

# **POLITIIKAN SIETÄMÄTÖN KEVEYS?**

*Yksityiselämä ja sen poliittiset ulottuvuudet vuoden  
2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuivissa*

Anni Pasanen

Journalistiikan pro gradu -tutkielma

Kevät 2016

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen	Laitos – Department Viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Anni Pasanen	
Työn nimi – Title Politiikan sietämätön keveys? Yksityiselämä ja sen poliittiset ulottuvuudet vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuissa	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Huhtikuu 2016	Sivumäärä – Number of pages 182
Tiivistelmä – Abstract <p>Politiikan henkilöitymistä on pidetty yhtenä merkittävimmistä kehityskuluista, joka muuttaa kehittyneiden teollisuusmaiden demokratioita. Henkilöitymisellä tarkoitetaan yksittäisten poliitikkojen roolin korostamista poliittisessa kulttuurissa puolueiden, aatteiden ja instituutioiden kustannuksella. Erityisesti henkilöitymisprosessin tietty puoli, politiikan yksityistymisen eli huomion siirtyminen poliitikkojen yksityiselämään, on herättänyt huolta politiikkaa käsittelevän journalismin pinnallistumisesta. Yksityistymisen on pelätty vievän huomiota politiikan painavilta asiakysymyksiltä ja siten heikentävän julkisen poliittisen keskustelun laatua.</p> <p>Tässä tutkielmassa pyritään avaamaan yksi näkökulma politiikan yksityistymisestä käytävään keskusteluun. Tutkielmassa tarkastellaan kehystämistapoja, joilla vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden yksityiselämää käsitellään näiden henkilökuissa, sekä sitä, miten ja missä määrin yksityiselämän kehukset politisoidaan eli kytketään yleisiin ja yhteisiin kysymyksiin. Tutkimusaineisto koostuu 87 henkilökuusta, jotka on julkaistu 17 kotimaisessa sanoma- tai aikakauslehdessä vuoden 2012 presidentinvaalien lähetyvillä. Aineisto analysoidaan kehysanalyysin ja määrällisen sisällön erittelyn menetelmin. Kehysanalyysin menetelmälliseksi työkaluksi tutkielmassa hahmotellaan kehysten rakentumisen neliportainen malli.</p> <p>Tutkimusaineistosta havaittiin seitsemän kehystä, joiden raamittamina presidenttiehdokkaiden yksityiselämä esitettiin: poliitikon ”yhtenä meistä” esittävä tavallisuuden kehys, kiiltokuvamaisen positiivinen julkisivun kehys, itsensä toteuttamista painottava täyttymyksen kehys, koominen huumorin kehys, traaginen kamppailun kehys, yksityisyyden suojaa painottava varjelun kehys ja julkisia tunnustuksia sisältänyt tunnustuksen kehys. Kehyksiä tarkastelemalla voitiin päätellä useita syitä siihen, miksi yksityiselämän julkisen käsittely näyttää houkuttelevalta mahdollisuudelta sekä poliitikoille että heistä kirjoittaville toimittajille. Toisaalta yksityiselämää koskeva avoimuus ei vaikuta olevan poliitikoille ainoastaan tervetullut keino julkisen imagon puunaamiseksi: ajoittain yksityisen ja julkisen välisen rajan määrittelemisestä käytiin aineistossa kiivasta kädenväntöä.</p> <p>Yksityiselämän kautta nostettiin esiin laaja poliittisen kysymysten kirjo, joten aineiston valossa näyttää siltä, että huoli yksityistymisen turmelevasta vaikutuksesta julkiseen keskusteluun on osin liioiteltu. Toisaalta yksityiselämää politisoineet tekstiosuudet jäivät henkilökuissa usein lyhyiksi ja pinnallisiksi. Siksi on painotettava, ettei poliittisten kysymysten käsittelyä poliitikkojen yksityiselämän kautta pidä nähdä asajournalismin korvaajana vaan täydentäjänä, joka voi parhaimmillaan monipuolistaa poliittisten aiheiden käsittelyä mediassa.</p>	
Asiasanat – Keywords Journalistiikka, julkisuuden henkilöt, julkisuus, kehysanalyysi, medialogiikka, politiikan henkilöityminen, politisoiminen, yksityisyys	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	

# SISÄLLYS

<b>1 JOHDANTO .....</b>	<b>5</b>
<b>2 POLITIIKKA HENKILÖITYY, MEDIAN MAHTI KASVAA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Poliitiikan henkilöitymisen ilmenemistavat .....	10
2.2 Medioituminen henkilöitymisprosessin taustalla .....	15
2.2.1 Poliitiikan medioituminen – tie kohti mediavaltaa? .....	16
2.2.2 Medialogiikka vastaan poliittinen logiikka .....	19
<b>3 POLIITIKKOJEN YKSITYISELÄMÄ JULKISUUDEN NÄYTEIKKUNASSA .....</b>	<b>25</b>
3.1 Yksityisen ja julkisen rajavyöhykkeellä .....	25
3.1.1 Yksityisyys ja sen suhde journalismiin .....	26
3.1.2 Julkisuus näkyvyytenä ja poliittisena keskusteluareenana .....	31
3.1.3 Poliittinen ja populaari kohtaavat – jälkimodernin poliittisen yhteisön jäljillä .....	37
3.1.4 Voiko yksityinen olla julkista? .....	43
3.2 Julkisuuden henkilöt – miksi heitä on? .....	47
3.3 Poliitikot julkisuuden henkilöinä .....	53
<b>4 TUTKIMUSAINEISTONA POLIITIKKOJEN HENKILÖKUVAT .....</b>	<b>61</b>
4.1 Vuoden 2012 presidentinvaalijulkisuus ja siihen kuuluvat lehtityypit.....	62
4.2 Henkilökuva lehdistön juttutyypinä .....	64
<b>5 TUTKIMUSMENETELMÄT.....</b>	<b>69</b>
5.1 Sisällön erittely yleiskuvan antajana .....	69
5.2 Kehysanalyysi.....	72

