi pyritään pääsemään yhtenäiseen lopputulokseen. Joidenkin edustajien mielestä sateenkaarihallitus osoittaa, että puolueet ovat aidosti lähentyneet toisiaan ja joidenkin edustajien mielestä kansalaiset ovat vain saaneet vaikutelman puolueiden lähentymisestä. Lisäksi eduskunnassa on käsiteltävänä monia varsinkin laman aikana ilmenneitä asioita, joista eri puolueiden kansanedustajat ovat samaa mieltä. Kukapa haluaisi työttömyyden lisääntyvän tai valtion velan kasvavan. Pekosen (1991, 80–82) esittämää välttämättömyysretoriikkaa voidaan siis pitää kansanedustajien näkemysten perusteella yhtenä syynä siihen, että puolueet vaikuttavat kansalaisten silmissä samankaltaistuneen.

Pekonen (1997, 14–15) ja Negrine (1996, 162) ovat todenneet, että puolueiden on mukauduttava sosiaalisesti kompleksiseen yhteiskuntaan ja kyettävä vastaamaan yhteiskunnan tarpeisiin. Tämä vaikuttaa pitävän paikkansa myös kansanedustajien näkökulmasta. Yhteiskunnalliseen kehitykseen pyritään kansanedustajien mukaan vastaamaan lähinnä erilaisten viestintästrategioiden ja henkilöiden avulla. Kansanedustajien vastauksissa on kuitenkin viestinnän osalta sisäinen ristiriita. Jotta puolue voisi välttää yleispuolueen leiman (ks. Kirchheimer 1996, 184–195; Pekonen 1997, 14–15), on sen erotuttava muista puolueista ja painotettava tiettyjä tärkeimmiksi koettuja erikoisasiota. Tätä strategiaa joidenkin kansanedustajien mukaan pyritään muovaamaan joissakin puolueissa. Toisaalta kansanedustajien on työssään pyrittävä houkuttelemaan kannattajia keinoilla, jotka miellyttävävät kaikkia. Toisaalta olisi siis houkuteltava kaikkia ja toisaalta erikoistuttava.

Tämä kaksijakoinen tilanne saattaisi johtua siitä, että puolueet kansanedustajineen ovat uuden ja vanhan tilanteen murroskohdassa. Toisaalta pyritään säilyttämään kannatusta yhä enemmän kaikkia miellyttävillä keinoilla silläkin uhalla, että leimaudutaan yleispuolueeksi. Koska kannattajat ovat ennen "ajautuneet" kukin omiin puolueisiinsa lähes automaattisesti esimerkiksi työnsä ja vanhempiensa puoluekannatuksen perusteella, on tästä ajattelusta kenties vaikea kokonaan irrottautua. Puoluekanta määrittyy luultavasti osittain edelleen perinteisesti, mutta poikkeamia perinteestäkin on nähtävissä. Siksi pyritään erottautumisella luomaan uutta profiilia ja houkuttelemaan yksittäisistä asioista kiinnostuneita kannattajia. Haastatteluiden perusteella voidaan sanoa, että kansanedustajilla olisi halukkuutta luoda puolueelleen profiilia ja rakentaa strategiaa kannatuksen säilyttämiseksi ja lisäämiseksi.

Ei riitä, että puolue on määriteltyt asiat, joita se haluaa edistää. Kansanedustajien mielestä puolueelle tärkeitä asioita tulisi saada julkisuuteen ja sitä varten olisi myös kehitettävä viestintästrategiaa. Kansanedustajat ovat huomanneet, että puolueiden ja kansanedustajien kilpailu kansalaisten huomiosta on kiristynyt (vrt. Hadenius 1992, 119). Huomiota ei haluta siitä huolimatta tavoitella kansanedustajien arvostuksen kustannuksella, viihteellisin keinoin, vaan esimerkiksi viestien paremmalla kohdentamisella ja yksittäisten henkilöiden viestintätaitojen avulla. Viihteelliset pirteet luultavasti säilyvät "oikotienä onneen", koska kouluttautuminen ja strategioiden luominen vaatii panostusta. Toisaalta ajan ja ponnistusten uhraaminen viestinnän parantamiseksi on luultavasti kannattavaa, jos edustaja haluaa itselleen arvokkaan valtiomiesimagon. Lisäksi kansanedustajat pitävät politiikan henkilöitymistä siinä mielessä edullisena, että persoonat voivat parhaassa tapauksessa tuoda puolueelle lisäkannatusta tai ainakin pitää puoluetta elinvoimaisena (vrt. Corner 1995, 44; Pekonen 1995, 206). Kirjallisuudessa ei ole juurikaan huomioitu viestinnän merkitystä puolueiden mukautumiselle yhteiskunnan muutokseen. On vain puhuttu yleisellä tasolla viestinnän lisääntymisestä (ks. esim. Gibbins 1989, 24; Mancini & Swanson 1996, 7–6).

Käytännössä viestintästrategioiden muodostaminen saattaa jäädä kuitenkin normatiivisten lausumien tasolle (ks. Alasuutari 1994, 187–202). Esimerkiksi

erilaiset strategiat voidaan nähdä periaatteessa tarpeellisiksi, mutta käytännössä niiden eteen ei voida tai haluta työskennellä. Ainahan kannattajien hankkimiseksi suunnitellut strategiat *olisivat* hyviä, *mutta...* Myös esiintymiskoulutuksesta puhuttiin normatiivisin sanoin tai käyttämällä osittaismyönnytyksiä. Joidenkin kansanedustajien mukaan esiintymiskoulutus ei *olisi* kenellekään pahitteeksi, ja kyllähän omaa esiintymistään *pitäisi* kehittää. Normatiivisten lausumien käyttö näissä yhteyksissä saattaa olla merkki siitä, ettei strategioiden muodostamisella ja esiintymiskoulutuksen hankkimisella ole vielä kiirettä. Puolueiden kannatukset eivät ole vielä tarpeeksi laskeneet, ja ehdokas pääsee edelleen eduskuntaan hankkimalla luottamuksen perinteisin keinoin maakunnan puolueväeltä. Lisäksi uusi ja erilainen toiminta voi herättää epäilyksiä osassa edustajia. Toisaalta voi myös olla, että edustajat ovat vastauksillaan pyrkineet normien mukaiseen käyttäytymiseen, vastaamaan "oikein".

On väitetty, että puolueet ovat muuttumassa vaalikoneistoksi (Sänkiaho 1995, 86). Tämän tutkimuksen perusteella tuota näkemystä voitaneen laajentaa kohti markkina-ajattelua. Kansanedustajien mukaan puolueissa pyritään luomaan erilaisia strategioita kannatuksen säilyttämiseksi. Erään edustajan mukaan hänen puolueessaan (joka on yksi Suomen suurimmista) valmistellaan strategiaa, jossa pyritään määrittelemään puolueen asiakkaat, mitä puolue haluaa heille tarjota ja miten avainviestit voitaisiin tuoda tehokkaasti esille. Muutamit muutkin edustajat toivat esille näkemyksiä, joiden mukaan heidän voidaan sanoa kiinnittäneen huomiota puolueensa, sen asioiden tai itsensä tuotteistamiseen. Nähdäkseni puolueet ovat lähentymässä markkina-ajattelullaan eräänlaisen yrityksen muotoa, muuttumassa ajattelutavoltaan eräässä mielessä kaupalliseksi "puoluemarketiksi".

Nykyisiä taantuvia jäsenpuolueita voidaan tarkastella jossain määrin kauppana, jonka asiakkaat ovat monenlaisista taustoista. Heitä yhdistää tarve saada tiettyjä palveluita – vastineena on kuitenkin rahan sijasta kannatus. Jokaisen puolueemarketin, eli P-Marketin, on määriteltävä, mitä palveluita se haluaa tarjota. Isoimmat puolueet voivat pyrkiä olemaan nykyisen muotonsa tyyppisiä sekatavarakauppoja, jossa tarjotaan yleispalveluiden, kuten työttömyyden ja

valtion velan vähentämisen lisäksi erikoispalveluita. Erikoispalvelu voi olla esimerkiksi erityinen pienyrittäjämyönteisyys. Pienimmät puolueet voivat olla erikoisliikkeitä, kuten liike, josta saa luonnonsuojelun edistämiseen liittyviä palveluita. Menestyvän P-Marketin on tietenkin markkinoitava itseään, löydettävä avainviestit ja kohdennettava ne halutuille ryhmille. P-Marketin kannattaa myös profiloitua henkilöillä – marketeilla on oltava "K-Kauppan Väiskinsä". Kansanedustajat (kenties tulevat P-Marketin kauppiaat) ovat jo nyt sitä mieltä, että puolueiden on kehitettävä viestintäänsä ja imagoansa, koska "asiakkaat" ovat herkkiä vaihtamaan "P-Markettiaan" (vrt. Borg 1996, 182; Moring & Himmelstein 1993, 86).

Peilattaessa kansanedustajien näkemyksiä kirjallisuudessa esitettyihin trendeihin voitaneen sanoa, että yhteiskunnan kehityspiirteet vaikuttavat puolueisiin ja kansanedustajien työhön. Eräät puolueet ja kansanedustajat ovat tarttuneet muutoksen haasteisiin rivakammin kuin toiset. Toisaalta mitään selkeää mallia yhteiskuntaan mukautumiselle ei ole löydetty ja tuskin löydetäänkään, koska yhteiskunnan muutos on epämääräistä ja polveilevaa. Vaikka puolueet ja edustajat suhtautuvat muutokseen eri tavoin ja etenevät mukautumisessa eri tahdissa, vaikuttaa kehitykseen vastaaminen yleisesti ottaen melko hitaalta. "P-Market -ajattelu" ei siis liene vielä kaikissa puolueissa ajankohtaista, vaikka sen ilmenemisestä merkkejä onkin.

## **6.2 Television merkitys kansanedustajille on murrosvaiheessa**

Kansanedustajat pitivät televisiota merkittävänä politiikan viestijänä. Useimpien edustajien mielestä televisio on varsinkin tunnetuiden kansanedustajien tärkein tiedotusväline, kun on kyse valtakunnallisesta julkisuudesta. Televisiolla nähtiin olevan merkitystä myös vähemmän tunnetuille kansanedustajille, koska erityisesti viihdeohjelmien avulla edustajat voivat lisätä tunnettavuuttaan. Toisaalta television merkitystä myös epäiltiin. Radio ja lehti saattavat olla parempia tiedotusvälineitä joillekin kansanedustajille joissain asioissa. Television merkitys kansanedustajille on lisäksi kaksijakoinen: toisaalta sen merkitys

nähtiin edelleen suureksi ja kasvavaksi, toisaalta sen merkityksen nähtiin vähenevän esimerkiksi kanavien ja ohjelmien lisääntyessä.

Haastatteluiden perusteella löydettiin kolme osa-aluetta, joiden perusteella television sanottiin olevan merkittävä yleensä politiikalle ja kansanedustajien työlle. Kansanedustajien mukaan televisio on merkittävä ensinnäkin vaikuttavuutensa vuoksi. Tämä vaikuttaa osaltaan siihen, että televisiota pidettiin toiseksi myös oivana merkin luojana, markkinointivälineenä. Kolmanneksi television avulla kansanedustajat voivat lisätä tunnettavuuttaan. Vaikka kansanedustajat painottivat erilaisia asioita näiden osa-alueiden puitteissa, tulos vaikuttaa loogiselta kokonaisuutta ajatellen. Televisio on merkittävä koska se ensiksi kykenee nostamaan vähemmän tunnetun kansanedustajan julkisuuteen. Kun tunnettuutta on saatu, täytyy edustajan pohtia, millä tavoin hän voisi markkinoida televisiossa itseään ja tuoda julki ajamiaan asioita. Koska television uskotaan vaikuttavan ihmisten mielipiteisiin, sen avulla voidaan lopulta saavuttaa kannatusta ja jatkaa työtä.

