

<http://www.jyu.fi/library/tutkielmat/292/>

## **TV-TUTUSTA EUROEDUSTAJAKSI?**

Parasosiaalisen suhteen yhteys  
äänestyspäätökseen.

Marjut Kemiläinen

Journalistiikan Pro Gradu -työ,  
syksy 1997.

Jyväskylän yliopisto,  
Viestintätieteiden laitos.

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos Viestintätieteiden laitos
Tekijä Kemiläinen Marjut Annika	
Työn nimi TV-TUTUSTA EUROEDUSTAJAKSI Parasosiaalisen suhteen yhteys äänestyspäätökseen.	
Oppiaine Journalistiikka	Työn laji Pro Gradu -työ
Aika Syksy 1997	Sivumäärä 93 + 8
Tiivistelmä - Abstract	
<p>Tutkielman päätavoitteena on selvittää, voiko äänestäjä solmia parasosiaalisen suhteen poliitikkoon. Samalla selviää, onko vuoden 1996 eurovaaleissa tällaisella äänestäjän ehdokkaaseensa solmimalla parasosiaalisella suhteella merkitystä äänestyspäätöksessä. Kiinnostus kohdistuu näissä vaaleissa etenkin ns. julkkisehdokkaisiin.</p> <p>Tarkoituksena on kuvata parasosiaalisen suhteen olemusta ja ulottuvuuksia politiikan kontekstissa. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisin ja kvantitatiivisin menetelmin. Kyselylomakkeen (N=146) pohjalta saatujen tietojen ja tehdyn faktorianalyysin avulla kartoitettiin parasosiaalisen suhteen olemassaoloa jo aiemmin testatulla menetelmällä (Rubin, Perce &amp; Powell 1985; Isotalus &amp; Valo 1995). Tämän täydennyksenä ja faktorianalyysin selittäjänä käytettiin teemahaastattelua (7kpl). Haastattelumenetelmän soveltuvuus parasosiaalisen suhteen tutkimukseen tuli näin samalla testatuksi.</p> <p>Tässä tutkimuksessa ilmeni, että parasosiaalisen suhteen voi solmia myös poliitikkoon. Tuosta suhteesta löytyy viisi ulottuvuutta: kuviteltu ystävyys, julkinen edustavuus, kompetenssi, ideologinen läheisyys ja suhteen todellisuus. Ilmeni myös, että ehdokkaan henkilökohtaisilla ominaisuuksilla näytti olevan eurovaaleissa ratkaiseva merkitys äänestyspäätöstä tehtäessä. Näiden ehdokkaassa arvostettujen persoonallisuuspiirteiden myötä voi rakentaa myös suuntaa-antavan "euroedustajan ideaaliteyden". Vaikka eurovaaleissa äänestyskäyttäytyminen osoittautui melko rationaaliksi, selittää parasosiaalinen suhde ehdokkaaseen äänestyspäätöstä jonkin verran.</p>	
Asiasanat parasosiaalinen suhde, politiikka, medioituminen, eurovaalit	
Säilytyspaikka	
Muita tietoja	

## SISÄLLYS

<b>1. JOHDANTO</b>	1
1.1 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT	1
1.2 ENSIMMÄISET EUROVAALIT SUOMESSA	3
<b>2. TELEVISIO POLITIIKASSA JA POLITIIKKA TELEVISIOSSA</b>	5
2.1 TELEVISIO POLIITTISENA VAIKUTTAJANA	5
2.1.1 MEDIOITUMISEN SPIRAALI	6
2.1.2 KOHTI HENKILÖITYÄ POLITIIKKA	11
2.1.3 POLIITTINEN JULKISUUS SUOMESSA - KRAVATIT LÖYSEMMÄLLE!	15
2.2 MEDIAJULKISUUDEN MERKITYS EHDOKKAILLE	16
2.2.1 POLIITTISIA IMAGOJA RAKENTAMASSA	20
2.2.2 TELEVISION OMINAISPIIRTEET ESIINTYMISFOORUMINA	25
2.2.3 POLIITIKOLLE SUOTUISA ESIINTYMISTYYLI	28
2.3 TIEDOTUSVÄLINEIDEN VAIKUTUS ÄÄNESTÄJIIN	31
2.3.1 MITEN ÄÄNESTYSPÄÄTÖS SYNTYY?	33
2.3.2 ÄÄNESTÄJÄTYYPPEJÄ - KETÄ SUOMALAINEN ÄÄNESTÄÄ	34
<b>3. PARASOSIAALINEN SUHDE POLITIIKASSA</b>	37
3.1 KÄSITTEEN MÄÄRITTELYÄ	38
3.2 PARASOSIAALISEN SUHTEEN TUTKIMUS	39
3.3 SUHTEEN SYNTY JA KEHITYS	41
<b>4. TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN</b>	43
<b>5. TUTKIMUKSEN TULOKSET</b>	48
5.1 PARASOSIAALINEN SUHDE - VIISI ULOTTUVUUTTA	48
5.2 PARASOSIAALINEN SUHDE POLIITIKKON HAASTATTELUIJEN VALOSSA	52
5.3 MITEN JA KETÄ SUOMALAINEN EUROVAALEISSA ÄÄNESTI?	63
5.3.1 ERILAISET VAALIT	64
5.3.2 EHDOKKAAN PERSOONA ÄÄNESTÄJÄN KUVAAMANA	66
<b>6. TULOSTEN TARKASTELUA</b>	68
6.1 HENKILÖITYNEET EUROVAALIT	68
6.2 PARASOSIAALINEN SUHDE EHDOKKAASEEN	71
6.2.1 JULKISEN EDUSTAVUUDEN MONET KASVOT	74
6.2.2 TUTUKSI KOETTU EHDOKAS - ÄÄNESTÄJÄN OMAKUVA?	77
6.3 PÄÄTÄNTÖ	79
<b>7. TUTKIMUKSEN ARVIOINTIA</b>	82

KIRJALLISUUS

LIITTEET

## 1. JOHDANTO

### 1.1 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

Televisio tuo poliitikot tehokkaasti ihmisten olohuoneisiin. Koska tv:tä katsottiin vuonna 1995 kaksi tuntia ja kaksikymmentä minuuttia päivässä (Pihanurmi 1996), voi olettaa, että jokainen televisionkatsoja joutuu tekemiin politiikan kanssa tahtomattaankin. Poliitikkoja esiintyy yhä enemmän paitsi uutismateriaalissa, myös kaupallisessa viestinnässä tai viihteelliseksi tarkoitettussa ohjelmistossa. Poliitikot hakevat mielellään kontaktia äänestäjiin television välityksellä. Myös lehdissä kirjoitetaan vaalikampanjan aikana paljon siitä, millä tavalla poliitikot esiintyvät televisiossa, samoin tv:n uutis- ja asiaohjelmat raportoivat politiikan viihdemarkkinoiden tapahtumista. Poliitikon tv:n kautta saama, myös viihteellinen julkisuus on yksi sanomalehtien ja tv:n uutis- ja ajankohtaisohjelmien uutisoinnin aihe. (Isotalus 1996b, Moring & Himmelstein 1993, 20-25.)

Äänestäjät tekevät päätelmiä poliitikkojen persoonallisista ominaisuuksista, esimerkiksi rehtiydestä ja älystä. Kuten yleensä sosiaalisessa kanssakäymisessä, nämäkin päätelmät tehdään lähinnä esiintymisen perusteella. Äänestäjä päättelee poliitikon äänen- ja kielenkäytön, sanattoman ilmaisun, käyttäytymisen ja ulkonäön - jopa puukeutumisen perusteella, millainen tämä on luonteeltaan ja persoonallisuudeltaan. Nämä päätelmät taas puolestaan kietoutuvat poliittisiin päätöksentekoprosesseihin. (Salinen-Kuparinen 1987, 125.) Poliitikon persoonallisuudesta onkin tullut nykyäänestäjälle yksi ratkaisevimmista tekijöistä äänestyspäätöstä tehtäessä - jopa tärkeämpi kuin puoluesidonnaisuudesta. Suurin syyppää tähän lienee juuri televisio: se tuo katsojien arvioitavaksi poliitikkojen kasvot, ilmeet ja niiden myötä heidän tunteensa. (Lanzetta, Sullivan, Masters & McHugo 1985, Hellweg, Pfau & Byrdon 1992.)

Enemmän tai vähemmän säännöllisesti televisiossa esiintyvät henkilöt ovat mahdollisia kohteita parasosiaalille suhteelle. Parasosiaalinen suhde on myönteinen tunnepitoinen suhtautuminen esiintyjään, jonka katsoja kokee tuntevansa samalla tavoin kuin hän tuntee ystävän-

säkin (Isotalus & Valo 1995). Tuo suhde voi syntyä keneen tahansa televisioesiintyjään, myös poliitikkoihin (Wenner 1983). Siksi on hyvin kiinnostavaa selvittää, onko äänestäjän ehdokkaaseen mahdollisesti solmimalla parasosiaalisella suhteella yhteyttä äänestyspäätökseen. Tämä on tutkielmani pääkysymys.

Toivon tämän tutkielman tuovan lisävalaistusta parasosiaalisen suhteen tutkimuksen lisäksi myös perinteiseen vaalitutkimukseen. Laatuun ensimmäiset eurovaalit ovat parasosiaaliselle suhteelle kiinnostava tutkimuskonteksti, koska niissä on valtakunnallisesti ehdokkaana monia televisiosta tuttuja henkilöitä (Jyrki Otila, Marjo Matikainen-Kallström, Sami Aaltonen), joiden kohdalla erityisesti saattaisivat parasosiaaliselle suhteelle ominaiset tekijät olla yhteydessä äänestyspäätökseen. Eikä liene mahdottomuus, että paljon tiedotusvälineissä esiintyvät poliitikotkin (Kirsi Piha, Pertti Paasio, Paavo Väyrynen, jne.) olisivat saaneet ääniä äänestäjän heihin solmiman parasosiaalisen suhteen ansiosta. Näissä vaaleissa mielenkiinto siis kohdistuu luonnollisesti puhuttuihin julkkisehdokkaisiin. Julkkiksella käsitetään tässä tutkimuksessa paitsi muista kuin poliittisista meriitteistään tunnetuksi tulleet ehdokkaat, myös ns. julkkispoliitikot, joihin katson kuuluvan paljon tiedotusvälineissä ja muissakin kuin uutis- ja ajankohtaisohjelmissä esiintyvät poliitikot.

Koska eurovaalit ovat selvästikin henkilövaalit enemmän kuin aihe- tai puoluevaalit, oletan myös, että ehdokkaan henkilökohtaiset ominaisuudet ratkaisevat suurelta osin äänestyspäätöstä. Etenkin julkkisehdokkaiden henkilökohtaiset piirteet ja kyvyt tulevat äänestäjille tutuksi tiedotusvälineiden kautta. Mutta millaisten ominaisuuksien äänestäjä sitten katsoo olevan eduksi Euroopassa? Eroavatko ne kotoisaan eduskuntaan vaadittavista ominaisuuksista?

Tämän tutkielman tekee erityisen mielenkiintoiseksi se, että parasosiaalista suhdetta poliitikkoihin ei ole Suomessa aikaisemmin tiettävästi tutkittu. Tämä on myös kaiketi ensimmäisiä tutkimuksia, missä parasosiaalista suhdetta tutkitaan laadullisin menetelmin määrällisten

lisäksi. Näin tulee testatuksi myös haastattelumenetelmän soveltuminen tässä kontekstissa.

## 1.2 ENSIMMÄISET EUROVAALIT SUOMESSA

Lokakuun 20. päivänä vuonna 1996 Suomessa järjestettiin kaikkien aikojen ensimmäiset Euroopan parlamentin edustajien vaalit eli europarlamenttivaalit. Samana päivänä järjestettiin myös kunnallisvaalit. Aikaisemmin Suomessa ei ole järjestetty kaksia vaaleja yhtä aikaa. (Oikeusministeriön tiedote kesäkuu 1996.) Lähes kaksisataa suomalaista ehdokasta pyrki Euroopan parlamenttiin (Helsingin Sanomat 6.10.1996). Ehdokkaita asettivat 13 puoluetta ja kaksi kansalaisryhmittymää, eli Vaihtoehto EU:lle ja Vaapaan Suomen liitto (Euroopan ääni n:o 1 elokuu 1996).

Eurovaaleja leimasi vilkas keskustelu puolueiden asettamista "julkkisehdokkaista". Listoilla oli useita ehdokkaita, jotka olivat tulleet tutuiksi lähinnä muista kuin poliittisista meriiteistään. Tunnetuimmat heistä olivat varmasti entinen huippuhihtäjä Marjo Matikainen-Kallström, entinen kymmenottelija Petri Keskitalo, tietokilpailumies Jyrki Otila sekä radion- ja television nuortenohjelmien toimittaja Sami Aaltonen. Myös suomalaiset julkkispoliitikot olivat paljon esillä; ehdolla olivat mm. Jörn Donner (joskin hänestä on vaikea sanoa, onko hän tullut tutuksi poliittisista vai muista ansioistaan), Pertti Paasio, Kirsi Piha ja Paavo Väyrynen. Tunnetun ehdokaskataraan pelättiin jyräävän maakuntien omat ehdokkaat, joilla ei ollut takanaan yhtä suurta julkisuus-koneistoa (esim. Helsingin Sanomat 6.10.96).

Kaikki puolueet kävivät vaalit valtakunnallisilla ehdokkailla. (Euroopan ääni n:o 1 elokuu 1996, Helsingin Sanomat 6.10.1996.) Uutta vaaleissa oli se, että vaalipäivänä 18 vuotta täyttävät saavat näissä vaaleissa äänestää ja asettua ehdokkaiksi. Aiemmin äänioikeus oli yleisissä vaaleissa rajattu niihin, jotka olivat täyttäneet 18 vuotta viimeistään vaaleja edeltävänä vuonna. (Oikeusministeriön tiedote kesäkuu 1996.) Tästä muutoksesta huolimatta äänestysprosentti kummassakin vaalissa jäi alhaiseksi. Europarlamenttivaaleissa äänensä antoi 58,8% kansalaisista. Kunnallisvaaleissa luku oli 61,1%

(Iltasanomat 21.10.1996.)

Suomesta valittiin Euroopan parlamenttiin 16 edustajaa parlamentin jäljellä olevaksi toimikaudeksi. Suomen edustajanpaikat jaettiin puolueiden kesken niiden saamien äänimäärien suhteessa d'Hondtin menetelmällä samoin kuin eduskuntavaaleissa. (Oikeusministeriön tiedote kesäkuu 1996; Helsingin Sanomat 6.10.1996). Eurovaaleissa suuret puolueet eli Sdp, Suomen Keskusta ja Kokoomus saivat kukin neljä paikkaa. Vasemmistoliitto sai kaksi paikkaa ja Rkp sekä Vihreät kumpikin yhden. Näistä Keskusta keräsi suurimman äänimäärän: 24,4% annetuista äänistä. Keskustan riveistä löytyi myös suurin ääniharava, Paavo Väyrynen, joka sai kaikkiaan 157 181 ääntä. Toiseksi suurin harava oli Vasemmistoliiton Esko Seppänen 151 508 äänellä, ja kolmas Kokoomuksen Kirsi Piha 146 761 äänellään. (Iltasanomat (21.10.1996.) Myös Matikainen-Kallström (kok), Donner (sd), Paasio (sd) ja Otila (kok) menivät läpi. (ks. eurovaalien tulokset, liite 1.)

Helsingin Sanomat (6.10.96) kirjoitti kaksi viikkoa ennen vaalipäivää eurovaalien muistuttavan eduskuntavaalien sijaan viime presidentinvaaleja. Vaikka eurovaalit periaatteessa ovatkin kovin saman kaltaiset kuin eduskuntavaalit, niiden kampanjointi ja asetelmat eivät kuitenkaan muistuttaneet eduskuntavaaleja. Eurovaalit eivät näyttäneet kiinnostavan puolueita, vaan keskittyivät henkilöiden ympärille. Yksittäisillä ehdokkaillakaan ei ollut mitään suurta sanomaa äänestäjille, joten asiat eivät tässä vaalissa ratkaisseet niin paljon kuin ihmiset. Maanlaajuisen vaalipiirin takia ehdokkaat välttivät myös tiettyyn alueeseen sidottuja vaaliteemoja - sehän olisi tehnyt hallaa mahdollisimman laajan kannatuksen saavuttamiselle. Ja koska vaalikamppailu siirtyi puolueiden väliltä puolueiden sisälle, tekivät ehdokkaat kampanjatyötäänkin pääasiassa omin voimin. Valtakunnallisen vaalipiirin takia muutamat ehdokkaat intoutuivat kiertämään maata tai maakuntaa ja tapaamaan äänestäjiä toritapahtumissa. Tv-mainontakin osoittautui tärkeäksi. Mutta vaikka ehdokkaat itse olivatkin innostuneita eurovaaleista, jäi kansan innostus laimeaksi. Ehkäpä monelle oli hämärää, mitä eurovaaleissa lopulta ratkaistiin.

## 2. TELEVISIO POLITIIKASSA JA POLITIIKKA TELEVISIOSSA

### 2.1 TELEVISIO POLIITTISENA VAIKUTTAJANA

"Suurin osa äänestäjistä kokee vaalit nykyisin pääasiassa joukkoviestinten välityksellä." Tämä lause löytyy lähes jokaisesta television läpimurron jälkeen tehdystä tiedotusvälineitä ja äänestyskäyttäytymistä käsittelevästä tutkimuksesta. Miltei kliseenomaisesti toistetaan myös, että television osuutta pidetään merkittävänä niin modernin politiikan teossa kuin äänestäjien päätökseen vaikuttajanakin. Kyseessä ei kuitenkaan ole klisee, vaan totinen tosi.

Televisio on ollut tärkeä poliittisen vaikuttamisen väline nyt jo lähes neljänkymmenen vuoden ajan. Monissa poliittisen viestinnän tutkimuksissa tv:llä on osoitettu olevan vaikutusta poliittisten asenteiden muodostumiseen ja äänestyskäyttäytymiseen. Sen vaikutus huipentuu tunnetusti vaalikampanjoissa. Myös television vaikutusta politiikkaan ja äänestäjiin on tutkittu lähinnä vaalikampanjoiden yhteydessä. Klassisin esimerkki television poliittisista vaikutuksista lienee ensimmäinen amerikkalainen presidenttiehdokkaiden televisioväittely Kennedyn ja Nixonin välillä vuodelta 1960. (ks. esim. Uimonen 1994, 195-203; Sallinen-Kuparinen 1987, 120-122.) Kyseinen väittely ja sen tulokset - Kennedyn taitavan tv-esiintymisen siivittämä voitto tai Nixonin huonosti televisioon sopineen persoonan aiheuttama tappio - ovat kiinnittäneet tutkijoiden huomion myös poliitikkojen persoonallisten ominaisuuksien vaikutuksiin äänestäjien äänestyspäätöksessä.

Koska vaalikampanjatkin nykyisellään toteutetaan pitkälti tiedotusvälineissä, on äänestäjien valtaosan osallistuminen vaalikampanjoihin muuttunut henkilökohtaisen osallistujan roolista katselijan rooliksi (Swanson & Mancini 1996, 16). Poliittinen informaatio saadaan pääasiassa tiedotusvälineistä, minkä seurauksena niillä on tärkeä rooli ihmisten yhteiskunnallisen ja poliittisen mielikuvituksen sitomisessa tai mobilisoimisessa (Pekonen 1991, 83).



### 2.1.1 MEDIOITUMISEN SPIRAALI

Asp ja Esaiasson (1996, 81) puhuvat kolmivaiheisesta politiikan medioitumisprosessista, joka johtaa kohden lisääntyvää tiedotusvälineiden vaikutusta yhteiskunnassa. Medioitumisen ensimmäinen vaihe on meneillään yhteiskunnassa tai poliittisessa systeemissä silloin, kun tiedotusvälineet muodostavat vallitsevan viestintäkanavan vallanpitäjien ja kansan välille. Yhä suurempi osa ihmisten näkemästä ja kokemasta maailmasta avautuu heille tiedotusvälineiden kautta. Mediamailma perustuu enemmän esityksiin ja kuviin kuin todellisiin kokemuksiin. Niinpä ihmisten suhdetta poliitikkoihinkin voi etenkin television osalta paremmin kuvata katsojuudeksi kuin kansalaisuudeksi.

Toisessa medioitumisen vaiheessa tiedotusvälineistä tulee itsenäisiä toimijoita, joilla on suuri vaikutus siihen, kuinka ja ketkä kansaa hallitsevat. Tälle yhteiskunnalle tai poliittiselle järjestelmälle on luonteenomaista tiedotusvälineiden vallitseva asema poliittisena vaikuttajana. Myös media-alan ammattilaiset lyövät oman leimansa välittämiinsä poliitikkojen kuviin - heillä on valta valita ja tulkita välittämäänsä tietoa oman mielen mukaan. Tiedotusvälineillä ei ole ainoastaan valtaa yleisöön, vaan myös riippumaton valta niihin kuviin, jotka vaikuttavat tähän yleisöön.

Kolmas medioitumisen vaihe liittyy tiedotusvälineiden näkymättömään vallanharjoittamiseen. Tämä yhteiskunta tai poliittinen järjestelmä ei ole ainoastaan median vahvan vaikutuksen kohde, vaan kehitys on jo astetta pidemmällä. Yhteiskunta tai rakenne sopeuttaa itsensä mitä suuremmassa määrin tiedotusvälineiden työrutiineihin ja niiden asettamiin ehtoihin. Esimerkiksi tästä käyvät ne vaatimukset, jotka tiedotusvälineet asettavat asioiden yksinkertaistamiseksi, sekä aiheiden vastakkainasettelu (konfliktihaku), henkilöiminen ja niin edelleen.

Yhteiskunnan ja yksityisten poliitikkojen sopeutuminen median logiikkaan on johtanut ilmiöön, jota Asp ja Esaiasson (1996, 88-89) nimittävät medioitumisen spiraaliksi. Taistelussa äänestäjien huomiosta poliitikot ensin sopeuttavat itsensä tiedotusvälineiden ehtoihin ja median

käyttämiin tekniikoihin tavoittaakseen äänestäjensä. Näin poliitikot oppivat, miten media ajattelee ja miten niitä voi käyttää hyväksi. Tiedotusvälineet puolestaan oppivat, miten puolustautua poliitikkojen manipulaatiota vastaan. Tämä tietenkin johtaa taas siihen, että poliitikkojen täytyy käyttää vieläkin hienostuneempia keinoja saavuttaakseen tiedotusvälineiden huomion, ja niin edelleen. Tuloksena tästä spiraalista on medialogiikoiden entistä vallitsevampi asema politiikan kentällä. Journalistit ja tiedotusvälineet kontrolloivat jotain, josta poliitikot ja muut vallanpitäjät ovat tulleet yhä enemmän ja enemmän riippuvaisiksi: julkisuudesta ja huomiosta. Saadakseensa tätä julkisuutta heidän on pakko sopeutua medialogiikkaan<sup>1</sup> ja median määräämiin tapoihin.

Medioitumisen spiraali -ajattelu tuntuu järkeenkäyvältä yleisenä teoriakehyksenä. Muutamia ajatuksia kuitenkin herää kyseisen ajattelutavan kritiikiksi.

Ensinnäkin on kysyttävä, mitä medioitumisella lopulta tarkoitetaan. Useissa tutkimuksissa sen voisi korvata esimerkiksi sanalla "televisioituminen", sillä usein esimerkkinä medioitumisesta käytetään juuri tv:tä. Urheilun kohdalla medioitumisesta puhuminen tuntuu järkeenkäyvältä etenkin television osalta: urheilua tulee tv:stä huomattavasti enemmän kuin esimerkiksi parikymmentä vuotta sitten. Urheilutapahtumat suunnitellaan televisiota silmäläpäitäen - se halutaan saada mukaan tapahtumaan. Suuret urheilutapahtumat tarjotaan yleensä suorina lähetyksinä, mikä luo tv:n katsojallekin "aidon mukanaolon tunnun". Televisiolla on ainutlaatuisia keinoja tarjota urheilutapahtumia ja yksittäisiä urheilusuorituksia yleisölle (Dayan & Katz 1994, 5-6.) Tv:n välittämät kuvat kisoista ovat paljon enemmän kuin mitä katsoja paikanpäällä voi katsomosta nähdä. Esimerkiksi seiväshyppääjän ilmeitä suoritukseen keskittymisen aikana tai jääkiekkoilijan hikipisaroita jäähyphenkillä ei voi nähdä kaukaa katsomosta.

---

<sup>1</sup>Medialogiikasta tarkemmin esim. Altheide & Snow 1979, Isotalus 1996a, 16-18.

Televisio esittää politiikkaa pitkälti samalla tavoin kuin urheiluakin. "Presidenttikilpa" ja "vaalitaistelu"-nimityskin jo kertoo, että kilpasilla ollaan ja voittajia haetaan. Kilpailijoiden suoritusta seurataan tiiviisti alusta loppuun ja sankareiden ja häviäjien tunnelmat koetaan olohuoneissa yhtä likeisesti, ellei lähempääkin kuin vaalivalvojaisissa. Tämä on television retoriikkaa, vakiintunut tapa esittää näitä "näytelmiä" ja kertoa tarinoita yleisölle kiinnostavasti. (Dayan & Katz 1994.) Tämä kerrontatapa toki liittyy käsiteltävään politiikan medioitumiseen ja medialogiikkaan, mutta käytännössä medioitumista esimerkiksi suomalaisessa politiikassa on hankala todistaa. Voidaan esimerkiksi kysyä, onko politiikan ja poliitikkojen määrä tiedotusvälineissämme todella lisääntynyt, ja jos on, niin mihin verrattuna? Pitääkö medioitumisen yksikkönä pitää palstamillimetrejä, minuuttimääriä, juttujen määriä vai ohjelmien määrää? Kirjoitetaanko lehdissä nykyisin enemmän poliittisia artikkeleita? Esiintyvätkö poliitikot lööpeissä enemmän kuin ennen? Ja eikö toisaalta puolueisiin sidottujen sanomalehtien määrän väheneminen todistaisi aivan toista suuntausta - politiikan (kontrollin) vähenemistä tiedotusvälineistä?

Jälkimmäisellä kysymyksellä tarkoitan lähinnä sitä, että yhden puolueen sananvalta siihen sitoutuneen valta-lehden sisällön osalta on mennyttä aikaa (pienempiä puoluelehtiä toki vielä on). Kuten yleisradiokin, ovat myös puoluesidonnaiset sanomalehdet joutuneet vastaamaan markkinoiden voimien haasteeseen (Yleisradiosta ks. Salokangas 1996; puoluelehdistön aseman muutoksista esim. Tommila 1994, 35-42). Puolueiden kontrolli hellitti alueellisten valtalehtien osalta sotavuosien jälkeen. Toisen maailmansodan jälkeen tapahtunut rakennemuutos<sup>2</sup> nosti lukuisista maakunnallisista sanomalehdistä yhden ykköslehdeksi, jonka puoluesidonnaisuus samalla lieveni tai lakasi kokonaan (Tommila 1994, 35). Esimerkkinä tästä kehi-

---

<sup>2</sup>Puoluelehtiperinteen murentuminen on osa laajaa yhteiskunnan muutosta, ja sen myötä median muutosta. Taustaa löytyy esim. Alasuutarin (1996) esittämästä yhteiskunnan muutoksen periodisoinnista toisen maailmansodan jälkeen.

tyksestä on Helsingin Sanomat, joka muuttui selvästi liberalismin äänenkannattajasta "universaalilehdeksi", joka on puoluepoliittisesti riippumaton julkisuuden areena, mainosväline ja liikeyritys (Alasuuteri 1996, 106). Voisi siis olettaa, että sitoutumattomiksi julistautuneiden lehtien sivuillaan jakama poliittinen julkisuus monipuolistui, ja samalla yhden puolueen (HS:n tapauksessa siis liberaalien) saama palstatila pieneni.

Tähän puolueiden ja sanomalehdistön suhteeseen on tässä yhteydessä tarpeetonta paneutua syvemmillä, sillä onhan tutkielman konteksti lähinnä televisio.

Televisiota ajateltuna: onhan meillä nyt tietenkin kolme, kohta neljä, valtakunnallista tv-kanavaa, mutta voiko tähän suhteutettuna todella puhua politiikan lisääntymisestä televisiossa? Poliittinen mainonta suo nykyisin poliitikoille mahdollisuuden saada sanottavansa yleisölle niin tv:n kuin radionkin kautta, mutta sitä ei meillä käytetä läheskään niin paljon kuin vaikkapa amerikkalaisessa televisiossa ja radiossa. Silti vaalien aikaan suomalaisetkin poliitikot luonnollisesti mielellään "medioituvat" eli esiintyvät tiedotusvälineissä. Etenkin "televisioitumisen" on katsottu olevan poliitikolle eduksi tv:n hyvän tavoittavuuden vuoksi. Mutta tuskinpa vaalien välisenä aikana poliitikkoja esiintyy tiedotusvälineissä suhteellisesti yhtään sen enempiä kuin "vakavan" julkisen palvelun mono-/duopolin kautenaakaan. Ehkä he vain ovat omaksuneet erilaisia ohjelmatyyppejä esiintymisfoorumeikseen, eli heitä nähdään yhä useammin ns. joutavissa yhteyksissä.

Edelleen medioitumista poliitikkojen kannalta ajateltuna voidaan ihmetellä Suomessakin vallalla olevaa käsitystä politiikan amerikkalaistumisesta. Vaikka suomalaiset poliitikot ovatkin hyvin tietoisia amerikkalaisesta poliitikko- ja mediakulttuurista, ovat he vielä melko etäällä niistä mahdollisuuksista, joita heidän amerikkalaisilla virkaveljillään on käytettävissään medioiden manipuloimiseen. Näitä kahta kulttuuria ei voi suoraan toisiinsa verratakaan. Televisio on meillä Yhdysvaltoihin verrattuna pienimuotoinen media jo kanavien määrän ja yhteenlaskettujen ohjelmaturien osalta. Esimerkiksi pai-

kalliset televisioyhtiöt voivat Amerikassa tehdä julkkiksia paikallisista poliitikoistaan huomattavasti paremmin edellytyksin kuin suomalaiset omistaan. Poliitikot voivat USA:n kaupallisilla kanavilla myös ostaa ohjelma-aikaa, mikä meillä julkisen palvelun kanavilla ei ole mahdollista. Poikkeuksena tietysti ovat kaupalliset televisio- ja radiokanavat.

Suomen pienuus ilmenee myös siinä, että päivittäin suuria kotimaisia uutisaiheita on melko vähän tarjolla. Siksi valtakunnalliset televisiouutiset ottavat hanakasti lähetykseensä poliitikkoja, joilla edes näennäisesti on jotakin sanottavaa. Tällainen toiminta tuntuu joskus pakkonomaiselta uutisajan täyttämiseltä, mutta antaa poliitikoille hyvän mahdollisuuden näkyä televisiossa. Yhtenä syynä tähän on se, että uutiskriteerit suosivat poliittisia aiheita, ja niiden kertojina poliitikkoja. Yleisradiossa informatiivisen ohjelmapolitiikan perustalta määriteltujen kriteerien mukaan tapahtuman uutisarvo määräytyy tapahtuman vaikutusten tosiasiallisen voimakkuuden, vaikutusten laajuuden sekä sen mukaan, missä määrin tapahtuman vaikutukset koskevat uutisen kuulijoita ja katsojia itseään tai niitä ryhmiä, joihin he kuuluvat (Salokangas 1996, 310). Tätä soveltaen politiikka on valtakunnallisissa uutislähetyksissä aihe, joka kelpaa uutispätkäksi aina, vaikka mitään uutta ei periaatteessa olisi-kaan tapahtumassa. Tuskin tätäkään ilmiötä voi silti kutsua politiikan medioitumiseksi.