5.2.1 Kehystämisen lähtökohta: ”Mitä tässä on meneillään?” .....	73
5.2.2 Kehysanalyysi ja joukkoviestinnän tutkimus .....	76
5.2.3 Kehysanalyysi tässä tutkielmassa: kehysten rakentumisen neliportainen malli .....	78
5.3 Yksityiselämän politisoimisen muodot – analyttinen viitekehys .....	83
<b>6 TUTKIMUSTULOKSET .....</b>	<b>89</b>
6.1 Määrällinen yleiskuva presidenttiehdokkaiden yksityiselämästä.....	89
6.2 Poliitikkojen yksityiselämää reunustavat kehukset .....	93
6.2.1 Noutopitsaa kotisohvalla – yksityiselämä todisteena poliitikon tavallisuudesta.....	93
6.2.2 Rakkauden huumaa ja imagon kalibrointia – yksityiselämä julkisivuna .....	98
6.2.3 Rentoutumista vapauden valtakunnassa – yksityiselämä täyttymyksenä ...	104
6.2.4 ”En ole vaimoa hakemassa, vaan kannatusta” – yksityiselämä huumorin kohteena .....	107
6.2.5 Tragedioita ja likatahroja – yksityiselämä kamppailuna.....	113
6.2.6 ”Nyt aletaan olla aika henkilökohtaisissa asioissa” – yksityiselämä varjeltavana vyöhykkeenä .....	122
6.2.7 Katumuksen värittämää tunnepuhetta – yksityiselämä tunnustusten lähteenä .....	127
6.2.8 Yhteenvetoa yksityiselämän kehyksistä: yleisyys ja rakenneosat .....	132
6.3 Yksityisestä poliittiseksi .....	135
<b>7 LOPUKSI: NÄYTEIKKUNAELÄMÄN VIETTELYKSET JA KIROUKSET .....</b>	<b>146</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>156</b>

# 1 JOHDANTO

Huhtikuun 19. päivän iltana vuonna 2015 Suomessa kokoonnuttiin televisioiden ja muiden viestinten äärelle. Meneillään oli suuren luokan poliittinen rituaali. Kotisohvalla tai ravintolassa, yhdessä tai yksin, voitonriemua kiihkeästi odottaen tai pahinta peläten – kansalaiset jännittivät eduskuntavaalien tuloksia kukin tavallaan, kuka missäkin. Vaalillan päätteeksi parrasvaloissa paistatteli ennen muuta yksi henkilö, joka syleili puoluetovereitaan leveästi hymyillen: Suomen Keskustan puheenjohtaja Juha Sipilä onnistui tempaisemaan puolueensa opposition pohjamudista eduskunnan kirkkaasti suurimmaksi ryhmäksi. Keskustan suursuosio henkilöityi paljolti juuri Sipilän persoonaan. Yleisesti arvioitiin, että hänen insinöörimäisessä, yrittäjähenkisessä olemuksessaan oli jotakin, joka vetosi kansalaisiin taloudellisesti synkkinä aikoina.

Keskustan vaalivoitto oli jälleen yksi osoitus siitä, etteivät politiikan suhdanteita ratkaise ainoastaan asiat, vaan myös persoonat. Tätä ilmiötä, politiikan henkilöitymistä, on pidetty yhtenä merkittävimmistä kehityskuluista, joka muuttaa kehittyneiden teollisuusmaiden demokratioita (Van Aelst, Sheaffer & Stanyer 2012, 204). Henkilöitymisellä tarkoitetaan yksittäisten poliitikkojen roolin korostumista poliittisessa kulttuurissa (Rahat & Sheaffer 2007, 65; Karvonen 2010, 4; den Herder 2013, 467). Prosessi näkyy politiikassa monin tavoin: esimerkiksi kansalaiset äänestävät ensisijaisesti henkilöä eivätkä puoluetta, puolueet korostavat mainonnassaan yksittäisiä, johtavia ehdokkaita ja kollektiivinen puolue toiminta surkastuu. Henkilöitymishypoteesille on löydetty useissa tutkimuksissa empiirisiä todisteita viime vuosikymmeniltä (esim. Mughan 2000; Rahat & Sheaffer 2007; Reinemann & Wilke 2007; Karvonen 2010; den Herder 2013; Balmas & Sheaffer 2014).

Mediassa politiikan henkilöityminen ilmenee siten, että viestinten huomio siirtyy puolueista, ideologioista ja instituutioista yksittäisiin poliitikkoihin (Rahat & Sheaffer 2007, 67–68). Yksilöllisyyttä juhlivana nykypäivänä poliitikoista on tullut viihdetähtien kaltaisia julkisuuden henkilöitä, jotka esittelevät kotiaan ja parisuhdettaan populaarilehtien sivuilla tai hauskuuttavat kansalaisia television sketsisarjoissa. Tämäntyyppisen henkilökeskeisyyden on pelätty heikentävän poliittisen keskustelun laatua, sillä se on omiaan siirtämään julkisuuden polttopistettä asiakysymyksistä viihteeseen, esimerkiksi poliiti-

tikkojen yksityiselämään (Esser 1999, 315; Adam & Maier 2010, 214, 220; Holtz-Bacha, Langer & Merkle 2014, 156). Lisäksi sen on arveltu jossain määrin lisäävän yleisön kyynisyyttä politiikkaa kohtaan (esim. Jebril, Albæk & de Vreese 2013; Boukes & Boomgaarden 2015). Toisaalta osa tutkijoista on huomauttanut, että henkilöityminen voi tehdä politiikasta aiempaa ymmärrettävämpää ja kiinnostavampaa sellaiselle yleisölle, jonka tietämys yhteiskunnallisista kysymyksistä on heikkoa (Baum 2003; Jebril ym. 2013, 116). Mediahenkilöitymisen syyksi on esitetty esimerkiksi journalismin kaupallistumista ja televisiota, joka visuaalisena välineenä korostaa mielellään yksittäisiä henkilöitä (Mancini & Swanson 1996, 13; Hayes 2009, 234; Adam & Maier 2010, 219).

