JYX JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

This is a self-archived version of an original article. This version may differ from the original in pagination and typographic details.

Author(s): Kannasto, Elisa; Reinikainen, Hanna

Title: Maailman nuorimmasta pääministeristä Bile-Sannaksi

Year: 2022

Version: Published version

Copyright: © Kirjoittajat, 2022

Rights: CC BY-NC-ND 4.0

Rights url: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Please cite the original version:

Kannasto, E., & Reinikainen, H. (2022, 6.9.2022). Maailman nuorimmasta pääministeristä Bile-Sannaksi. Politiikasta. https://politiikasta.fi/maailman-nuorimmasta-paaministerista-bile-sannaksi/

Politiikasta
Tutkimuksesta ajankohtaisesti ja ajattomasti

Maailman nuorimmasta pääministeristä Bile-Sannaksi

6.9.2022 / Kirjoittaja Elisa Kannasto ja Hanna Reinikainen / Artikkelit / demokratia, julkisuus, media, pääministeri, Suomi / 6 minuutiksi luettavaa

Pääministeri Sanna Marinin ympärillä elokuussa vellonutta mediakohua tulee arvioida osana laajempaa kertomusta poikkeuksellista mediahuomiota nauttineesta pääministeristä. Kertomus Marinista on rakentunut sekä

perinteisessä että sosiaalisessa mediassa, ja siinä vuorottelevat niin poliittiset kuin intiimitkin kuvastot.

Pääministeri **Sanna Marin** edustaa uuden ajan poliitikkoa, jonka mediakehykset rakentuvat jossain muualla kuin tiedotustilaisuuksissa ja istuntosalissa. Marinin henkilöbrändi näyttäytyy kansainvälisesti ihasteltuna, kansallisesti kiistanalaisena, pääministeriroolin ja henkilökohtaisen elämän ristitulessa tasapainoilevana nuorena naisena, jonka elämään kuuluvat niin perhe, liikuntaharrastukset, juhlinta kuin politiikalle omistautuminenkin.

Hahmona Mariniin yhdistyy täten useampia mediahuomiota ruokkivia elementtejä. Kohuilta ei siis vältytä – varsinkin kun pääministeri itsekin ilmaisee haluavansa ravistella instituutiota ja perinteisiä viestintäkäytänteitä.

Pääministerin julkikuvaan liittyvät suomalaisessa mediassa hänestä kerrottu tarina, kansainvälinen mediahuomio, hänen itsensä tuottama sosiaalisen median sisältö sekä hänen julkiset esiintymisensä sekä näiden kaikkien yhteydessä ja ulkopuolella käyty kansalaiskeskustelu. Tähän kontekstiin pääministeriä ympäröinyt uusin mediakohu tulee myös asettaa.

Poikkeuksellinen julkisuus

Koko pääministerikautensa ajan Marin on nauttinut valtavaa lisättyä julkisuutta – niin hyvässä kuin pahassa. Yleisön ja median kiinnostus Marinia kohtaan ilmentää politiikan henkilöitymistä, jossa yksittäiset poliitikot ja heihin liittyvä kiinnostus vievät huomiota politiikan asiakysymyksiltä. Pääministerin kohdalla on välillä vaikea erottaa henkilökohtaista ja yksityistä hänen poliittisesta roolistaan.

Onkin kysyttävä, voiko poliitikolla olla puhtaasti ammatillista roolia, johon tämän yksityiselämä ei vaikuta – erityisesti, kun kyse on yhdestä maan tunnetuimmista johtavista poliitikoista. Samaan aikaan kun puolue ja pääministeri itse toivovat keskittymistä asiakysymyksiin, Marinin vapaa-ajasta kertovat otsikot myyvät ja osittain keräävät poliitikon sosiaalisen median tileille seuraajia, jotka eivät tyypillisesti seuraa politiikkaa.

Näin Marinin henkilöbrändi suorastaan ruokkii sekä perinteisen että sosiaalisen median toimintalogiikkaa. Esimerkiksi sosiaalisen median kuvapalvelussa Instagramissa Marinin tilin seuraajamäärä on noussut suomalaiselle poliitikolle poikkeuksellisen suureksi: vielä kesällä seuraajia oli reilut 700 000, nyt kirjoitushetkellä tilillä on jo lähes miljoonaa seuraajaa.