Me elämme ainakin vielä erilaisessa mediamaailmassa kuin amerikkalaiset. Siksi myöskään poliittiset mediakonsultit ja imagonrakentajat eivät ole meillä läheskään yhtä laaja ammattikunta kuin Yhdysvalloissa. Silloin tällöin meiltäkin putkahtaa esiin persoonaltaan hyvin televisioon sopivia poliitikkoja, sekä heitä jotka tietävät miten saada sanomansa perille suunnilleen haluamassaan muodossa. Tämän he pystyvät tekemään yleensä oman kiinnostavan persoonansa ja muutaman esiintymistaidon kurssin avulla. Kärjistetysti sanoen: suomalainen esiintymiskoulutus poliitikoille taitaa vielä nykyisinkin olla perusosiltaan sitä, miten yleisön edessä pitäisi seistä ja missä asennossa käsien tulisi puhussa olla. Vaikka näin

olisikin, istuu kyseinen käytäntö suomalaisen kulttuuriin paremmin kuin amerikkalaistyylinen itsetehostus kestohymyineen ja voitonmerkkeineen. Näitäkin on jokunen poliitikko erehtynyt Suomessa kokeilemaan, mutta kokeilu jäi lyhyeksi kansan huvittuneen ja paheksuvan reaktion myötä. Amerikkalaisten mediakonsulttien oppeja ei siis auta meillä imitoida, mikäli haluaa säilyttää uskottavuuksensa suomalaisena kansanedustajana suomalaisessa kulttuurissa.

### 2.1.2 KOHTI HENKILÖITYÄ POLITIIKKAA

Televisiovaalien ja -kampanjoiden myötä politiikka on entistä enemmän keskittynyt henkilöiden ympärille puolueiden sijasta. Tässä yhteydessä on tärkeä muistaa, että kyseessä ei ole mikään uusi ilmiö. Etenkin television on kautta aikain ollut pakko esittää asiat henkilöiden kautta ja politiikka poliitikkojen kautta - jotta monesti abstraktisuutensa takia hankala sanoma saadaan ymmärrettävään muotoon visuaalisessa välineessä.

Sänkiahon (1987, 197) mukaan meillä kuin muuallakin ehdokkaiden persoonallisuus ja erityisesti puoluejohtajien imagot näyttävät yhä enemmän vaikuttavan puoluekannatuksen suuntautuneisuuteen. Televisio on henkilöinyt politiikkaa ja puoluepolitiikkaa niin, että poliittinen taistelu käydään television vaaliareenalla eikä enää eduskunnassa asiakysymysten parissa. Tällainen politiikan henkilökeskeisyys vaatii lähempää tarkastelua.

Puhuttaessa politiikan muutoksista nyky-yhteiskunnissa, puhutaan usein modernisaatiosta ja amerikkalaistumisesta. Amerikkalaistyylinen politiikanteko tiedotusvälineiden ehdoilla leviää vauhdilla länsimaissa sekä entisissä sosialistisissa valtioissa. Yhteiskuntien modernisoituminen ei kuitenkaan ole yhteydessä vain politiikkaan, vaan sosiaalisen kompleksisuuden lisääntymiseen kaikilla elämän alueilla. Yhteiskunta kaikkineen atomisoituu, ja se heijastuu myös poliittiseen elämään. Poliittinen puolueperinne murenee etenkin länsimaissa, koska se ei pysty enää kontrolloimaan tai tyydyttämään kaikkia yhteiskunnan ryhmiä. (Swanson & Mancini 1996.)

Modernissa kampanjoinnissa äänestäjän valinta riippuu yhä enemmän hänen suhteestaan ja suhtautumisestaan yksittäistä ehdokasta kohtaan. Tämä suhde korvaa suhteen perinteiseen ideologiseen puolueeseen ja puoluekoneistoon. Puolueen asema poliittisessa elämässä heikkenee. Ehdokkaat kampanjoivat omatoimisesti oman vaaliorganisaationsa ja itse hankkimansa rahoituksen turvin. He kilpailevat henkilökohtaisesta menestyksestään enemmän kuin puolueensa menestymisestä. Saman puolueen ehdokkaat kamppailevat toistensa kanssa ja toisiaan vastaan. (Swanson & Mancini 1996, 14-15; Pekonen 1995, 205; Sundberg 1995, 50; Pesonen 1995, 115.)

Pekosen (1995, 200) näkemyksen mukaan etenkin "rutiinivaaleissa", joissa puoluekilpailu on vähäistä, on yksittäisten ehdokkaiden kamppailu jopa saman puolueen sisällä sitä runsaampaa. Tässä taistelussa ehdokkaat ovat hyvinkin kärkkäitä korostamaan omia henkilökohtaisia ominaisuuksiaan poliittisempien aiheiden sijasta. Tämä teoria soveltuu myös eurovaaleihin, joskaan näin ensimmäisellä kerralla niiden kohdalla ei voi puhua "rutiinivaaleista". Kuitenkin ne olivat luonteeltaan enemmän henkilö- kuin puoluevaalit. Ehdokkaat kampanjoivat itsenäisesti puoluteemoista riippumatta. He myös välttivät yksittäisten maantieteellisten alueiden ympärille kietoutuvia vaaliteemoja saavuttaakseen mahdollisimman laajan kannatuksen maanlaajuisessa vaalipiirissä. (esim. Helsingin Sanomat 6.10.1996.)

Kanerva (1994, 131) toteaaakin, että kampanjoiden yksi olennainen puoli on henkilöiden kannattaminen. Henkilöiden suhteen taivuttelu on helpompaa kuin asiasisältöjen suhteen. Tämä johtuu siitä, että yksittäiset poliitikot eivät kannu mukanaan yleensä niin vahvaa viitekehystä ja historiaa kuin poliittiset ryhmät. Erityisesti suhteellisen tuoreet poliitikot ovat tässä suhteessa historiattomia. Tällöin kyseiseen ehdokkaaseen voidaan suhteellisen helposti ja uskottavasti liittää sellaisia yleisesti hyväksytyjä ominaisuuksia, joita pidetään henkilövalinnan kannalta oleellisina. Tämä näkyi eurovaalien ehdokasasettelussakin. Mukana vaalikamppailussa oli useita tuoreita kasvoja valtakunnanpolitiikassa, ja menestyskin heidän

osaltaan oli hyvä. Esimerkkeinä tästä vaikkapa Marjo Matikainen-Kallström, Jyrki Otila ja Kirsi Piha.

Länsimaista politiikkaa tehdään lähes pelkästään tiedotusvälineiden ehdoilla. Mediajulkisuudessa ongelmat, projektit, kiinnostukset, konfliktit tai vastaavat esitetään henkilöiden, persoonallisuuspiirteiden ja erityisesti ihmisten keskinäisten konfliktien muodossa. Poliitiikka täytetään konflikteilla ja draamalla, joita hallitsevat henkilöt enemmän kuin aiheet. Tämä johtaa siihen, että politiikasta tulee yhä enemmän henkilökohtaista - ja henkilökohtaisesta yhä enemmän politiikkaa. Ensimmäisessä tapauksessa poliitikot painottavat politiikkaa omien etujensa ja subjektiivisten näkemystensä perusteella, ja samoin tekevät tiedotusvälineet. Kansalaisten edun ajaminen saattaa unohtua tällä kentällä kokonaan. Kun taas henkilökohtaisesta tulee politiikkaa, tarkoitetaan tiedotusvälineiden nykytendenssejä sitoa poliitikon henkilökohtaiset ominaisuudet kiinteästi hänen politiikantekoonsa. Poliitikon persoonallisuuspiirteiden ja hänen yksityiselämänsä (mikä ei enää olekaan yksityistä, vaan osa hänen julkisuuskuvaansa), uskotaan kuvaavan tai jopa vaikuttavan hänen poliittisiin toimintoihinsa. Poliitiikassa rajat yksityisen ja julkisen välillä ovat siis menestyksekkäästi katoamassa. (Asp & Esaiasson 1996, 83; Swanson & Mancini 1996, 11-13; Pekonen 1995, 187.)

Television formaatti suosii henkilöimistä, sillä kuvaruudussa on huomattavasti helpompi esittää ihmishahmoja kuin monimutkaisia puolueinstituutioita. Etenkin amerikkalaisen television kaupallisen logiikan mukaisesti ruutuun pääsevät ehdokkaat, joilla on varaa maksaa näkymisestään. Suomessakin tämä alkaa olla todellisuutta kaupallisten kanavien sekä vaalimainonnan lisääntyessä. Ainaakin toistaiseksi vielä valtakunnan julkisen palvelun kanavat pyrkivät toteuttamaan tasapuolisuusperiaatetta ja jakamaan ohjelma-aikaa tasaisesti puolueiden kesken. Tosin Yleisradion menneiden vuosikymmenien tarkkaan säännelty ja jyvitetty poliittinen julkisuus on jo mennyttä aikaa: Yleisradion kanavat niin television kuin radionkin puolella ovat joutuneet hyväksymään uudeksi käskynjalkijukseen politiikan voimien sijasta markkinoiden voimat



(Salokangas 1996, 438). Raha sanelee jo poliitikon näkymistä ja kuulumista kaupallisten radiokanavien ja MTV3:n - todennäköisesti myös neloskanavan ohjelmistoissa.

Eurovaalien aikaan ei tarvinnut kuin katsoa vaalimainoksia todetakseen, että niissä luodaan ja vahvistetaan yksittäisen poliitikon imagoa enemmän kuin mitään muuta. Siksi ne ovat juuri omiaan lisäämään politiikan henkilökeskeisyyttä etenkin televisiossa (vrt. Swanson & Mancini 1996, 11-13; Keeter 1987, 345). Ja koska ehdokkaat itse vetoavat henkilökohtaisiin piirteisiinsä enemmän kuin asiaan, tekee yhä useampi äänestäjä Suomessakin äänestyspäätöksensä ehdokkaan henkilökohtaisten ominaisuuksien perusteella - ehkä jopa tavallisesti kannattamansa puolueen kustannuksella (Pekonen 1995, 202; Pesonen 1995 & 1991).

Suomalaiset politiikantutkijat ovat varsin yksimielisiä siitä, että kahdeksankymmentäluvulta lähtien politiikka on Suomessakin henkilöitynyt, ja television merkitys poliittisten mielikuvien ja henkilöhahmojen luojana korostunut (esim. Pekonen 1995, Pesonen 1995). Poliittisten puolueiden valta näyttää vähentyneen meilläkin. Tiedotusvälineet ovat kiinnostuneempia huippupoliitikkojen ja ministereiden mielipiteistä enemmän kuin päätöksistä puolue-elimissä.

Tällainen politiikan henkilöityminen näkyy suurenneena henkilökohtaisena vastuuna päätöksenteon huipulla. Puolue ei enää ole vahva ja legitiimi taustatuki, vaan poliitikon on kannettava henkilökohtaista vastuuta päätöksistään yhä useammin. Lisäksi puolueet samastetaan johtajiinsa ja hallitukset pääministereihinsä - puhutaan "Lipposen hallituksesta" - eikä syyttä, sillä äänestäjille viestittäessä nämä johtajat ovat näkyvin osa puoluetta tai hallitusta. (Pekonen 1995, 203-204.) Tällainen "nimeäminen" ei sekään ole uusi ilmiö. "Paasikiven-Kekkonen -linja" on vain yksi esimerkki vastaavasta henkilöimisestä jo vuosien takaa. Kuitenkin nykyäänkin maamme uutisjulkisuudessa, kuten viihteellisemmässäkin julkisuudessa, puolueet tapaavat ruumiillistua ja henkilöityä niiden johtajissa. Siksi onkin tärkeää, että puolueen johtaja nauttii kansan suosiota. (Asp & Esaiasson 1996,

79; Pekonen 1995, 204; Sundberg 1995, 56.)

### 2.1.3 POLIITTINEN JULKISUUS SUOMESSA - KRAVATIT LÖYSEMMÄLLE!

1990-luvun alusta suomalainen vaalipolitiikka alkoi tiedotusvälineissä muuttua muodollisesta ja kaavamaisesta puoluehaastatteluperinteestä viihteellisemmäksi. Tiedotusvälineet tarjoavat poliitikkoja uutisten lisäksi viihdeohjelmissa joka päivä - vaikka poliittinen informaatio kulminoituukin vaalikampanjoiden aikana (esim. Asp & Esaiasson 1996).

Puvut ja kravatit jäivät Suomessa naulaan viimeistään vuoden 1991 eduskuntavaalien kynnyksellä, kun tunnetut poliitikot viskoivat löylyä kiukaalle MTV:n Hyvien herrojen saunassa. (Mikkonen 1996, Moring & Himmelstein 1993, 46-63; Moring 1992, 51.) Tie tällaisille uudentyyppisille poliittisille ohjelmille aukesi, kun karanteenisäännösten lieventämisen myötä ehdokkaat saivat tietyin edellytyksin esiintyä muissakin kuin uutisohjelmissa. Myös uudenlaisia, entistä väljempilinjaisia reportaaseja nähtiin kaikilla kanavilla. Niissä nähtiin poliitikkoja tapaamassa "tavallisia" ihmisiä tunnepitoisissa kohtaamisissa. Lisäksi MTV3-kanavalla poliitikot saivat puhua suoraan kansalaisille maksetuissa poliittisissa mainoksissa, jolloin aiempina vuosikymmeninä virallisia tv-vaalikampanjoita hallinnut suodatin jäi tarpeettomaksi. (Moring & Himmelstein 1993, 46-63.)

MTV mursi Yleisradion monopoliaseman vaalien keskustelufoorumina, kun se esitti oman suuren vaalikeskustelunsa TV 3 kanavallaan. Niinikään presidentinvaaleja edeltäneissä esivaalikampanjoissa keväällä 1993 useimmat esivaaliehdokkaat esiintyivät sekä ajankohtaisohjelmien sekä viihteellisempien talk show -ohjelmien vieraina kaikilla kolmella valtakunnallisella kanavalla<sup>3</sup>. Onpa ehdokkaita nähty puhtaasti viihdeohjelmissakin - jopa kokkaamassa Teijan keittiössä. (Moring & Himmelstein 1993, 46-

---

<sup>3</sup>Tosin ohjelmatyyppien erottelu on nykyisellään hankalaa, sillä niiden rajat ovat hämärtyneet. Esimerkiksi MTV omalle kanavalleen siirryttyään aloitti monta asia viihteeksi luokiteltavaa ohjelmaa (esim. Hyvät herrat ja Hyvät, pahat ja rumat).

63; Moring 1992, 51.) Näinköhän vuoden 1993 presidenttipelikin ratkesi TV2:n ohjelmassa Tuttu juttu, jossa kilpakumppaneina olivat toiselle kierrokselle vaaleissa selvinneet Martti Ahtisaari ja Elisabeth Rehn puolisoineen. Tässä avioparien tuntemisleikissä Ahtisaaret osoittivat toistensa parempaa tuntemista kuin Rehnit. Ja kuten ruusuja Tohlopissa, keräsi Ahtisaari enemmän ääniä vaaleissa. Ahtisaaren suosion nousu johtui myös hänen tv-ilmaisunsa paranemisesta kyseisessä ohjelmassa (Salokangas 1996, 431). No, oli miten oli, ainakin tällainen varsinainen vaalimainosten ulkopuolinen julkisuus - epäsuora propaganda - on tehokasta, Sundbergin (1995, 62-64) mielestä jopa parasta mainosta ehdokkaille.

Vaikka politiikka Suomessa viihteellistyykin, on meillä aina suhtauduttu siihen hartaudella ja vakavasti, perinteitä noudattaen. Mutta koska kansamme suhtautuu hartaudella myös saunaan, Hyvät herrat ei kokonaan romuta kuvaa asiallisesta ja arvokkaasta poliitikosta - vaikka hän esiintyisikin kelteisillään koko kansan edessä. (ks. Mikkonen 1996).

Politiikan viihteellistyminenkään ei ole uusi ilmiö. Poliitikot ovat esiintyneet viihdeohjelmissa vuosikymmeniä niin radiossa kuin televisiossakin. Tekihän esimerkiksi Mauno Koivisto 1960-luvulla vaikutuksen katsojiinsa jo television Jatkoajassa esiintyessään.

## 2.2 MEDIAJULKISUUDEN MERKITYS EHDOKKAILLE

Etenkin televisio on väline, jonka kautta äänestäjät tavallisesti kohtaavat poliitikkoja. Televisio luo yhteyden kansalaisten ja päättäjien välille. Juuri siksi taitava television käyttö on poliitikolle perusedellytys menestymiseen ja suosionsa kasvattamiseen jokaisessa modernissa demokratiassa. (Swanson & Mancini 1996, 11-13.) Mitä useammin poliitikko esiintyy erityyppisissä tv-ohjelmissa, sitä todennäköisempää on, että hän herättää äänestäjän huomion ja tunkeutuu hänen tietoisuuteensa. Kun yksittäisten tv-ohjelmien yleisöt ovat nyttemmin pirstoutuneet kanavatarjonnan lisääntyttyä, kasvavat poliitikon julkisuuspainee entisestään. Hänen on esiinnyttävä entistä useammissa ohjelmissa. (Uimonen 1994, 30.)

Tv-politiikka on lisännyt medioiden valtaa vaikuttaa ehdokkaiden valintaan, sekä ehdokkaiden tarvetta esiintyä edukseen tv:ssä. (Graber 1989, 196.) Pääsy tiedotusvälineisiin ei kuitenkaan ole aina helppoa. Poliittisen toimijan on menestyäkseen tarjottava sanottavansa tehokkaasti niin, että se ensinnäkin läpäisee portinvartijatason (toimittajat) ja toiseksi herättää huomiota yleisön keskuudessa. Poliitikko tavoittelee henkilönsä ja tavoitteidensa ympärille myönteistä tai ainakin neutraalia julkisuutta, sillä sitä hän tarvitsee ollakseen ihmisten mielissä vaalipäivänä. (Moring & Himmelstein 1993, 20-25.)

Televisioidusta politiikasta on seurannut mm. puolueiden vaikutuksen väheneminen äänestäjiin ja tiedotusvälineitä varten suunnitellut kampanjat puolueilla ja ehdokkailla. Mediapeitto on kampanjoiden keskeisin osa ja ne suunnitellaan tavoittamaan mahdollisimman suuri yleisö. Saadakseen tiedotusvälineiden huomiota, ehdokkaat keskittyvät lehdistötilaisuuksiin, talk show -esiintymisiin sekä vierailuihin kiinnostaviin kohteisiin. Jopa silloin, kun ehdokkaat tapaavat "kadunmiehiä" erilaisissa tilaisuuksissa, suunnitellaan tapaamiset tiedotusvälineiden tarpeisiin. (Graber 1989, 204.)

Tutkimuksissa on huomattu, että ehdokkaat, jotka saavat paljon mediajulkisuutta, menestyvät yleensä hyvin myös mielipidemittauksissa. Edelleen hyvä asema gallupeissa tuo lisää huomiota medioissa. (Graber 1989, 199; Asp & Esaiasson 1996, 85.) Julkisuus kohdistuu kuitenkin lähinnä suurempien puolueiden muutenkin näkyvimpiin edustajiin. Myös televisiomainonnan kautta saatava julkisuus kohdistuu vahvimmin suuriin puolueisiin ja niiden ehdokkaisiin. (Sundberg 1995, 56; Pekonen 1995, 204; Asp & Esaiasson 1996, 79; Moring & Himmelstein 1993, 46-63.) Poliitikon näkyminen televisiossa antaa mahdollisuuden myös erityisen suhteen solmimiseen katsojan ja poliitikon välillä, sillä tuttuus tiedotusvälineistä on edellytys myös parasosiaalisen suhteen solmimiselle. Amerikassa tehdyssä tutkimuksessa on todettu, että parasosiaalinen suhde voi syntyä myös poliitikkoon (Wenner 1983). Miten asia on Suomessa, sitä yritän tutkimuksellani kartoittaa.

Etenkin sähköisten viestinten pitäisi kohdella kaikkia tärkeimpiä ehdokkaita tasapuolisesti. (Graber 1989, 210; Moring & Himmelstein 1993, 39.) On kuitenkin huomattava, että tasapuolisuusperiaatteen toteuttaminen on melko hankala tehtävä. Kautta historian Yleisradiossa on väännetty kättä siitä, miten tasapuolisuuden vaatimusta tulisi käytännössä toteuttaa. Pitäisikö ohjelma-aikaa säädellä minuuttimäärillä laskien ohjelmakohtaisesti vai ohjelmistokohtaisesti? Olisiko jaettava enemmän ohjelma-aikaa isoille puolueille vai vaakakuppien tasaamiseksi pienten puolueiden eduksi? Aina löytyy joku, joka ei ole tehtyihin ratkaisuihin tyytyväinen. (Salokangas 1996, 43-46, 223 sekä 266). Suomen Yleisradio on pysytellyt ainakin muodollisesti perinteisessä tasapuolisuusvelvoitteessaan, vaikka politiikkaa sisältävät ohjelmatyypit ovatkin moninaistuneet. Puolueiden tasapuolinen kohtelu koosta riippumatta toteutui esimerkiksi vuoden 1991 eduskuntavaaleissa perinteisesti enää puoluejohtajien haastatteluissa, joiden pituus oli kaikille sama ja joiden lähetysjärjestys arvottiin. (Moring 1992, 51.)

Vaikka puolueita pyrittäisiinkin kohtelemaan tasapuolisesti se ei tietenkään tarkoita, että yksittäisiä ehdokkaita pystyttäisiin kohtelemaan tasaveroisina. Julkisuus tapaa kasautua suuriin puolueisiin ja niiden muutenkin näkyviin edustajiin. Eli se, miten tasapuolisuusperiaate käytännössä toteutuu, ei varmasti kaikkia tyydytä.

Tosiasia on, että hyvä mediapeitto on paras tie äänestäjien sydämeen ja halvempaakin kuin kallis mainoskampanjointi. Ehdokkaiden ja puolueiden on vain onnistuttava herättämään tiedotusvälineiden huomio saadakseen tätä ilmaista julkisuutta. Se on mahdollista niin pienille kuin suurillekin puolueille, eikä ole kiinni kampanjaresursseista. On vain osattava vetää oikeasta narusta. Tämä naru lankeaa kuin luonnostaan ehdokkaille jotka ovat ennestään tunnettuja poliitikkoja, viihdealan ihmisiä, urheilijoita tai vastaavia. (Sundberg 1995, 62-64.) Eurovaalikampanjassa nähtiin tästä esimerkkejä: mm. Marjo Matikainen-Kallström sai ilmaista julkisuutta eurovaaliehdokkaana lähes yhtä paljon kuin huippuhihtäjävuosiin. Syy tähän on tulkintani mukaan paradoksaalinen.

Mitä enemmän Matikainen-Kallström halusi päästä eroon hiihtäjämenneisyydestään ja tulla esiin poliitikkona, sitä enemmän tiedotusvälineissä puhuttiin hänen urheilurastaan ja kyseenalaistettiin hänen poliitikon taitojaan. Nyt hän on Europarlamentissa. Oliko runsas (osin negatiivinenkin) julkisuus yksi syy, miksi Matikainen-Kallströmiä äänestettiin? Oliko hiihtouralla yhteyttä äänestäjien päätökseen antaa hänelle äänensä? Toivottavasti tämä tutkimus antaa siihen jonkinlaisen vastauksen.

Mutta entä sitten muut, tuntemattomammat ehdokkaat? Esimerkiksi eduskunta- tai eurovaaleissa pienten kuntien paikallisilla ehdokkailla ei ole käsissään näitä tiedotusvälineiden kautta saatuja menestyksen avaimia. Toki he varmasti käyttävät hyväkseen paikallistason medioita, eli paikallislehtiä ja -radioita, mahdollisesti jopa televisiota. Tässä kontekstissa eroteltavaksi tulee siis valtakunnallinen julkisuus ja paikallistason julkisuus.

Lisäksi tutkimuksen ongelmanasettelun kannalta mielenkiintoinen kysymys on, voiko paikalliseen ehdokkaaseen syntyä parasosiaalinen suhde samoin kuin valtakunnalliseenkin, jos paikallinen ehdokas esiintyisi säännöllisesti paikkakunnan medioissa. Ja toisaalta - tarvitseeko pienen kaupungin tai kunnan ehdokas mediajulkisuutta, koska hänet todennäköisesti tunnetaan jo muutenkin eri yhteyksistä - jos ei henkilökohtaisesti, niin luultavimmin ainakin tuttavien tuttavien kertomuksista. Olisikohan ns. "kyläläisyys" yksi julkisuuden muoto?

Ehkä jatkumoajattelu tulee tässä avuksi. Jatkumon toisessa päässä on paikallistason julkisuus. Poliittista virkaa hakeva on yleensä paljon esillä oman paikkakuntansa tiedotusvälineissä, ja hänen tultuaan valituksi virkaan hänen tekemisiään seurataan paikallisesti edelleen. Jatkumon toiseen päähän sijoittuvat valtakunnan huippupoliitikot, jotka asemansa puolesta saavat osakseen paljon julkisuutta. Eli periaatteessa poliitikko on aina jonkin tason julkkis.

Niin valtakunnallisilla kuin paikallisillakin ehdokkailla on tiedotusvälineiden ohella käytettävissään toinenkin kanava yleisön tavoittamiseksi, nimittäin perinteiset vaalitulaisuudet. Niiden avulla ehdokas ei kuiten-

kaan koskaan saavuta sellaista yleisömäärää kuin esimerkiksi television avulla. Siitäkin huolimatta yleisötapaamiset pitävät pintansa, sillä esimerkiksi Ruotsissa (ks. Asp & Esaiasson 1996, 78) on yleisötapaamisten havaittu tulleen uudelleen suosioon. Puolueet yrittävät uutta taktiikkaa lyhyiden kansalaistapaamisten järjestämisessä: tapaamisia järjestetään paikoissa, joissa ihmiset muutenkin tapaavat kokoontua. Näistä torikokouksista viimeistään huomaa, että vaalit lähestyvät.

Suomessakin kyseinen "jollei Muhammed tule vuoren luo, niin vuori tulee Muhammedin luo" -ajattelu on lisääntynyt silminnähden viimeisimmissä vaaleissa. Eurovaaleissa vaalipiirinä oli koko maa, joten se sai ehdokkaat liikkeelle aktiivisemmin kuin esimerkiksi eduskuntavaaleissa, jolloin he luonnollisesti keskittyvät omaan vaalipiiriinsä. Nähtiinpä siis eurovaalien alla muiden muassa Paavo Väyrynen seisomassa räntäsadetta uhmaten keskellä Jyväskylän kävelykatua. Kukaan ostoksilla ollut ei tuolloin voinut välttyä kuulemasta edes muutamaa lausetta Väyrysen euroajatuksista.

### 2.2.1 POLIITTISIA IMAGOJA RAKENTAMASSA

Poliittiseen mediajulkisuuteen liittyy tiiviisti imagon käsite. Imagoa on politiikassa tutkittu todella paljon niin meillä kuin muuallakin, ja kirjallisuutta aiheesta on saatavissa runsaasti. Tässä käsittelen imagotutkimusta ja sen tuloksia tiivistelmänomaisesti. Katsaus aiheeseen on kuitenkin tarpeen, sillä onhan imagosta tullut yksi politiikan tärkeimmistä vaikutuskeinoista, jonka voiman tunnustavat niin äänestäjät, puolueet kuin poliitikot itsekin. Henkilöityvä politiikka korostaa imagojen merkitystä entisestään. Tässä keskityn lähinnä Suomen imagopolitiikkaan.

Imago -termiä käytetään monessa eri yhteydessä monin eri tavoin. Kuutti (1994, s.v. imago) määrittelee imagon ihmisten mielikuvaksi jostakin henkilöstä, yhteisöstä, tavarasta tai vastaavasta. Mielikuva perustuu heidän kokemuksiinsa, tietoihinsa, päätelmiinsä, asenteisiinsa, uskomuksiinsa, tunteisiinsa ja käsityksiinsä. Tiedotusvä-

lineet vaikuttavat voimakkaasti imagoon. Poliittisessa journalismissa onkin kiinnitetty huomiota poliitikkojen imagonrakentamiseen, jonka avulla heidän on nähty pyrkivän hallitsemaan ennenkaikkea sähköisten tiedotusvälineiden uutisjulkisuutta. Poliitikot pyrkivät yhdistämään suorissa televisio- ja radiolähetyksissä maksimaalisen julkisuuden ja minimaalisen journalistisen editoinnin.

Eerikäisen (1988, 141, 152) mukaan juuri julkisuus on se yhteiskunnallinen prosessi, joka tuottaa imagon eli julkisuuskuvan. Poliittinen imago rakentuu poliitikon mediahahmojen kautta ja on enemmän kuin yhden esiintymisen luoma vaikutelma tai mielikuva. Se on myös enemmän kuin poliitikon persoona. Eerikäinen erottaa imagon osatekijöiksi *persoonan* (henkilökohtaiset ominaispiirteet ja ilmaisutavat, luonteenomainen käyttäytyminen, jne.), *ajattelutavan* (poliittinen aatetausta, henkilökohtainen ideologia, mielipiteet) *toiminnan* (teot, poliittinen ura, pyrkimykset) *aseman* (virkatehtävä, poliittinen asema, institutionaalinen rooli) sekä *taustan* (koulutus, siviililyö, perhe). Näistä osatekijöistä muodostuvan imagon kokonaisuuteen vaikuttavat myös eri tiedotusvälineiden ominaispiirteet. Nimmo ja Savage (1976 Timosen 1983, 301-302, 321 mukaan) määrittävät imagon ehdokkaan subjektiiviseksi, henkiseksi rakenteeksi, johon vaikuttaa se, miten toiset (äänestäjät) hänet kokevat sekä se, minkälaisen kuvan hän haluaa antaa muille (äänestäjille) itsestään. Tämän imagon käsitteensä he jakavat sisällöllisesti kolmeen osaan: *tiedolliseen* (kognitiiviseen) osaan (mitä äänestäjä tietää ehdokkaasta kuten iän, kokemuksen, taustan jne.) *tunneperäiseen* (affektiiviseen) osaan (kuinka äänestäjä suhtautuu ehdokkaaseen, pitääkö hänestä vai ei) sekä *aikomukselliseen* (konatiiviseen) osaan (kuinka äänestäjä aikoo menetellä ehdokkaan suhteen, äänestääkö vai ei). Nimmon ja Savagen presidenttiehdokastutkimuksen mukaan presidenttiehdokkaan imagon eri osatekijöistä juuri affektiivinen imago eli äänestäjän tunneperäinen suhtautuminen häneen, sekä konatiivinen imago eli äänestäjän ideologinen läheisyys ehdokkaaseen selittävät parhaiten ehdokkaan kannatusta.

"Kaikki poliitikot ovat viime kädessä imagoja", tote-



aa Uimonen (1994, 20-21), ja tarkoittaa sitä, että jokainen poliitikko esiintyy mielellään jonkin alan asiantuntijana. Uimosen mukaan imago on poliitikon itsestään mediajulkisuuteen heijastama mielikuva, josta hän toivoo tulevan poliittista todellisuutta.

Suomalaiset politiikantutkijat viittaavat usein vuoden 1982 presidentinvaaleihin ja "Koivisto-ilmiöön" analysoidessaan imagokeskeisen politiikan esiinnousua maassamme. Koiviston katsotaan nousseen presidentiksi mm. harkitun imagonrakennuksen ja televisioesiintymisissä luomansa luotettavan ja harkitsevan vaikutelman ansiosta. Ehdokkaiden imagot ja äänestäjien vaikutelmat siis ratkaisivat, kenelle valtakunnan korkein jakkara kuuluu. (esim. Sallinen-Kuparinen 1987; Sänkiäho 1987 ja 1983; Oksanen 1983, 228; Timonen 1983, 305-323.)