Koska politiikan henkilöitymisen ilmiö on ajankohtainen ja sillä voi olla huomattavia vaikutuksia demokratian toimivuuteen, on siitä syytä saada lisätietoa. Tässä tutkielmassa tuon ilmiöön lisävaloa tarkentamalla katseen yhteen henkilöitymisen ulottuvuuteen, poliitikkojen yksityiselämän käsittelyyn mediassa. Tämä henkilöitymisen puoli on erityisen merkittävä, sillä sitä on pidetty ilmiön haitallisimpana osaprosessina. Aiempi henkilöitymisen tutkimus joukkoviestinnän näkökulmasta on ollut suurimmaksi osaksi määrällistä ja keskittynyt ilmiön olemassaolon todentamiseen sekä voimakkuuden mittaamiseen viime vuosikymmeninä. Sen sijaan siitä, *kuinka ja millaisessa* asiayhteydessä henkilöitynyt journalismi kuvaa poliitikkoja, tiedetään vähemmän. Siksi pyrin tässä työssä tuomaan valtavan tietoaukon nurkkaan määrällisen tilkkeen rinnalle laadullista laastia: käytän keskeisimpänä analyysimenetelmänä kehysanalyysia, jota täydennän määrällisellä sisällön erittelyllä. Tarkoitukseni on raottaa näkökulmaa henkilöitymisilmiön oletettuihin seurauksiin. Toisin sanoen testaan rajallisessa mittakaavassa hypoteesia, jonka mukaan median huomion siirtyminen poliitikkojen yksityiselämään vieraannuttaa yleisöä politiikan asiakysymyksistä.

Näkökulma- ja menetelmävalintojen ohella myös tämän työn tutkimusaineisto poikkeaa luonteeltaan useimmista aiemmista tutkimuksista. Tähän saakka henkilöitymistä koskevat tutkimukset ovat keskittyneet paljolti uutisiin, vaikka muillakin journalismin lajityypeillä, erityisesti viihteellisillä sellaisilla, on merkittävä osa politiikan luonteen muuttamisessa (Driessens, Raeymaeckers, Verstraeten & Vandebussch 2010, 309–310). Niinpä tässä työssä tarkastelun kohteeksi on valittu uutisia kevyempi lehdistön juttutyyppi, henkilökuvat, jotka on julkaistu useissa kotimaisissa sanoma- ja aikakauslehdissä vuoden 2012 Suomen presidentinvaalien lähettyvillä. Kaikkien henkilökuvien pääosassa ovat presidenttiehdokkaat, joita vuoden 2012 vaaleissa oli kahdeksan. Aineiston

87 henkilökuva edustavat varsin monipuolista läpileikkausta kotimaisesta lehdistökentästä: mukana on niin laatulehdiksi miellettyjä julkaisuja, populaarilehtiä kuin maakuntalehtiäkin.

Kuinka henkilöitymisen oletettaviin seurauksiin sitten on mahdollista päästä käsiksi? Olen ottanut politiikan pinnallistumisväitettä testattaessa lähtökohdaksi ajatuksen siitä, että poliitikkojen yksityiselämään kohdistuva mediahuomio sisältää potentiaalin nostaa yksityisinä pidettyjä kysymyksiä poliittiselle tasolle eli politisoida ne. Esimerkki yksityiselämän politisoinnista voisi olla poliitikon homoseksuaalisen suhteen kytkeminen keskusteluun homoseksuaalien avioitumisoikeudesta tai poliitikon terveydentilan liittäminen sosiaali- ja terveystieteelliseen keskusteluun. Jos poliitikkojen yksityiselämä politisoidaan tällä tavoin, voidaan olettaa, ettei sen julkinen käsittely juuri vieraannuta yleisöä asiapitoisesta keskustelusta vaan voi jopa lisätä ihmisten mielenkiintoa politiikkaa kohtaan. Jos yksityiselämää puolestaan käsitellään pelkästään yksilötasolla, vailla laajaa yhteiskunnallista yhteyttä, voidaan väittää, että median huomion siirtyminen poliitikkojen yksityiselämään heikentää olennaisesti julkisen keskustelun laatua – jos laaduksi siis ymmärretään yhteistä hyvää koskeva, järkeilevä puntarointi. Edellä mainittu ongelmanasettelu on tietenkin hiukan yksinkertaistava, mutta tutkielman edetessä siihen on tarkoitus saada lisää sävyjä. Sävyjä ja ratkaisuja ongelmaan haen seuraavien tutkimuskysymysten avulla: *Miten presidenttiehdokkaiden yksityiselämää kehystetään näiden henkilökuviissa? Millä tavoin ja missä määrin yksityiselämän kehukset kytketään poliittisiin kysymyksiin eli politisoidaan?*

Kun mielenkiinnon kohteina ovat henkilöitynyt journalismi ja yksityiselämän poliittiset ulottuvuudet, muodostavat presidenttiehdokkaiden henkilökuvat varsin hedelmällisen tutkimusaineiston ainakin kahdesta syystä. Ensinnäkin henkilökuva lehdistön juttugenrenä on varsinainen henkilökeskeisen journalismin ilmentymä, sillä sen ilmeisin funktio on esitellä yksittäistä persoonaa laajojen ilmiöiden ja prosessien sijaan. Tässä tapauksessa se on erityisen kiinnostava monipuolisuutensa vuoksi: yhtäältä juttutyypin avulla voidaan tuoda julkisuuteen runsaasti keveitä yksityiselämän kysymyksiä, mutta toisaalta siihen sisältyy huomattava politisoinnin potentiaali, mahdollisuus tehdä vakavia yhteiskunnallisia teemoja ymmärrettäviksi yksittäisen henkilön kautta. Yleensä näiden kahden mahdollisuuden rinnakkainen läsnäolo puuttuu esimerkiksi niin sanotuilta kovilta politiikan uutisilta. Toiseksi presidentinvaalit ovat henkilökeskeisin vaali suomalaisessa vaalijärjestelmässä, joten niihin liittyvä vaalijulkisuus keskittyy vielä tavallistakin

enemmän ehdokkaiden persooniin. Niinpä presidentinvaalit merkitsevät medialle otollista sesonkia poliitikkoja käsittelevien henkilöjuttujen julkaisemiseen ja samalla poliittisten teemojen käsittelyyn henkilöiden kautta. Jos politiikan henkilöitymisprosessi kiihtyy, on periaatteessa mahdollista, että yleinen poliittinen mediajulkisuus alkaa muistuttaa kasvavassa määrin ylenpalttisen persoonakeskeistä presidentinvaalijulkisuutta. Siksi nimenomaan presidentinvaaleihin liittyvät lehtiartikkelit tarjoavat oivan lähtökohdan pohtia henkilöityneen julkisen keskustelun mahdollisia suuntaviivoja. Lisäksi vaalijulkisuudesta rakentuu selkeästi rajattu asetelma, jossa tietyt poliitikot esiintyvät runsaasti julkisuuden valokeilassa tiettyinä ajanjaksona. Näin samoista henkilöistä saadaan vertailukelpoista aineistoa useista eri lehdistä lyhyeltä aikaväliltä.