Kansanedustajat uskoivat, että televisiosta saatu tieto on olennainen tekijä katsojalle hänen mielipiteidensä muotoutumisessa. Tällaisiin tuloksiin on päädytty esimerkiksi Moringin ja Himmelsteinin (1993, 84–85) vaalien alla tehdysssä tutkimuksessa, jonka mukaan televisio-ohjelmien informaatio on tärkeä äänestyspäätökseen vaikuttava tekijä. Kansanedustajien mielestä audiovisuaalisuutensa vuoksi televisio on muita tiedotusvälineitä tehokkaampi poliittisessa viestinnässä (ks. esim. Altheide & Snow 1991, 29; Hellweg ym. 1992, 75; Sallinen-Kuparinen 1987, 129). Erytisesti televisiouutiset vaikuttavat kansanedustajien mielestä katsojiin, koska uutisia pidetään luotettavina (vrt. Aula 1991, 199; Cundy 1994, 49–65). Tämän vuoksi kansanedustajille voi olla erittäin hyödyllistä päästä esiintymään televisiouutisissa positiivisessa yhteydessä.

Monen kansanedustajan mielestä liikkuva, intiimi kuva voi jopa korvata sanat lähes kokonanaan (vrt. esim. Altheide & Snow 1991, 29; Hellweg, Pfau & Brydon 1992, 75; Sallinen-Kuparinen 1987, 129). Kasvojen yhdistäminen tiettyyn henkilöön ja siten henkilön tunnettavuuden lisääminen on olennaista

erityisesti vaaleissa. Edustajien mukaan eurovaalit ovat lisänneet television merkitystä kansanedustajille. Mikäli kansanedustaja asettuu ehdolle Euroopan parlamenttiin ja haluaa tulla valituksi, hänen on luultavimmin kyettävä saamaan ääniä koko valtakunnasta. Televisio on yksi tehokkaimmista viestintävälineistä, jonka avulla ehdokas voi saavuttaa valtakunnan äänestäjiä. Televisiota voidaan oppia eurovaalien myötä hyödyntämään paremmin kuin aiemmin.

Audiovisuaalisen vaikuttavuutensa vuoksi televisio on tärkeä markkinointiväline. Televisiota hyödynnetäänkin tähän tarkoitukseen erityisesti vaalien alla mainonnassa, mutta markkinoivaa asennetta on kansanedustajien puheista päätellen sovellettu arkityöhönkin (vrt. edellinen luku 6.1). Vaikka erilaista puolueiden ja henkilöiden markkinointia toteutetaan erityisesti vaalien aikaan, ei "merkin" luominen onnistu lyhyessä ajassa, vaan siihen tarvitaan koko vaalikauden aika.

Television vaikuttavuus on kansanedustajien mukaan mahdollista myös siksi, että television avulla voidaan saavuttaa suuri joukko katsojia. Tämä käsitys tukee Kanervan (1994, 106) näkemystä television tehokkaasta tavoitavuudesta. Kansanedustajat uskoivat, että televisiota katsotaan paljon. Heidän näkemyksensä tukevat myös kirjallisuudessa esiintyneitä väitteitä siitä, että televisiota pidetään nykyään aiempaa merkittävämpänä tiedottamisen ja äänestäjistä kamppailun siirryttyä paikallisista kokouksista ja tapaamisista televisioon (McNair 1995, 6, 43; Trent & Friedenberg 1991, 101).

Vaikka esiintyminen uutis- ja ajankohtaisohjelmissä on kansanedustajien mielestä tärkeimmäksi asiallisen julkisuuskuvan saamiseksi, pidettiin viihdeohjelmien merkitystä poliitikoille jossain määrin aliarvioituna. Vaikka viihdejulkisuutta vastustettiin, sen myönnettiin lisäävän edustajan tunnettavuutta. Varsinkin vähemmän tunnetut edustajat saavat parhaiten asiajulkisuutta oman maakunnallisen ja paikallisen lehden tai radion kautta eikä televisiossa. Lehtiä pidettiin muutenkin televisiota parempana asioiden taustoittajana ja perusteluiden esilletuojana. Toisaalta vaikka televisiolle on ominaista nopea uutisointi, ovat keskusteluluontoiset ajankohtaisohjelmat lisääntyneet televisiossa.

Jos kansanedustaja tavoittelee valtakunnallista julkisuutta, televisio voi olla oiva väline sen hankkimiseen. Edustajan, jolla ei ole aseman tuomaa huomionarvoa, voi olla lähes mahdotonta saavuttaa television ja sen myötä yleisön kiinnostus ilman mainontaa tai viihteellisiä keinoja. Viihde voi pahimmassa tapauksessa viedä maineen ja mainontaa voivat harjoittaa ne, joilla siihen on varaa. Vaarana onkin, että julkisuudesta tulee yhä merkittävämpää kauppatavaraa erityisesti vaalien aikaan. Tuolloin huomiota keräävät ne puolueet ja ehdokkaat, jotka ovat onnistuneet varojen keräämisessä. Mikäli edustaja toisaalta haluaa saavuttaa oman vaalipiirinsä asukkaat, ovat paikalliset tiedotusvälineet kuten lehdet, radiot ja jopa paikallistelevisiot tehokkaita tavoittajia. Paikalliset ja alueelliset tiedotusvälineet ovat tarpeellisia myös viestin kohdentamisessa: vaikka viesti on sama, sen voi kertoa eri ihmisille eri tavoin eri mediaa hyödyntäen.

Kansanedustajien näkemykset television merkittäväyydestä vastaavat suurilta osiltaan kirjallisuudessa esitetyjä väitteitä, mikä voi johtua kansanedustajien hankkimasta mediatietoudesta. Haastatteluista voitiin huomata, että paljon televisiojulkisuutta saaneet edustajat olivat pohtineet television merkitystä uralleen ja siten heillä oli tarkkoja ja jalostuneita näkemyksiä asioista. Televisiojulkisuudessa vähemmän olleet edustajat eivät välttämättä olleet juuri pohtineet televisioon liittyviä asioita. Pohdintaa saattoi tapahtua ensi kertaa haastattelutilanteessa. Joidenkin kansanedustajien näkemykset television merkittäväyydestä voivat pohjautua myös ulkopuoliseen tietoon, esimerkiksi muiden kansanedustajien näkemyksiin, gallupeihin tai tutkimuksiin. Jos television merkitykseen uskotaan ja pyritään toimimaan siten, että saataisiin televisiojulkisuutta, saattaa se olla eräänlainen itseään toteuttava ennuste. Koska televisiota pidetään tärkeänä, sen hyödyntämiseen myös panostetaan.

Muutamit kansanedustajien perusteet television merkittäväyydestä voidaan asettaa kyseenalaisiksi. Esimerkiksi televisiosta saatu tieto voi olla yksi mielipiteen muodostamiseen vaikuttava tekijä, mutta television vaikuttavuutta ei voida tarkasti mitata – kuten ei muunkaan median tai viestinnän. Mielipiteen muodostuminen lienee monien eri tekijöiden summa eikä henkilö aina voi edes määrittellä, mistä hän vaikutelmansa on saanut. Myöskään television

audiovisuaalisuuden vaikutusta ei voida määritellä eikä sitä, kuinka paljon esimerkiksi yksittäiset televisio-ohjelmassa esiintymiset lopulta edistävät edustajan tunnettavuutta. Television sanottiin olevan vaikuttava myös siksi, että katsoja vastaanottaa viestit passiivisesti. Kirjallisuudessa on kuitenkin todettu katsojan olevan aktiivisen (ks. esim. Graber 1989, 197; Sallinen-Kuparinen 1987, 125).

Kansanedustajien keskuudessa oltiin myös sitä mieltä, että television merkittävyys kansalaisten saavuttamisen kannalta on muuttunut. Televisiokanavien ja -ohjelmien lisääntyttyä yksittäisen ohjelman vaikuttavuus on vähentynyt. Edustajien mielestä on kuitenkin olemassa edelleen tiettyjä tunnettuja ohjelmia, joita katsotaan paljon ja joissa esiintyminen on sen vuoksi yhtä merkittävää kuin aiemminkin. Television asema tunnettavuuden lisäämisessä on ristiriitainen. Toisaalta television vaikutuskykyyn luotetaan, toisaalta vaikutuskyvystä ei olla varmoja, koska epäillään televisio-ohjelmien kykyä saavuttaa katsojia. Tätä television merkittävyyden ristiriitaista tilannetta on alettu luultavasti pohtia vasta neljännen televisiokanavan ilmestyttyä.

Joidenkin kansanedustajien mielestä television merkitys ei enää kasva, vaan kasvu on saavuttanut nyt huippunsa. Toisaalta television merkityksen nähdään kasvavan edelleen ja sen vaikuttavuuteen uskotaan. Kansanedustajien näkemykset ovat antaneet aihetta pohtia television kautta tapahtuvan politiikan viestimisen uusia muotoja. Television merkitys voi yhä lisääntyä, jos televisiota aletaan hyödyntää enemmän esimerkiksi markkinointivälineenä. Jotta television hyödyntämistä voitaisiin tehostaa, täytyy kansanedustajien huomioida kanavien kilpailutilannetta. Kansanedustajat tarvitsevat esimerkiksi viestien kohdentamisen taitoja, jotta eri asioita päästään tuomaan julki eri ohjelmissa.

Kohdentaminen osoittautui haastattelujen perusteella muutenkin tärkeäksi taidoksi. Sitä tarvitaan ensinnäkin yhteiskunnan muutoksessa pyrittäessä saavuttamaan erilaiset kansalaiset. Eri lehdillä ja ohjelmilla voidaan tavoittaa eri ihmiset joko valtakunnallisesti, alueellisesti tai paikallisesti. Toiseksi kohdentamisajattelua tarvitaan televisiokanavien lisääntyttyä: eri ohjelmissa on kan-

nattavaa huomioida kohderyhmä ja tilanne. Televisiokanavat määrittelevät ohjelmiansa kohderyhmät aiempaa tarkemmin kilpailutilanteen vuoksi, minkä takia myös ohjelmissa esiintyvän kansanedustajan kannattaa huomioida puheessaan ohjelman potentiaaliset katsojat. Kansanedustajien on lisäksi kannattavaa kohdentaa yksittäisiä viestejään, jotta ne tulevat paremmin ymmärretyiksi. Edustajat voivat tällätavoin tulla lähemmäksi kansalaisia, mikä voi puolestaan kohottaa koko eduskunnan imagoa.

### **6.3 Television työtavat ja korostukset vaikuttavat edustajien toimintaan**

#### **6.3.1 Television ja sen medialogiikan huomioonottaminen**

Eduskuntatyössä kansanedustajat huomioivat televisiota lähinnä eduskunnan kyselytunneilla ja tiedottamisessa. Lisäksi kansanedustajat ottavat toimintansa esimerkiksi esiintymisessään huomioon television medialogiikan ja pyrkivät mukailemaan sitä. Television ja sen medialogiikan huomioimisen perusteella voidaan tarkastella television vaikutusta politiikassa.

Kansanedustajat suhtautuivat varauksellisesti keskusteluun television vaikutuksesta heidän työhönsä. Edustajat saattoivat tuoda voimakkaasti esille, ettei televisio vaikuta heidän työskentelyynsä tai eduskunnassa käsiteltäviin asioihin. Television nähtiin vaikuttavan ainoastaan tilanteissa, joissa televisiossa tietoisesti esiinnyttäen. Kansanedustajien työ ja julkisuuden hallinta erotettiin tässä yhteydessä toisistaan, vaikka muissa yhteyksissä painotettiin, että julkisuus on osa työtä. Edustajat halusivat ilmeisesti tehdä selväksi, ettei televisiolla ole vaikutusta lakien säätämiseen pohtimatta sen tarkemmin muita työn osa-alueita. Televisiossa esitetyt näkökulmat politiikkaan voivat kuitenkin vaikuttaa esimerkiksi työtovereiden kanssa käytäviin keskusteluihin eduskunnassa käsiteltävistä asioista ja siten ajatusten ja mielipiteiden muodossa vaikuttaa työhön. Toisaalta on selvää, että kansanedustajien käsitykset omasta työstään ja siihen kuuluvasta julkisuudesta ovat erilaiset.