Sallinen-Kuparinen (1987, 131) toteaa muun muassa puoluesidonnaisuuden vähenemisen ja äänestäjän kokeman puolueiden keskinäisen lähentymisen lisäävän imagoäänestämistä. Tällaisissa tilanteissa poliitikkojen persoonallisuuden ja heistä joukkoviestimistä välittyneiden käsitysten merkitys kasvaa. Krausin (1985, 299) mukaan sellaiset paljon televisiota katsovat äänestäjät, jotka eivät ole juurikaan politiikasta kiinnostuneita, arvottavat poliitikot juuri heidän imagojensa mukaan. Toisin sanoen ehdokkaasta television kautta välittyvä, äänestäjää miellyttävä vaikutelma ratkaisee mahdollisesti jopa äänestyspäätöksessä. Ehdokkaat tietävät tämän, ja valmistautuvat tv-esiintymisiinsä huolella toivoen luovansa positiivisen imagon. Televisio voi keinoillaan nostaa tai kaataa ehdokkaan. Hyvät kuvat voivat tasapainottaa epäkelvoja lausuntoja, mutta hyvätkin kommentit saadaan kuivumaan kokoon epäsuosiollisella kamerankäytöllä. (Graber 1989; Hernstein 1985; Lanzetta & al. 1985; Miller & Asp 1985 sekä Hellweg & al. 1992.)

Vuoden 1991 eduskuntavaalit merkitsivät imagopolitiikan lopullista läpimurtoa Suomen sisäpolitiikassa, kuten Sdp:n ja Smp:n tekemät johtajavaihdokset vaalien jälkitunnelmissa osoittivat. Kumpikin vaihtoi eduskuntavaalien jälkeen johdostaan pois poliitikot, jotka eivät olleet vahvimmillaan tiedotusvälineissä. Tuolloin Esko Ahon

"imagopoliitikkous" sai paljon huomiota osakseen. Vuoden 1991 vaalikeskusteluissa nähtiin, että Ahon olemus paranee tv:n lähikuvissa ja ettei hän pelkää kameroita. Pääministerinä Aho haki alusta asti tukea hallitukselleen oman persoonansa kautta. Hänen rauhallinen olemuksensa ja asiallisuutensa painuivat mieleen. Aho tajusi, että poliitikon persoona voi olla poliittista ohjelmaa väkevämpi voima. (Uimonen 1996, 127-128 sekä 1994, 20; Moring 1992, 51.)

Suomalaisista poliitikoista löytyy niitä, jotka omat "oman onnensa seppiä", eivätkä käytä ammattiapua imagonsa luomiseen. Eräs politiikan amerikkalaistumiseen ja professionalisoitumiseen viittaava piirre on kuitenkin se, että yhä useampi poliitikko kuitenkin turvautuu Suomessakin mediakonsultteihin ja imagonrakentajiin. Esimerkiksi Kokoomus on saanut apua englantilaiselta Harvey Thomasilta, joka hankki mainetta Thatcherin avustajana. (Uimonen 1994, 10.) Ruotsissa sosiaalidemokraatit olivat yhteydessä Jacques Séguélaan, tunnettuun ranskalaiseen konsulttiin, ennen 1991 vaaleja. Siitä saakka he ovat palkanneet amerikkalaisia konsultteja. (Asp & Esaiasson 1996, 79; Uimonen 1996, 80-82.) Ulkomaisia mediakonsultteja käytettäessä on kuitenkin varottava kulttuurisista eroista johtuvia mahdollisia ylilyöntejä.

Imagonrakennuksen paradoksi on se, ettei kenestäkään voi tehdä huippupoliitikkoa imagon avulla, jos hänessä itsessään ei ole ainesta eikä karismaa. Ammattimainen imagonrakennus ei kuitenkaan yleensä vahingoita poliitikkoa, koska se korostaa poliitikon myönteisiä ominaisuuksia ja työntää taka-alalle heikkouksia. Niinpä huonosti pärjäävä poliitikko pärjäisi ilman sitä vielä heikommin. Suurin hyöty imagonrakennuksessa on siinä, että se pakottaa poliitikon erittelemään hyviä ja huonoja puoliaan ja harjoittamaan julkista esiintymistään. Se tuo itsevarmuutta ja vakuuttavuutta. Riittävää ulkoista varmuutta ei kuitenkaan synny, ellei ole myös perehtynyt asioihin.

Kuitenkaan imagonrakennus ei ole taikakalu varmaan menestykseen, sillä on vain välineellinen ja täydentävä merkitys poliitikon pyrkiessä valtaan tai vallan säilyttämiseen tai lisäämiseen. Imagonrakennus joko onnistuu

tai epäonnistuu sen mukaan, miten muut muuttajat - kuten tiedotusvälineiden huomio - vaikuttavat asiaan. Imagonrakennus ei voi olla koskaan absoluuttista, eikä onnistua koskaan täydellisesti, koska julkisuus on usein irratiionaalista, hallitsematonta ja sattumanvaraista. (Uimonen 1994, 58-62.)

Vaalivideot ja -mainokset ovat tärkeitä kanavia imagonluonnissa, ja niiden sisältöön ehdokas itse (tai ainakin hänen mediakonsulttinsa) voi vaikuttaa. Televisiossa vaalimainokset ovat myös lähes ainoita ohjelmatyyppejä, joissa poliitikko ottaa suoran kontaktin yleisöönsä ja puhuu suoraan sille. Pesonen (1995, 123) osoittaa, että henkilöityvä politiikka näkyy vaalimainoksissa siten, että poliittinen sisältö on jäänyt vähiin. Vuoden 1991 eduskuntavaalien vaalimainoksia tutkiessaan hän on havainnut, että ehdokkaat halusivat luoda henkilökohtaista imagoaan, ja näiden imagojensa avulla halusivat ensisijaisesti esittää itsensä niin miellyttävinä henkilöinä kuin vain oli mahdollista. Ehdokkaat haluavat mahdollisimman laajaa kannatusta, ja pyrkivät siksi välttämään yhdenkään äänestäjän tunteiden loukkaamista. Sen tähden he haluavat tuoda itsensä esiin yhteiskunnassa yleisesti hyväksytyjen mielikuvien ja henkilökohtaisten ominaisuuksien saattamana. He korostavat itseään yksilöinä, joilla on huippulaatua olevat henkilökohtaiset ominaisuudet ja joiden tähden juuri he olisivat kykenevimpiä edustamaan koko kansaa. (Pekonen 1995, 202.)

Politiikan "keventyminen" ja henkilöityminen näkyy myös vaalivideoissa, joissa ehdokkaiden esiintyminen on vapautuneempaa ja rennompaa kuin aikaisemmin. Tästä kielivät jo vaalivideoiden nimet: Raimo Ilaskiven vuoden 1994 presidentinvaaleissa esitetty "Isänmaan asialla" vaihtui "Raimon vaalivideoksi". Tarkoituksena tuolloin oli pehmentää Ilaskiven kovahkoa imagoa, ja kertoa, että "Raimo" on ihan mukava suomalainen mies, joka nyt vain sattuu olemaan pätevin presidentiksi. (Kanerva 1994, 73.)

Presidentinvaaleissa on huomioitava, että ehdokkaalta edellytetään mitä ilmeisemmin myös tiettyä "valtionpäämiesimagoa". Esimerkiksi Pertti "Veltto" Virtanen jäi kirkkaasti presidentinvaaleissa 1992, mutta eduskuntavaa-

leissa 1995 solahti sujuvasti Arkadianmäelle. Siis "Veltto" ei vastannut suomalaisten mielikuvaa presidentistä, mutta oli sopiva kansanedustajaksi. Hän tarjosi ilmeisesti samastumiskohteen nuoremmille ja protestimahdollisuuden vanhemmille äänestäjille - miksei myös päinvastoin. Saapa nähdä, onko eurovaaleissa tarvittava imago samanlainen kuin eduskuntavaaleissa tarvittava, kansainvälisellä persoonallisuudella höystettynä.

Vaikka vaalien aikainen kampanjointi on imagonluonnin kulta-aikaa, elävät poliittiset imagot elämäänsä myös vaalien välillä. Se näkyy aikakaus- ja iltapäivälehtien sivulla hymyilevinä poliitikkoina, jotka esittelevät olohuonettaan tai juhlivat kokkareilla. Uimonen (1994, 39) väittää, että tuon tyhjäänpäiväiseltä ja harmittomalta vaikuttavaan hymyilyyn sisältyy aina syvällisempiä tarkoituksperiä. Kepeä mediajulkisuus tarjoaa poliitikolle tilaisuuden esittää itsensä haluamassaan valossa eli imagona. Tämänkaltaisella julkisuudella äänestäjiin vedotaan juuri affektiivisella tasolla.

Suomi eroaa muista mielikuvapolitiikan maista siinä, ettei imagonrakennusta ole viety täällä vielä yhtä pitkälle ja yhtä korkealle ammattitasolle kuin joissakin muissa länsimaissa. Suomalaispoliitikot ovat muutamaa poikkeusta lukuunottamatta yhä ensimmäisen polven imagonrakentajia. Kaikki merkit viittaavat kuitenkin siihen, että mielikuvapolitiikan vyöry on alkanut myös Suomessa. (Uimonen 1994, 11.) Vaikka Suomi ansiokkaasti ottaakin oppia amerikkalaistyyllisestä mediapolitiikasta, suomalainen kansanluonne ja kulttuuri tuskin omaksuu koskaan niin räikeää mediapolitiikkaa kuin oppi-isänsä. Yleisön edessä esiintymisenkin on kulttuurisidonnaista, eivätkä aivan kaikki USA:laiset imagonrakentajien opit istu tänne sellaisenaan.

### 2.2.2 TELEVISION OMINAISPIIRTEET ESIINTYMISFOORUMINA

Televisiossa esiintyminen on erityistilanne, joka vaatii esiintyjältä myös joitakin erityistaitoja. Nämä erityistaidot liittyvät yleensä television visuaalisuuteen, jota monet tutkijat pitävät välineen ainutlaatuisena ja vaikuttavuuden kannalta ratkaisevana piirteenä. (esim. Hell-

weg, Pfau & Byrdon 1992; Patterson, Churchill, Burger & Powell 1992; Pfau 1990; Pfau & Kang 1991.) Television visuaalisuus on esiintymisen kannalta niin keskeinen tekijä, että televisioesiintymistä ei voi pitää samana kuin esimerkiksi radiossa puhumista. Tästä yksi vanhimmista esimerkeistä on Kennedyn ja Nixonin televisioväittely vuonna 1960, jonka Kennedy siis hyvin televisioon sopivan persoonansa ja esiintymisensä avulla voitti. Vaikka Nixonin persoona ei ollut omiaan televisiossa, radioiduissa väittelyissä puolestaan hän oli vahvoilla. Vain äänen perusteella arvioituna Kennedystä ei muodostunut yhtä myönteistä mielikuvaa - radionkuuntelijat pitivät väittelyitä tasapelinä. (Sallinen-Kuparinen 1987, 121 mukaan Katz & Feldman 1962.) Ilmeillä, eleillä ja katseella on siten saatujen tutkimustulosten mukaan selvää viestinnällistä merkitystä, eivätkä ne suinkaan ole vain pelkkä lisä puheen ohessa.

Juuri television läheisyyttä korostavasta luonteesta johtuen interpersonaaliselle viestinnälle tyypilliset piirteet saavat esiintymisessä suotuisia arvioita. Teatraalinen yleisöpuhe ei tässä tilanteessa toimi, vaan esiintyjältä vaaditaan pienieleisempää tyyliä, keskustelunomaisuutta ja yhteistyöhalua ja läheisyyttä korostavia nonverbaalisia ilmaisuja. Televisioon sopivaan esiintymiseen liitetään myös vähemmän muodollinen puhetyyli ja hillitty äänenvoimakkuus. (Hellweg & al. 1992, 75-76; Jamieson 1988, 56; Atkinson 1984, 164-182.) Eli vaikka televisioesiintyminen muistuttaakin yleisöpuhetta siinä, että käyttää visuaalista ja audittiivista kanavaa ja on julkinen esiintymistilanne ja vaikka televisiossa viestintä on yksisuuntaista, siinä on kuitenkin vuorovaikutteisia elementtejä ja kasvokkaistilanteen jäljittelyä. Televisio suosii yleisöpuheen ominaispiirteistä hyvinmuotoiltua puhetta, hyvää argumentointia ja kykyä miellyttää suurta yleisöä. Kuitenkin televisioon sopii paremmin keskustelevampi, interpersonaalisen viestinnän tyyli television läheisyyttä korostavan luonteen takia. (Isotalus 1996a, 36; Pfau & Kang 1991; Pfau 1990.)

Television läheisyyttä korostava luonne perustuu siihen,

että se on keskittynyt ihmisten esittämiseen. Poliitikotkin tuodaan lähelle katsojaa. Heidät nähdään läheltä ja katsojat kokevat heidät tasavertaisiksi itseensä nähden. Televisiota katsotaan yleensä yksityisessä ympäristössä; se on kodeissamme ja sen avulla pääsemme kurkistamaan myös muiden koteihin. Esiintyjät nähdään usein heille läheisissä tilanteissa ja puhumassa heille läheisistä asioista. Tutut tv-esiintyjät lisäävät läheisyyden vaikutelmaa. (Altheide & Snow 1979; Fiske 1987; Newcomb 1987; Hellweg, Pfau & Byrdon 1992.) Television ominaislaatu liittyykin sen kykyyn herättää tunteita (esim. Sallinen-Kuparinen 1987; Moring & Himmelstein 1993).

Television kyky välittää visuaalista viestintää on ainutlaatuinen muihin viestintätapoihin (paitsi kasvokkaisviestintään) verrattuna (Pfau & Kang 1991). Useat tutkijat ovat todenneet nonverbaalisella viestinnällä olevan keskeisen merkityksen televisiokontekstissa. Visuaalisuutensa ansiosta tv korostaa nonverbaalisten viestien merkitystä televisioesiintyjästä muodostuvassa vaikutelmassa. Tv tarjoaa pääsyn lähelle kasvoja, ja siten korostaa niiden ilmeitä ja esiintyjän eleitä (Isotalus 1996a, 46; Pfau, Diedrich, Larson & Winkle 1993, 277; Hellweg & al. 1992, 84-87; Pfau & Kang 1991, 115; Perse & Rubin 1989, 15-116; Altheide & Snow 1979, 38-39.) Puhuvien päiden valloittamassa tv-ilmaisussa katsoja saakin tutkia niitä yllin kyllin kenenkään huomauttamatta, miten epäkohteliasta on tuijottaa toista henkilöä.

Taitavan esiintymisensä avulla esiintyjä voi luoda mahdollisimman myönteisen vaikutelman katsojille ja tehostaa siten sanomansa perillemeno. Hyödyntämällä televisiolle ominaisia vaikuttamiskeinoja hän voi myös luoda intensiivisen suhteen katsojaan. Mitään valmista reseptiä hyvään ja vaikuttavaan televisioesiintymiseen ei kuitenkaan löydy, sillä vaikutelmat muodostuvat aina pienistä osasista. Myös ohjelmatyypit asettavat erilaisia vaatimuksia. Ja kuten niin monessa muussakin asiassa, katsojien mielipiteet vaihtelevat myös siinä, mitä hyvä esiintyminen on. (Isotalus 1996a.) Poliitikoilla hyvä esiintyminen nivoutuu luultavimmin luotettavan, uskottavan, vaikuttavan ja pätevän vaikutelman välittämiseen katsojil-

le.

### 2.2.3 POLIITIKOLLE SUOTUISA ESIINTYMISTYYLI

Poliitikkojen tv-esiintymisiä on tutkittu mm. relationaalisten viestien kannalta (Pfau & Kang 1991). Relationaaliset viestit ovat viestintäsuhteeseen liittyvää sekä verbaalista että nonverbaalista viestintää. Kuten aiemmin todettu, nonverbaalisella viestinnällä on suhteen kannalta erityisen suuri merkitys. (Isotalus 1996a, 48.) Ehdokkaan tapa viestiä televisiossa saa äänestäjän päättelemään ehdokkaan ominaisuuksia, kuten luotettavuutta, vilpittömyyttä, lämpöä, välittämistä, jne. Tällaiset päätelmät - vaikka ovatkin emotionalisempia luonteeltaan - ovat tärkeä osa nykyajan politiikkaa. Ne menevät äänestyspäätöstä tehtäessä jopa vaaliteemojen ohi - niistä on tietoa saatavilla helposti ja niiden arvostelu on paljon helpompaa. (Pfau & al. 1993, 277-278; Pfau & Kang 1991, 124; Graber 1989, 224.) Osin näiden päätelmien mukaan arvioidaan myös ehdokkaan kompetenssia - sitä, miten hän selviytyisi virastaan ja saisi asiat hoidetuksi. Pfaun ja kumppaneitten (1993) tutkiessa presidentin esivaaleja tärkeimmäksi ehdokkaan valintaan vaikuttaneeksi tekijäksi nousi juuri ehdokkaan kompetenssi eli pätevyys. Toinen tärkeä tekijä oli ehdokkaiden relationaalisen viestinnän luonne.

Isotaluksen (1996a, 151) televisioesiintyjiä koskevaa tutkimusta soveltaen poliitikkojenkin esiintymisestä löytyy sekä informoiva että affektiivinen funktio. Hänen täytyy täyttää niin poliittisen informoinnin kuin miellyttämisenkin kriteerit. Poliitikon esiintymisessä tietyt piirteet vahvistavat informoivaa funktiota ja toiset affektiivista funktiota. Affektiivisen funktion vahvistajana toimii esimerkiksi interaktion simulointi.

Televisioesiintyjä ei pysty luomaan suhdetta katsojiinsa, koska ei näe heitä eikä tiedä, ketä he ovat. Silti hän voi viestinnällään antaa sen vaikutelman, että hänellä olisi suhde katsojiin. Esiintyjä puhuu kuvitelulle katsojalle, mutta se on vain viestinnällinen keino. Hänellä ei ole suhdetta todellisiin katsojiin. Kyse on siis myös parasosiaalista suhdetta vahvistavasta interak-

tion simuloinnista. (Isotalus 1996a, 52; Mancini 1988.)

Interaktion simulointi liittyy oleellisesti televisiossa esiintyvien henkilöiden keinoihin luoda läheisen suhteen vaikutelmaa katsojiinsa. Siten interaktion simulointi on tärkeä osa myös poliitikon esiintymistä. Interaktion simuloinnin avulla esiintyjä voi edesauttaa ja vahvistaa katsojan häneen solmimaa parasosiaalista suhdetta. Poliitikon kohdalla tämä "lähentyminen" katsojaansa (äänestäjään) johtaa parhaimmassa tapauksessa äänestäjän tekemään myönteisen äänestyspäätökseen.

Interaktion simuloinnilla esiintyjä pyrkii lisäämään läheisyyttään katsojan silmissä, ja siten tehostamaan katsojien sitoutumista itseensä tai lisäämään miellyttävyyttään (Isotalus 1996a, 137-138). Esiintyjä luo illuusion intiimiydestä eleillään, keskustelutyyleillään sekä epämuodollisella miljööllä, jotka jäljittelevät kasvokkaistilanteelle ominaisia piirteitä (Mancini 1988; Cathcart & Gumpert (1983) 1986, 32; Horton & Wohl (1956) 1986, 189-190).

Esiintyjä pyrkii häivyttämään rajan itsensä ja yleisön väliltä juuri muodollisuuksista tinkimällä. Hän nimittelee työkavereitaan etu- tai lempinimillä, sulautuu yleisöön tehden esimerkiksi yleisökysymyksiä, katsoo kameraan, kohdentaa sanottavansa ja puhuu katsojalle kuin puhuisi yksityisesti ja henkilökohtaisesti (Horton & Wohl (1956) 1986, 185-190). Tämä osa teoriasta ei tunnu istuvan suomalaisen politiikan kontekstiin. Poliitikko ei yleensä simuloi interaktiota - hänellä ei tavallisesti ole lainkaan interaktiota katsojan kanssa. Toki esimerkiksi vaalitentissä poliitikon on mahdollista ottaa kontakti studioyleisöön ja sitä kautta tehdä itsensä läheisemmäksi katsojille. Poliitikot eivät myöskään yleensä nimittele toisiaan etu- tai lempinimillä. Se kuulostaisi suomalaisen korvaan joko huvittavalta tai groteskilta. Silti Suomenkin esiintymiskulttuurissa erityisen keskeinen merkitys katsojasuhteen kannalta on hymyllä, katseella, katsojien puhuttelulla, affektiivisilla ilmauksilla, puhettavalla sekä esiintymisen ja välittömyydellä, kuten Isotalus (1996a, 167) toteaa. Läheisimmiksi tv-esiintyjistä tunnetaan ne, jotka puhuvat eniten suoraan katso-



jille (Isotalus 1996 & Valo 1995, 70). Suora katsekontakti lisää myös uskottavuutta (Sallinen-Kuparinen 1987, 130).

Kameralla pystytään luomaan intiimiyden ja interpersonaalisen viestinnän vaikutelmaa kuvakokojen, kuvakulmien ja kamera-ajojen avulla (esim. Sallinen-Kuparinen 1987, Cathcart 1986, Meyrowitz (1978) 1986). Lähikuvat kertovat esiintyjän tunteista, kamera-ajot puolestaan tempaavat katsojan mukaan tapahtumien pyörteisiin (Cathcart 1986, 214-215). Meyrowitz ((1978) 1986) käsittelee kattavasti niitä keinoja, joilla kamerat luovat etäisyyttä ja läheisyyttä (eli proksemiikkaa) katsojan ja esiintyjän sekä esiintyjien välille.

Poliitikkojen osalta hyvää televisioesiintymistä on tutkittu runsaasti. Silti mitään yleispätevää ohjeistoa ei ole pystytty kokoamaan<sup>4</sup>. Hyvästä tv-esiintymisestä puhuttaessa käytetään esimerkkinä usein Yhdysvaltojen presidentti Ronald Reagania. Häntä on jo näyttelijämenneisyytensä tähden pidetty taitavana esiintyjänä. Hänen puhetapaansa on kuvattu luonnolliseksi, keskustelunomaiseksi ja intiimiksi, ja hänellä on itsestäkertomisen (self disclosure) taito. Reagan on myös tarinankertoja, hän dramatisoi ja havainnollistaa puhettaan elävästi. Reagania on pidetty myös fyysisesti attraktiivisena, ilmeikkäänä esiintyjänä ja taitavana katsekontaktin käyttäjänä. (Jamieson 1988; Patterson & al. 1992, 231-241, Kanerva 1994, 112; Uimonen, 203-214.) Tosin Reaganin taidoista välittyneet vaikutelmat saattoivat johtua myös hyvistä mediakonsulteista. Joka tapauksessa poliitikon ammattitaidon ja poliittisen arvostelukyvyn testinä on arvioida oikein kulloinenkin yleisönsä ja sovittaa sanomansa sen mukaisesti (Kanerva 1994, 93). Muistettava on myös se, että käsitelty poliitikolle suotuisa esiintymistyyli ei ole eroteltavissa positiivisen imagon luonnista, vaan on tärkeä osa sitä.

Suomalaisten poliitikkojen ei auta niellä kaikkia hyvälle

---

<sup>4</sup>Yhteenvetoja poliitikolle suotuisasta esiintymisestä ovat koonneet mm. Isotalus 1996, 44-46 ja Ruonala 1995, 23-29.

esiintymistyyllille annettuja kriteereitä, sillä se mikä sopii Reaganille tai Clintonille ei välttämättä sovi Lipposelle tai Ahtisaarelle. Huomioon on otettava myös viestintäkulttuurin ominaispiirteet. Suomalainen puhekulttuuri eroaa suuresti yhdysvaltalaisesta, jossa suurin osa poliitikkojen esiintymistä käsittelevästä tutkimuksesta on tehty. Sallinen-Kuparisen (1987, 120-133) mukaan suomalaisiin äänestäjiin vetoaa myös "poissaoleva ja vai-vautunut" esiintymistyyli - ainakin Mauno Koiviston osalta vuoden 1982 presidentinvaaleissa. Katsojille Koiviston eleetön ja hitaasti reagoiva tyyli indikoi harkitsevuutta ja luotettavuutta (myös Oksanen 1983, 228). Samaa hitautta ja eleettömyyttä on havaittavissa nykyisen pääministerin, Paavo Lipposen, esiintymisessä.

### 2.3 TIEDOTUSVÄLINEIDEN VAIKUTUS ÄÄNESTÄJIIN

Useat tutkijat ovat yksimielisiä siitä, että televisiolla ja ehdokkaiden tv-esiintymisellä on usein ratkaiseva vaikutus kansalaisten tekemään äänestyspäätökseen (esim. Moring & Himmelstein 1994; Hellweg & al. 1992; Sallinen-Kuparinen 1987; Graber 1989; Miller & Asp 1985; Lanzetta & al. 1985; Oksanen 1984; Altheide & Snow 1979). Poliittinen tieto saadaan pääasiassa tiedotusvälineistä, mutta poliittisen tiedon välittämiseen, vastaan ottamiseen ja vaikutukseen liittyy väestöryhmäkohtaisia peruseroja. Kyky tiedon vastaanottoon ja hyväksikäyttöön lisääntyy suhteessa äänestäjien koulutukseen ja kiinnostukseen politiikasta. Tosin televisio tasoittaa poliittisen viestinnän vaikutuksia vähän koulutettuihin ja nuoriin, sillä tv:llä on poikkeuksellinen kyky tavoittaa suuri joukko myös politiikasta vähän kiinnostuneita, vähän koulutettuja ja nuoria äänestäjiä. (Oksanen 1983, 221 sekä 1984, 146; Miller ja Asp 1985, 262-263; Graber 1989, 183; Moring ja Himmelstein 1993, 76.)

Äänestäjäkunta on muuttanut käyttäytymistään huomattavasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Yhä useampi äänestäjä tekee puoluevalintansa yhä myöhemmin. Äänestyskäyttäytymistään vaaleista toiseen muuttavien joukossa on jonkun verran enemmän henkilöitä, jotka pitävät tiedotusvälineiden puolueita käsittelevää aineistoa sekä poliit-

tista mainontaa keskeisenä äänestyspäätöksen kannalta. (Moring & Himmelstein 1993, 94.) Myös politiikasta vähän kiinnostuneet äänestäjät käyttävät vaalikampanjan aikaisen poliittisen viestinnän sanomia ja sen tapahtumia keskeisimpinä äänestyspäätöksensä perusteina. Vaalikampanjan myöhäisessä vaiheessa päätöksensä tekee myös osa politiikasta erityisen kiinnostuneita äänestäjiä, jotka harkitsevat äänestyspäätöstään tarkkaan vaalien kynnykselle saakka. Heille poliittisen viestinnän asema ja merkitys on erityisen korostunut. (Oksanen 1984, 146.)

Potentiaalinen äänestäjä perustaa päätöksensä puolueiden tai ehdokkaiden edustamien kertomusten uskottavuuteen ja johdonmukaisuuteen sekä omiin henkilökohtaisiin kokemuksiinsa. Tietopohja sinänsä ei enää ratkaise, koska äänestäjän päätöksenteko perustuu vaikeammin hahmotettavaan, usein tunnepohjaisiin käsitteisiin. (Moring & Himmelstein 1993, 41.) Television merkityksen korostumisesta poliittisen tiedon välittäjänä seuraa, että vaalikampanjan aikana poliittisen viestinnän vaikutuksia voidaan enää ainoastaan osittain mitata äänestäjien saaman poliittisen tiedon funktiona. Vaaleissa vahvistuvat television vaikutuksesta erityisesti katsojan tunnetasolla olevien affektiivisten tekijöiden vaikutukset poliittisen tiedon välittämiseen liittyvien kognitiivisten tekijöiden kustannuksella. Keskustelusta välittyneet tunnetason tekijät saattaisivat olla tärkeä äänestyspäätöksiin vaikuttava tekijä erityisesti politiikasta vähemmän kiinnostuneille äänestäjille. (Oksanen 1983, 222 sekä 1984, 146.)

Politiikkaa vähän seuraaviin henkilöihin viittaa Pekonen (1991, 85) puhuessaan "pelkästä katsojasta", joka kykenee arvioimaan vain puhujan kykyä puhujana. "Pelkän katsojan rooliin tyytyy esimerkiksi silloin kun jostakin asiasta ei ole omaa tietoa tai kokemusta, eikä viitsi ottaa itse selkoa vaan turvautuu pelkästään helposti omaksettaviin populismin höystäminä tarjottuihin mielikuviin." Tämä havainto liittyy kiinteästi lisääntyneeseen imagoäänestämiseen, etenkin affektiivisen tason korostamiseen äänestyspäätöksessä. Tässä tutkimuksessani oletan niinkään affektiivisen tason olevan merkittävän valitessa ehdokasta europarlamenttiin jo siksi, että äänestä-

jille nämä vaalit ovat ensimmäiset laatuaan ja koko Euro-parlamentti vielä niin uusi asia, ettei tarvittavaa tietopohjaa välttämättä löydy äänestyspäätöksen tueksi. Afektiivisen suhtautumisen epäilen korostuvan tässäkin yhteydessä vähän politiikkaa seuraavilla äänestäjillä.

Ehdokasta arvioidaan persoonallisten ominaisuuksiensa perusteella etenkin, jos hän on äänestäjälle entuudestaan tuntematon (Weaver & Drew 1993, 367; Pfau & al 1993, 282-283). Tämä pitää varmasti paikkansa, mutta tuskin kukaan lopulta päätyy äänestämään ennalta täysin tuntematonta ehdokasta. Suomalaisessa vaalitutkimuksessa on todettu, että tärkeä syy äänestämiseen on tuttuus ehdokkaan kanssa. Tuttuus voi olla henkilökohtaista tai tiedotusvälineiden kautta saatua - tai sitten ehdokas tiedetään tuttavaksi. (Pekonen 1995, 194; Pesonen 1995, 124.)

### 2.3.1 MITEN ÄÄNESTYSPÄÄTÖS SYNTYY?

Äänestyspäätös syntyy samoin kuin mikä tahansa muukin päätös. Se alkaa yleensä informaation etsinnällä (tai sen satunnaisella löytymisellä). Tieto käsitellään ja tallennetaan muistiin. Äänestäjälle olennaista tietoa on esimerkiksi jokaisen ehdokkaan kanta tärkeisiin asioihin, aikaisemmat saavutukset, puolue, ehdokkaan fyysinen olemus ja niin edelleen. Kun päätöksen aika tulee, äänestäjä kaivaa tiedon muististaan ja käsittelee sitä. Päätös syntyy yksinkertaisesti vertailemalla eri vaihtoehtoja keskenään. Päätös saattaa syntyä rationaalisiin tai epärationaalisiin perusteen, tai näiden välimuodosta. (Hernstein 1985, 16-27.) Useimmiten äänestäjä antaa äänensä ehdokkaalle, jonka todella haluaa voittavan. Ne muutamat seikat, jotka äänestäjä ottaa huomioon päätöstä tehdessään ovat hänen mielestään tärkeimmät. Vaarana on, että esimerkiksi tiedotusvälineet tekevät suhteellisen vähäpätöisistä asioista huomattavia juuri päätöksenteon aikaan. (Asp & Esaiasson 1996, 85; Hernstein 1985, 33-34.)