Aloitan tutkielman esittelemällä luvussa 2.1 politiikan henkilöitymisprosessin taustatekijöitä sekä pilkkomalla monitahoista henkilöitymisen ilmiötä pienempiin osiin. Tämän jälkeen, luvussa 2.2, jatkan mediahenkilöitymisen taustoittamista kytkemällä sen osaksi laajempaa prosessia, medioitumista. Termillä tarkoitetaan median merkityksen kasvua yhteiskunnassa ja kulttuurissa. Sen rinnalle nostan medialogiikan käsitteen, joka auttaa liimaamaan henkilöitymisen ja medioitumisen prosessit tiukasti toisiinsa: politiikan henkilöityminen voidaan ymmärtää yhdeksi keinoksi mukautua median yleisöhaakuksiin tuotantorutiineihin eli medialogiikkaan. Henkilöityminen, medioituminen ja medialogiikka muodostavat siis napakan käsitteipaketin, joka helpottaa henkilökuvien juttujen ja siihen liittyvän henkilöivän kerrontatavan syvällistä ymmärtämistä.

Luvussa 3 siirryn taustoittamaan tutkielmaa toisesta näkökulmasta. Lukua lävistävinä käsitteinä toimivat yksityisyys ja julkisuus. Tarkastelen muun muassa journalismin jännitteistä suhdetta yksityisyyteen ja kiikaroin yksityisen ja julkisen välistä rajalinjaa. Sijoitan tutkimusaineiston julkisuuden termistökartalle viipaloimalla julkisuuden käsitteen kahtia ja siitä edelleen pienemmiksi osiksi. Luvun kahdessa viimeisessä alaluvussa tarkastelen muun muassa syitä siihen, miksi julkisuuden henkilöt ovat nousseet keskeiseen asemaan mediavoittoisessa kulttuurissa ja miksi monet poliitikot ovat muuntautuneet populaarijulkisuuden keinoja hyödyntäviksi massamedian tuotteiksi.

Luvut 4 ja 5 tarjoavat kuvauksen tutkielman aineistosta ja menetelmävalinnoista. Aineistoluvussa muun muassa luokittelen tutkielmassa tarkastellut henkilökuvat luvun 3.1.3 mukaisesti julkisuustyyppisiin, esittelen henkilökuvaa lehdistön juttutyypinä ja jaan tutkimusaineiston kuuteen henkilökuvan alalajiin. Näin aineiston kuvaus jatkaa



luvun 2 ja erityisesti luvun 3 uurtamalla käsitteellisillä laduilla. Menetelmäluvussa puolestaan esittelen aineiston analysoimiseen käytetyt tutkimusmenetelmät, joista määrällisen puolen kattaa sisällön erittely ja laadullisen kehysanalyysi. Viimeksi mainittu on menetelmistä keskeisempi, joten omistan sen käsittelyyn kolme alalukua. Merkittävimmän kivijalan tutkimusaineiston analyysille muodostaa luvussa 5.2.3 esiteltävä, tätä tutkielmaa varten hahmoteltu kehysten rakentumisen neliportainen malli. Luvussa 5.3 esittelen analyttisen viitekehysten, jota hyödynnän yksityiselämän politisoimisen kuvaamisessa.

Tutkimustuloksiin päästään käsiksi luvussa 6. Luku jakautuu kolmeen osaan, joista ensimmäinen valaa pohjaa kahdelle seuraavalle tarjoamalla määrällisen yleiskatsauksen elementeistä, joista poliitikkojen yksityiselämä koostuu henkilökuvien esittämänä. Luvussa 6.2 esittelen seitsemän kehystä, joiden läpi presidenttiehdokkaiden yksityiselämää tarkastellaan näiden henkilökuvissa. Luku 6.3 puolestaan keskittyy vastaamaan toiseen tutkimuskysymykseen siitä, millä tavoin ja missä määrin noille kehyksille annetaan poliittisia merkityksiä. Tutkielman päättää luku 7, jossa nivon keskeiset tutkimustulokset ja johtopäätökset yhteen luvuissa 2 ja 3 esiteltyjen teoreettisten näkökulmien kanssa.

## **2 POLITIIKKA HENKILÖITYY, MEDIAN MAHTI KASVAA**

Politiikan henkilöitymistä on pidetty yhtenä politiikkaa merkittävimmin muovaavista viimeaikaisista muutosprosesseista läntisissä demokratioissa (Van Aelst ym. 2012, 204). Poliittisessa journalismissa henkilöityminen merkitsee huomion siirtymistä ideologioista, puolueista ja yhteiskuntaluokista yksittäisen poliitikon persoonallisuuteen, kokemukseen ja mielipiteisiin, siis kollektiiviselta tasolta yksilötasolle. Ilmiön vaikutuksesta julkisen keskustelun laatuun on oltu huolissaan jo ainakin 1960-luvulta lähtien, jolloin televisio muokkasi mediamaisemaa merkittävästi. (den Herder 2013, 467.) Toisaalta sitä on pidetty luontevana, väistämättömänä ja kaikkialla jatkuvasti läsnä olevana poliittisen esittämisen ja edustamisen tapana (Street 2004, 447).

Tämän työn aihepiiri kytkeytyy politiikan henkilöitymiseen kahdella tapaa. Ensinnäkin presidenttiehdokkaiden henkilökuvia voidaan tarkastella yhtenä esimerkkinä siitä, kuinka politiikkaa voidaan henkilöidä mediassa. Toiseksi nimenomaan poliitikkojen yksityiselämän esittelyä mediassa – eli näkökulmaa, johon tämän tutkielman huomio kohdistuu – on pidetty henkilöitymisen keskeisenä ilmenemistapana. Siksi kaivan tässä luvussa tutkielman teoreettisia lähtökuoppia esittelemällä henkilöitymisilmiötä erityisesti median tasolla. Aluksi luon tiiviin katsauksen henkilöitymisprosessin yleiseen taustaan, ilmiötä koskevaan empiiriseen tutkimukseen ja hypoteeseihin sen vaikutuksista poliittiseen elämään. Tämän jälkeen luvussa 2.2. esittelen mediavallan nousua politiikan kentällä – toisin sanoen medioitumisprosessia, joka vaikuttaa henkilöitymisen taustalla. Aloitan luvun 2.2 tarkastelemalla medioitumista yleisenä kulttuurisena ja yhteiskunnallisena muutosprosessina, minkä jälkeen huomio siirtyy nimenomaan politiikan medioitumiseen osaprosesseineen ja kehitysvaiheineen. Luvun päätteeksi mukaan pakataan vielä medialogiikan käsite, joka sitoo politiikan henkilöitymisen yhteen medioitumisprosessin kanssa.