Eduskuntatyöskentelyssä televisiota huomioitiin lähinnä eduskunnan kyselytunneilla ja tiedottamisessa. Eduskunnan kyselytunneilla on nykyisin mahdoli-

suus käsitellä ajankohtaisia asioita, jotka ovat nousseet pinnalle esimerkiksi televisiouutisten kautta. Nousiaisen (1992, 185) mukaan eduskunnan tehtävänä on toimia kansakunnan julkisena keskustelufoorumina (ks. myös Suomen Eduskunta). Yleensä eduskuntatyö ei voi pysyä ajankohtaisten asioiden vauhdissa, vaan esimerkiksi lakialoitteesta lain täytäntöönpanoon voi kulua vuosiakin. Ilmeisesti eduskunta haluaa kuitenkin ottaa osaa ajankohtaisiin keskusteluihin ja pyrkiä yhä paremmin toimimaan kansakunnan keskustelufoorumina. Kansanedustajia ja eduskuntaa kritisoidaan joskus siitä, että kansalaiset ovat entääntymässä poliittisten asioiden käsittelystä. Ajankohtaisten asioiden käsittelyllä eduskunta voi kenties herättää mielenkiintoa.

Televisiolla on muiden tiedotusvälineiden ohella vaikutuksensa siihen, millaisia asioita nousee eduskunnan keskusteltavaksi. Erityisesti television aamuohjelmat ja -uutiset saattavat olla myöhään iltaan työskenteleville kansanedustajille tärkeä tietolähde ja päivän agendan muodostaja. Vaikka aamun sanomalehdet ovat varmasti tärkeimpiä päivän agendan muodostajia, television etuna on ajankohtaisuus ja nopeus. Esimerkiksi aamu-uutisista saadut tiedot ovat tuoreita ja päivän uutisaiheet voi saada tietoonsa nopeasti muutamassa minuutissa. Mikäli eduskunnassa keskustellaan päivän ajankohtaisista teemoista, on kansanedustajien oltava selvillä käsiteltävistä asioista. Televisio voi siis vaikuttaa kansanedustajien arkityöhön.

Televisioituja kyselytunteja pidettiin tärkeinä, koska tuolloin on mahdollisuus päästä esiintymään televisiossa tai muuten osoittamaan aktiivisuuttaan katsojille. Television huomioiminen ilmenee kansanedustajien mukaan televisioituilla kyselytunneilla siten, että edustajat pyrkivät olemaan paikalla ja käyttäytymään televisioyleisöä palvelevalla tavalla. Vaikka kyselytuntia pidettiin kansalaisten eduskuntatietouden kannalta tärkeänä, muutamat edustajat epäilivät, saavatko katsojat televisioidusta kyselytunnista tarpeeksi tietoa. Kansanedustajat pyrkivätkin helpottamaan kyselytunnin seuraamista siten, että he kohdentavat puheensa salissa läsnäolijoiden lisäksi televisiokatsojille. Isotaluksen (1995, 88–89) mukaan televisioesiintymistaitoihin kuuluu vuorovaikutuksen simulointitaito. Tätä taitoa tarvitsee yleensä toimittaja katsojia puhutellessaan, mutta myös esimerkiksi haastateltava voi kohdistaa puheensa joko epäsuorasti tai

suorasti katsojille (Isotalus 1996a, 53). Sen lisäksi, että kansanedustajat saavat pyrkiä puhumaan katsojille, käytetään myös muita tapoja lähestyä katsojaa. Edustajat käyttävät television medialogiikan suosimia keinoja, kuten tiivistämistä ja konkretisointia (ks. Aspin 1986, 359 mukaan Hernes 1978, 1983). Nähdäkseni puheen kohdentamisen keinot ja yleensä edustajien esiintymis- taidot voisivat toimia työkaluina kyselytunneilla käsiteltävien asioiden selventä- misessä katsojille.

Televisio vaikuttaa kyselytuntien lisäksi eduskunnan ja erityisesti hallituksen tiedottamiseen. Varsinkin tärkeissä asioissa suositaan suorissa lähetyksissä tiedottamista. Lähes kaikki edustajat pitivät toimittajien tapaa editoida ja tulkita lausuntoja ja haastatteluja joskus häiritsevinä, minkä vuoksi kansanedustajat pitivät toimittajia jossain määrin "portinvartijoina". Edustajien on siis kyettävä läpäisemään toimittajien seula, jonka jälkeen toimittajista osin riippuu, millaista julkisuutta edustaja saa. (vrt. Moring & Himmelstein 1993, 19–23.) Suorassa lähetyksessä tiedottaminen oli monen mielestä oiva keino päästä kertomaan asioista omin sanoin, ilman toimittajan tulkintoja tai vaikutusta asiaan.

Mikäli kansanedustajille tarjottaisiin enemmän tilaisuuksia esittää asiansa omin sanoin esimerkiksi television suorassa lähetyksessä, saattaisvat edusta- jien käsitykset television kontrolloimattomuudesta vähentyä. Kansanedustajien mielestä asiat saavat televisiossa usein vääränlaiset mittasuhteet, mikä saattaa pahimmassa tapauksessa johtaa julkisuusmylläkän syntyyn. Kansan- edustajat eivät haastatteluissa kuitenkaan usein ottaneet huomioon toimitta- jien näkökulmaa. Toimittajien tehtävänä on välittää katsojille viestejä politi- kasta kriittisesti kyseenalaistaen. Epäilevä toimittajakunta on osa demokratian toimivuutta. Toimituksissa saattaa toisinaan syntyä ylilyöntejä ja asioiden värytyksiä, mikä ei ole luonnotonta, kun on kyse ihmisten toiminnasta. Julki- suusmylläkän syntyminen ei luultavasti ole niin huolestuttavaa kuin se, kuinka kriittisesti katsojat, kuulijat ja lukijat osaavat tietoa suodattaa.

Suorassa lähetyksessä tiedottaminen ei ole tosin aina mahdollista. Iltauutisten aikoihin voidaan toki järjestää tiedotustilaisuuksia, jolloin voidaan toivoa, että esimerkiksi jonkun ministerin haastattelua televisioidaan suorana. Käytännös-

sä toimitukset päättävät itse suorista televisioinneista, minkä vuoksi eduskunnalla, puolueilla tai hallituksella lienee harvoin mahdollisuus kommentoida asioitaan suorassa uutislähetyksessä. Lisäksi suorassa lähetyksessä kommentoiminen vaatii kansanedustajalta esimerkiksi taitoa reagoida nopeasti kysymyksiin ja välittää olennaisin viesti lyhyessä ajassa.

Vaikka kansanedustajien mukaan televisio ei vaikuta eduskunnassa päätettävien asioiden sisältöihin ja lopputulokseen, se vaikuttaa eduskunnan työskentely- ja keskustelutapaan. Koska televisiota pidetään tärkeänä, se on saattanut vaikuttaa esimerkiksi siihen, miten ja milloin asioista tiedotetaan. Monet kansanedustajat olivat samaa mieltä kansanedustaja Claes Anderssonin (1995, Luostarisen 1996, 31 mukaan) näkemyksestä, että media päättää mistä asioista keskustellaan ja miten. Eduskunnan tapa keskustella ja päättää asioista on oltava sopusoinnussa median kanssa. Ilmeisesti eduskunnassa pyritään siihen, että kansalaisilla on oltava mahdollisuus olla selvillä parhailaan käsiteltävistä asioista. Tieto välittyy eduskunnasta kansalaisille paremmin, jos esimerkiksi television työtapoihin mukaudutaan tai tehdään asioista uutisointi televisiolle helpoksi. Tällä tavoin mukaudutaan television medialogiikkaan. Tästä on osoituksena kansanedustajien tavat pyrkiä hyödyntämään televisiota ja kiinnittämään sen huomion.

Yksittäiset kansanedustajat huomioivat televisiota työssään mukauttamalla esiintymistään televisioon sopivaksi, jotta voisivat kiinnittää television huomion. Lisäksi televisiosta on tullut siinä määrin tärkeä kansanedustajien työlle, että edustajat ja eduskuntaryhmät ja puolueet ovat ryhtyneet pohtimaan ja valmistelemaan erityisiä viestintästrategioita. Kansanedustajien näkemysten perusteella voidaan sanoa, että televisio vaikuttaa politiikassa. Television vaikuttavuutta voidaan tarkastella pohtimalla ensinnäkin television roolia politiikassa ja toiseksi television medialogiikan tunkeutumista politiikkaan.

Televisioesiintymistilanteissa kansanedustajat sanoivat käyttävänsä mahdollisimman selkeää, tiivistä ja ytimekästä puhetapaa. Kansanedustajien tarkoituksena on tällä tavoin kyetä viestimään asiansa kuulijoille siten, että se ymmärretään. Edustajat myös tiedostivat sen, että heidän antamiaan lausun-

toja voidaan muokata, jos he eivät itse kykene välittämään keskeisintä viestiä muutamalla konkreettisella virkkeillä. Esiintymistilanteita pyritään ennakoimaan suunnittelemalla strategioita ja kiteyttämällä ydinajatuksat valmiiksi. Television medialogiikka näyttää suosivan myös relationaalista viestintää (ks. esim. Pfau 1990). Joidenkin kansanedustajien mukaan televisio on kiinnostunut viesteistä, joissa edustaja osoittaa suhdetta katsojiin esimerkiksi viestien kohdentamisella ja pukeutumisella. Siten myös visuaalisilla keinoilla pyrittiin mukautumaan television medialogiikkaan. Kärjistyksiä, vastakohtien korostamista, asioiden henkilöimistä ja muita television medialogiikan piirteitä hyödynnettiin myös huomion herättämiseen. Tämä joidenkin kansanedustajien suosima tapa ruokkii politiikan viihteellistymistä: vain kiinnostavat ja erikoiset asiat ovat televisiolle uutisia (vrt. Huovila 1996, 7; Corner 1995, 13).

Television suosimien piirteiden hyödyntämisessä koettiin eniten vaikeuksia kielen ja asioiden yksinkertaistamisessa. Kuten aiemmin jo todettiin, yksinkertaistaminen voi auttaa katsojia asioiden ymmärtämisessä, muttei tee oikeutta asialle itselleen. Kielen yksinkertaistaminen on puolestaan jossain määrin välttämätöntä, koska kaikki katsojat tuskin ymmärtävät politiikan eri alueiden ammattisanastoa. Toisaalta edustajien mielestä media ja katsojat voivat kyseenalaistaa kansanedustajien ammattipätevyyden, jos kieli on helposti ymmärrettävää. Eduskunta on yhteiskunnan eräänlainen auktoriteetti, asioista päättäjä. Ilmeisesti osa kansalaisista odottaa auktoriteettiuden ilmenemistä kansanedustajien puheessa, vaikka viime vuosina auktoriteetteja on pyritty lähinnä kyseenalaistamaan. Television medialogiikan hyödyntämisessä kuin myös puheen tutunomaistamisessa on oltava tarkkana ja huomioitava erilaiset tilanteet (vrt. Suojanen 1997, 75–80).

Jotta televisiota voitaisiin hyödyntää tehokkaasti, jotkut edustajat, eduskuntaryhmät ja puolueet ovat alkaneet miettiä viestintästrategioita. Kansanedustajilla oli myös tarve hallita omaa julkisuuttaan. Vaikka mediasuunnittelua tehdään edustajien keskuudessa usein tiedostamatta, tiedostettua strategian suunnitteluakin oli monilla vireillä. Epävarma muutostilanne on kenties laukaissut tarpeen pohtia viestintästrategioita, joiden uskotaan muiden muassa vähentävän populistisia tapoja herättää television mielenkiinto. Varsinkin eduskunnassa

pitkään olleille edustajille muuttuva tilanne voi olla hämmentävä: perinteiset ajatukset eivät kenties enää päde yhtä hyvin nykyisessä mediaympäristössä kuin aiemmin. Tarvitaan kiinnekohtia, joiden avulla muutosta voidaan hallita ja ymmärtää. Lisäksi strategiat voivat auttaa varsinkin pieniä puolueita hahmottamaan ne tilaisuudet ja asiat, joiden puitteissa puolueen edustajilla on mahdollisuus saada näkemyksensä ja tietonsa julki.

Viestintästrategia voi parhaassa tapauksessa auttaa puoluetta siten, ettei se jää julkisuusvarjoon. Strategioiden tuoma apu riippuu kuitenkin niiden laadusta. Toisaalta strategioihin ja mediasuunnitteluun vivahtava sana saattaa tuoda edustajille samankaltaisia mielikuvia, joita edustajilla oli esimerkiksi esiintymiskoulutuksesta. Viestintästrategia saatetaan yhdistää julkisuutta hinnalla millä hyvänsä tavoitteleviin kansanedustajiin tai esimerkiksi amerikkalaistumiseen.

