

POLITIIKAN ITSEVALTIAAT

Poliittisen johtajuuden muodot Image -lehdessä 2002–2005

Maarit Koskinen
Pro gradu -tutkielma
Valtio-oppi
Jyväskylän yliopisto
Yhteiskuntatieteiden ja
filosofian laitos
Helmikuu 2007

KOSKINEN, MAARIT: Poliitiikan itsevaltiat. Poliittisen johtajuuden muodot Image -lehdessä 2002–2005.

Pro gradu -tutkielma, 93 s.

Pro gradu -tutkielman ohjaaja: Professori Marja Keränen

Helmikuu 2007

Poliitiikan muuttuminen henkilökeskeisemmäksi on aiheuttanut muutoksen myös poliittisessa johtajuudessa. Poliittinen johtajuus pohjautuu nykyisin yhä enemmän poliitikon imagoon ja persoonallisiin ominaisuuksiin kuin pelkkään asiapolitiikkaan. Median vaikutusta poliittiseen johtajuuteen ei sovi vähätellä. Imagon rakentaminen on osa modernia poliittista johtajuutta. Lisäksi poliitikon karisma vaikuttaa menestystarinan luomiseen. Tässä tutkielmassa pyritään tuottamaan kuvaa poliittisista johtajista ja nostamaan esiin ne ominaisuudet ja kyvyt, joita heiltä vaaditaan, jotta toimiminen poliittisessä elämissä on mahdollista.

Johtajuus on muuttunut viime vuosina suuresti. Puoluejohtajien rooli politiikassa ja mediassa on näkyvä. Poliittiset johtajat joutuvat tarkentamaan imagoaan ja osaamistaan jatkuvasti. Aineistossa esiintyvät poliittiset johtajat edustavat modernia ja perinteistä johtajuuden mallia.

Tutkielman aineistona on käytetty Image -lehdessä vuosina 2002–2005 julkaistua viittä feature-artikkelia suomalaisista poliitikoista. Aineisto sisältää sekä tekstiä että kuvia, joiden kautta poliittisen johtajuuden muotoja pyritään selvittämään. Aikakauslehtenä Image edustaa visuaalisen ja kriittisen journalismin kulttuuria. Aikakauslehtien merkitystä poliittisen kuvan tuottajina ei pidä aliarvioida.

Tutkielman metodeina on hyödynnetty kuva- ja retoriikka-analyysia. Aineistovalinnan ja metodien perusteella tutkielma on liitettävissä osaksi politiikan, kuvan ja viestinnän tutkimusta.

Avainsanat: imago, karismaattisuus, kuva-analyysi, poliittiset johtajat, retoriikka

Esipuhe

Tämä tutkielma on tehty Jyväskylän yliopiston Yhteiskuntatieteen ja filosofian laitokselle keväällä 2007. Tutkielman ohjaajana toimi valtio-opin professori Marja Keränen. Marjalle kuuluu suuri kiitos siitä, että hän jaksoi hienovaraisesti, mutta tehokkaasti luotsata minua eteenpäin tässä ikuisuus-projektissani.

Mielenkiintoisesta aiheesta huolimatta etenin hitaasti kiiruhtaen. Aika aikaansa kutakin, mutta nyt on oikea hetki laittaa piste tälle projektille. Äiti ja Isä ovat olleet luotettavia tukijoita ja opintojen rahoittajia. Kiitos siitä. Erityisavustajani eli atk-alan oppineet ystäväni ansaitsevat myös kiitoksen. Tekniikka oli käsissänne kuin sulaa vahaa.

Kuopiossa 1.2.2007

Sisällys

1 ALUKSI	1
1.1 Aikakauslehdet poliittisen kuvan tuottajina.....	3
1.2 Image lehtenä	4
2 TYÖKALUT TUTKIMUKSEN TEOSSA	7
2.1 Kuva-analyysi	7
2.2 Retoriikka-analyysi	10
2.3 Kuva ja teksti kohtaavat.....	12
3 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN TAUSTA.....	15
3.1 Imago	15
3.2 Karismaattisuus osana imagoa	18
3.3 Imagot ja mielikuvat politiikassa	20
4 MILLAISIA KARAKTÄÄREJÄ IMAGE POLIITIKOISTA TUOTTAAT?.....	24
4.1 Vauhdilla tai pitkäjänteisesti politiikan maailmaan	24
4.2 Ulkoiset ominaisuudet	28
4.3 Poliittisen pelin pelaamisesta	34
4.4 Yksi meistä vain	42
4.5 Median hallitsija vai median hallitsema?	47
5 JOHTAJUUDEN KUVAT	55
5.1 Taistelija Siimes	56
5.2 Kehäkettu Zyskowicz	61
5.3 Työmies Niinistö	66
5.4 Kansan mies Lipponen	70
5.5 Mies varjosta: Heinäluoma	76
6 LOPUKSI	80
LÄHTEET	88

1 ALUKSI

Politiikan kiinnostavuus riippuu pitkälti poliittisten johtajien ominaisuuksista. Pelkääntään aatteellisuudella ei enää herätetä kansalaisten mielenkiintoa politiikkaa kohtaan. Poliitikka kaipaa ja tarvitsee henkilöitä, jotka osaavat ja haluavatkin herättää tunteita. Poliittinen johtajuus on muuttunut voimakkaasti mediariippuvaiseksi. Media ja sen myötä julkisuuspolitiikka ovat pakottaneet poliitikot huomioimaan imagon, esiintymiskyvyn ja asiapolitiikan yhteyden. Poliittinen johtajuus ei ole enää ainoastaan asiakysymysten hallitsemista, vaan siihen liittyy yhä vahvemmin julkisuuden saavuttaminen ja sen hallinta. Julkisuuden hallinta ei onnistu kaikilta ja siihen kykenevät poliitikot herättävät vaihtelevia tunteita ainakin kansalaisten, ehkä myös toisten poliitikkojen keskuudessa. Piha (1999) toteaaakin julkisuuden olevan kaksiteräinen miekka. Jos julkisuus kiinnostaa, kollegat katsovat työn kannalta olennaisten ominaisuuksien olevan puutteellisia. Toisaalta he saattavat kadehtia niitä, jotka kykenevät hallitsemaan julkisuutta itselleen edullisella tavalla. (Piha 1999, 160.)

Poliittisiin johtajiin henkilöityy suuri osa harjoitetusta politiikasta ja he ovat ensisijaisesti esillä puolueista puhuttaessa. Lisäksi he kantavat suuren vastuun julkisuuteen tulevista kommentteista ja lausunnoista. Puolueen kasvot muotoutuvat yleensä johtajien kautta. Heidän merkityksensä nousee huomattavaksi poliittisessa pelissä, kisattaessa äänestäjistä kunta- tai valtiotasolla. Äänestäjät valitsevat mieluummin suuria persoonallisuuksia ja hyvän henkilöimagon kuivan poliittisen keskustelun sijasta, koska tämän koetaan olevan toimivaa demokratiaa (Koenkytö 1998, 204). Suomalainen poliittinen eliitti on varsin pieni, joten johtajiakaan ei ole monia. Viimeisten vuosien aikana vaihtuvuutta on kuitenkin ollut. Vanhoja johtajia on väistynyt vapaaehtoisesti tai pakon edessä.

Poliittisen menestystarinan luominen vaatii tietoista mediapolitiikkaa. Kenestäkään ei kuitenkaan voida tehdä huippupoliitikkoa pelkän imagon avulla, vaan henkilössä on oltava ainesta ja karismaa. Imagonrakennus hyödyttää myös poliitikkoa. Hän saa sen avulla harjoitella julkisia esiintymisiä ja on pakotettu erittelemään hyviä ja huonoja puoliaan. (Uimonen 1992, 58–60.) Poliittisen johtajan on julkisuuden lisäksi hallittava media. Valtakunnan tasolla julkisuuden saavuttaminen edellyttää median avustusta ja sen kiinnostusta kyseistä henkilöä kohtaan. Poliittinen johtajuus ja siihen kasvaminen ovat

riippuvaisia monista seikoista. Menestymisen edellytyksenä on median ja julkisuuden hallitseminen, asiakysymysten osaaminen, esiintymiskyky ja jopa kyky johdatella ulkopuolisia itselleen mieluisaan ja tarpeelliseen suuntaan.

Poliittinen johtajuus on kiinnostava tutkimuksen kohde. Olen perehtynyt aiheeseen jo kandidaatin tutkielmassani ja siitä syttynyt innostus kantoi pro graduun asti. Johtajuus on mielenkiintoinen aihe tutkittavaksi ja se on helposti liitettävissä politiikan tutkimukseen puolueiden kautta. Aineistokseni olen valinnut aikakauslehdistä Imagen, joka vahvasti kuvajournalismiin ja yhteiskunnallisiin asioihin painottuvana ja paneutuvana lehtenä tarjoaa haasteellisen pohjan tutkimukselle. Imagen artikkelit lähestyvät poliitikkoja monelta suunnalta. Niissä ei ole keskitetty vain korostamaan poliitikon hyviä ominaisuuksia. Vahvuuksia ja heikkouksia on käsitelty tasapuolisesti ja myös toisten poliittisten toimijoiden ääniä on nostettu esiin artikkeleissa. Kuvat antavat aineiston artikkeleille syvyyttä ja ne täydentävät poliittisista johtajista esiin nousevien piirteiden analyysia.

Otsikoimalla tutkielmani Poliitiikan itsevaltiat viittaa siihen toimintaan, johon poliittinen johtajuus on liitettävissä. Toki poliittinen toiminta edellyttää yhteistyötä eri tahojen kanssa, mutta nousu poliittiseksi johtajaksi edellyttää itsevaltiasta toimintaa ja käytöstäkin. Lisäksi aineistossa esiintyvät poliittiset johtajat ovat edelleen tai ovat olleet merkittävässä ja vaikutusvaltaisessa asemassa puolueessaan ja niissä toimissa, joihin heidät on nimitetty. On mielestäni oikeutettua ja toisaalta humoristista puhua heistä itsevaltiaina.

Aineistoni sisältää feature-artikkelit Suvi-Anne Siimeksestä (vas.), Ben Zyskowitzista (kok.), Sauli Niinistöstä (kok.), Paavo Lipposesta (sd.) ja Eero Heinäluomasta (sd.). Kyseiset artikkelit sisältävät tekstin lisäksi kuvia ja tarjoavat näin ollen runsaasti tutkittavaa materiaalia. Poliittista johtajuutta ja sen määrittelyä on mahdollista lähestyä erilaisten tutkimusnäkökulmien kautta. Pyrin tutkimaan aineistoani politiikan ja myös viestinnän tutkimuksen keinoin ja metodein. Viestintätutkimuksen avulla voin kartoittaa tarkemmin non-verbaalisten merkkien olemassaoloa aineistossa. Poliitiikan tutkimuksen hienoutena voikin pitää sitä, että se antaa mahdollisuuden hyödyntää useita eri näkökulmia, metodeja ja oppiaineita tutkielmaa ja tutkimusta tehdessä.

Tutkin kuvan ja tekstin vuorovaikutusta Imagen artikkeleissa. Lisäksi tutkin Imagen tuottamaa tulkintaa poliittisista johtajista. Etsin aineistosta yhtäläisyyksiä, jotka muo-

vaavat kuvaa modernista poliittisesta johtajasta ja hänen ominaisuuksistaan. Myös vertailevaa analyysia valittujen johtajien osalta on mahdollista tehdä. Sen lisäksi, että arvioin ja tutkin Siimestä, Zyskoviczia, Niinistöä, Lipposta ja Heinäluomaa poliittisina johtajina, pyrin myös kaivamaan esiin ne piirteet, jotka ovat johtajuudessa yleisesti tarpeellisia ja haluttuja. Tämä tietenkin nostaa esiin aineiston kyvyn kuvata heitä persoonina. Myös näkökulmat, jonka toimittaja ja lehti ottavat käyttöön vaikuttavat annettuun kuvaan. Nämä kaikki seikat huomioon ottaen aineisto tuottaa tulkintaa johtajien poliittisesta kuvasta.

Puolueiden johdossa on 2000-luvun aikana tapahtunut paljon muutoksia ja poliittisen kulttuurin muutos on nostanut esiin uudenlaisia poliitikkotyyppisiä. Poliittiselta johtajalta vaaditaan halua ja uskallusta heittäytyä politiikan ulkopuolelle. Artikkelit tuovat esiin poliittisten johtajien eroavaisuuksia, mutta samalla ne luovat yhteneväistä kuvaa siitä, millainen on moderni poliittinen johtaja. Yhteneväiset piirteet, joista poliittinen johtaja on tunnistettavissa, ovat liitettävissä osaksi perinteistä poliitikko-kuvaa. Monet johtajalta vaadituista ominaisuuksista ovat traditionaalisia, mutta näiden ominaisuuksien rinnalle on noussut esiin modernin, visuaalisen ajan poliitikko. Artikkelien luomat erot poliittisten johtajien kuvasta johtuvat pitkälti poliittisen kentän ja kulttuurin murrostilasta. Poliittinen johtajuus ei ole modernissa muodossaan saavuttanut täydellistä hyväksyntää. Toisaalta johtotehtävissä on yhä perinteisempiä arvoja ja ominaisuuksia hyveinä pitäviä poliitikkoja, jotka pitävät kiinni omista periaatteistaan ja tavoistaan.

1.1 Aikakauslehdet poliittisen kuvan tuottajina

Aikakauslehtitarjonta on nykyään monitasoista ja kirjavaa. On olemassa useita viihde- ja juorulehtiä sekä ammattilehtiä, mutta niiden lisäksi on muodostunut myös toisenlainen lehtikulttuuri. Nämä lehdet tuottavat tietoa yhteiskunnasta ja ihmisistä erilaista näkökulmaa tavoitellen ja edustaen. Lehdet pyrkivät herättämään ajatuksia ja haluavat saada ihmiset ajattelemaan. Pelkästään viihdyttäminen ja huvittaminen ei riitä. Tekstin lisäksi kuvilla ja asetteluilla on näissä lehdissä suuri merkitys. Uudentyyppiset lehdet tavoittelevat lukijakuntaa niistä ihmisistä, jotka haluavat lukea muustakin kuin julkisuuden henkilöiden parisuhdeongelmista.

Aikakauslehdet voivat tuottaa poliittista kuvaa monin tavoin. Poliitikot esiintyvät usein naistenlehtien ja yleisaikakauslehtien palstoilla joko haastatteluartikkeleissa tai juorupalstojen täyteenä. Tämänkaltaisissa lehdissä haastattelut saattavat tuottaa tietoa politiikan työstä ja arjesta, mutta lähinnä niissä keskitytään luomaan kuvaa politiikosta politiikan ulkopuolella. Artikkelit keskittyvät asumiseen, pukeutumiseen ja perheeseen, unohtaen haastavamman tulkinnan ihmisestä. Toisaalta tämä on varsin ymmärrettävää, ovathan naistenlehdet tarkoitettu kevyeksi viihdykkeeksi, eikä niiden tavoitteena ole tuottaa kriittistä analyysia. Viihdyttäminen on näiden lehtien ensisijainen päämäärä. Huolimatta siitä, että naistenlehdet keskittyvät kevyempään tulkintaan, antavat ne taustaa kriittisten ja asiapitoisempien lehtien artikkeleille. Naisten- ja ns. juorulehdet muovaavat ensisijaisesti sen kuvan, joka ihmisillä on poliitikoista. Luultavasti äänestyskäyttäytymiseen vaikuttavat enemmän ne mielikuvat, joita naistenlehdet ovat tuottaneet kuin ne, jotka on hankittu Imagea tai Suomen Kuvalehteä lukemalla. Näiden erikoistuneempien lehtien levikki on huomattavasti pienempi, minkä vuoksi niiden ei voidakaan olettaa tavoittavan samankaltaista kohdeyleisöä. Erikoistuneet lehdet on myös selvästi tarkemmin suunnattu koulutetuimmille ja ehkä kriittisimmille lukijoille.

1.2 Image lehtenä

Image on ilmestynyt jo kahden vuosikymmenen ajan. Se ilmestyy yhdeksän kertaa vuodessa, painos on 31000 kappaletta ja lehden lukijamäärä on 105000. (<http://www.image.fi/node/5>.) Internet sivuilla lehteä esitellään seuraavasti: Image on kahdenkymmenen vuoden ajan ollut kuva ajasta ja tapahtumista. Se on ajankohtainen, terävä, tyylikäs ja pureva. Lehden aihepiiri on myös erittäin laaja. Juttujen aihepiiri muodostuu niin pop-musiikista, kirjallisuudesta, muodista kuin politiikasta. (http://www.klub.fi/imag_lehdet.htm.) Image on moderni yleisaikakauslehti. Lehdessä käsitellään ilmestymisajankohdan kiinnostavimpia ilmiöitä ja puheenaiheita, usein ennen muita ja aina tuoreesta näkökulmasta. (<http://www.image.fi/node/5>.)

Imagea voidaan pitää uranuurtajana visuaalisen aikakauslehtikulttuurin osalta. Lehden kuvat edustavat journalismia, jossa kuvat saavat tekstin elämään antaen sille kasvot. Kuvat ovat tarkkaan harkittuja ja suunniteltuja. Kuten on arvattavissa, vuosien saatossa ja tekniikan kehittyessä myös kuvien laatu lehdessä on parantunut ja kehittynyt. Lehti

on kuuluisa juuri näistä kuvien avulla tehostetuista artikkeleista. Image syventää tarkkaan hiotun tekstin visuaalisilla kuvilla (http://www.klub.fi/imag_lehdet.htm). Image on nähtävissä lehtenä, joka tarjoaa lukijoilleen elämyksiä ja tietoa asioista, joita tavallisista viikkolehdistä ei saa lukea. Aihevalinnat vaikuttavat olevan ja ovatkin tarkkaan harkittuja ja niiden avulla pyritään lähes poikkeuksetta tuottamaan uudenlaista näkökulmaa, eikä vain toisteta vanhoja, kuluneita katsontakantoja. ”Kun muut keventävät, Image syventää”, kuvaa lehden toimintaperiaatetta ja ajattelutapaa (Partanen 2004b, 1).

Lehdelle ei ole määritelty varsinaista kohderyhmää. ”Lukijatutkimusten perusteella lukijoissamme on sekä opiskelijoita että vuosikausia lehteämme lukeneita neliviisikymppisiä miehiä. Naisia on hieman enemmän kuin miehiä, mutta toisaalta naiset lukevat kaikkia lehtiä enemmän miehet.” Lehden sisällöstä on kuitenkin määriteltävissä oletuslukijan profiili. Kulttuuri – musiikki, kirjallisuus, elokuvat, teatteri ja kuvataiteet – ja yhteiskunnalliset asiat kiinnostavat lukijakuntaa keskivertokansalaista enemmän. (Partanen 2004b, 1.) Image ei näin ollen ole koko kansan viihdelehti, vaan se haluaa selkeästi profiloitua aikakauslehdiksi, jossa on asennetta ja otetta yhteiskuntaan. Lehti edustaa kriittistä otetta ja se odottaa sitä samaa lukijaltaan.

Image haluaa herättää keskustelua ja kysymyksiä sekä tuottaa uusia näkökulmia yhteiskunnallisesti ajankohtaisiin aiheisiin ja ihmisiin. Useat tarjolla olevat lehdet tuottavat vain tiedon annettuna siihen sen enempää syventymättä, mutta Imagen tavoite on toimia keskustelun avaajana esittelemällä uusia ihmisiä ja ilmiöitä. (Partanen 2004b, 1.) Image pyrkii siis saamaan ihmiset ajattelemaan. Erikoistuneilla aikakauslehdillä on omat erityispiirteensä, jotka erottavat ne lehtimassasta. Partanen (2004b) toteaa Imagen olevan terävä ja tyylikäs lehti, jopa ärsyttävä, mutta sen ansiosta se erottuu mediatulvasta. Imageelle on ominaista pitkät feature-artikkelit. Tämänkaltaiset artikkelit vaativat paljon taustatyötä ja niiden kirjoittamiseen kiinnitetään paljon huomiota. Artikkelit eivät pääse lehteen ilman, että niitä on editoitu paljon (ibid.). Aineistoni edustaa juuri tämänkaltaista feature-artikkelien tyyliä. Artikkelit ovat pitkiä ja niitä on täydennetty tasokkailla kuvilla, jotka luovat tekstille syvyyttä. On siis perusteltua käyttää tämänkaltaisia artikkeleita aineistona. Ne tuottavat uudentyyppistä kuvaa poliitikoista ja antavat tilaa myös heidän luonteensa kuvaamiselle ja esiintuomiselle. Juuri feature-artikkelien avulla on mahdollista hahmottaa ja muodostaa kuvaa siitä, mitä moderni poliittinen johtajuus on ja millä tavoin tämän päivän poliitikot edustavat sitä.

Lehteen valitaan haastateltaviksi ajankohtaisia, yhteiskunnallisesti merkittäviä ja kiinnostavia ihmisiä (Partanen 2004b, 1). Tämäkin tukee lehden luomaa linjaa asiallisesta ja kriittisesti tiedon tuottajasta. Siimeksestä kertova artikkeli on tehty vuoden 2003 eduskuntavaalien jälkeen, jolloin hänen poliittinen asemansa muuttui. Zyskowiczin artikkeli on taas tehty maaliskuussa 2004, kun kokoomuksessa vallitsi epäjärjestys puoluejohdossa ja koko puolueessa. Niinistön haastattelu on tehty hänen puheenjohtajakautensa lopulla, ennen kevättä, jolloin hän oli jättämässä politiikan. Lipponen tuotiin esille Imagessa hänen puhemieskautensa alkutaipaleella. Heinäluomaan Imagessa tutustuttiin sommiteltaessa SDP:n puheenjohtajakilvan kuvioita. Kaikki haastateltavat ovat poliittisen asemansa lisäksi mielenkiintoisia persoonia, jotka tyylillään ja esiintymisellään herättävät huomiota ja keskustelua myös eduskunnan ulkopuolella.

2 TYÖKALUT TUTKIMUKSEN TEOSSA

Lähestyn Imagen artikkeleita kuva-analyysin ja retoriikka-analyysin avulla. Molemmat valitsemistani metodeista ovat liitettävissä viestinnän tutkimiseen. Kuvat luovat omanlaistaan todellisuutta ja tekstien avulla voidaan täydentää kuvien välittämiä viestejä. Koska median vaikutusta politiikkaan ei voida kieltää, on mielestäni olennaista pyrkiä analyysiin siitä, mistä median tuottama tieto muodostuu: kuvista, tekstistä ja äänestä.

2.1 Kuva-analyysi

1900-luvun kulttuurintutkimuksen vaikutusvaltaisimmalla poikkitieteellisellä teoriasuuntauksella, semiotiikalla, on kaksi perinnettä. Hieman tunnetumpi pohjaa de Saussuren strukturalistiseen merkkiteoriaan. Teorian mukaan merkki, esimerkiksi sana, koostuu kahdesta osapuolesta, ilmaisusta (kirjoitettu kuvio paperilla) ja tarkoitteesta (käsite, johon viitataan). Näiden kahden suhde on de Saussuren mukaan usein täysin ”mielivaltainen”. Toinen semioottinen traditio perustuu Peircen filosofiaan. Peircen teoria ikonisista, indeksisistä ja symbolisista merkeistä soveltuu hyvin kuvallisen ilmaisun tarkasteluun. de Saussuren strukturalismi on taas ensisijaisesti kielitieteellistä. (Hietala 1993, 31–32.)

Kuvien ja kielen tarkasteluun on etsitty jonkinlaista kehikko ja metakieltä useiden tutkijoiden toimesta. Monien mielestä välineet sekä kuvan että kielen analyysiin löytyvät semiotiikasta. Semiotiikka on muun muassa määriteltävissä yleiseksi merkkejä käsitteleväksi teoriaksi, merkkijärjestelmien tutkimukseksi tai näkökulmaksi inhimillisen kulttuurin ilmiöihin. Tärkeää on käsittää merkityksenannon yhteisöllisyys. Merkkijärjestelmiä ei ole mielekästä irrottaa historiallisesta ja sosiaalisesta merkityksenantoprosessista. (Heikkilä 2006, 23.)

Kuva mielletään usein suhteellisen uudeksi viestintävälineeksi. Itse asiassa kuvaa voidaan kuitenkin pitää kaikkein vanhimpana informaation tallennus- ja välityskeinoista. Kuvan olemassaoloa pidetään nykyään itsestään selvänä, onhan se yleinen katseen vangitsija uutisissa. Saamme valtaosan päivittäisestä informaatiosta silmien kautta. Visuaaliset ärsykkeet tulvivat silmiimme päivisin, ja öisin ne korvautuvat unilla. Mimeettinen

eli esittävä kuva tehoaa meihin, koska se jäljittelee normaalia näköhavaintoa. Kuva ei kuitenkaan tarjoa valmiita vastauksia, vaan se antaa vihjeitä, joiden varaan katsoja rakentaa todenmukaisen näköhavainnon. Näköä pidetään aisteista luotettavimpana. Ihmisellä on tapana samaistaa näkeminen ja totuus (vrt. sananlasku ”ihminen ei usko, ennen kuin näkee”). Muiden aistien viestit tarvitsevat näkemistä täydentäjäkseen. On siis ilmeistä, että valokuvan tai elokuvan esitystavan todenkaltaisuus tai otaksuttu totuudellisuus on kuvan lumon tärkein perusta. (Hietala 1993, 9–12.)

Visuaalinen lukutaito liittyy havainnoinnin kehittymiseen. Ihmiset oppivat visuaalisen lukutaidon osittain luonnostaan eli nonverbaalien viestien merkityksiä ei tarvitse opetella, kuten kirjoitetun tekstin. Kehittyessään visuaalinen lukutaito auttaa ihmistä tulkitsemaan kulttuurisia symboleita ja ymmärtämään niiden merkityksiä uudella tavoin. Visuaalinen lukutaito edellyttää ehdottomasti visuaalisen maailman merkitysten pohdintaa ja kriittistä arviointia. (Seppänen 2002, 141–142.)

Kuva toimii tiedon, ajallisen jatkumon ja merkityksien tuottajana sekä esittäjänä. Hietalan (1993) mukaan kuva vetoaa tunteisiimme selvemmin ja välittömämmin kuin sanallinen viestintä. Kuvat toimivat myös käsitteellisten viestien, informaation ja merkityksien välittäjinä samalla tavoin kuin sanatkin. Kuvallisen viestinnän heikkous tulee kuitenkin esiin puhuttaessa sanoman sisällöstä ja siitä mikä on ensisijaista viestiä ja mikä taas on toissijaista eli koristetta. Kuva ei myöskään voi esittää abstrakteja yleiskäsitteitä (vapaus, rakkaus). Se voi ainoastaan tuottaa mielikuvan noista tunteista. Näin ollen kuvaa täydentävä teksti tukee kuvan tuottamaa sanatonta viestintää. Kuvan piirteitä ja yksityiskohtia ei voida ilmaista täysin verbaalisella tekstillä. Yksittäiselle tekstille ei myöskään voida löytää informaatioisisällöltään vastaavaa kuvallista vastinetta. (Hietala 1993, 67–68.) Faircloughin (1997) mukaan semioottinen analyysi tähdentää tekstistä löytyviä luokitteluja. Semioottiset koodit jäsentävät kielellistä ja visuaalista ilmaisua. (Fairclough 1997, 38.) Sen lisäksi, että kuvat tuottavat tietoa, on niiden ohessa olevalla tekstillä näin ollen merkitystä. Kuvat tuottavat tiedon tapahtumista, ennen kuin tekstissä siitä kerrotaan (ibid., 16).

Kuva voi tuottaa montaa erilaista tietoa. Siihen voidaan mahduttaa vahingossa tai tarkoituksella yksityiskohtia, jotka sitten herättävät katsojassa ajatuksia tai kääntävät kuvan merkityksen toisenlaiseksi. Erilliset osatekijät tuovat kuviin sitä eloa, joka pistää

katsojan silmään ja saa kuvan ja aiheen elämään (Barthes 1985, 32–33). Valokuvan merkitykset on opittava tunnistamaan. Tällöin kuvan ja sen tulkitsijan välille syntyy suhde, koodi, jonka avulla asiat liitetään toisiinsa. Kuvan merkitystä voidaan myös tulkita monin tavoin. Denotaatiolla tarkoitetaan kuvan ilmimerkitystä. Kuvasta nähdään vain se, mitä se lingvistiksi ajateltuna esittää (punainen ruusu). Tähän on kuitenkin liitettävissä toinen sanoma, jonka kuva tuottaa. Näin samasta kuvasta voidaan erottaa lisäksi rakkauden symboli. Tällöin puhutaan konnotaatiosta eli sivumerkityksestä, kulttuurillisesta merkityksestä, jonka kuva saa. Valokuvalla on tyypillistä, että sitä usein pidetään objektiivisena esityksenä todellisuudesta. Näin valokuvaan liittyvää konnotaatiota voidaan käyttää hyväksi, jos halutaan rakentaa uskottavilta näyttäviä mutta pohjimmiltaan kuvitteellisia kertomuksia. (Seppänen 2005, 116–117.)

Denotaatio-konnotaatio käsiteparia vastaavat Peirce'n kuvalliset merkit ikoni, indeksi ja symboli. Peirce erotti merkkiluokat toisistaan, koska niillä on erilainen suhde todellisuuteen eli kuvan kohteeseen. Kuvan ikonisuudella tarkoitetaan sitä, että kuvassa on jotakin, joka luo yhtäläisyyden katsojan mielessä. Ikoni on merkki, joka representoi kohdettaan yhdennäköisyyden perusteella (Hietala 1993, 33). Indeksinen merkki on kuvan tekninen yhteys kuvauskohteena olevaan todellisuuteen sekä kuvan käsitteellinen yhteys todellisuuteen, josta kuva yrittää kertoa. Indeksini merkki, joka perustuu yleisesti tunnettuun merkin ja kohteen väliseen syy- tai jatkuvuussuhteeseen (ibid.). Symbolia voidaan pitää vakiintuneen ajattelun kiteytymänä. Symboli on kuitenkin nähtävissä sopimuksenvaraisena merkinä (ibid.). Kuvan symbolisuus voi perustua vakiintuneeseen kuvakieleen. Kuvaan luetaan tällöin vakiintuneiden merkkien perusteella, jotka perustuvat laajasti tiedossa oleviin ilmaisukeinoihin. Symbolisinta kuvakulttuuria ovat mitalitaide ja heraldiikka.

Kuvallista representaatiota voidaan tulkita kahdella tapaa. Sitä voidaan pitää todellisuuden heijastumana, jolloin on pohdinnan alla, vastaako kuva todellisuutta. Toinen tapa on katsoa kuvan rakentavan todellisuutta, jolloin pohditaan, millaisen todellisuuden kuva rakentaa ja miten. (Seppänen 2005, 78.) Tutkielmassani pyrin katsomaan kuvaa pohtien samalla sitä, millaista todellisuutta se luo ja rakentaa. Artikkelien kuvat luovat erilaisen ympäristön tekstille, riippuen siitä, onko kuva lavastettu vai todellisessa tilanteessa otettu. Journalistisen kuvan merkitykset syntyvät otsikon, ingressin ja kuvatekstin yhteisvaikutuksesta (Seppänen 2005, 79).