### **2.1 Poliitiikan henkilöitymisen ilmenemistavat**

Politiikan henkilöityminen on siis prosessi, jossa yksilön painoarvo politiikassa kasvaa samalla, kun poliittisten ryhmien ja kollektiivisten identiteettien merkitys heikkenee

(Rahat & Sheaffer 2007, 65; Karvonen 2010, 4). Ilmiö ei suinkaan ole uusi, sillä poliittinen valta on ruumiillistunut valovoimaisiin yksilöihin koko politiikan historian ajan. Henkilöitymisprosessi on kuitenkin kiihtynyt 1960-luvulta lähtien, jolloin länsimaisten demokratioiden politiikkaa pitkään määritellyt joukkopuolueiden aikakausi tuli tiensä päähän. Joukkopuolueiden aikana, 1900-luvun alkupuoliskolla, äänestäjäkunta oli jakaantunut varsin selkeärajaisiin sosiaalisiin ryhmiin, kuten porvaristoon, agraariväkeen ja työväenluokkaan. Tuolloin kansalaiset samastuivat luokkaperustaisiin puolueisiin, joita kannatettiin tavallisesti läpi eliniän. (Katz & Mair 1995, 6–8; Holtz-Bacha ym. 2014, 154.) Sittenkin yhteiskunta ja puolueet ovat keskiluokkaistuneet, minkä vuoksi puolueet ovat alkaneet kilpailla samoista äänestäjistä ja muistuttaa suuresti toisiaan (Negrine 2008, 60–62). Yhteiskuntaluokkien kaltaisten kollektiivisten identiteettien murentuessa puolueuskollisten äänestäjien määrä on vähentynyt (Dalton & Wattenberg 2000, 11). Puolueiden vetovoima on heikentynyt myös siksi, että niiden vaikutusmahdollisuuksien kirjo on kaventunut: nykyisissä hyvinvointiyhteiskunnissa äänestäjille on vaikea luvata yhtä suuria muutoksia kuin entisaikaan, jolloin huomattava osa väestöstä eli köyhyudessa (Negrine 2008, 59–61). Lisäksi päätöksentekovallan lipuminen kansallisilta areenoilta kansainväliselle tasolle – Suomen tapauksessa erityisesti Euroopan unioniin – on siirtänyt entistä useampia kysymyksiä puolueiden vaikutuskyvyn ulottumattomiin. Näistä syistä pitäytyminen yleisluontoisissa ja mahdollisimman vähän kiistoja herättävissä teemoissa, tunteisiin vetoaminen ja valovoimaisten poliitikkojen korostaminen houkuttelevat monia puolueita, kun nämä pohtivat vaalistrategioitaan. (Holtz-Bacha ym. 2014, 154.)

Rauli Mickelssonin (2007) mukaan yksilökeskeistyminen on murentanut kollektiivisubjekteja suomalaisessa politiikassa 1980-luvulta lähtien. Puolueita ei enää ymmärretä entiseen tapaan yhtenäisiksi poliittisiksi toimijoiksi, vaan pikemminkin politiikan teon paikoiksi: areenoiksi, väyliksi ja kanaviksi, joiden kautta yksilöt pyrkivät vaikuttamaan poliittiseen päätöksentekoon. Puolueiden merkityksen väheneminen näkyy politiikassa monin tavoin: kansanedustajaehdokkaiden henkilökohtaiset tukiryhmät ovat syöneet puolueiden roolia vaalikampanjoinnissa, kansanedustajien kasvava avustajakunta on vienyt tehtäviä puoluejärjestöiltä, ja vaikuttamaan pyrkivät kansalaiset kääntyvät puolueiden sijaan esimerkiksi yhden asian liikkeiden puoleen. (Mickelsson 2007, 310–311.)

Tiiviisti ilmaistuna politiikan henkilöityminen on siis yksi puoluepolitiikan näivettymisen seurauksista. Gideon Rahat ja Tamir Sheaffer (2007) jakavat henkilöitymisilmiön

kolmelle tasolle. Niistä ensimmäisellä, institutionaalisella tasolla, otetaan käyttöön sellaisia sääntöjä, mekanismeja ja instituutioita, jotka painottavat enemmän yksilön kuin poliittisen kollektiivin merkitystä. Tämä voi tarkoittaa vaikkapa tilannetta, jossa vaali-järjestelmää uudistetaan suosimaan yksittäisiä poliitikkoja puolueiden sijaan. (Rahat & Sheaffer 2007, 66.) Tällä tasolla vaalitapa on Suomessa henkilökeskeisempi kuin esimerkiksi Ruotsin valtiopäivävaaleissa, jotka edustavat puoliavointa listavaalia. Meillä äänestäjät valitsevat eduskuntavaaleissa yksittäisten ehdokkaiden väliltä, kun länsinaapurissa äänestetään yleensä puolueiden listoja, joilta ehdokkaat pääsevät valtiopäiville puolueen ennalta määrittämässä järjestyksessä (Karvonen 2010, 47, 50). Toinen Rahatin ja Sheafferin (2007) luokittelun mukainen henkilöitymisen taso on media, jonka huomio siirtyy puolueista ja instituutioista yksittäisiin poliitikkoihin. Mediahenkilöitymisen tasossa ei ole kyse ainoastaan siitä, että tiedotusvälineet korostaisivat yksilöiden poliittisia kannanottoja, vaan myös poliitikkojen yksityiselämä on noussut julkisen kiinnostuksen kohteeksi. Kolmanneksi henkilöityminen ilmenee käyttäytymisen tasolla. Tällöin puolueet saattavat esimerkiksi korostaa puoluejohtajia keulakuvinaan, ehdokkaat kampanjoida itsenäisesti osallistumatta aktiivisesti puolue toimintaan ja äänestäjät perustaa äänestyspäätöksensä ehdokkaan persoonaan puolueen ohjelman sijasta. (Rahat & Sheaffer 2007, 67–68.)