Kansanedustajien mukautumista televisioon ja sen medialogiikkaan voidaan tarkastella toisesta näkökulmasta, television vaikutuksena politiikkaan. Kirjallisuudessa median roolia politiikassa on kuvailtu kolmella tavalla. Ensimmäisellä tasolla median rooli on nähty neutraalina (Huovila 1996, 7–9), toisella tasolla joukkoviestimet on nähty portinvartijoina (ks. esim. Hood ym. 1997, 12–13) ja kolmannella tasolla ne on nähty aktiivisina vaikuttajina (ks. esim. Nordenstreng 1995, 47). Tätä jaottelua mukailee Aspin ja Esaiassonin (1996, 80–81) kolme politiikan viestinnällistymisen tasoa. Tämän jaottelun mukaan voidaan tarkastella politiikan *televisioitumista* siltä osin kuin politiikalla tarkoitetaan kansanedustajien työtä. Televisio on tämän tutkimuksen perusteella osalle poliitikoista tärkein viestimisväline (1. taso). Televisio voi lisäksi valinnoiltaan ja tulkinnoiltaan vaikuttaa politiikasta välittyviin viesteihin (2. taso).

Kolmannella tasolla yhteiskunta mukautuu joukkoviestimien työrotiineihin ja ehtoihin, medialogiikkaan. Medialogiikka ei ainakaan tämän työn valossa ole kokonaan vallannut poliittista elämää (Altheide & Snow 1991, 100), mutta ainakin television medialogiikka on vaikuttanut poliittiseen elämään kansanedustajien työn tasolla. Tämä työ antaa viitteitä sille, ettei politiikan viestinnällistyminen ja televisioituminen ole mahdollista ainoastaan Yhdysvalloissa vaan myös täällä Suomessa.

Postman (1985, 12) väittää, että Yhdysvalloissa television medialogiikka on tunkeutunut yhteiskunnan piiriin siten, että politiikan sisällöt täytyy muokata televisiolle sopiviin puitteisiin. Suomessa tilanne ei liene näin mustavalkoinen, mutta kansanedustajat toivat selvästi ilmi, että television medialogiikka on vaikuttanut heidän toiminnassaan muuhunkin kuin vain joihinkin esiintymisen piirteisiin. Hyvänä puolena pidettiin sitä, että television medialogiikkaan mukautuminen opettaa ylipäättään selvästi ja ytimekkäästi viestimistä. Huonona puolena nähtiin yhteiskunnallisten ongelmien muokkaaminen televisiokelpoisiksi eli esimerkiksi lyhyesti ja yksinkertaisesti esitettäväksi. Yksinkertaistaminen antaa kansalaisille väärän kuvan asioista. Esimerkiksi tämän vuoksi kansanedustajat toivoivat nopeiden uutisväläysten ja haastattelutuokioiden rinnalle laadukkaita taustoittavia ajankohtaisohjelmia.

Kulttuuriset piirteemme saattavat kuitenkin estää sen, ettei Suomessa kenties koskaan ryhdytä läpinäkyvään medialogiikan hyväksikäyttöön, kuten esimerkiksi vastakkaisen puolueen mustamaalaamiseen televisiojulkisuuden saamiseksi (vrt. Pörhölä, Sallinen & Isotalus 1997, 438–439). Ainakaan puhekuulttuurissamme ei olla konfrontaatiohakuisia. Toisaalta esimerkiksi vaaliväittelyt ovat järjestettyjä, ääntenkeräämisen kannalta ehdokkaille tärkeitä tilaisuuksia, jolloin vastakkaisen puolueen edustajaa saatetaan moittia kovastikin.

Aspin ja Esaiassonin (1996, 88) viestinnällistymisen spiraali on ainakin television osalta tämän tutkimuksen valossa alkanut muodostua. Kansanedustajat ovat jonkin verran mukautuneet television ehtoihin ja tekniikoihin ja oppineet television hyväksikäyttöä. Kenties spiraali voi kehittyä myöhemmin siihen vaiheeseen, että television on hyväksikäytön kehittyessä puolustauduttava poliitikkojen manipulointia vastaan. Tuolloin edustajat tulevat tarvitsemaan yhä jaloitetuimpia keinoja television ja sen myötä katsojien saavuttamiseksi. Toisaalta on muistettava, että uudet tilanteet voivat vaikuttaa muutoksen kulkuun. Esimerkiksi digitaalisen televisio tulo voi sekoittaa hypoteesit ja laskelmat poliittisen viestinnän kehittymisestä.

Vaikka kansanedustajat ovat jonkin verran television työrutiineihin ja ehtoihin mukautuneetkin, ei television huomion tavoittelu ole silti itseisarvo. Toisaalta jo muutama julkisuutta runsaasti tavoitteleva (ja saava) edustaja voi haastattelujen mielestä muovata kaikista edustajista muotoutuvaa kuvaa. Muutamat edustajat olivat huolissaan myös siitä, että kohtuullinen televisioon mukautuminen voi johtaa siihen, että eduskunnassa käsiteltäviä asioita pyritään mukauttamaan televisioon sopiviksi. Silti television ei voida väittää kokonaan tunkeutuneen politiikan saralle (vrt. Atkinson 1984, 165), koska television huomioiminen eduskuntatyössä ja viestinnässä on vain osa edustajien työtä. Lisäksi edustajat suhtautuvat televisioon eri tavoin. Vähemmän tunnetulle edustajalle televisio voi olla muihin tiedotusvälineisiin verrattuna lähes merkityksetön siinä mielessä, että hän itse esiintyy harvoin televisiossa.

Yleensä vain tiedotusvälineissä käsiteltävät asiat nousevat julkisiksi keskustelunaiheiksi. Erästä kansanedustajaa pohditutti, miten käy asioille, jotka eivät julkisuuskynnystä ylitä. Ongelmaa voi lähestyä sekä kansanedustajien että median näkökulmasta. Kansanedustajien olisi pyrittävä tarkkailemaan yhteiskuntaa ja päivittäin ilmeneviä asioita, joista voitaisiin keskustella eduskunnassa. Median olisi puolestaan tarkkailtava sellaisiakin eduskunnassa käsiteltäviä, kansalaisten kannalta tärkeitä asioita, jotka muuten uhkaavat jäädä vaille huomiota. Eri asioiden saama julkisuus riippuu myös toisaalta toimittajien ammattitaidosta ja moraalista, toisaalta kansanedustajien kyvystä viestiä tärkeimmistä asioista niin, että ne saavat julkisuutta.

### **6.3.2 Vihteellistämisen ja henkilöimisen huomioonottaminen**

Haastatteluista nousi selkeästi esille kaksi piirrettä, joita televisio kansanedustajien mielestä korostaa: politiikan vihteellistäminen ja politiikan henkilöiminen. Nämä piirteet ovat kansanedustajien mielestä hallitsevimpiä trendejä politiikassa tällä hetkellä. Molempiin television korostamiin piirteisiin suhtauduttiin pääasiassa varauksellisesti, mutta niistä löydettiin myös kansanedustajien työn kannalta hyödynnettäviä seikkoja. Kansanedustajien haastatteluista voidaan päätellä, että vihteellistäminen ja henkilöiminen ovat lähellä toisiaan.

Asioiden henkilöiminen voi olla joskus viihteellistä, kun joku poliittinen asia henkilöidään esimerkiksi huomiotaherättävään kansanedustajaan, joka on tunnettu julkisuudessa.

Kansanedustajat erottivat politiikan asioiden viihteellistämisen ja politiikkaa tai poliitikoita käsittelevät viihdeohjelmat toisistaan. Kansanedustajien luokittelu- peruste mukailee Helmannin ja Saurin (1988, 19) viihteellistymisen jaottelua. Kansanedustajien näkemykset puoltavat teoriakirjallisuutta siinä, että televisiossa käytetään viihteellisiä piirteitä katsojien houkutteluun (vrt. Alasuutari 1996, 212; Aula 1991, 199). Kansanedustajia ja eduskuntaa käsittelevien asioiden viihteellistäminen on tämän tutkimuksen mukaan yhteydessä television medialogiikkaan. Televisio suosii katsojaa kiinnostavia piirteitä esimerkiksi kansanedustajien esiintymisessä. Cornerin (1995, 13) mukaan televisio on itsessään viihteellinen medialogiikkansa vuoksi. Myös kansanedustajien näkemyksien perusteella voidaan päätellä näin. Medialogiikan, viihteellisten piirteiden ja katsojien välillä on eräänlainen kolmiyhteys. Televisioesiintyjän on suosittava television medialogiikan piirteitä, jotta hän saa julkisuutta. Medialogiikan piirteet, kuten yksinkertaistukset, erimielisyyden osoitukset ja pinnalliset yleistyksiset ovat katsojan kannalta kiinnostavia, viihteellisiä piirteitä. Televisio-ohjelmista puolestaan kiinnostutaan, mikäli niitä on mielekäs ja helppo seurata. Uutinen ei ole uutinen, jollei se kiinnosta (Huovila 1996, 7).

Asioiden viihteellistäminen voi vaikuttaa kansanedustajien haastatteluiden perusteella nähdäkseni siihen, että puitteet kansanedustajien työlle voivat pahimmillaan vääristyä. Tämä voi vaikeuttaa edustajien työtä ja eritoten siitä tiedottamista sekä omien ajatusten esille tuomista – asiaviesteille voi olla vaikeaa saada televisiojulkisuutta. Kansanedustajien voi olla ylipäättään vaikea esiintyä kansalaisille, joilla on vääristynyt kuva siitä, mitä politiikka ja eduskuntatyö on. Jotta television katsojat eivät saisi kansanedustajien työstä ja politiikassa käsiteltävistä asioista virheellistä kuvaa, kansanedustajat toivoivat toimittajilta nykyistä kriittisempää otetta ohjelmien tekoon.

Kansanedustajien ristiriitainen käsitys toimittajien kriittisyydestä tuli esiin eri yhteyksissä. Toisaalta toivottiin, että esimerkiksi eduskunnassa käsiteltävistä

lakiasioista haettaisiin kommentteja edustajien lisäksi niiltä osapuolilta, joita tuleva laki koskee. Kriittisyydellä tarkoitettiin siis asioiden tarkastelun monipuolisuutta. Toisaalta edustajat eivät aina luottaneet toimittajien tapaan harjoittaa kriittisyyttä lausuntojen työstämisessä, vaan jopa uskoivat toimittajien yrittävän vaikuttaa toiminnallaan politiikkaan. Edustajien mielestä toimittajien tulkinnat heidän lausunnoistaan voivat olla joskus harhaanjohtavia tai lausuntoja viihteellistetään esimerkiksi tuomalla esiin vain värikkäät ja ytimekkäästi sanotut seikat. Edustajat toivoivatkin pääsevänsä kertomaan asioista omin sanoin, suorissa lähetyksissä. Tuolloin toimittajien tekemät kriittiset tulkinnat jäisivät kuitenkin tekemättä. Ilmeisesti kansanedustajat toisaalta haluavat asioille kriittisen monipuolista tarkastelua, mutta yrittävät suojella omia lausuntojaan vääriltä tulkinnoilta. Edustajat eivät näytä luottavan toimittajiin. Toisaalta saattaa olla, että edustajat ovat vain tarkkoja siitä, mitä heidän nimissään sanotaan. Edustajille on tärkeää se, millainen kuva heistä ja eduskunnasta julkisuudessa välittyy.

Kriittisyyden käsitettä pohdittiin myös keskusteltaessa kansanedustajien ja toimittajien suhteista. Kansanedustajien mielestä toimittajien ja poliitikoiden suhteet eivät yleisesti ottaen ole aggressiiviset tai huonot – päin vastoin. Kansanedustajilla ja toimittajilla on joskus kiinteitäkin yhteistyösuhteita. Muutamien kansanedustajien mielestä toimittajat ovat joskus hyökkäviä, mikä voisi viitata Watergate-tyyppiseen journalismiin (Aula 1991, 109–205; Moring & Himmelstein 1993, 18–23), muttei siis kriittisyyteen. Nämä tulokset ovat jossain määrin siis vastakkaisia kirjallisuuden esittämien väitteiden kanssa. Tosin teoriaosuudessa kirjallisuuden väitteitä on kritisoitu ja kriittisyyden ja aggressiivisuuden käsitteitä pohdittu.