Suomen eduskuntavaaleissa äänestäjä tekee kolme keskeistä päätöstä: päätöksen osallistua (eli äänestää), päätöksen puolueesta, jota äänestää sekä päätöksen ehdokkaasta, jota äänestää. Äänestäjät painottavat näiden päätösten tärkeyttä eri tavoin. (Borg 1995, 171; Pekonen

1995, 187; Pesonen 1995, 128.) Vaikka äänestäjä olisikin tehnyt päätöksensä siitä, kenelle äänensä antaa, se ei merkitse, että hän myös kävisi äänestämässä. Uurnalle hänet saa vasta se, että hänellä on positiivinen asenne yleensäkin äänestämistä kohtaan, ainakin yksi ehdokas, jota voisi kuvitella äänestävänsä sekä negatiivinen asenne äänestämättä jättämistä kohtaan. Useimmat demokraattisen yhteiskunnan kansalaiset ovat tietoisia siitä, että yhteiskunta pitää äänioikeuden käyttämistä tärkeänä. Lähes kaikki uskovat, että heidän läheistensä mielestä heidän tulisi äänestää ja tuntevat lähes moraalista pakkoa äänestää. Äänestämättä jättäminen on heistä paha asia ja hölmö teko. Kuitenkin kaikissa vaaleissa on yleensä joukko vaalikelpoisia äänestäjiä, jotka arvostavat äänestämättä jättämistä joko protestina tai muuten. Tätä ei kuitenkaan tapahdu, jos on yksikin ehdokas, jota äänestää. Jos äänestäjä suhtautuu negatiivisesti kaikkiin ehdokkaisiin, hän todennäköisesti jättää äänestämättä. (Fishbein & al. 1985, 79-81.) Eurovaaleissa pieni äänestysprosentti saattoi johtua siitäkin, että äänestäjillä oli negatiivinen asenne koko vaalien aiheesta, eli europarlamenttia ja Euroopan unionia kohtaan.

### 2.3.2 ÄÄNESTÄJÄTYYPPEJÄ - KETÄ SUOMALAINEN ÄÄNESTÄÄ?

Politiikan tutkimuksessa selkein jako äänestäjäkunnassa tehdään politiikkaa vähän seuraaviin ja politiikkaa paljon seuraaviin. Ensimmäisellä ryhmällä puuttuu sekä kiinnostusta että tietoa, jälkimmäisellä taas on molempia. Lau & Erber (1985) sekä Graber (1989, 165-224) käyttävät näistä kahdesta ryhmästä nimitystä ekspertit ja noviisit heidän poliittisten skeemojensa perusteella (poliittisista skeemoista ks. myös Miller & Asp 1985 sekä Garramone 1985). Ekspertit seuraavat politiikkaa enemmän, tietävät siitä enemmän, osaavat hahmottaa kokonaisuuksia, ovat vakiinnuttaneet puoluekantansa ja ovat näkemyksissään pysyviä. Noviisit puolestaan eivät tiedä politiikasta niin paljon, eivät osaa hahmottaa asiakokonaisuuksia eivätkä kykene liittämään uutta tietoa aiempiin tietokokonaisuuksiin. He myös vaihtavat mielipiteitään ja näkemyksiään usein. Ekspertti arvioi ehdokkaiden eri per-

soonallisuuspiirteitä ja kykyjä politiikan kontekstia vasten relevantteina kokonaisuuksina. Noviisi saattaa arvottaa ehdokkaat epäolennaisten, yksittäisten persoonallisuuspiirteiden kautta. Ekspertille yhtenevä puoluekanta ehdokkaan kanssa on tärkeämpi kuin noviisille. (Lau & Erber 1985, 42-58.)

Toinen tapa jakaa äänestäjät kahteen ryhmään on vertailu sen mukaan, kumpaa he pitävät äänestäessään tärkeämpänä, puoluetta vai ehdokasta. Suomessa vuoden 1991 eduskuntavaaleissa puolueäänien ensisijaisuus oli varsinkin puolueiden varmojen kannattajien mielipide, kun taas ehdokas tuntui sitä tärkeämmältä, mitä löyhemmin puolueeseen samastuttiin. Jälkimmäiseen ryhmään kuului moni politiikasta vähän kiinnostunut ja heikosti motivoitunut äänestäjä. Ensisijaisesti ehdokasta äänestäneille oli tärkeämpi äänestämisen syy aiempi tuttuus ehdokkaan kanssa kuin puolueäänestäjille. Heillä myös hyvä ehdokas oli useammin puoluevalinnan syy kuin puolueäänestäjillä. Pienelle äänestäjäkunnan enemmistölle puolue oli yhä tärkeämpi, mutta ehdokkaan painottajia oli jo 43% äänestäjistä, ja alle 30-vuotiaiden äänestäjien enemmistö piti ehdokasta tärkeämpänä kuin puoluetta. (Pesonen 1991 & 1995.)

Borg (1995, 173) löytää suomalaisesta äänestäjäkunnasta kahdeksan ideaalityyppiä. Ne muodostuvat siitä, miten äänestäjä painottaa kolmea päätöstään (osallistumisesta, puoluevalinnasta, ehdokasvalinnasta). Borg jakaa painotukset kahteen ryhmään: vähän merkitystä (-), paljon merkitystä (+). Hän saa aikaan seuraavanlaisen taulukon.

	Puolue				
	-		+		
	Ehdokas		Ehdokas		
	-	+	-	+	
	-	1	3	5	7
Osallistuminen					
	+	2	4	6	8

KUVIO 1. Äänestäjän kolmen äänestyspäätöksen subjektiivinen tärkeys (Borg 1995, 173.)

Näistä äänestäjän ideaalityypeistä parittomilla numeroilla merkityt ovat todennäköisiä "nukkuvia", eli niitä, jotka eivät äänestä. Ryhmään 2 kuuluvia äänestäjiä voi kutsua velvollisuusäänestäjiksi, koska he pitävät tärkeänä vain vaaleihin osallistumista. Ryhmä 4 kuvaa ehdokasäänestäjiä, jotka eivät painota puoluevalintaa päätöksessään. Sen sijaan ryhmään 6 kuuluvat puolueäänestäjät, jotka pitävät tärkeänä puoluetta, mutta eivät ehdokasta. Ryhmään 8 jäävät äänestäjät, jotka pitävät kaikkia kolmea äänestyskäyttöön liittyvää päätöstä hyvin tärkeinä äänestämässään. On huomattava, että kuvaajaa ei voi pitää tarkkana todellisuuskuvana, vaan sitä tulee lukea lähinnä heuristisena kuvauksena äänestäjäryhmistä.

Samassa tutkimuksessaan Borg (1995, 184) löysi vuoden 1991 eduskuntavaalien yhteydessä viisi eri perustelujen dimensiota äänestyspäätökselle. Päätöksen perusteluna olivat *ehdokas* (eri ominaisuudet ja syyt äänestää juuritätä ehdokasta), *vaaliteemat ja ideologiat* (jotka ovat yleensä puoluesidonnaisia ja nivoutuvat puolueäänestämiseen), *etunäkökohdat* (äänestämistä käytetään välineenä omien asioiden edistämiseen esim. talousasioissa), *tuki* (puoluesamastuminen ja puolueen tukeminen) ja *velvollisuus osallistua* (ei osoita välttämättä äänestyskäyttämisen suuntaa, vaan osoittaa tämän dimension olevan yksi äänestyspäätöksen osista). Pekonen (1995, 194) sai vastaavan luokituksen aikaan äänestäjäryhmistä. Etunäkökohtia, vaaliteemaa tai ehdokasta painottavat äänestäjät korostavat ehdokkaan tärkeyttä äänestyspäätöksessään. *Etunäkökohtia painottavat* ovat yleensä kiinnostuneita politiikasta ja löytävät välineellisiä syitä äänestyskäyttämiseensä. *Teemäänestäjät* näkevät äänestämisenä tavoitteellisena ja rationaalisena toimintana. *Ehdokasäänestäjät* voi jakaa niihin, jotka äänestävät ystävää tai sukulaista ja niihin, jotka protestoivat puolueita vastaan. *Puolueäänestäjät* äänestävät tukeakseen puoluettaan, eivät niinkään vaikuttaakseen. *Velvollisuusäänestäjät* puolestaan äänestävät, koska se on kansalaisvelvollisuus. Teema- ja ehdokasäänestäjistä löytyy tavallisesti nuoria opiskelijoita, jotka eivät ole kiinnostuneita politiikasta, eivätkä sidoksissa mihinkään puolueeseen.

Kaiken kaikkiaan suomalainen antaa äänensä yleensä puolueelle, jota on tukenut aikaisemminkin. Silti ajan mittaan äänestäjien halu korostaa yksittäisen ehdokkaan tärkeyttä on kasvanut. Äänestäjä punnitsee nykyisin yleensä useampaa vaihtoehtoa, joista sitten valitsee äänensä saajan. Puolueäänestäjillä vaihtoehdot ovat oman puolueen sisältä, ehdokasäänestäjillä taas eri puolueista. (Borg 1995, 191.) Moringin ja Himmelsteinin (1993, 160) tutkimustuloksen mukaan suomalaisilla äänestäjillä on melko voimakkaat näkemykset asioista ja että suuri osa äänestäjistä pitää asiakysymyksiä erittäin tärkeinä tehdessään äänestyspäätöksensä. Pesosen (1995, 126) mukaan asiakysymysten painottaminenkin riippuu kiinnostuksesta politiikkaan: mitä kiinnostuneempia äänestäjät siitä ovat, sitä todennäköisimmin he äänestävät ehdokasta hänen kokemuksensa tai ajamiensa asioiden perusteella.

Europarlamenttivaalien osalta herää kysymys, ovatko äänestäjät ylipäättään selvittäneet, millaisia asioita ehdokas aikoo Europarlamentissa ajaa, vai onko häntä äänestetty muista syistä? Ja jos muu kuin tieto ratkaisee, onko syy eurovaaleissa: ehkä ne eivät kiinnosta tarpeeksi, jotta asioista viitsittäisiin ottaa selkoa - tai äänestäjällä ei ole kertakaikkiaan käsitystä siitä, millaisia asioita EU:ssa ajetaan ja pitäisi ajaa. Meillä suomalaisilla kun ei ole asiasta aikaisempaa kokemusta. Asenne meillä kyllä on yleensä vahvasti EU:n puolesta tai vastaan, mutta kuinka moni loppujenlopuksi *perinpohjin* tietää, mikä EU on ja mitä Europarlamentti tai edustajat siellä tekevät?

### **3. PARASOSIAALINEN SUHDE POLITIIKASSA**

Jotkut äänestäjät kehittävät kestävän "suhteen" suosikkiehdokkaaseensa (Pesonen 1991 & 1995). Voiko tällaisessa suhteessa olla kyse parasosiaalisesta suhteesta? Tässä luvussa käyn läpi parasosiaalisen suhteen teoriaa. Koska Suomessa sitä ei ole tutkittu politiikan kontekstissa, ja amerikkalainenkin tutkimus on vähäistä, kuvailen suhdetta yleensä tv-esiintyjään aiempaan tutkimukseen nojaten.

#### **3.1 KÄSITTEEN MÄÄRITTELYÄ**



Donald Horton ja R. Richard Wohl käyttivät termiä parasosiaalinen suhde ensimmäistä kertaa nelisenkymmentä vuotta sitten, eli vuonna 1956 (Horton & Wohl (1956) 1986, 185). Siitä saakka tätä suhdetta on tutkittu ja määritelty monin eri tavoin. Luonnehdintojen kirjosta huolimatta perusajatus on pysynyt samankaltaisena tähän päivään asti (ks. Isotalus 1994).

Parasosiaalista suhdetta on kuvattu kuvitteelliseksi yksipuoliseksi ystävyudeksi katsojan ja mediapersoonan - yleensä tv-esiintyjän - välillä (Horton & Wohl (1956) 1986, 185; Rubin & McHugh 1987, 18; Isotalus 1994, 27). Suhde voi syntyä mm. fiktiivisten sarjojen hahmoihin (Perse & Rubin 1989, 59-77), televisiossa esiintyviin kuuluisuuksiin ja toimittajiin (Alperstein 1991, Perse 1990) mutta myös poliitikkoihin (Wenner 1983, 380-395; ks. myös Isotalus 1994, 24-26).

Parasosiaalinen suhde määritellään myös illuusioksi interpersonaalisesta viestinnästä eli kasvokkaistilanteesta (Rubin & Mc Hugh 1987, 180; Horton & Wohl (1956) 1986, 185; Isotalus 1994, 24). Persen ja Rubinin (1989, 59) määritelmän mukaan kyseessä on tv-katsojan interpersonaalinen suhde tv-persoonaan. Muita luonnehdintoja ovat mielikuviutus-, kvasi -ja pseudoystävyyys sekä interaktion simulointi (Alperstein 1991; Koenig & Lessan 1985; Perse 1990 sekä Cathcart & Gumpert (1983) 1986. Isotaluksen ja Valon (1995, 64-72) mukaan parasosiaalisuus edellyttää tunnepitoista suhtautumista. Suhde onkin myönteinen ja affektiivinen side mediaesiintyjään. (Isotalus & Valo 1995, 64; Perse 1990). Suhde voi olla laimea tai voimakas (Isotalus & Valo 1995, 65).

Parasosiaalinen suhde saa siis lähes yhtä monta määritelmää kuin on tutkijoitakin. Isotalus (1994, 25) vetää määritelmät yhteen. Hänen mukaansa parasosiaalinen suhde on yksinkertaisesti vastaanottajan kuvitteleva suhde mediapersoonaan. Tuo suhde ei ole sidoksissa mediaan, esiintyjä- tai ohjelmatyyppiin. Suhde kohdistuu henkilöön ja sitä leimaavat yksipuolisuus, todellisen vuorovaikutuksen ja reaaliaikaisen palautteen puuttuminen, vaikutelma läheisyydestä ja tuttuudesta, affektiivinen sitoutuneisuus, mediapersoonan esiintymisen toistuvuus ja rin-

nastettavuus muihin sosiaalisiin ja interpersonaaliseen viestintään perustuviin suhteisiin. Moninaisista määrittelyistä huolimatta parasosiaalinen suhde on hyvin yleinen ilmiö. Melkein kaikilla niitä on ainakin jonkinasteisesti.

### 3.2. PARASOSIAALISEN SUHTEEN TUTKIMUS

Parasosiaalista suhdetta tutkitaan usein suhtautumisena mieliesiintyjään. Pelkän mieliesiintyjän olemassaolo ei kuitenkaan todista, että kyse olisi parasosiaalisesta suhteesta katsojan ja esiintyjän välillä. Tällaisesta suhteesta on kyse, kun pitäminen saa suhteelle ominaisia piirteitä. Suhteessa on kysymys ajan kuluessa tapahtuvasta tutustumisesta (Isotalus & Valo 1995, 64.)

Parasosiaalisen suhteen tutkimusta on tehty lähinnä Yhdysvalloissa, ja lähinnä television kontekstissa. Jyväskylän yliopistossa tehdyssä tutkimuksessa Isotalus ja Valo (1995) huomioivat myöskin parasosiaalisen suhteen syntymisen radioesiintyjän ja kuuntelijan välille. Tutkimuksesta kävi ilmi, että parasosiaalinen suhde kuuntelijan ja radioesiintyjän välille voi syntyä, mutta suhde radioesiintyjään ei ole niin vahva kuin suhde televisioesiintyjään. Vertailtaessa parasosiaalista suhdetta radion ja television välillä tulokset osoittavat televisioesiintyjisiin syntyvän selvästi vahvempia parasosiaalisia suhteita kuin radioesiintyjisiin. Tätä selittää tv:n taipumus korostaa henkilöitä ja heidän persoonaansa, mikä luo hyvät edellytykset suhteen synnylle. Televisiossa korostuvat esiintyjää kohtaan tunnettu empaattisuus, sekä esiintyjän attraktiivisuus ja kompetenssi. (Isotalus & Valo 1995, Isotalus 1996a.) (Ks. myös s. 22-23)

Isotaluksen ja Valon (1995) tuloksista käy ilmi, että vahvimmat parasosiaaliset suhteet solmitaan Suomessa televisiosta tutuksi tulleisiin julkkiksiin ja fiktiivisiin esiintyjisiin. Kotimaisilla fiktiivisillä esiintyjillä suhde muodostuu itse henkilöön ja ulkomaisilla esiintyjillä heidän roolihahmoonsa. Päinvastoin kuin USA:ssa, laimeimmat parasosiaaliset suhteet ovat uutisankkureihin ja uutis- ja ajankohtaistoimittajiin. Tämä ero selittyy varmasti erilaisella televisiokulttuurilla. USA:ssa esimer-

kiksi useiden paikallisten televisioyhtiöiden vahvimpia kilpailuvaltteja ovat juuri uutisankkurit (esim. Turner 1993, 449). Tosin Suomestakin muistetaan hyvin uutistenlukija Heikki Kahila, joka oli hyvin suosittu televisioesiintyjä. On mahdollista, että häneen solmittiin vahvojakin parasosiaalisia suhteita ennen kuin siirryttiin käytäntöön, jossa uutistenlukijat alkoivat vuorotella ruudussa. Sittemmin Kahila myös lopetti uutisuransa. Ehkä useiden uutistenlukijoiden vuorottelu aiheuttaakin sen, ettei vahvoja parasosiaalisia suhteita heihin pääse enää syntymään.

Isotaluksen ja Valon (1995) mukaan suomalaiset katsojat eivät pidä siitä, että esiintyjä kertoo itsestään ja yksityiselämästään. Muuten suomalainen parasosiaalinen suhde on perusulottuvuuksiltaan amerikkalaisen kaltainen. Isotalus ja Valo löytävät suomalaisesta parasosiaalisesta suhteesta viisi ulottuvuutta. Ensimmäinen on *kuviteltu ystävyys*; esiintyjä koetaan samalaisena oman itsen ja omien ystävien kanssa. Vastaanottaja kuvittelee ymmärtävänsä esiintyjän ajatuksia paremmin kuin muut ja voisi ajatella ystäväystyvänsä esiintyjän kanssa tilaisuuden tullen. Toinen ulottuvuus on esiintyjän *seuraan hakeutuminen*, kolmas esiintyjää kohtaan tunnettu *empatia*. Neljättä ulottuvuutena tutkijat kutsuvat *suhteen todellisuudeksi*. Sen mukaan esiintyjä käy vastaanottajan mielessä muulloinkin kuin ohjelman aikana, ja hänen ollessaan paikkakunnalla häntä saatettaisiin mennä katsomaan. Viides ulottuvuus on esiintyjän *kompetenssi* eli ammattitaitoisuus ja fiksuus. Kompetenssi tosin ei ole varsinaisen parasosiaalisen suhteen osa, mutta kuitenkin tärkeä osa esiintyjää arvioitaessa; vastaajien arvioinneissa mielesesiintyjän kompetenssi oli tärkeä esiintyjän ominaisuus. Tämä sopii myös poliitikkojen imago tutkimuksen tuloksiin. Esiintyjästä muodostuu kuva, joka jakaantuu affektiiviseen ja kognitiiviseen komponenttiin, joista parasosiaalinen suhde liittyy affektiiviseen komponenttiin. Ehdokkaitakaan ei arvioida pelkästään kognitiivisin perustein, vaan äänestyspäätökseen liittyvät myös affektiiviset tekijät.

Suomalainen poliitikkokulttuuri ei ehkä tarjoa yhtä otol-

lista kasvualustaa parasosiaaliselle suhteelle kuin amerikkalainen, mutta on kuitenkin mahdollinen. Esiintyvät-hän he kuvaruudussa enemmän tai vähemmän säännöllisesti. Suomessa poliitikkojen esiintyminen televisiossa on tois- taiseksi viileän asiallista, eikä heitä juurikaan näe viihteellisimmissä ohjelmissa muuten kuin vaalien alla - jos aina silloinkaan. Suomalaiset poliitikot eivät ole vielä omaksuneet viestintätäytyiliä, jossa kohdennetaan sa- nottava juuri katsojalle. Toisaalta suomalainen televisio- on tekotyö ei anna tälle mahdollisuksiakaan, paitsi mainoksissa, jossa kohdentaminen on melkein itsestään selvää. Suomessakin on jo alettu käyttää poliitikkoja muissakin kuin omissa vaalimainoksissaan. Ehkä tulevai- suudessa, jos amerikkalaistyylinen "showpolitiikka" val- taa alaa, suomalaisetkin poliitikot tulevat läheisimmiksi ihmisille - muulloinkin kuin vaalikampanjansa aikana. Voin toki olla väärässäkin pohdinnoissani suomalaisten suhteesta poliitikkoihinsa. Kenties he ovat läheisempiä meille kuin luulenkoan.

### 3.3 SUHTEEN SYNTY JA KEHITYS

Viestinnän tutkimuksessa on perinteisesti tehty jako joukkoviestintään ja interpersonaaliseen viestintään (Isotalus 1996a, 34). Vaikka parasosiaalinen suhde on selkeästi yhteydessä joukkoviestimiin, sen tutkimus on monessa suhteessa hyvin lähellä interpersonaalisen vies- tinnän teorioita. Epävarmuuden vähentämisen teorian ja teorian henkilökohtaisista havaitsemiskonstrukteista on todettu soveltuvan parasosiaalisen suhteen tarkasteluun (ks. esim. Perse & Rubin 1989). Tulokset osoittavat, että interpersonaalinen suhde ja parasosiaalinen suhde kehit- tyvät samojen periaatteiden mukaisesti. (Isotalus 1996a, 42; Rubin & McHugh 1987, 288.)

Rubin ja McHugh (1987) selittävät parasosiaalisen suhteen syntyä verrattuna interpersonaalisen suhteen syn- tyyn. Heidän mallinsa mukaan suuri vuorovaikutuksen määrä interpersonaalisisessa viestinnässä lisää suhteen synnyn mahdollisuutta. Viestinnän määrä lisää toisesta pitämistä ja se taas syventää suhteen intiimiyttä. Eli parasosiaa- lisen suhteen yhteydessä: mitä enemmän katsot tiettyä

televisioesiintyjää, sitä attraktiivisemmaksi hän sinun silmissäsi muuttuu. Katsomalla esiintyjää kerrasta toiseen vastaanottajasta alkaa tuntua, että hän tuntee esiintyjän, hänen käyttäytymispiirteitään, persoonallisuuttaan ja erilaisia yksityiskohtia hänen elämästään. Mitä tutumpi esiintyjästä tulee, sen läheisemmäksi hänet koetaan. (Isotalus & Valo 1995, 64.)

Parasosiaalisen suhteen kannalta on oleellista, että esiintyjää pidetään henkilönä, jonka seurassa mielellään oltaisiin ja jonka kanssa mielellään tehtäisiin töitä. (Rubin & McHugh 1987, 288). Turnerin (1993, 449) mukaan katsojan ja esiintyjän asenteiden samankaltaisuus on suurempi edellytys parasosiaalisen suhteen synnylle kuin esimerkiksi esiintyjän ulkonäkö. Tässä tutkielmassa eräs esiin nousevista kysymyksistä on se, miten paljon asenteiden samankaltaisuus äänestäjän ja ehdokkaan välillä määrää äänestysratkaisua tai mahdollisen parasosiaalisen suhteen olemassaoloa.

Tutkimuksissa ei juurikaan ole löydetty psykologisia tai sosiaalisia tekijöitä, jotka selittäisivät katsojien sitoutumista tiettyihin esiintyjiin. Parasosiaalisen suhteen olemassaolo nähdään kuitenkin osana television katsomisen motiiveja. Parasosiaalinen suhde esiintyjään saattaa olla jopa tärkeämpi tekijä television ääreen istahtamiselle kuin esimerkiksi katsottavan ohjelman sisältö. (Conaway & Rubin 1991, 458.) Television katsomisen määrän vaikutuksista ollaan kahta mieltä (Rubin & McHugh 1987; Perse & Rubin 1989; Perse & Rubin 1990), mutta ainakaan katsojan yksinäisyydentunteella ei ole havaittu olevan yhteyttä parasosiaaliseen suhteeseen (Rubin, Perse & Powell 1985, 172). Parasosiaalinen suhde mediaesiintyjään on palkitseva ainakin siinä mielessä, ettei se tuota epämiellyttäviä yllätyksiä. Mediahahmo on toiminnoissaan muuttumaton ja hyvin ennustettava, ei ole koskaan epämiellyttävä eikä uhkaava, vaan aina sympaattinen. Hänen kanssaan on paljon helpompi olla tekemisissä kuin todellisten henkilöiden kanssa. Parasosiaalinen suhde saakin joskus oikeat suhteet tuntumaan epätäydellisiltä. (Horton & Wohl (1956) 1986, 187-188; Cathcart & Gumpert (1983) 1986, 32-33; Caughey 1984; Koenig & Lessan 1985, 264.)

Se, että poliitikot korvaisivat joitakin sosiaalisia suhteita katsojan elämässä, tuntuu melko huvittavalta ainakin Suomen tv:ssä esiintyviä poliitikkoja ajatellen. Syyinä lienee suomalainen tapa esittää politiikkaa televisiossa. Sitäpaitsi tuskinpa poliitikot tuovat aina esiintyessään vain miellyttäviä yllätyksiä. Uskon, että esimerkiksi "Eric Forresterilla" on paremmat edellytykset täyttää aukkoja katsojan sosiaalisessa elämässä kuin esimerkiksi Paavo Väyrysellä. Vai onko? Sitä yritän tällä tutkimuksellani selvittää.

Olkoonpa kyseessä kuviteltu tai todellinen ystävyys-suhde, interpersonaalinen ja parasosiaalinen suhde kehittyvät hyvin samankaltaisesti. Siksi onkin syytä käydä läpi medioidun - lähinnä televisioidun viestinnän interpersonaalisia piirteitä.

Interpersonaalinen viestintä viittaa dyadiseen vuorovaikutukseen, verbaaliseen ja nonverbaaliseen vaihtoon kahden tai useamman toisistaan tietoisien yksilön välillä. Nämä yksilöt ovat yleensä vuorovaikutuksessa samanaikaisesti ja samassa tilassa. Kukin vuorollaan toimii sekä lähettäjän että vastaanottajan roolissa. (Cathcart & Gumpert (1983) 1986, 27.) Tältä kannalta katsottuna televisioesiintyjä ei ole todellinen interaktiokumppani (Koenig & Lessan 1985). Televisio ei pysty täyttämään osuut-taan interpersonaalisessa viestinnässä, sillä se ei pysty tarjoamaan palautetta jokaiselle yksilölliselle katsojalle (White 1986, 110). Keskeisimpänä erona interpersonaalisen viestinnän ja televisioviestinnän välillä pidetäänkin sitä, että televisioviestintä on yksisuuntaista. Ainoastaan viivästeinen palaute on mahdollista ja osapuolten välillä ei samanaikaisesti vaihdu mitään. (Isotalus 1996a, 37.) Parasosiaalinen suhde on siis yksipuolinen ja kohdistuu tiettyyn esiintyjään. Vaikka todellista vuorovaikutusta ei olekaan, katsoja pitää esiintyjää tuttuna ja läheisenä (Isotalus 1996a, 41.)

#### **4. TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN**

Tutkielmani päätavoitteena on selvittää, onko äänestäjällä ehdokkaaseen mahdollisesti solmimalla parasosiaalisella suhteella merkitystä äänestyspäätöksessä. Oletan, että

etenkin politiikan ulkopuolelta tulevien julkkisehdokkaiden kohdalla parasosiaalinen suhde on mahdollinen. Amerikassa parasosiaalisen suhteen solmiminen poliitikkoon on todettu mahdolliseksi. Onko se mahdollinen myös Suomessa, ja millainen tuo suhde on, siitä yritän ottaa selkoa.

Selvittelen myös, onko ehdokkaan edes jollakin tasolla tutuksi kokeminen äänestäjälle tärkeä seikka ratkaisua tehdessään, ja toisaalta, mistä tuo tuttuuden vaikutelma on peräisin. Kartoittamalla äänestäjän perusteluja äänestyspäätökselleen pyrin selvittämään myös, millaisia ominaisuuksia äänestäjä arvostaa ehdokkaassaan ja poliitikoissa yleensä, sekä ovatko Europarlamentissa vaadittavat ominaisuudet äänestäjän mielestä jollakin tavoin erilaisia kuin Suomen eduskunnassa tarvittavat. Tutkimus toteutettiin sekä määrällisin että laadullisin menetelmin.

Kvantitatiivinen osuus tapahtui kyselylomakkeen avulla (liite 2). Kyselylomakkeen käyttö oli perusteltua, sillä sen avulla voitiin kartoittaa parasosiaalisen suhteen olemassaoloa jo aiemmin testatulla ja toimineella menetelmällä. Sen avulla voitiin lisäksi käsitellä suurempi otos äänestäjiä kuin muilla menetelmillä olisi ollut mahdollista. Näin saatiin yleisvaikutelma parasosiaalisen suhteen yleisyydestä ja luonteesta poliitikkoja kohtaan.

Lomakkeen mallina käytettiin Isotaluksen ja Valon (1995) tutkimuksessaan suhtautumisesta tv:n ja radion mieliesiintyjiin käyttämää kyselylomaketta, jonka pohjana oli Rubin, Perse & Powellin (1985) Parasocial Interaction Scale -lomake. Tätä soveltaen saatiin lomake, joka pyrkii testaamaan äänestäjän suhtautumista äänestämäänsä ehdokasta kohtaan, sekä parasosiaalisen suhteen mahdollista olemassaoloa. Tv:n ja radion mieliesiintyjiä koskevista kysymyksistä useimmat toimivat poliitikkojenkin kohdalla sellaisenaan, koska ne käsittelivät vastaajan vaikutelmia esiintyjästä (poliitikon voi myös katsoa olevan esiintyjä), esiintyjän henkilökohtaisia ominaisuuksia sekä tiedotusvälineissä esiintymisen määrää ja laatua. Poliitikkojen persoonaa ja esiintymistä käsittelevien väittämien joukkoon lisättiin myös äänestämisen teorioista sovellettuja väittämiä mittaamaan esimerkiksi puolueäänestämistä.

Näin ei unohdettu myöskään äänestyspäätöksen rationaalista puolta. Lomake pyrkii siis mittaamaan sekä affektii- vistä (tässä tapauksessa parasosiaalista) että kognitiivista ulottuvuutta äänestämässä.

Lomakkeessa esitettyihin väittämiin vastataan viisiportaisella samaa mieltä - erimieltä -asteikolla. Äänestäjää pyydettiin myös kertomaan, ketä hän oli äänestänyt, sekä jättämään yhteystietonsa, jotta löydettäisiin ns. julkkisehdokasta äänestäneet henkilöt jatkohaastattelua varten.

Lomakkeita oli kaikkiaan 160 kappaletta. Vaalipäivänä 20.10.1996 niitä täytätettiin äänestyspaikoilla Valkeakoskella, Tampereella ja Jyväskylässä. Näiden lisäksi niitä täytettiin Valkeakoskella myös työpaikoilla. Lomakkeista saatiin takaisin asianmukaisesti täytettynä 146 kappaletta. Vastanneista naisia on 54.8% (80 henkilöä) ja miehiä 45.2% (66 henkilöä). Vastanneiden keski-ikä on 42,64 vuotta vanhimman ollessa 78- ja nuorimman 18 -vuotias. Koulutukseltaan äänestäjät jakautuivat melko tasaisesti. Tarkempi koulutusjakauma näkyy seuraavassa:

	hlöä	%
perus- tai keskikoulu	25	17.1
lukio	24	16.4
ammattikoulu	44	30.1
yliopisto tai korkeak.	33	22.6
muu	16	11.0
puuttuvat tiedot	4	2.7
<hr/>		
yhteensä	146	100.0

TAULUKKO 1 Äänestäjien jakautuminen koulutuksen mukaan.