Henkilöitymisilmiön olemassaoloa ja voimakkuutta on tutkittu useissa maissa. Esimerkiksi Suomessa politiikan on todettu henkilöityneen viime vuosikymmeninä ainakin tietyiltä osin: kasvava osuus äänestäjistä pitää ehdokkaan henkilökohtaisia ominaisuuksia puoluetta tärkeämpänä kriteerinä äänestyspäätöstä tehdessään (Pesonen 1995, 116; Karvonen 2010, 51), puoluejohtajien imagon merkitys on kasvanut sekä äänestäjien että puolueväen mielestä (Paloheimo 2005, 210, 212; Karvonen 2009, 112), ja lehdissä julkaistut vaalimainokset ovat yhä useammin yksittäisten poliitikkojen ilmoituksia puolueiden kollektiivisten mainosten sijaan (Karvonen 2010, 96–99). Useiden tutkimusten (esim. Mughan 2000; Rahat & Sheaffer 2007; Reinemann & Wilke 2007; den Herder 2013; Balmas & Sheaffer 2014) mukaan politiikka on muuttunut henkilökeskeisemmäksi muuallakin, mutta osassa tutkimuksista (esim. Kriesi 2012; Takens, van Atteveldt, van Hoof & Kleinnijenhuis 2013; Trimble, Wagner, Sampert, Raphael & Gerrits 2013) henkilöitymishypoteesille ei ole löydetty selkeitä todisteita. Tutkimustulosten ristiriitaisuuden on arvioitu johtuvan muun muassa eri maiden poliittisten järjestelmien ja mediajärjestelmien eroista, henkilöitymisprosessin epälinearisesta etenemisestä sekä henkilöi-

tymisen käsitteen määritelmällisestä epäselkeydestä (Adam & Maier 2010, 233–237; Van Aelst ym. 2012, 204; Balmas & Sheaffer 2014, 995–997).

Tässä tutkielmassa kiinnostuksen kohteena on yksi politiikan henkilöitymisen kolmesta tasosta, henkilöityminen mediassa. Siksi keskityn tästä eteenpäin siihen ja jätän henkilöitymisen kaksi muuta muotoa, instituutioiden ja käyttäytymisen tason, taka-alalle. Jos siis oletetaan, että media esittää politiikan aiempaa henkilökeskeisemmin, onko kyseessä suotava vai haitallinen kehityskulku? Kysymykseen ei ole tarjolla yksiselitteistä vastausta. Yhtäältä mediahuomion kohdistuminen sensaatioihin, tunteisiin ja skandaaleihin – jotka yleensä käsittelevät nimettyjä henkilöitä – on nähty vastakohtana niille journalismin tehtäville, jotka ovat demokratian elinehto (kts. lisätiedoksi journalismin poliittisista funktioista esim. Davis 2010, 7). Keskittyminen henkilöihin painavien asiakysymysten sijaan voi johtaa siihen, ettei kansalaisilla ole riittävästi tietoa harkittuja äänestyspäätöksiä varten. Edustajien pinnallisten valintaperusteiden on puolestaan pelätty heikentävän demokraattisen päätöksenteon laatua. (Esser 1999, 315; Adam & Maier 2010, 214, 220; Holtz-Bacha ym. 2014, 156.) Toisaalta henkilöityneet mediaesitykset voivat herättää kiinnostusta sellaisessa yleisössä, joka ei muuten seuraisi politiikkaa. Ne tekevät politiikasta monelle verrattain helposti lähestyttävää ja ymmärrettävää, sillä henkilöityminen kytkeytyy usein viihteellisiin elementteihin. (Baum 2003, 187; Jebril ym. 2013, 116.) Näin ajateltuna henkilöitymisellä olisi tiettyssä mielessä demokraattista julkisuutta laajentava funktio.

Politiikan henkilöityminen median tasolla ei suinkaan ole yksiulotteinen prosessi. Peter Van Aelst ja muut (2012) jakavat mediahenkilöitymisen edelleen kahteen ulottuvuuteen: yksilöllistymiseen (*individualization*) ja yksityistymiseen (*privatization*). Yksilöllistyminen viittaa median huomion siirtymiseen puolueista joko yksittäisiin poliitikkoihin yleensä tai erityisesti johtaviin poliitikkoihin. Tämänkaltainen henkilöityminen ei välttämättä syö uutisten asiapitoisuutta, sillä yksittäisten poliitikkojen sanomana tai tekemänä voidaan käsitellä yhteiskunnallisesti painavia politiikan aiheita. (Van Aelst ym. 2012, 214.) Tosin W. Lance Bennett (1988, 34) on huomauttanut, että politiikan esittäminen yksilöiden välisenä kilpakenttänä on omiaan sysäämään perustavanlaatuiset valtarakenteet hämärän peittoon. Joka tapauksessa toista henkilöitymisen muotoa, yksityistymistä, on pidetty yksilöllistymistä haitallisempana kehityskulkuna. Van Aelstin ja muiden (2012) jaottelussa yksityistyminen viittaa median huomion siirtymiseen politiikon julkisesta roolista tämän yksityiselämään, johon kuuluvia elementtejä ovat esimer-

kiksi perhe-elämä, menneisyys, vapaa-ajanvietto ja rakkaussuhteet. (Van Aelst ym. 2012, 205, 213–214.) Toisin sanoen yksityistynyt journalismi ei esitä poliitikkoa ainoastaan yhteiskunnallisena vallankäyttäjänä, vaan myös rakastavana puolisona tai vaikkapa intohimoisena jalkapallofanina. Juuri yksityistymisen on pelätty vievän yleisön huomiota yleisesti tärkeinä pidetyiltä politiikan asiakysymyksiltä.

Mediahenkilöitymisen laajaa ilmiötä on pilkottu yksilöllistymisen ja yksityistymisen lisäksi myös muihin osailmiöihin (kts, esim. Reinemann & Wilke 2007, 101; Adam & Maier 2010, 216; Kriesi 2012, 830–840; van Santen 2012, 45–46), mutta Van Aelstin ja kumppaneiden käsitteellinen jaottelu on yksi selkeimmistä ja täsmällisimmistä. Tässä tutkielmassa keskityn mediahenkilöitymisen kahdesta ulottuvuudesta jälkimmäiseen, yksityistymisen ilmiöön, sillä sitä voidaan – edellä mainitusta syystä – pitää henkilöitymisen keskeisimpänä ja seurauksiltaan merkittävimpänä osaprosessina (Van Aelst ym. 2012, 205). Tarkastelun kohteena siis on, millaisessa valossa vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden yksityiselämä näyttäytyy lehtien sivuilla. Lisäksi suurennuslasin alle viehdään kysymys siitä, viekö yksityiselämän käsittely todella tilaa poliittisten asiakysymysten puntaroinnilta vai voisiko se jopa rikastuttaa sitä tuomalla mukaan vaihtoehtoisia esittämistapoja, toisin sanoen yleisesti merkittävän käsittelemistä yksittäisen ja yksilöllisen kautta.