Politiikan asioiden tai poliitikoiden esiintyminen viihdeohjelmissa koettiin asioiden viihteellistämistä myönteisemmäksi. Vaikka viihdeohjelmatkin voivat antaa asioista vääränlaisen kuvan, niistä on kansanedustajille myös runsaasti hyötyä. Kansanedustaja voi parantaa tunnettavuuttaan ja tuoda esille persoonallisuuttaan viihdeohjelmien avulla. Näistä näkemyksistä voidaan päätellä, että edustajat luottavat viihdeohjelmien ohjelmatyyppiin. Asian ja viihteen erottaminen on edustajille tärkeää: viihdeohjelmien edustaja voidaan silti ottaa

vakavasti ajankohtaisohjelmissa. Edustajat ilmeisesti uskovat, että viihdeohjelmien formaatti "suojelee" heitä. Viihdeohjelmissa voidaan tuoda esille sitä puolta persoonallisuudesta, jota asiayhteyksissä ei näy. Viihde ja asia eivät pääse siten sekoittumaan. Toisaalta runsas viihdeohjelmissa esiintyminen voi myös antaa edustajasta "kevyen" vaikutelman. Parhaimmillaan – ja joidenkin mielestä myös pahimmillaan – viihdeohjelmat voivat auttaa ehdokasta tulemaan valituksi eduskuntaan. Kansanedustajat näyttivät jakaantuvan mielipiteiltään kahteen kategoriaan riippuen siitä, pidettiinkö viihdeohjelmia tarpeellisena politiikalle vai ei.

Politiikan viihteellistymisen uskottiin jossain määrin nakertavan kansanedustajien ja koko eduskunnan uskottavuutta. Puitteet kansanedustajan työlle saattavat vääristyä viihteellistymisen vuoksi. Viihdeohjelmissa esiintyvät kansanedustajat saatetaan leimata pelleiksi, mikä vähentää koko eduskunnan ja politiikan arvostusta. Tämä puolestaan vaikeuttaa kansanedustajien työtä ja siitä viestimistä. Television medialogiikkaan mukautumalla ja viihdettä hyväksikäyttäen voi päästä jopa eduskuntaan. Yleensä kansanedustajat pitivät tätä kehitystä edustajien arvovallan kannalta huolestuttavana. Joidenkin edustajien mielestä esimerkiksi "julkkisedustajat" voivat puolestaan laajentaa politiikasta kiinnostuneiden piiriä, lisätä poliittista osallistumista ja vähentää eduskuntaan kohdistuvaa kritiikkiä.

Asioiden viihteellistäminen voi lisäksi johtaa siihen, että tärkeille asioille ei saada julkisuutta ilman viihteellisiä piirteitä, liittyivät ne sitten huviin tai dramatiikkaan. Toisaalta asioiden viihteellistämisen tai viihdeohjelmien avulla politiikkaa voidaan tuoda lähemmäs katsojia, mikä voi lisätä katsojien kiinnostusta politiikkaan ja kansanedustajien työhön. Yksittäisten edustajien on pohdittava, millaisen kuvan he julkisuudessa haluavat itsestään antaa. Valtiomiesmäiselle asiapoliitikolle voi olla eduksi saada joskus viihdeohjelmassa inhimillisemmät kasvot kun taas joidenkin edustajien tulee varoa leimautumista pelleiksi. Yksittäisten kansanedustajien on tasapainoitettava asijulkisuuden ja viihdejulkisuuden välillä. Kansanedustajat pyrkivät tasapainottelulla kenties säätelemään henkilökuvaansa. Katsojat saattavat muodostaa edustajasta henkilökuvan tekemällä päätelmiä esimerkiksi edustajan työtaidoista, sosiaalisesta kompe-

tenssista ja persoonallisuudesta (ks. Valo 1994, 51–57). Tämän vuoksi on oletettavaa, ettei katsoja kiinnitä huomiotaan ainoastaan esiintyvän kansanedustajan näkemyksiin asioista, vaan tekee luultavasti joka tapauksessa päätelmiä esiintyjästä yleisemällä tasolla. Pelkkää asijulkisuutta lienee siten turha tavoitella siinä toivossa, että kansalaiset tekisivät siten päätelmiä edustajasta ainoastaan hänen työkompetenssinsa perusteella.

Politiikan viihteellistymisellä ja henkilöimisellä on paljon yhteistä. Kansanedustajien näkemyksistä päätellen henkilöiminen voi olla viihteellistämisen alalaji. Henkilöimiseen liittyy medialogiikan ja viihteellistämisen piirteitä: asiat voidaan tehdä mielenkiintoisiksi ja helpoiksi ymmärtää henkilöinnin avulla. Nykyisessä politiikan henkilöimisessä on aiempaan verrattuna uutta se, että televisio voi korostaa ohjelmissaan sellaistaakin kansanedustajaa, joka ei ole merkittävässä asemassa eduskunnassa. Edustaja on saattanut olla jo aiemmin julkisuudesta tuttu tai hän on esiintynyt huomiotaherättävästi tai on muuten poikkeava, esimerkiksi muihin edustajiin verrattuna nuori.

Edustajien keskuudessa ymmärrettiin television tapa henkilöidä politiikkaa, koska kasvottoman päätöksenteon tiedetään olevan mielenkiinnontonta. Asioiden henkilöiminen ja yleensä yksittäisten edustajien korostuminen ei tiedettävästi johdu ainoastaan television tavasta houkutella katsojia ja jäsentää asioita. Henkilöimiselle voi olla yhteiskunnallinen tilaus: jos kansalaiset kokevat puolueiden samankaltaistuvan, voidaan eroja puolueiden välille osoittaa henkilöiden avulla. Joidenkin kansanedustajien näkemykset mukailevat Karvoson (1997, 171) päätelmää siitä, että henkilön avulla asioita voidaan yksinkertaistaa helpommin seurattavaksi. Yleensä televisio henkilöi poliittiset asiat ministereihin, puolueiden puheenjohtajiin tai eduskuntaryhmien puheenjohtajiin. Useat puolueet pyrkivät hyödyntämään henkilöimistä, koska yksikin henkilö voi edistää koko puolueen menestystä. Yleensä puolueen johtohahmot ovat merkittävässä asemassa, koska heidän menestymisensä tai epäonnistumisensa vaikuttaa myös muiden kansanedustajien työskentelyyn. Tämän vuoksi johtohenkilöille esimerkiksi tarjotaan puolueissa usein esiintymis- ja imagokoulutusta. Kansanedustajat ilmeisesti tietävät, että henkilöt voivat pelastaa puolueet, jos kansalaisten puoluesidonnaisuus edelleen vähenee (ks.

Asp & Esaiasson 1996, 76; Graber 1989, 197; Lanzetta ym. 1985, 85; Mancini & Swanson 1996, 14).

Kansanedustajat pohtivat myös tulevia mahdollisuuksia henkilöitymisen hyödyntämiseen. Joidenkin edustajien mielestä henkilöiden avulla voitaisiin jäsentää asioita katsojaa varten. Eri aihealueille on olemassa asiantuntijansa, joiden avulla voidaan pyrkiä profiloitumaan. Asiantuntijan ei tarvitsisi olla aina ministeri, vaan henkilöitymistä voitaisiin ulottaa myös vähemmän tunnettuihin kansanedustajiin. Asiantuntijalla tulisi kuitenkin olla esiintymistaitoja. Joidenkin kansanedustajien mukaan tiettyjä henkilöitä pyritään jo nyt saamaan julkisuuteen, kun toimittajat haluavat tietää esimerkiksi puolueen näkemyksistä jossain puolustuspoliittisessa asiassa. Tuolloin puolueen kannan voi kertoa esimerkiksi edustaja, joka istuu puolustusvaliokunnassa. Puolueiden henkilöstrategia ei kuitenkaan saata välttämättä aina toimia, koska usein toimittajat pyytävät haluamiaan henkilöitä haastatteluun tai keskusteluun.

Vaikka television henkilöimiseen on mukauduttu ja sitä pyritään jossain määrin hyödyntämään, henkilöiminen on koettu myös haitaksi. Kansanedustajien mielestä eduskunnan asioista välitetään usein melko yksipuolinen kuva haastateltaessa jostain asiasta vain yhtä ministeriä. Eduskunnan asiat eivät kuitenkaan usein ole yksiselitteisiä, minkä vuoksi edustajat pitivät tärkeänä, että useiden vähemmän tunnettujenkin edustajien näkemyksiä tiedusteltaisiin. Television trendi henkilöidä asioita vaikuttaa kansanedustajien työhön samantapaisesti kuin viihteellistyminen. Esimerkiksi yhden edustajan esiintyminen voi vaikuttaa useiden kansanedustajien työolosuhteisiin. Henkilöimisen vuoksi asioista saattaa välittyä yksipuolinen kuva, mikä voi tehdä edustajien työn ja siitä viestimisen joskus vaikeaksi.

Kaikenkaikkiaan edustajat ilmeisesti mukautuvat niin viihteellistymiseen kuin henkilöimiseenkin, vaikka kaikista niiden piirteistä ei pidetäkään. Kansanedustajien vastauksista käy kuitenkin ilmi, etteivät he halua olla virran viemänä, vaan olla aktiivisia toimijoita. Tämä käy ilmi siitä, että edustajat pohtivat ja pyrkivät kehittämään tapoja hallita heidän kannaltaan henkilöimisen ja viihteellistämisen huonoja puolia. Poliitiikan ja poliittisen viestinnän tulevaisuu-

desta oltiin myös huolissaan, koska kansalaisten pelättiin tottuvan liian yksinkertaisiin selvityksiin ja helppoihin sekä viihteellisiin politiikan ohjelmiin. Moni vieritti vastuuta toimittajille: ammattitaitoisista ja kriittisistä toimittajista riippuu moni politiikan tulevaisuuden asia. Nähdäkseni edustajilla itselläänkin lienee kykyjä vaikuttaa poliittiseen viestintään televisiossa esimerkiksi ohjelmavalinnoillaan ja esiintymistaidoillaan.

#### **6.4 Kouluttautumisella vastataan haasteisiin**

Tämän tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että televisiotietous ja televisioesiintymistaito ovat melko tärkeitä kansanedustajan työssä. Edustajat eivät voi mielestään vastata media-ajan haasteisiin pelkästään asioiden tuntemuksella. Esiintymistaidot ovat tärkeitä edustajille, kun pyritään välittämään viestejä kansalaisille ja säilyttämään uskottavuus kansalaisten silmissä. Huomiota haluttaisiin mielummin herättää taidokkaalla esiintymisellä kuin viihteellisin keinoin. Toiset uskoivat televisiotietouden kehityvän työn ohessa, toiset halusivat aktiivisesti kehittyä esiintymisessä. Esiintymiskoulutukseen suhtauduttiin kuitenkin ristiriitaisesti. Tämä johtunee siitä, että esiintymiskoulutustarjonta on kirjavaa ja edustajat – sen paremmin kuin kouluttajatkaan – eivät ole selvillä tavoitteista. Kehitetäänkö imagoa, esiintymistä vai molempia?

Kansanedustajien mielestä tiedotusvälineistä erityisesti televisio on luonut tarpeen taidokkaalle esiintymiselle, vaikka esiintymistaidot ovat tarpeen työssä yleensäkin. Kansanedustajat pitivät televisiota tärkeänä työssään, koska sen avulla edustaja voi esimerkiksi lisätä tunnettavuuttaan tai vaikuttaa kansalaisiin tehokkaalla viestinnällä. Siksi televisiotietous ja esiintymistaidot nähdään tärkeinä. Kansanedustajat joutuvat työssään muihinkin televisioesiintymistilanteisiin, minkä vuoksi yleiset esiintymistaidot nähtiin tärkeiksi. Esiintymistaidot ovat toisten edustajien mukaan siten ehdottomasti osa kansanedustajien ammattipätevyyttä. Toiset edustajat eivät kuitenkaan pidä esiintymistaitojen hallintaa välttämättömänä kansanedustajan työlle, vaan lähinnä lisäarvona. Yleiset esiintymistaidot karttuvat päivittäisissä tilanteissa, minkä vuoksi koulutusta ei tarvita.