Poliittinen kuvatutkimus on liitettävissä imagologiaan. Imagologia viittaa ideologian ”toiseen muotoon”, vaikkakaan imagologiaa ei tule samaistaa ajatukseen ”väärästä tunnasta”. Kyseessä on ennemminkin sellaisten symbolisten representaatioiden systeemi, jossa tilannetta tulkitaan tietyn luokan tai sosiaalisen kerrostuman sisältä käsin. Kuvatutkimuksen ei tarvitse olla tutkimusta ja tiedettä pelkästään kuvista. Kuva ja teksti tuottavat yhdessä laajemman ja paikoin yhdistymättömän näkökulman todellisuuteen. (Lindroos 2004, 121, 138.)

2.2 Retoriikka-analyysi

Retoriikka on suostuttelemisen ja vakuuttamisen taitoa, mutta se voidaan käsittää myös argumentaation ja perustelemisen taidoksi. Retoriikka on siis tietystä mielessä pyrkimystä tuottaa sosiaalista todellisuutta. Nykymielessä retoriikkaa on mahdollista ajatella puhuttelun taitona minkä tahansa esittämisen keinoin. (Karvonen 1999, 259.)

Aristoteleella (1997) retoriikka keskittyy vakuuttamisen taitoon, jota hän pitää yhdenlaisena todistamisen muotona. Aristoteles puhuu toden ja todelta näyttävän tavoittamisesta. Hän ei erota retoriikkaa dialektiikasta vaan retoriikan tehtävä ”...ei ole saada vakuuttamaan vaan havaitsemaan, mikä kunkin asian yhteydessä on vakuuttavaa...”. Retoriikka on kyky havaita kunkin asian yhteydessä vakuuttava. Retoriikan avulla kykenee havaitsemaan asioista sen, mikä niiden yhteydessä on vakuuttavaa. Aristoteles toteaa kuitenkin, että retoriikan taito ei kohdistu mihinkään rajoitettuun erityisalaan. (Aristoteles 1997, 9–11.)

Aristoteleen (1997) mukaan kaikki vakuuttuvat joko siksi, että puhe vaikuttaa sitä arvioivien tunteisiin tai koska he olettavat puhujalla olevan tiettyjä ominaisuuksia tai koska väitteet on osoitettu oikeiksi (ibid., 117). Vakuuttamisen keinot jakautuvat näin kolmeen osaan. Tunnereaktioiden herättämiseen ja puhujan ominaisuuksien todisteluun sekä näiden lisäksi itse asioiden läpi käymiseen väitteiden nojalla. Aristoteles (1997) kehottaa asettamaan asian silmien eteen ja tekemään sen havainnolliseksi, koska se pitäisi nähdä mieluummin tapahtumassa olevana kuin tulevana. Tulisi siis tähdätä metaforaan, vastakkainasetteluun ja toimivuuteen. (Aristoteles 1997, 133–134.)

Summan (1996) mukaan Burken uuden retoriikan osalta ihminen ymmärtää ja ilmaisee asioita neljän perustroopin avulla. Nämä ovat metafora, metonymia, synekdokee ja ironia. Metaforalla tarkoitetaan tietyn asian ymmärtämistä jonkin toisen asian kautta. Kyse on siis havainnosta, millainen jokin asia on. Metonymiassa abstrakti asia ilmaistaan konkreettisen tai materiaalisen kautta. Kolmas perustrooppi synekdokee on ilmaisu, jossa toisiinsa liittyvien ilmiöiden jokin piirre edustaa koko ilmiötä. Ironia on edellä mainitun edustavuuden kieltämistä kyseenalaistamalla se, tuomalla kuvaan täysin vastakkaisen näkökulman mahdollisuus. (Summa 1996, 54–55.) Metafora, metonymia ja ironia ovat tehtävissä kuvallisesti tai kuvaa apuna käyttäen. Televisiouutisessa voidaan sanallisesti esillä olevaa asiaa luonnehtia kuvassa esillä olevan avulla. Näin kuvassa esillä olevasta tulee sanallisen metafora. Peircellä symboli on esimerkki metonymiasta. Kruunu on tunnistettavissa hallitsijan symboliksi.

Summa (1996) esittää Burkella identifikaation eli samaistumisen olevan retoriikan perusprosessi. Identifikaation avulla puhuja tai kirjailija pyrkii vakuuttamaan yleisönsä. Sosiaalisen järjestyksen syntyminen ja ylläpitäminen tapahtuu identifikaation avulla. (ibid., 56–57.) Kuvat pyrkivät vetoamaan katsojaan ja tavoittelevat katsojan samaistumista kuvauskohteeseen. Kuvat ovat näin osa retorista prosessia, jossa visuaalisin keinoin luodaan katsojalle havainto tai oletus esitetystä asiasta. Summan (1996) mukaan Burke havainnollistaa retoriikka käsitteen alaa identifikaation käsitteen avulla. Retoriikkaa on kaikessa, missä identifioituminen ja sen vastinpari, erottautuminen, esiintyvät rinta rinnan. Puhdas samaistuminen ei tarvitse retoriikkaa, kuten puhdas erottautuminen ei tarjoa edellytyksiä retoriikalle. (Summa 1996, 57.)

Läheskään aina retorinen teho ei perustu vakuuttavuuteen tai taidokkaaseen argumentointiin. Sellaiset argumentoinnin näkökulmasta toisarvoiset tekijät kuin toisto, jatkuva tietyn viestin vahvistaminen tai viestintävälineiden tekninen tehokkuus merkitsevät usein enemmän kuin varsinaiset retoriset taidot. (Summa 1996, 59.)

Visuaalisen retoriikan tutkimus on uutta, minkä vuoksi siitä ei ole vielä standardoitua tapaa puhua. Kun keskitytään siihen, kuinka verbaalisuus kehystää visuaalisen poliittisesti relevantilla tavalla, lähestymistapa on retorinen. Vaikka visuaalisen retoriikan tutkimus on vielä lapsen kengissä, on joitakin yleisiä periaatteita pystytty määrittämään.

Massamedia muuttaa ihmisten mentaalisia tottumuksia. Poliittiset kampanjat vaativat paljon rahaa onnistuakseen, koska äänestäjien mieliin on mahdotonta vaikuttaa ilman suurta kampanjaa. Massamedialla on myös vahva auktoriteetti ihmisten mieliin. Katsoja kommentoi mieluummin asioita mediasta saamiensa tietojen mukaan kuin omien päätelmiensä kautta. Media ei myöskään toimi varsinaisena tiedon välittäjänä, vaan se esittää helposti tiedon totuutena. Media tuottaa moniulotteisia tekstejä: kuvien voimaa ei voi kieltää, mutta niihin vaikuttavat myös muut tekijät kuten teksti ja ääni. On siis varmaa, että media asettaa uusia vaatimuksia retoriikalle. On pystyttävä löytämään uusia kuvailemisen keinoja ja uusi kieli arvostelulle. Visuaaliset kohteet eivät odota arvostelijoita paikoillaan ollen. (Hart 1997, 180–185.) Media – tietenkin ensisijaisesti tv – on vallannut tilaa poliittisesta keskustelusta. Uimonen (1992) lainaa visuaalisen retoriikan asiantuntijaa Kathleen Hall Jamiesonia, joka on todennut tv:n muuttaneen julkista keskustelutapaa dramaattisesti. Puhetaito on lisääntyvässä määrin visuaalista, ei verbaalista. (Uimonen 1992, 196.)

2.3 Kuva ja teksti kohtaavat

Lehtitekstien tutkimuksessa on viime vuosikymmenten aikana elänyt rinnakkain ja liittämättäin joukko lähekkäisiä tutkimus- ja lähestymistapoja. Ne on mahdollista koota kriittisen diskurssianalyysin käsitteen alle. Kyseisessä nimityksessä kiteytyy tutkimuskiinnostus valtasuhteiden, ideologian ja kielenkäytön eri ulottuvuuksiin, tekstien vastaanottamiseen ja tuottamiseen sekä niiden sosiokulttuurisiin piirteisiin. Kriittisen diskurssianalyysin lisäksi on mahdollista käyttää termejä kriittinen lingvistiikka ja kriittinen tekstianalyysi. Termit heijastavat erilaisia painotuksia, mutta asettuvat historialliseen jatkumoon sujuvasti. (Heikkilä 2006, 29.)

Kuva ja teksti kohtaavat arjessa monissa paikoin, muuallakin kuin sanomalehden sivuilla. Nykyään multisemioottisuus on jo viestintäkäytäntöjen keskiössä ja tekee matkaa myös tutkimuskiinnostuksen keskiöön. Kieltä ja nimenomaan kirjoitettua kieltä on perinteisesti pidetty tiedon pääasiallisena välittäjänä, jota on voitu täydentää kuvin. Nykyisin näiden kahden esitysmuodon suhde näyttäytyy toisenlaisessa valossa. Kärjistäen on mahdollista sanoa, että kirjoitus mielletäänkin kuvan apulaiseksi tai lisukkeeksi. Informaatioyhteiskuntamme on nähtävissä kuvallisen viestinnän yhteiskuntana, jossa ku-

vat eriytyvät yhä useampiin genreihin ja entistä kapeampiin tehtäviin. Jotta selviytyisimme multisemioottisten mediatuotteiden tulvassa, tarvitsemme verbaalisen lukutaidon lisäksi myös visuaalista lukutaitoa ja mediakielitaitoa. Medioita on osattava käyttää järkevästi omassa elämässä, on ymmärrettävä medioiden kieltä ja tulkittava mediasisällöjä kriittisesti. (Heikkilä 2006, 268–269.)

Poliittinen areena vaatii koko ajan lisää visuaalisuutta. Poliittisen vallan vakuuttelu nojaa selvästi ei-sanallisiin vihjauksiin ja näyttämällä luotuihin merkityksiin (Koski 2005, 370). Kielellisen ja visuaalisen ilmaisun takana ovat yhteiset ilmaisutarpeet. Teksti ja kuva ilmaisevat samoja perustavanlaatuisia ja kauaskantoisia merkitysjärjestelmiä, joiden pohjalla kulttuurimme rakentuu. Ilmaisua tapahtuu kuitenkin eri keinoin ja toisistaan riippumatta. (Kress & van Leeuwen 1996, 17.) Kielen ja kuvien avulla kuvataan olemassa olevaa todellisuutta ja ilmaistaan vanhoja merkityksiä. Lisäksi kieli ja kuvat vaikuttavat koko ajan uusia merkityksiä ja uutta sosiaalista todellisuutta. (Heikkilä 2006, 30.)

Heikkilä (2006) lainaa Barthesia, jonka mukaan kaikki kuvat sisältävät muotojensa alla piilevänä merkitysten ”kelluvan ketjun”, josta tulkitsija voi valita jotakin ja jättää osan huomiotta. Tekstillä on kaksi tehtävää suhteessa kuvaan: kytkeä ja ankkurointi. Kytkeä Barthes on tarkoittanut tekstin ohjaavan tulkitsijan kuvan merkitysten halki. Usein tulkitsija ohjautuu tekstin välityksellä etukäteen valittua merkitystä kohti. Kytkeätapauksissa kielellä on valaiseva tehtävä, mutta tämän valaisemisen katsotaan olevan valikoivaa. Kyse on metakielestä, jota ei käytetä koko ikoniseen sanomaan, vaan vain joihinkin sen merkkeihin. Kytkeä on kontrollia eli teksti on tekijän tarkistusoikeus kuvaan. Suhteessa kuvan merkitysten vapauteen tekstillä on repressiivinen eli tukahduttava arvo. Teksti ei voi toistaa identtisesti kuvan kertomaa, koska kuvan ja kielen ilmaisukyky eroavat toisistaan. Ankkuroivan tekstin tehtävä vaihtelee riippuen siitä, tarkastellaanko kuvan denotatiivista (ydinmerkitys) vai konnotatiivista (kulttuurisidonnaisuus) sivumerkitystä. Denotaatiotasolla teksti ohjaa kuvan tunnistamista identifioimalla kuvan elementit ja näkymän. Konnotaatiotasolla teksti ohjaa kuvan tulkintaa esittämällä liian yksilölliset ja kuvan lähettäjän näkökulmasta virheelliset tulkinnat. (Heikkilä 2006, 70–71.)

Teksti, joka julkaistaan lehtikuvan yhteydessä ohjaa kuvan tulkintaa konnotoimalla sitä ja soluttamalla siihen merkityksiä. Konnotaatiot ovat käytännössä jo valmiiksi läsnä kuvassa, teksti vain poimii ne esiin ja vahvistaa niitä. Toisaalta on myös esitettävissä, että kuva voi ankkuroida tekstin merkityksen. Mikäli teksti luo tilanteesta laimeamman merkityksen, saattaa kuva itsessään tuottaa siihen uutta painoarvoa. (Heikkilä 2006, 72.) Samalla tavoin kuin teksti, voi kuva voi ohjata katsojan haluttuun suuntaan tai päätelmään. Kuvan tai tekstin ohjausvoimaa on hankala arvioida yleistäen. Vähäinen teksti jättää kuvalla enemmän vaikutusvaltaa ja lisää sen kykyä mielipiteen ja arvion muodostamisessa. Toisaalta pieni, epämääräinen ja suunnittelematon kuva pakottaa tulkitsijan luottamaan ensisijaisesti tekstin oikeellisuuteen ja voimaan.

3 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN TAUSTA

3.1 Imago

Medialla on suuri vaikutus poliitikon julkisuuskuvan rakentamisessa. Poliittisen menestystarinan syntyminen on tuskin mahdollista ilman tietoista mediapolitiikkaa. On kuitenkin huomattava, ettei kenestäkään voi tehdä huippupoliitikkoa ilman, että hänessä itsessään ei ole ainesta ja karismaa. (Uimonen 1992, 58.) Poliitikon persoona tulee näin ollen esiin jo imagonrakennusvaiheessa. Massojen vietteleminen onnistuu aluksi pelkän ulkonäönkin avulla, mutta persoonallisuus tukee ulkonäön avulla luotua ensivaikutelmaa. Kosken (1994) mukaan imagopolitiikkaa ei voida pitää enää uutena ilmiönä, sillä Machiavelli oli hyvin tietoinen imagopolitiikasta. Jo 1500-luvulla imagopolitiikka oli osa valtiotaitoa. (Koski 1994, 27.) Imagopolitiikan merkitys on korostunut television myötä (Uimonen 1992, 24). Poliittinen kulttuuri on elänyt 1990-luvulta alkanutta murrosta, ja julkisuuden kautta synnytettyjen ja syntyvien poliittisten mielikuvien markkinat ovat olleet siitä asti liikkeessä (Moring 1993, 11).

Myös puoluevallan rapistuminen on tuottanut uuden poliittisen tilanteen. Puolueet eivät yksistään määrittele tietämisen arvoisia asioita ja päivittäisen politiikan esityslistoja. Osa vastuusta on siirtynyt medialle. Media toimii politiikan välittäjänä kansan suuntaan. (Aula 1992, 11, 18.) Imagon merkitystä nykypolitiikassa ei voida väheksyä. Poliittinen areena on muuttunut ja kilpailu näkyvyydestä on kovaa. Aslaman ja Jääsaaren (2004) mukaan aiemmin politiikan ja median suhteessa oli keskeistä median toiminta poliittisten näkemysten esittämisen areenana. Nykyisin media on areena kaikelle muulle, paitsi vakavalle poliittiselle keskustelulle. Media esittää entistä enemmän persoonaperformansseja ja speaktaakkeleita, oli kyse sitten ”viihteestä” tai ”asiasta”. (Aslama & Jääsaari 2004, 61.) On varmastikin hieman liioiteltua väittää, ettei media anna tilaa vakavalle poliittiselle debatille. Media saattaa pitkälti määrätä keskustelun alaiset aiheet, mutta ne poimitaan kuitenkin poliittisista ja poliitikkojen puheenvuoroista. Vaalikeskustelut, erilaiset paneelikeskustelut ja haastattelut ovat sisällöltään poliittisia.

Mielikuvat ja maine vaikuttavat ihmisten valintoihin ja päätöksiin nykyään hyvin ratkaisevasti. Ne ohjaavat meitä kohti valintoja. Median kautta tai muuten saavutettu tun-

nettuus on muutettavissa runsaaksi äänisaaliiksi poliittiselle ehdokkaalle. Maine ja hyvä mielikuva ovat nähtävissä pääomana ihmiselle. (Karvonen 1999, 18–19.) Persoonat ovat pelissä vahvasti, joten sitä myötä imagot nousevat korostuneesti esiin haettaessa poliittista tilaa esimerkiksi mediasta.

Imago käsitteen merkitys on vaihdellut historiallisesti. Alunperin se merkitsi yhdennäköisyyttä eli jonkun kohteen tarkkaa jäljennöstä. Nykyisin sillä katsotaan olevan pääasiallisesti kaksi merkitystä. Se voi tarkoittaa mielikuvaa, joka syntyy ihmismielessä ja siihen kytketään erilaisia arvostelmia ja asenteita. Toisaalta se voi tarkoittaa havaittua mainetta. Havaittu maine perustuu julkiseen todisteluun ja voi olla keinotekoisesti rakennettu. Kognitiivisesti ajatellen sekä yhteisölliseen arvostukseen perustuvan maineen että mainoskampanjan avulla kohotetun imagon taustalla on mielikuva. Mainetta ja imagoa voidaan tässä suhteessa pitää samanlaisina, koska molemmat perustuvat vastaanottajan mielessä herääviin mielikuviin. (Koski 2005, 16.)

Imagossa on kyse kuvan antamisesta ja sen saamisesta. Lisäksi voidaan puhua myös viestinnästä ja viestien pohjalta tapahtuvasta käsitysten muodostumisesta. Puhuttaessa imagosta, on tärkeää erottaa tavoitekuva, jonka lähettäjä haluaa vallitsevan kohderyhmän mielissä sekä se kuva, joka kohderyhmällä todella on mielessä. (Karvonen 1998, 39, 44.)

Ihmisen tarveperustalla on merkittävä vaikutus mielikuvien muodostumiseen. Toisaalta tarvekenttä ohjaa sisäistä halua ottaa välitetty viesti vastaan ja muodostaa siitä omaa arvomaailmaa vastaava mielikuva. Toisaalta erilaisiin tarpeisiin voidaan vedota aivan erilaisilla mielikuvilla. Välttämätöntä kuitenkin on, että mielikuvan sisällöllinen sanoma istuu kohderyhmän tarveperustaan ja arvomaailmaan. (Rope & Mether 1991, 44.)

Imago eli mielikuva on määriteltävissä ihmisten kokemusten, tietojen, asenteiden ja uskomusten summaksi tarkastelun kohteesta. Imagosta voidaan erottaa kolme käsitteellistä tasoa: puhdas imago, pysyvä imago ja sisäinen totuus. Puhdas mielikuva on yhden tai useamman aistikanavan kautta saadun informaation pohjalta luotu käsitys. Puhdas mielikuva rakentuu ajatuksista sekä arvovapaista käsityksistä ja näkemyksistä. Mielikuvan toisesta käsitteellisestä tasosta, pysyvästä mielikuvasta voidaan puhua, kun puhtaaseen mielikuvaan liitetään asenne. Pysyvyydellä ei tarkoiteta täydellistä muuttumatto-

muutta, vaan mielikuvan vaikeaa muuttamista ja sen pitkää kestoja. Mielikuvan kolman-
nesta tasosta, sisäisestä totuudesta puhutaan, kun pysyvään mielikuvaan liittyy usko
kyseiseen mielikuvaan. (Rope & Mether 1991, 16, 32–35.)

Mielikuvien alkuperä liittyy havaintoihin, mutta mielikuvat eivät ole havaitsemista. Ku-
vitellessa käytetään samoja mekanismeja kuin havaitessa, minkä vuoksi mielikuvat saat-
tavat jopa häiritä havaitsemista ja päinvastoin. Mielikuvat eivät ole valokuvamaisia,
sisäisiä kuvia, koska olisi mahdotonta kuvitella asioita, jotka tilapäisesti ovat katseelta
piilossa. (Hatva 1987, 68.)

Mielikuvat säilyttävät välimatkan kuvan katsojaan tai tuovat ihmiset, paikat tai asiat
läheemmäksi kuvan katsojaa. Sosiaalisten suhteiden normit määräävät ihmisten välisen
välimatkan jokapäiväisessä elämässä. Vieraat ihmiset pitävät toisiinsa pidempää väli-
matkaa kuin keskenään tutut. Kuvan kohteen persoonallisuudesta saa käsityksen, kun
katsoo kuvaa läheltä. Läheltä otettu kuva paljastaa kuvan kohteen eleet ja pienet yksi-
tyiskohdat. Lisäksi läheltä otetussa kuvassa kohde luopuu yksityisyydestään. Näin on
mahdollista esittää kuvan kohde kuuluvaksi katsojien kanssa samaan ryhmään. Kauem-
paa otettua kuvaa katsoja tulkitsee eri tavoin. Kuvan kohde nähdään katsojalle vieraana,
joukkoon kuulumattomana. Kuvan kohde on persoonaton tyyppi, ei yksilö. (Jewitt &
Oyama 2001, 146.)

Äänestäjät määrittelevät imagon pääasiassa kolmella tavalla. Teoreetikkojen ja äänestä-
jien määritelmät ovat hyvin yhtenäisiä. Ensiksi äänestäjät puhuvat imagosta käsitykse-
nä, jonka ihminen saa asiasta tai toisesta ihmisestä. Toiseksi imagossa nähdään viestin-
näällinen ulottuvuus. Se käsitetään ihmisen olemuksena tai persoonana kokonaisuudes-
saan. Ihmisen katsotaan voivan itse muokata imagoa. Kolmanneksi imago liitetään hy-
vään tai huonoon maineeseen, jota voidaan muuttaa ja rakentaa. (Koenkytö 1998, 208–
209.)

Usein puhutaan imagon rakentamisesta. Imagon ajatellaan olevan kuin palapeli, joka
kasataan useista osista. Karvonen (1999) puhuu enemmän imagon rakentumisesta, kos-
ka imagoa ei voida rakentaa lähettäjätasojen mielihalujen mukaisesti. Viestin lähettäjä –
kuten poliitikko – antaa rakennusaineet ihmisille, joista he itse tuottavat käsitykset itsel-
leen. Imagon muodostuminen on kahden osapuolen välinen kauppa, joka riippuu viestit-

tävästä ja vastaanottavasta tahosta. Viestintä ihmisten välillä tapahtuu väistämättä ja väistämättä se synnyttää mielikuvia. Mielikuvan muodostamisen perusasetelmassa on olemassa kaksi puolta. Viestin lähettäjä eli henkilö, josta mielikuva muodostetaan ja vastaanottaja, joka tulkitsee viestin ja jolle kuva muodostuu. Tähän vuorovaikutuksen ja informaation tulkinnan asetelmaan vaikuttaa merkittävästi kolmas osapuoli, media. (Karvonen 1999, 51–53.)

Koenkytö (1998) esittää imagon rakentamisen olevan mahdollista äänestäjien mielestä. Imagon rakentaminen tapahtuu hyvien puolien korostamisella ja huonojen luonteenpiirteiden peittelyllä. Äänestäjien mukaan julkisuus on imagon rakentamisen kannalta tärkeä elementti. Näin ollen tiedotusvälineissä esiintyminen ja mainoskampanjat mielletään merkittäviksi ja luonnollisiksi rakennustavoiksi. Julkisuuden voidaan katsoa muodostavan poliitikolle kehykset, joiden sisällä kaikki poliitikosta saatuun mielikuvaan liittyvä ja poliitikosta saatu kuva tapahtuu. (Koenkytö 1998, 209.)

3.2 Karismaattisuus osana imagoa

Johtajuuden katsotaan lähes poikkeuksetta vaativan karismaa. Lyhyesti karisma voidaan määritellä yksilön vaikuttavaksi esiintymiskyvyksi, vetovoimaksi ja lumoksi (Nurmi, Rekiaro & Rekiaro ym., 2001, 203). Luonteva ja kiinnostava mediapersoona, joka puheellaan ja äänellään hurmaa katsojat ja kuuntelijat on esimerkillinen tapaus poliittisesta johtajasta.

Weber on analysoinut karismaattisen politiikan käsitettä klassisella esimerkillä. Karismaattisen politiikan edellytys on ”ylittää” ja ”rikkoa” jokapäiväisen elämän rutiineja. Karisma syntyy tuossa tilanteessa, jossa luodaan uusia merkityksiä. Uuden luominen edellyttää karismaa ja toisaalta onnistuminen siinä luo karismaa. Poliitikko on sopiva näyttämö karisman rakentamiselle, koska se tilana esittäytyy usein kamppailuna, joka taas herättää tunteita. Weberillä karisma merkitsee kirjaimellisesti ”armon lahjaa”. Johtajat ovat niitä, joita kansa seuraa siinä uskossa, että johtajat omaavat joitain poikkeuksellisia kykyjä. Luonnolliset johtajat ovat niitä, jotka omaavat erityisiä ruumiin ja hengen lahjoja. Karismalla on myös psykologinen taustansa. Karismaattinen auktoriteetti syntyy lähes mystisesti johtajan sisäisistä ominaisuuksista. Karisma menettää kuitenkin

merkityksensä, mikäli kansa ei tunnusta johtajaa omakseen ja sopivaksi hoitamaan tehtäväänsä. Karismaattisen herruuden valta nojaa arkipäiväiseen, tosiasialliseen tunnustamiseen. Aktiivisimmillaan se kumpuaa uskollisesta ja vilpittömästä uhrautuvuudesta. (Pekonen 1991, 64–65.)

Toteutuakseen puhtaassa muodossa karismaattinen politiikka vaatii jonkinlaisen kriisitilanteen, jossa kyseenalaistetaan yhteiskunnan perusarvoja, instituutioita ja legitimitettejä. Karisma rikkoo arkisen rutiinin ja on lisäksi vallankumouksellinen liittyessään ristiriitaan olemassa olevan, perityn ja itsestään selvän järjestyksen kanssa. On kuitenkin muistettava, että tällainen konflikti on väistämättä ohimenevä. (Pekonen 1991, 66.) Myös Salminen (1995) on pohtinut karismaattisen johtajuuden suosiota ja sen liittymistä yhteiskunnallisiin tilanteisiin. 1990-luvulla kiinnostus karismaattiseen johtajuuteen kasvoi kovasti. Taloudessa ja kansainvälisessä politiikassa vallitsi epävarmojen ja arvaamattomien tilanteiden ajanjakso. (Salminen 1995, 105.)

Weber on hahmottanut puhtaan ja aidon karisman tunnusmerkkejä seitsemän kappaletta.

- 1) Karisma yrittää vakuuttaa todellisuuden olevan enemmän kuin mitä vallitseva järjestys haluaa uskotella.
- 2) Karismalla on ainakin hetkittäin rationaalisuuden vastainen ja spontaani luonne, joten se syrjäyttää joksikin aikaa taloudellisen tehokkuuden ja taloudellisen rationaalisuuden.
- 3) Karismaattinen johtaja ja hänen seuraajansa muodostavat ”seurakunnan”. Lähimmät seuraajat ovat nähtävissä opetuslapsina, sillä totteleminen perustuu johtajan poikkeuksellisiin kykyihin.
- 4) Aidon karismaattisen johtajan toimintaa ohjaa kutsumus. Karismaattinen johtaja nimittää itsensä tehtävään. Lähetystehtävä on myös hänen kohtalonsa. Seuraajien on tunnustettava tuon tehtävän mielekkyys tai johtaja on epäonnistunut.
- 5) Talouden ja rationaalisuuden vastaisuudesta sekä vallankumouksellisesta historiallisesta roolista johtuen karismaattinen auktoriteetti on epävakaa.
- 6) Karismaattista vallankumouksellisuutta kuvaa voimakas paatoksellisuus.
- 7) Karismaattinen johtajuus viittaa johonkin ”toiseen” tai ”ylittävään” johtuen sen vallankumouksellisesta roolista. (Pekonen 1991, 65–66.)

Karismaattisuus tulee persoonallisesta karismaattisesta voimasta ja sen legitimitetti on todistettava käytännössä yhä uudelleen. Karisma muuttuu väistämättömästi vähitellen jokapäiväiseksi ja rutiininomaiseksi. Tästä johtuen karismaattinen politiikka on syklistä. Karismaattinen politiikka sisältää erilaisia tasoja. Persoonan täytyy olla lahjakas ja poikkeuksellinen heroisine piirteineen. On oltava normatiivinen koodi, joka luo auktoriteetin. Lisäksi on oltava valinnan mahdollisuus eli ryhtyykö henkilö hänelle uskottuun tehtävään ja löytyykö seuraajia, jotka uskovat johtajaehdokasta. Näin ollen karismaattisuus selittyy usein vallitsevilla tilanteilla ja sen luomilla mahdollisuuksilla, eikä niinkään henkilön persoonalla. Karisma nousee esiin poikkeustilanteissa ja pyrkii silloin vastaamaan tilanteen haasteisiin. Silloin poliittisessa johtajuudessa nousee esiin karisman toiminta ja karismaattinen politiikka. (Pekonen 1991, 66–67.)

Karismaattisen johtajuuden tarve nousee esiin, kun kaivataan henkilöä, joka kykenisi symboloimaan ihmiselle jotakin tärkeää. Näin on mahdollista konkretisoida johonkin henkilöön asian sijasta. Poliittisessa johtajuudessa on kyse juuri tästä samaistumisen ja yhteenkuuluvuuden mahdollisuudesta. (ibid., 68.) Ansaitakseen aseman poliittisena johtajana on pystyttävä luomaan tunne kuulumisesta massaan. Silti siitä on erottauduttava ja noustava esiin tekemään niitä päätöksiä, antamaan lausuntoja ja edustamaan seuraajiaan heidän odottamallaan tasolla ja tavalla.

3.3 Imagot ja mielikuvat politiikassa

Poliitikko-termille on nykyään useanlaisia määritelmiä. Yleinen käsitys on, että termillä on huono kaiku julkisessa keskustelussa ja kansalaisten puheissa. Lähes poikkeuksetta negatiiviset ominaisuudet ja määritelmät nousevat ensinnä esiin. Tyypillistä on jaottelu ammattipoliitikkojen sekä julkkispoliitikkojen välillä. Weber (1994) on jaotellut poliitikot kahteen kategoriaan. On olemassa poliitikkoja, jotka elävät politiikalle ja niitä, jotka elävät politiikasta. Poliitikalle eläville poliitikoille politiikka on nähtävissä kutsumukseksi. Heillä on vahva sisäinen tahto ja halu toimia politiikassa. Weberin mukaan he nauttivat joko puhtaasti vallasta tai vaihtoehtoisesti kokevat, että politiikka on heidän elämänsä tarkoitus ja sisältö. Toiseen ryhmään kuuluvat politiikasta elävät poliitikot. Heille politiikka on tulonlähde, eivätkä he näin ollen suhtaudu politiikkaan samalla intohimolla kuin politiikalle elävät. (Weber 1994, 318.)