Henkilöitymisprosessin olemassaoloa ei tietenkään voida todentaa pelkästään tarkastelemalla lyhyen aikajänteen sisällä ilmestyneitä henkilökuvia, mutta se ei olekaan tämän työn tarkoitus. Kuten edellä todettiin, aiemman tutkimuksen valossa poliittinen elämä näyttäisi kehittyneen Suomessa entistä henkilökeskeisempään suuntaan. Vaikka aihetta voisi toki tutkia – etenkin median tasolla – enemmänkin ja alati uusista kulmista valaisten, en ole katsonut mielekkääksi kohdistaa tämän työn kapeaa polttopistettä prosessiin ja sen kulkuun. Sen sijaan huomion kohteena ovat kehityskulun *mahdolliset* yksittäiset palaset ja seuraukset. Tarkalleen ottaen tässä tutkielmassa tarkastellut henkilökuvat edustavat henkilöivää kerrontatapaa, joka sinällään on toki henkilöitymisen rakennuspalikka. On siis muistettava, että vasta jos henkilöivä kerrontapa eli politiikan *henkilöiminen* lisääntyy, voidaan puhua *henkilöitymisestä* prosessina. Seuraavaksi taustoitan politiikan mediahenkilöitymistä – ja samalla myös henkilöivää kerrontatapaa – tarkastelemalla sitä osana laajempaa yhteiskunnallista ja kulttuurista prosessia, medioitumista.

## 2.2. Medioituminen henkilöitymisprosessin taustalla

Median vaikutusvallan on sanottu paisuneen politiikan kentällä. Tätä niin sanotun mediavallan tai mediakratian (kts. esim. Salminen 2006; Wheeldon & McBrien 2014) nousua nimitetään politiikan medioitumiseksi. Siihen liittyivät 1900-luvun jälkipuoliskolla esimerkiksi television merkityksen kasvu ja journalismin kiihtyvä kaupallistuminen, joita on pidetty politiikan mediahenkilöitymisen keskeisinä syinä. Television tiedotusvälineenä on väitetty suosivan henkilöivää esitystapaa, koska poliitikon fyysinen läsnäolo kameroiden edessä antaa abstraktista aiheesta tehokkaan visuaalisen vaikutelman (Mancini & Swanson 1996, 13). Median kaupallistumisen puolestaan on sanottu johtaneen poliittisten uutisten lyhenemiseen, yksinkertaistumiseen, dramatisoitumiseen ja henkilökeskeisyyden lisääntymiseen (Habermas 2006, 422; Adam & Maier 2010, 219). Liiketaloudellinen ajattelutapa ja politiikan henkilöityminen sen seurauksena eivät koske vain televisiota vaan myös esimerkiksi lehdistöä (Hallin & Mancini 2004, 278).

Edellä todetun valossa politiikan henkilöityminen voidaan siis nähdä yhtenä politiikan medioitumisen osailmiönä. Se ei suinkaan ole suoraviivainen prosessi, jossa media muuttaisi politiikkaa yksipuolisesti, vaan tulos median ja politiikan keskinäisestä vuorovaikutuksesta. Henkilöitymisen prosessissa poliitikot mukauttavat toimintatapojaan median tarinankerrontatekniikkaan, jossa laajempia ilmiöitä tehdään ymmärrettäväksi esittämällä ne yksittäisten henkilöiden kautta. Tämän seurauksena yksittäiset poliitikot nousevat jalustalle esimerkiksi poliittisessa kampanjoinnissa ja heidän merkityksensä poliittisessa kulttuurissa kasvaa. Tämä puolestaan heijastuu vastavuoroisesti mediaan, jonka kerrontatavat henkilöityvät entisestään. (Driessens ym. 2010, 315.) Osa tutkijoista on nähnyt vuorovaikutusprosessin alkupisteenä median sijasta politiikan: Rahatin ja Sheafterin (2007) mukaan henkilöityminen alkaa politiikan institutionaalisista muutoksista, jotka muokkaavat median kerrontatapoja henkilökeskeisemmiksi. Tämä puolestaan johtaa henkilöitymiseen poliittisten toimijoiden käyttäytymisen tasolla. (Rahat & Sheafter 2007, 77.) Oli henkilöitymisprosessin kausaliteettiketju sitten media–politiikka–media tai politiikka–media–politiikka, on se kummassakin mallissa helppo nähdä jatkuvana, itseään vahvistavana kierteenä. Tosiasiassa henkilöityminen ei kuitenkaan etene suoraviivaisesti, vaan sen voimakkuus voi vaihdella samassakin maassa eri ajanjaksoina (Balmas & Sheafter 2014, 992; Holtz-Bacha ym. 2014, 154).

Edellä mainitun vuorovaikutusketjun voi myös ilmaista toisin termein: poliitikot sopeutuvat medialogiikkaan, joka määrittää paljolti poliittisen journalismin sisältöä. Medialogiikan käsite viittaa median toimintaa yleisesti ohjaaviin periaatteisiin ja rutiineihin, joiden tarkoituksena on houkutella mediaesityksille mahdollisimman suuri yleisö (Strömbäck 2008, 233; Marcinkowski 2014, 7). Yksi sen elementeistä on juuri henkilöivä kerrontatapa. Kahden seuraavan otsikon alla taustoitan henkilöitymisilmiötä tarkastelemalla medioitumisen ja medialogiikan käsitteitä lähemmin.

### **2.2.1 Poliitiikan medioituminen – tie kohti mediavaltaa?**

Medioituminen on noussut tällä vuosituhannella todelliseksi mediatutkimuksen muoti-termiksi (Ampuja, Koivisto & Väliverronen 2014, 22–23; Meyen, Thieroff & Strenger 2014, 271). Sillä tarkoitetaan prosessia, jossa viestiminen viestintävälineiden kautta vaikuttaa yhteen tai useampaan yhteiskunnan tai kulttuurin alueeseen niin, että niiden riippuvuus mediasta kasvaa (Strömbäck & Esser 2009, 208; Hjarvard 2013, 17). Käsite kuvaa median muovaamaa nykyaikaa, jossa media ja viestintäteknologia ovat kietoutuneet elimelliseksi osaksi lähes kaikkea yhteiskunnan toimintaa. Medioituminen on ollut ominaista erityisesti moderneille, teollistuneille yhteiskunnille 1900-luvun lopulta lähtien (Hjarvard 2013, 18).