Jos televisiota halutaan hyödyntää työssä, tarvitaan erityisesti niitä esiintymistaitoja, joita television kuva korostaa. Kansanedustajat pitivät tärkeinä erityisesti nonverbaalisia esiintymistaitoja, koska monien mielestä television kuva ja se, miltä televisiossa näyttää, saattaa vaikuttaa katsojiin puhetta enemmän (ks. esim. Altheide & Snow 1991, 29; Ellis 1989, 160–162; Graber 1989, 202–203.) Myös television medialogiikan suosimat piirteet, kuten esimerkiksi tiivistäminen ja konkretisointi koettiin tärkeiksi hallita.

Esiintymistaitoja tärkeänä pitävät kansanedustajat pitivät myös esiintymiskoulutusta tärkeänä ja suhtautuivat kouluttautumiseen positiivisesti. Edustajien mukaan useimmat puolueet tarjoavat edustajilleen esiintymiskoulutusta ja yksittäisillä edustajilla saattaa olla myös omia konsulttejaan apuna suunnittelemassa ja toteuttamassa viestintästrategiaa. Muutama edustaja oli jopa sitä mieltä, että kansanedustajan kompetenssi määrittää varsinkin tulevaisuudessa televisiossa, mikä on samankaltainen Altheiden ja Snown (1991, 91) näkemysten kanssa. Erään edustajan lause "television kautta tulee se sun uskottavuus tai sitten se, ettei siitä taida olla oikein mihinkään" antaa ymmärtää, etteivät Altheiden ja Snown kuvailut olekaan välttämättä kovin kaukana suomalaisen politiikan nykypäivästä. Haastatteluista kävi ilmi myös se, että esiintymiskoulutusta tarvittaisiin niille, joita televisioesiintymistilanteet jännittävät. Jotkut edustajat kertoivat jännittävänsä televisioituja tilanteita niin, että kokevat sen vuoksi esimerkiksi paneelikeskustelun osaltaan epäonnistuneeksi.

Toisaalta kaikki edustajat eivät nähneet esiintymiskoulutusta kovin tarpeellisenä. Käytyjen esiintymiskoulutusten merkitystä saatettiin vähätellä, koska koulutuksesta ei saatu apua käytäntöön. Perusteluita esiintymiskoulutusten tarpeettomuudelle oli joskus vaikea saada. Voi olla, että esiintymiskoulutuksesta on kielteisiä mielikuvia tai sitä saatetaan vähätellä myös siksi, että kouluttautuminen nähdään häpeällisenä (vrt. Isotalus 1997).

Imagoiden muokkaamisesta kansanedustajilla ei ollut juuri kokemuksia, mutta monet uskoivat imagoasioiden ja esiintymisen sekoittuneen toisiinsa. Esiinty-

mistaitojen kehittämällä on siten yhteys myös imagon kehittymiseen: taidokas esiintyminen voi parantaa henkilön imagoa. Edustajien vastuksista kävi ilmi, että taidokkaan esiintymisen ja hyvän imagon lisäksi on hallittava käsiteltävä asia. Koska edustajien mielestä pelkällä asioiden tuntemuksella ei media-aikana enää pärjätä, on keskityttävä myös viestien tehokkaaseen välittämiseen kansalaisille ja oman uskottavuuden huolehtimiseen. Kokonaisuuden hallinta ja monipuoliset taidot nähtiin tärkeinä: televisioesiintymisen strategiassa asiat, imago ja esiintyminen on saatava toimimaan yhtenäisenä kokonaisuutena.

Juuri imagon muokkauksessa uskottiin olevan kyse persoonallisuuden muovaamisesta. Koska esiintymiskoulutus ja imagokoulutus ovat kuitenkin monien kansanedustajien silmissä lähellä toisiaan, myös esiintymiskoulutuksen uskottiin häivyttävän koulutettavan persoonallisia toimintatapoja. Tämä mielikuva on saattanut syntyä yhdysvaltalaisesta politiikasta, jossa eritoten vaalikampanjoinnissa pohditaan ja määritellään ehdokkaalle esimerkiksi tilanteisiin sopivat vaatteet ja puheenaiheet. Mielikuva on voinut syntyä myös poliittisen viestinnän kirjallisuudesta, joka on suurilta osiltaan pohjoisamerikkalaista. Lisäksi jotkut puolueet ovat käyttäneet amerikkalaisia asiantuntijoita viestintäkonsultteina.

Kun kansanedustajat pohtivat esiintymiskoulutuksen tärkeyttä, he usein käyttivät ilmaisussaan normatiivisia lausumia. Monien edustajien mielestä koulutusta *olisi* hyvä järjestää tai omia viestintätaitojaan *pitäisi* kehittää. Yksi syy normatiivisten lausumien kyttöön voi olla se, että varsinkin paljon julkisuudessa esiintyvät poliitikot ovat usein kiireisimpiä, jolloin kouluttautumiselle voi olla vaikea löytää aikaa. Nämä edustajat tietävät esiintymistaidon tärkeyden, mutteivät ehdi syventyä itsensä kehittämiseen. Vähemmän tunnetut kansanedustajat eivät taas ole niinkään tekemisissä television kanssa, jolloin esiintymistaitojen merkitys työn onnistumiselle ei ole suurehko. Joidenkin edustajien mielestä kouluttautumaan havahdutaan usein vasta vaalikeskusteluiden alla. Erityisesti esiintymiskoulutukseen on panostettu silloin, kun edustajat tarvitsevat valtakunnallista julkisuutta, kuten esimerkiksi viime Eurovaaleissa.

Jotkut edustajat toivoivat koulutuksen olevan jatkuvampaa, koska yksittäisistä kursseista ei oltu paljoa hyödytty ja opit unohtuivat helposti.

Jotkut edustajat vaikuttivat närkeästyneen siihen, että pelkällä sinnikkäällä työnteolla ei saa huomiota ja julkisuutta osakseen. Esiintymistaitojen nähtiin olevan joukko eräänlaisia "vippaskonsteja" (vrt. Atkinson 1984, 165), joiden avulla politiikan julkisuudessa voi edetä ja saavuttaa suosiota. Sekä esiintymiskoulutusta että varsinkin imagon muokkausta pidettiin melko tarpeettomana. Muutamit edustajat uskoivat, että eduskunnassa on luonnostaan hyviä esiintyjä ja ne jotka eivät ole, voivat itse tarkkailla ja pyrkiä kehittämään itseään. Kansanedustajat itse kuvasivat hyvän esiintyjäpolitiikon ominaisuuksia ylimalkaisesti. Mikäli edustajilla ei ole konkreettisia käsityksiä esiintymistaitojen osa-alueesta, tavoitteita omalle kehitykselle voi olla vaikea asettaa. Siten esimerkiksi kansanedustajien ihaillemaa taitoa "välittää itsestään sympaattista ja rehellistä olemusta" saattaa olla mahdotonta tavoitella.

Esiintymistaidon tarve on tämän tutkimuksen valossa noussut melko tärkeäksi tekijäksi modernisoituvassa politiikassa. Kun esimerkiksi puolueuskollisuus on vähentynyt, tiedotusvälineitä tarvitaan yhä enemmän avuksi kansalaisten huomion herättämisessä ja kannatuksen hankkimisessa. Esiintymistaidot ovat monelle edustajalle tarpeellisia, jotta he voivat jatkaa työtään, mutta esiintymistaitojen merkitystä myös kyseenalaistettiin. Ristiriitaisuudet esiintymistaitojen ja -koulutuksen tärkeydessä voivat johtua siitä, että poliittisen viestinnän trendeihin ja muuttuvaan tilanteeseen suhtaudutaan eri tavoin. Kansanedustajat ovat uusien asioiden äärellä, jolloin omat mielikuvat, käsitykset ja kokemukset ovat pohjana näkemyksien rakentamiselle. Selvitytyäkseen on kyettävä hallitsemaan asioita, joita aiemmin on kenties pitänyt mitättöminä ja tämä voi aiheuttaa muutosvastarintaa.

Imago- ja esiintymisasiat vaikuttavat olevan melko epäselviä kansanedustajille. Monet mielipiteet varsinkin imagoiden muokkaamisesta perustuivat vaikutelmiin ja oletuksiin. Mielestäni esiintymiskoulutukselta olisi riisuttava mystinen harso yltään ja pyrittävä erottamaan se imagon muokkaamisesta ja persoonallisuuden muuttamisesta. Ilmeisesti puolueissa ei ole nähty tarpeellisenä

järjestää pitkäjänteistä systemaattista esiintymiskoulutusta. Sen sijaan lyhytkursseja järjestetään varsinkin vaalipaneeleihin ja muihin tärkeisiin televisio-esiintymistilanteisiin osallistuville edustajille. Tämäntyyppinen kouluttautuminen antaa vaikutelman siitä, että esiintymistaidot nähdään kikkoina ja konsteina, jotka opitaan nopeasti.

## **7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTIA**

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kansanedustajien näkemyksiä television vaikutuksesta heidän työssään. Nähdäkseni tavoite saavutettiin: tämä tutkimus onnistui valottamaan niitä televisioon liittyviä seikkoja, jotka ovat merkittäviä kansanedustajan työlle. Television huomioiminen eri tavoin on osa kansanedustajan työtä. Tarkastelua olisi voinut joiltain osin rajata ja keskittyä viiden tutkimuskysymyksen sijasta vaikkapa vain kolmeen. Toisaalta tämän tutkimuksen avulla kansanedustajien työn ja television suhteeseen voidaan luoda yleiskatsaus, jonka avulla aihetta voidaan tarkastella yksityiskohtaisemmin. Tämän työn holistinen lähestymistapa tarjoaa myös monipuoliset lähtökohdat lisätutkimuksia varten.

Tutkielman tekoon vaikutti se, että television merkitystä ei ole tiedettävästi tarkasteltu tästä näkökulmasta. Tutkimusta pyrittiin siksi lähestymään avoimin kysymyksin, joihin etsittiin vastausta laadullisin menetelmin. Teemahaastattelun valinta menetelmäksi oli tutkimuskohdettakin ajatellen onnistunut. Muiden menetelmien avulla ei luultavasti olisi päästy tutustumaan kansanedustajien työhön yhtä läheisesti ja syvällisesti.

Kansanedustajien tavoittaminen ja haastatteluiden sopiminen heidän kanssaan osoittautui luultua työläämmäksi. Vaivannäkö kuitenkin kannatti, koska keskustelut edustajien kanssa olivat avartavia. Keskusteluille onnistuttiin luomaan välitön ilmapiiri, jossa ajatusten ja tunteiden ilmaisu oli helppoa. Kansanedustajat olivat itse kiinnostuneita aiheesta, minkä vuoksi he toivat mielellään esille monia näkemyksiä, niin omiaan kuin muidenkin. Toisaalta haastattelut edustajat ajautuivat joskus puhumaan laajemmin mediaan liitty-

vistä näkökohdista ja ajattelemaan viestinnän merkitystä vaaleissa, vaikka edustajille useasti tähdennettiin, että tarkoituksena on keskustella television merkityksestä ja vaalien välisestä ajasta. Haastatteluajankohtana kevät 1997 ja loppusyksy 1997 olivat otollisia, koska aikaisemmat vaalit olivat jo selvästi takanapäin eikä tulevien vaalien kampanjointia oltu vielä aloitettu. Täten vaaleihin liittyvät ajatukset eivät olleet vielä kovin pinnalla.

Haastatteluiden avulla on saatu arvokasta tietoa kansanedustajien näkemyksistä, joita kansanedustajat tuskin olisivat välittäneet muilla tavoin. Esimerkiksi kyselylomakkeet olisivat luultavimmin hukkuneet kansanedustajien muiden papereiden joukkoon, jolloin vastauksia ei olisi saatu lainkaan tai vastaukset eivät kenties olisi olleet kovin tarkkaan pohdittuja. Lisäksi monet kansanedustajien ajatukset olivat siinäkin mielessä ainutkertaisia, että niitä tuskin kerrottaisiin esimerkiksi toimittajille. Toimittajat kuuluvat kansanedustajien sidosryhmään ja heillä on ammattinsa puolesta vaikutusmahdollisuuksia kansalaisiin nähden, minkä vuoksi kansanedustajat olisivat kenties pidättyväisempiä toimittajille kuin muuten vain asiasta kiinnostuneelle yksittäiselle kansalaiselle.