Tänä päivänä poliitikot tunnetaan mielikuvien välityksellä. Poliittinen karismaattisuus todentuu mediayhteiskunnassa mielikuvissa, joita henkilöistä ja asioista muodostetaan ja muotoutuu. Tietyllä tapaa politiikan julkisuuden henkilöhahmot ovat kielten mielikuvia. Mielikuvan vaikutus korostuu, kun todella näemme asian representoituneena. (Pekonen 1991, 69.) Imagot ja mielikuvat poliitikoista korostuvat, koska heistä ollaan enenevässä määrin kiinnostuneita persoonina ja yksittäisinä henkilöinä. Pelkkä poliittinen asiajulkisuus ja siinä menestyminen ei enää riitä. Suomalaista äänestäjää ei enää tavoiteta aatteellisilla julistuksilla tai pelkällä asiaosaamisella.

Poliittisten johtajien oikeanlainen ja kiinnostava imago voi joko tuoda uusia kannattajia puolueelle tai vähentää entisiä. Koska politiikka on muuttunut henkilökeskeiseksi, ovat puolueiden johtavat poliitikot niitä keulakuvia, joita eniten seurataan. Poliittisten johtajien on välttämätöntä kehittää imagoaan pysyäkseen mukana vallankäytön keskustelussa. Uimonen (1992) toteaa, että muuttuneissa poliittisissä oloissa imagoista on tullut hyvä vaikuttamisen väline äänestäjien suuntaan. Mielipidetutkimuksista ja imagoista on löytynyt politiikkaan sen tarvitsemaa ja äänestäjien kaipaamaa sisältöä, jännitystä ja poliittista viihdettä. (Uimonen 1992, 18.) Taustalla vaikuttamassa on nähtävissä yleinen yhteiskunnallinen ja poliittinen kehitys, joka näkyy äänestäjien individualisoitumisena ja irtautumisena puoluepoliittisista siteistä. Valintoihin on alkanut vaikuttaa puoluekannan ohella tai ohi ehdokkaiden piirteet, sukupuoli, ikä ja maailmankatsomus. (Suhonen 2000, 85.)

Äänestäjät tuntevat harvoin poliitikkoja ja heidän tavoitteitaan. Usein syynä on kiinnostuksen puute perehtyä poliitikkojen tekemiin valintoihin. Äänestäminen tapahtuu yleensä poliittisen imagon tai aiemman tunnettavuuden perusteella. Imagonrakentaminen ei ole sattumanvaraista menestyvällä poliitikolla. Poliitikko voidaan nähdä tuotteena, jolle on luotava markkinointikonsepti. Konseptin luomisessa on hyödynnettävä politiikon ulkopuolelta tulevia vaatimuksia. (Kotler & Kotler 1999, 14.) Poliittisen imagon muovaaminen ja markkinointi vaatii hienovaraisempaa otetta kuin teollisen tuotteen markkinointi. Poliittiset markkinat eli äänestäjäkunta on latautunut tunteilla, haluilla, vaatimuksilla ja tarpeilla. Poliitikko on pystyttävä myymään ilman hintalappua, mutta tuotteen arvo on pystyttävä todistamaan aukottomasti. (Schweiger & Adami 1999, 347.)

Poliittisten johtajien imagot ovat luonnollisten kykyjen lisäksi rakentamisen tulosta. Eleet, äänenpainot ja ulkoinen olemus ovat huippuunsa asti kehitettyjä. Julkisuuspolitiikka edellyttää poliittisilta johtajilta kykyä toimia politiikan ja median ristipaineessa. Julkisuuden henkilöitymisen kasvu on pakottanut poliittiset johtajat rakentamaan ja muokkaamaan imagoaan tietoisesti. Ammattimainen imagonrakennus on lisännyt vahvasti merkitystään ja sen rooli poliittisessa kampanjoinnissa on suuri. Imagojulkisuutta voidaan pitää tunteisiin vetoavana piilovaikuttamisena, jonka tarkoituksena on saada ihmiset toimimaan halutulla tavalla tai omaksumaan haluttuja mielipiteitä. Imagonrakennus ei kuitenkaan ole manipulaatiota. Imagoa rakennettaessa ei siis syötetä mielipiteitä, vaan poliitikon persoonaa tuodaan tykö. Uimonen (1992) toteaa imagonrakennuksen ja julkisuuspolitiikan täydentävän toisiaan. Imagonrakennus ei voi koskaan onnistua täydellisesti, koska julkisuus vaihtelee sattumanvaraisesti. (Uimonen 1992, 60–61.) Imagonrakennus pakottaa poliitikon perehtymään asioihin, joita hän ei hallitse, koska imagoa ei voi rakentaa pelkän persoonan varaan. On kuitenkin muistettava, että pelkän imagon avulla kenestäkään ei tule huippupoliitikkoa.

Poliittisen imagon luominen vaatii yhteyden säilyttämistä tavalliseen kansaan. Imagon kehittäminen ja ylläpitäminen edellyttävät henkilökohtaisten ominaisuuksien kartoittamista. Samalla tavoin kuin yritys kartoittaa uhkia, mahdollisuuksia, heikkouksia ja vahvuuksia, on poliittista imagoa kehittävä poliitikon tehtävä samoin joko itse tai mainostoimiston apua käyttäen. (ks. esim. Karvonen 1999, 118–127) Yhä useammin poliittinen johtaja on vallankäyttäjä, joka ohjaa julkista keskustelua mielipiteillään ja kommenteillaan. Vaikka osa Suomen poliittisen eliitin johtohahmoista käyttää konkreettista valtaa myös päivän politiikassa, on heidän vaikuttamisellaan myös toinen puoli. Klapp (1964) on kuvannut tämänkaltaista johtajuutta symboliseksi. Symbolinen johtaja on henkilö, joka toimii ensisijaisesti imagonsa tai merkityksensä kautta, riippumatta virallisesta asemastaan. Johtaja on symboli monille ihmisille, eikä hän voi erottaa yksityistä minäkuvaansa julkisesta. Kansa on ottanut heidät omaksi imagona ja odottaa heidän toimittavan imagon tehtäviä. Kuuluisa hahmo on instituutio, eikä vain henkilö. (Klapp 1964, 7, 17.)

Julkinen imago voi alkaa elää omaa elämäänsä tai sen hallinta voidaan menettää. Poliitikko ja hänen imagonsa kuuluvat yleisölle, joka luo heidät. Poliitikko ei voi nousta imagoaan vastaan. Julkisen elämän hinta on kuitenkin juuri tämä kaikki. Klappin mai-

nitsema symbolinen johtaja voi saada roolin sankarina, konnana tai typeryksenä. Julkisuus luo tämän roolin hyödyntämällä persoonasta esiin nousseita piirteitä. Joillakin henkilöillä on suunnattomasti vaikutusvaltaa, ei vain saavutustensa tai ammattinsa vuoksi. He kykenevät tyydyttämään yleisönsä tarpeet ja edustavat tarvittavia ominaisuuksia. Lisäksi he ovat ”ilmiöitä”. Juuri näistä persoonista tulee symbolisia johtajia. (Klapp 1964, 20, 23, 31–32.) Yrityskuvaakin on uudistettava säännöllisesti. Myös äänestäjien muistia tulee aika ajoin virkistää. Poliitikon olisi hyvä tuoda julkisuudessa toistuvasti esiin omaa määritelmäänsä siitä, mitä itse on ja miten katsoo asioiden olevan. Näin häntä ei voida määritellä muiden tuottamien mielikuvien kautta. Muiden tuottamat määritelmät eivät välttämättä perustu oikeille intresseille ja ne saattavat siten tuottaa vääränlaista ja vahingoittavaa informaatiota. (Karvonen 1999, 100.)

4 MILLAISIA KARAKTÄÄREJÄ IMAGE POLIITIKOISTA TUOTTAA?

Poliitikko on nähtävissä poliittisena eläimenä. Jotta menestys ja jatkuva suosio olisi taattu, on osattava hallita peliä ja aikaa. Poliitikka vaatii muuntautumiskykyä, taitoa erottaa yksityinen ja julkinen sekä kykyä tunnistaa hyvä ja huono julkisuus. Imagen artikkelit antavat esimerkkejä joistakin niistä ominaisuuksista, joita poliittinen johtajuus vaatii.

Tässä luvussa perehdyn Imagen tuottamaan kuvaan poliittisista johtajista. Aineistosta olen nostanut esiin viisi teemaa, joiden perusteella kappalejako on syntynyt. Nämä teemat ovat esiintyneet kaikissa artikkeleissa, joten niitä voidaan pitää olennaisena osana hahmoteltaessa poliittiseen johtajuuteen johtavaa polkua. Urakehityksen kaari ja suhde puolueeseen kuvaavat sitä tapaa, jolla poliittisen johtajuuden pohja on luotu. Ulkoiset ominaisuudet ja niiden merkitys korostuvat poliittisten johtajien toimissa visuaalisen politiikan ollessa tärkeä osa perinteistä politiikkaa. Käsittelen myös politiikkaa pelinä ja pelin hallitsemisen merkitystä. Poliittiseen peliin on liitettävissä asiantuntijuuden näkökulma. Yhteenkuuluvuus äänestäjien kanssa on osa poliittista johtajuutta. Poliitikkojen on oltava kansalle samaistumisen kohde, mutta samalla heidän on erottauduttava joukosta. Viimeisimpänä, mutta ei vähäisimpänä poliittisen johtajan ominaisuutena voidaan pitää kykyä hallita mediaa ja toimia siinä itselle ja puolueelle edullisella tavalla.

4.1 Vauhdilla tai pitkäjänteisesti politiikan maailmaan

Poliittiseksi johtajaksi nouseminen onnistuu usealla tavalla. Pelkästään pitkäaikainen poliittinen toiminta ei anna edellytyksiä johtajuuteen, vaan se on mahdollista myös nopealla sykäyksellä. Johtajuuteen nousu ja siihen kasvaminen ovat kuitenkin oletettavasti myös puoluesidonnaisia asioita. Pienemmissä ja nuoremmissa puolueissa johtajuus saattaa olla helpompi saavuttaa ilman suurta poliittista kompetenssia. Vanhoissa ja perinteikkäissä puolueissa johtajuuteen vaaditaan usein poliittista kokemusta ja puolueen konkareiden kiistatonta tukea. Puolueen johtajuus ei ole kuin ensimmäinen porras poliittiseen johtajuuteen. Pelkkä mandaatti ei tee poliitikosta eliittiin kuuluvaa. Paikka poliit-

tisten johtajien joukossa on ansaittava ensisijaisesti teoin ja toimin. Nykyään vaaditaan myös yhä enemmän edustavuutta, sanavalmiutta ja kykyä hallita julkisuutta.

Machiavelli (1999) toteaa ihmisten menettelevän eri tavoin, kun he pyrkivät asettamiinsa tavoitteisiin, kunniaan ja rikkauteen. Menestyksen saavuttaminen voi tapahtua varovasti, siekailematta, viekkaudella, kärsivällisyydellä tai kärsimättömyydellä. Kaikilla eri tavoilla on mahdollista päästä asetettuun päämäärään. Käytetyt keinot eivät ratkaise menestystä tai tappiota. Näin ollen on todettava vallitsevien olosuhteiden vaikutus. Olosuhteet voivat suosia menestymistä tai olla sen täydellinen este. Toisen ihmisen valitsema tie ja keinot eivät välttämättä takaa menestystä toiselle. Samoilla keinoilla menestyminen ei ole varmaa. (Machiavelli 1999, 101–102.) Jokaisen poliitikon on valittava oma tiensä, jonka kautta poliittiseen eliittiin nousu mahdollistuu ja varmistuu. Kukaan ei voi asettaa määritelmiä, milloin on sopivaa pyrkiä puolueen johtoon tai tavoitella poliittisesti merkittävää tehtävää. Puoluejohtajuus ei enää välttämättä vaadi pitkää poliittista uraa, vaan areena kokemattomimmille poliitikoilla on vapaa. Kokoomus on tuorein ja toistaiseksi ainoa esimerkki nuoren polven johtajuuden esiin nostamisessa. Vielä on mahdotonta puhua trendistä, mutta on selvää, että uusi suunta poliittisen johtajuuden tulevaisuudelle on avattu.

Kun Vasemmistoliitto perustettiin 1990 entisen SKP:n ja SKDL:n raunioille, Suvi-Anne odotti kolmatta lastaan, kuopustaan, ja viimeisteli kansantaloustieteen jatko-opintojaan. Puolueeseen hän liittyi vasta 1992 asuessaan Fiskarsissa. Tultuaan puolueen varapuheenjohtajaksi vuonna 1995 Siimes ilmoitti hyvissä ajoin aikovansa pyrkiä myös puheenjohtajaksi vuonna 1998. (Suutari 2003a, 54–55.)

Siimeksen tie yhdeksi Suomen vaikutusvaltaisimmista poliitikoista on tapahtunut melko nopeaan tahtiin. Jotain hänessä siis täytyy olla. Sisäistä voimaa, karismaa, tilannetajua, älykkyyttä ja monia muita ominaisuuksia, joiden avulla Siimes on kiivennyt osaksi suomalaista poliittista eliittiä. Keskisuuri puolue on mahdollistanut Siimekselle poliittisen tilan, jossa hän on saanut rauhassa toteuttaa näkemyksiään ja poliittisia tavoitteitaan. Vasemmistoliitto on vahvasti henkilöitynyt puheenjohtajaansa, mikä varmastikin sopii Siimekselle. Koska puoluejohtaja on yhä vahvemmin puolueen ja sen toiminnan keulakuva, on ammattitaitoinen ja vahva vaikuttaja onnistunut saavuttamaan sitä kautta vaikutusvaltaisen aseman kansallisessa politiikassa.

Poliittisen uransa Zyskowicz käynnisti lukiovuosina, ja syksyllä 1973, päiväkirjojen alkuvuotena Zyskowiczin asiat eivät olleet hullummin. Päiväkirjan Zyskowicz on edennyt oman koulunsa oppilaskunnan kautta Helsingin teiniyhdistyksen hallitukseen ja edelleen Teiniliiton hallitukseen... Hän työskentelee myös Helsingin kokoomuksen kouluneuvostosihteerinä. Hän on ollut kansanedustaja yhtäjaksoisesti vuodesta 1979 ja kokoomuksen eduskuntaryhmän puheenjohtaja vuodesta 1993. Helsingin kaupunginvaltuustossa hän on istunut pian 15 vuotta. Poliitikon kirkkain kruunu, ministeriys, Zyskowiczin kutreilta tosin puuttuu... Vuonna 1991 ministerinpesti kaatui siihen, että Zyskowicz ei ole syntyperäinen Suomen kansalainen... ja vuonna 1995 ministerinuran esti konkurssiin menneen vakuutusyhtiö Apollon keskeneräinen vahingonkorvausoikeudenkäynti. (Partanen 2004a, 42–43.)

Zyskowicz on pitkänlinjan poliitikko, joka on säilyttänyt suosionsa puolueväen ja äänestäjien keskuudessa jo vuosikymmenten ajan. Häntä voidaan pitää vaikutusvaltaisena poliitikkona, joka kykenee hallitsemaan poliittista kenttää haluamallaan tavalla. Toisin kuin Siimes, hän on poliittisen taivaan kiintotähti. Siimeskin on vakiinnuttanut paikkansa politiikassa, mutta ei vielä ole yhtä kokenut poliitikko kuin Zyskowicz.

Zyskowiczin poliittinen tausta on perinteinen. Toimiminen poliittisissa järjestöissä ja osallistuminen opiskelijapolitiikkaan on luonut hänelle tukiverkoston ja hyödyllisten kontaktien määrä on suuri. Zyskowiczia voikin pitää poliittisena broilerina, joka taustansa avulla kykenee yhä olemaan vahva vaikuttaja. Vaikkakaan hänen roolinsa ei ole yhtä näkyvä kuin puoluejohtajilla, on muistettava Zyskowiczin muut keinot vaikuttaa. Taustalla toimivana hän pystyy ohjaamaan vähintäänkin puolueen sisäisiä mielipiteitä ja muovaamaan näin puolueesta osittain itsensä näköisen. Zyskowicz näyttäisi olevan poliitikko, joka elää politiikalle, mutta hän myös elää siitä.

Ilkka Kanerva erehtyi 1990-luvun alussa vähättelemään Niinistöä ”tyypilliseksi yhden kauden juristikansanedustajaksi”. Kolmannella yrityksellä eduskuntaan päässyt mies ei tuonut itseään esiin. Hän oli väritön rivikansanedustaja, jonka lehdet mainitsivat vain pari kertaa ennen vuoden 1994 puheenjohtajavaaleja... Vuoden 1999 eduskuntavaaleissa Niinistö sai eniten ääniä kaikkien puolueen kaikista ehdokkaista. (Toiminen 2002, 42, 44.)

Niinistön tie poliitikoksi on ehkä ollut perinteisintä mallia. Siviiliuran luomisen ja ammatissa toimimisen jälkeen on ollut luonnollista hakeutua vaikuttamaan kansallisiin asioihin. Eduskuntaan pääseminen on ollut hankalaa, mutta se on varmastikin kasvattanut Niinistön halua vaikuttaa ja osallistua. Lisäksi koetut vaalitappiot ovat muokanneet Niinistöä ja hänen kampanjointiaan sekä pakottaneet hänet jopa muuttamaan toimintatapojaan. Kivisen alun jälkeen Niinistön ura on kuitenkin pitkälti ollut tietyn asteista voittokulkua. Uran kehittyminen on ollut melko vauhdikasta ja nykyään hänen poliittisia kykyjään tuskin kukaan tohtii kiistää.

Eero Heinäluoma keskeytti lukion puolueen takia. Korsolaisen työläisperheen poika (isä työskenteli metallipajassa, äiti sivellintehtaalla) liittyi 15-vuotiaana demareihin pohdittuaan asiaa koulun yhteiskunnallisessa kerhossa. Heinäluoma on rakentanut verkostoaan ensin kymmenen vuotta nuorisopolitiikassa ja sitten 20 vuotta SAK:ssa. Heinäluoma puuhasi muuan muassa Teiniliitossa, Ammattikoululaisten liitossa ja Varusmiesliitossa. Kaikkia hankkeita hän on puuhannut taustalla. Eduskuntaankin hän asettui ehdolle vasta viime vaaleissa. (Möttölä 2005, 80, 82,85, 87.)

Hän on yhä nälkäinen, koska nousi politiikan huipulle myöhään. 1980-luvullahan Lipponen hävisi melkein kaikki Sdp:n sisäiset vaalit ja tippui eduskunnastakin vuonna 1987. Lipposen parhaat ja pahimmat puolet pääsivät esiin 1990-luvulla, kun hän nousi valtaan. Lipponen on suomalaispoliitikoista niitä harvoja, joilla on varaa tiettyyn itsenäisyyteen ja sitä kautta myös yksinäisyyteen. Hän on taistellut itselleen aseman, jossa ei tarvitse ajatella, miltä asiat näyttävät, vaan voi keskittyä itse asioihin. (Suutari 2003b, 76.)

Sekä Heinäluoma että Lipponen ovat nousseet poliittiseen keskiöön suhteellisen pitkän taipaleen jälkeen. Heinäluoma on tehnyt pitkäjänteistä työtä puolueen ja taustalla, eikä näemmä ole tietoisesti edes pyrkinyt poliittisiin edustustehtäviin aiemmin. Työskentely politiikan taustahenkilönä on antanut Heinäluomalla valmiudet astua esiin ja aloittaa ura aktiivisena poliitikkona. Johtajuuteen kasvaminen on tapahtunut vuosien aikana. Lipposen ura on ollut katkolla aikaisemminkin. Putoaminen eduskunnasta on kasvattanut häntä varmasti ja antanut uutta halua tavoitella poliittista johtajuutta entistä vahvemmin. Kovalla työllä ansaittu, vahva poliittinen asema on meriitti Lipposelle. Vaikka hän väis-

tyykin eduskunnasta, on pitkä ja nousujohteinen ura kunnioitettava saavutus. Urakehitys ja poliittinen menestys laskettaneen eduksi Lipposelle, mikäli hän haluaa vielä kilvoitella poliittisista viroista eläkepäivinään.

Menestyksekkään poliittisen uran voi avata monin tavoin. Klapp (1964) esittää oven menestykseen voivan aueta sattumalta, kun vain nojaa oveen oikeaan aikaan, tarkoittamatta edes miellyttää ihmisiä. Toisaalta menestyksen eteen voi joutua taistelemaan, saavuttamatta sitä kuitenkaan. (Klapp 1964, 27.) Machiavellilla (1999) hallitsevaan asemaan nousu on ollut myös mahdollista kahdella tavoin, onnekaasti tai kyvykkäästi. Se, kuinka valta-asema voidaan säilyttää, riippuu siitä, kuinka asema on saavutettu. Onnen avulla saavutettu asema on tullut helposti ja nopeasti, mutta se voidaan menettääkin nopeasti. Aseman saavuttaminen vaatii vaivannäköä, koska vaikeudet tulevat esiin vastaa sitten, kun hallitsija on vallassa. Vallan hankkiminen kyvykkyydellä on hankalampaa kuin onnella, mutta kyvykäs säilyttää vallan helpommin. Kyvykkäät vallanpitäjät osaaavat jäljitellä edeltäjiensä tekoja, soveltaen niitä kuitenkin omaan tyyliinsä. Näin edeltäjien suuruudesta jää jotakin elämään nykyiseenkin vallanpitäjään. Onni takaa siis Machiavellin mukaan kansan suosion ainakin aluksi, kun taas kyvykkyys pakottaa poliitikon hankkimaan taustajoukkoja tuekseen hyväksymään muutokset. Parhaalla ja soveltuvimmalla hallitsijalla tulisi kuitenkin olla sekä kykyä että onnea, jotta vaikeuksista olisi helpointa selvitä. (Machiavelli 1999, 29–34.)

Kansanruhtinas täydentää vallanpitäjien kategorisointia. Kansanruhtinaan aseman saavuttaminen edellyttää joko kansan tai ylimystön tukea. Pelkkä kyvykkyys tai onni eivät auta, vaan ensisijaisesti tarvitaan onnea ja oveluutta. Valitsijoista riippuu, saako hallitsija käyttää valtaansa yksin vai pyrkiikö joku muu sitä jakamaan. Ylimystön valitsema hallitsija saa usein kilpailijakseen muita mahtimiehiä, kun taas kansan valitsemaa hallitsijaa ovat lähes kaikki valmiit tottelemaan. Kansan valitseman hallitsijan on kuitenkin pysyteltävä valitsijoidensa kanssa väleissä ja tavoitella heidän suosiotaan jatkuvasti. Kansan kiintyvyys on hallitsijalle välttämättömyys. (Machiavelli 1999, 45–48.)

4.2 Ulkoiset ominaisuudet

Kiinnostavuus pohjautuu fyysiseen, ulkoiseen olemukseen. Kiinnostumme siis ulkoisista asioista, joita näemme jonkun toisen edustavan. Itsestämme emme tätä puolta erota.

Kiinnostavuus tai kiinnostamattomuus ovat katsojan silmissä. Teemme siis itse henkilövalintamme, johon haluamme samaistua. Tästä lähtökohdasta on siten mahdollista erottaa erilaisia kiinnostavuuden näkökulmia. Fyysisellä kiinnostavuudella tarkoitetaan niitä ulkoisia ominaisuuksia, jotka herättävät toisen ihmisen mielenkiinnon. Kasvot, vartalo ja muut ulkomuotoon liittyvät seikat ovat osa tätä. Fyysinen kiinnostavuus ilmenee ensisijaisesti tilanteissa, joissa kohdataan uusia ihmisiä. Toinen näkökulma tarkastelee kiinnostavuutta sosiaalisesta lähtökohdasta. Tällöin ollaan vaiheessa, jossa ihminen haluaa syventää suhdetta. Tähän vaiheeseen kuuluu olennaisesti vastapuolen lähestyminen tutustumistarkoituksessa, kumppanuutta tavoitellen. (Richmond & McCroskey 2000, 18.)

”Jokainen näkee, miltä näytät...” Näin syntyy idea julkisesta mielipiteestä. *Monien* tapa arvioida politiikkaa eli valtaa sen ilmiänsun ja tulosten perusteella synnyttää *julkisen mielipiteen*. ’Julkinen mielipide’ on sisällöltään jonkinlainen käytännöllinen arvelu, perusteltu tuntuma yleisön mielipiteiden jaoista. *Julkinen mielipide* syntyy *monien* hajamielisestä katselusta politiikan näyttämölle, jossa *monien* katseen kiinnittävät sekä näyttö että tulos. Näyttö viittaa menossa olevaan politiikan prosessiin, jota voidaan katsella. *Monien* huomio kiinnittyy erityisesti poliitikkojen persoonallisuuteen. Tämä perusmekanismi muuttaa politiikan yhä henkilökeskeisemmäksi. (Kanerva 1994, 82–82.) Poliitikon persoonallisuuden lisäksi huomiotamme kiinnittävät ulkoiset ominaisuudet ja esiintyminen. Henkilökeskeinen politiikka nostaa esiin yksittäisiä poliitikkoja, joiden tulee erottua yhteneväisestä rintamasta.

Kansalaisille Vasemmistoliitto ja sen puolueohjelma on yhtä kuin sen puheenjohtajan kasvot. Siimes on heille se tyylikäs siilitukkainen nainen, joka puhuu aina niin selkeästi telkkarissa eikä hermostu kuten Lipponen ja Jäätteenmäki. ”Kyllä sä olet tyylikäs tyttö”, punaposkinen rouvaseurue kehuu ja taputtaa kevyesti ministerin olkapäätä.

Flunssasta huolimatta hän näyttää säteilevältä. Hän kuuluu niihin siunattuihin, joilla aineenvaihdunnan myllerrykset eivät näy kasvoilla asti. Vyötärölinjakin, jota Siimes jakuillaan nykyään niin mielellään korostaa, on kohdallaan.

Jäänsiniset silmät on maalattu huolellisesti mustalla kajalilla. Suu on rajattu ja punattu täydellisesti. Alkuaikojen androgyynin olemuksen tilalle on puhjennut vuosien varrella entistä naisellisempi nainen.

Siimeksen itsevarma naisellisuus, selkeäsanaisuus ja talouden tuntemus ovat lyömätön yhdistelmä nykypoliitikolle. (Suutari 2003a, 52, 54.)

Siimes on osoittautunut kansalaisten silmissä kiinnostavaksi persoonaksi. Ulkomuotonsa lisäksi hän on vakuuttanut sosiaalisilla taidoillaan. Hän ei ole siis pelkkä ulkokuori, vaan myös ihminen, joka välittää ja näyttää sen ulospäin. Siimes osaa hyödyntää naisellisuuttaan ja omia avujaan. Hänen tyyliinsä on pysynyt asiallisena ja tilanteisiin sopivana koko poliittisen uran ajan. Kuten edellä on mainittu, tyylikkyys pukeutumisessa ja huolellinen ehostus yhdistettyinä esiintymisvarmuuteen, ovat luoneet Siimeksestä puolueensa kasvot. Samalla hän on antanut kasvot menestyvälle, naiselliselle poliittiselle johtajalle. Siimestä voisi kuvailla poliittisen naisjohtajan moderniksi stereotyyppiä. Hänen ominaisuutensa ovat ylivertaiset monilta osin. Kaikki ominaisuudet yhdistettyinä tulee sellainen poliitikko, joka saa kansan puolelleen.

Älä arvioi sitä ulkonäön perusteella. Monet erehtyvät ajattelemaan, että se on semmoinen kärpäslätkällä tapettava kaveri, mutta ei se ole.

Pienikokoinen mies kaukosäädin kädessä, valkoinen kauluspaita, puvunhousut. Kravatit, silmälasit, tutut viikset, jotka antavat hänelle hieman koomillisen ulkonäön. Naama peruslukemilla. Pokerinaama. Pelimies.

Zyskowicz on ymmärtänyt, mitkä piirteet hänessä kiinnostavat ja miellyttävät ihmisiä, ja korostaa niitä taitavan poliitikon tavoin entisestään. (Partanen 2004a, 40, 47.)

Ulkoiset olemus voi siis pettää tai ainakin antaa vääränlaisia viestejä henkilöstä. Jos Zyskowicziin törmäisi kadulla ja ei tunnista häntä, emme varmaankaan uskoisi hänen olevan Suomen eturivin poliitikkoja. Hän on kuitenkin Siimeksen tavoin kiinnostava persoona niin median kuin kansalaistenkin mielestä. Zyskowicz kompensoi näyttävän ulkonäön puutteet käytöksellään ja toiminnallaan politiikassa. Suurta valtiomieheyttä Zyskowiczista ei ole havaittavissa.

Tapa, jolla pukeudumme kommunikoi ja jakaa informaatiota meistä. Värit ja tyyli lähettävät meistä viestiä. Kuinka ajattelemme, keitä olemme, arvomme, asenteemme, tavoitteemme ja halumme näkyvät siitä kuinka pukeudumme. Pukeutumisella korostetaan asemaa työelämässä tai arvohierarkiassa. Pukeutuminen symboloi statustamme. (Richmond & McCroskey 2000, 39–41.) Oikeilla ja suunnitelluilla asuvalinnoilla on vaikutusta tällä median aikakaudella. Poliitikoille tyypillinen pukeutuminen edustaa Zyskoviczin linjaa. Huoliteltu ulkoinen kuva antaa vaikutelman ammattimaisesta poliitikosta sekä korostaa korkeampaa asemaa arvohierarkiassa. Naisten vastine miehelle pukeutumiselle on usein jakkupuku, joka nähdään useimpien valtaa pitävien naisten yllä. Zyskoviczilla fyysinen olemus vaatii enemmän miehisyyden ja asiallisuuden korostamista. Koomisuus ei ole valttia eduskunnassa ja poliittisen eliitin kohtaamispaikalla.

Vuodesta toiseen hänet on valittu suosituimmaksi vallanpitäjäksi, parhaaksi pääministeriehdokkaaksi, edustavimmaksi ja nykyaikaisimmaksi poliitikoksi. Tuttu velmu hymy. Tuttu, tyly tyyli. (Toiminen 2003, 42, 44.)

Kanssaihmissen pukeutumistyyli vaikuttaa käsityksiimme, jonka muodostamme heistä. Arvioimme ihmiset usein heidän ulkoisen olemuksensa ja pukeutumisen kautta. Usein koemme enemmän yhteenkuuluvuutta ihmisiin, jotka pukeutuvat samalla tavoin kuin itse pukeudumme. Tumman puvun lähettämät, valtaa, auktoriteettia ja luotettavuutta viestivät signaalit osaamme yhdistää johtaviin henkilöihin. (Richmond & McCroskey 2000, 45, 47.) Kykenemme erottamaan tilanteisiin sopivan pukeutumisen vaikutukset. Myös Niinistön kohdalla pukeutumisen voidaan katsoa korostavan miehekkyyttä ja valtaa. Niinistö on poliittisesti kiinnostava persoona. Hän on saanut ihmiset vakuuttuneeksi poliittisella asiaosaamisellaan sekä fyysisellä olemuksellaan. Varsinkin naisten suosiossa tämä porvaripoliitikko on ollut, sen olemme saaneet lukea useista naistenlehdistä. Seksikkäin mies -äänestykset ovat tehneet Niinistöstä listakamaa. Vaikka Niinistö on ulkoiselta olemukseltaan karismaattinen ja osaa olla valloittavakin persoona, tunnustetaan hänet ensisijaisesti toiminnan ja päätöksenteon kautta. Näiden ominaisuuksien yhdistelmä on tehnyt hänestä poliittisen johtajan, jota ympäröi menestyksen ilmapiiri.