> *Yleisön ja median kiinnostus Marinia kohtaan ilmentää politiikan henkilöitymistä, jossa yksittäiset poliitikot ja heihin liittyvä kiinnostus vievät huomiota politiikan asiakysymyksiltä.*

Lisääntynyt kiinnostus henkilöitä kohtaan lisää myös poliitikkojen henkilöbrändäyksen tarvetta. Yksittäiseen poliitikkoon liitetyistä ominaisuuksista ja asioista tulee merkittäviä erottautumistekijöitä ja jopa äänestyspäätöksiin vaikuttavia myyntiargumentteja. Sosiaalisen median on arvioitu lisäävän tarvetta tällaiselle henkilöbrändien korostumiselle,

sillä henkilökohtaisen ja henkilöiden kautta toteutetun viestinnän on huomattu sitouttavan enemmän yleisöjä kuin organisaatioiden tavoitteleman huomion.

Uudenlainen toimintalogiikka saattaa johtaa siihen, että esimerkiksi puolueiden viestintää toteutetaan organisaatiotilien sijaan yhä enemmän puolueiden puheenjohtajien tai muiden näkyvien poliitikkojen julkisilla tileillä. Tämä puolestaan asettaa poliitikoille vaatimuksen näkyä ja viestiä sosiaalisessa mediassa, jossa julkisuus on toisaalta omissa käsissä, mutta toisaalta täysin yleisöjen armoilla.

Myös Marinin kohdalla on nähty molempia ulottuvuuksia sosiaalisesta mediasta poliitikon näkökulmasta. Yleistä mielipidettä poliitikosta ei voida arvioida yksinkertaisesti äänekkäimpien keskustelijoiden tai päivän uutisotsikoiden perusteella.

Omaa ja journalistista mediasisältöä

Marinin pääministerikausi käynnistyi poikkeuksellisen laajalla mediahuomiolla sekä Suomessa että ulkomailla. Heti alussa huomio kiinnittyi politiikan sijaan usein pääministerin ulkonäköön ja vaatevalintoihin. Pikkuhiljaa Marin toi Instagram-tililleen enemmän henkilökohtaista elämäänsä, ja se alkoi profiloitua myös politiikan ulkopuolista elämää kuvaavaksi julkiseksi kanavaksi.

Sosiaalisen median kautta pääministeri tavoitti erityisesti nuorta yleisöä. Toisaalta myös kansainvälinen kiinnostus häntä kohtaan kasvoi nimenomaan hänen aktiivisen Instagramin käyttönsä myötä.

Lisääntynyt kiinnostus pääministeriä kohtaan alkoi kuitenkin nostaa ihailun lisäksi myös kohuja ja kriittisiä ääniä sekä pääministeriroolia että Marinin vapaa-ajan toimintaa kohtaan niin sosiaalisessa mediassa kuin perinteisissä tiedotusvälineissäkin.

> *Viestintä Marinin ympärillä ja hänen omissa sisällöissään on koko pääministerikauden aikana vaikuttanut pikemminkin satunnaiselta kuin strategisen hallitulta*.

Instagram-tilillään pääministeri Marin hyödynsi alustalle tyypillisiä viestintäkonventioita, mutta yleisö ja perinteinen media tarkastelivat hänen toimintaansa sosiaalisessa mediassa enemmän hänen edustamansa instituution kautta. Vertailupohjaa ei ollut, sillä toistaiseksi Suomessa ei olla nähty vastaavanlaista Instagram-sisältöä poliitikoilta – etenkään näin korkeassa asemassa olevilta.

Viestintä Marinin ympärillä ja hänen omissa sisällöissään on koko pääministerikauden aikana vaikuttanut pikemminkin satunnaiselta kuin strategisen hallitulta. Hän on myös itse korostanut, ettei hänen päivityksissään ole määrätietoista suunnitelmaa. Hänen Instagram-tilillään on pääosin nähty suomalaisille poliitikoille tyypillisiä päivityksiä, joissa esiinnytään virallisissa edustustilanteissa. Henkilöitymiskehityksestä huolimatta myös tutkimuksissa on arvioitu poliitikkojen luottamuksen rakentuvan Suomessa tämän tyyppisen sisällön avulla Instagramissa.