Työn tuloksiin voi vaikuttaa jonkin verran se, että toisinaan haastattelijan ja haastateltavan käsitteistö ja lähestymistavat asiaan olivat erilaiset. Vaikka pyrin selvittämään, mitä tarkoitan tietyillä käsitteillä, kuten esiintymisellä, edustajat saattoivat silti ajatella asiaa omalla tavallaan. Käsitteiden takana saattavat elää vahvasti edustajien käytännön kokemukset ja työssä saadut tiedot keskustelluista asioista. Siksi luultavasti jokaisen haastatellun edustajan käsitys vaikkapa esiintymiskoulutuksesta on voinut olla hyvinkin erilainen.

Keskustelussa ei voitu myöskään välttyä asioiden yleistykseltä ja pilkkomiselta pienimpiin osa-alueisiin. Esimerkiksi yhteiskunnan kehittymistä eli modernisaatiota jouduttiin käsittelemään jossain määrin pintapuoleisesti ja osa-alueittain. Siten laajasta asiasta yleistämällä annetut vastaukset eivät voi olla yleistettävissä, mihin ei toisaalta tässä työssä pyrittykään. Kunkin teeman alussa kansanedustajilta kysyttiin teemaa lähestyvä lajahko kysymys, jolloin voitiin nähdä, mitkä asiat kansanedustajalle ensimmäisenä tulevat aiheesta mieleen

ja mitä hän kenties painottaa. Tämä tapa osoittautui hyväksi. Toisaalta haastatteluissa ei voitu välttää johdattelua. Tuodessani tarkempia aihepiirejä keskusteltaviksi kansanedustajien puheesta saattoi huomata, etteivät he olleet asiaa tarkemmin ajatelleet. Siksi edustajat saattoivat usein lyhyessä ajassa pohtia asiaa ja kertoa näkemyksensä yleisvaikutelmien perusteella. Edustajat saattoivat ottaa asiaan kannan, joka perusteltiin ylimalkaisesti ilman käytännön esimerkkejä. Haastattelijan tausta viestinnän opiskelijana saattoi myös vaikuttaa vastausten laatuun. Kansanedustajat saattoivat siis miettiä, mikä voisi olla "oikea" vastaus.

Haastatteluiden suunnitteluun ja jossain määrin toteuttamiseenkin vaikutti se, että kansanedustajien työstä oli vaikea muodostaa kuvaa ennen haastatteluja. Edustajien työn periaatteista ja pyrkimyksistä oli annettu joitain kuvauksia kirjallisuudessa (ks. Nousiainen 1992, 185) ja eduskunnan informaatio-sivuilla Internetissä (ks. Suomen Eduskunta), mutta päivittäinen työnkuva jäi jonkin verran hämäräksi. Vasta ensimmäisissä haastatteluissa selvisi, mitä kansanedustajien arkityö voi pitää sisällään. Tämä auttoi myöhemmin muihin haastatteluihin valmistauduttaessa. Yhteistä kansanedustajien työlle ovat juuri nuo laissakin määritellyt tehtävät, kuten valiokuntatyöskentelyyn osallistuminen. Muuten eri edustajilla voi olla melko erilainen työnkuva riippuen kiinnostuksen kohteista ja asioista, joihin haluaa vaikuttaa. Teemahaastattelulle tyypillisellä tavalla haastattelua pyrittiin muutenkin parantamaan kerta kerralta.

Vaikka tämä työ onnistui valottamaan kansanedustajien työn ja television suhdetta vaalien välisenä aikana, täytyisi kansanedustajien työstä eri vaalikauden aikoina saada enemmän tietoa, jotta median ja television mukautumista politiikkaan voitaisiin määritellä tarkemmin. Vaalien alla television huomiota luultavasti tarvitaan enemmän kuin keskellä vaalikautta, mutta myös vaalikauden tapahtumilla ja niistä viestimisellä on merkityksensä. Puolue tai yksittäinen edustaja ei kykene kohentamaan vaalikauden aikana turmeltunutta imagoaan enää viimeisissä vaalipaneeleissa.

Koska monet kansanedustajien työhön vaikuttavat seikat näyttävät elävän murroskautta, olisi jatkotutkimuksissa mielenkiintoista paneutua myös lähem-

min nykyisen yhteiskuntamme ja sen kehityspiirteiden sekä poliittisen viestinnän yhteyksiin. Yhteiskunnan modernisaatiota ja postmodernia yhteiskuntaa on tutkittu paljon, mutta juuri puheviestinnällistä näkökulmaa aiheeseen ei politiikan saralla ole. Tässä työssä käy kuitenkin ilmi, että viestinnällä on muutoksessa merkityksensä. Näyttää jopa siltä, että viestintätaitojen merkitys kansanedustajille kasvaa. Kansanedustajilla näytti olevan myös vahvoja mielenkiintoja esiintymistaitojen ja -koulutuksen tarpeellisuudesta. Tämän vuoksi olisi mielenkiintoista tarkastella lähemmin edustajille tarjottavaa koulutusta ja millaisia yhteyksiä koulutuksella voi olla imagoiden muokkaamiseen tai käsitykseen siitä, että suomalainen politiikka amerikkalaistuu.

**KIRJALLISUUS**

Alasuutari, P. 1994. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino

Alasuutari, P. 1996. Toinen tasavalta. Suomi 1946–1994. Tampere: Vastapaino.

Altheide, D. L. & R. P. Snow 1979. Media logic. Beverly Hills: Sage.

Altheide, D. L. & R. P. Snow 1991. Media worlds in the postjournalism era. New York: Walter de Gruyter.

Atkinson, M. 1984. Our masters' voices. The language and body language of politics. London: Routledge.

Asp, K. 1986. Mäktiga mass medier. Studier i politisk opinionsbildning. Stockholm: Akademilitteratur.

Asp, K. & P. Esaiasson 1996. The modernization of swedish campaigns: Individualization, professionalization, and medialization. Teoksessa D. L. Swanson & P. Mancini (toim.) Politics, media, and modern democracy. Westpoint: Praeger.

Aula, M-K. 1991. Poliitikkojen ja toimittajien suhteet murroksessa. Helsinki: Yleisradio.

Beck, U. 1993. Risk society. Towards a new modernity (2. painos). London: Sage

Beck, U. 1994. Poliitiikan uudelleen keksiminen. Teoksessa U. Beck, A. Giddens & S. Lash: Nykyajan jäljillä. Jyväskylä: Gummerus.

- Beck, U., A. Giddens & S. Lash 1994. Reflexive modernization. Politics, tradition and aesthetics in the modern social order. Cambridge: Polity Press.
- Blumler, J. 1990. Elections, the media, and the modern publicity process. Teoksessa M. Ferguson (toim.) Public communication. The new imperatives. London: Sage.
- Blumler, J.G. & M. Gurevitch 1996. Media change and social change: Linkages and junctures. Teoksessa Curran, J. & M. Gurevitch (toim.) Mass media and society. Toinen painos. London: Arnold.
- Bryman, A. 1988. Quantity and quality in social research. London: Unwin Hyman.
- Borg, S. 1996. Velvollisuus vaikuttaa. Tutkimus suomalaisten äänestysosallistumisen perusteista ja eduskuntavaalien äänestysprosentin laskusta. Tampereen yliopisto. Acta Universitatis Tampereensis 491.
- Burgoon, J. & J. Hale 1984. The fundamental topoi of relational communication. Communication Monographs 51, 193–214.
- Corner, J. 1995. Television form and public address. London: Edward Arnold.
- Corner, J. 1997. Television in theory. Media, Culture & Society 19, 247–262.
- Cundy, D. T. 1994. Televised news, trait inferences, and support for political figures. Journal of Broadcasting & Electronic Media 38, 49–65.
- Dahl, H. F. 1995. Interplay between media and democracy. Teoksessa K. E. Gustafsson (toim.) Media structure and the state. Concepts, issues, measures. Publications of the Mass Media Research Unit 7. Göteborg: Göteborg University.

Dahlgren, P. 1995. Television and the public sphere. Citizenship, democracy and the media. London: Sage.

Ekholm, K., A. Haasio & R. Heinisuo 1995. Tiedon valtatiet. Jyväskylä: Gummerus.

Ellis, J. 1989. Visible fictions. Cinema, television, video. London: Routledge.

Fiske, J. 1991. Television Culture (4. Painos). London: Routledge.

Gibbins, J.R. 1989. Contemporary political culture: an introduction. Teoksessa J. R. Gibbins (toim.) Contemporary political culture. Politics in a postmodern age. London: Sage.

Giddens, A. 1990. The consequences of modernity. Cambridge: Polity Press.

Graber, D. 1989. Mass media and American politics (3. Painos). Washington: Congressional Quarterly Press.

Gronbeck, B. C. 1990. Popular culture, media, and political communication. Teoksessa D. L. Swanson & D. Nimmo (toim.) New directions in political communication. A resource book. California: Sage.

Hadenius, S. 1992. Vulnerable values in a changing political and media system: The case of Sweden. Teoksessa J. G. Blumler (toim.) Television and the public interest. Vulnerable values in West European broadcasting. London: Sage.

Hall, S., D. Held & G. McLennan 1992. Introduction. Teoksessa S. Hall, D. Held & T. McGrew (toim.) Modernity and its futures. Cambridge: Polity Press.

Hellman, H. & T. Sauri 1988. Suomalainen prime-time. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 10.

Hellweg, S. A., M. Pfau & S. R. Brydon 1992. Televised presidential debates. Advocacy in contemporary America. New York: Praeger.

Hirsjärvi, S. & H. Hurme 1982. Teemahaastattelu. Helsinki: Gaudeamus.

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

Hood, S. & T. Tabary-Peterssen 1997. On television. Neljäs painos. London: Pluto Press.

Horton, D. & R.R. Wohl (1956) 1986. Mass communication and parasocial interaction: Observation on intimacy at a distance. Teoksessa G. Gumpert & R. Cathcart (toim.) Inter/Media. Interpersonal communication in a media world. New York: Oxford University Press.

Huovila, T. 1996. Toimittaja – vastuussa oleellisesta muutoksessa. Jyväskylän yliopisto: Viestintätieteiden laitos.

Infante, D. A., A.S. Rancer & D. F. Womack 1993. Building communication theory. Prospect Heights: Waveland Press.

Isotalus, P. 1995. Mitä esiintymistaito on? Puhetaiteen, yleisöpuheen ja mediaesiintymisen yhteisiä piirteitä etsimässä. Teoksessa M. Valo (toim.) Haasteita puheviestinnän opetukseen. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 14.

Isotalus, P. 1996a. Toimittaja kuvaruudussa. Televisioesiintyminen vuoro-vaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä Studies in Communication 5.

Isotalus, P. 1996b. Vaalikeskustelu ylittää uutiskynnyksen. Mitä sanomalehdet kirjoittavat television vaaliohjelmista? Poliitikko 38, 229–239.

Isotalus, P. 1997. Häpeällinen televisioesiintyminen. *Tiedotustutkimus* 20, 83–85.

Isotalus, P. & M. Pörhölä 1994. Mikä presidenttiehdokkaiden televisio-keskustelussa kiinnostaa nuoria? *Politiikka* 36, 272–282.

Jameson, F. 1991. *Postmodern, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke University Press.

Kanerva, J. 1994. "Ryvettymisen hyvä puoli". *Suomalainen politiikka ja poliitikot televisiossa*. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 40.

Karttunen, S. 1996. *Televisio. Suomessa liikkuvat kuvat. Kulttuuri ja viestintä 1*. Helsinki: Tilastokeskus.

Karvonen, E. 1997. *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Tampereen yliopisto. *Acta Universitatis Tamperensis* 544.

Kemiläinen, M. 1997. *TV-tutusta euroedustajaksi? Parasosiaalisen suhteen yhteys äänestyspäätökseen*. Journalistiikan pro gradu -työ. Jyväskylän yliopisto: Viestintätieteiden laitos.