Heinäluoma levittää kameralle lempeän hymynsä. Hän on kiltin näköinen mies: pyöreät posket, suureksi aukeavat silmät, pääläella hiuksia enää harvassa. Heinäluoman hymy

pitää, vaikka tekee jo tiukkaa. Täällä on oltava vaatimatonta, luotettava ja tavallinen. Heinäluoman kasvoille virittyy taas perheenisän lauha hymy.

Heinäluoma on hyvä seuramies, hän on kohtelias ja hänellä leikkaa nopeasti. (Möttölä 2005, 80.)

Politiikka vaatii välillä kameleontin ominaisuuksia. Erilaisiin tilanteisiin ja kulissemiin on sovittava. Heinäluoma on ulkoisesti leppoisan ja rennon näköinen poliitikko, mutta asiat hän hoitaa tiukalla otteella. Ison miehen lempeä katse saattaa hämätä. Richmond ja McCroskey (2000) muistuttavat eleiden merkityksestä ja tärkeydestä ihmisten välisissä tilanteissa. Eleet ja vartalon kieli ilmaisevat henkilön todelliset ajatukset ja tunteet paremmin kuin sanat. Kehon kieli ja non-verbaalinen käytös eivät kuitenkaan korvaa puhetta. Ne kommunikoivat, mutta eivät toimi puhutun kielen tavoin. (Richmond & McCroskey 2000, 52–53.)

”No niin... pitkä mies näkyy jo... tuolta hän nyt tulee.” Nainen puhkeaa hymyyn, kun tuttu valasmainen hahmo täyttää tilan. Siinä hän nyt on, tummassa puvussaan ja punaisessa kravatissaan. Suuret kourat roikkuvat takin hihoista. Meidän Paavo.

”Suomi on nyt monella tapaa vedenjakajalla”, hän aloittaa verkkaiseen tyyliinsä. Kuin parhailla näyttelijöillä, hänenkin esiintymisestään paistaa rauha. Häntä tentataan omaishoitajien kehnosta asemasta, terveyskeskusten palveluiden heikkenemisestä, palomiesten liian korkeasta eläkeiästä. Arkisista huolista ja murheista. Lipposen huulet menevät mutruun kuin pikkulapsella.

Eduskunnan täysistunto marraskuussa. Lipponen näyttää väsyneeltä ja harmaalta puhemiehen pulpetin takana. Hän jakelee pyydettyjä puheenvuoroja hajamielisesti. Lipposen kerrotaan toisinaan nuokahtelevan puhemiehen penkillään. 62-vuotiaalle miehelle, jolla on kymmenisen kiloa ylipainoa, liika istuminen paikoillaan ei tee hyvää.

Eräs Sdp:n kansanedustaja kuvaa Lipposen puhemiestyyliä mököttäväksi. ”On epämiellyttävää mennä puhumaan, kun tietää, ettei toinen kuuntele. Se asenne oikein huokuu Lipposesta.”

”Vaikka hän on sosialidemokraatti, ei hän ole koskaan ollut sosiaalinen eikä demokraattinen,” eräs kokenut politiikan toimittaja kiteyttää. Itseironia ei ole koskaan ollut hänen lajinsa. ”Kyllä Paavo on kiltein poliitikko, jonka tunnen”, entinen erityisavustajakin sanoo.

Lipponen työntyy ulos kahden avustajansa kanssa virkamersun takapenkiltä. Ensin näkyy harmaja pää, sitten esiin puskevat leveät hartiat. Paavohan näyttää täällä aivan eri mieheltä kuin eduskunnan seinien sisällä! Hän vilkuttaa, vitsailee ja small talkkaa. Hymykään ei ole väkinäinen, vaan tulee silmistä asti. Poskiin on noussut innostuksesta punaiset läikät. (Suutari 2003b, 72–73.)

Pituutta pidetään vallan ja valta-aseman merkinä. Pitkät ihmiset koetaan usein hallitsevina ja dominoivina keskusteluissa ja sosiaalisissa tilanteissa. Kanssaihmiisiin on yleisesti ottaen helpompi vaikuttaa, mikäli henkilö on fyysiseltä olemukseltaan pitkä ja auktoriteettia omaava. (Richmond & McCroskey 2000, 35–36.) Lipposella ja Heinäluomalla on ollut fyysiset edellytykset nousta poliittisiksi johtajiksi. Miehisuus katsotaan hyveeksi miehisessä toimintaympäristössä, jota politiikka ja talouselämä ovat.

Lipposta on ikä vanhentanut, mikä vaikuttaa ilmeisellä tavalla hänen toimintaansa. Poliittiselta johtajalta vaadittava dynaaminen olemus alkaa kadota ja tilalle on nousemassa eläkeikäinen mies. Arki saattaa olla raskasta, mikä heijastuu hänen työhönsä. Poliittinen elämä vaatii aktiivista otetta, varsinkin, kun on kyse johtavasta poliitikosta Suomessa. Lipponen ilmeisestikin piristyy, kun pääsee pois eduskunnan ilmapiiristä. Jalkautuminen kansan pariin ja esiintyminen muunakin kuin puhemiehenä antavat Lipposelle energiaa ja ilmettä. Tietysti kyse voi olla julkisuuden vaatimasta muutoksesta, sillä kansan mielipide kentältä on tärkeä ajateltaessa uran jatkumista politiikassa. Kansa ei pääse äänestämään Lipposta eläkevirkoihin, eikä enää eduskuntaankaan. Lipposen luopuminen eduskuntatyöstä antaa hänelle mahdollisuuden osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun yksityishenkilönä.

4.3 Poliittisen pelin pelaamisesta

Politiikan tutkimuksessa on vahvistunut taipumus käsitteellistää politiikka pelinä, jonka ymmärtäminen vaatii sääntöjen kaltaisten rakenteiden hahmottamista. Säännöt ovat nähtävissä määrättyinä käsitteinä. (Aaltola 2000, 129–130.) Poliittinen peli on rakennettu systeemi, jota ohjaavat säännöt luovat sille puitteet. Peli on peliä politiikassakin. Poliittiset lainalaisuudet vaativat hallintaa, jotta peliä on mahdollista pelata ja hallita. Poliittisen johtajuuden yhdeksi ominaisuudeksi onkin nostettava pelin ja sen kulun hallitseminen. Julkisuuspelissä onnistuu harvoin täydellisesti, mutta siinä voi pärjätä kohtuullisesti tai jopa hyvin, jos sen osaa (Uimonen & Ikävalko 1996, 9).

Poliittisen johtajan tulee hallita julkisuuden ja median lisäksi asiakysymykset. Asiapolitiikkaa voidaan pitää politiikan arkipäivänä. Poliitikkojen esittämien lausuntojen odotetaan olevan päteviä ja asiantuntevia aihealueesta riippumatta. Näin ollen erikoistuminen johonkin tiettyyn politiikan osa-alueeseen ei ole mahdollista. Poliittisen pelikentän hallitseminen vaatii monia taitoja ja ominaisuuksia. Pelkästään sanojen pyörittely ei auta, vaan puhuttavasta asiasta on myös tiedettävä. Vaikka poliitikkojen puhe mielletään yleisesti sanojen pyörittelyksi ja asioiden kiertelyksi, tulevat tämänkaltaiset seikat ilmi viimeistään julkisissa esiintymisissä. Kun Riitta Uosukaiselta kysyttiin presidentinvaalitentissä v. 2000, mitä eteläisellä ulottuvuudella tarkoitetaan, vastasi hän sen tarkoittavan samaa kuin pohjoinen ulottuvuus. Kysymykseen annettu vastaus ei siis osoittanut asiapolitiikan hallitsemista, eikä näin ollen antanut vakuuttavaa kuvaa poliitikon tietämyksestä. Poliittisen pelin pelaaminen vaatii toimijaltaan sitä, että hän on aina ajatuksen verran vastustajaansa edellä. Pelissä on hankittava itselleen etulyöntiasema siten, että vastapuoli ei pääse iskemään ensin.

Älykäs. Työnarkomaani ja satoprosenttisen omistautunut politiikalle. Hyvä väittelijä. Sosiaalisesti hyvin älykäs. Loistavat tilannetaju, aistii hyvin rivien välissä olevat asiat. Pitkä muisti. Ei unohda, jos on kohdannut epäoikeudenmukaisuutta tai petturuutta. Äärettömän kirkas analysointitaito. Ylivoimainen puhuja esimerkiksi eduskunnassa. Poke-rinaama. Hämähäkkimies, joka pitää kaikki langat käsissään. Loistava pyörittämään mediaa. Pelimies. (Partanen 2004a, 40.)

Partasen luoma kuva Zyskowiczista poliitikkona luo kuvan myös modernista poliittisesta johtajasta. Älykäs sekä sosiaalisesti että tiedollisesti, hyvä väittelijä ja ylivoimainen puhuja antavat jo kuvan poliitikosta, joka voi hallita politiikan kenttää kattavasti. Tähän kun lisätään vielä loistava tilannetaju ja kyky lukea asioita rivien välistä sekä pitkä muisti – varsinkin, jos on kohdannut epäoikeudenmukaisuutta. Ei ole ihme, että Zyskowicz on ollut maamme eturivin poliitikkoja jo vuosikymmenten ajan.

Poliittisen uransa Zyskowicz käynnisti jo lukiovuosina... Hän työskentelee myös Helsingin kokoomuksen kouluneuvostosihteerinä... Nuori Zyskowicz rientää puoluetilaisuudesta toiseen... Vuosien varrella hän on ehtinyt koota melkoisen tuttavaverkoston ja kokemuksen politiikan peleistä. (Partanen 2004a, 42–43.)

Artikkelissa kuvataan Zyskowiczin poliittisen taustan lähtevän liikkeelle jo opiskelijapolitiikasta. Poliittiset tilaisuudet ovat kuuluneet hänen elämäänsä pitkään. Hänellä on siis edellytykset hallita peliä oman tahtonsa mukaan. Zyskowicz voi nujertaa vastustajansa omilla avuillaan ja kokemuksellaan. Hankittu kokemus antaa mahdollisuuden pelata peliä, siten kuin hän haluaa. Hän on kokenut kehäkettu, joka tietää, kuinka toimia omaksi eduksi tai muiden kiusaksi.

Zyskowicz saa muilta puolueilta kiitosta siitä, että hän on suoraselkäinen ja rehti neuvottelukumppani. Huono puoli muille puolueille on Zyskowiczin tarkkaavaisuus eduskunnassa. Hän hyörii eduskuntasalissa kuin sisäinen tarkastaja. Zyskowiczia arvostellaan myös siitä, että hän ei itse sano moniin asioihin mitään. Onko Zyskowiczin taktiikka siis se, että kun haukkuu muita tarpeeksi kovaa, kukaan ei ehdi kysyä, mitä mieltä haukkuja itse on? (Partanen 2004a, 47.)

Henkilöiden välinen kommunikointi on kontekstuaalista. Se, kuinka kommunikointi etenee, on riippuvaista keskusteluun osallistuvasta vastapuolesta. Keskusteltaessa lapsen tai työnantajan kanssa on toimittava eri tavoin. Myös poliitikot toimivat eri tavoin eri ympäristöissä. (Trent & Friedenberg 2000, 293.) Poliitikon on viestittävä äänestäjille sopivia merkityksiä, koska on riippuvainen heidän kiinnostuksestaan. Kun esiinnyttään äänestäjille, on kommunikoitava heidän ehdoillaan ja heidän tarpeitaan ja toiveitaan ajatellen. Toisaalta eduskunnassa tai ammattijärjestöjen kanssa debatointi vaatii toisen-

laista kommunikointitapaa. Tuolloin ammattisanaston ja asioiden hallinta korostuu entisestään.

Siimes on aina ollut siitä epätyypillinen nainen, ettei hän ole kursaillut vallan edessä. Hän on aina uskaltanut sanoa, että haluaa valtaa. Tultuaan puolueen varapuheenjohtajaksi... ilmoitti hyvissä ajoin pyrkivänsä myös puheenjohtajaksi. Ja kun hänet oli valittu, seuraavaksi pitikin jo saada ministerin paikka. (Suutari 2003a, 56.)

Siimes voidaan nähdä toisenlaisena poliittisen pelin pelaajana kuin Zyskowicz. Siimeksen ura on huomattavasti lyhyempi, mikä omalta osaltaan vaikuttaa hänen tapaansa liikkua poliittisella kentällä. Huolimatta lyhyehköstä poliittisesta urastaan Siimes on kuitenkin osoittanut pätevyytensä pelissä. Ministeriys ja Vasemmistoliiton puheenjohtajuus ovat merkittäviä meriittejä ansioluettelossa. Siimeksen tyyli toimia on ollut omaperäinen ja ennakoimaton. Hän ei ole suostunut alistumaan perinteiseen naisen rooliin politiikassa, vaan on osallistunut tilanteisiin kuin miehille katsotaan olevan ominaista ja sovinnasta.

Siimes on alusta asti tavoitellut johtavaa asemaa niin puolueen sisällä kuin valtakunnan politiikassakin. Poliitikka ei ole ollut hänelle vain turvavyöpaikka, vaan Siimes on kunnianhimon ja tavoitteidensa ajamana suunnannut päättäväisesti kohti poliittista eliittiä. Poliitikassa menestyminen ja valta-aseman saavuttaminen vaativat muutakin kuin valtavirran seuraamista. Rohkeat linjanvedot oman poliittisen toimintamallin muodostamiseksi ovat usein välttämättömiä. Vaikka joidenkin ryhmien varpaille astuminen on todennäköistä, on oletusarvona kuitenkin menestyksekkään poliittisen uran luominen.

Joidenkin mielestä Siimes ei hallitse politiikan kultaisia sääntöjä. ”Siimes ei kerta kaikkiaan ymmärrä, että politiikassa on tietty marssijärjestys.” ...ay-liikkeessä on perinteisesti totuttu siihen, että kun heidän nahkasohvilleen tullaan istumaan, niin sohvilla asioista myös yhdessä sovitaan. (Suutari 2003a, 57.)

Machiavelli (1994) ohjeistaa ruhtinasta olemaan maltillinen ja viisas sekä kehottaa ruhtinasta toimimaan ihmisiä arvostaen. Varomattomuuteen saakka luottavaisuutta tai sie-tämättömyyteen saakka epäluuloisuutta pitää välttää. (Machiavelli 1999, 71.) Siimes on pyrkinyt irti perinteisestä tavasta, jossa päätöksentekoon pyrkivät vaikuttamaan kaikki

asianosaiset tahot. Siimes kyllä kuuntelee neuvoja, mutta tekee silti omat johtopäätöksensä asioista. Hän on myös suorapuheinen ja asiakeskeinen. Näiden ominaisuuksien takia ristiriitoihin ajautuminen on ollut todennäköistä. Siimes on keskittynyt tekemään oman näköistään politiikkaa, eikä hän ole suostunut lehmänkauppoihin järjestökentän kanssa. Siimes keskittyy päätöksentekoon nahkasohvilla istumisen sijaan. Siimes on ottanut puolueensa politiikan teon haltuunsa vahvasti ja puolue on henkilöitynyt häneen. Puolueessaan hänellä on johtava asema, josta häntä on vaikea horjuttaa pois ilman yhtä vaikuttavaa ja vakuuttavaa vastaehdokasta.

”Sitähän voisi vaikka äänestää, mutta kun puolue on väärä” (Suutari 2003a, 52).

Siimeksen ja Vasemmistoliiton voittokulkua hidastaa yksi seikka. Puolueen sijoittuminen puoluekentässä ei ole omiaan lisäämään äänestäjien kiinnostusta. Siimes on yhtä kuin puolueensa, vaikka hänen persoonalleen olisikin käyttöä muissa vasemmistopuolueissa. Siimes siis viettelee tiettyyn pisteeseen saakka, mutta loppuun asti asetelma ei näin ollen kannu. Puoluekanta nähdään helposti liiankin suureksi virheeksi, jotta Siimestä voitaisiin tukea viimeiseen saakka. Zyskowitz ei ole joutunut samankaltaiseen asemaan puoluekantansa suhteen. Kokoomusta pidetään yleisesti hyväksytympänä puolueena kuin Vasemmistoliittoa. Lisäksi on huomioitava, että kokoomus puolueena on vanhempi ja suurempi sekä samalla vaikutusvaltaisempi. Zyskowitz on osittain tarkoituksellakin pysytellyt puolueessaan taka-alalla, antaen puoluejohdon huolehtia näkyvämmästä roolista. Hän ei ole asettanut itseään samalla tavoin alttiiksi arvostelulle, kuten puolueen johtajat usein joutuvat tekemään.

Puoluepolitiikka sisältää omat lainalaisuutensa ja toimintatapansa. Puoluekuri sitoo kansanedustajia ja hallituksessa on noudatettava tiettyä yhteistä linjaa, olipa puoluetasta mikä tahansa. Lipposella on kuitenkin aivan oma linjansa, jota hän edustaa ja tapansa, joilla hän toimii.

Lipponen on hoitanut eduskunnan puhemiehen tehtäviä noin kahdeksan kuukautta ja muokannut instituutiosta itsensä näköisen. Ensitöikseen hän puhdisti puhemiehen käytävän politiikan toimittajista ja asetti toimittajille muitakin rajoituksia. ... Lipponen äksyilee pitkän linjan politiikan toimittajille. ”POIS ALTA!” hän ärjähtelee eduskunnan käytävillä.

Ehkä Lipponen on kadottanut aidon yhteyden puolueaktiiveihin, kuten väitetään. Ehkä hänestä on kasvanut puolueelle jo liian suuri. ”Valta on muuttanut häntä valtavasti. Ei hän jaksa enää punnertaa vaikeiden käytännön asioiden puolesta”, Alho jatkaa. (Suutari 2003b,72–73.)

Lipponen on muovannut puhemiesinstituution oman näköisekseen asettamalla rajoituksia eduskunnan ulkopuolelta tuleville ja mököttämällä täysistunnossa. Puoluetoverit kuvaavat hänen muuttuneen vallan myötä, mikä on osasyllinen etäisyyden kasvuun. Vaikeiden käytännön asioiden puolesta punnertaminen ei ole enää Lipposta varten. Tämä kaikki on kuitenkin kuin osa poliittista peliä, suunniteltua toimintaa, jota pyörittää puhemies ja nykyisin ex-puheenjohtaja Lipponen. Kuka muu johtava poliitikko kykenisi pyörittämään vuosikymmeniä kestäneen instituution samalla tavoin päälaelleen kuin Lipponen on tehnyt. Auktoriteettia ja sananvaltaa riittää yhä, vaikka aika on ohitse ajamassakin.

Demarien johtoon on nousemassa ensimmäisen kauden kansanedustaja, mies varjosta, kaukaa takavasemmalta. Hän kuulee, näkee ja tietää kaiken. Hän valmentautuu kielikursseilla pääministerin virkaan. Hän on iso paha jättiläinen, joka napostelee aamumuroinaan vihreiden kansanedustajia.

Tapautui politiikassa nykyään mitä tahansa, juonelle veikataan aina samaa punojaa. Eero Heinäluomaa kuvataan mustakalaksi, jolla on lonkeroita kaikkialla: hallituksessa, eduskunnassa, tiedotusvälineissä, ammattiyhdistysliikkeessä, presidentinlinnassa.

Heinäluoma on ainutlaatuinen hahmo Suomen politiikassa. Kukaan muu ei ole käyttänyt yhtä paljon aikaa käytävävaikuttamiseen ja tiedotusvälineiden pyörittämiseen ilman, että hänestä tiedetään julkisuudessa juuri mitään. Heinäluoma tunnetaan teoistaan.

”Eero lyö korkealta ja kovaa”, yksi demaripoliitikko perustelee. ”Hän on kylmä ja kova”, sanoo toinen. Jatkossa Heinäluoman on todistettava, että hän on muutakin kuin taitava juonittelija.

”Jotta omat tavoitteet voivat toteutua, täytyy löytää muitakin, jotka niistä innostuvat. Aina tarvitaan yhteistoimintaa”, hän muistuttaa. Vaatimattomuus onkin hyve joukko-

voimaa korostavassa työväenliikkeessä. Välillä Heinäluoma ei vaan malta leikkiä liikkeen vaatimatonta soturia. (Möttölä 2005, 80, 85.)

Heinäluomalle politiikka todellakin näyttäisi olevan peliä sanan varsinaisessakin merkityksessä. Menestys poliittisella uralla on riippuvainen tukijoista ja taustavaikuttajista. Heinäluomalla poliittinen verkosto on laaja sekä määrältään että laadultaan. Yhteistyö työnantaja- ja työntekijäjärjestöjen kanssa antaa pohjaa lobbaustoiminnalle varsinaisten äänestäjien keskuudessa. Tiedotusvälineiden hallinta ja yhteistyö median kanssa takaavat mielipiteiden ja keskustelun avausten näkyvyyden. Laaja-alainen tuki antaa vahvat valtuudet toimia ja tehdä päätöksiä eduskunnassa, hallituksessa ja puolueen sisällä. Heinäluoma on hankkinut itselleen ja puolueelleen lisää kumppaneita. Hän on lähentänyt puolueensa ja vihreiden välejä. Tietoinen politiikka ja vihreiden liehittely ovat osaksi vilpítőntä ympäristöpolitiikka sekä raakaa valtapolitiikkaa. SDP tarvitsee vastavoiman ja yhteistyötä vihreiden kanssa kokoomuksen ja keskustan yhteistyötä vastaan. Pelin voittamisen merkitys näyttää korostuvan Heinäluoman harjoittamassa politiikassa, jossa peli ja valtapolitiikka ovat osa rehellisiä vaikuttamispyrkimyksiä.

Poliittinen johtajuus vaatii ketun ja leijonan ominaisuuksia. Ansojen välttämiseksi on jäljiteltävä kettua ja susien pelottamiseksi leijonaa. (Machiavelli 1999, 74.) Machiavelli osoittaa, kuinka politiikka vaatii juonittelua tiettyyn pisteeseen saakka. Petolliset ja ketumaiset ominaisuudet on osattava pitää piilossa, joten ruhtinaan tulisi olla suuri teeskentelijä ja näyttelijä (ibid.).

Machiavelli (1999) korostaa, että ruhtinaalle on kunniaksi olla todellinen ystävä ja todellinen vihollinen. Ruhtinaan on asetuttava selvästi jonkun puolelle ja jotakuta toista vastaan. (ibid., 92.) Heinäluoman laaja verkosto voi toimia pitkäänkin hänen hyväkseen ja edukseen. Toisaalta poliittisten ristiriitojen noustessa esiin, voivat tukiverkoston eri tahot alkaa vaatimaan Heinäluomalta panosta, joka voi vaikuttaa negatiivisesti suhteessa muihin. Poliittisen johtajuuden perusteet saattavat hajottua, kun taustat repeilevät. Heinäluoma korostaa yhteistoiminnan merkitystä politiikassa. Eri suuntiin levittäytyvät lonkerotkaan eivät voi poistaa sitä mahdollisuutta, että Heinäluoman omien intressien noustessa vahvemmin esiin poliittiset ystävät unohtuvat. Samalla voi käydä niin, että ystävät unohtavat tukensa ja kääntyvät Heinäluomaa vastaan. Avoimesti esiintymällä ja

oman kantansa paljastamalla on mahdollista pelastaa itsensä joutumasta voittajan armoille (Machiavelli 1999, 92).

Nopeus. Suoruus. Lahjomattomuus. Niitä tosin tulkitaan kovin eri tavoin. Joku näkee nopeuden töykeytenä, toinen älykkyyteen liittyvänä kärsimättömyytenä. Joku pitää suoruutta poliitikolle harvinaisena aitoutena, toinen loukkaavana käytöksenä ja pikkupoi-kamaisena uhitteluna.

Niinistö edellyttää, että asiat etenevät rivakasti. Hän ei siedä ”jahnaamista” ja vielä vähemmän huonosti perusteltuja argumentteja. Eri mieltä olevien ajattelun aukot hänen kerrotaan paljastavan ilman empatian hiventä. Niinistö suhtautuu työhönsä äärimmäisen vakavasti, ”osaa kaiken ulkoa”.

”Saulille on kova paikka, jos ei ole kovaa paikkaa...”. Niinistö on paineen alla parhaimmillaan – ja vaatii eniten itseltään.

Herätti hän millaisia reaktioita hyvänsä, yhdestä asiasta ovat kaikki samaa mieltä. ”Sauli ei kuseta”... Niinistö arvostaa riippumattomuutta ja toimii moraalinsa mukaisesti: lehmänkauppoja ei tehdä. Omaa etua tavoittelevat ovat hänestä vastenmielisiä. (Toiminen 2002, 45.)

Machiavellin (1999) ruhtinaan tulee osata toimia väärintekijöiden joukossa tilanteen vaatimalla tavalla. Jos ruhtinas pyrkii aina tekemään oikein, jää hän väärintekijöiden joukossa väkisinkin tappiolle. Mikäli ruhtinas tahtoo säilyttää asemansa, on hänen opeltava tekemään vääryyttä ja käyttämään tätä taitoaan tarpeen mukaan. Myös anteliaisuus on ruhtinaalle eduksi. Jos anteliaisuutta harjoitetaan, ei se useinkaan tule ihmisten tietoon, eikä poista epäilyjä kitsaudesta. Ruhtinas toimii omaksi vahingokseen, jos hän pyrkii kansan silmissä anteliaan maineeseen. On viisaampaa olla karttamatta saiturin mainetta. (Machiavelli 1999, 67–68.) Poliittinen peli edellyttää rehellisyyden lisäksi uskallusta ja tahtoa toimia tilanteen edellyttämällä tavalla. Aina suora rehellisyys ei näytä kannattavan, vaan joskus on tingittävä periaatteistaan päästäkseen johtavaan poliittiseen asemaan. Periaatteistaan ja arvoistaan ei tarvitse luopua, vaan poliitikon on osattava käyttää myös vastustajien keinoja saavuttaakseen johtajuuteen vaadittavan aseman. Niinistöä moitittiin liiankin tiukasta taloudenpidosta valtiovarainministerinä. Saituuteen

asti hän ei politiikassaan ole mennyt, mutta tiukan käden linja ei kuitenkaan ole poistunut Niinistön arvostusta. Vaikka kritiikkiä on tullut monelta taholta, on Niinistö säilyttänyt suosionsa kansan keskuudessa.

Ruhtinaalle mikään ei tuota niin paljon arvonantoa, kuin suuret yritykset ja harvinaiset ja esikuvalliset teot (Machiavelli 1999, 91). Niinistön poliittinen ura on edennyt poikkeuksellisen voitokkaasti. Puheenjohtajuuden aika oli menestyksenkäs ja kokoomuksen kannalta hän oli ehdottomasti loistava johtaja. Niinistö kohotti kokoomuksen imagoa ja antoi kasvot puolueelle. Ministerinä Niinistö joutui tekemään vaikeita päätöksiä, mutta siitä huolimatta hänen suosionsa ei laskenut. Presidentinvaaleissa 2006 Niinistö kilvoitelti vaalivoitosta loppuun saakka ja haastoi istuvan presidentin vahvasti. Kansa on ilmeisesti kokenut Niinistön poliittisena johtajana, jonka teot ja toiminta ansaitsevat kiitosta ja kunniaa.

Kanerva (1994) on kirjoittanut näyttämisen politiikan piirteistä Machiavellin Ruhtinaaseen pohjaten. Machiavellin poliitikko toimi rajatilassa, jolloin vaihtoehdot menestymisen ja häviön välillä olivat verrattain jyrkät. Modernit olosuhteet suosivat hienovaraisempia vaihtoehtoja. Instituutioiden todellisuudessa kukaan ei hallitse yksin, eikä poliittinen tappio automaattisesti tarkoita pakkoa vetäytyä poliittisesta elämästä. Poliittinen näyttäytyminen tarkoittaa suhteellisen tiukkojenkin ehtojen varaista poliittista toimintaa. *Poliittisena näyttäytyjänä* toimiminen ei edellytä televisioesiintymistä tai informaatioaktia. Poliitikko on näytteille asettavan politiikan tekijä. Näyttämisen politiikassa ei ole tavanomaiselle logiikalle ominaisia perusteluvaatimuksia tai loogisesta argumentaatiosta tuttua perusteluketjua. Ostensiivisen politiikan olennainen piirre on sen itseään oikeuttava luonne. (Kanerva 1994, 84–85.)

Poliittinen peli ei kaadu yhteen virheeseen. Moderni politiikka ei erota voiton ja tappion välistä rajaa niin jyrkäksi, ettei siihen jäisi välitilaa, jossa poliitikko voi jatkaa toimintaansa. Poliittisen pelin luonnetta kuvastaa myös raamitettu toiminta puolueen sisäisen hierarkian ja tavoitteiden välissä. Lisäksi poliittisten johtajien toimintaa sitovat myös joko hallituksen sisäiset päätökset tai opposition luomat tavoitteet toiminnalle. Kanerva (1994) mainitsee, että yksittäisen poliitikon ongelma on, että hänen henkilökohtaiset sitoumuksensa saattavat olla ristiriidassa käytännön, sääntöjen ja velvollisuuksien kanssa. Nämä sitoumukset vaikuttavat aina tehtyihin päätöksiin ja päätösten seurauksia har-

kitaan suhteessa henkilökohtaiseen sitoumukseen. Varsinkin näyttäytymisen politiikan sisällä tämänkaltaiset sitoumukset ovat ongelmallisia. Kollektiiviset käytännöt ja säännöt ovat helpommassa asemassa. Ne ilmenevät edellisinä keskusteluina, tehtyinä päätöksinä ja kommentteina. Kollektiiviset käytännöt ja säännöt ovat hankalia kyseenalaistaa, koska ne kuuluvat näkyvästi vallitsevaan käytäntöön. (Kanerva 1994, 86–87.)

Näyttämisen politiikan etu on sen sisällöllinen tyhjiys. Ostensiivinen politiikka on neutraalia, sillä sen ennakkoehtoihin kuuluu *monien* passiivisen katselijan rooli. Ostensiivisellä politiikalla luodaan katseen tiloja; draamaa, speaktaakkelia ja toisiinsa viittaavia näytöksiä. Merkittäväksi arvioitua politiikkaa ei ole lainkaan näiden ulkopuolella. Tätä Kanerva on pitänyt merkittävänä seikkana. Silmän luomasta tulee tällä tavoin ensin politiikan todellinen näyttämö, sitten sen ainoa mahdollinen näyttämö. (Kanerva 1994, 90.) Pelin tila ei ole yksilön itsensä päätettävissä, vaan se on sovitettava yleiseen käytäntöön. Poliitikkaa, sikäli kun se käsitetään julkisten valtatoimien tekemiseksi, ei ole olemassa tämän näyttämön ulkopuolella, jos yhteiskunnassa vallitsee sopimustila *monien* ja julkisen vallan välillä (ibid.).