Välillä kuitenkin Marinin Instagramin tarinatoiminnon sisällöissä on nähty henkilökohtaisempia ja spontaaneja, jopa turhautuneita päivityksiä, joita on tulkittu vastauksiksi kohujen aiheuttamiin reaktioihin.

Kansainvälinen huomio pääministerin brändin kilpenä?

Kun Suomessa on pohdittu rajoja sille, millaisena ja kenen kanssa pääministeri saa näyttäytyä, millaisia mediajuttuja kansa hänestä haluaa lukea, millaisia sosiaalisen median sisältöjä hänen pitäisi tuottaa ja missä määrin hänestä henkilönä on sopivaa keskustella, kansainvälinen media on rakentanut Marinista omaa kertomustaan.

Kansainvälisessä mediassa on lähes poikkeuksetta ihailtu hänen edustavuuttaan ja kautensa alussa hänestä kirjoitettiin esimerkiksi Vogue-lehteen laaja henkilökuva.

> *Edes kohuotsikot pääministerin vapaa-ajasta eivät ole kansainvälisessä julkisuudessa kääntyneet paheksuviksi.*

Kuluvan vuoden toukokuussa pääministerin kuvattiin Suomen MM-jääkiekko-ottelun katsomossa juhlimassa maalia viinilasin kanssa. Kuvat levisivät nopeasti kansainvälisessä lehdistössä, ja sosiaaliseen mediaan alkoi ilmaantua kuvasta tehtailtuja meemejä, joissa kuvattiin “maailman onnellisimman kansan johtavaa poliitikkoa”.

Edes kohuotsikot pääministerin vapaa-ajasta eivät ole kansainvälisessä julkisuudessa kääntyneet paheksuviksi.

Elokuinen juhlavideokohu nousi ykkösuutiseksi useassa maassa. Monessa niistä uutisoinnin sävy oli kohun suhteen lähinnä ihmettelevä. Pääministeri Marin sai jälleen osakseen pääasiassa ihailua ja hänen bilevideoitaan vertailtiin muiden poliitikkojen, kuten esimerkiksi Britannian väistyvän pääministerin **Boris Johnsonin**, tanssilattiaotoksiin.

Samaan aikaan kun Suomessa pohdittiin pääministerin uskottavuuden heikkenemistä, kansainvälisessä mediassa pikemminkin idolisoitiin ”coolia” Marinia. Myös kansainvälisesti tunnettujen poliitikkojen, kuten **Hillary Clintonin** ja kongressiedustaja **Alexandria Ocasio-Cortezin** sosiaalisen median välityksellä osoittama tuki lisäsi kansainvälistä huomiota.

Sanna Marin brändinä

Pääministeri Marinin kohdalla politiikan henkilöityminen on ollut erityisen voimakasta kahdella tavalla: lisääntyneenä kiinnostuksena häneen johtavana poliitikkona sekä häntä kohtaan yksityishenkilönä. Marinin saama mediahuomio ja hänestä sosiaalisessa mediassa käytävä keskustelu on usein intensiivistä. Vaikka Marin on halunnut tulla nähdyksi nimenomaan asiapoliitikkona, on häneen kiinnittynyt huomio liittynyt vahvasti myös hänen henkilökohtaisiin ominaisuuksiinsa ja elämäänsä.

Vaikuttaa selvältä, että poliittiset asiakysymykset ovat näin jääneet osittain yksityisen ja henkilökohtaisen sisällön uutisoinnin varjoon. Samaan aikaan kiinnostus Marinia kohtaan on

kuitenkin saattanut lisätä esimerkiksi kansainvälistä huomiota Suomelle ja kiinnostusta politiikkaa kohtaan myös Suomen sisällä.