Kyselylomakkeiden analysoimiseksi suoritettiin perusajojen (keskiarvot, prosenttiosuudet, keskihajonnat ja frekvenssit) lisäksi tilastoajoja, joilla etsittiin väittämi- en yhteyksiä äänestäjien taustamuuttujiin (ikään, sukupuoleen, koulutukseen. Nämä yhteydet kartoitettiin korre- laatioanalyysin, t-testien ja varianssianalyysien avulla. Lisäksi suoritettiin faktorianalyysi, jossa etsittiin parasosiaaliselle suhteelle kahdesta kuuteen faktorin



ratkaisuja.

Tutkielman laadullisena osuutena olivat teemahaastattelut. Haastattelua parasosiaalisen suhteen tutkimusmenetelmänä ei ole juurikaan testattu, joten nyt siihen oli mahdollisuus. Tällä menetelmällä voitiin selittää ja syventää kyselylomakkeista saatuja tuloksia, eli pyrittiin syventämään ymmärrystä äänestäjän suhtautumisesta ja mahdollisesta parasosiaalisesta suhteesta ehdokkaaseensa. Äänestäjä pystyi haastattelussa kuvailemaan vaikutelmiaan ehdokkaastaan ja pohtimaan vaikutelmiensa alkuperää. Hän kykeni myös kestomaan, miten äänestyspäätöksen prosessi hänen kohdallaan eteni: missä vaiheessa hän teki ratkaisunsa ja miten hän siihen päätyi. (Teemahaastattelurunko liitteenä 3.)

Teemahaastatteluihin lupautui vastaajista 23 äänestäjää. Heistä 11 äänesti määrittelemääni julkkiskategori-  
aan sopivaa henkilöä; siis ehdokasta, joka on paljon tie-  
dotusvälineissä esiintyvä poliitikko tai pääasiassa poli-  
tiikan ulkopuolelta kannuksensa hankkinut henkilö. Ryh-  
mästä löytyy Marjo Matikainen-Kallström, Kirsi Piha, Sami  
Aaltonen, Reino Paasilinna, Pekka Sauri ja Esko Seppänen.  
Lopulta tavoitin 7 haastateltavaa, joista 5 on naista ja  
2 miestä. Haastatelluista 2 on Valkeakoskelta, 2 Tampe-  
reelta ja 3 Jyväskylästä. Haastatellut ovat iältään 21-58  
vuotiaita ja edustavat koulutuksen koko kirjoa (tarkemmin  
taulukossa 2). Haastattelut tehtiin tammi-helmikuussa  
1997. Kukin haastattelu kesti puolesta tunnista tuntiin.

	<u>ikä</u>	<u>koulutus</u>	<u>ammatti</u>
<b>Nainen</b>	21	lukio	opiskelija
	23	lukio+amm.koulu	pukuompelija
	30	yliop./kk.	opettaja
	40	yliop./kk	-
	54	yliop./kk	kunnan virkamies
<b>Mies</b>	34	yliop./kk	näyttelijä
	58	perus-/keskik.	eläkeläinen

TAULUKKO 2. Haastateltavien ikä, koulutus ja ammattija-  
kauma.

Teemahaastatteluja ei litteroitu sanatarkasti. Ne kuunneltiin läpi kolmeen kertaan ja niille tehtiin laadullista analyysia kokoamalla esiin nousseita teemoja yhteen yläotsikoiden alle. Laajempia teema-alueita olivat esimerkiksi oman ehdokkaan ominaisuudet, poliitikon ominaisuudet yleensä, äänestyspäätökseen vaikuttaneet tekijät ja Europarlamentissa tarvittavat ominaisuudet sekä ehdokkaan uran ja mielipiteiden seuraaminen. Näitä analysoiden pyrittiin löytämään kaikkia haastateltuja yhdistäviä asioita, mahdollisten merkittävien erojen syitä sekä teema-alueiden välisiä yhteyksiä.

Tutkimuksen kvalitatiiviseen osaan kuuluvat myös avoimet kysymykset kyselylomakkeissa. Niissä vastaajat luonnehtivat omin sanoin valitsemaansa ehdokasta, joten ne selventävät haastattelun ohella asioita ja ominaisuuksia, joita äänestäjä pitää tärkeinä valitessaan edustajaansa Europarlamenttiin. Tämän vertailuryhmän avulla voidaan verrata laajemman äänestäjäkunnan perusteluja haastatteluissa esiin tulleisiin perusteluihin, ja siten pohtia aineiston yleistettävyyden mahdollisuuksia.

Kyselylomakkeiden avoimista kysymyksistä laskettiin kunkin perustelun saaman maininnan lukumäärä. Eli vaikka ne olivatkin laadullisia vastauksia, ne käsiteltiin määrällisinä. Näin voitiin pohtia haastatteluissa esiin tulleiden perustelujen yleisyyttä ja yleistettävyyttä kyselylomakkeista saatuun vertailuryhmään nähden.

Nämä laadulliset menetelmät yhdistettynä määrällisiin antanevat melko kattavan kokonaiskuvan siitä, millaisten syiden takia äänestäjä antaa äänensä tiettylle ehdokkaalle. Oletettavasti luonnehdintojen avulla voi rakentaa myös jonkinlaisen euroedustajan ideaalityypin. Tämän tutkimuksen kannalta tärkein tavoite on kuitenkin tutkia parasosiaalisen synnyn mahdollisuutta poliitikkoon ja sen mahdollista yhteyttä äänestyspäätökseen. Edelleen yhtenä tutkimuksen päätavoitteista on kuvata tuota mahdollista parasosiaalista suhdetta, sen laatua ja ulottuvuuksia. Tähän pyritään faktorianalyysin ja haastattelujen yhteistulkinnalla. Samalla tulee testatuksi haastattelumenetelmän soveltuvuus parasosiaalisen suhteen tutkimuksessa.

## 5. TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 5.1 PARASOSIAALINEN SUHDE - VIISI ULOTTUVUUTTA

Kyselylomakkeen toivottiin mittaavan kognitiivista ja affektiivista (eli parasosiaalista) suhtautumista ehdokkaaseen. Mittareiden toimivuuden tarkistamiseksi niitä käsiteltiin summamuuttujina. Summamuuttuja 1 käsitti kysymykset 3-5, summamuuttuja 2 puolestaan kysymykset 6-48. Parasosiaalisen suhteen mittari osoittautui reliaabeliksi (Cronbachin alfa = .9114). Kognitiivisen suhteutumisen mittarin reliabiliteetti oli heikompi (alfa = .6929). Etenkin osio 4 (olen äänestänyt häntä aiemminkin) ei tuntunut täysin mittaavan sitä mitä piti. Summamuuttujien keskiarvot ja hajonnat olivat seuraavat: Summa1:n keskiarvo oli 2.94 ja hajonta 1.19; summa2:n keskiarvo taas 3.15 ja hajonta .54.

Parasosiaalisen suhteen dimensionaalisuuden tutkimiseksi kyselylomakkeilla (N=146) tehtiin faktorianalyysi. Parasosiaalisen suhteen rakenteesta ei ole etenkin poliitikkojen kohdalla vielä niin paljon tietoa, että olisi voitu muodostaa hypoteesia faktorimallista. Tässä faktorianalyysissä oli tavoitteena etsiä sopivaa, tulkittavissa olevaa mallia. Tavoitteena oli, että valittavan faktoriratkaisun pienin faktori selittäisi vähintään 3% kokonaisvaihtelusta. Tärkein kriteeri on kuitenkin faktorimallin sisällöllinen tulkittavuus.

Parasosiaalisen suhteen perusulottuvuuksia kuvaamaan valittiin viiden faktorin malli, koska se on suhteellisen selkeä faktorilatauksiltaan ja siten myös tulkinnallisuudeltaan. Viiden faktorin ratkaisussa faktoreiden ominaisarvot ovat yhteensä 16.8. Tämä viiden faktorin ratkaisu selittää 36.4% muuttujien vaihtelusta. Faktoreiden selitysosuudet ovat seuraavat (suluissa ominaisarvot): ensimmäinen faktori selittää kokonaisvaihtelusta 20.7% (9.5), toinen 4.7% (2.2), kolmas 4.3% (2.0), neljäs 3.6% (1.7 ja viides 3.1% (1.4). (Taulukko 3).

faktori	% muuttujien vaihtelusta	ominaisarvo
1	20.7	9.5
2	4.7	2.3
3	4.3	2.0
4	3.6	1.7
5	3.1	1.4
Yht. 36.4		16.9

(N=146)

TAULUKKO 3. Faktorien selitysosuudet kokonaisvaihtelusta sekä ominaisarvot viiden faktorin ratkaisussa.

Viiden faktorin tulos esitetään seuraavassa taulukossa 4. Kunkin faktorin päämuuttujan ensisijaislataus on taulukossa tarkastelun helpottamiseksi alleviivattu. Päämuuttujiksi on valittu sellaiset, joiden ensisijaislataus on suurempi kuin .40. Faktoreiden nimeäminen ja tulkinta perustuvat kaikkiin päämuuttujiin.

OSIO	F1	F2	F3	F4	F5	komm.
43	<u>.61</u>	-.02	-.19	-.05	.33	.55
40	<u>.56</u>	.04	.12	-.14	.07	.45
38	<u>.54</u>	.32	-.05	-.05	.09	.50
19	<u>.47</u>	.09	.08	.04	.27	.46
44	<u>.47</u>	-.01	.16	-.19	.16	.42
29	<u>.46</u>	.05	.09	.17	.22	.40
32	<u>.43</u>	-.06	.22	.04	.09	.32
18	<u>.43</u>	.40	-.04	.05	.08	.44
9	<u>.41</u>	.41	-.03	.01	-.18	.35
21	<u>.41</u>	.01	.16	.10	.35	.48
20	.36	.21	-.11	-.31	.07	.32
37	.36	-.18	.20	-.09	.22	.33
34	.09	<u>.58</u>	.03	-.31	.13	.55
8	.11	<u>.57</u>	.06	-.26	.02	.47
12	.13	<u>.53</u>	-.27	.00	-.01	.32
28	.35	<u>.53</u>	-.03	.21	-.11	.47
11	-.08	<u>.51</u>	.19	.16	.10	.36
35	.02	<u>.45</u>	.13	-.09	.32	.44
10	-.16	<u>.44</u>	<u>.47</u>	.02	.08	.45
5	.06	-.00	<u>.47</u>	.03	-.17	.21
3	.10	-.01	<u>.46</u>	.01	-.04	.24
47	.00	.13	<u>.45</u>	.03	.04	.25
6	.10	-.00	<u>.44</u>	-.10	.03	.20
13	-.10	.11	<u>.39</u>	-.30	.09	.30
36	.29	-.08	.38	.06	.03	.29
26	.18	-.06	.38	.03	.06	.22
45	.18	-.03	.27	.02	.09	.16
4	-.10	-.01	.26	-.02	.11	.09

14	.15	-.04	.24	-.04	-.04	.09
25	.07	.01	.02	<u>-.68</u>	.13	.51
42	.18	.10	.33	<u>-.52</u>	-.27	.48
33	.20	.26	.13	.39	.09	.33
31	.25	.09	.25	.35	.22	.39
30	.14	-.19	-.15	-.03	<u>.81</u>	.67
16	.09	.08	-.31	-.07	<u>.68</u>	.51
24	.11	-.09	-.03	-.04	<u>.60</u>	.40
23	-.12	.20	-.03	-.05	<u>.60</u>	.39
46	.03	.21	.33	.17	<u>.49</u>	.56
17	.32	-.06	-.03	.03	<u>.49</u>	.43
27	.06	.07	.12	.07	<u>.43</u>	.27
7	-.00	-.02	.24	-.13	.41	.30
15	-.02	.18	.14	-.19	.38	.30
41	.22	.21	.11	-.07	.32	.35
48	.14	.01	.17	-.23	.32	.30
39	.17	.11	.19	-.17	.24	.27

TAULUKKO 4. Viiden faktorin malli parasosiaalisen suhteen arvioinnin faktorianalyysissä.

Ensimmäisellä faktorilla saa suurimman latauksensa kymmenen osiota 48:sta. Nämä osiot ovat 43 = voisin kuvitella ystäväystyväni hänen (ehdokkaan) kanssa, 40 = mielestäni ymmärrän hyvin hänen ajatusmaailmaansa, 38 = hän on mielestäni mukava ihminen, 19 = ilahdun toisinaan hänen puolestaan, 44 = ajatteleminen varmaankin useista asioista samalla tavalla, 29 = hänessä on samanlaisia piirteitä kuin ystäväissani, 32 = hän on ihmisenä samantyyppinen kuin minä, 18 = pidän häntä puoleensavetävänä, 9 = hän on mielestäni tavallinen ihminen sekä 21 = minusta tuntuu, että tunnen hänet hyvin. Ensimmäisen faktorin osiot kuuluvat ehdokkaan samanlaiseksi kokemiseen ja vaikutelmaan tuttuudesta. Siksi faktori 1 nimetään *kuvitteluksi ystävydeksi*.

Toisessa faktorissa voimakkaasti latautuvia osioita ovat 34 = hän on mielestäni hyvä esiintyjä, 8 = hän on mielestäni luonollinen, 12 = minusta ei ole sopivaa, että ehdokkaani esiintyy viihdeohjelmissa (käänteinen osio), 28 = mielestäni hän on miellyttävän näköinen, 11 = jos hän esiintyisi jossakin viihdeohjelmassa, katsoisin sitä, 35 = toivoisin hänen esiintyvän useammin televisiossa tai radiossa sekä 10 = minusta on mukavaa, kun hän esiintyy

uutisissa. Tässä päämuuttujat kuuluvat vaikutelmaan ehdokkaan esiintymistaidoista ja ulkonäön edustavuudesta, joten faktoria 2 voi nimittää *julkiseksi edustavuudeksi*.

Kolmannessa faktorissa vahvimman latauksen saa osio 10 (minusta on mukavaa, kun hän esiintyy uutisissa), mutta aihepiirinsä takia se katsotaan kuuluvaksi edelliseen faktoriin. Muuten faktoria 3 leimaa kognitiivisuus: 5 = hän edustaa puoluetta, jota päätin äänestää, 3 = ehdokkaani puoluekanta vastaa omaani ja 6 = minun on helpompi muodostaa oma mielipiteeni poliittisesta aiheesta, kun ehdokkaani osoittaa, mitä mieltä hän on siitä. Näiden osioiden pohjalta faktori 3 saa nimen *ideologinen läheisyys*.

Faktori 4 on yksiselitteinen, siinä painottuvat ehdokkaan ammattitaito ja kyky edustaa maataan. Tätä faktoria noidaan nimittää *kompetenssiksi*.

Viidennen faktorin päämuuttujat ovat osiot 30 = jos minulla olisi tilaisuus tavata hänet henkilökohtaisesti, meillä olisi paljon puhumista, 16 = haluaisin tavata hänet henkilökohtaisesti, 24 = hän käy mielessäni muulloinkin kuin nähdessäni hänet tv:ssä/ kuullessani radiosta, 23 = jos hän tulisi paikkakunnalle, menisin katsomaan häntä sekä 46 = pyrin yleensä seuraamaan sitä ohjelmaa, jossa tiedän hänen esiintyvän. Tätä faktoria voidaan kutsua *suhteen todellisuudeksi*.

Faktoreiden keskinäisiä korrelaatioita tarkastellessa huomataan, että faktori 4 eli kompetenssi korreloi keikosti muiden faktoreiden kanssa. Sen sijaan vahvin korrelaatio vallitsee faktoreiden 1 ja 5, eli kuvitellun ystävyuden ja suhteen todellisuuden välillä ( $r = .35$ ). myös kuvitellun ystävyuden ja julkisen edustavuuden ( $r = .21$ ) sekä kuvitellun ystävyuden ja ideologisen läheisyyden ( $r = .27$  välillä on yhteyttä. Niin myös ideologisen läheisyyden ja suhteen todellisuuden ( $r = .27$ ) sekä julkisen edustavuuden ja suhteen todellisuuden ( $r = .21$ ) välillä. Korrelaatiot taulukossa 5.

	FAKTORI1	FAKTORI2	FAKTORI3	FAKTORI4	FAKTORI5
FAKTORI1	1.00000				
FAKTORI2	.20671	1.00000			
FAKTORI3	.27255	.13215	1.00000		
FAKTORI4	-.04350	-.03176	-.09210	1.00000	
FAKTORI5	.35133	.20874	.26737	-.05802	1.00000

TAULUKKO 5. Viiden faktorin keskinäiset korrelaatiot.

## 5.2 PARASOSIAALINEN SUHDE POLIITIKKON HAASTATTELUJEN VALOSSA

Haastatellut jakautuivat selvästi kolmeen ryhmään. Ensimmäinen ryhmä käsitti politiikkaa vähän tai ei yhtään seuraavat henkilöt (mies 34, nainen 21 ja nainen 23). He eivät aktiivisesti etsi tietoa politiikasta tai ehdokkaansa ajamista asioista, vaan ottavat vastaan sen, mitä tiedotusvälineistä eteen tulee - elleivät käännä kanavaa. Heidän äänestyspäätöksensä kirkastui lopullisesti vasta loppumetreillä, paria viikkoa ennen vaaleja tai vasta äänestyskopissa. Heidän äänestyspäätöksensä perustui pitkälti mutu-tietoon, ja keskittyi puoluevalinnan sijasta henkilövalintaan.

Toinen ryhmä on melko aktiivisesti politiikkaa seuraavat henkilöt (nainen 30, nainen 54 ja mies 58). Tähän ryhmään kuuluvat poliittisen näkemyksensä vakiinnuttaneet, paljon asioista tietoa omaavat ja etsivät äänestäjät. Heidänkin päätietolähteensä politiikassa ovat tiedotusvälineet. Heillä saattaa kuitenkin olla myös omaa poliittista kokemusta sekä henkilökohtaisia kontakteja poliitikoihin tai puolueisiin. Tässä ryhmässä äänestyspäätökset syntyivät varsin eri aikaan. Puolueiden osalta äänestyspäätös oli selvä tai melko selvä, mutta henkilöiden osalta päätökset saattoivat syntyä myöhäisessäkin vaiheessa.

Kolmantena ryhmänä erottui hyvin aktiivisesti politiikkaa seuraavat ja siinä itse mukana olevat äänestäjät (nainen 40). Nämä henkilöt ovat vahvasti mukana politiikassa oman toimintansa kautta ja hankkivat tietonsa tiedotusvälineiden lisäksi omien kontaktiensa kautta. Äänes-

tyspäättös kirkastui varsin aikaisessa vaiheessa.

Nämä kolme ryhmää ovat siinä mielessä oleellinen jakauma, että se vastaa melko hyvin aikaisemmassa vaalitutkimuksessa tehtyjä jaotteluja (Borg 1995, 173-184; Pekonen 1995, 194), ja osoittaa haastateltavien valinnan onnistuneen hyvin. Tähän kolmijakoon pohjautuen voidaan tehdä myös vertailuja muihin tutkimuksen tuloksiin nähdessä.

Haastattelujen perusteella voidaan todeta, että äänestäjillä on hyvin erivahvuisia parasosiaalisia suhteita äänestämäänsä ehdokaseen. Parasosiaalinen suhde ei näytä tämänkään tutkimuksen valossa olevan yhteydessä sukupuoleen tai koulutukseen - tai politiikan seuraamiseen. Suhde ei myöskään ole yhteydessä television katsomisen tai radionkuuntelun määrään. Äänestäjän iän ja parasosiaalisen suhteen (summa2) välillä näyttää olevan kohtuullinen korrelaatio. Mitä iäkkäämpi äänestäjä on, sitä vahvempia parasosiaalisia suhteita hänellä on. Erityisen huomattava on väittämien K21 (minusta tuntuu, että tunnen hänet hyvin), K29 (hänessä on samanlaisia piirteitä kuin ystäväisäni), K31 (minusta tuntuu, että vaalikampanjoinnin aikana olen oppinut tuntemaan häntä yhä paremmin), K45 (pidän hänestä, koska hänellä on ominaisuuksia, joita itselläni ei ole) ja K47 (televisiosta näkee, millainen hän on ihmisenä) korrelaatio iän suhteen. Yllätys ei liene se, että ehdokkaan uran pitempiaikainen seuraaminen (K48) korreloi myös melko hyvin äänestäjän iän kanssa. Korrelaatiot taulukossa 6.

#### ikä

Summa2	.2754	**	
K21	.2994	***	
K29	.2610	**	*p < .05
K31	.3701	***	**p < .01
K45	.3647	***	***p < .001
K47	.2410	**	
K48	.3308	***	

TAULUKKO 6. Iän korrelaatioita parasosiaalista suhdetta kartoittaviin väittämiin. Suhde voimistuu iän myötä.



Teemahaastattelut onnistuivat selittämään löydetyn faktoriratkaisun ulottuvuuksia melko hyvin. Seuraavassa parasosiaalisesta suhteesta löytyneitä ulottuvuuksia käydään läpi näiden haastattelujen valossa.

### *Kuviteltu ystävyys*

Kaikki haastatellut kertoivat seuranneensa ehdokkaansa vaiheita jo pitemmän aikaa, joten tämä oli heille entuudestaan tuttu. Haastatelluista yksi tunsikin ehdokkaansa henkilökohtaisesti, muut olivat seuranneet ehdokkaansa vaiheita tiedotusvälineiden kautta. Tällainen pitempiaikainen "tuttavuus" onkin yksi parasosiaalisen suhteen edellytyksistä. Ehdokkaansa tekemisiä tiiviimmin seuraavat haastateltavat kokivat myös oppineensa tuntemaan ehdokastaan paremmin vuosien kuluessa, vaikeivat olisi häntä koskaan henkilökohtaisesti tavanneetkaan. Haastatellut kokivat tietävänsä melko hyvin, millaisia arvoja ja asenteita ehdokkaalla on. Asenteiden samanlaisuus on merkittävä tekijä ehdokasvalinnassa, mutta haastatellut painottivat, että kaikki asiat eivät voi mennä yksin täydellisesti. Suuria ristiriitoja ei kuitenkaan saa olla asenteissa eikä arvomaailmassa. Nämä edelläkerrotut tulokset tukevat myös parasosiaalisesta suhteesta löytyneestä kuviteltu ystävyys -ulottuvuutta. Tätä ulottuvuutta kuvaa myös Marjo Matikainen-Kallströmiä äänestäneen henkilön kertomus suhtautumisestaan ehdokkaaseensa. Äänestäjä kuvaili itseään ahkeraksi penkkiurheilijaksi. Hän kertoi seuranneensa Matikaisen hiihtouraa vuosien ajan.

"Tuntuu hullulta puhua tuntemisesta, kun en henkilökohtaisesti tunne, mut että näinhän käy usein. Nuoret tuntevat nämä laulajaihanteensa, ja kuka nyt seuraa mitään... Niin kaipa sitä kymmenkunta vuotta melkein talvella päivittäin tai ainakin viikoittain jotakin luettiin sitten reaktiomalleista tiettyihin asioihin tai tieyistä tapahtumista, niin kyllähän sitä nyt *jonkunlainen* mielikuva tulee. Väkisinkin. Mutta kuinka oikea se on tai onko se yksipuolinen, kuinka todellinen se on - siitä on vaikea mennä sanomaan. Mut jokaisellahan meistä on oikeus pitää se mielikuvamme, ja elämä on semmosta että mielikuvia syntyy." (nainen 54v.)

Haastateltava kertoo arvostavansa Matikaisen urheilusaa-  
vutuksia, ja heijastaa hänen urheilijan ominaisuuksiaan  
myös politiikkaan. Haastateltava uskoo, että näistä omi-  
naisuuksista on hyötyä myös Europarlamentissa.

"Sisu on sellainen luonteenominaisuus, jonka hän  
on totisesti suomalaisille näyttänyt, eikä sitä  
oteta pois. Ja sitä tässä maailmassa julkisissa  
tehtävissä myöskin tarvitaan. Pitkäjänteisyyttä,  
kestävyyttä ja halua harjoitella niitä asioita.  
Ajankäyttöön ja matkustamiseenkin tällöinen  
huippu-urheilija on totisesti oppinut."

Haastateltu kertoi ärsyyntyneensä siitä, että Matikainen-  
Kallström teulattiin ja leimattiin nollaksi, sekä mitä-  
töitiin se että hänellä oli saavutuksia, joita poliiti-  
koilla ei yleensä ole. Hän pitää melkoisena näyttönä Ma-  
tikaisen taitoa yhdistää opiskelu urheilu-uransa oheen -  
ja menestymistä niissä molemmissa. Hänen mukaansa Mati-  
kainen edusti Suomea upeasti jo aktiiviurallaan hiihdos-  
sa, näytti kielitaitonsa lehdistötilaisuuksissa ja osasi  
käsitellä lehdistöä. Lisäksi haastateltu halusi Europar-  
lamenttiin ihmisen

"...josta tiesin että se tosissaan paneutuu sii-  
hen mitä se tekee. Mikä tehdään, tehdään kunnol-  
la, eikä käytetä semmoseen pinnalliseen edusta-  
miseen aikaa."

Kaikki nämä seikat olivat osaltaan vakuuttamassa häntä  
äänestyspäätöksessään. Kyseinen haastateltava on itsekin  
nuoruudessaan ollut mukana politiikassa useita vuosia  
kunnallistasolla ja hänellä on henkilökohtaisia kontakte-  
ja puolueisiin edelleen työnsäkin puolesta.

Aivan erilainen tausta on seuraavalla haastatellulla,  
joka ei seuraa politiikkaa lainkaan. Sami Aaltonen sai  
hänen äänensä siksi, että oli tälle tuttu television Lis-  
ta -ohjelmasta. Äänestyspäätös syntyi hetken mielijoh-  
teesta, kun äänestäjä kuuli äänestyskoppiin mennessään  
Aaltosen olevan ehdokkaana.

"Se (Aaltonen) oli niinkun nuori, se puhuu...em-mätiedä puhuukse politiikkaa hyvin, mutta kaik-kee muuta hyvin. Ja tykkäsin sen ulkoisesta ole-muksesta ja se mitä mä oon nähny sitä telkkaris-sa, niin musta se on ihan asiallinen. En kyllä tiä käykö poliitikoks niin kauheen hyvin... mä en edes puolueesta niinkun tienny. Mut en oo sillai mikään fani et se ois niinkun paras tel-kasta, vaikka tykkään katella sen ohjelmia. Se vaan ei ärsytä mua mitenkään." (nainen 23v.)

Kyseinen haastateltava kertoo myös seuraavansa Sami Aal-tosen tekemisiä muutenkin. Lisäksi han löytää Aaltosesta paljon samankaltaisia piirteitä kuin itsestään. Tämän voi olettaa viittaavan parasosiaalisen suhteen olemassaoloon.

### *Kompetenssi*

Ammattitaito ja pätevyys ovat moniselitteisiä käsitteitä. Teemahaastattelut antoivat hiukan selvitystä sen määrit-telyyn. Haastattelujen perusteella ammattitaito ja päte-yyys koostuvat ennenkaikkea kokemuksesta: ammattitaitoi-seksi poliitikoksi tullaan kokemuksen kautta

...koska mitään varsinaista poliitikkokoulua ei taida vielä olla (nainen 21v.)

Muita ammattitaidon edellytyksiä haastateltujen omalla ehdokkaalla olivat etenkin hyvä yleissivistys, koulutus tai työkokemuksen kautta saavutettu jonkin alan eri-tyisosaaminen sekä kyky ottaa asioista selvää.

### *Julkinen edustavuus*

Ulkonäkö ja esiintyminen nousivat haastatteluissa voimak-kaasti esille. Kukin haastateltava ajatteli, että (huoli-teltu) ulkonäkö on poliitikolle eduksi ja osa yleistä edustavuutta.

"Se on tavallaan niitten äänestäjien kunnioitta-mistakin, että pukeutuu kunnolla ja ettei nyt oo ihan niinkun riihen seinästä revitty." (mies 58v.)

Ulkonäön muodostumisen pääasiaksi ja itsetarkoitukseksi kaikki kuitenkin tuomitsivat. Lisäksi he painottivat, ettei ehdokkaan ulkonäkö ole heille henkilökohtaisesti tärkeä asia äänestyspäätöstä tehtäessä. Kaikki kuitenkin uskoivat, että *joillekin* äänestäjille ulkonäkö on varmasti tärkeämpikin tekijä. Kuvaava on erään haastatellun lausunto:

"...mutta jos Eric Forrester olisi ehdokkaana, niin varmaan menis läpi!" (mies 34v.)

Sensijaan ehdokkaan esiintyminen oli kaikille haastateltaville eräs tärkeimmistä syistä äänestää häntä. Europarlamentissa esiintymistaidon katsottiin olevan tarpeen ehkä jopa enemmän kuin Suomessa. Tätä perusteltiin muun muassa sikäläisellä keskustelukulttuurilla. Ehdokkaansa esiintymisessä haastatellut kiinnittivät huomiota hyvään ulosantiin eli puheen sujuvuuteen ja luontevuuteen. Puheen ymmärrettävyys ja esiintymisen vakuuttavuus olivat tärkeitä arviointikriteerejä. Haastatellut tähdensivät myös, että pelkkä hyvä ulosanti ei riitä, ellei ole myös jotakin sanottavaa. Eli huomio ehdokkaan esiintymisessä kiinnittyy sekä siihen, mitä sanoo että siihen, miten sanoo.

*Ideologinen läheisyys* -ulottuvuus on selkeää sellaisenaan. Sen olemusta kuvaa jo haastateltujen sijoittuminen ryhmiin, jotka esittelin tämän alaluvun alussa. Poliittikkaa vähän tai ei yhtään seuraavat valitsevat ehdokkaansa "tuntui sopivalta" -perustelulla. Melko aktiivisesti ja hyvin aktiivisesti poliittikkaa seuraavat ovat puolestaan vakiinnuttaneet poliittisen näkemyksensä. Ehdokas valitaan ideologisen yhteneväisyyden mukaan.

*Suhteen todellisuus* -ulottuvuus saa haastattelujen perusteella vain vähän lisäselitystä. Tälle faktorille latautuneet osiot saivat kaiken kaikkiaan hyvin neutraaleja arvioita kaikilta kyselyyn vastanneilta, niin myös kaikilta haastatelluilta. Kaksi haastateltua oli tavannut ehdokkaansa henkilökohtaisesti puhe- tai puoluetilaisuudessa. Kukaan haastatelluista ei tule ajatelleeksi ehdo-

kastaan "muuten vain". Televisio-ohjelmaa, jossa ehdokas esiintyy saatettaisiin kuitenkin katsoa.

Esiintyminen televisiossa on ehdokkaalle lyhyin tie äänestäjän luo. Esiintyminen liittyy läheisesti niin parasosiaalisen suhteen julkinen edustavuus -ulottuvuuteen kuin suhteen todellisuus -ulottuvuuteenkin. Siksi tässä yhteydessä tarkastellaan suhtautumista ehdokkaan tv-esiintymiseen lähemmin.

Yleisesti haastatellut olivat sitä mieltä, että tietyt poliitikot esiintyvät televisiossa ihan riittävästi - jopa liikaakin - toisten jäädessä kokonaan mediapaitsioon. Tavallisten rivikansanedustajien kantojen katsotaan jäävän usein epäselviksi, sillä heitä ei juurikaan televisiossa näy. Heitä haluttaisiin nähdä televisiossa enemmänkin. Viihteellisestä julkisuudesta oltiin kahta mieltä. Ääntenkalastelu viihdeohjelmien avulla oli erään haastatellun mielestä tuomittavaa. Muiden vastaajien mielestä viihteellisessä julkisuudessa ei ole mitään pahaa tiettyihin rajoihin asti. Liiallinen viihdeohjelmissa, kuten Kymppitonissa tai Tuttu juttu -showssa, esiintyminen saattaa syödä poliitikon uskottavuutta, mutta toisaalta esimerkiksi Hyvät pahat ja rumat katsottiin foorumiksi, joka on mitä mainioin paikka poliitikon näkyä. Tällaista julkisuutta poliitikkojen katsottiin käyttävän jopa liian vähän.