4.4 Yksi meistä vain

Poliitikoilta odotetaan inhimillisyyttä ja empaattisuutta, kykyä välittää kansalaisista. Tämä huomioidaan mm. vaalimainonnassa ja tietenkin kansantilaisuuksissa ennen ja jälkeen vaalien. Miettinen (2002) kuvaa sitä, kuinka poliitikot halutaan esittää tavallisina ihmisinä ja kuinka kansalaiset myös haluavat niin tehtävän. Harrastuksista ja perhe-elämästä puhuminen on tärkeä osa intiimiyden tavoittelua (Miettinen 2002, 45.). ”Yksi meistä” –ominaisuus tekee kansan samaistumisen poliitikkoon mahdolliseksi ja saa pitämään henkilöä omana edustajanaan. Tämä ei kuitenkaan riitä. Yksi meistä tekee poliitikosta tavallisen lottokansalaisen, eikä näin ollen lainkaan kykenevää johtajaa. Poliitikon on siis oltava myös ”paras meistä”, jolloin hänet voidaan oikeuttaa käyttämään valtaa.

Politiikan ryvettynyt maine leimaa myös poliitikon maineen, joskus aiheettakin. Tämän vuoksi on tärkeää, että kansalla on todisteita siitä, että poliitikolla on eduskuntatalon ulkopuolista elämää. Siksi harrastusten ja perheen esittely julkisuudessa parantaa poliiti-

tikon imagoa ja todistaa hänen olevan jotain muutakin, kuin pelkkä poliittinen kone. (Karvonen 1999, 111.) Tämän ajatuskuvion avulla voidaan pitkälti selittää Vasemmistoliiton vaalikampanjan ilme v. 1999. Mainoksissahan hyödynnettiin Siimeksen olemusta tavallisissa arkiaskareissa: silittämässä paitaa ja leipomassa. Normaaliala kolmen lapsen äidin arkipäivää, minkä lisäksi hänellä riittää myös aikaa politiikan tekoon ja kansan hyvinvoinnista huolehtimiseen. Siimes ei kuitenkaan ole tuonut perhettään esiin julkisuuteen. Hän erottaa työn ja perheen toisistaan, nostaa perhe-elämän etusijalle. Median avulla on mahdollista esittää poliitikko yksityisenä ihmisenä ja antaa hänestä inhimillinen julkisuuskuva. Meille luodaan tunne, että kuulumme lähellä poliitikkoa ja hänen arkeaan.

Siimes kuuntelee elämänkohtaloita ja katsoo ihmisiä silmiin. Hän on hyvä ja kärsivällinen kuuntelija. Siimes tunnetaan siitä, ettei makeilu ole koskaan ollut hänen vahvimpia puoliaan. Kansa on enimmäkseen hurrannut Siimeksen irtiotoille, mutta muiden puolueiden poliitikot ovat moittineet häntä irtopisteiden keräilystä. Populismista. (Suutari 2003a, 52.)

Siimes ei mielistele kansalaisia, vaan omalle tyylilleen uskollisena – suorasanaisena, selkeästi esiintyvänä – vastaa kysymyksiin ja kertoo kantansa. Siimeksen tyyliin ei kuulu vallanpitäjien eikä kansalaistenkaan edessä kumartelu ja nöyristely. Hän sanoo, kuinka asiat ovat ja pitää sanansa. Hart (1994) esittää ihmisten olevan kiinnostuneita poliitikkojen julkisen ja yksityisen minän eroista ja olemassaolosta. Varsinkin keskiluokka on viehätynyt myytistä, jossa yksityinen ihminen on julkisen ihmisen sisällä. Media ja varsinkin televisio tuo äänestäjät lähemmäksi poliittisia johtajia. Jokaisesta äänestäjästä tulee poliittinen auktoriteetti ja tärkeä yhteiskunnallinen toimija. (Hart 1994, 45.)

Zyskoviczin juutalainen kotitausta erottaa hänet perinteisestä suomalaisesta kasvutautasta. Hän ei myöskään ole tuonut perhettään esille julkisuudessa, vaan on erottanut suurlta osin yksityiselämänsä poliittisesta elämästä. Zyskowicz ei ole puolueen kampanjoinnin keulakuva, vaan ensisijaisesti puolueen asioista ja lausunnoista vastaava takapiru. Huolimatta siitä, että hän on täysin suomalainen, on taustalla vaikutusta siihen, kuinka henkilöön samaistutaan. Silti hän on ollut vaalipiirinsä ääniharava useita kertoja ja on onnistunut useasti uusimaan mandaattinsa.

Zyskowicz tervehtii tuttuja ja tuntemattomia tapansa mukaan iloisesti ja lämpimästi, aivan kuin olisi näistä oikeasti kiinnostunut (Partanen 2004a, 44).

Hänen tapansa tervehtiä kansalaisia ja potentiaalisia äänestäjiä aitoa kiinnostusta osoittaen luo kuvan välittävästä poliitikosta. Näin toimimalla Zyskowicz tavoittaa kansalaiset ja onnistuu luomaan uusia, hyödyllisiä suhteita. Samalla hän antaa kuvan kokoomuksesta kansalaisten asialla olevasta puolueena. Kiinnostuneisuus auttaa myös tietojen keräämistä. Puheenjohtajakisan tai eduskuntavaalien askeleita on mahdollista mietiskellä ja suunnitella kansalaisten mielipiteiden mukaan.

Zyskowicz tuntuu rakastavan julkisuutta, ja hänen rimansa on matalalla. Hän on jopa tanssinut televisiossa hameessa Remu Aaltosen kanssa. Kysehän on miehestä, joka osallistuu innostuneesti Kymppitonin kaltaisiin televisiovisailuihin... Siinä missä Ville Itälä ja monet muut poliitikot vihaavat itsessään julkisuudessa luotua kuvaa, Zyskowicz rakastaa omaansa. Hän korjaa omaa käytöstään myyttiin sopivaksi, ei päinvastoin. Zyskowicz on ymmärtänyt, mitkä piirteet hänessä kiinnostavat ja miellyttävät ihmisiä, ja hän korostaa niitä taitavan poliitikon tavoin entisestään. (Partanen 2004a, 40,47.)

Zyskowicz osaa kuitenkin hyödyntää julkisuutta tavalla, joka monelle poliitikolle voi olla vierasta ja luonteen vastaista. On mahdollista todeta, että Zyskowicziin on helpohko samaistua ja tuntea läheisyyttä, koska hän tuo itsensä kansalaisten lähelle tarjoamalla itsensä julkisuuden käyttöön sekä antaen kansalle naurunaiheitakin. Hän ei karsasta politiikan ulkopuolisia esiintymisiä, vaan on valmis tuottamaan itsestään lähtöisin olevaa viihdettä.

Aivan kuin olisi olemassa kaksi Zyskowiczia. Vai onko Zyskowiczin koominen puoli vain ovela sumuverho todelliselle, partaveitsenterävälle, kokoomusta ohjailevalle Benille? (Partanen 2004a., 40).

Koomisella puolella hän houkuttelee äänestäjiä samaistumaan, mutta tämän ominaisuuden takana näyttää piilevän kokoomusta ohjaileva, partaveitsenterävä Zyskowicz.

Sekä Siimes että Zyskowicz ovat kiinnostuneita ihmisistä ja heitä yhdistää tietynasteinen kansanomaisuus. Äänestäjät voivat lähestyä heitä vapaasti ja tuntea yhteenkuulu-

vuutta. Vaikka tämä saattaakin osittain olla ”pakollista kiinnostuneisuutta”, onnistuvat he välittämään kuvan aidosta kiinnostuksesta.

Uskottavuutta lisää, ettei hän ryvetä itseään poliittisissa skandaaleissa eikä myy yksityisyyttään medialle. Henkilö Niinistö ei 15 parlamenttivuoden jälkeen tiedetä juuri muuta kuin nikotiiniaddiktio, rullaluistelu ja kaunis ystävätär. Puolivallaton leskimies on myyttinen hahmo, ja vain harva tietää, kuinka todenmukainen tuo myytti on. (Toiminen 2002, 42.)

Niinistö on säilyttänyt yksityisyytensä samalla tavoin kuin Siimes ja Zyskowicz. Myös hänen perheestään tiedetään julkisuudessa vähän, eikä Niinöstä ole onnistuttu repimään myyviä otsikoita iltapäivälehtiin. Niinistö on antanut ensisijaisesti poliittisten tekojen puhua puolestaan. Julkisuus toistaa koko ajan Niinöstä luotua myyttiä ja juuri mitään uutta faktaa ei esiin ole onnistuttu kaivamaan. Näyttää siltä, että Niinistö on tosiaankin ”yksi meistä” yksityiselämänsä osalta. Yksityisasiat pysyvät yksityisinä, eikä kotia ja aikuisia lapsia esitellä naistenlehtien sivuilla.

Myyttinä Niinistö on mediaseksikkäämpi, kuin omana itsenään. Sankari-Sauli on hohdokkaampi kuin arki-Niinistö, jonka elämäntyylä kuvataan karun askeettiseksi. Salon asunnolleen Niinistö menee julkisilla tai ajaa vuosimallin –83 Bemarilla... Toki hän urheileekin, harrastaa tennistä, jääkiekkoa ja luistelua. Sekä keihäänheittoa Suomusjärven mökillä, missä hän saunoo – ja kasvattaa kukkia. Draama hiipuu, mitä lähemmäs Niinistön arkea mennään. (Toiminen 2002, 47.)

Ruhtinaan ei kannata vältellä saiturin nimeä, sillä eläen säästeliäästi hän ei hanki petomaisen hallitsijan mainetta ja pystyy välttämään mitättömyyteen ja köyhyyteen luisumisen. Saituus on niitä paheita, jotka pönkittävät ruhtinaan asemaa. (Machiavelli 1999, 69.) Poliittisen johtajan aseman korostaminen ei vaadi suuria sijoituksia ja leveää elämää. Niinistö osoittautuu arkiseksi ja tavalliseksi mieheksi, joka ei ole kadottanut yhteyttään yksityiselämäänsä. Perheen ja vapaa-ajan merkitys toistuvat samanlaisina kuin suomalaisilla keskimäärin. Kuvaus hänen yksityisestä maailmastaan voisi olla suurelta osin kuvausta kenen tahansa suomalaisen arjesta. Vain Niinistön poliittinen minä erottaa hänet massasta ”paras meistä” –kategoriaan. Niinistön kiinnostavuus perustuukin ensisijaisesti poliittiseen kuvaan, eikä hänen perheellisen miehen rooliinsa. Niinistön arki ei

ole tehnyt hänestä kuuluisaa ja persoonallista poliitikkoa. Hänen poliittinen roolinsa ja käyttäytymisensä julkisuudessa ovat luoneet sen myytin, jonka vetovoimaa suomalaisessa poliittisessa elämässä on jo vuosia saatu todistaa.

Hänestä puhutaan kaikenlaista, mutta tiedetään vähän. Heinäluoma on ainutlaatuinen hahmo Suomen politiikassa. ...hänestä tiedetään julkisuudessa juuri mitään. Heinäluoma on hyvä seuramies, hän on kohtelias ja hänellä leikkaa nopeasti. Opettajavai-mo... Pariskunnalla on kolme lasta. Heinäluoma harrastaa shakkia, penkkiurheilua ja retkeilyä, on kiinnostunut maanpuolustuksesta, eikä nauti alkoholia kerrallaan muutama annosta enempiä. Siinä kaikki. (Möttölä 2005, 78, 80.)

Heinäluoma toistaa yksityiselämän säilyttämisen kaavaa. Perhettä ei siis tarvitse tuoda esiin menestyäkseen poliittisessa elämässä. Poliittinen johtaja ei tarvitse yksityisyyden levittämistä toisten kansalaisten eteen, vaan yksityiselämää on mahdollista elää rauhassa ja irrallisena poliittisista kuvioista. Mediaan ei tarvitse Suomessa nostaa koko elämäänsä, toisin kuin Yhdysvaltojen poliittisessa kampanjoinnissa. Poliittisesti johtavaa asemaa tavoittelevien on ilmeisestikin Suomessa mahdollista säilyttää elämänsä politiikan ulkopuolella. Normaalius näyttää toistavan itseään, koska lähes poikkeuksetta yksityinen säilytetään sellaisena.

...häneltä löytyy sukujuuria täältä 1600-luvulta. Merkillistä, vastahan hän kertoi olevansa samaa sukua Kekkonen kanssa.

Ja kas kummaa, taas Lipponen mainitsee osan suvustaan tulevan juuri näiltä seuduilta. Paavo Lipponenhan on kuninkaallista sukua, tosin yli tuhannen vuoden takaa. (Suutari 2003b, 74–76.)

Ehkä hänen innokkuutensa kaivaa esiin sukujuuria liittyy paitsi oma ikääntyminen myös tarve kirjoittaa henkilökohtainen historia merkittävämmäksi. Lipponen lähestyy kansaa luomalla yhteenkuuluvuutta alueen ja sen asukkaiden kautta. Jos Lipposella on sukua paikkakunnalla, on hän lähes naapuri kaikille. Vakuuttavan poliitikon puhe on pakko ottaa todesta. Näillä pienillä viittauksilla sukulaisuuteen Lipponen lähentyy kansalaisia, antamalla heille mahdollisuuden tuntea olevansa melkein sukua julkkikselle.

Hän sanoo, että alkaa olla jo kiire pikkuisten luo kotiin lukemaan iltasatua. Kun muut hänen ikäisensä miehet haaveilevat jo eläkkeelle pääsystä, Lipponen elää vielä isoisäiässään nykyaikaista uusperhemallia, jossa kansainvälinen seminaariväki saa odottaa, jos aamupuurot palavat pohjaan tai aamutoimet uhmaikäisten lasten kanssa päättyvät kaaokseen. (Suutari 2003b, 72, 76.)

Yleisesti on tiedossa Lipposen nuoruudessa solmittu avioliitto ja siitä oleva tytär. Toisaalta olemme kuukausittain saaneet lukea puhemiehen ja hänen uusioperheensä elämästä, elokuvissa käynnistä tai rouvan uudesta kirjasta. Tiukasta puoluejohtajasta on tullut perheenisä ja politiikasta syrjään jäävä puhemies. Vaikuttaa, ettei hänellä ole enää samankaltaista tiukkaa otetta puolueensa asioihin tai kiireisiin poliittisiin tehtäviin. Poliitiikan edelle näyttäisi ajavan perhe. Toisin kuin muut poliittiset johtajat, Lipponen ei ole ollut pidättyväinen perhe-elämänsä suhteen. Tällä kaikella pyritään todistamaan Lipposen olevan tavallinen suomalainen mies, joka tekee työtä hartiavoimin turvatakseen perheen hyvinvoinnin. On kuitenkin epätodennäköistä, että hän suuremmin hyötyy tämänkaltaisen imagon korostamisesta. Äänestäjät kaivannevat Lipposelta muutakin kuin vinkkejä vellinkeittoon.

Poliitikkojen näkeminen inhimillisissä tilanteissa, kuten perheensä parissa, hampurilaisravintolassa tai harrastamassa lähentää meidät poliitikkoihin. Unohdamme kuitenkin helposti, että median esittämät otokset ovat tarkoin valittuja ja harkittuja. Persoonallisuus ja intiimiys liittyy politiikan tekemiseen. Intiimiys poliitikon kanssa on erityislaatuista, sillä se perustuu älyllisyyteen eikä kiintymykseen. Poliittinen intiimiys perustuu syöttiin ja muutokseen eli poliitikko houkuttelee luokseen, tekee mahdollisesti virheen äänestäjien silmissä, minkä jälkeen äänestäjä pakenee poliitikon luota. Kunnes taas tulee uusi poliitikko tai jopa sama, joka onnistuu uudelleen viettelemään äänestäjän. Kyseessä on siis jatkuva viettelyn kehä. Jotkut poliitikot ovat epäilemättä sopivampia persoonien politiikkaan kuin toiset. (Hart 1994, 28–30, 66.)

4.5 Median hallitsija vai median hallitsema?

Poliitikkojen mediasuhde on dialektinen. Mediasuhde koostuu ulottuvuuksista – kuten mitä asioita julkisuuteen halutaan tuoda, yksityiselämän käsittely avoimesti tai ei lain-

kaan, mihin lehtiin annetaan haastatteluja, mihin ohjelmiin osallistutaan – ja poliitikkojen tulee ratkaista suhteensa mediaan näiden ulottuvuuksien kautta. Poliitikon tulee itse ratkaista, kuinka läheiset suhteet hän solmii median kanssa. Liiallinen erillään olo mediasta ei ole hyväksi, koska tällöin ei saavuteta julkisuutta ja tulla tunnetuksi. Toisaalta liian läheinenkään ei saa olla. Median tarpeisiin mukautuminen opettaa mediaa vastustamaan poliitikon manipulointia. Näin poliitikon on kehitettävä hienovaraisempia taktiikoita vaikuttaa median toimintaan. (Isotalus 1998, 246–247.) Kun nuoret naiset paistattelevat populaarin politiikan julkisuuden viihteellisessä valokeilassa, perinteinen, asiallinen, vakava ja ”oikea” politiikan julkisuus näyttää yhä *äijien* hallitsemalta. (Aslama & Jääsaari 2004, 65.)

Politiikan medialisoituminen on muuttanut politiikan tekemisen ehtoja. On jopa mahdollista epäillä, että asioiden hallinta ei merkitse enää mitään, vaan edullisen ulkomuodon avulla saavutetaan halutut tulokset. Toisaalta on kuitenkin hedelmällisempää ajatella, että median vaikutuksesta politiikan huipulla asiat on hallittava rautaisella ammattitaidolla. Lisäksi on oltava hyvä mediassa. Poliitikko on siis mahdollista nähdä uudenaikaisena ympäristönä, joka suosii uudenlaista poliittikolajia. (Karvonen 1999, 34.)

Poliittinen johtajuus ja tietenkin myös päivittäinen politiikka ovat muuttuneet persoonien peliksi. Imagon ja kansaa miellyttävän olemuksen myötä kohoaminen poliittiseen eliittiin mahdollistuu. Mediapeli vaatii poliitikolta taitoa vietellä yleisö, vakuuttaen heidät siitä, että on juuri sellainen persoona, jota he aina ovat kaivanneet ja tarvinneet. Suomen poliittinen kulttuuri ei kuitenkaan suosi liian näkyviä mediapersoonia. Tosi asia on, ettei tunnettuus muualta kuin politiikan kautta tee persoonasta huonompaa tai parempaa. Valmiiksi julkisuudessa olevan henkilön on helpompi tuoda itsensä esille mediassa ja näin rakentaa julkista olemustaan vaikkapa politiikkaan sopivaksi. Julkisuus median välityksellä ja sen hallitseminen ja saavuttaminen ovat osa poliitikon arkipäiväistä toimintaa. Median vallatessa lisää tilaa politiikasta, on poliitikkojenkin täytynyt laajentaa toimenkuvaansa. On myös median vastuulla, kuinka poliitikot esitetään. Mitä useammin poliitikko on esillä tiedotusvälineissä omilla ehdoillaan ja mahdollisimman vähän toimittajan ehdoin, sitä parempi lopputulos on (Uimonen 1992, 27). Poliitikot pääsevät kuitenkin harvoin omin ehdoin esiintymään. Sen vuoksi onkin tärkeää hallita mediaa.

Kansalaisille Vasemmistoliitto ja sen puolueohjelma on yhtä kuin sen puheenjohtajan kasvot. Siimes on heille se tyylikäs siilitukkainen nainen, joka puhuu aina selkeästi telkkarissa eikä hermostu kuten Lipponen tai Jätteenmäki. Siimes tietää, että hän on kuin luotu media-ajan poliitikoksi. Siimeksen varsinainen läpimurtokin tapahtui – missäpä muualla kuin televisiossa. (Suutari 2003a, 52, 54.)

Tilanteissa, joissa mediaan ei voida vaikuttaa, korostuvat poliitikon verbaaliset taidot ja yleisen esiintymiskyvyn taso. Nämä ominaisuudet erottavat rivipoliitikot poliittisista johtajista. Siimes, Zyskowitz, Niinistö ja Heinäluoma hallitsevat mediaa ja osaavat toimia sen asettamien vaatimusten mukaan. Selkeäsanaisuus lisättynä asiapolitiikan hallitsemiseen on lyömätön yhdistelmä nykypoliitikolle.

Pokerinaama. Pelimies. Loistava pyörittämään mediaa. ...Zyskowitz pyörittelee kookoomusta ja julkisuutta luonnonlahjakkuuden heppoudella... Mutta jos Ben Zyskowitzin urasta jotain voi oppia, niin sen, että julkisuuden voi aina kääntää voitoksi. (Partanen 2004a, 40, 44, 47.)

Zyskowitz kuuluu samaan kategoriaan Siimeksen kanssa. Hän on poliitikko, joka loistavilla puhujan lahjoillaan on suorastaan ylivoimainen. Media tuntuu mukautuvan Zyskowitzin tavoitteisiin kuin huomaamatta. Luultavasti Zyskowitz on Siimestä taitavampi median maailmassa. Hänestä on vaikea saada irti mitään negatiivista sanottavaa, niin taitavasti hän näyttää onnistuvan johdattelemaan median ajatukset muualle. Kanerva (1994) muistuttaa televisuaalisen kulttuurin monimutkaisuudesta ja sen monipuolisuudesta kuvallisessa ja suullisessa merkityksenannossa. Televisuaalinen kulttuuri perustuu toteutumistavassaan gutenbergilaiseen eli kirjalliseen kulttuuriin, mutta sisällöllisesti se toimii suullisen esityksen varassa. Poliitiikan tapaus on monimutkainen, sillä politiikka ja poliittinen vaikuttaminen ovat ensin pohjautuneet hyvän puhujan vakuuttavaan esitykseen. Poliitiikan kirjallistuminen tapahtui gutenbergiläisen kauden jälkeen. Televisuaalinen kehitys on taas muuttanut politiikan suuntaa, palauttaen sen kohti suullisen politiikan aikaa. (Kanerva 1994, 95–96.)

Viimeiseen seitsemään vuoteen tuskin mahtuu montakaan päivää, jolloin tv:ssä tai lehdissä ei olisi mainittu Niinistöä. Hän on maan tunnetuimpia ihmisiä, mutta yhä vaivautunut joutuessaan ihmisten huomion kohteeksi henkilönä. (Toiminen 2002, 47.)

Niinistö tarjoaa medialle asiaa, ei itseään. Ministeriaikana Niinistö jakoi suorasukaisia ja realistisia kommentteja, joita ei lähdetty kyseenalaistamaan median, puolueen tai kansanedustajien joukossa. Ainakaan julkisesti. Niinistön itsevaltiias asema puoluejohtajana antoi hänelle mahdollisuuden toimia puolueen äänenä. Tylyäkin linjaa noudatellut politiikka sai kuitenkin kansalta varauksettoman tuen. Niinistö voidaan luokitella uskottavaksi poliitikoksi. Niinistön mediaseksikkyydestä on mainittu jo aiemmin. Ulkoisen olemuksen lisäksi hänen toimintatapansa miellyttävät äänestäjiä. Median hallitseminen ja siinä onnistunut toimiminen eivät edellytä yhtäjaksoista kumartelua. Niinistönkin tapauksessa asiat näyttävät puhuvan puolestaan. Media on antanut poliitikolle työrauhan ja vapauden toimia.

Lipponen on politiikan toimittajien mielestä kuin käkikellon käki, joka tulee ulos kaapista, rääkäisee asiansa ja pistää taas luukut kiinni. ”Paavo tarkoittaa ärähdyksensä usein huumoriksi, mutta media kääntää sen pahansuovasti toiseen muotoon. Paavo kokee voimakkaasti olevansa yhteisen hyvän palveluksessa”, Filatov puolustaa. No, uskotaan, mutta pitkistä miehestä on alkanut kyllä paistaa vallanpitäjille tyypillinen vainoharhaisuus. (Suutari 2003b, 73–74.)

Lipposen mediapolitiikka ei ole juurikaan hallittua. Kärkevät kommentit suunnattuina toisille poliitikoille, piikit keskustalle ja huolimattomasti muotoillut lausunnot toimittajille eivät ole mediaa pyörittävän poliitikon tapaista. Lipposelle on normaalia vastata kärkevästi, kun hänet ahdistetaan nurkkaan ja tilanteeseen, johon hän ei itse suunnitellut joutuvansa. Häneltä saa selkeitäkin lausuntoja, mutta väärin ja hankalasti asetetut kysymykset nostavat Lipposen puolustuskannalle. Uimonen (1996) analysoi Lipposen ja median ongelmien johtuvan imago-tietoisuudesta. Ristiriidat syntyvät tahtojen törmäyksestä. Lipponen on joko ollut tyytymätön siihen, mitä hänestä tai hänen toimistaan on sanottu mediassa. Toinen vaihtoehto on, että Lipponen on halunnut kontrolloida omaa julkisuuskuvansa. Jännitteet ovat johtuneet Lipposen käsityksestä sopivista toimintatavoista ja median halusta toimia omilla ehdoillaan ja päättää informaation sisällöstä. (Uimonen 1996, 120–121.) Herkkäuskoinen ja hätiköivä ei saa olla, eikä vaaroja saisi nähdä siellä, missä niitä ei ole (Machiavelli 1999, 71.) Lipposen johtajuus kärsii hänen epäluuloisuudestaan. On turha puolustautua ärähtelemällä ja piiloutua murahdusten

taakse. Lipposen valitsemaa asemaa politiikan kentässä ei ainakaan toistaiseksi ole ryhtynyt uhkaamaan.

Machiavelli (1999) ohjeistaa ruhtinasta varomaan, ettei hänen suustaan luiskahda lausahdusta, joka ei olisi mainittujen hyveiden kyllästävä. Ihmisten pitää häntä katsellessaan ja kuunnellessaan uskoa, että hän on armeliaisuus, uskollisuus, vilpittömyys, lempeys ja vanhurskaus. Ihmiset arvostelevat enemmän silmiensä kuin käsiensä kokemusten mukaan. (Machiavelli 1999, 75.) Lipponen unohtaa useissa tilanteissa kommenttinsa luoman kuvan. Lipposen ennakoimattomia mielialoja on vaikea lukea ja tulkita, mikä vuoksi lausuntojen tulisi tavoitella harkittua linjaa. Pelkästään median ilkeydestä ei voine olla kyse, mikäli Lipposen lausunnot ja kommentit tulkitaan toisella tapaa, mitä hän itse tarkoittaa. Juuri tästä median hallitsemisessa on kyse. Esiintymisellä, harkituilla lausunnoilla ja kärsivällisyydellä toimittajia ja mediaa kohtaan Lipponen voisi luoda toisen kuvan itsestään. On tietenkin oleellista pohtia, onko tämänkaltainen mediakuvan muuttaminen sekä imagon ja uusien mielikuvien luominen tarpeellista tässä vaiheessa poliittista uraa. Lipponen tunnetaan tyylistään ja siihen ovat niin median edustajat kuin kansakin tottunut.

Itseironia ei ole koskaan ollut hänen lajinsa. ”Vaikka hän on sosialidemokraatti, ei hän koskaan ole ollut sosiaalinen eikä demokraattinen”. (Suutari 2003b, 73.)

Lausahdus ”ei pidä provosoitua, kun provosoidaan” ei päde Lipposen kohdalla. Lipposen poliittinen kokemuskaan ei ole pystynyt poistamaan sitä tosiasiaa, että itseensä tai päätöksiinsä kohdistuvaa kritiikkiä hän ei kykene sulattamaan.

Lipponen on suomalaispoliitikoista niitä harvoja, joilla on varaa tiettyyn itsenäisyyteen ja sitä kautta myös yksinäisyyteen. Hän on taistellut itselleen aseman, jossa ei tarvitse ajatella, miltä asiat näyttävät, vaan voi keskittyä itse asioihin. (Suutari 2003b, 76.)

Lipponen ei ole kartellut julkisuutta, vaikka näyttääkin siltä. Väärä vaikutelma syntyy helposti siitä, kun Lipponen marssii kameroiden ohi sanomatta mitään tai murahtelee lausunnoiksi epämääräisiä kommentteja. Lipponen jakaa haastatteluja, mutta hän valitsee tarkoin tavan, ajan ja median. Lipposen voidaan katsoa hallitsevan mediajulkisuutta omalla tavallaan ja jopa pitkälle kehitetyin metodein. Hän on kääntynyt verkkaisen esiintymisen vahvuudekseen. Kun esiintyy harvoin ja suunnitellusti, syntyy vaikutelma

luotettavuudesta ja lausunnot noteerataan merkityksellisiksi. Lipponen piikittelee mediaa ja antaa näkemyksensä epäonnistuneistakin toimista. Lipponen ei ole lausuntoautomaatti, vaan hän edustaa erilaista puhujatyyppejä. Lipposelta voi odottaa letkauksia, mutta ne hän käyttää sopivissa tilaisuuksissa ja harkiten. Eurooppalaiset vaikutteet ovat nähtävissä Lipposen mediastrategian taustalla. Hän pitää etäisyyden mediaan, eikä keskity epäviralliseen informointiin. (Uimonen 1996, 122–124.)

Kukaan muu ei ole käyttänyt yhtä paljon aikaa käytävävaikuttamiseen ja tiedostusvälineiden pyörittämiseen... ...hän on mielikuvapoliitikko sanan varsinaisessa merkityksessä. Hän luo mielikuvia leikkaamalla asioita yhteyksistään ja liittämällä niitä toisiin. Heinäluoma on spin doctor, joka syöttää viestimille näkökulmia niin, että ajatukset alkavat elää muiden nimissä. Heinäluoma sanoo, ettei kannata syyttää tiedotusvälineitä, jos oma toiminta näyttää huonolta. Heinäluoma puhuu hitaasti ja harkiten, lauseet ovat painovalmiita. (Möttölä 2005, 80, 82.)

Heinäluoma osoittaa ilmeistä median hallintaa. Hänen suuhunsa on mahdotonta istuttaa lauseita, joita siitä ei ole oikeasti kuultu. Tarkat sanavalinnat, aihepiireihin perehtyminen ja omien ajatusten hieman verhoiltu esittäminen antavat Heinäluomalla etulyöntiaseman. Häneltä ei tule harkitsemattomia lausahduksia, kuten edeltäjältään Lipposelta. Heinäluoma on ilmeisesti oppinut kantapään kautta, että eilisen uutinen ei ole sitä enää tänään. Näin ollen lausuntojen on oltava valmiita, kun niitä aletaan esittämään. Uimonen (1996) selittää, kuinka varomaton lausunto tai huonosti valittu ilmaisu voi aiheuttaa kohua ja vaarantaa vuosien työn. Toisaalta, jos mediassa onnistuu, omaa asiaansa voi edistää paremmin ja nopeammin kuin se olisi muilla keinoin mahdollista. (Uimonen & Ikävalko 1996, 18.) Lipposen ja Heinäluoman mediapolitiikka ovat täysin kentän eri laidoilta. Heinäluoma on panostanut tietoisesti mediailmeensä kehittämiseen. On tärkeä huomioida, että viime aikoina Heinäluomaltakin on saatu julkisuuteen närää herättäneitä kommentteja. Särötöntä yhteistyötä median kanssa on turha toivoa.

Politiikka on peliä monessa suhteessa. Julkisuuden ja median osalta peli on koventunut entisestään ja saanut aina vain suuremmat mittakaavat. Moring ja Himmelstein (1993) kirjoittavat politiikasta julkisuuspelinä. Poliitiikan ja julkisuuden suhdetta käsitellään usein pelin metaforan kautta. Peli perustuu tässä tapauksessa kahteen mekanismiin. Toisaalta markkinoilla vaikuttava informaation ylitarjonta asettaa pelille kehykset. Toisaal-

ta poliitikkojen on aktiivisesti huomioitava julkisuuden markkinat suunnitellessaan toimintaansa. Toki julkisuuden lisäksi kiinnitetään huomiota poliittisiin asiakokonaisuuksiin, jolloin julkisuuteen liittyvät intressit jäävät vähemmälle. Julkisuuspelejä on vain osa poliittista toimintaa. (Moring & Himmelstein 1993, 23–24.)