Henkilönä ja hahmona Marin on kiinnostanut kansainvälistä mediaa poikkeuksellisen paljon ja jakanut mielipiteitä sekä puolueensa sisällä että sen ulkopuolella. Mariniin liittyviä mediakohuja ja sosiaalisen median keskusteluja yhdistää niiden monikerroksellisuus. Ei ole kyse vain vallasta, poliittisista rooleista, asemasta tai poliitikon toiminnan arvioinnista, vaan myös julkisuudesta ja sen hallinnasta, turvallisuudesta ja jopa kaupallisuudesta, kun pääministeri on tullut yhdistetyksi sosiaalisen median vaikuttajiin.

> *Poliitikolle lisätty arvo voi muodostua esimerkiksi lisääntyneen kiinnostuksen, mediahuomion ja suosion kautta. Silloin kriittisetkään äänet eivät välttämättä ole huono asia.*

Politiikan henkilöityminen ja viestintä sosiaalisessa mediassa, jossa kiinnostus henkilöä ja henkilökohtaista, jopa intiimiä sisältöä kohtaan lisääntyvät, korostavat poliitikkojen henkilöbrändien merkitystä. Marinin kohdalla todentuu se, ettei henkilöbrändiä voi aina täysin hallita, vaikka sitä rakennettaisiinkin strategisella otteella. Henkilöbrändien satunnaisuuteen vaikuttaa poliitikkojen omien spontaanien viestintäkäytänteiden lisäksi myös median toiminta, kun uutiset leviävät nopeasti jopa keskustelupalstoilta kansainvälisten lehtien ykkösuutisiksi.

Brändin hallinta rajoittuu johtavan poliitikon julkisen roolin luonteen vuoksi, kun jokaisesta kännykkäkamerasta ja sosiaalisen median tilistä muodostuu mahdollisuus kertoa jostain ensimmäisenä.

Henkilöbrändissä on kyse lisätystä arvosta. Poliitikolle lisätty arvo voi muodostua esimerkiksi lisääntyneen kiinnostuksen, mediahuomion ja suosion kautta. Silloin kriittisetkään äänet eivät välttämättä ole huono asia. Vaikka kohut ovat liittäneet pääministeriin kohujulkkiksille tyypillisen ”Bile-Sanna” -nimityksen, häntä suojaavat vahva seuraajajoukko, kohujen inspiroimat, SDP:n ulkopuolelta nousseet tukiliikkeet (#ImwithSanna, #InsolidaritywithSanna, #IstandwithSanna) sekä ihaileva kansainvälisten toimittajien joukko, joka ihmettelee, miksei poliitikko saa Suomessa tanssia.

Kirjoitushetkellä Marin on edelleen, kohuista huolimatta – tai ehkä juuri niiden ansiosta – suosikki seuraavaksi pääministeriksi. Hänen poikkeuksellisen vahvan henkilöbrändinsä arvo mitataan kuitenkin käytännössä seuraavan kerran kevään 2023 eduskuntavaaleissa. Silloin, kuten Marin itsekin ilmaisi ensimmäisissä kohun jälkeisissä lausunnoissaan medialle, “on suomalaisten itsensä ratkaistava”, kuinka paljon nämä kohut ovat varsinaisesti pääministerin julkista kuvaa kolhaisseet.

Varmaa on vain se, että kun äänestyslistojen nimiä käydään läpi, kenellekään ei ole epäselvää, kuka Sanna Marin on.

FT Elisa Kannasto on lehtori Seinäjoen ammattikorkeakoulussa ja tutkijana Helsingin yliopiston ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun yhteishankkeessa “Vaikuttavat poliitikot ja poliittiset vaikuttajat: poliittisen, kaupallisen ja henkilökohtaisen yhteenkietoutuminen sosiaalisessa mediassa“. Hanketta rahoittaa Helsingin Sanomain Säätiö.

KTT Hanna Reinikainen on projektitutkija Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulussa ja tutkijana Helsingin yliopiston ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun yhteishankkeessa "Vaikuttavat poliitikot ja poliittiset vaikuttajat: poliittisen, kaupallisen ja henkilökohtaisen yhteenkietoutuminen sosiaalisessa mediassa". Hanketta rahoittaa Helsingin Sanomain Säätiö.