"Kyllä ne vois ihan hyvin mennä Hyviin, pahoihin ja rumiin ihan vapaasti. Vois ottaa joskus vähän rennommankin otteen. --- ihmiset on tullu hyväälle mielelle siitä, että poliitikot on uskaltanu laittaa ittensä naurunalaseks positiivisesti. Kaikista parhaimmat keskustelut käydään vapaassa muodossa." (nainen 40v.)

"Vaikka se (Hyvät, pahat ja rumat) on viihdeohjelma ja on puoli yhdentoista aikaan tullu, niin en minä näitä osuuksia, joissa on huippujulkisuuden henkilöitä ollu ihan Ahtisaaresta ja Elisabeth Rehnistä, niin en mä sitä viihteeksi laske. Kyllä meidän Suomessakin pitää päästä sille tasolle, että kaikki ei oo niin tolkuttoman juhallista ja vakavaa. Minusta siinä näkee sen ihmisen toisen puolen myöskin sitten - sen, johon joutuu siellä edustushommissakin. Eli pitää

osata löysätä ja pitää olla huumorintajua myöskin ja kykyä olla mukana hyvin erilaisissa tilanteissa." (nainen 54v.)

Kyselylomakkeista selviää, että vastanneiden tunteita ei erityisemmin hetkauta ehdokkaan esiintyminen viihdeohjelmassa tai muissakaan ohjelmissa. Yli puolet vastanneista on sitä mieltä, että hänen ehdokkaansa on sopivaa esiintyä myös viihdeohjelmissa, mutta vain 19,2% katsoisi viihdeohjelmaa, jos tietäisi ehdokkaansa esiintyvän siinä. Sama pätee kaikkiin muihinkin ohjelmiin. Vastaajat kuitenkin pitävät siitä, että heidän ehdokkaansa esiintyy uutisissa. Vaikka neutraali asenne oli yleisin, arvot 4 ja 5 saivat yhteenlaskettuina 50.7%. Kaikkiaan myös enemmistö (54.8%) oli sitä mieltä, että olisi mukavaa tai ainakin melko mukavaa jos ehdokas esiintyisi enemmän televisiossa/radiossa. (Siltikin, vaikkei sitä kumminkaan katsoisi?) Lehestä ehdokastaan käsittelevän artikkelin lukisi kuitenkin suurin osa (arvo 4 = 32.9% ja arvo 5 = 24%). Suurin osa (56.8%) ei pidä mitenkään erityisen mukavana, jos saa kuulla tai lukea ehdokkaansa yksityiselämästä. Vain 4.1% tunnusti, että oikein mukavaahan se on. Tätä yksityisyyden ja julkisuuden rajan problematiikkaa ja äänestäjän suhtautumista siihen kuvaa osaltaan haastatellun lausunto:

"Kyllähän se kertoo ihmisestä aika paljon et millätavalla se niinkun elää muuten kuin sen ammatin kautta, mutta en mä semmonen sensaation kipee...tai en mä jaks ihmetellä Kirsi Pihan kihlasormusta... ei se musta niin kummallista oo. Mutta kyllä se musta jotain kertoo siitä ihmisestä, et jotain on ehkä ihan hyödyllistä tietää. Kyllähän moitteeton käytös on yks semmonen arvo. Että kyllä se on sillätavalla tärkeä... tosin enhän minä tiedä vaikka se heittelis lautasia kotonaan, mutta eipä se minua kiinnostaa jos se ei mitenkään vaikuta sitten sen työhön." (nainen 21v.)

Asiatietoa haastatellut yksimielisesti katsovat olevan tarjolla, jos on vain viitseliäisyyttä ottaa itse asioista selvää ja hakea tietoa. Pientä kritiikkiäkin toki kuuluu: saatavilla olevan tiedon epäiltiin olevan kenties

yksipuolista ja paikoin jopa väärää, ja siksi muiden kontaktien sekä rivien välistä lukemisen taidon katsottiin olevan tärkeitä. Lisäksi, kuten jo edellä kävi ilmi, rivikansanedustajien kantojen tunnettiin jäävän usein auki, ellei selvitä puoluekantaa ja oleta sen edustajan olevan puolueloajaali. Tässäkin tietysti oma aktiivisuus asioiden selvittämisessä auttaa.

Vaikka haastateltujen ja kyselylomakkeeseen vastanneiden sukupuolella ei tuntunut olevan vaikutusta parasosiaalisen suhteen olemassaoloon, ilmeni sukupuolten kesken joitakin eroja suhtautumisessa ehdokastaan kohtaan. T-testeissä saatujen tulosten mukaan naisten ja miesten välillä on joitakin eroavaisuuksia suhtautumisessaan äänestämäänsä ehdokasta kohtaan, eli saadut keskiarvot eroavat toisistaan. Seuraavien väittämien jälkeen suluissa ilmenee testin merkitsevyytaso (jossa \* < .05; \*\* < .01 ja \*\*\* < .001).

Miehet vertailevat jonkin verran mielummin mielipiteitään ehdokkaansa kanssa kuin naiset (.038 \*) Naiset puolestaan pitävät ehdokastaan luonnollisena (.033 \*) ja tavallisena ihmisenä (.000 \*\*\*) jonkin verran miehiä enemmän. Naiset katsoisivat myös viihdeohjelmaa, jossa heidän ehdokkansa esiintyy hivenen miehiä enemmän (.005 \*\*), kun taas miehet pitivät hitusen sopimattomampana oman ehdokkaansa esiintymistä viihdeohjelmissa (.047 \*). Miehet olettavat naisia enemmän, että heillä olisi ehdokkaansa kanssa paljon puhumista tilaisuuden tullen (.030 \*). Ehdokkaan miellyttävä ulkonäkö näyttää olevan naisille tärkeämpi kriteeri ehdokasta valittaessa kuin miehille (.000 \*\*\*). Naiset myös ovat taipuvaisempia ihailemaan valitsemaansa ehdokasta enemmän kuin miehet (.036 \*). (Taulukko 7)

7 = Vertaan mielelläni mielipiteitäni hänen kanssaan

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	79	3.4430	1.196	.135
mies	66	3.8485	1.113	.137

k.a ero = -.4054

Levenen testi: F= .360 P= .550

t-testi:

				95%	
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	-2.10	143	.038	.193	(-.787, -.024)
Unequal	-2.11	143.3	.036	.192	(-.785, -.026)

merkitsevyys: \*

8 = Hän on mielestäni luonnollinen

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	80	4.4350	.725	.081
mies	65	4.1077	1.048	.130

k.a ero = .3173

Levenen testi: F= 3.082 P= .081

t-testi:

				95%	
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	2.15	143	.033	.148	(.025, .609)
Unequal	2.07	110.03	.041	.153	(.014, .621)

merkitsevyys: \*

9 = Hän on mielestäni tavallinen ihminen

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	80	4.4625	.711	.079
mies	65	3.7692	1.209	.150

k.a ero = -.6933

Levenen testi: F= 13.781 P= .000

t-testi:

				95%	
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	4.30	143	.000	.161	(.374, 1.012)
Unequal	4.09	98.67	.000	.170	(.357, 1.030)

merkitsevyys: \*\*\*

11 = Jos hän esiintyisi jossain viihdeohjelmassa, katsoisin tuota ohjelmaa

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	80	3.1750	1.385	.155
mies	64	2.5156	1.391	.174



-----  
 k.a ero = .6594  
 Levenen testi: F= .177 P= .675

t-testi:

				95%	
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	2.83	142	.005	.233	(.199, 1.119)
Unequal	2.83	134.88	.005	.233	(.199, 1.120)

merkitsevyys: \*\*

12 = Minusta ei ole sopivaa, että ehdokkaani esiintyy viihdeohjelmissa (käänt osio)

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	79	1.8734	1.170	.132
mies	65	2.3385	1.534	.190

-----  
 k.a ero = -.4650  
 Levenen testi: F= 11.204 P= .001

t-testi:

				95%	
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	-2.06	142	.041	.225	(-.911, -.019)
Unequal	2.01	117.78	.047	.231	(-.923, -.007)

merkitsevyys: \*

28 = Mielestäni hän on miellyttävän näköinen

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	80	3.5500	1.018	.114
mies	65	2.7846	1.111	.138

-----  
 k.a ero = -.7654  
 Levenen testi: F= .066 P= .797

t-testi:

				95%	
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	4.32	143	.000	.177	(.415, 1.115)
Unequal	4.28	131.49	.000	.179	(.412, 1.119)

merkitsevyys: \*\*\*

30 = Jos minulla olisi tilaisuus tavata hänet, meillä olisi paljon puhumista

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	78	2.8333	1.253	.142
mies	65	3.2769	1.139	.141

k.a ero = -.4436

Levenen testi: F= .438 P= .488

t-testi:

					95%
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	-2.20	141	.030	.202	(-.843, -.044)
Unequal	-2.22	139.90	.028	.200	(-.839, -.048)

merkitsevyys: \*

41 = Ihailen häntä

	lukum.	k.a	k.h	keskipoikkeama
nainen	77	3.0649	1.207	.138
mies	65	2.6462	1.138	.141

k.a ero = -.4188

Levenen testi: F= .059 P= .809

t-testi:

					95%
varianssi	t-arvo	df	2-tail sig	Se of Diff	CI for Diff
Equal	2.11	140	.036	.198	(.027, .810)
Unequal	2.13	138.26	.035	.197	(.029, .808)

merkitsevyys: \*

TAULUKKO 7. Naisten ja miesten välisiä eroja suhtautumisessa ehdokastaan kohtaan.

### 5.3 MITEN JA KETÄ SUOMALAINEN EUROVAALEISSA ÄÄNESTI?

Tässä luvussa tarkastellaan tuloksia siitä, millaista ehdokasta eurovaaleissa äänestettiin. Ensin tarkastellaan kuitenkin sitä, mistä äänestäjät saivat tietoa eurovaaliehdokkaastaan. Suluissa oleva luku tarkoittaa henkilöiden määrää.

### 5.3.1 ERILAISET VAALIT

Vastaajat saivat enimmäkseen tietonsa valitsemastaan ehdokkaasta tv:n muista kuin vaaliohjelmista. Television ohjelmat ilmoitti päälähteekseen 37,7% (55) vastanneista. Sanomalehdistä ilmoitti saaneensa eniten tietoa vain 2,1% (3)<sup>5</sup>. Ehdokkaansa vaalitulaisuuteen oli osallistunut 2,1% (3) vastanneista. Muualta kuin tiedotusvälineistä tai vaalitulaisuudesta tietonsa sai 21,9% (32) vastaajaa. Heistä kymmenen vastaajaa ilmoitti tuntevansa ehdokkaansa henkilökohtaisesti. Seitsemän ilmoitti saaneensa tietoa ehdokkaasta työpaikkakokousten, järjestötilaisuuksien ja muiden kokousten kautta, tai siitä, että ehdokas on paikkakuntalainen. Ystäviltään tietoa ehdokkaasta oli saanut neljä henkilöä. Muita tiedonsaannin tahoja olivat mm. radiomainokset ja ehdokkaan vuosien työ politiikassa.

Eurovaaleissa peräti 79,5% (116) äänesti ehdokastaan nyt ensimmäistä kertaa. Puoluekanta tuntuu tämänkin tutkimuksen valossa olevan suomalaisilla edelleen melko ratkaiseva tekijä äänestyspäätöksessä: vastanneista suurimman osan, 38.4% (56), puoluekanta vastasi ehdokkaan puoluekantaan. Samoin suurin osa äänestäjistä, 49.3% (72), äänesti ehdokasta, joka edustaa puoluetta, jota hän päätti äänestää. Ikä näyttää korreloivan puolueäänestämisen eli kognitiivisen ulottuvuuden kanssa, eli mitä iäkkäämpi äänestäjä, sitä varmemmin hän äänestää puolueen perusteella. 11%:lla puoluekanta ei vastannut ehdokkaan kantaa, ja 26% valitsi ehdokkaan jostain muusta kuin siitä puolueesta, jota oli päättänyt äänestää.

Teemahaastatteluiden saatujen tulosten mukaan äänestämisen eurovaaleissa erosi jonkin verran muista vaaleista. Eurovaalit koettiin yleisesti etäisemmiksi, eikä aina ollut täysin selvää, mihin virkaan ja miksi ehdokkaita eurovaaleissa äänestettiin. Siksi etenkin politiikkaa vähän seuraavien ryhmässä oli havaittavissa epäröintiä eurovaalien äänestyspäätöksen suhteen.

---

<sup>5</sup>Tulos on sikäli harhaanjohtava, että se kertoo ainoastaan niiden vastaajien tuloksen, jotka olivat ilmoittaneet vain yhden tietolähteen. Hyvin moni oli ilmoittanut tietolähteikseen yleisesti kaikki tiedotusvälineet.

"Oli jotenkin paljon hauskempaa ja hienompaa äänestää presidentinvaaleissa. Ehdokkaita oli vähemmän ja jotenkin niistä tuli kaikista hirveesti tiatoo. Mä olin todellakin sitä mieltä, että mä en mee äänestään, koska mä en nähny mitään järkeä siinä. Mä en ensinnäkään tiedä mitä niitten työ on, mitä ne tekee, kun ne menee sinne. Että mielekkäämpää se oli presidentinvaaleissa, että ties niinkun ketä äänestää ja mihin hommaan." (nainen 23v.)

"Ei ollu niin sillätavalla ehkä tarkkaan mietti-ny, ketä äänestää kuin esimerkiksi presidentinvaaleissa. Jotenkin tuntuu et nää on tavallaan kaukasempi kuitenkin. Kyllä (äänesti) vähän ehkä enempi lonkalta kuin yleensä." (nainen 21v.)

Asioita paljon seuraavat haastatellut eivät mielestään kärsineet tietopulasta. Heidän mielestään eurovaaleissa on otettava huomioon muutamia erityisasiota muihin vaaleihin verrattuna. Näitä erityisseikkoja on muun muassa ehdokkaan jonkin alan erityisosaaminen ja kielitaito, jonka merkitystä todella painotettiin. Europarlamentissa esiintymiskyvyn ohella tarvittavia ominaisuuksia olivat haastateltujen mielestä kielitaidon lisäksi ulospäinsuuntautuneisuus ja rohkeus oman mielipiteen sanomiseen.

Kaikille haastatelluille oli ratkaisevaa oman ehdokkaansa kohdalla tämän suorasanaisuus, kielitaito ja hyvä koulutus, sekä kyky ja halu ottaa asioista selvää. Matikainen-Kallströmiä ja Pihaa äänestäneillä oli äänestyspäätöstä ratkaisemassa myös ehdokkaan nuoruus ja sukupuoli. Nuorta naista eurovaaleissa äänestäneiden haastateltujen motiivina oli ehdokastaan valittaessa lisäksi se, että nuori ehdokas on avoin maailmalle ja uusille ajatuksille, jaksaa matkustaa ja on sopeutumis- ja oppimiskykyinen. Lisäksi naisten eduksi laskettiin miellyttävä ulkonäkö.

Kaikista vaalityypeistä ehdokasvalinnaltaan merkityksellisimmiksi nousivat haastateltujen keskuudessa kunnallisvaalit, joissa on mietittävä tarkkaan etenkin sitä, onko ehdokkaalla todella aikaa paneutua valtuustotyöhönsä, onko hän myöskin läsnä paikkakunnalla ja onko hän lähipolitiikassa aktiivinen.

## 5.3.2 EHDOKKAAN PERSOONA ÄÄNESTÄJÄN KUVAAMANA

Ehdokkaan henkilökohtaiset ominaisuudet nousivat hyvin merkityksellisiksi äänestyspäätöstä tehtäessä. Seuraaviin ehdokkaan persoonaa kuvaavien kyselylomakkeen osioiden saamiin prosentiosuuksiin on laskettu kahden myönteisimmän arvion (4+5) antaneiden osuus, joista muodostuu enemmistön kanta. Taulukosta 6 näkyy lisäksi kunkin väittämän saama keskiarvo ja hajonta.

Suurin osa vastaajista äänesti mielestään mukavaa tai ainakin melko mukavaa ihmistä (51.4%), jonka ajatusmaailmaa he ymmärtävät mielestään hyvin (53.4%). Ehdokas on myös äänestäjän mielestä luonnollinen (81.5%, josta myönteisimmän arvion sai 50.7%) ja tavallinen ihminen (79.5%). Fiksukin hän on (86.3%, josta myönteisimmän arvion sai 50.7%) ja hyvä esiintyjä (74%). Ja koska hän on myös poliitikkona ammattitaitoinen (76.8%), hän edustaisi Suomea hyvin europarlamentissa (94.5%, josta myönteisimmän arvion sai 76%). Mielenkiintoista on myös se, että ehdokastaan piti miellyttävän tai melko miellyttävän näköisenä 38.3% vastanneista, kun neutraalisti suhtautui 40.4% ja vähemmän miellyttävän näköistä ehdokasta äänesti 20.6% vastanneista. Ulkonäkö ei siis tunnu ainakaan haittaavan poliittista menestystä.

	(%)	(%)		
	ARVOT 4+5	Yht.	k.a	k.h
*luonnollinen	30.8+50.7	81.5	4,28	.90
*tavallinen ihminen	33.6+45.9	79.5	4.15	1.02
*mukava ihminen	31.5+19.9	51.4	3,64	.94
*fiksu	35.6+50.7	86.3	4,34	.85
*miellyttävän näköinen	25.3+13.0	38.3	3,21	1.12
*hyvä esiintyjä	32.9+41.1	74.0	4,11	.93
*edustaisi hyvin	18.5+76.0	94.5	4,70	.61
*ammattitaitoinen	29.5+47.3	76.8	4,17	.97

k.a = keskiarvo, k.h = keskihajonta

TAULUKKO 8. Äänestäjiltä myönteisimpiä arvioita saaneita ehdokkaan persoonallisia ominaisuuksia.

Ehdokkaan asiantuntemus ja ammattitaito vakuuttivat myös kyselylomakkeen avoimiin kysymyksiin vastanneet. Useimmin toistuvia vastauksia kysymykseen "miksi pidät juuri tästä ehdokkaasta" olivat ehdokkaan ammattitaito ja asiantuntemus (23 mainintaa), kielitaito (20), nuoruus (15), kokemus (12), paikkakuntalaisuus tai alueen edustus (8), luotettavuus ja rehellisyys (7) koulutus (6) ja edustavuus (5). Paikkakuntalaisuuden painottuminen ei ole yllätys siinä valossa, että jos edustajanpaikat jaettaisiin kyselylomakkeitten perusteella, ääniharava olisi ehdottomasti Pirkanmaan paikallinen ehdokas Inna Ilivitzky Valkeakoskelta. Paikallinen edustus näyttää olevan tärkeä asia Europarlamentissakin.

Näiden kyselylomakkeista tulosten perusteella voi rakentaa euroedustajan ideaalityypin. Tutkimusta varten haastatellut löytävät kuitenkin vielä muitakin hyvän poliitikon ominaisuuksia.

Haastatellut kuvasivat hyvää poliitikkoa yleisimmin rehelliseksi ja aidoksi, tavalliseksi ihmiseksi. Hän on yhteistyökykyinen ja on virassaan hoitamassa yhteisiä asioita eikä vain omia ja perheensä etuja. Hän on myös moitteeton ja kunnollinen, sekä esiintymistaitoinen. Nämä hyvän poliitikon ominaisuudet löytyvät myös jokaisen haastatellun omalta ehdokkaalta.

Edellisten seikkojen lisäksi haastatellut vaativat poliitikoltaan myös persoonallisuutta. Persoonallisuus on tärkeä, sillä ilman sitä ei tule huomatuksi. Toisin sanoen pitää olla kiinnostava ollakseen poliitikko.

"Onhan siellä nyt joitakin ihan täysin hajuttomia ja mauttomiakin tyyppejä, mutta minä oon aina ihmetelly että millä konstilla ne on sinne sitten päässy." (mies 58v.)

Persoonallisuuteen haastatellut liittivät myös ehdokkaansa kyvyn "olla oma itsensä", mikä liittyy varmasti yleisesti arvostettuihin kriteereihin luontevuudesta ja tavallisesta ihmisestä. Samoin kaikki edelliset liittyvät esiintymiseen ja sen arviointiin. Esiintyminen on luonnollisesti yksi persoonallisuuden osa ja kanava, jonka

kautta äänestäjälle välittyy kuva ehdokkaan persoonallisuudesta.

## 6. TULOSTEN TARKASTELUA

### 6.1 HENKILÖITYNEET EUROVAALIT

Tämän tutkimuksen valossa näyttää siltä, että Suomen ensimmäisissä eurovaaleissa henkilöt ja heidän persoonallisuuspiirteensä nousivat tärkeiksi tekijöiksi äänestäjille äänestyspäätöstä tehtäessä. Tätä epäiltiin jo ennalta esimerkiksi Helsingin Sanomien (6.10.1996) kirjoituksessa. Tuossa artikkelissa todettiin myös, että eurovaalit rinnastuvat helpommin presidentinvaaleihin kuin eduskuntavaaleihin kampanjointinsa ja asetelmiensa puolesta. Tätä todistavat myös tutkimusta varten haastatellut. He vertasivat eurovaaleja niinkään helpommin presidentinvaaleihin. Puolueet korostuivat näissä vaaleissa ehdokkaan ominaisuuksia vähemmän. Ehkäpä puolueiden itsensä, ehdokkaiden ja äänestäjien mielestä puolueet eivät saa kovin korostunutta merkitystä edes europarlamentin sisällä.

Puolueiden poissaolo vaalikentältä näkyy myös äänestäjien valinnoissa. Eurovaaleissa äänestettiin paljon myös oman puolueen ulkopuolelta tulevia ehdokkaita. 11%:n puoluekanta ei vastannut ehdokkaansa kantaa ja 26% äänestäjistä valitsi ehdokkaan jostain muusta kuin siitä puolueesta, jota oli päättänyt äänestää. Tämän voi tulkita siten, että he äänestivät nimenomaan henkilöä. Tutkimusta varten haastatelluista yksikään ei korostanut tiettyjä ehdokkaansa ajamia asioita äänestyspäätöksensä ratkaisijana, vaan perustelut ehdokasvalinnalle tulivat ehdokkaan henkilökohtaisista ominaisuuksista. (ks. Pekonen 1995, 202; Pesonen 1995 & 1991.)

Tähän eurovaalien henkilöitymiseen voi olla useita syitä. Puolueet eivät juurikaan osallistuneet eurovaalien kampanjointiin, joten ehdokkaat tekivät itseään tykö oma-toimisesti lähinnä omia hyviä puoliaan korostaen. Ehdokkailla ei ehkä ollut tarpeeksi ponnekkaita vaaliteemoja äänestäjiä sytyttämään. Tämä saattoi johtua eurovaalien neitseellisestä luonteesta ja useiden ehdokkaiden kokemattomuudesta niin politiikan kentällä yleensä kuin työs-

kentelyssä Euroopan parlamentissa - ehkä ei osattu sanoa, mitkä asiat ovat tärkeitä tai mihin kannattaisi keskittyä. Tai sitten ehdokkaat eivät halunneet leimautua tiettyjen asioiden puolestapuhujiksi, koska tavoittelivat mahdollisimman laajaa kannatusta maanlaajuisessa vaalipiirissä. Eräs syy ehdokkaiden painottumiseen löytyy varmasti eurovaalien luonteesta, niiden uutuudellaan aiheuttamasta epävarmuudesta äänestäjien keskuudessa. Kuten tutkimuksessa haastatelluista sekä kyselylomakkeisiin vastanneista muutama totesi, äänestäjä ei oikein tiennyt ketä äänestää ja mihin virkaan. Eurovaalit koettiin etäiseksi, ja äänestyspäätös tehtiin "vähän enemmän lonkalta kuin yleensä".

Peräti 79,5% vastaajista äänesti ehdokasta, jota ei ollut koskaan aiemmin äänestänyt. Koska tarjolla oli useita tuoreita kasvoja, eivätkä vaalipiirien rajat olleet esteenä ehdokasvalinnalle, halusivat kansalaiset kenties äänestää toisin kuin olivat yleensä tottuneet tekemään Tämän perusteella voisi ajatella, että äänestäjät saattoivat kokea eurovaalit myös mainioksi foorumiksi "vaihtaa verta" politiikan kentällä. Eurovaalit ja EU ovat molemmat uusia asioita, joita saatetaan pitää "uuden sukupolven juttuna". Siksi EU:hun haluttiin asioista päättämään myös poliitikkojen "uusi sukupolvi".

Lisäksi kuten Kanerva (1994, 131) toteaa, suhteellisen tuoreet poliitikot ovat leimaantumattomia, ja "ryvetymättömiä", joten heihin on helppo liittää sellaisia yleisesti hyväksytyjä ominaisuuksia, joita pidetään henkilövalinnan kannalta oleellisina. Tällaisia teemahaastatteluissa esiin nousseita ominaisuuksia ovat esimerkiksi luotettavuus, avoimuus uusille asioille ja ideoille, avarakatseisuus, rohkeus tuoda asiansa esille, ja niin edelleen.

Tämä on osaltaan selittämässä sitä, miksi uudet yrittäjät pärjäsivät niin hyvin eurovaaleissa. Se, miksi nuoret ehdokkaat, Matikainen-Kallström ja Piha menestyivät, saattaa johtua myös heitä äänestäneiden ihmisten tavasta ajatella nuoria voimavarana. Nuorten avarakatseisuutta ja avoimuutta pidetään kansainvälisessä toiminnassa ensiarvoisen tärkeänä, kuten myös hyvää sopeutumis- ja oppimis-



kykyä, taitoa selviytyä maailmalla ja halua matkustella. Eikä nuori nainen ole äänestäjilleen häpeäksi ulkonäkönsäkään puolesta. Ehkäpä myös "ei vanha koira uusia temppuja opi" -ajatusmalli oli taustalla, kun Europarlamenttiin haluttiin pitkän poliittisen uran tehneiden konkareiden lisäksi poliittisesti "ryvettymättömiä" ja uusia tekijöitä.

Kaikenkaikkiaan suomalaisen äänestäjän äänestysprosessi tämänkin tutkielman valossa näyttää hyvin rationaaliselta. 38,4% vastanneista ilmoitti puoluekantansa yhteneväksi ehdokkaansa kanssa. Lähes puolet, 49,3% äänesti ehdokasta, joka edusti puoluetta, jota hän oli päättänyt äänestää. Puoluesidonnaisuus oli eurovaaleissa vahvasti äänestyspäätökseen vaikuttava tekijä.

26% valitsi ehdokkaan jostain muusta puolueesta kuin siitä jota oli etukäteen ajatellut äänestää. He siis mitä todennäköisimmin äänestivät juuri henkilöä. Etenkin teemahaastatteluista kävi ilmi, että henkilövalintakin oli yleensä perusteltu, joten kognitiiviset ja rationaaliset tekijät olivat vahvasti ratkaisemassa äänestyspäätöksessä myös henkilövalinnan osalta.

Kuitenkin jo tässä edellä pohditussakin tulee hyvin esiin ehdokkaasta äänestäjälle muodostuneen vaikutelman tärkeys äänestyspäätöksen ratkaisijana. Se tukee oletusta, jonka tutkijat ovat esittäneet suomalaisesta äänestäjästä: tietopohja ei sinällään enää yksin ratkaise äänestyspäätöksessä, vaan äänestäjän päätöksenteko perustuu vaikeammin hahmotettaviin usein tunnepohjaisiin käsitteisiin. Vaaleissa vahvistuvat television vaikutuksesta erityisesti katsojan tunnetasolla olevien affektiivisten tekijöiden vaikutukset kognitiivisten kustannuksella. (Moring & Himmelstein 1993, 41; Oksanen 1983, 222 sekä 1984, 146.) Monet tutkijat väittävät, että affektiiviset tekijät korostuvat vain politiikkaa vähän seuraavien, vähän koulutettujen ja nuorten suhteen. Kuitenkin etenkin eurovaalien kohdalla päätöksenteko tuntuu jokaisessa äänestäjäryhmässä (ks. s.36 ja 52) olevan painottunut nimenomaan affektiiviseen suuntaan, ehkä juuri siksi, että mitään suurta poliittista sanomaa ei näissä vaaleissa levitetty.

Kuten tämän tutkimuksen tuloksista käy ilmi, äänestäjät äänestivät enemmistön voimin muun muassa mukavaa ja tavallista ihmistä, joka on luonnollinen ja miellyttävän näköinen. Häneen voi siis samastua. Lisäksi ehdokas on hyvä esiintyjä. Hyvänä esiintyjänä ehdokas on pystynyt välittämään äänestäjille juuri edellä mainittuja vaikutelmia itsestään - vieläpä ilmeisen onnistuneesti. Sitäpaitsi ovathan ehdokkaisiin liitetyt ominaisuudet - mukavuus, luonnollisuus, avoimuus, avarakatseisuus, kauneus, rohkeus, nuoruus ja niin edelleen - tässä yhteiskunnassa mitä suuremmassa määrin positiivisia ja tavoiteltavia arvoja ihmiselle kuin ihmiselle. Ei siis ihme, että nämä yleiset ihanteet nivoutuvat politiikkaankin.

Se että äänestäjät äänestivät itselleen uusia ehdokkaita noinkin paljon, selittyy tietysti osaltaan maanlaajuisella vaalipiirillä, mutta varmasti paikallisia tai alueellisiakin vaihtoehtoja olisi löytynyt äänestäjän niin halutessa. Toki paikallisia ehdokkaita äänestettiinkin - ja valintaa perusteltiin juuri ehdokkaan paikallisuudella, paikkakuntalaisuudella tai alueellisuudella. Oman alueen ihminen halutaan Eurooppaan ajamaan oman alueen etuja. Tai sitten häntä äänestettiin siksi, että hän oli äänestäjälle tuttu ennalta, jos ei muuten, niin ainakin paikkakunnan tiedotusvälineistä. Vaikutelma tuttuudesta on myös parasosiaalisen suhteen edellytys.

## 6.2 PARASOSIAALINEN SUHDE EHDOKKAASEEN

Sekä haastattelujen että kyselylomakkeen perusteella voi tehdä päätelmän, että parasosiaalinen suhde poliitikon ja äänestäjän välillä on todellakin mahdollinen. Sen olemassaolo näyttää olevan myös yhteydessä äänestyspäätökseen ainakin näiden tutkittujen vaalien kohdalla. Parasosiaalisen suhteen teoria saa tukea esimerkiksi siltä osin, että ehdokas koetaan samanlaiseksi itsen ja oman ystävien kanssa. (ks. Isotalus & Valo 1995; Turner 1993, Rubin & McHugh 1987.)

Kyselylomakkeiden pohjalta tehdyssä suuntaa-antavassa faktorianalyysissä suomalaisen äänestäjän parasosiaalisesta suhteesta löytyi viisi ulottuvuutta.

Ensimmäinen ulottuvuus on *kuviteltu ystävyys*. Äänestäjää tuntuu, että hän tuntee ehdokkaansa hyvin ja voisi kuvitella ystäväystyvänsä tämän kanssa, jos siihen olisi mahdollisuus. Hän ymmärtää mielestään hyvin ehdokkaansa ajatusmaailmaa ja olettaa, että hän ja ehdokas ajattelevat useista asioista samalla tavoin. Äänestäjä kokee ehdokkaansa ihmisenä saman tyyppiseksi itsensä kanssa ja näkee tässä samoja piirteitä kuin oikeissa ystävissään. Ehdokas on äänestäjänsä mielestä myös mukava ihminen.