Julkisuuspelissä on useita osapuolia. Tämä unohtuu helposti, kun tarkastellaan peliä. Julkisuuspelimetafora sovelletaan helposti yksistään poliitikkoihin, joiden katsotaan johtavan peliä. Kuitenkin eri taustavaikuttajaryhmät voivat toimia aloitteentekijöinä. Median edustajat voivat myös halutessaan nostaa esiin ihmisiä julkisuuden valokeilaan. Poliitikkojen ja median suhdetta voisi kuvata vaihtokaupaksi. Poliitikko hallitsee median tarvitsemaa informaatiota. Media ja toimittajat toimivat portinvartijoina poliitikon haluamalle julkisuudelle. (Moring & Himmelstein 1993, 24–25.)

Kettutyttöjen ja Toni Halmeen aikakaudella ei enää voitane puhua yhtenäisestä politiikka- tai poliitikkokuvasta. Sukupuolenmukaiset jaot eivät ole silti menettäneet merkitystään. Naiset saavat edelleenkin tehdä enemmän kuin miehet, rakentaessaan imagoa tai työuraa. Populaarimediasta lainattu stailaus ja imago näyttävät varsin naisellisena piirteenä suomalaisessa politiikan julkisuudessa. Popularisoituminen on nähtävissä mahdollisuutena naisten poliittisen toimijuuden laajentamiselle ja laajenemiselle. Naispoliitikkojen määrällinen näkyvyys saattaa jopa ylittää miesten näkyvyyden populaarijulkisuudessa. Mediajulkisuudessa tasa-arvo on karkeasti arvioiden toteutunut jo pitkään. (Aslama & Jääsaari 2004, 62.)

Miespolitiikon pitää olla mediassa rautaa, joka sulaa hetkeksi esimerkiksi tunnustamaan rakkautensa omiin lapsiin tai rullaluisteluun. Kokoomus vaihtoi miespuolisen pehmo-puheenjohtajansa jäməkämpään ja nuorempaan. Näkyäkseen julkisuudessa naiset saavat tehdä sirkustemppeja pelleilystä akrobatiaan: masentua, laihduttaa, lakata kynsiä, rakastua ja erota, vaihtaa puoluetta ja niin edelleen. (Aslama & Jääsaari 2004, 65.) Vaatiiko media naisilta ylinaisellisuutta, jotta heidät huomioitaisiin ja otettaisiin huomioon vakavina poliitikkoina? Mediajulkisuuden saavuttaminen ei välttämättä vaadi parisuhteen ruotimista lehtien sivuilla. Siihen voi päästä myös epäonnistumalla julkisesti, ajamalla juopuneena tai lähettämällä tekstiviestejä väärille ihmisille. Eikö positiivinen toiminta sitten kiinnosta mediaa ja sen kuluttajia? Pitääkö ensin mokata, jotta saa julkisuutta? Kuluttajien kiinnostus rajoittuu usein henkilökohtaisiin asioihin. Varsinainen poliittinen

puhe ei myy lehtiä, vaan sen tekevät juorut. Luultavaa on, että naiset turvautuvat miehiä helpommin ja useammin puhumaan henkilökohtaisista asioistaan. Media on osoittautunut raadolliseksi toimintaympäristöksi. Sen hallitseminen vaatii tiukkaakin henkilökohtaista kontrollointia ja säätelyä siihen, mistä haluaa tulla muistetuksi. On kuitenkin fakta, että positiivisella julkisuudella on menestyksen kannalta pisimmät jäljet.

Poliittinen johtajuus jakautuu moderniin ja perinteiseen osaan. Nykyiset poliittiset johtajat omaavat useita johtajilta vaadittuja taitoja ja ominaisuuksia, jotka eivät ole sinällään muuttuneet vuosien aikana. Moderniin johtajuuteen on kuitenkin liitettävä uudenlaisia vaatimuksia, joiden hallinta tekee poliitikosta menestyvän ja persoonallisen. Tutkimastani viidestä johtajasta löytyy monia hyveitä, joiden avulla he ovat nousseet nykyiseen asemaansa. Heidän väliltään on löydettävissä samankaltaisuuksia, mutta pienten erojen vuoksi heidät on mahdollista jaotella moderniin tai perinteiseen koulukuntaan kuuluviksi.

Modernin johtajan ominaisuuksina voidaan pitää kattavaa medianhallintaa, kykyä heittäytyä kansan pariin ja uskallusta antaa kansalla samaistumisen mahdollisuus. Poliittisen pelin hallitseminen on oleellista modernissa johtajuudessa, mutta myös perinteisessä johtajuudessa. Modernin johtajan voi kuitenkin katsoa hallitsevan pelin paremmin, koska peliin on yhä useammin sidottu median läsnäolo. Heinäluoman ja Zyskoviczin yhteistyö median kanssa ja sitä hyödyntäen on osa modernin johtajuuden olemusta. Perinteistä johtajuutta edustava poliitikko keskittyy ensisijaisesti asiapoliittisiin kysymyksiin, eikä hän ole valmis esiintymään tai tuomaan itseään julkisuuteen muuna kuin poliitikkona. Perinteiselle johtajuudelle on tyypillistä tilanteen hallinnan tavoittelu omien ehtojen mukaisesti. Lipponen on hyvä esimerkki perinteisestä poliittisesta johtajasta. Poliitikko itsessään on merkityksellistä Lipposelle, eikä hän panosta mediasuhteisiin samalla tavoin kuin seuraajansa Heinäluoma. Lipponen ei tavoittele julkisuutta viihdeohjelmien kautta, vaan lähinnä karttelee sitä. Siimes ja Niinistö ovat molemmat moderneja johtajia, joiden avuina on ulkonäkö ja edustavuus, asiapolitiikan ja median hallinta sekä kyky saavuttaa kansan luottamusta sisäisten ja ulkoisten ominaisuuksiensa avulla.

5 JOHTAJUUDEN KUVAT

Poliitikoista on nähtävissä monenlaisia kuvia. Perinteiset lehdissä olevat poseerauskuvat, haastattelujen yhteyteen lavastetut kuvat tai kuvat kotioloista sekä vaalimainokset luovat kaikki erilaisen ilmeen poliitikoista. Myös katsojien tulkinnat vaihtelevat kuvista riippuen. Hovi-Wasastjerna (2000) tuo esille kuvallisen viestinnän kaksi puolta. Vaalimainonta luo kuvan poliitikoista sellaisena kuin tämä itse haluaa. Julkisuuteen tulee siis kuva, jonka poliitikko tai taustaryhmä katsoo parhaiten häntä kuvaavan. Median antamaan kuvaa poliitikko ei itse pysty sanelemaan. (Hovi-Wasastjerna 2000, 175.) Kuvat ovat osa non-verbaalista viestintää. Kuvien viestit vahvistavat meidän valintojamme, vaikka sitten poliitikkojen suhteen. Samalle ne esittävät ja edustavat henkilöä, joka kuvien avulla saa tarvitsemaansa julkisuutta ja huomiota.

Julkisuus koostuu kuvista, teksteistä ja äänistä. Niistä muodostuu esityksiä, joita erilaiset mediat levittävät. Siltikään emme tiedä, kuinka nämä esitykset on tehty. Mediaesitykset ovat *symbolisia tuotteita*. Niitä ei voida pitää yhteiskunnallisesti viattomina, vaan ne voivat tarjota aineksia sekä propagandalle että aidolle pyrkimykselle demokraattiseen päätöksentekoon. Kaikki lehdissä julkaistavat kuvat eivät ole kuvajournalismia. Aidon kuvajournalismin kriteereinä voidaan pitää moraalista kunnollisuutta, laadukkuutta ja ammattimaista otetta. Kuvajournalismin ja kuvituksen välillä on ero. (Seppänen 2005, 214, 218, 249.) Kuvallinen viestintä kykenee tarkoituksellisuuteen. Näytöksiä on mahdollista suunnata tietoisesti. Kuvien poliittinen tulkinta edellyttää kuvan poliittisesta tarkoituksesta perille pääsemistä. (Koski 2005, 107.)

Uuden informaation suhteuttaminen jo tiedettyyn analogioita vetämällä on ominaista ihmiselle. Kuvat ovat perusluonteeltaan yhdenlaisia analogioita. Kuvallinen esitys kykenee kuvaamaan ilmiötä kuvan ja kuvauskohteen välisen yhtäläisyyden avulla. Kuvien erilaisuuden vuoksi niiden abstraktioaste vaihtelee ja yhtäläisyyksien havaitseminen voi olla hankalaa. Yhtäläisyyksiä ei havaita pelkällä silmällä vaan näkeminen alkaa sitten, kun aistiärsykettä jäsennetään eteenpäin olemassa olevien kognitiivisten verkostojen kautta. Kuvista puhuttaessa emme pääse eroon muistikuvista ja mielikuvista, jotka ovat osa assosiaatioketjua. Visuaalinen ärsyke herättää ja kytkee päälle muistikuvat ja mielikuvat, jotta pääsemme perille siitä, mitä olemme nähneet kuvissa. (Koski 2005, 107–

109.) Kuvaa analysoitaessa nousevat siis esiin jokaisen henkilön omat kokemukset ja mielikuvat, joita olemme hankkimastamme tiedosta muodostaneet. Objektiivinen tarkastelu edellyttäisi näiden kokemusten ja mielikuvien pois sulkemista. Muistikuvia on kuitenkin mahdotonta sulkea pois kuvallista kohdetta tarkasteltaessa.

Kuvat ovat merkittävä osa aineistoa. Artikkelien teksti saa syvyyttä kuvien avulla ja tekstin sisältö nousee paremmin esiin, kun kuvat täydentävät tekstiä. Kuvat visualisoivat tekstin sisällön ja samalla tuovat esiin poliittisen johtajan piirteet, joita kirjoittaja on pyrkinyt kuvaamaan. Tämän luvun tarkoituksena on lukea esiin johtajuuden piilevää olemusta eli sitä, mitä kuvat kertovat poliitikoista.

5.1 Taistelija Siimes

Siimeksestä on lehtiartikkelissa neljä kuvaa, kansikuva ja tekstin ohesta löytyvät kuvat. Näillä kuvilla on tuotu esiin kaksi erilaista Siimestä. Poliitikon muuntuvuus, vastakohtaiset ominaisuudet ja persoona nousevat esiin artikkelin kuvissa. Kuvat tukevat tekstin taustoittamaa visiota naispuolisesta poliittisesta johtajasta.

Imagen kansikuva Siimeksestä on erittäin naisellinen. Kuvassa päähuomio kiinnittyy ylikorostetun pitkiin, punaisiin tekokynsiin. Kynnethän ovat tulleet tunnetuiksi Siimeksen tavaramerkkinä. Siimes peittää vasemmalla kädellä kasvojensa oikeaa puolta ja koskettaa olkapäätään oikealla kädellä. Näyttää, kun hän halaisi tai tietyllä tapaa suojaisi itseään. Toisaalta kädet antavat hänelle mystisen vaikutelman. Aivan kuin Siimes näkisi tarpeelliseksi olla paljastamatta liikaa itsestään. Lyhyet hiukset eivät ole pystyssä kuten normaalisti, vaan ne on siloteltu ja näin ollen luovat pehmeämmän kuvan Siimeksestä. Kuvassa on näkyvillä ns. paljasta pintaa, mikä poikkeaa normaalista tavasta kuvata johtavassa asemassa olevaa poliitikkoa. Siimes ei suoranaisesti hymyile kuvassa. Suu on raollaan sensuellisti ja viettelevästikin. Toisaalta voimme kuvitella, että Siimes on alkamassa hymyilemään, mutta kuva on otettu hetkeä liian aikaisin.



Kuva 1. Naisellinen Siimes

Kuva tuottaa uudenlaisen näkökulman poliitikosta, jota kuvataan usein itsevaltiaaksi ja kovissakin keskusteluissa viihtyväksi. Kansikuvan Siimes ei juuri vastaa yleistä julkista kuvaa hänestä. Kuva tuo tarkoituksella esiin naisen johtajuuden takana. Maskuliiniset merkit ja tiukan asiallinen jakkupuku ovat kaukana tästä kuvasta. Siimekselle tämänkaltaiset kuvat tuovat edustavaa julkisuutta. Miellyttävä ulkonäkö luo hänelle vakuuttavuutta myös poliittiseen elämään. Kova poliittinen imago ja profiili tarvitsevat juuri tämänkaltaisia kuvia pehmentyäkseen.



Kuva 2. Suvi-Anne kesyttää vastustajansa

Siimes on puettu artikkelin kuvissa matadorin asuun. Vaatetus luo kuvan taistelijasta, joka sukupuolensa ja poliittisen kokemattomuutensa vuoksi saattaa joutua tilanteisiin, joista selviytyminen vaatii päättäväisyyttä ja lujaa tahtoa. Siimes on meikattu näyttävästi, mutta naisellisesti. Hänet esitetään naisellisena, vaikka asuste onkin miehinen. Siimes itsekin korostaa naisellisuuttaan pukeutuessaan työasuunsa. Hän on aina huolellisesti ehostettu, mikä pehmentää jakkupuvun tuottamaa miehisyyden vaikutelmaa. Myös Siimeksen ilme luo kuvan henkilöstä, joka on valmis ottamaan vastaan haasteet ja kantamaan vastuuta poliittisessa elämässä. Kuvan asento henkii vaikuttamisen halua. Millään tavoin Siimes ei siis viesti heikkoutta tai naisellista avuttomuutta. Vahvuus ja usko omiin kykyihin johtajana näkyy kuvassa. Siimeksen hiustyylillä viestii myös tässä tapauksessa johtajuutta. Richmond ja McCroskey (2000) ovat esittäneet, että hiusten pituus vaikuttaa siihen, millainen kuva ihmisen luotettavuudesta ja uskottavuudesta saadaan. Lyhyet hiukset tekevät henkilöstä vakuuttavamman kuin pitkät hiukset. (Richmond & McCroskey 2000, 38.)



Kuva 3. Taistelija



Kuva 4. Haastaja

Kuvat ilmentävät Siimeksen poliittisen uran kehitystä, hänen toimintaansa politiikassa sekä hänen johtajuuttaan. Poliittisen uran kehittäminen ja nouseminen johtavaksi poliitikoksi on vaatinut Siimekseltä lujaa ja häikäilemätöntäkin otetta. Nouseminen poliittiseen eliittiin ei ole tapahtunut ilman, että jotkut ovat tunteneet itsensä loukatuksi. Siimes on taistellut tiensä huipulle ja on taistellut pitääkseen kiinni asemastaan. Vähitellen poliittisesta voittokulusta tuli itseään toteuttava kaava, jonka avulla Siimes onnistui pysymään poliittisen päätöksenteon ytimessä. Taistelija nimitys kuvaa Siimeksen luonnetta ja kuvat tukevat tuota käsitystä. Siimes on ollut valmis haastamaan vastustajansa poliittisella kentällä. Se, kuinka naisellisuus liittyy tähän taistelijaan, on ilmeistä. Naisellisten keinojen hyödyntäminen on pehmentänyt Siimeksen imagoa siten, että liiallinen kovuus ei ole muodostanut hänestä varsinaista uhkaa miehelle vallalle. Toisaalta on huomioitava, että pehmeän naisellisuuden takaa löytyy silti se jäätävä, miesmäisestikin toimiva poliittinen johtaja, joka ei suostu kumartamaan vanhojen sääntöjen ja toimintamallien edessä. Naisellisuus on silti valttikortti, jota ei pidä aliarvioida. Miehet eivät sen vaikutusvaltaa välttämättä huomaa ja erota.

Siimes erosi Vasemmistoliiton puheenjohtajan toimesta keväällä 2006 lähes kahdeksan vuoden johtajuuden jälkeen. Erimielisyydet puolueen politiikassa ja puolueen sisällä ajoivat hänet tähän ratkaisuun. Puolueen aiemmin sovittu linja ei enää pätenytäkään, minkä vuoksi Siimes koki oikeaksi erota toimestaan. Siimeksen poliittinen ura jää ainakin toistaiseksi kahteen kauteen eduskunnassa. Siimeksen merkitys Vasemmistoliiton poliittiseen vaikuttamiseen on huomattava. Hänen aikanaan puolue on kohonnut kansallisesti kiinnostavaksi vaihtoehdoksi. Puolue on hahmotettu sen johtajan kautta, eikä sitä ole arvosteltu pelkästään sen poliittisen perinnön pohjalta. Siimes on päivittänyt vasemmistolaisuuden kohti yhteistyöhakuista ja EU-myönteistä linjaa.

Vasemmistoliitto on puoluekentässä nuori puolue. Ennen Siimestä sillä oli ollut vain yksi puheenjohtaja, Claes Andersson. Puolueen arvostuksen nostaminen ja äänestäjien kiinnostuksen herättäminen ei ole helppoa. Tämä vaatii puoluejohtajuudelta näyttäviäkin visioita ja toimia. Siimes ei ole pelännyt näkyä ja tuoda mielipiteitään julki. Tämä on varmasti ärsyttänyt sekä omia että vieraita. Siimes on kuitenkin se taistelija, jota puolue kaipasi ja tarvitsi noustakseen varteenotettavaksi haastajaksi perinteikkäille puolueille. Vasemmistoliiton taakkana on kuitenkin nimi ja ideologia, johon sen ajatellaan

viittaavan. Vasemmistolaisen yhteistyön tiivistäminen Sdp:n kanssa ei ole edennyt, joten poliittinen voittokulku antaa yhä odottaa itseään.

5.2 Kehäkettu Zyskowicz

Zyskowicz kuvataan tekstissä kehäkettuna ja kymmenien taistelujen miehenä, joka tietää, kuinka taistelut voitetaan (Partanen 2004a, 39). Kuvissa hän on vertauskuvallisesti nyrkkeilijä, vastaten näin ollen tekstin luomaa mielikuvaa. Zyskowiczista on yhteensä viisi kuvaa, kannessa ja artikkelin ohessa neljä kuvaa.

Kansikuvassa Zyskowicz istuu nyrkkeilykehän nurkassa ja nojaa käsillään köysiin. Isot, punaiset nyrkkeilyhanskat näkyvät aivan kuvan reunassa, peittäen suuren osan hänen käsivarsistaan. Vain olkapäät ovat näkyvissä. Punainen, hihaton paita ja valkoiset shortsit ovat nyrkkeilijän asuna. Suuri mestaruusvyö peittää koko keskivartalon, näyttäen huomattavan suurelta Zyskowiczin pieneen olemukseen verrattuna. Iho kiiltelee hiestä ja paita on märkä, niin kuin nyrkkeilyharjoitusten tai ottelun jälkeen varmasti tapahtuukin. Vasen silmä on meikattu siten, että näyttää kuin vastustaja olisi iskenyt häntä. Katse on kuitenkin vakaa ja kameraan suunnattu. Ilme on levollinen, mutta päättäväinen. Tietyllä tapaa ilme on huvittunut, aivan kuin Zyskowicz lähettäisi terveisiä voittamalleen vastustajalla: ”Kannattiko lähteä haastamaan?”. Ehkä vastustaja piti Zyskowiczia helppona kärpässarjan miehenä, mutta saikin vastaansa raskaan sarjan ammattilaisen. Zyskowicz on yhä valmiina ottelemaan, vaikka mestaruusvyö on jo vyötäröllä.



Kuva 5. Valmiina ottelemaan

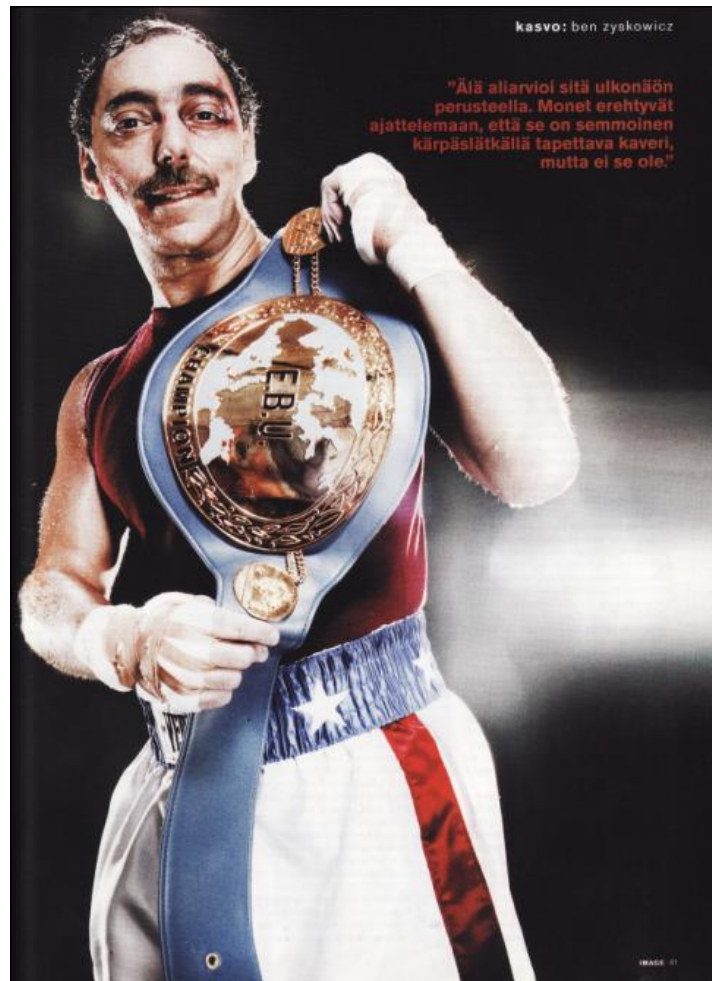
Artikkelin ensimmäisessä kuvassa Zyskowitz näyttää karpässarjan nyrkkeilijältä, joka kaatuu pienemmästäkin tönäisystä. Shortsit ovat isot ja jopa kengät näyttävät liian suurilta hänelle. Ryhdikäs asento kuitenkin henkii vakuuttavuutta ja suora katse kameraan luo kuvan miehestä, joka on valmis ottamaan mittaa vastustajastaan. Paita on hikinen ja kasvot ovat ruhjeilla. Käsivarret roikkuvat vartalon vieressä vapaina, mutta kämmenet ovat hieman nyrkissä. Nyrkkeilyhanskat ovat poissa, vain teipit käsissä ovat jäljellä. Valoilla ja varjolla on tässä kuvassa suuri merkitys. Tila, jossa Zyskowitz on kuvattu, on saatu näyttämään suurelta. Värit ja kuvakulman valinta luovat tunnelman, jossa pieni mies seisoo isossa tilassa, eikä täytä paikan asettamia vaatimuksia. Varjo kuitenkin luo toisenlaista tunnelmaa. Pienestä miehestä tuleekin yllättävän iso, kun varjo heijastuu seinälle jättiläismäisenä. Jos se olisi jonkun toisen ihmisen varjokuva, sitä voitaisiin pitää Zyskowitzin hahmoa uhkaavana. Nyt varjo kuitenkin antaa hänelle lisää kompetenssia. Pienestä miehestä tuleekin suuri. Sellainen mies, joka tosiaankin pitää politiikan

ja puolueen langoista kiinni, mutta on toisaalta joukkuepelaaja ja klassinen puoluesoturi loppuun saakka (Partanen 2004a, 40,47).



Kuva 6. Pieni suuri mies

Artikkelin toisessa kuvassa Zyskowitz näytetään voittajana, tittelin haltijana. Nyrkkeilyn mestaruusvyö on heitetty rennosti olkapäälle kuvaamaan saavutettua voittoa. Vyö näyttää suhteettoman suurelta pienikokoisen Zyskowitzin rinnalla, mutta silti se antaa kuvan miehestä, joka on selvinnyt poliittisista yhteentörmäyksistään voittajana. Häntä ei voitu suistaa pois eduskuntaryhmän puheenjohtajan paikalta, vaikka sitä kovasti yritettiin. Mestari piti paikkansa, vaikka haastaja kovasti yritti tittelä viedä. Kun Zyskowitzin kanssa lähtee leikkiin, kannattaa pitää varansa (Partanen 2004a, 40). Zyskowitzin huulilla on pieni hymy, aivan kuin kuvaamassa hänen tyytyväisyyttään voitosta. Ilme kuvaa itsetyytyväisyyttä. Silmäkulma on meikattu siten, että näemme myös iskuja otetun vastaan. Poliitikassa on osattava ottaa vastaan iskuja ja varauduttava niihin, mikäli aikoo nousta esiin massasta. Enää Zyskowitz ei näytä niin heiveröiseltä kuin aiemmassa kuvassa. Tämä kuva on otettu lähempää, joten myös hänen olemuksensa näyttää suuremmalta ja vakuuttavammalta.



Kuva 7. Voittajan elkeet

Artikkelin viimeiset kuvat luovat kuvaa suunnitelmallisesta ja tarkasta poliitikosta. Zyskowicz kiertää sidettä kämmenensä ympärille keskittyneesti ja kuin suunnitellen samalla taktiikkaansa seuraavaa vastustajaa vastaan. Yllä on revennyt paita, joka näyttää kelpaavan päälle silloin, kun yleisöä ei ole ympärillä. Viimeisessä kuvassa Zyskowicz on kääntynyt selin kameraan. Käsivarret ovat lantiolla, jolloin paidan selässä komeileva nimi näkyy kokonaan. Viesti vastustajille, ketä vastaan he ovat asettumassa. Liekö sattumaa, että Zyskowicz katsoo vasemmalle, aivan kuin vastustaja olisi siinä suunnassa tai odotettavissa sieltä päin saapuvaksi. Mies on valmis ottelemaan.



Kuvat 8 ja 9. Myyttinen Zyskovicz

Sekä Zyskovicz että Siimes ovat artikkelin kuvissa irrotettu normaaleista toimintaympäristöistään. Kuvat eivät millään tavoin tuo esiin heidän poliittista asemaansa, vaan ne hakevat vakuuttavuutta toista kautta. Kuvien taustalla on teksti, jonka kautta myös kuvien tulkinta helpottuu. Molempien henkilöiden sisältä voikin odottaa löytyvän tämänkaltaisia piirteitä, joita matadorin ja nyrkkeilijän asusteilla on pyritty välittämään.

Zyskoviczin poliittinen kokemus ja pitkä ura näkyvät kuvissa. Hänen on onnistunut selviytyä voittajana monista vaaleista ja asiapoliittisista kamppailuista. Lisäksi Zyskoviczin taitava toiminta kokoomuksen sisällä ja puolueiden välisissä väännöissä on kasvattanut hänen kuntoa ja arvostustaan poliittisena johtajana. Poliittinen johtaja on onnistunut luomaan ympärilleen urbaanilegendan ilmapiirin. Vaikka poliittinen ura ei olekaan huipentunut ministeriyteen, ei Zyskoviczin merkitystä poliittisena kettuna ja suomalaisena eliittitason vaikuttajana voida kiistää. Hän on kokenut poliitikko, joka tietää, kuinka otteluita voitetaan. Poliittisen uransa aikana Zyskovicz on ehtinyt koota niin kutsutun Benin tallinkin, joka on mahdollinen ponnahduslauta nuorille kokoomus-

laisille poliitikoille. Näin nyrkkeilijä teema sopii hyvin Zyskowiczin taustaksi, koska nyrkkeilijät ovat yleensä tietyn tallin edustajia.

Urheilun harrastaminen ja kilpaileminen vaativat monia ominaisuuksia. Usein urheilun kautta saavutetut ominaisuudet ja taidot ovat hyödyllisiä muillakin elämänaloilla. Julkisen elämän ja politiikan edellyttämät ominaisuudet ovat yhtäläisiä huippu-urheilijoilta vaadittuihin ominaisuuksiin. Nyrkkeilyssä tarvitaan taktiikkaa ja tekniikkaa, nopeutta, kykyä hyödyntää vastustajan heikkouksia ja iskeä niihin. Lisäksi on osattava valmistautua vastustajan liikkeisiin eli on osattava lukea vastapuolen ajatusmalleja. Periksi ei saa antaa ja iskut on vietävä loppuun saakka. Teoriassa ja käytännössäkin samankaltaisen ominaisuuspaketin voisi määritellä myös poliittiselle johtajalle. Zyskowiczin uran taustalla vaikuttavat juuri tämänkaltaiset ominaisuudet.

5.3 Työmies Niinistö

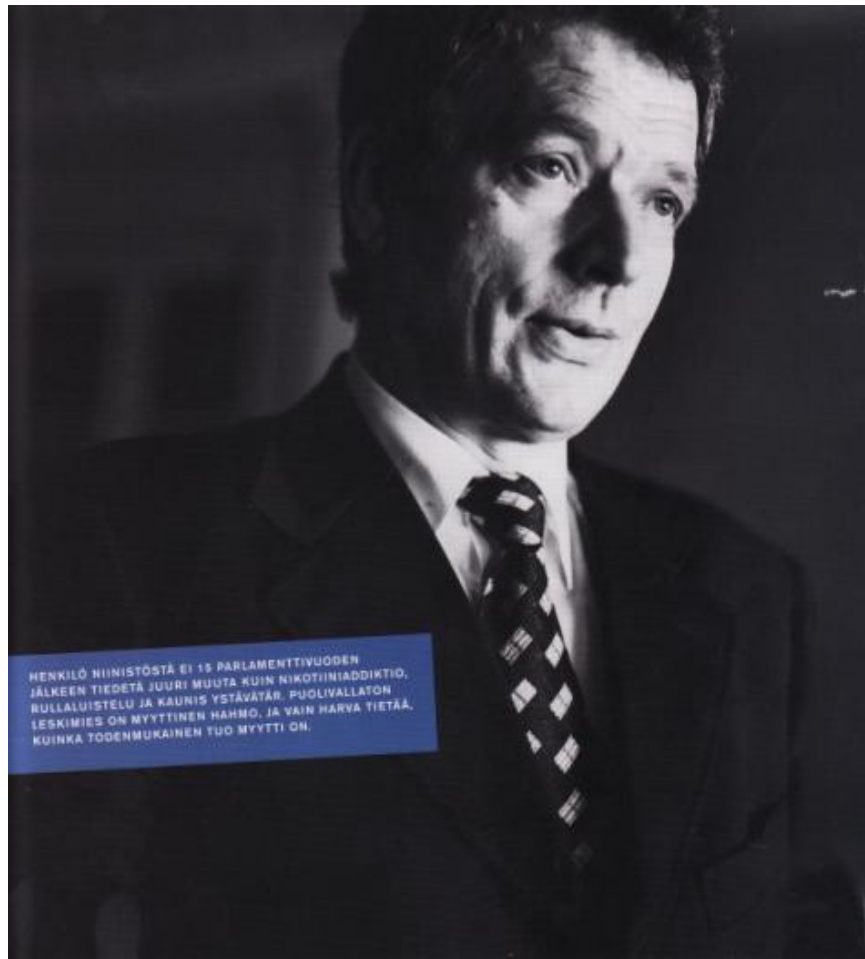
Niinistöstä on otettu kolme kuvaa artikkelin liitteeksi. Kun aiemmissa aineistona olevissa kuvissa on leikitelty väreillä ja vastakohtaisuuksilla, Niinistön kuvat henkivät vakuuttavuutta ja asiallisuutta mustavalkoisuuden ja kuvakulmien kautta. Niinistön kuvissa ei esiinny roolihahmo, vaan itse poliitikko omissa vaatteissaan.