Keskinen, A. 1995. Johdanto. Teoksessa A. Keskinen (toim.) *Teledemokratia. Tietoverkot ja yhteiskunta*. Helsinki: Painatuskeskus.

Kirchheimer, O. 1966. The transformation of Western European party systems. Teoksessa J. LaPalombara & M. Weiner (toim.) *Political parties and political development*. Princeton University Press: Princeton.

Klapper, J. T. 1960. *The effects of mass communication*. Glencoe, IL: Free Press.

Kohvakka, R. & T. Sauri. 1995. Televisio. Joukkoviestintätalasto. Kulttuuri ja viestintä 2. Helsinki: Tilastokeskus.

Kirchheimer, O. 1966. The transformation of the western european party systems. Teoksessa J. Lapalombara & M. Weiner (toim.) Political parties and political development. Princeton: Princeton University Press.

Kivikuru, U. 1995. Journalismin tutkimus. Teoksessa E. Sana (toim.) Tietopista mediapeliin. Juva: WSOY.

Lanzetta, J. T., D. G. Sullivan, R. D. Masters & G. S. McHugo 1985. Emotional and cognitive responses to televised images of political leaders. Teoksessa S. Kraus & R. M. Perloff (toim.) Mass media and political thought. An information-processing approach. Beverly Hills: Sage.

Leiwo, M. 1988. Kuinka Koivisto vakuutti äänestäjät presidentin valitsijamiesvaalien vaalitentissä 1982? *Politiikka* 30, 116–124.

Leiwo, M. 1995. Presidentinvaalit näyttämöllä. Ovatko vaalit medianäytelmä? *Tiedotustutkimus* 18, 37–44.

Lyon, D. 1988. The information society. Issues and illusions. Cambridge: Polity Press.

Luostarinen, H. 1996. Citizen Kane ja infokratia. Kriitikot, motiivit ja keinot. Teoksessa H. Luostarinen, U. Kivikuru & M. Ukkola (toim.) *Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulmia*. Jyväskylä: Gummerus.

Maarek, P. J. 1995. Political marketing and communication. London: John Libbey & co.

Mancini, P. & D. L. Swanson 1996. Politics, media, and modern democracy: Introduction. Teoksessa D. L. Swanson & P. Mancini (toim.) *Politics, media, and modern democracy*. Westport: Praeger.

McNair, B. 1995. An introduction to political communication. London: Routledge.

Miles, M. B. & A. M. Huberman 1994. Qualitative data analysis. Toinen painos. Thousand Oaks: Sage.

Moring, T. & H. Himmelstein 1993. Poliitikkaa riisuttuna. Helsinki: Yleisradio.

Morley, D. 1990. The construction of everyday life: Political communication and domestic media. Teoksessa: D. L. Swanson & D. Nimmo (toim.) New directions in political communication. A resource book. Newbury Park: Sage.

Murdock, G. 1993. Communication and the constitution of modernity. Media, Culture and Society 15, 521–539.

Negrine, R. 1996. The communication of politics. London: Sage.

Newcomb, H. 1987. Toward a television aesthetic. Teoksessa H. Newcomb (toim.) Television. The critical view. New York: Oxford University Press.

Niiniluoto, I. 1996. Informaatio, tieto ja yhteiskunta. Filosofinen käsiteanalyysi. Viides painos. Helsinki: Edita.

Nordenstreng, K. 1995. Median tehtävät yhteiskunnassa. Teoksessa E. Sana (toim.) Tieto-opista mediapeliin. Juva: WSOY.

Nousiainen, J. 1992. Suomen poliittinen järjestelmä. Juva: WSOY.

Oksanen, M. 1986. Viestintäkulttuuri, televisio ja radio. Helsinki: Yleisradio.

Pekonen, K. 1991. Symbolinen modernissa politiikassa. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 25.

- Pekonen, K. 1995. Finnish voters and the personification of politics. Teoksessa S. Borg & R. Sänkiaho (toim.) *The Finnish voter*. Tampere: The Finnish Political Science Association.
- Pekonen, K. 1997. Puoluevastainen mieliala Suomessa. *Politiikka* 39, 14–29.
- Pfau, M. 1990. A channel approach to television influence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 34, 195–214.
- Pfau, M. & J. G. Kang 1991. The impact of relational messages on candidate influence in televised political debates. *Communication Studies* 42, 114–128.
- Pfau, M., T. Diedrich, K. M. Larson & K. M. Van Winkle 1993. Relational and competence perceptions of presidential candidates during primary election campaigns. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 37: 275–292.
- Porter, M. 1985. *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. Free Press: New York.
- Postman, N. 1985. *Huvitamme itsemme hengiltä. Julkinen keskustelu viihteen valtakaudella*. Porvoo: WSOY.
- Pörhölä, M., A. Sallinen & P. Isotalus 1997. Culture as communication context: Finnish cultural characteristics in political television programs. Teoksessa J. L. Owen (toim.) *Context and communication behavior*. Reno, NV: Context Press.
- Ramsden, G. P. 1996. Media coverage of issues and candidates: What balance is appropriate in a democracy? *Political Science Quarterly* 1, 65–81.
- Roscoe, J., H. Marshall & K. Gleeson 1995. The television audience: A reconsideration of the taken-for-granted terms "active", "social" and "critical". *European Journal of Communication* 10, 87–108.

Sallinen-Kuparinen, A. 1987. Televisioesiintyminen, mediaretoriikka ja poliittinen vaikuttaminen. *Politiikka* 29, 120–133.

Sauri, T. 1998. Sanomalehdet. Tilastotietoja joukkoviestinnästä. *Joukkoviestimet 1998. Kulttuuri ja viestintä 1*. Helsinki: Tilastokeskus.

Snow, R. P. 1983. *Creating media culture*. Beverly Hills: Sage.

Steinbock, D. 1990. Poliittinen tv-dramaturgia. Esseitä politiikasta ja dramaurgisesta sosiologiasta. Helsinki: Yleisradio.

Suhonen, P. 1997. The media, polls, and political process. The case of Finland. *European Journal of Communication* 12, 219–238.

Suojanen, P. 1997. Etnografisia havaintoja politiikan ja uskonnon ammattikielistä Suomessa. Suostuttelevan viestinnän valta. Teoksessa M. Mälkiä & J. Stenvall (toim.) *Kielen vallassa. Näkökulmia politiikan, uskonnon ja julkishallinnon kieleen*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Suomen Eduskunta. Eduskunta ja sen toiminta. Helsinki: Eduskunnan tiedotusyksikkö, 1998 [online]. Saatavilla [www-muodossa:](http://www.eduskunta.fi/fakta/opas/tiedotus/esite.htm)  
<URL:<http://www.eduskunta.fi/fakta/opas/tiedotus/esite.htm>>

Sänkiaho, R. 1995. The social basis for party support. Teoksessa S. Borg & R. Sänkiaho (toim.) *The finnish voter*. Tampere: The Finnish Political Science Association.

Trent, J. S. & R. V. Friedenberg 1991. *Political campaign communication. Principles and practices*. New York: Praeger.

Uimonen, R. & E. Ikävalko 1996. *Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan?* Helsinki: Inforviestintä.

Uusitalo, O. 1994. Kuluttajuus ja ympäristö. Teoksessa T. Takala (toim.)  
Esseitä taloudesta, johtamisesta ja ympäristöstä. Jyväskylän yliopisto:  
Taloustieteen laitoksen julkaisuja 96.

Valo, M. 1994. Käsitteet ja vaikutelmat äänestä. Jyväskylän yliopisto. *Studia  
Philologica Jyväskyläensia* 33.

Valo, M. 1995. Taidot puheviestinnän opetuksessa ja tutkimuksessa.  
Teoksessa M. Valo (toim.) *Haasteita puheviestinnän opetukseen*. Jyväskylän  
yliopisto. *Viestintätieteiden laitoksen julkaisuja* 14.

van Dijk, J. A.G.M. 1993. Communication networks and modernization.  
*Communication Research* 20, 384–407.

Virolainen, J. 1996. *Politiikan puolustus. Pohdintoja Suomen poliittisesta  
järjestelmästä ja sen toteuttajista*. Helsinki: Otava.

**Teemahaastattelurunko:****1. Kansanedustajien näkemys siitä, millainen merkitys televisiolla on yleensä politiikan viestijänä. Kysymyksiä esimerkiksi:**

- Mikä on television merkitys politiikalle nykyään? Miksi?
- Onko television merkitys politiikalle lisääntynyt vai vähentynyt? Missä se näkyy?
- Ovatko yhteiskunnalliset tekijät vaikuttaneet television asemaan nykypolitiikassa? Mitkä tekijät? Miten vaikuttaneet?
- Mikä on television asema politiikan viestijänä verrattuna muihin tiedotusvälineisiin? Miten televisio eroaa suhteessa muihin tiedotusvälineisiin?

**2. Huomioidaanko televisiota yleensä eduskuntatyössä ja huomioiko kansanedustaja itse sitä? Kysymyksiä esimerkiksi:**

- Näkyykö television merkitys poliittisten asiakysymysten käsittelyssä eduskunta- ja puolueutyössä? Jos näkyy, niin miten?
- Miten tärkeää on, että eduskunnassa päätetyt asiat välittyvät katsojille nopeasti? Miksi?
- Otatteko katsojaa huomioon televisiossa esiintyessänne? Miten?

**3. Korostaako televisio jotain piirteitä politiikasta yleensä ja kansanedustajista sekä heidän työstään? Kysymyksiä esimerkiksi:**

- Millaisen kuvan televisio antaa kansanedustajan työstä? Korostaako televisio jotain piirteitä? Jos, niin mitä?
- Millaista politiikan televisioiminen on? Onko se esimerkiksi asiapitoista ja monipuolista?
- Onko politiikan televisiointi henkilöitynyt? Jos on, mistä henkilöityminen johtuu?
- Miten televisiotoimittajat suhtautuvat kansanedustajiin?

**4. Televisio-ohjelmatyyppien mukaiset korostukset. Kysymyksiä esimerkiksi:**

Uutis- ja ajankohtaisohjelmat: Millaista politiikan uutisointi on? Millaisia ovat ne ajankohtaisohjelmat, joissa politiikkaa, kansanedustajia ja heidän työtään käsitellään? Mikä uutis- ja ajankohtaisohjelmien merkitys on politiikalle ja kansanedustajien työlle? Miten kansanedustaja pystyy ylittämään uutiskynnyksen?

Viihdeohjelmat: Mitä mieltä kansanedustaja on poliitikkojen esiintymisestä viihdeohjelmissa? Vaikuttaako politiikan käsittely viihdeohjelmissa kansanedustajien työhön tai kenties jopa vaaleihin? Voiko kansanedustajan imago kärsiä viihdeohjelmissa?

Televisioidut kyselytunnit: Mitä mieltä kansanedustaja on kyselytuntien televisioinnista? Onko se tärkeää? Ovatko kyselytuntien televisioinnit vaikuttaneet kansanedustajien työskentelyyn? Jos ovat, niin miten? Mitä etua tai haittaa televisioidusta kyselytunnista on kansanedustajalle?

**5. Asettaako televisio haasteita kansanedustajan mediatietoudelle ja esiintymistaidolle? Kysymyksiä esimerkiksi:**

- Tulisiko kansanedustajan tietää jotain televisiosta, jotta hän voisi hyödyntää sitä parhaalla mahdollisella tavalla?
- Kehitättkö tietouttanne mediasta ja televisiosta? Miten?
- Tarvitseeko kansanedustaja esiintymiskoulutusta? Jos tarvitsee, niin millaista? Mitä hyötyä hyvästä televisioesiintymistaidosta voi olla?
- Saavatko kansanedustajat esiintymiskoulutusta? Jos niin millaista?
- Millainen on hyvä esiintyjäpoliitikko?
- Millaisia kokemuksia teillä on televisioesiintymisestä? Mitä ajattelette omasta esiintymisestäänne?
- Kiinnitetäänkö puolueissa huomiota edustajien imagoon? Jos kiinnitetään, niin miten?

**Tulevaisuudennäkymiä:**

- Tuleeko television merkitys kansanedustajien työlle muuttumaan?
- Amerikkalaistuuko suomalainen politiikka?
- Huolestuttaako joku asia tulevaisuudessa?