Toinen ilmennyt ulottuvuus on *ideologinen läheisyys*. Ehdokkaan puoluekanta vastaa äänestäjän puoluekantaa, tai hän edustaa puoluetta jota äänestäjä päätti äänestää. Äänestäjä kokee myös, että hänen on helpompi muodostaa oma mielipiteensä poliittisesta asiakysymyksestä, kun hänen ehdokkaansa osoittaa mitä mieltä siitä on.

Kutsuttakoon kolmatta ulottuvuutta *julkiseksi edustavuudeksi*. Äänestäjä arvostaa ehdokkaansa hyväksi esiintyjäksi, jonka esiintyminen on luonnollista. Äänestäjä myös pitää ehdokastaan henkilönä, jota katsoo mielellään. Äänestäjästä on mukavaa, kun hänen ehdokkaansa esiintyy uutisissa ja viihdeohjelmissa, sekä toivoisi ehdokkaansa esiintyvän useammin televisiossa tai radiossa. Ehdokas on äänestäjänsä mielestä myös miellyttävän näköinen.

*Suhteen todellisuus* tarkoittaa sitä, että äänestäjä haluaisi tavata ehdokkaansa henkilökohtaisesti ja saattaisi mennä katsomaan ehdokasta tämän tullessa paikkakunnalle. Äänestäjä uskoo myös, että heillä olisi keskenään paljon puhuttavaa tilaisuuden tullen. Ehdokas saattaa käydä äänestäjänsä mielessä myös muulloin kuin esiintyessään tiedotusvälineissä.

Viides ja viimeinen ulottuvuus on *kompetenssi*, eli ehdokkaan kokeminen ammattitaitoiseksi poliitikoksi ja hyväksi (Suomen) edustajaksi. Kompetenssi ei korreloi muiden ulottuvuuksien kanssa, joten se ei varsinaisesti kuvaa parasosiaalista suhdetta. Kuitenkin poliitikkoa arvioitaessa ammattitaidon ja pätevyyden korostaminen on yleistä, ja tärkeä kriteeri äänestyspäätöstä tehtäessä.

Isotaluksen ja Valon (1995) löytämät tv- ja radio-esiintyjiin solmitun parasosiaalisen suhteen viisi ulottuvuutta osuvat melko hyvin yksin poliitikkoon solmitun

parasosiaalisen suhteen ulottuvuuksien kanssa. Kuviteltu ystävyys-, suhteen todellisuus- ja kompetenssi -ulottuvuudet ovat molemmissa tutkimuksissa havaittu hyvin samankaltaisiksi. Kuviteltu ystävyys -ulottuvuudessa esiintyjä koetaan samantyyppiseksi ihmiseksi kuin itse on, ja hänestä löytyy myös samoja piirteitä kuin katsojan omista ystävistä. Katsojasta tuntuu, että hän tuntee esiintyjän hyvin. Hän myös voisi kuvitella ystäväystyvänsä tämän kanssa, jos se olisi mahdollista. Suhteen todellisuus -ulottuvuus tarkoittaa, että katsoja haluaisi tavata esiintyjän henkilökohtaisesti ja saattaisi mennä häntä katsomaan tämän tullessa paikkakunnalle. Kompetenssi -ulottuvuus keskittyy esiintyjän ammattitaidon arviointiin, politiikassa myöskin *ehdokkaan ammattitaitoon edustaa maataan ja valitsijaansa*. Tästä alkavatkin eroavaisuudet yleensä televisioesiintyjien ja poliitikkojen parasosiaalisen suhteen osalta.

Isotaluksen ja Valon tutkimuksessa kaksi muuta löytynyttä parasosiaalisen suhteen ulottuvuutta ovat empatia ja seuraan hakeutuminen, suhteessa poliitikkoihin nämä korvaantuvat ideologisen läheisyyden ja julkisen edustavuuden ulottuvuuksilla. Näitä käsitellään seuraavassa tarkemmin.

Politiikkaan kietoutuu aina ideologia. Toisille äänestäjille se on tärkeämpi kuin toisille, puolueäänestäjille ehkäpä tärkeämpi kuin ehdokasäänestäjille (ks. Borg 1995, 173, 184; Pekonen 1995, 194). Siksi ei ole yllätys, että parasosiaalisessa suhteessa poliitikkoon ilmenee yhtenä ulottuvuutena ideologinen läheisyys äänestäjän ja ehdokkaan välillä. Tämä tarkoittaa, että äänestäjän ja ehdokkaan puoluekannat yhtenevät. Ehdokas on äänestäjälleen myöskin vahva mielipidenäyttäjä poliittisissa kysymyksissä.

Turnerin (1993, 449) mukaan katsojan ja esiintyjän asenteiden samankaltaisuus on suurempi edellytys parasosiaalisen suhteen synnylle kuin esimerkiksi ulkonäkö. Tässäkin tutkimuksessa ilmeni, että äänestäjä kokee ehdokkaan ajattelevan useita asioita samalla tavalla kuin hän itse ajattelee. Suuria ristiriitoja ajatus- ja arvo maailmassa ei suvaita, vaikka tiedostetaankin se etteivät

kaikki ajatukset koskaan voi mennä yksiin. Eikä niiden tarvitsekaan mennä.

Julkinen edustavuus on parasosiaalisen suhteen ulottuvuus, joka poliitikkojen kohdalla niinikään vahvasti erottuu muihin tv-esiintyjiin solmitusta parasosiaalisesta suhteesta. Aivan hyvin tämän ulottuvuuden voisi nimetä myös "edustavaksi julkisuudeksi", mutta pelkkä "esiintyminen" ei tätä ulottuvuutta kuvaa, vaikka se sanana tämän ulottuvuuden selittämisessä usein esiintyykin. Esiintyminen on tässä yhteydellä ymmärrettävä sekä edustajan näkymiseksi, että hänen esiintymistaidoikseen; eli julkinen edustavuus -ulottuvuus painottuu ehdokkaan esiintymiseen kokonaisuutena. Ulottuvuutta luonnehtii se, että äänestäjä pitää ehdokastaan hyvänä esiintyjänä. Hän on äänestäjänsä mielestä myös luonnollinen sekä miellyttävän näköinen. Äänestäjä katsoo ehdokkaansa esiintymistä mielellään, ja toivoisi tämän esiintyvän useamminkin televisiossa. Eli vaikka ajatusten samansuuntaisuutta pidetäänkin tärkeänä, ei ulkonäöstäkään tunnu olevan ainakaan mitään haittaa politiikassa, eikä parasosiaalisen suhteen solmimisessa poliitikkoon. Päinvastoin, ulkonäköä pidetään melko oleellisena (politiittisenkin) edustavuuden osana.

#### 6.2.1 JULKISEN EDUSTAVUUDEN MONET KASVOT

Koko julkinen edustavuus -ulottuvuus on itsessään jo niin kiehtovan moniulotteinen, että sen osatekijöitä on syytä pohtia lähemmin.

Poliitikko tekee politiikkaansa pääasiassa esiintymällä julkisissa tilanteissa<sup>6</sup>. Äänestäjällekkin tällaiset poliitikon julkiset esiintymiset ovat politiikanteon päänäyttämö. Tässä ulottuvuudessa edustavuudesta tekee julkisen se, että edustus tapahtuu tiedotusvälineissä, pääasiassa siis televisiossa. Edustavan tästä julkisuudesta taas tekee se, että ehdokas on taitava julkisuuden käytössä. Hänen esiintymistyylinsä sopii hyvin televisioon.

---

<sup>6</sup>Tietenkin esiintyminen on aina julkista - sitähan tehdään yleisölle. Harvemmin kenelläkään on intressejä esiintyä yksin tyhjässä huoneessa.

Hän onnistuu luomaan kuvan ihmisestä, joka on oma itsensä, ja joka hallitsee kehonsa ja kielensä käytön. Ehdokas "esiintyy esittämättä", ja äänestäjälle välittyy mielikuva hyvästä ja luonnollisesta esiintyjästä. Nämä mielikuvat liittyvät tiiviisti ehdokkaiden poliittisten imagojen luontiin.

Hyvän esiintyjän taitoja tutkimusta varten haastattelujen mielestä ovat myös hyvä ulosanti, suorasanaisuus ja selkeä suomenkielinen puhe. Nämä tekijät yhdistettynä siihen, että ehdokkaalla on vielä sanottavaakin, tekevät hyvän poliitikon. Toki esiintymisen edustavuus liittyy suurilta osiltaan myös kompetenssiin. Onhan julkisen esiintymisen hyvä hallinta eräs ammattitaidon merkeistä.

Tämän lisäksi edustavaa julkisuutta on se, että ehdokas on ulkonäöltään miellyttävä. Ulkoinen olemus on ensivaikutelman välittymisessä tärkein seikka. Sen avulla luodaan myöskin luottamuksen ensiaste ehdokkaan ja äänestäjän välillä. Kuten haastatteluista kävi ilmi, miellyttävää, siistiä ulkonäköä pidetään yhtenä edustavuuden tärkeistä osista. Ehdokas, joka huolehtii ulkonäöstään, kunnioittaa äänestäjiään ja osoittaa huolehtivansa asioista. Mutta ulkonäkö ei saa olla ehdokkaalle kaikki kaikessa - se taas vesittää luottamusta. Eräs haastateltava totesi, että yleensä liiallinen huolehtiminen ulkonäöstä liitetään naispoliitikkoihin. Naispoliitikolla onkin "ulkonäköongelma": he eivät saisi olla kauniita, koska saavat tyhmän leiman, eivätkä rumia, koska silloin heitä ei kukaan katsele! Mutta edelleen: tuskinpa äänestäjä haluaa oman ehdokkaansa esiintyvän "kuin riihen seinästä reväistynä", sillä äänestäjä haluaa oman edustajansa luovan miellyttävän vaikutelman myös muille ihmisille, jotka eivät ehkä ole niin "tuttuja" ehdokkaan kanssa.

Sekä ulkoinen edustavuus (miellyttävä ulkonäkö ja hyvä esiintyminen) sekä sisäinen edustavuus (se, että ehdokkaalla on myös sanottavaa) saavat äänestäjässä aikaan miellyttävän vaikutelman. Hänestä on mukava katsella ehdokkaansa esiintymistä niin uutisissa kuin viihteellisemmissäkin ohjelmissa. Heitä haluttaisiin televisioon jopa enemmän kuin he nyt siellä ovat. Haastattelujen perusteella tuntuu siltä, että poliitikkojen kravattit eivät

vieläkään ole tarpeeksi löysällä. Vielä on varaa ottaa rennommin ja näyttää inhimillisemmältä. Tähän nivoutuvat varmaankin myös ehdokkaasta huokuvan mukavan, tavallisen ihmisen ja luonnollisuuden vaikutelmien myönteinen korostuminen. Äänestäjät eivät halua edustajikseen poliitikkoja, vaan ihmisiä. Voin uskoa, että osaltaan siksi viihdeohjelmien sanotaan ratkaisevan jopa valtakunnan päämiehen valinnassa. Viihdeohjelmissa ehdokkaiden on mitä suuremoin tilaisuus tehdä itseään tykö mukavana, tavallisena heppuna, joka ei yritä olla sinua ja minua ylempänä tai parempi, mutta joka sattuu olemaan pätevin virkaan, johon nyt on ehdolla. (vrt. Kanerva 1994, 73).

"Heitetään tittelit pois ja jutellaan vähän" -tyyli sopii nykyisin Suomeakin valtaavaan amerikkalaistuvien poliittisten imagojen kulttuuriin: kansalaiset haluavat tutustua ehdokkaaseensa paremmin, ja ehdokkaat haluavat luoda vaikutelman läheisyydestä ja tuttuudesta äänestäjänsä kanssa. Tutuus lisää myös luottamusta. Mutta tuttuudessakin on rajansa. Sekä tässä että Isotaluksen ja Valon (1995) tutkimuksessa ilmeni, että suomalaiset eivät pidä siitä, jos esiintyjä tuo yksityiselämänsä julkisuuteen.

Isotalus ja Valo (1995) huomasivat, että suomalaiset parasosiaaliset suhteet solmitaan televisiosta tutuksi tulleisiin julkkiksiin ja fiktiivisiin esiintyjiin. Poliitikot kuuluvat luonnollisesti ensimmäiseen ryhmään. Pitkän poliittisen uran tehneet valtakunnanpoliitikot, jotka uransa aikana ovat tehtäviensä puolesta tai muuten olleet paljon esillä tiedotusvälineissä (etenkin televisiossa), tulevat väkisinikin tutuksi äänestäjille<sup>7</sup>. Televisio tuo poliitikot koteihimme kutsumattakin. Pitkän linjan poliitikkojen tekemisiä tulee seuranneeksi, vaikka mieleen ei loputa jäisikään kuin naama ja nimi, sekä jonkinlainen yleisvaikutelma ihmisestä.

---

<sup>7</sup>Tässäkin perusoletuksena on julkisuuden kasautuminen tiettyihin henkilöihin, jotka asemansa tai persoonansa puolesta kiinnostavat tiedotusvälineitä. Rivikansanedustajat tuntuvat jäävän valitettavasti vuodesta toiseen ilman julkisuuden kiroa ja iloa.

### 6.2.2 TUTUKSI KOETTU EHDOKAS - ÄÄNESTÄJÄN OMAKUVA?

Tuttuus ehdokkaan kanssa on suomalaiselle äänestäjälle yksi merkittävimpiä äänestyspäätökseen liittyviä tekijöitä (Pekonen 1995, 194; Pesonen 1995, 124). Äänestäjä haluaa tuntea ehdokkaansa ennalta ainakin jollain tasolla - olkoonpa sitten vaikka hiihtouran perusteella, jos ehdokkaalla ei ole politiikan laduilta näyttöä. Tuttuuden ei siis tarvitse olla henkilökohtaista, vaan tutustuminen voi tapahtua myös tiedotusvälineiden kautta, kuten parasosiaalisessa suhteessa tapahtuu. Näin käy useimmille äänestäjille, joille tiedotusvälineet ovat ainoa ikkuna politiikan ja poliitikon seuraamiseen.

Tarkastellaanpa tätä tuttuuden problematiikkaa lähemmin. Tutkimukseen haastatellut olivat seuranneet ehdokkaansa vaiheita politiikan tai muulla saralla jo pitemmän aikaa. Tämä oli siis heille ennestään tuttu. Tästä voisi maalaisjärjellä päätellä: kukapa nyt äänestäisi itseään edustamaan jotakuta, jota ei ollenkaan tunne! Kun äänestäjä kerran näkee sen vaivan, että vääntäytyy vaaliuurnalle, on oletettavaa, että hän äänestää henkilöä, jonka on todennut jollakin tavalla edustavaksi representaatioksi itsestään ja omista ajatusmalleistaan. Tai sitten ehdokkaalla on joitakin ominaisuuksia, joita äänestäjä haluaisi itselläänkin olevan.

Kun otetaan huomioon ehdokkaan tunteminen tai vaikutelma tuttuudesta, ei kai ole ihme, että suomalainen näyttää solmivan ehdokkaaseensa tietynlaisen - jopa erityislaatuisen siteen. (vrt. Pesonen 1991 & 1995). Poliittisesti ryvettömättömiin ehdokkaisiin tämä side on solmittu jo aikaisemmin, ennen ehdokkaaksi asettumista - esimerkiksi urheilua (ehdokkaas Matikainen-Kallström) tai television musiikkiohjelmia tai tietokilpailuja seuraamalla (Aaltonen, Otila). Tällöin puoluekantojen vastavuus tai poliittinen ideologia on sivuseikka, sillä ehdokas on jo näyttänyt kykynsä muilla alueilla, jotka äänestäjää kiinnostavat.

Kehittelen ajatusrakennelmaa eteenpäin. Vaikka politiikassa pitkään ollut henkilö edustaa ammattia, johon kohdistetaan paljon epäilyksiä sekä suhtaudutaan usein kyynisesti, onkin oma ehdokas tämän leiman yläpuolella.



Oma ehdokas on paljon enemmän kuin vain poliitikko, koska äänestäjä on valinnut hänet edustamaan itseään. Ehdokas voi ehkä epäonnistua politiikanteossa, mutta hän tuskin epäonnistuu äänestäjensä edustamisessa, jos sitä ajatellaan edellä esittämänäni kokonaisuutena. Siksi äänestäjä seuraa edustajansa tekemisiä edelleen, vaikka tämän poliittinen ura katkeaisikin. Edellä ajateltu tuntuu ehkä kovin kaukaiselta eurovaaleista ja politiikan arkipäivästä, mutta on hyvin kiehtova ajatusrakennelma. Tai sitten se on idealistinen pilvilinna. Kuitenkin sen avulla voisi selittää osaltaan sen, miksi niin moni äänestäjä painottaa ehdokkaansa luonnollisuutta ja "tavallisen ihmisen" käsitettä. Mikä on tavallinen ihminen? Luulempa, että hän on pitkälti samanlainen henkilö kuin äänestäjä itse.

Kun äänestäjän henkilökohtaisesti on vaikea päästä edustamaan itseään Europarlamenttiin tai mihin tahansa vastaavaan, on tärkeää että hän voi peilata itseään valitsemaansa ehdokkaaseen ja samastua edes jollakin tasolla. Samalla äänestäjä luottaa siihen, että ehdokas on valmis seisomaan heidän yhteisen maailmansa takana. Yhteinen maailma voi ideologisen läheisyyden ja asiakysymyksiin suhtautumisen lisäksi olla myös jotain muuta. Jos poliittinen ideologia ei juurikaan ole merkittävä seikka äänestäjälle (eli hän kuuluu esimerkiksi politiikkaa vähän seuraaviin henkilöihin tai ehdokasäänestäjiin), sitten merkitsevät muut yhteiset asiat. Näitä voivat olla esimerkiksi kuuluminen samaan ikä- ja/tai sukupuoliryhmään, josta juontuvat yhteiset intressit. Jopa harrastusten ja elämäntavan samankaltaisuus voi olla riittävä syy äänestää. Eräs kyselyyn vastannut äänesti siksi, että ehdokas on nuori ja tällä on musiikki lähellä sydäntä. Myös äänestäjä oli nuori - ja muusikko. Liekö tässä valalla jonkinlainen minimaalisen yhteyden laki? Nämä saattoivat olla ainoat seikat joissa äänestäjä koki samastuvansa keneenkään ehdokkaista. Äänestäjä tiesi lisäksi, että ehdokas on pätevä musiikin kentällä.

Näyttää siltä, että ehdokas täytyy todeta myöskin päteväksi jollakin elämäalueella, jotta hän on äänen arvoinen. Pätevyys voi olla sidoksissa poliittiseen ammattitaitoon tai osaamiseen muilla aloilla: musiikissa, tv-

työssä, urheilussa... Päteväksi toteaminen voi tapahtua äänestäjän omien havaintojen perusteella, tai "luotettavan tahon" sanan perusteella. "Luotettava taho" voi olla esimerkiksi ystävä tai tuttava, joka vakuuttaa ehdokkaan pätevyyttä.

### 6.3 PÄÄTÄNTÖ

Poliitikot ovat arkipäiväisiä vieraita tiedotusvälineissä, ja siten helposti äänestäjiensä ulottuvilla. Juuri tämän helpon "saatavuuden" varassa useimmat tutkimukseni haastatellut kertoivat oman politiikan seuraamisensa olevan. Helppo saatavuus voi olla myöskin syy vaalitulaisuuksien suhteellisen heikolle suosiolle. Ehkä siksi ehdokkaat haluavat tulla kansan keskuuteen erilaisiin ostoskeskuksiin ja toreille omissa toritapahtumissaan ollakseen näin helposti saatavilla. Silti tiedotusvälineet ja etenkin televisio palvelee tavallista äänestäjää parhaiten. Onkin perusteltavaa puhua politiikan katsojasta yhtäläillä kuin television katsojasta (vrt. esim. Swanson & Mancini 1996, 16). Katsojuus edesauttaa myös parasosiaalisen suhteen syntymistä.

Rubin ja McHugh (1987) selittävät parasosiaalisen suhteen syntyä samankaltaiseksi kuin interpersonaalisenkin suhteen syntyä. Suuri vuorovaikutuksen määrä viestinnässä lisää suhteen synnyn mahdollisuutta. Ja mitä enemmän katsot tiettyä televisioesiintyjää, sitä attraktiivisemmäksi hän sinun silmissäsi muuttuu. Kun esiintyjä ilmestyy ruutuun kerta toisensa jälkeen, katsoja alkaa kokea hänet yhä tutummaksi, ja hänen käyttäytymisensä yhä ennustettavammaksi. Ja mitä tutumpi esiintyjästä tulee, sitä läheisemmäksi hänet koetaan (Isotalus & Valo 1995, 64).

Tätä teoriaa vasten katsottuna ei ajatus parasosiaalisesta suhteesta poliitikkoon tunnukaan enää niin vieraalta. Epäilin ensin suomalaisen poliitikkokulttuurin olevan epäotollinen parasosiaalisen suhteen syntyyn. Mutta ketkäpä olisivatkaan sen säännöllisempiä vieraita olohuoneissamme, kuin yhä lisääntyvien televisiokanavien yhä useampien uutislähetysten tarjoamat poliitikot! Ja kun tähän lisää vielä ajankohtais- ja viihdeohjelmat polii-

tikkovieraineen, sekä mainokset joissa poliitikot näyttävät esiintyvän yhä useammin, on poliitikkotulva aikamoinen. Voisi ajatella, että poliitikkoihin parasosiaalisen suhteen solmiminen olisi helpompaakin kuin esimerkiksi johonkuhun muuhun televisioesiintyjään, esimerkiksi Mirja Pyykköön tai Neil Hardwickiin. Poliitikkojen seuraaminen ei vaadi sinänsä ponnisteluja. Hardwick ja Pyykkö esiintyvät televisiossa ehkä säännöllisesti ja ennalta tiedetynä ajankohtana tietyn ajan verran, mutta poliitikot tupsahtelevat eteemme siellä täällä tasaiseen tahtiin.

Suomalainen äänestäjä voi solmia poliitikkoon parasosiaalisen suhteen. Tuo suhde voi olla syntynyt jo ennen henkilön asettumista ehdolle poliittisiin tehtäviin, mikäli hän on ollut esillä tiedotusvälineissä muissa yhteyksissä. Tuolloin olemassaoleva parasosiaalinen suhde on mitä todennäköisimmin vaikuttamassa myös äänestyspäätökseen.

Parasosiaalinen suhde vaihtelee voimakkuuksiltaan äänestäjästä äänestäjään, ja saa viidelle ulottuvuudelleen erilaisia painotuksia. Painotuserot voivat johtua äänestäjän taipumuksesta ratkaista äänestyspäätöksensä ensisijaisesti puolueen tai ehdokkaan valinnalla. Tämän tutkimuksen perusteella ei ole vakuuttavaa evidenssiä parasosiaalisen suhteen viiden eri ulottuvuuden painottumisesta eri äänestäjäryhmien kesken, mutta oletuksia voi esittää aiemman vaalitutkimuksen valossa. Järkeenkäypää olisi, että ehdokasäänestäjillä saattaisivat painottua parasosiaalisen suhteen kuviteltu ystävyys- ja julkinen edustavuus -ulottuvuudet. Puolueäänestäjillä puolestaan ideologinen läheisyys, kompetenssi ja suhteen todellisuus saattaisivat olla tärkeämpiä. (vrt. Borg 1995; Pekonen 1995.) Silti kaikki viisi ulottuvuutta löytyvät jokaisesta parasosiaalisesta suhteesta riippumatta siitä, miten laimea tai voimakas se on tai miten se on painottunut.

Tämä tutkimus tarkastelee nimenomaan äänestyspäätöksen affektiivista puolta. Siksi sen perusteella ei tule tehdä johtopäätöksiä siitä, miten kognitiivinen eli rationaalinen äänestyspäätös suhteutuu affektiiviseen. En halua, enkä voikaan tämän perusteella osoittaa, että suomalaisen äänestyspäätös perustuisi pääasiassa tunnepoh-

jaisiin tekijöihin. Voi olla, että ne eurovaaleissa korostuivat enemmän kuin muissa vaaleissa etenkin näin asian ollessa suomalaisille uusi. Silti äänestyskäyttäytymisen näytti pääpiirteiltään näissäkin vaaleissa varsin rationaaliselta, ja parasosiaalinen suhde selittää äänestyspäätöstä vain pieneltä osin. Mutta kuten todettu, kognitiivisia ja affektiivisia äänestyspäätökseen vaikuttavia tekijöitä ei voi varmasti koskaan erottaa toisistaan kokonaan. Siksi affektiivinen ja kognitiivinen komponentti näkyvät myös äänestäjän parasosiaalisen suhteen viidessä ulottuvuudessa ideologisen läheisyyden ollessa lähinnä kognitiivista ja edustaessa äänestämisen rationaalista puolta.

Parasosiaalisen suhteen ulottuvuuksista politiikassa löytyy myös paljon samoja vivahteita kuin poliittisten imagojen osatekijöistä. Eerikäisen (1988, 141, 152) mukaan imagon osatekijät ovat persoona, toiminta, asema ja tausta. Nimmo ja Savagen (1976 Timosen 1983, 301-302 mukaan) imagon käsite jakaantuu tiedolliseen (kognitiiviseen), tunneperäiseen (affektiiviseen) ja aikomukselliseen (konatiiviseen) osaan. Tästä kolmijaosta affektiivinen ja kognitiivinen osa löytyvät parasosiaalisesta suhteesta, ja ne saavat yhdessä aikaan konatiivisen osan. Parasosiaalisen suhteen kuviteltu ystävyys -ulottuvuuteen on liitettävissä Eerikäisen luokituksesta poliitikon persoona ja tausta, ideologinen läheisyys -ulottuvuuteen puolestaan poliitikon ajattelutapa ja toiminta. Nämä yhtäläisyydet eivät ole yllättäviä, sillä liittyihän imago ja imagonrakennus erottamattomasti esiintymiseen, ja poliitikkojen esiintymistä pitkän seuraamalla muodostuu mahdollisesti parasosiaalinen suhde.

Äänestäjät ovat tämän tutkimuksen valossa hyvin tietoisia television keinoista luoda vaikutelmia. He suhtautuvat kriittisesti myös tiedotusvälineiden jakamaan tietoon poliittisista asioista. Haastatellut ovat niinkään havainneet julkisuuden kasautumisen aina tiettyihin poliitikkoihin. Tavallisten rivikansanedustajien toivottaisiin esiintyvän tiedotusvälineissä enemmän, jotta heidänkin kantansa poliittisiin kysymyksiin tulisi paremmin julki. Myönteisenä kehityksenä nähtiin televisioidut

eduskunnan kyselytunnit ja keskustelut, vaikka tyhjien penkkien katseleminen ei tunnukaan niin mukavalta. Myönteinen suhtautuminen viihteelliseen julkisuuteen on pie-noinen yllätys, mutta haastateltujen perustelujen valossa erittäin ymmärrettävä seikka. Vaikka liika on liikaa, sopiva (mitä ikinä se onkaan) viihdeohjelmissa vierailu tuo poliitikon tavallisen ihmisen tasolle ja lähemmäksi häntä. Se myös esittää poliitikon toisen puolen - sen, mikä varmasti tulee esille edustustehtävienkin osana - epävirallisen ja rennomman. Poliitikolta odotetaan myös taitoa käsitellä mitä erilaisimpia tilanteita, ja viihde-ohjelmien (etenkin suorien lähetysten) yllätyksellisyys on yksi niistä.

Tämän tutkimuksen tulosten valossa voi rakentaa myös euroedustajan ideaalityypin. Sen mukaan parhain kansamme edustaja olisi fiksu, luonnollinen ja tavallinen ihminen, joka on hyvä esiintyjä. Äänestäjä kokee, että hänen ja ehdokkaan ajatusmaailmat kohtaavat monissa asioissa. Ja koska ehdokas on suhteellisen mukava ja miellyttävän näköinen sekä lisäksi ammattitaitoinen poliitikko, hän edustaisi Suomea hyvin Europarlamentissa.

## **7. TUTKIMUKSEN ARVIOINTIA**

Tutkimus onnistui täyttämään tavoitteensa hyvin. Tutkimuksen pääkysymys sai selkeän vastauksen: parasosiaalisen suhteen muodostuminen poliitikkoon on mahdollinen, ja julkkisehdokkailla myös eräs - joskus myös ainoa syy äänestää heitä. Tulosta ovat hivenen sotkemassa ne äänestäjät, jotka äänestivät ystäväänsä tai tuttavaansa. Heidän kohdallaanhan parasosiaalisen suhteen on korvannut todellinen suhde. Kuitenkin pidän tutkimukseni tulosta melko yleistettävänä, vaikka tämän tutkimuksen tarkoitus ei olekaan pyrkiä yleistettävyyteen. Tavoitteenani oli lähestyä ongelmaa, jota aikaisemmin ei oltu juurikaan kar-toitettu.

Tutkimusmenetelmien valinta oli onnistunut, joskin kyselylomakkeessa ilmeni parantamisen varaa. Kysely oli ehkä hivenen liian pitkä vaalipaikalla täytettäväksi. Se, että heti ensimmäiseksi pyydettiin nimeämään ehdokas, jota äänesti, pelotti pois osan vastaajista. Hyvin moni

jätti myös kohdan täyttämättä - vaalisalaisuuden paljastuminen on edelleen äänestäjän huolenaihe. Tämä ei haitannut tutkimuksen suorittamista, sillä rohkeita äänestäjiä löytyi kuitenkin tarpeeksi. Riittävä määrä haastatteluja saatiin tehdyksi.

Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu täydensi ja selitti kyselylomakkeista saatua dataa ensiarvoisen tärkeällä tavalla. Ilman haastatteluja moni kysymys olisi jäänyt syrjään epämääräisyytensä takia. Haastattelut toivat niille muodon ja tarkoituksen. Teemahaastattelu yksinään tuskin soveltuisi parasosiaalisen suhteen tutkimukseen. Haastateltavien oli vaikea pukea sanoiksi esimerkiksi sitä, mistä tietyt tunneperäiset vaikutelmat esiintyjästä tai poliitikosta syntyvät. Lisäksi heidän on ehkä vaikea tunnustaa haastattelijalle tunneperäisen suhtautumisensa ensisijaisuutta - etenkin, kun on kyse yleisesti hyvin rationaalisenä pidetystä aiheesta eli politiikasta. Kuitenkin teemahaastattelujen ansioista tämä tutkimus sai lisää syvyyttä.

Haastattelut olisi ehkä pitänyt tehdä jo aikaisemmin kuin tammi-helmikuussa 1997, jolloin vaalipäivästä oli ehtinyt kulua jonkin aikaa. Äänestyspäätöksen vaikutukset, etenkin affektiiviset sellaiset, saattoivat ajan kuluessa painua taka-alalle. Toisaalta, mikäli äänestäjä on muodostanut aikaisemmin parasosiaalisen suhteen ehdokkaaseensa, ei tuo suhde kolmessa kuukaudessa jäljettömiin katoa. Eli uskon, että sitä osataan kuvailla sanallisesti yhtä hyvin nyt kuin vaalipäivänäkin - jos sitä edes osataan kuvailla. Ja toisaalta, miten haastatellulta voisi edes odottaa parasosiaalisen suhteen hienoa kuvailua, kun asiaa pitkään tutkineet tutkijatkaan eivät kunnolla sitä osaa tehdä?