Ensimmäinen otos Niinistöstä on kuvattu niin läheltä, että kasvojen jokainen juonne ja ihohuokosetkin näkyvät. Pääroolin kuvassa varastavat Niinistön silmät ja vino, huvittunut hymy. Aivan kuin ex-valtiovarainministeri naurahtaisi kuvaustilanteen koomiselle vakavuudelle. Kuvasta näkee, että Niinistöllä on yllä kauluspaita, solmio ja puku. Voimme siis olettaa hänen tulleen kuvattavaksi vaikka kesken kiireisen työpäivän. Kasvojen ilme on kovin pehmeä ja läheisyyttä herättävä verrattuna siihen, millaista kuvaa media Niinistöstä on laajalti luonut. Katse ja hymy ovat jopa lempeät. Tiukkuus on kaukana tästä kuvasta ja tilalla on luotettavan ja helposti lähestyttävän näköinen poliitikko.



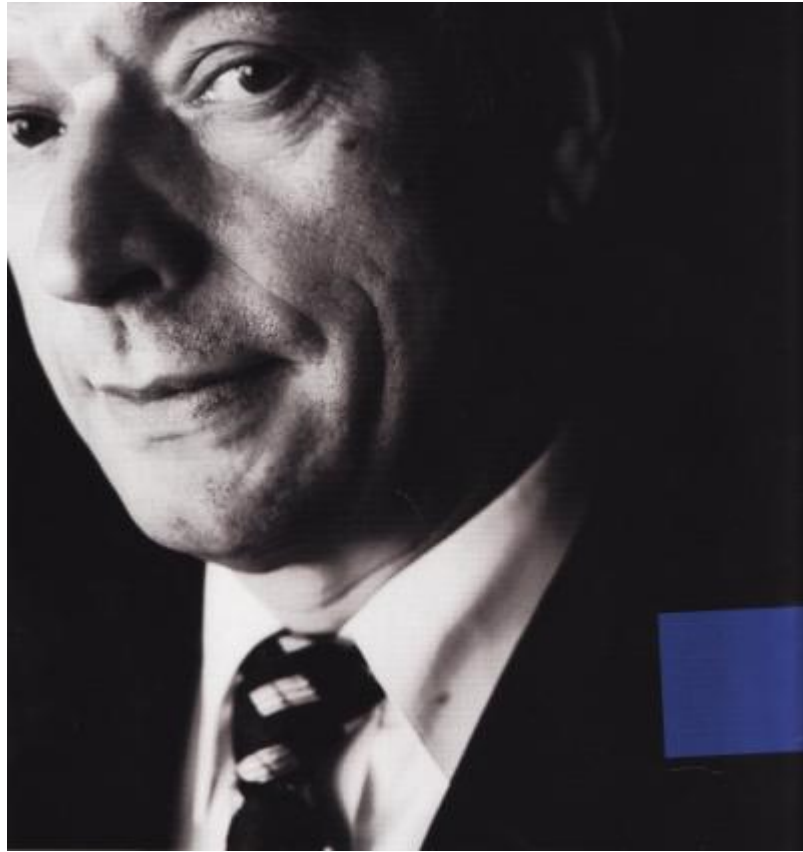
Kuva 10. Tilyjen tilanteiden mies

Toisen kuvan Niinistö on se, jonka yleensä näemme julkisuudessa. Hän katsoo kameran ohi yleisöönsä. Mikäli kuvan tausta olisi toinen, voisimme kuvitella hänen antavan vastinetta kansanedustajan esittämään kysymykseen eduskunnassa. Niinistön katse on kysyvä, aivan kuin hän odottaisi vastapuolen nyökkäävän, että on ymmärtänyt Niinistön esittämän vastauksen. Otsa on hieman huolekkaasti rypyssä kuin lisäten tietoisuutta esillä olevan asian tärkeydestä ja vakavuudesta. Suu on kuin aukeamaisillaan puhetta varten. Silmät katsovat suoraan puheen kohdetta päin, katse on vakuuttava eikä Niinistö näytä epäröivältä. Olemus on vakuuttava ja asiallinen. Tumma puku ja hillitty ruudullinen solmio edustavat perinteistä poliitikon ja johtajan pukeutumista. Koko olemus on huoliteltu ja järjestyksessä. Toiminen (2002) oli näyttänyt artikkelia varten lapsille Niinistön kuvaa ja pyytänyt heitä nimeämään Niinistölle sopivia töitä. Eräs lapsista oli esittänyt Niinistön sopivan presidentiksi, koska ”sillä on työvaatteet”. Muutenkin lapset olivat osuneet luonnehdinnoissaan lähelle Niinistön oikeaa minää. (Toiminen 2002, 47.)



Kuva 11. Niinistö vakavalla asialla

Artikkelin viimeinen kuva on jälleen otos lähempää. Kasvot näkyvät vain osittain, kuten myös vaatetus. Nyt kasvojen ilme on vakavampi kuin ensimmäisessä kuvassa. Velmu hymy ei enää pehmennä kasvojen piirteitä. Niinistö näyttää jopa hieman väsyneeltä. Herääkin ajatus onko kuvan ajankohdalla merkitystä. Niinistö on viimeisiä kuukausiaan ministerinä ja edessä on siirtyminen uudelle uralle. Ehkä ilmeestä on luettavissa kyllästy mistä eduskuntaan ja sen mukanaan tuomiin tehtäviin.



Kuva 12. Yksinäinen ratsastaja

Niinistö on suosittu, (media)seksikäs, osaa pukeutua ja on ammattitaitoinen ja asiantunteva poliitikko. Nämä ovat häneen yleisesti liitettyjä ominaisuuksia, joita nousee esiin erinäisissä asiayhteyksissä. Tasavertainen kisa presidentinvaaleissa nosti Niinistön jälleen kuumaksi nimeksi päivän politiikkaan. Eduskuntavaalien kynnyksellä, joulukuussa 2006, hän julkisti asettuvansa ehdolle kokoomuksen listoilta. Niinistössä on nyt imua, joten hänen menestyksensä vaaleissa on todennäköistä. Sen vuoksi esiin nouseekin imagon ja karisman merkitys poliittisten johtajien valtakamppailussa. Kokoomuksen sisällä tietyn asteinen valtataistelu ja kasvojen säilyttämisen taisto käydään Kataisen ja Niinistön välillä. Jää nähtäväksi, kuinka tämä poliittisten johtajien imagokilpailu päättyy.

Niinistö mainostaa itseään työväen ehdokkaana. Presidentinvaaleihin lanseerattu mainoslause ”Työväen presidentti” on muunnettu eduskuntavaaleihin sopivaksi. Niinistö kuvaa nyt itseään sanalla ”Työkansanedustaja”. Niinistöä on kritisoitu vahvasti tästä mainoslauseesta. Hänen ei puoluetustansa ja ammattitustansakaan vuoksi katsota sopivan työväen edustajaksi ja ehdokkaaksi. On kuitenkin ahdasmielistä ja vanhanaikaista

kärjistää tätä jaottelua. Koko työtätekevä väestö on työläisiä, he hankkivat elantonsa kukin tavallaan ja urallaan, mutta jokainen tekee työtä elättääkseen itsensä ja perheensä.

5.4 Kansan mies Lipponen

Lipposta on kuvattu artikkelia varten viiden kuvan verran. Jokainen kuva on otettu erinäisistä tilaisuuksista ja kansalaistapaamisista. Varsinaisia studiokuvia Lipposesta ei ole, toisin kuin aiemmista poliitikoista. Lipposta on seurattu hänen työnsä arjessa, eikä varsinaista henkilöhaastattelua ole tehty artikkelin pohjaksi. Lipposen aktiivisuus kansan kesellä korostuu tämän artikkelin kuvissa.

Etualalla näkyy lähikuvassa kameramies, joka videoi moottoritien osuuden avajaisia. puhemies Lipponen seisoo taempana muiden kutsuvieraiden kesellä. Myös varapuhemies Kanerva vilahtaa kuvan oikeassa reunassa. On ilmeisesti sateinen sää, koska osa vierasjoukosta seisoo sateenvarjot aukaistuna. Lipposen pitkän hahmon taakse on sijoitettu henkilö pitämään sateenvarjoa puhemiehen yläpuolella. Niinpä Lipponen voikin seisoa kädet vaalean takkinsa taskuissa. Kutsuvieraasta huolehditaan näin kaikin tavoin. Jälleen näemme perinteisen poliitikon edustusasuun: tumma puku solmion ja valkoisen kauluspaidan kera. Lipposen vieressä seisova rouva näyttää varsin tyytyväiseltä, onhan moottoritien avajaisiin saatu arvokas vieras. Lipposen ilme on peruslukemilla. Siitä ei voi juurikaan lukea mielenliikkeitä. Ehkä ilme on sekoitus innostusta, velvollisuutta, kyllästymistä ja arkisuutta. Päivä on yksi muiden työpäivien joukossa.



Kuva 13. Pitkän miehen matka

Nyt hän hymyilee leveästi ja iloisesti. On kyseessä arkkitehtuurikilpailun palkintojen jako ja Lipponen on asettunut kuvaan voittajien kanssa. Pitkä mies erottuu nytkin selvästi muista. Vaikka rinnalla seisova nuorempi mieskin on pitkä, on Lipponen pidempi. Lisäksi hän on harteikkaampi ja rotevampi. Ryhti on kuitenkin hieman kumara, mikä saa Lipposen näyttämään kömpelöltä ja tilaan sopimattomalta. Kuvasta erottuu nuoruus ja elinvoima sekä vanhuus ja kokemus. Lipponen on tottunut näihin otoksiin, vaikka ei kuvassa täysin luonnolliselta vaikutakaan. Kokenut poliitikko on tottunut edustamaan itseään.



Kuva 14. Lipponen palkintoja jakamassa

Lipponen esiintyy innostunein ilmein sekä Fiskarsin tehtaalla että Karjaan lukiossa. Tehtaalla hän katselee kiinnostuneena puutarhasaksia ja ottaa niihin tuntumaa kuin koptipuutarhuri konsanaan. Tehdashalli taustanaan puku päällä liikkuva Lipponen erottuu. Viereiselläkin miehellä on tilaisuuden arvokkuuden vuoksi puku. Lipponen näyttää ilmeellään aitoa kiinnostusta esitelyihin tuotteisiin. Lukiossa Lipposen suuri hahmo vilkuttaa luokan etuosasta taempana seisoville oppilaille. Lyhyt vierailu lukiolaisten luona on luultavasti päättymässä. Opettaja seisoo ylpeänä vieressä, aivan kuten ensimmäisessä kuvassa esiintynyt rouvakin. Tähtivieras on jälleen saavuttanut suosionsa kansalaisten parissa. Lipponen vieraana on kunnia-asia. Oppilaat seisovat hyvin lähekkäin kuvan etualalla, aivan kuin he jännittäisivät puhemiehen vierailua luokassaan. Lipposen kasvoilla on jälleen ystävällinen ja innostunut hymy. Hän esiintyy leppoisana poliitikkona, joka on tullut vierailullaan korostamaan koulutuksen ja opintojen merkitystä. Myös luokkahuone kuten tehdashallikin luo tunnun paikasta, johon Lipponen persoonana ei sovi. Tila tuntuu ahtaalta hänen ympärillään ja hän erottuu siitä liiaksi.

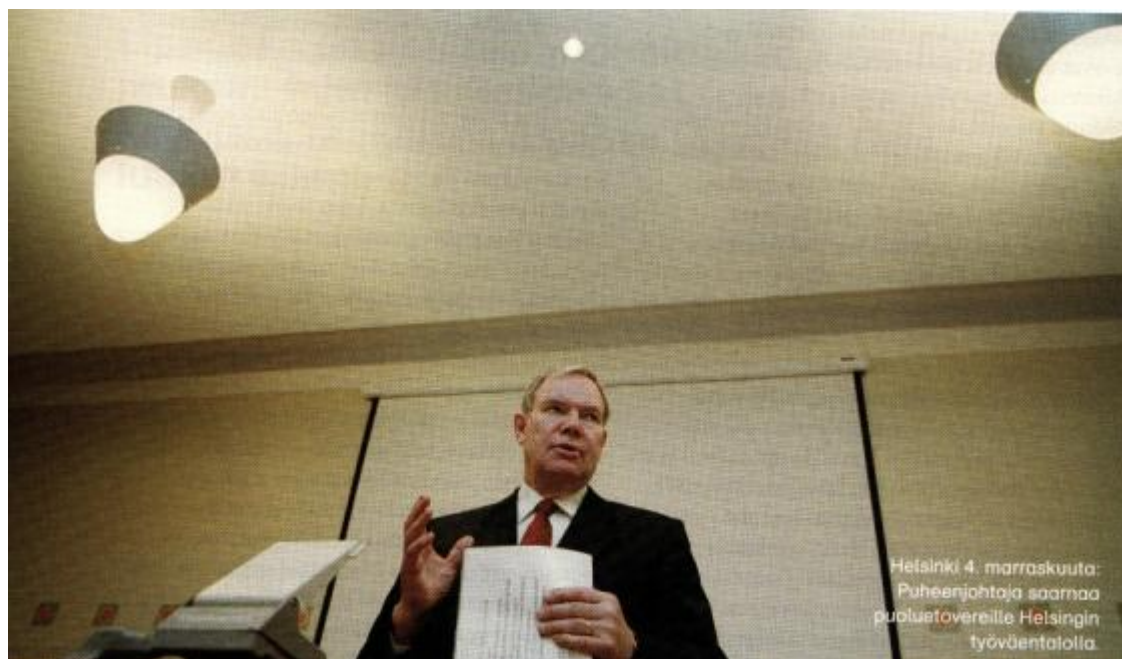


Kuva 15. Sakset käteen ja töihin



Kuva 16. Lipponen vierailee lukiossa

Viimeisin kuva on Lipposen omimmassa ympäristössä. Kuva on otettu Helsingin työväentalolla, jossa Lipponen on pitänyt puhetta puoluetovereilleen. Kuva voisi olla mistä tahansa luennointitilaisuudesta, valiokunnan kokouksesta tai hallituksen iltakoulusta. Taustalla näkyvä seinä on neutraali, eikä tarjoa vinkkejä ympäristöstä. Lamput voisivat olla missä luento- tai kokoussalissa tahansa. Piirtoheitin, joka on Lipposen edessä antaa vihjeen tämänkaltaisten tilojen suuntaan. Lipponen pitää käsissään paperinippua, jossa on luultavasti kirjoitettu puhe tai edessä olevalla piirtoheittimellä heijastettu esitys. Ilme on vakava, eikä maakuntakierroksilla näkynyttä hymyä ole kasvoilla. Otsallakin on muutama huolekas ryppy. Nyt puhutaan politiikasta ja se on vakava asia. Oikea käsi tekee oletetusti liikettä puheen tahtiin ja tehostaa asian puhunnan vaikutusta. Puoluetoverit on saatava vakuuttuneeksi ja tietoisiksi tärkeistä asioista. Lipponen oli tuolloin vielä SDP:n puheenjohtaja, joten hänen poliittinen linjansa oli puolueen linja.



Kuva 17. Puheenpitoa puoluetovereille

Kansan mies löytyy Lipposesta otetuista kuvista. Poliittinen johtaja ja puoluepolitiikan keulahahmo on jo pitkälti keskittynyt edustamaan itseään maakunnissa. Siirtyminen politiikan keskipisteestä on alkanut. Lipposen kuvat ovat lähempänä perinteistä lehtikuvaa kuin Siimeksen, Zyskoviczin tai Niinistön kuvat. Tilanteita ei ole lavastettu, vaan ne ovat arkipäiväisiä ja realistisia. Koski (2005) toteaa valtion voivan vaikuttaa kan-

sainväliseen asemaansa julkisen todistelun kautta. Julkisia näytöksiä kannattaa siis vai-
vautua järjestämään. (Koski 2005, 107.) Tämä ajatusmalli on sovellettavissa myös yk-
sittäisen poliitikon osalle. Lipposen imagolle ja uralle on hyödyllistä järjestää maakun-
tamatkoja ja osallistua tilaisuuksiin, joissa media on mukana. Näin hän saa tarvitse-
maansa julkisuutta ja samalla hän pysyy ihmisten mielissä osallistuvana poliittisena
johtajana, jolla mahdollisesti on vielä jotain annettavaa poliittisella kentällä. Lipponen
vahvistaa poliittista asemaansa näyttäytymällä. Tämänkaltainen näyttämistraditio on
normaali ja yleinen käytäntö, jonka merkitystä poliittisen uran edistämiseksi ei kannata
unohtaa.

Demokratia asettaa erityisiä vaatimuksia johtajille, vaikka he eivät näihin vaatimuksiin
ensisijaisesti haluaisikaan myöntyä. Johtajien on kyettävä laskeutumaan kansan tasolle
ja heidän on osoitettava olevansa tavallisia. ”Kansanmies” on yleisnimitys tämänkalta-
iselle johtajuudelle. Kaikki eivät tähän pysty, mutta tämänkaltainen taito on opeteltavis-
sa. Kansalle on osoitettava kiintymystä ja kunnioitusta, heitä on puhuteltava henkilö-
kohtaisesti ja näin kavennettava kuilua johtajuuden ja kansan välillä. Poliittisen johtajan
on omistauduttava muullekin kuin työlleen. Lempinimien keksiminen ja käyttäminen
osoittaa kansan tuntevan läheisyyttä poliittiseen johtajaan. Julkinen käyttäytyminen ja
puheet eivät saa olla liian hiottuja, sillä pienet inhimilliset erehdykset lisäävät johtajan
realistisuutta, inhimillisyyttä ja aitouden tuntua. (Klapp 1964, 243–246.) Suomalaiset
poliitikot ovat kautta aikain saaneet lempinimiä. Ukko-Pekka, Urkki, Manu, Mara ja
Tarza. Sale ja Mooses, Ike Kanerva. Lisäksi monia poliitikkoja puhutellaan pelkällä
sukunimellä, aivan kuten normaali elämässä joillakin on tapana puhutella tuttaviaan.
Näistä esimerkeistä jokainen on omalla käytöksellään osoittanut olevansa kansan mies
tai nainen. He eivät ole esiintyneet virheettömästi, mutta ovat samalla näyttäneet ole-
vansa inhimillisiä ja erehtyväisiä.

Lipposesta nousee esiin valtiomies, kun hän esiintyy julkisissa tilaisuuksissa. Vaikka
Lipposen mediaesiintyminen ei kaikissa tilanteissa ole hiottua, on kiistaton tosi asia, että
hänen poliittinen asiantuntemuksensa nousee esiin julkisissa esiintymisissä. Ulkoisesti
tämä vanheneva valtiomies pystyy säilyttämään kasvonsa ja hyödyntämään karismaan-
sa, silloin kun siihen on itse halukas. Poliittinen johtajuus on Lipposen osalta rakentunut
ensisijaisesti asiantuntemuksen ja puoluepoliittisen menestyksen kautta. Kuvat paljasta-
vat nykyään sen, että ikä on alkanut painaa Lipposta. Hän on lisäksi luopumassa politi-

kasta omasta tahdostaan nykyisen eduskunnan päättäessä työnsä keväällä 2007. Lipponen keskittyy kirjoittamaan kirjaa ja siirtyy kannustusjoukkoihin tukemaan vaimonsa poliittista uraa.

5.5 Mies varjosta: Heinäluoma

Heinäluomasta on artikkeliin oheen liitetty kaksi studiokuva. Molemmat kuvat ovat hyvin pelkistettyjä, mutta symbolisesti niistä on löydettävissä useita näkökulmia. Tuoreen valtiomiehen ja julkisuuteen nousseen poliittisen johtajan olemusta ei ole lähdetty rikkomaan naamiaisasuilla, vaan puoluejohtaja Heinäluoma esiintyy omana itsenään.

Punaiset ruusun terälehdet leijailevat ja pyörivät miehen ympärillä. Valkoista taustaa vasten ne erottuvat selvästi ja niiden putoamisen liike on nähtävissämme. Punainen ruusu ei tässä ole rakkauden symboli, vaan katsoessa kuvan miestä tajuamme sen edustavan SDP:n logoa, punaista ruusua. Kuvassa on useita kontrasteja valkoinen ja punainen, musta ja valkoinen sekä musta ja punainen. Tummassa puvussaan esiintyvät Heinäluoma on valtiomiehen perikuva. Pukeutuminen, vakuuttava ilme ja ilmiselvä pituus erottaisivat hänet joukosta, mikäli ympärillä olisi muita. Heinäluoma poseeraa kuvaajalle. Näyttää kuin Heinäluoma saapuisi jostakin. Hän on hieman sivuttaisessa asennossa ja jalat ovat eri tasossa. Vähintäänkin kuvakulma antaa mielikuvan Heinäluoman kääntymisestä kuvaajan pyytäessä sitä. Valoilla on luotu kasvoille varjoa niin, että oikea puoli jää kokonaan peittoon. Mikäli kasvot olisivat kokonaan varjossa, kuvassa voisi olla kuka tahansa. Emme pystyisi tunnistamaan kuvattua henkilöä. Luultavasti kuvaa on retusoitu siten, että Heinäluoman vartalon tuottama varjo on poistettu. Mies seisoo valkoisen taustan ympäröimänä, jättämättä siihen mitään jälkeä. Heinäluoma haluaa poliittisten toimiensa näkyvän, mutta positiivisessa mielessä. Taustalla tapahtuvan liikehdinnan ja kaikkien kuljettujen reittien hän ei halua jättävän jälkeä. Heinäluoman ilme on vakava ja hän katsoo suoraan ja epäröimättä kameraan. Ilme sanoo ”minä tulen vielä, joten kannattaa olla varuillaan”. Heinäluoman katse on itsevarma, eikä hän epäile kykyjään poliitikkona.

MIES TAKA- VASEM- MALTA

- Hän kuulee, näkee ja tietää kaiken. Hän valmentautuu kielikursseilla pääministerin virkaan. Hän on iso paha jättiläinen, joka napostelee aamumuroinaan vihreiden kansanedustaja.
- Hänestä puhutaan kaikenlaista, mutta tiedetään vähän. Demarien johtoon on nousemassa ensimmäisen kauden kansanedustaja, mies varjosta, kaukaa takavasemmalta: Eero Heinäluoma.

Teksti Mattias MÖTTÖÖ
Kuvat Aki Roukka



Kuva 18. Mies takavasemmalta

Nyt punaiset terälehdet ovat laskeutuneet ja levittäytyneet Heinäluoman jalkojen ympärille. Hän on kääntynyt osittain selin kameraan ja värien kontrasti korostuu nyt entisestään. Heinäluoma on laittanut kädet taskuun ja valkoisesta paidasta ei näy kuin hieman kaulusta. Pukeutuminen mustaan pidentää vartaloa entisestään. Hän tarkastelee kädet taskussa jalkojensa juuressa olevia terälehtiä kuin kuningas kansalaisia tai johtaja henkilökuntaansa. Ylemmyyden tunne on läsnä kuvassa. Sivuprofiili ei paljasta kokonaan kasvojen ilmettä, mutta siitä voi lukea hallinnan tunnetta. Johtajuus on näkyvässä kuvassa. Osa terälehdistä on jäänyt Heinäluoman jalkojen alle. Ehkä hän ei siis epäile tallata vastustajia ja epäilijöitä alleen. Tavoitteiden saavuttaminen vaatii riskien ottoa ja kaikki eivät sitä voi hyväksyä. Poliittisena johtajana Heinäluoma on valmis ottamaan nuo riskit ja on varmasti valmistautunut siihen, että kaikki eivät ole mielissään hänen taktiikastaan ja toimintatavoistaan.



Kuva 19. Terälehtiä murskaamassa

Pukeutumisella voidaan korostaa ammatillista ja yhteiskunnallista asemaa sekä sukupuolta. Heinäluomalla tumma puku nostaa esiin johtajuuden vaikutelman. Fyysinen koko itsessään ei tee hänestä vaikuttavaa ja arvovaltaista, mutta pukeutuminen nostaa hänessä esiin poliittisen johtajan ulkoisen olemuksen. Heinäluoman irrottaminen poliittisesta kontekstista kuvien avulla saattaisi nostaa hänestä esiin joitain muita piirteitä, mihin olemme hänen puoluejohtajuutensa aikana tottuneet. Korostamalla Heinäluoman muita piirteitä alkaisimme nähdä miehen poliittisen johtajuuden takana.

Klapp (1964) erottelee johtajista ”suurmiehen”. Tämänkaltaisella johtajalla on asenteessaan jotain mystistä ja aristokraattista. Hän on vastakohta ”kansanmiehelle”. Ylivertaiset lahjat ja kaukaisuus ovat ominaista tälle poliittiselle johtajalle. Kaikilla toimillaan

hän ajaa ensisijaisesti omaa etuaan ja pyrkii korostamaan omaa ylivertaisuuttaan monin keinoin. Suurmies ei halua olla yksi monista, vaan pyrkii erottautumaan ja seisomaan toisia ylempänä. Kansa ei kuitenkaan kiistä poliittisen johtajan ylemmyyttä vaatimalla häntä laskeutumaan jalustaltaan, vaan hyväksyy vähitellen tämän toimet. Mystisyys ja sankarillisuus ovat osa poliittisen johtajan luomaa ilmapiiriä, jota hän korostaa näkyvästi ja ylläpitää johtajuuttaan ilman epäilyksiä. (Klapp 1964, 246–247.) Heinäluoma on toistaiseksi pysytellyt etäällä kansasta, panostaen omien kykyjensä esiin nostamiseen. Erottautuminen kansasta on pitänyt tämän politiikan keulahahmon etäisenä ja tuntemattomana. Johtajuus voi toimia näinkin, eikä Heinäluoman valintaa 2007 eduskuntavaaleissa tarvitse epäillä. Suomalaiset hyväksyvät poliittiselta johtajalta moninaista käytöstä ja toimintaa. Poliittinen johtaja ansaitsee kansan kiintymyksen, mutta periaatteessa on arvaamatonta, mitkä ominaisuudet saavat tämän kiintymyksen aikaiseksi.

Moderni ja perinteinen johtajuus erottuivat näiden kuvien välityksellä samalla tavoin kuin tekstissä. Rohkeimpia heittäytyjiä olivat Siimes ja Zyskowitz, jotka olivat poistuneet poliitikon roolistaan. Uskallus poistua normaalin, yleisesti hyväksytyyn olemukseen alta osoitti poliittisen johtajuuden olevan muutoksessa. Enää poliitikon arvovallan ei katsota katoavan, mikäli hän rohkenee esiintyä muuallakin kuin perinteisessä poliittisessä ympäristössä. Myös Niinistö ja Heinäluoma olivat suostuneet irtautumaan politiikan arjesta, kuitenkin säilyttäen oman esiintymistyylinsä. Huolimatta perinteisemmästä puheutumuksesta ja vähemmästä irrottelusta, oli heidänkin kuvistaan löydettävissä vapaampaa ilmaisua. Kuvista löytyi myös symboliikkaa, joka tekee kuvien visuaalisuudesta entistä merkityksellisempää. Ainoastaan Lipponen on pitäytynyt perinteisessä poliitikon roolissa. Lipponen henkii perinteisen johtajuuden mallia, mikä korostuu entisestään kuvien välittämien mielikuvien kautta. Lipposen poliittinen imago ei ole studiossa lavastettujen kuvien välittämä, vaan hän muokkaa sitä mieleisekseen ja omiin tarpeisiinsa sopivaksi julkisilla esiintymisillä.

6 LOPUKSI

Politiikka on viihteellistynyt ja se näkyy poliittisen kulttuurin muutoksena. Henkilökeskeisyys on nykyään oleellinen osa politiikkaa. Kanerva (1994) esittää yksilön katoavan poliittisena hahmona tai hahmon merkityksen ainakin huomattavasti vähenevän. Tämä ei kuitenkaan johda johtopäätökseen yksittäisen ihmisen merkityksen pienenemisestä politiikan televisuaalisella areenalla. Päinvastoin yksittäisen ihmisen rooli kasvaa tämän muutoksen johdosta. Yksittäisistä ihmisistä tulee *persoonia*. Ihmisen alkuperäinen rooli muuttuu ja on nähtävissä kaksi roolia, julkinen ja yksityinen poliitikko. Poliittisen kannanoton ja poliittisen toiminnan perusteiden muodostuminen on modernissa yhteiskunnassa mitä tärkein kysymys paitsi kansalaisten, myös poliittisen vallan kannalta. Poliitikkojen muutoksilla ja pysyvyyksillä on suuri merkitys käytännöllisesti. (Kanerva 1994, 108, 116.)

Poliittinen kampanjointi on muuttunut vahvasti. Poliittisessa kampanjoinnissa käytetään suuria summia mielipiteiden muuttamiseen toivotun käyttäytymisen aikaansaamiseksi (ibid., 116). Lisäksi kampanjointi vaatii yhä suurempia varoja, ammattitaitoista imagonrakennusta, konsultointia ja mainostamista. Välttämättä isokaan kampanja ei johda toivottuihin tuloksiin eli valintaan eduskuntaan tai presidentiksi. Kansan innokkuus äänestää ja luottaa ehdokkaaseen ratkaisee lopullisen tuloksen. Moring ja Himmelstein (1993) selittävät kampanjoinnin muutosta vaaliohjelmien ja säännösten muutosten kautta. 1980-luvun loppuun saakka Yleisradio oli ainoa taho, joka saattoi lähettää vaaliohjelmaa. Näistä ohjelmista kehittyi myöhemmin vaalitentit, jotka ovat yhä käytössä. Poliittikan televisioitumisen lisääntyminen 1990-luvulla muutti myös vaaliohjelmien muotoa. Ehdokkaat saivat vähitellen osallistua muihinkin kuin pelkästään vaaleja käsitteleviin ohjelmiin. Uutis- ja ajankohtaisohjelmat nousivat vaaliohjelmien rinnalle. Tästä eteenpäin myös viihteelliset ohjelmat alkoivat hyödyntää poliitikkoja ohjelmistossaan. Hyvät herrat oli ensimmäisiä poliittisia viihdeohjelmia, jossa usea ajankohtainen poliitikko vieraili. (Moring & Himmelstein 1993, 42–46.)

Vaalikampanjat tuovat potentiaalisen äänestäjän ja poliitikon lähelle toisiaan. Kampanjointi tyyli on muuttunut. Tyyli sisältää puheiden ja viestinantojen lisäksi kampanjoinnin organisoinnin ja median hyödyntämisen. Lisäksi ehdokkaan persoonallisuus noste-

taan esille. Yhteydenpito äänestäjiin on oleellista kampanjoinnissa. Puolueorganisaation rooli on vähentynyt. Nyt kansalaiset ottavat yhteyttä ehdokkaaseen suorasti tai epäsuorasti median tai kampanjajenkilöiden kautta. (Nimmo & Savage 1976, 110–112.) Poliittinen kulttuuri edellyttää poliitikolta heittäytymistä tavoitteiden saavuttamiseksi. Vaalikampanjointi ja kansalaistapaamiset maakunnissa ovat tärkeä osa poliitikon arkea. Yhä useammin poliittisten johtajienkin on jalkauduttava kansan pariin, eivätkä he voi enää piiloutua työpöytänsä tai poliittisten kiireidensä taakse. Poliittinen johtaja on puolueensa tärkein keulakuva, minkä vuoksi heidän läsnäolonsa ja tukensa puolueen kenttätöinnässä on oleellista. Vaalikampanjointi on puolueen ja ehdokkaan myymistä äänestäjälle. Tämän vuoksi puolueen tärkeimmän ja yleensä myös kuuluisimman myyntiartikkelin on oltava paikalla mahdollisimman useissa tilaisuuksissa ja tapaamisissa. Tärkeintä on ajan antaminen äänestäjille, sillä se on oleellisin resurssi, joka poliitikolla on (Trent & Friendenberg 2000, 294).

Kommunikaatio on modernin poliittisen kampanjoinnin sydän. Kampanjointiin on sisällytettävä useita toimintoja ja tyylejä ja mediaa on osattava hyödyntää. Teknologian ja viestintävälineiden kehitys on ajanut poliittiset kampanjat muutokseen. On todella tärkeää huomata, että vaalien alla kampanjoinnilla on merkitystä. Tätä seikkaa ei voida sivuuttaa, kun menestystä tai tappiota tarkastellaan jälkepäin. Poliitikolle pelkkä vaaleja edeltävä yhteydenpito ja kampanjointi ei kuitenkaan riitä, vaan yhteyttä äänestäjiin on pidettävä koko ajan. (ibid., 367–368, 370.) Kaidin (2002) tutkimus osoittaa internetin nostaneen merkitystä politiikan kanavana. Internetin lisääntynyt käyttö on pakottanut poliittisen kampanjoinnin laajenemaan uudelle alueelle. Internet lisää äänestäjien tietoa poliitikoista ja toimii interaktiivisena yhteydenpitovälineenä. Äänestysvalintoihin voidaan vaikuttaa internetiin luotujen ehdokkaiden kotisivujen perusteella. (Kaid 2002, 27, 28, 32.) Myös Johnson (1999) näkee internetin käytön lisääntyneen vahvasti 1990-luvun lopun vaaleissa. Vielä 1900-luvun alussa jopa radion hyödyntäminen oli vähäistä vaalikampanjoinnissa. Nyt internet kampanjoinnin välineenä kasvaa nopeasti. (Johnson 1999, 705.) Ehkä voimme katsoa internetin olevan yksi uusi yhteydenpitotapa poliitikojen ja äänestäjien välillä.

Tucker, McCarthy ja Jones (1999) ovat tutkineet poliitikkoja johtajina. He ovat tulleet tuloksiin, jossa poliittisen johtajuuden voidaan katsoa muuttuneen huomattavasti. Poliittinen arena vaatii vahvaa johtajuutta. Naisilla vahva johtajuus on vielä haussa, eivätkä

he ole tyytyväisiä tyyliinsä johtaa ja toimia. Itseluottamuksen puute heijastuu naisten johtamistyyliissä, kun taas miehet luottavat itseensä ja ovat tyytyväisiä tapaansa johtaa. Tutkijat ovat erotelleet kolme erilaista johtamistyyliä modernissa politiikassa. Liikkeenjohtamistyylin poliitikot tunnistavat kannattajiensa tarpeet ja tarjoavat heille sen, mitä kannattajat työssään haluavat saavuttaa. Muuntautuvalla johtajuudelle on tyypillistä karisma, älyllinen stimulaatio ja yksilöllinen harkinta. Karisma on vuorovaikutuksessa johtajan ominaisuuksien kuten arvojen, tarpeiden ja odotusten kanssa. Muuntautuva johtajat rohkaisevat luovaan ajatteluun ja innovatiivisuuteen. Johtajuudelle on tyypillistä kokemuksista oppiminen ja kannattajien yksilöllinen mentorointi. Laissez-faire johtaja ei hae sopimusta kannattajiensa kanssa. Tätä voidaan pitää johtajuuden poissaolona. Nämä johtajat eivät tunnusta kannattajiensa saavutuksia, eivätkä pyri motivoimaan heitä millään keinoin. (Tucker, McCarthy & Jones 1999, 285–286.)

Poliittinen johtajuus on ollut viime vuosien ajan murroksessa. Johtajien joukossa on ollut vaihtuvuutta ja uusia kasvoja on noussut politiikan johtoasemiin. Aseman vakiinnuttaminen ei ole kaikilta tulokkailta onnistunut. Johtajuudesta on jäänyt puuttumaan jotain tai sitten poliittiset virhearviot ovat muuttaneet uran suunnan. Itälän ja Jätteenmäen eliitissä vierailu jäi lyhyeksi, mutta toisaalta Heinäluoma näyttää tulleen jäädäkseen. Poliittiset johtajamme on mahdollista kategorisoida edellä mainittuun jaotteluun. Niinistön voi tunnistaa edustavan liikkeenjohdollista näkemystä. Toisaalta hänen karismana ja nykyinen vetovoimansa asiapoliitikkona vievät häntä kohti Zyskoviczin edustamaa linjaa. Zyskoviczia voi pitää täydellisesti muuntautuvana johtajana. Hän pyrkii ohjaamaan uusia poliitikkoja ja tarjoaa heille apuaan ja kokemustaan. Siimes on myös ollut muuntautuva johtaja, jonka innovatiivisuus ei loppujen lopuksi kelvannut puolueelle. Lipponen on siirtynyt laissez-faire tyyliin. Hänellä ei riitä enää kiinnostusta motivoimaan nuorempaa poliitikkokaartia, eikä hän näin ollen voi enää tyydyttää puoluetovereidensa odotuksia politiikassa. Heinäluoman tyyliä on vielä vaikeahko tunnistaa. Julkisen mielipiteen puolesta voimme odottaa hänen seuraavan ainakin osittain Lipposen linjaa. Toisaalta liikkeenjohdollinen tyyli voisi sopia hänelle. Jää nähtäväksi, minkä tien Heinäluoma valitsee.

Naiset ovat poliittisina johtajina ja eliitin jäseninä harvinaisempia kuin miehet. Samalla tavoin kuin yrityselämässä ja hallinnollisissa tehtävissä naisia on politiikan johtotehtävissä vähemmän kuin miehiä. Kuusipalon (1989) mukaan naisten edustus Suomen halli-

tuksissa on vakiintunut II maailmansodan jälkeen. 1970-luvun alun koittaessa naisministereitä on ollut säännöllisesti hallituksen kokoonpanossa. (Kuusipalo 1989, 174–175.) Erään arvion mukaan naisia on 20 vuotta sitten ollut poliittisina johtajina 0,005 prosenttia (Blondel 1987, Klenken 1999, 135 mukaan). Naisten vähäistä määrää on selitetty monin tavoin. Psykologiaan pohjaavien selitysten mukaan politiikkaa määrittävät sukupuolinormit. Poliitikassa toimiminen edellyttää maskuliinista käyttäytymistä. Naisten tulkitaan olevan soveltumattomia poliittisiksi johtajiksi, koska heillä ei katsota olevan maskuliinisia ominaisuuksia. Aggressiivisuutta ja itsenäisyyttä ei pidetä naisellisena ominaisuutena. Jos nainen kuitenkin käyttäytyy niin, ei häntä pidetä sopivana poliittiseksi johtajaksi tämän epänaiseellisuutensa vuoksi. Yhteiskunnallisiin rooleihin perustuvan selityksen mukaan naisten alhainen määrä politiikassa johtuu perinteisistä sukupuolisista rooleista. Naisen tehtävä on hoitaa kotia, miehen tuodessa perheelle elanto. Tässä kontekstissa naisen äänestäminen ei ole eri asia kuin miehen äänestäminen. Ehdokkaana olevat naiset toteuttavat miehistä roolia. (McDonagh 1999, 65–66, Härkösen 2005, 23–24 mukaan.)

Myös Lindsay (1999) on tutkinut naisten osuutta poliittisessa päätöksenteossa ja hallinnossa. Naisilla on vain vähäinen edustus politiikassa. Sitä vähäistä naisedustusta ei voida pitää kaikkien naisten edustamisena päättävissä elimissä. Naiset ovat vähemmistönä ja sen lisäksi edustavat usein puoluekentässä vastakkaisia tahoja. Siksi todellisen poliittisen vallan saavuttaminen ja muutoksen aikaan saaminen on epätodennäköistä. (Lindsay 1999, 645, 659.)

Tucker, McCarthy ja Jones (1999) huomasivat tutkimuksessaan, että naiset pitävät itseään vähemmän tehokkaina ja olivat tyytymättömiä johtamistapaansa. Miesvaltaisilla aloilla naisten itseluottamus on vähäistä ja he arvioivat menestykseen vaikuttavan ensisijaisesti ulkoiset, eivätkä niinkään sisäiset tekijät. Poliitikassa tähän ajatteluun saattaa vaikuttaa se seikka, että useat naiset ovat ennen poliittista uraa työskennelleet naisvaltaisilla aloilla. Näiden alojen johtamistyyliessä on suuria eroja julkisen elämän johtajuuteen. Poliittinen johtajuus vaatisi naisilta johtamistyyliensä päivittämistä sopivammaksi. Tutkimus on osoittanut, että johtamistyyliä ovat sukupuolisidonnaisia ja riippuvaisia perinteisistä rooleista. Naisellinen tapa johtaa painottaa osallistumista, vallan jakamista ja ihmissuhteiden rakentamista. Maskuliininen johtajuus on taasen ankkuroitu johtajakeskeiseen, hierarkkiseen ja kontrolloivaan tyyliin. Poliittisen johtajuuden saavuttami-

nen vaatisi naisten osalta kouluttautumista. Näin olisi mahdollista parantaa urakehitystä ja lisätä henkilökohtaista tyytyväisyyttä. (Tucker, McCarthy & Jones 1999, 288–289.)

Naiset ja miehet eivät ole tasa-arvoisessa asemassa toisiinsa nähden puhuttaessa vaalikampanjoinnista ja politiikasta. Naisten ja miesten tasa-arvon pidäkkeet ovat samoja kuin demokratian pidäkkeet politiikassa. Erilaisten kabinetti-, kokous- ja saunahuoneiden sisäpuolella on runsaasti demokratian vastaisia saarekkeita. Tasa-arvokehitys vaatisi näiden rakenteiden purkamista. (Treuthardt 2000, 98.) Ilman tasa-arvoistamista, sukupuoliroolien hälventämistä sekä naisten tietoista hakeutumista johtotehtäviin ja siten edustuksen lisäämistä niissä, on yhä puhuttava lasikatosta, joka on suurin este naisten johtajuudelle.

Puheenjohtajan rooli puoluepolitiikassa on noussut näkyvään osaan. Median aikakaudella puheenjohtaja on se, joka lausuu puolueen yleiset mielipiteet ja linjaukset ääneen. Puheenjohtajat antavat myös kasvot puolueelle ja heidän avullaan puolue pyrkii erottautumaan muista. Puoluejohtaja on ensisijaisesti puolueen julkisuuskuvan luoja ja samalla sen ikoni. Näkyvä puheenjohtaja tuo näkyvyyttä puolueelleen. Esittelemistäni poliittisista johtajista varsinkin Siimestä ja Niinistöä voidaan pitää esimerkillisinä puoluejohtajina tässä suhteessa. Molemmat nousivat selvästi puolueen kasvoiksi ja äänitorviksi ammattitaitonsa ja esiintymisensä kautta. Vahvojen ja mediataitoisten puoluejohtajien esiinmarssi on alkanut. Kokoomuksen Katainen ja SDP:n Heinäluoma ovat molemmat esiintymiskykyisiä poliitikkoja. Kataisen vahvuus poliittisena johtajana tulee viimeistään todistetuksi 2007 eduskuntavaaleissa. Kokoomuksen, keskustan ja SDP:n taistelu hallituspaikoista vaatii onnistumisia jokaiselta puoluejohtajalta.

Tämän päivän poliittinen areena vaatii vahvaa poliittista johtajuutta. Lainsäätäjien odotetaan olevan muuntumiskykyisiä johtajia, jotka osaavat tarkastella tulevaisuuden tarpeita. Lisäksi heidän tulee olla kykeneväisiä neuvottelemaan ja toimimaan välittäjinä. Poliittisten johtajien on myös taisteltava näiden asioiden puolesta, tehokkaasti ja luotettavain tavoin. Vanhanaikainen toisten johtamisen periaate on korvattu toisten valtuuttamiseen perustuvalla johtajuudella. (Tucker, McCarthy & Jones 1999, 285.)

Machiavelli (1998) on todennut, että ”on osattava muuttua ajan mukana, jos halutaan aina menestyä. Hyvä tai huono onni on riippuvainen siitä, miten menettelytavat osataan

soveltaa ajan mukaiseksi. Menettelytavat ovat soveliaita ainoastaan ajallaan. Näin ollen vähiten erehtyy ja parhaiten menestyy, kun on valmis muuttumaan. (Machiavelli 1998, 289.) Tämä toteamus saattaa kuulostaa itsestään selvältä asialta. Silti on nähtävissä poliitikkoja, jotka vuodesta toiseen toteuttavat julkisuuspolitiikkaansa samanlaisena. Heillä ei ole halua muuttua menestyäkseen. Tietenkin on mahdollista, että he eivät itse huomaa muuttumisen mahdollisesti mukanaan tuomaa menestystä. Siksi olisikin hyvä turvautua joskus ulkopuoliseen arviointiin oman imagon kiinnostavuuden mittaamiseksi. Hyväksi havaittua ja toimivaa imagoa ei pidä hylätä kokonaan, mutta oman toiminnan ja arvomaailman päivittäminen on varmasti paikallaan. Koska yhteiskunta ja siinä vallitsevat arvot muuttuvat, tapahtuu muutosta sitä mukaa poliittisessa elämässä. Poliittisten toimijoiden on elettävä ajan hengessä mukana.

Poliittiset johtajat toteuttavat omaa julkisuuspolitiikkaansa hyvin eri tavoin. Zyskowitz on valmis muokkaamaan imagoaan televisiosarjan esittämään suuntaan. Hän on valmis pelaamaan poliittista peliä. Zyskowitz on eräänlainen myytti poliitikkona, sillä hänen vaikutusvaltaansa taustatoimijana voidaan vain arvailla. Siimes taas pelaa huomattavasti avoimemmin kortein, joten hänestä ei samankaltaisia myyttejä pääse syntymään kuten Zyskowitzista. Niinistö on viimeisen vuoden aikana pyrkinyt muuttamaan poliittista kuvaansa, mutta yksityisen rajaa hän ei ole suostunut murtamaan. Niinistökin edustaa myyttisempää poliittista karaktääriä. Lipposen julkisuuspolitiikka etenee samaa kaavaa kuin aiemminkin. Poliitikasta vetäytyminen on antanut tilaisuuden julkisuuskuvan harvempaan päivittämiseen. Toisaalta Lipponen on yhä aktiivinen julkiseen keskusteluun osallistuja ja mielipiteitään esittävä poliitikko. Heinäluoman julkisuuskuva säilyy yhä kovana ja joustamattomanakin. Irak-gate on ollut uusvanhana puheenaiheena vuoden 2007 alussa. Heinäluoman ei vaalien alla anneta unohtaa edellisten vaalien tapahtumia.

Modernit ja perinteistä mallia edustavat poliittiset johtajat toimivat toistaiseksi rinta rinnan. Moderni johtajuus on kuitenkin valtaamassa tilaa poliittisella areenalla. Lipposen väistyessä perinteikäs poliittinen johtajuus on katoava luonnonvara. Lisäksi Siimes, jota on luonnehdittu tyypilliseksi media-ajan poliitikoksi jättää politiikan. Näin päivän poliitikasta katoaa toistaiseksi ainoa naispuolinen poliittinen johtaja. Siimeksen keväällä 2006 aloittama vetäytyminen poliittisesti johtavasta roolista ja poistuminen politiikan kentältä jättää aukon poliittiseen eliittiin. Naisellinen johtajuus kokee tässä tapauksessa

kovan kolauksen, sillä toistaiseksi samankaltaista persoonaa ei ole nousemassa mistään puolueesta esiin. Modernin johtajuuden edustajat Niinistö ja Zyskowicz jäävät poliittiselle areenalle. Kokoomuksen vaalimenestyksestä riippuen ainakin Niinistölle on varmasti luvassa suuri rooli kansallisessa politiikassa. Heinäluoma on johtajuudessaan vielä väliinputoaja, joka jää modernien johtajien joukkoon hakemaan tyyliään ja valitsemaan tietään johtajuudessa. Moderni poliittinen johtajuus nousee entistä vahvemmin esiin nuoremman poliitikkosukupolven päätyessä poliittisille johtopaikoille.

Multijohtajuus, jossa hallitaan erilaisia vaikuttamisen keinoja, osataan vietellä äänestäjät, kansalaisryhmät, media ja toiset poliitikotkin, näyttää olevan vallitseva trendi. Asia-politiikan lisäksi esiintymiskyky on modernin poliitikon valttikortti. Moderniin johtajuuteen pyrkivän on tehtävä imagonsa eteen työtä. Tämän vuoksi imagon rakentamisen ja rakentumisen merkitystä ei voida vähätellä. Henkilökeskeinen politiikka pakottaa pohtimaan imagokysymyksiä.

Ketä tahansa poliitikkoa ei voida pitää poliittisena johtajana. Kuten kaikilla työelämän aloilla johtajuus erotetaan alaisuudesta vähintäänkin ammattinimikkeen kautta. Poliittinen päätöksenteko lepää kuitenkin koko eduskunnan harteilla, eivätkä varsinaiset johtajat pääse ottamaan suoranaista kunniaa tehdyistä päätöksistä. Poliittinen johtajuus keskittyy vahvasti joko julkiseen edustamiseen ja puolueen kasvoina toimimiseen tai taustavaikuttamiseen ja päätöksenteon ohjaamiseen toivottuun suuntaan. Poliittisen johtajuuden määrittäminen ei ole yksiselitteinen tehtävä. Sekin on huomattava, että mielipiteet jakautuvat pohdittaessa, kuka kenenkin mielestä on luokiteltavissa poliittiseksi johtajaksi. Yksimielisesti voitaneen kuitenkin todeta, että poliittinen johtaja on ominaisuuksiltaan muita paremmin toimiva poliitikko, joka kykenee edustamaan itseään, puoluettaan ja maataan kansallisesti ja tarpeen tulleen kansainväliselläkin areenalla. Joka tapauksessa on muistettava, että poliittisen johtajan ja kansanedustajan voi pudottaa asemastaan sama taho. Kansan valinnan ja aktiivisen tuen merkitystä ei voida politiikassa ja poliittista uraa luotaessa unohtaa missään vaiheessa.

Näin eduskuntavaalien alla poliittisten johtajien toimet ja puheenvuorot ovat suurennuslasin alla. Puolueet nostavat johtajansa esiin, sillä heidän merkityksensä äänestäjien tavoittelussa ei rajoitu pelkästään omaan vaalipiiriin. Poliittinen johtajuus mitataan kentällä ja median merkitsemällä areenalla. Vaalitentit ovat jo alkaneet ja puolueiden kan-

natuslukuja vertaillaan jatkuvasti. Poliittinen johtaja on vaalien alla saaliseläin, jonka jättämiä jälkiä seurataan ahkerasti ja tarkasti äänestäjien, median ja puolueiden toimesta. Kuka lankeaa median virittämään ansaan ja kuka kesyttää kenet johtajien tentissä? Suomalainen poliittinen elämä ja vaalit ovat vähitellen muuttuneet hienovaraisesti poliittisesta markkinoinnista loan heittämissä. Poliittiset johtajat saavat tästä loasta suuren osan päälleen, koska puolueella on heidän kasvonsa. Vastapuolen rakentamat ansat on osattava väistää ja hyökkäykset on pystyttävä torjumaan. Siksi Machiavellin (1999) leijonan rohkeuden ja ketun oveluuden esikuvallisuus on ajankohtaista poliittisessä toiminnassa (Machiavelli 1999, 74).

Poliittisille johtajille sovitellaan useasti sankarin viittaa. Poliittiset johtajat ovat niitä persoonia, jotka käyvät taisteluun toista puoluetta vastaan. Poliitiikan negatiiviset puolet liitetään helposti puolueisiin, kun sankarilliset hyveet taas katsotaan poliittisten johtajien ominaisuuksiksi. Poliittisista johtajista luotavat kuvaukset ovat useasti hyveiden kylästämiä, sillä heroisine piirteineen johtaja on vakuuttava ja luotettava. Näin hänen asemansa tunnustaminen on mahdollista ja hyväksyttävää. Sankaruuteen ryhtyminen eli poliittinen johtajuus ei ole poliitikon välttämätön päämäärä. Rooliin voi joutua myös vastentahtoisesti. Poliittinen johtajuus ei puoluesidonnaisuudestaan huolimatta ole kuitenkaan joukkuepeliä. Se on yksittäisen poliitikon kamppailua asemastaan ja vallasta.

LÄHTEET

Aaltola, Mika. 2000. Lumottu aika. Peli, aika ja kansainvälinen politiikka Wittgensteinin valossa. Teoksessa Lindroos, Kia. & Palonen, Kari. (toim.) *Politiikan aikakirja. Ajan politiikan ja politiikan ajan teoretisointia*. Tampere: Vastapaino, 129–157.

Aristoteles. 1997. *Retoriikka*. Runousoppi. Tampere: Gaudeamus.

Aslama, Minna. & Jääsaari, Johanna. 2004. Sillä silmällä. Naiset, populaari politiikka ja mediajulkisuus. *Naistutkimus* 4/2004. 17. vsk. Suomen Naistutkimuksen Seura, 61–66.

Aula, Maria-Kaisa. 1992. Perässä tullaan Amerikka? – Ajatuskoe suomalaisen poliittisen julkisuuden murroksesta. *Tiedotustutkimus* 15:2, 10–22.

Barthes, Roland. 1985. Valoisa huone. *Kansankulttuuri*. Suomen valokuvataiteen museon säätiö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Fairclough, Norman. 1997. *Miten media puhuu*. Tampere: Tammer-Paino.

Hart, Roderick P. 1994. *Seducing America. How television charms the modern voter*. New York. Oxford: Oxford University Press.

Hart, Roderick P. 1997. *Modern rhetorical criticism. Second Edition*. Boston, MA: Allyn & Bacon.

Hatva, Anja. 1987. *Kuva: Hyvä renki, huono isäntä*. Porvoo: Urex.

Heikkilä, Elina. 2006. *Kuvan ja tekstin välissä. Kuvateksti uutiskuvan ja lehtijutun elementtinä*. Helsinki: Hakapaino Oy.

Hietala, Veijo. 1993. *Kuvien todellisuus. Johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Hovi-Wasastjerna, Päivi. 2000. Kuvien näköispresidentit. Vaalimainonnan välittämä kuva presidenttiehdokkaista. Teoksessa Isotalus, Pekka. & Aarnio, Eeva. Presidentti 2000. Mistä on vaalit tehty? Jyväskylä: SoPhi, 174–191.

Härkönen, Anja. 2005. Kalevalan Louhi, maatalouspoliitikko vai langennut enkeli? Suomalaisen naispoliitikon kuva eri medioissa, case Anneli Jäätteenmäki. Valtio-opin pro gradu-tutkielma. Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos. Jyväskylän yliopisto.

Isotalus, Pekka. 1998. Epilogi: Jännitteinen poliittisen viestinnän kenttä. Teoksessa Isotalus, Pekka. (toim.) Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy, 241–258.

Johnson, Dennis, W. 1999. The Cyberspace Election of the Future. Teoksessa Newman, Bruce I. (ed.) Handbook of Political Marketing. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc., 705–724.

Jewitt, Carey. & Oyama, Rumiko. 2001. Visual meaning: a social semiotic approach. Teoksessa Van Leeuwen, Theo. & Jewitt, Carey. (ed.) 2001. Handbook of Visual Analysis. London: SAGE Publications Inc., 134–156.

Kaid, Lynda Lee. 2002. Political Advertising and Information Seeking: Comparing Exposure via Traditional and Internet Channels. Journal of Advertising. Vol. XXXI, Number 1, 27–35.

Kanerva, Jukka. 1994. ”Ryvettymisen hyvä puoli...” Suomalainen politiikka ja poliitikot televisiossa. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja, julkaisu 40.

Karvonen, Erkki. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestyskijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tampere: Tammer-Paino.

Klapp, Orrin E. 1964. Symbolic Leaders. Public Dramas and Public Men. Chicago: Aldine Publishing Company.

Klenke, Karin. 1999. Women leaders and women managers in the global community. *Career Development International*. Vol. 4, Iss. 3., 134–141.

Koenkytö, Heli. 1998. ”Kyllähän sitä pystyy silmäluomia leikkaileen ja menemään naimisiin...” Äänestäjien käsitykset poliitikon imagon muodostumisesta. Teoksessa Isotalus, Pekka. (toim.) *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy, 201–229.

Koski, Anne. 1994. Valtiomies: Valiomieheyttä ja maskuliinista virtuositeettia. Urho Kekkonen ja Elisabeth Rehnin valtiotaito kuvasemioottisessa analyysissä. *Kansainvälisen politiikan pro gradu-tutkielma*. Poliitikan tutkimuksen laitos. Tampereen yliopisto.

Koski, Anne. 2005. Niinkö on jos siltä näyttää? Kuva ja mielikuva Suomen valtaresursseina kansainvälisessä politiikassa. Helsinki: Tutkijaliitto.

Kotler, Philip. & Kotler, Neil. 1999. *Political Marketing: Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes*. Teoksessa Newman, Bruce I. (ed.) *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc., 3–18.

Kress, Gunther. & van Leeuwen, Theo. 1996. *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

Kuusipalo, Jaana. 1989. Naisena politiikan huippupaikoille. Naisedustus Suomen hallituksissa ja naisministerien poliittinen ura vuosina 1926–1986. Tampereen yliopiston sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos. Sarja A. Tutkimuksia 13. Tampere.

Lindroos, Kia. 2004. Katso poliittisesti. ”Jossakin on aina kamera” (Jean Baudrillard). Teoksessa Hänninen, Sakari. & Palonen, Kari. (toim.) *Lue poliittisesti. Profiileja politiikan tutkimukseen*. Jyväskylä: SoPhi, 114–146.

Lindsay, Barbara. 1999. Interest Groups and the Political Process: Gender Issues. Teoksessa Newman, Bruce I. (ed.) *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc., 643–660.

Machiavelli, Niccolò. 1998. Valtiollisia mietelmiä. Suom. Heurlin, Kaarlo F. Toinen painos. Juva: WSOY.

Machiavelli, Niccolò. 1999. Ruhtinas. Suom. Huhtala, Aarne. Kuudes painos. Juva: WSOY.

Miettinen, Sari. 2002. Poliitikot hömppäohjelmissä. Julkinen intiimiys poliitikkojen televisioesiintymisissä. Valtio-opin pro gradu-tutkielma. Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos. Jyväskylän yliopisto.

Moring, Tom. & Himmelstein, Hal. 1993. Poliitikka riisuttuna. Kampanjakulttuuri murroksessa televisioidun politiikan aikaan. Helsinki: Hakapaino Oy.

Möttölä, Matias. 2005. Mies takavasemmalta. Image 01/2005. 21. vsk. Helsinki: Image Kustannus Oy, 78–87. Kuvat Aki Roukala.

Nimmo, Dan. & Savage, Robert, L. 1976. Candidates and Their Images. Concepts, Methods, and Findings. Pacific Palisades, CA: Goodyear Publishing Company, Inc.

Nurmi, Timo., Rekiaro, Ilkka., Rekiaro, Päivi. & Sorjanen, Timo. 2001. Gummeruksen suuri sivistyssanakirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Piha, Kirsi. 1999. Tästä asti aikaa. Väitteitä ja vastaväitteitä. Helsinki: Oy Edita Ab.

Partanen, Anu. 2004a. Pieni suuri mies. Image 03/2004. 20. vsk. Helsinki: Image Kustannus Oy, 38–47. Kuvat Mikko Harma.

Partanen, Anu. 2004b. Re: Imagesta. anu.partanen@imagekustannus.fi. Vastaanottaja Maarit Koskinen. Lähetetty 10.11.2004. [Tulostettu 11.11.2004.]

Pekonen, Kyösti. 1991. Symbolinen modernissa politiikassa. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja, julkaisu 25.

Richmond, Virginia P. & McCroskey, James C. 2000. Nonverbal behavior in interpersonal relations. Fourth Edition. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Rope, Timo. & Mether, Jari. 1991. Mielikuvamarkkinointi. Espoo: Weilin+Göös.

Salminen, Ari. 1995. Hallintotiede. Organisaatioiden hallinnolliset perusteet. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

Schweiger, Günter. & Adami, Michaela. The Nonverbal Image of Politicians and Political Parties. Teoksessa Newman, Bruce I. (ed.) Handbook of Political Marketing. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc., 347–364.

Seppänen, Janne. 2002. Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa. Tampere: Vastapaino.

Seppänen, Janne. 2005. Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle. Tampere: Vastapaino.

Summa, Hilikka. 1996. Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa Palonen, Kari. & Summa, Hilikka. (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat. Tampere: Vastapaino, 51–83.

Suhonen, Pertti. 2000. Mieliäpidetutkimusten rooli presidentinvaaleissa. Teoksessa Isotalus, Pekka. & Aarnio, Eeva. Presidentti 2000. Mistä on vaalit tehty? Jyväskylä: SoPhi, 63–87.

Suutari, Virpi. 2003a. Taistelija. Image 03/2003. 19. vsk. Helsinki: Image Kustannus Oy, 50–57. Kuvat Pauli Rouvinen.

Suutari, Virpi. 2003b. Pitkän miehen matka. Image 09–10/2003. 19. vsk. Helsinki: Image Kustannus Oy, 70–76. Kuvat Annika Rauhala.

Toiminen, Marjaana. 2002. Tylyjen tilanteiden mies. Image 09–10/2002. 18. vsk. Helsinki: Image Kustannus Oy, 40–47. Kuvat Aki Roukala.

Trent, Judith S. & Friedenberg, Robert V. 2000. Political Campaign Communication. Principles and Practices. Fourth Edition. Westport, CT: Praeger Publishers.

Treuthardt, Leena. 2000. Eduskuntavaaliehdokkaat ”Homo Viatoreina” matkalla politiikassa. Etnografinen tutkimus vuoden 1999 eduskuntavaaleista. Valtio-opin lisensiaatin tutkimus. Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos. Jyväskylän yliopisto.

Tucker, Mary L., McCarthy, Anne M. & Jones, M. Colleen. 1999. Women and men politicians: are some of the best leaders dissatisfied? Leadership & Organization Development Journal 20/6. MCB University Press, 285–290.

Uimonen, Risto. 1992. Julkisuuspelejä. Imagonrakennus politiikassa. Juva: WSOY.

Uimonen, Risto. & Ikävalko, Elisa. 1996. Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki: Inforviestintä Oy.

Weber, Max. 1994. Political Writings. Lassman, Peter. & Speirs, Ronald. (ed.) Cambridge: Cambridge University Press.

INTERNET

http://www.klub.fi/imag_lehdet.htm Viitattu 7.12.2004.

<http://www.image.fi/node/5> Viitattu 27.12.2006.