Parasosiaalinen suhde on käsitteenä ja ilmiönä vielä kovin ongelmallinen ja muotoutumaton. Vaikka sitä on tutkittu melko runsaasti, on vaikea sanoa, mikä tai mitä se lopulta on. Kaikista määrittely-yrityksistä huolimatta parasosiaalisen suhteen käsite on edelleen hämärä. On lisäksi perin vaikea sanoa, mistä tuo suhde alkaa ja mihin päättyy. Useimmin haastatellutkin rinnastivat tutkijoiden käyttämän parasosiaalisen suhteen "faniuteen". Fanius

lienee jatkumoajattelussa parasosiaalisen suhteen ääripää. Vai onko se kokonaan eri ilmiö? Onko minulla parasosiaalinen suhde Harrison Fordiin, jos haluan nähdä kaikki hänen elokuvansa ja pidän häntä hyvänä näyttelijänä? Tai jos käyn JypHT:n ottelussa tai seuraan ne televisiosta, myötäelän joukkueen voitot ja tappiot, luen joukkueen ja pelaajien kuulumiset lehdestä sekä pidän seinälläni julistetta joukkueesta - onko minulla silloin parasosiaalinen suhde koko jääkiekkjoukkueeseen? Parasosiaaliseksi suhteeksi nimetty ilmiö on viisainta nähdä jatkumona, jossa toisessa päässä on tuskin havaittava kiinnostus johonkin henkilöön ja toisessa taas fanaattinen myötäeläminen. Näkisin, että tämä suhde muodostuu yleensä henkilöön tai henkilöihin, jotka edustavat jotakin, josta katsoja on kiinnostunut tai jota hänkin (haluaisi) edustaa. Siksi suhteen kohde voidaan nähdä hyvin samantyyppisenä henkilönä oman itsen kanssa. Tai sitten hänestä pidetään juuri siksi että hän on hyvin erilainen persoona. Tällöin häneen on mahdollista liittää ominaisuuksia, joita omasta itsestä puuttuu - häntä on myös mahdollista ihailia noiden ominaisuuksien takia.

Tutkimuksen suunnitteluvaiheessa ja sen aikana "julkkiskysymys" nousi esiin kerta toisensa jälkeen. Julkkis ja julkkispoliitikko saivat melkein yhtä monta määrittelmää kuin oli määrittelijääkin. Yhtä mieltä oltiin ainoastaan siitä, että tiedotusvälineillä on osansa julkkiksen teossa. Määrittelyn vaikeus kulkee siinä, milloin politiikosta tulee julkkispoliitikko, vai ovatko kaikki poliitikot sellaisia. Tätä tutkimusta varten määrittelin julkkiksen laajasti. Kysymyshän ei ollut lopulta siitä, kuka on julkkis, vaan siitä, onko äänestäjällä parasosiaalisia suhteita ehdokkasiinsa. Eli tavallaan äänestäjä itse oli määräämässä, ketä tässä tutkimuksessa julkkiksena käsitellään. Tämä näytti toimivan hyvin.

Koska tämä tutkimus on käsittääkseni ensimmäisiä parasosiaalisen suhteen ja politiikan välisiä yhteyksiä kartoittavia tutkimuksia, jää tälle alueelle sarkaa kynnettäväksi. Esimerkiksi ilmitulleet erot miesten ja naisten suhtautumisessa ehdokkaaseensa olisivat mielenkiintoisia tarkastelun kohteita. Miksi naiset ovat taipuvai-

sempia ihailemaan ehdokastaan kuin miehet? Miksi naiset pitävät ehdokastaan tavallisena ihmisenä keskimäärin enemmän kuin miehet? Miksi naiset pitävät ehdokastaan miellyttävän näköisenä enemmän kuin miehet?

Mahdollinen parasosiaalinen suhde paikalliseen ehdokkaaseen jäi tässä tutkimuksessa selvittämättä, joten myös se lankeaa jatkotutkimuksen aiheeksi. Ehdokkaan paikallisuus on äänestäjälle tärkeä tekijä. Se on jotensakin ymmärrettävää eduskuntavaaleissa, mutta miksi se on tärkeä myös eurovaaleissa?

Eurovaaleja voi tutkia seuraavan kerran vuoden 1999 kesäkuussa, jolloin ne järjestetään yhtäaikaan kaikissa jäsenmaissa. Silloin EU ja Europarlamentti ovat taas hiukan tutumpia suomalaisille. Ovatko ajatukset ja asenteet euroedustajista siihen mennessä muuttuneet? Ketkä ovat tuolloin ehdokkaana ja mennäänkö Suomesta jälleen tv-tutusta euroedustajaksi? Näkee ken elää. Siihen saakka on pärjättävä näillä europarlamentaarikoilla. Itsehän olemme heidät sinne lähettäneet.



KIRJALLISUUS

Alasuutari, P. 1996. Toinen tasavalta. Jyväskylä: Gummerus.

Alperstein, N.M. 1991. Imaginary Social Relationships with celebrities Appearing in Television commercials. Journal of Broadcasting & Electronic Media 1, 43-58.

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

Asp, K. & P. Esaiasson 1996. The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization. Teoksessa Swanson, D.L. & P. Mancini (toim.) Politics, Media and Modern Democracy. Westport: Praeger.

Atkinson, M. 1984. Our Masters' Voices. The language and body language of politics. London/New York: Methuen & Co.

Borg, S. 1995. Reasons for Electoral Participation, Party Choice and Candidate Choice. Teoksessa Borg, S. & R. Sänkiaho (toim.) The Finnish Voter. Tampere: Painomainos.

Borg, S. & R. Sänkiaho 1995 (toim.) The Finnish Voter. Tampere: Painomainos.

Cathcart, R. & G. Gumpert (1983) 1986. Mediated Interpersonal Communication: Toward a New Typology. Teoksessa G. Gumpert & R. Cathcart (toim.) Inter/Media. Interpersonal communication in a media world. New York: Oxford University Press.

Caughey, J.L. (1984) 1986. Social Relations with Media Figures. Teoksessa G. Gumpert & R. Cathcart (toim.) Inter/Media. Interpersonal communication in a media world. New York: Oxford University Press.

Conway, J.C. & A.M. Rubin 1991. Psychological Predictors of Television Viewing Motivation. Communication Research

4, 443-463.

Dayan, D. & E. Katz 1994. Media Events. Harvard University Press. Second printing.

Eerikäinen, H. 1988. Vaalivideo, televisio ja poliittinen imago. Poliitikka 2, 136-155.

Tommila, P. 1994. Suomen sanomalehdistö 1700-luvulta nykypäivään. Teoksessa K.Nordenstreng & O.A. Wiio (toim.) Joukkoviestintä Suomessa. Porvoo: WSOY. Kolmas, uudistettu laitos.

Fishbein, M., S.E. Middlestadt & J.K. Chung 1985. Predicting Participation and Choice: First-Time Voters in U.S Partisan Elections. Teoksessa S. Kraus & R.M. Perloff (toim.) Mass Media and Political Thought. Beverly Hills: Sage.

Fiske, J. 1987. Television Culture. Cornwall: T J Press.

Garramone, G.M. 1985. Motivation and Political Information Processing: Extending the Gratifications Approach. Teoksessa S. Kraus & R.M. Perloff (toim.) Mass Media and Political Thought. Beverly Hills: Sage.

Graber, D.A. 1989. Mass Media and American Politics. Congressional Quarterly. Third Edition.

Hellweg, S.A., M. Pfau & S.R. Brydon 1992. Televised Presidential Debates. Advocacy in Contemporary America. New York: Greenwood.

Hernstein Jr., J.A. 1985. Voter Thought Processes and Voting Theory. Teoksessa S. Kraus & R.M. Perloff (toim.) Mass Media and Political Thought. Beverly Hills: Sage.

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.

Isotalus, P. 1990. Onko toimittajan televisioesiintymisellä merkitystä? Tiedotustutkimus 13, 39-45.

Isotalus, P. 1994. Ystävyyttä kuvaruudun läpi? Katsaus parasosiaalisen suhteen tutkimuksiin. Tiedotustutkimus 17, 24-32.

Isotalus, P. 1996a. Toimittaja kuvaruudussa. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House and Sisäsuomi Oy.

Isotalus 1996b. Vaalikeskustelu ylittää uutiskynnyksen: Mitä sanomalehdet kirjoittavat television vaaliohjelmista. Poliittika 38:4, 229-239.

Isotalus, P. & M. Valo 1995. Televisioystävyyttä ja radiorakkautta. Parasosiaalinen suhde suomalaisittain. Tiedotustutkimus 18, 64-74.

Jamieson, K.H. 1988. Eloquence in an Electronic Age. The Transformation of Political Speechmaking. New York: Oxford University Press.

Kanerva, J. 1994. "Ryvettymisen hyvä puoli..." Suomalainen politiikka ja poliitikot televisiossa. Jyväskylän yliopisto.

Keeter, S. 1987. The Illusion of Intimacy. Television and the role of candidate personal qualities in voter choice. Public Opinion Quarterly 51, 344-358.

Koenig, F. & G. Lessan 1985. Viewers' Relationship to Television Personalities. Psychological Reports 57, 263-266.

Kraus, S. & R.M. Perloff 1985. Mass Media and Political Thought. Beverly Hills: Sage

Kuutti, H. 1994. Journalistiikan sanasto. Jyväskylä: Gummerus.

Lanzetta, J.T., D.G. Sullivan R.D. Masters & G.J. McHugo 1985. Emotional and Cognitive Responses to Televised Images of Political Leaders. Teoksessa S. Kraus & R.M. Perloff (toim.) Mass Media and Political Thought. Beverly Hills: Sage.

Lau, R.R. & R. Erber 1985. Political Sophistication: An information-Processing Perspective. Teoksessa S. Kraus & R.M. Perloff (toim.) Mass Media and Political Thought. Beverly Hills: Sage.

Mancini, P. 1988. Simulated Interaction: How the Television Journalist Speaks. European Journal of Communication 2, 151-166.

Mikkonen, E. 1996. Valta hikoilee. Ohjelma-analyysi tv-sarjasta Hyvät herrat. Journalistiikan pro gradu-työ. Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos.

Miller, A.H. & K. Asp 1985. Learning About Politics from the Media: A Comparative Study of Sweden and the United States. Teoksessa S. Kraus & R.M. Perloff (toim.) Mass Media and Political Thought. Beverly Hills: Sage.

Moring, T. 1992. Televisio ja vaalit. Kohti uudenlaista sääntelyä? Tiedotustutkimus 2, 51-60.

Moring, T. & H. Himmelstein 1993. Poliittikkaa riisuttuna. Helsinki: Oy Yleisradio Ab ja Hakapaino Oy.

Newcomb, H. 1987. Television. The Critical View. New York: Oxford University press. Fourth edition.

Oksanen, M. 1983. Televisio ja radio valitsijamiesvaaleissa: "Ei mikään sokea silmä". Teoksessa R. Sänkiaho (toim.) Kun kansa valitsi Koiviston. Jyväskylä: Gummerus.

Oksanen, M. 1984. Television vaikutus vuoden 1983 eduskuntavaaleihin. *Politiikka* 26, 145-162.

Patterson, M.L., M.E.Churchill, G.K. Burger & J.L. Powell 1992. Verbal and nonverbal modality effects on impressions of political candidates: analysis from the 1984 presidential debates. *Communication Monographs* 59, 231-242.

Pekonen, K. 1991. Symbolinen modernissa politiikassa. Jyväskylän yliopisto.

Pekonen, K. 1995. Finnish Voters and the Personification of Politics. Teoksessa S. Borg & R. Sänkiaho (toim.) *The Finnish Voter*.

Perse, E.M. 1990. Media Involvement and Local News Effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 17-36.

Perse, E.M. & A.M. Rubin 1990. Chronic Loneliness and Television Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37-53.

Perse, E.M. & R.B. Rubin 1989. Attribution in Social and Parasocial Relationships. *Communication Research* 1, 59-77.

Pesonen, P. 1991. Puolueen ja edustajaehdokkaan painottuminen äänestyspäätöksissä. *Politiikka* 33:2, 98-105.

Pesonen, P. 1995. The Voters' Choice of Candidate. Teoksessa S. Borg & R. Sänkiaho (toim.) *The Finnish Voter*. Tampere: Painomainos.

Pfau, M. 1990. A Channel to Approach to Television Influence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 2, 195-214.

Pfau, M., T. Dietrich, K.M. Larson & K.M. Van Winkle 1993. Relational and Competence Perceptions of Presidential Candidates During Primary Election Campaigns. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 3, 275-292.

Pfau, M. & J.G. Kang 1991. The Impact of Relational Messages on Candidate Influence in Televised Political Debates. *Communication Studies* 2, 114- 128.

Pihanurmi, V. 1996. Televisioyleisö 1988-1995. Teoksessa J. Jääsaari (toim.) Radio- ja televisiotutkimuksen vuosikirja 1996. Hakapaino Oy.

Rubin, A., E. Perse & R. Powell 1985. Loneliness, Parasocial Interaction, and Local Television News Viewing. *Human Communication Research* 12, 155-180.

Rubin, R.B. & M.P. McHugh 1987. Development of Parasocial Interaction Relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 3, 279-292.

Ruonala, K-M. 1995. Presidenttiehdokkaat haastateltavina. Puheviestinnän pro gradu -työ. Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos.

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

Salokangas, R. 1996. Aikansa oloinen. Yleisradion historia 2. osa. WSOY.

Sundberg, J. 1995. Organizational Structure of Parties, Candidate selection and Campaigning. Teoksessa S. Borg & R. Sänkiaho (toim.) *The Finnish Voter*. Tampere: Painomainos.

Sänkiaho, R. (toim.) 1983. Kun kansa valitsi Koiviston. Jyväskylä: Gummerus.

Sänkiaho, R. 1987. Äänestäjien valinnat - politiikkaa vai imagoa? *Politiikka* 3, 186-198.

Swanson, D.L. & P. Mancini (toim.) 1996. *Politics, Media and Modern Democracy*. Westport: Praeger.

Timonen, P. 1983. Ehdokkaiden imagot. Teoksessa R. Sänkiaho (toim.) *Kun kansa valitsi Koiviston*. Jyväskylä: Gummerus.

Turner, J.R. 1993. Interpersonal and Psychological Predictors of Parasocial Interaction with Different Television Performers. *Communication Quaterly* 4, 443-453.

Uimonen, R. & E. Ikävalko 1996. *Mielikuvien maailma*. Jyväskylä: Gummerus.

Uimonen, R. 1994. *Julkisuuspeli*. Juva: WSOY. Toinen painos.

Weaver, D. & D. Drew 1993. Voter Learning in the 1990 Off-Year Election: Did Media Matter? *Journalism Quaterly* 2, 356-368.

Wenner, L.A. 1983. Political News on Television: A Reconsideration of Audience Orientations. *The Western Journal of Speech Communication* 47, 380-395.

White, E.S. 1986. *Interpersonal Boas in Television and Interactive Media*. Teoksessa G.Gumpert & R. Cathcart (toim.) *Inter/Media. Interpersonal communication in a media world*. New York: Oxford University Press.

#### MUUT LÄHTEET:

Aromäki, J. Kaksi Suomea kamppailee. *Helsingin Sanomat* 6.10.1996.

Astikainen, A. Hämmäntävät vaalit. *Helsingin Sanomat* 6.10.1996.

Euroopan ääni 1/1996

Vaalit '96 -liite. Iltasanomat 21.10.1996

Oikeusministeriön tiedote 6/1996



# EUROVAALIN TULOS

<p><b>Sdp</b></p> <p>21.5 prosenttia 4 paikkaa</p> <p>118 573 80 492 65 053 54 110 39 446 32 683 18 372 13 024 12 276 12 006 7 988 7 888 7 716 6 992 2 804 2 768</p> <p>Paasio Pentti Deoner Jörs Myyler Riitta Paasilinna Reino Hurskainen Sinikka Iivari Ulpu Prusti Riitta Pääski Leena Kumpula Miapetra Sankkio Risto Rönkä Mikko Häcklin Iiris Lukkarinen Antti Rahkonen Susanna Vesa Hannu Eskelinen Juhana</p> <p><b>Kesk</b></p> <p>24.4 prosenttia 4 paikkaa</p> <p>157 181 112 254 85 783 53 984 31 175 31 185 28 978 25 453 3 334 3 816 2 764 2 740 2 116 2 084 1 257 1 008</p> <p>Väyrynen Paavo Aantila Sirkka-Liisa Ryyssäne Maria Vierankaski Kyösti Rehn Olli Pohamo Samuli Keskitalo Petri Puska Pekka Julkunen Petri Kava Riina Graeffe Gunnar Väkevä-Harjula Irene Arou Paulina Kärjalainen Kukka-Maarja Salmén Olof Laitala Tuula</p> <p><b>Kok</b></p> <p>20.2 prosenttia 4 paikkaa</p> <p>146 761 76 744 39 515</p> <p>Matikainen-Kallström Marjo Haskivi Raimo</p>	<p>Otila Jyrki Lauria Riina Jouppi Riitta Rusänen Pirjo Tavonon Kyösti Järvenpää Heikki Kaaramäki Ossi Lahesmaa Petri Tutunen Pekka Kunna Tarmo Otila Pirko-Liisa Piepponen Anna Kaarina Katainen Jyrki</p> <p>24 055 21 202 21 055 18 427 18 057 14 200 13 304 12 815 12 654 12 087 10 148 8 018 3 654</p> <p><b>Vas</b></p> <p>10.5 prosenttia 2 paikkaa</p> <p>151 508 19 971 13 330 7 826 7 671 6 427 4 974 3 856 3 670 3 612 3 598 3 069 2 470 1 569 1 476 903</p> <p>Seppänen Esko Ojala Outi Hele Esko Ilvitzky Inoa Lapointe Annika Yttälä Jaakko Peltinen Irma Haring Kari Harjuniemi Taina Sund Ralf Leinonen Tiina Aalto Heikka Söderlund Nina Kaakkuriemi Tapani Rönkä-Nieminen Raija Puuronen Vesa</p> <p><b>Rkp</b></p> <p>5.7 prosenttia 1 paikkaa</p> <p>35 406 24 764 20 741 7 723 7 328 6 126 4 183 3 283 2 576 2 220 2 207 2 158 1 843 1 778 1 630 851</p> <p>Thors Astrid Momen Carl-Olaf (Homi) Norrman Ralf Saljonna Arja Jansson Gunnar Melin Ingvar S Höglund Bo-Sanford Föhr Juna Walfin Stefan von Wessenberg Marina Kirkman Johan Finne-Elonen Laura Lillas Alice Laurén Anders Tornudd Klaus Sjundin-Oksanen Birgitta</p>	<p><b>Vihri</b></p> <p>7.6 prosenttia 1 paikkaa</p> <p>83 336 40 759 9 981 6 846 4 858 4 297 3 724 2 683 2 482 2 337 2 038 1 658 1 598 1 377 1 177 1 168</p> <p>Kaatala Heidi Wuori Matti Andersson Janina Aaltonen Ulla Sauri Pekka Luukkainen Hannele Nikula Paavo Pykäläinen Tuula Maarit Könkkölä Kalle Juntunen Kaija Mannermaa Mika Aho Juhani Lomka Harriet Ripasa Esko Katajämäki Hannu Augustsson Kart</p> <p><b>Ski</b></p> <p>2.8 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>24 008 11 366 5 703 5 080 3 528 3 295 2 451 1 967 1 934 1 636 1 235 951</p> <p>Kankaanniemi Toimi Santavuori Riina Perret Henrik Almgren Esko Laakkonen Pirko Hiltunen Leea Rauhala Leena Kärnäinen Kari Hovi Jouko Tynkkynen Olli Korkeamäki Riku Lindberg Väinö</p> <p><b>Nuors</b></p> <p>3.0 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>42 112 5 825 3 990 2 234 2 040 1 971 1 490 1 396</p> <p>Rönkä Jaakko Tarkka Jukka Hirvölä Sara Helistö Tommy Pöyry Sirka Hen Inka Tusanen Tauno Kaukka Satarin</p>	<p>Resanen Pentti Kasvi Jyrki Lemmattu Minna Kavama Petri Louvo Anna-Kaarina Pusa Olli Rauvo Marjo Ristaku Eeropekka</p> <p>1 300 1 185 1 172 805 699 593 492 378</p> <p><b>Lkp</b></p> <p>0.4 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>1 915 1 532 800 653 428 407 383 367 359 271 242 213 208 202 202 167</p> <p>Käräinen Heikki Sääty-Piepponen Anne Rytilä Pekka Huopalahti Päivi Kivitalo Jukka Papunen Sari Riihijärvi Heikki Majava Ahti Sorva Jukka Pykkänen Ellen Rahajärvi Antti Tatola Kaarina Yrjölä Jouko Suonmaa-Korsu Laura Wärn-Auennen Evvor</p> <p><b>Sep</b></p> <p>0.3 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>1 610 798 773 692 359 265 262 257 254 235 212 210 201 184 163</p> <p>Järvinen Matti Vervo Jouko Sivola Martti Seppänen Eero Vaijola Tarso Näränen Paavo Mäenpää Aatos Hämäläinen Patrik Eriksson Eila Rovva Marjatta Heino Saima Liljamäki-Akiskijä Aulikki Tossavainen Leo Järvinen Kari Römpöni Kalevi</p>	<p>Savolainen Aili Korttisto Marja-Terttu Levonen Ari Vahanto Markku Lapolahti Jorma Korvisto Jouko Nylund Leena Backman Kaisa Laihanen Kauko</p> <p>546 497 492 478 477 376 363 350 345</p> <p><b>Luoni</b></p> <p>0.1 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>482 440 276 234 221 220 214 187 178 159 151 149 142 97 95 57</p> <p>Lahinen Timo Saaristo Tuulikki Skalkki Wojtek Ylinen Jouko Uusitupa Heikki Roponen Pekka Mäenpää Tero Suominen Juhana Maha-Ah-Marrilla Kaja Heikkilä Hannu Nokela Kari Santtila Ilkka Sillander Markus Kaila Kari Tunkelo Juhana Nieminen Erkki</p> <p><b>Ps</b></p> <p>0.7 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>10 360 1 969 1 909 847</p> <p>Vistbacka Raimo Leppänen Urpo Soini Timo Savola Terttu</p> <p><b>Eka</b></p> <p>0.1 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>821 632 341 315 309 209</p> <p>Sirkä Paavo Tuokkola Lauri Laakkonen Auno Kalkonen Toivo Tililä Pauli Lutinen Pauu</p> <p><b>Veu</b></p> <p>2.1 prosenttia 0 paikkaa</p> <p>17 389 7 438 6 210 4 679 3 235 2 075 1 865 1 762 1 563 1 036</p> <p>Aaltonen Sami Klotzer Ulla Siivatti Asser Wälgen Thomas Eronen Tuomo Jussila Anneh Kittilä Urho Lannalampi Risto Osterholm Henrik Toipainen Annikki</p>
---	---	--	--	--

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Viestintätieteiden laitos

Pro Gradu -tutkimus

Marjut Kemiläinen

## SUHTAUTUMINEN EUROPARLAMENTTIVAALIEN EHDOKKAISIIN

Tällä lomakkeella kysyn mielipiteitäsi eurovaaliehdokkaista. Vastaathan kysymyksiin totuudenmukaisesti. Näin autat lopputyöni valmistumisessa. Vastaukset pysyvät vain tutkijan tiedossa.

1. Äänestin europarlamenttiin ehdokasta nimeltä:

---

Arvioi **äänestämäsi eurovaaliehdokasta** seuraavien väittämien mukaan. Ympyröi parhaimmalta tuntuva vaihtoehto. Oikeita ja väärä vastauksia ei ole, joten älä vieroksu ääri vaihtoehtoja!

2. Mistä sait eniten tietoa valitsemastasi ehdokkaasta?

- |                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| 1 Radion vaaliohjelmista   | 2 TV:n vaaliohjelmista   |
| 3 Radion muista ohjelmista | 4 TV:n muista ohjelmista |
| 5 Sanomalehdistä           | 6 Vaalitulaisuudesta     |
| 7 Muusta, mistä: _____     |                          |

3. Ehdokkaani puoluekanta vastaa omaani.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

4. Olen äänestänyt häntä aiemminkin.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

5. Hän edustaa puoluetta, jota päätin äänestää.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

6. Minun on helpompi muodostaa oma mielipiteeni poliittisesta aiheesta, kun ehdokkaani osoittaa, mitä mieltä hän on siitä.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

7. Vertaan mielelläni mielipiteitäni hänen kanssaan.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

8. Hän on mielestäni luonnollinen.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

9. Hän on mielestäni tavallinen ihminen.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

10. Minusta on mukavaa, kun hän esiintyy uutisissa.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

11. Jos hän esiintyisi jossain viihdeohjelmassa, katsoisin tuota ohjelmaa.

eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

12. Minusta ei ole sopivaa, että ehdokkaani esiintyy viihdeohjelmissa.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
13. Kun ehdokkaani esiintyy, hän tuntuu kertovan juuri ne asiat, jotka haluan tietää.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
14. Kommentoin joskus ehdokkaani puheenvuoroja hänen esiintyessään televisiossa tai radiossa.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
15. Luen usein lehdestä artikkelin, joka käsittelee häntä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
16. Haluaisin tavata hänet henkilökohtaisesti.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
17. Pidän häntä vanhana ystävänä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
18. Pidän häntä puoleensavetävänä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
19. Ilahdun toisinaan hänen puolestaan.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
20. Hän on mielestäni fiksu.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
21. Minusta tuntuu, että tunnen hänet hyvin.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
22. Olen osallistunut hänen vaalitulaisuuteensa paikkakunnallani.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
23. Jos hän joskus tulisi paikkakunnalleni, menisin katsomaan häntä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
24. Hän käy mielessäni muulloinkin, kuin nähdessäni hänet tv:ssä/kuullessani häntä radiosta.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
25. Mielestäni hän edustaisi Suomea hyvin europarlamentissa.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
26. Minua harmittaa, kun kuulen huonoja uutisia hänestä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
27. Olen miettinyt, millainen hän on ihmisenä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
28. Mielestäni hän on miellyttävän näköinen.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

29. Hänessä on samanlaisia piirteitä kuin ystäviissäni.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
30. Jos minulla olisi tilaisuus tavata hänet, meillä olisi paljon puhumista.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
31. Minusta tuntuu, että vaalikampanjoinnin aikana olen oppinut tuntemaan häntä yhä paremmin.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
32. Hän on ihmisenä samantyyppinen kuin minä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
33. Minusta on mukavaa, jos saan kuulla tai lukea hänen yksityiselämästään.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
34. Hän on mielestäni hyvä esiintyjä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
35. Toivoisin hänen esiintyvän useammin televisiossa tai radiossa.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
36. Olen pahoillani hänen puolestaan, jos joku kritisoi häntä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
37. Mitä enemmän tiedän hänestä, sitä paremmin ymmärrän hänen käyttäytymistään.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
38. Hän on mielestäni mukava ihminen.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
39. Ajattelen kannattavani häntä vielä vuosienkin päästä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
40. Mielestäni ymmärrän hyvin hänen ajatusmaailmaansa.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
41. Ihailen häntä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
42. Hän on mielestäni poliitikkona ammattitaitoinen.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
43. Voisin kuvitella ystäväystyväni hänen kanssaan, jos siihen olisi mahdollisuus.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
44. Hän ja minä ajattelemme varmaankin useista asioista samalla tavalla.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
45. Pidän hänestä, koska hänellä on ominaisuuksia, joita itselläni ei ole.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

46. Pysin yleensä seuraamaan sitä ohjelmaa, jossa tiedän hänen esiintyvän.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
47. Televisiosta näkee, millainen hän on ihmisenä.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä
48. Olen seurannut hänen uransa vaihteita jo useampien vuosien ajan.  
eri mieltä 1 2 3 4 5 samaa mieltä

Vastaa omin sanoin:

49. Miksi pidät juuri tästä ehdokkaasta?

---



---



---



---

50. Onko suhtautumisesi kyseiseen eurovaaliehdokkaaseen vähitellen muuttunut? Jos on, niin miten?

---



---



---



---



---

Täytähän vielä nämä tiedot itsestäsi:

51. Sukupuoli: nainen 1 mies 2

52. Ikä: \_\_\_\_\_ vuotta

53. Koulutus

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Perus- tai keskikoulu tai vähemmän | 1 |
| Lukio                              | 2 |
| Ammattikoulu                       | 3 |
| Yliopisto tai korkeakoulu          | 4 |
| Muu:                               | 5 |

54. Ammatti: \_\_\_\_\_

55. Minkä verran kuuntelet radiota viikossa?

\_\_\_\_\_ tuntia

56. Minkä verran katselet televisiota viikossa?

\_\_\_\_\_ tuntia

Jos olet halukas osallistumaan mahdolliseen jatkotutkimukseen henkilökohtaisen haastattelun merkeissä, täytähän yhteystietosi, jotta voin palata asiaan tarvittaessa. Henkilöllisyytesi ei tule julki.

Nimi, osoite ja puhelinnumero

---

---

---

**Kiitos vaivannäöstäsi!**

- \* Seuraatko ahkerasti politiikkaa?
- \* Millainen on sinusta hyvä poliitikko?
- \* Millaisten ominaisuuksien luulet olevan tarpeen europarlamentissa?
- \* Missä vaiheessa päätit, ketä äänestät?
- \* Miksi päätit äänestää juuri ehdokasta N.N.? Oliko muita vaihtoehtoja? Mitkä seikat ratkaisivat?
- \* Oliko jokin tietty tv-ohjelma tms., joka vaikutti päätökseesi?
- \* Kuvaile omin sanoin ehdokastasi, millainen hän on? (hyvät & huonot puolet, poliitikkona & ihmisenä)
- \* Millaisia asioita pidät tärkeinä, kun valitset, ketä äänestät?
- \* Miten saat tietoa em. asioista?
- \* Onko persoonallisuus tärkeä? Millaiset ominaisuudet?
- \* Onko miellyttävä ulkonäkö eduksi?
- \* Millaisiin asioihin kiinnität huomiota, kun ehdokkaasi esiintyy tv:ssä?
- \* Mitä mieltä olet siitä, kun ehdokkaasi esiintyy muissakin kuin uutis- tai poliittisissa ohjelmissa?
- \* Esiintyvätkö poliitikot mielestäsi riittävästi tiedotusvälineissä?
- \* Tunnetko saavasi tarpeeksi tietoa äänestämästäsi henkilöstä esim. tiedotusvälineiden kautta? Puuttuuko jotain oleellista tietoa?
- \* Millaiset asiat tekevät ehdokkaastasi pätevän? Ammattitaitoisen?
- \* Miten tärkeänä pidät, että ehdokkaan ajatukset ja asenteet ovat samankaltaisia kuin omasi?
- \* Miten paljon tiedät ehdokkaasi ajamista asioista ja mielipiteistä? Otitko niistä selvää ennen äänestämistä?
- \* Oletko seurannut ehdokkaasi vaiheita pidempään?
- \* Oletko mielestäsi oppinut tuntemaan ehdokkaasi paremmin ajan mittaan? Miten? (Onko edes tärkeä oppia tuntemaan?)
- \* Tuletko joskus ajatelleeksi ehdokastasi muulloinkin kuin hänen juuri esiintyessään? Millaisia asioita?
- \*\*\* Ehdokkaallasi ei ole juurikaan kokemusta politiikasta. Miksi hän on kuitenkin mielestäsi sopiva edustaja europarlamentissa?
- \* Erosiko äänestyspäätöksen tekeminen eurovaaleissa jotenkin muista vaaleista joissa olet äänestänyt (esim. eduskuntavaalit)?

\* Haluaisitko kertoa vielä jotain muuta asiaan liittyvää?

\*\*\* Katsotko yleensä paljon tv:tä? Millaisia ohjelmia?

\*\*\* Onko sinulla ketään mieliesiintyjiä? (Miksi pidät hänestä)

\*\*\* Seuraatko hänen tekemisiään muualtakin kuin tv:stä?