Termin nimitys ja määritelmä ovat vaihdelleet melkoisesti. Englannin kielessä on kehityskulusta puhuttaessa käytetty rinnakkain termejä *mediation* (Altheide 1986, 13; Silverstone 2002), *mediation* (Thompson 1990, 11), *medialization* (Asp & Esaiasson 1996) ja *mediatization*, joista viimeksi mainittu näyttäisi hiljattain vakiintuneen kuvaamaan mediaan kytkeytyvää, pitkäkestoista yhteiskunnallista muutosprosessia. Suomenkielisessä tutkimuskirjallisuudessa ilmiöstä on käytetty ainakin nimityksiä *viestinnällistyminen* (Moring & Himmelstein 1993, 18–19), *medialisoituminen* (Karvonen 1999, 34; Sumiala-Seppänen 2001, 56), *mediatisoituminen* (Mickelsson 2007, 272), *medialisaatio* (Sumiala 2010, 112), ja *mediatisaatio* (Taira 2014), mutta *medioituminen* (esim. Herkman 2002, 18; Kunelius, Noppari & Reunanen 2009; Väliverronen & Kunelius 2011; Seppänen & Väliverronen 2012, 41; Ampuja ym. 2014) näyttäisi saaneen tieteellisessä keskustelussa vankimman jalansijan. Yksi syy siihen, että medioitumisen käsite rinnakkaisnimityksineen on saanut huomattavaa nostetta viestintätieteissä, on sen potentiaali kohottaa tutkimusalan statusta yhteiskuntatieteiden kentällä: medioitumisella on nähty



mahdollisuuksia nousta laajaksi, yhteiskuntatieteitä yhdistäväksi peruskäsitteeksi, jollaisia on aiemmin totuttu ammentamaan viestintätieteiden sijaan lähinnä sosiologian, antropologian ja valtio-opin suunnilta (Ampuja ym. 2014, 34).

Nimitysten lisäksi käsitykset termin laajuudesta ja määritelmästä ovat kirjavia. Karkeasti ne voidaan jakaa laajaan ja suppeaan mediotumiskäsitykseen, joiden välinen ero juontuu pohjimmiltaan erilaisesta tavasta ymmärtää median käsite. Laajan mediotumiskäsityksen kannattajat upottavat median käsitteeseen kaikki viestimiseen käytettävät välineet, kuten kirjeet, sähköpostin, sosiaalisen median, mobiililaitteet ja jopa pelkän laitteiden kanssa vuorovaikuttamisen, kuten tietokoneella pelaamisen ja navigaattoreiden käytön (esim. Krotz & Hepp 2011, 142). Tällöin mediotuminen on nähty metaprosessina, joka kytkeytyy ja on merkittävyydeltään verrattavissa globalisaation, yksilöllistymisen ja kaupallistumisen kaltaisiin, yhteiskuntaa ja kulttuuria perustavalla tavalla muokkaaviin kehityskulkuihin (Krotz 2009, 25; Krotz & Hepp 2011, 139). Laajassa mediotumiskäsityksessä median vaikutukset nähdään teknologia- ja välinekeskeisesti. Niinpä keskeiseksi huomion kohteeksi kiteytyy kysymys siitä, kuinka viestintäteknologian kehitys muovaa yhteiskuntaa, kulttuuria ja ihmisten arkielämää – kuinka viestintävälineet auttavat nujertamaan ajan ja tilan rajoitteita, kuinka ne korvaavat sosiaalisia toimintoja ja instituutioita ja niin edelleen (Schulz 2004, 88–89; Strömbäck & Esser 2009, 211; Krotz & Hepp 2011, 138–139; Hjavard 2013, 17, 20).

Kun mediotumista tarkastellaan politiikan henkilöitymisen taustatekijänä, on kuitenkin riittävää pitäytyä termin suppeassa merkityksessä. Siinä – samoin kuin tässä tutkielmassa – media käsitetään rajatusti massamediana, kuten lehdistönä, radiona ja televisiona, joiden kautta sanomien tuottajat viestivät yksisuuntaisesti yleisölle (esim. Mazzoleni & Schulz 1999, 249–250; Kepplinger 2002, 973; Meyen ym. 2014, 284). Tällöin mediotuminen ymmärretään teknologiavetoisen prosessin sijaan instituutiokeskeisenä kehityskulkuna, jossa massamedian valta suhteessa muihin instituutioihin – politiikkaan, uskuntoon, tieteeseen ja niin edelleen – kasvaa (Krotz & Hepp 2011, 139–140; Väliiveronen & Kunelius 2011, 226). Toisin sanoen tästä näkökulmasta mediotuminen merkitsee instituutioiden, organisaatioiden ja niitä edustavien yksilöiden *mukautumista* massamedian tuotantorutiineihin (Schulz 2004, 89). Esimerkiksi politiikassa tämä tarkoittaa sitä, että poliitikot ja puolueet järjestävät lehdistötilaisuuksia, pyrkivät pitämään yllä hyviä suhteita toimittajiin, yrittävät aktiivisesti piilotella medialta epämiellyttäviä asioita, harjoittelevat mediaesiintymisiä ja sovittavat lausuntojensa muodon, mitan ja ajoi-

tuksen median tuotantorutiineihin (Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 378–379; Strömbäck & Van Aelst 2013, 344–345; Meyen 2014, 282–283). Myös henkilöiminen voidaan nähdä keinona mukautua median toimintaan: puolueet myötäilevät median henkilöivää kerrontatapaa korostamalla viestinnässään yksittäisiä poliitikkoja.

Politiikan medioituminen merkitsee siis instituutiokeskeisestä näkökulmasta tarkasteltuna median ja politiikan välistä valtakamppailua siitä, kumman pelisäännöt ja rutiinit hallitsevat toista. Medioitumishypoteesin kannattajien mukaan toimittajien ja poliitikkojen välinen valtatasapaino on keikahtanut niin, että poliitikkojen riippuvuus mediasta on kasvanut (Mazzoleni & Schulz 1999, 250; Meyer 2002, 49, 71; den Herder 2013, 466; Strömbäck & Van Aelst 2013, 353–354). Kun puolueista riippumaton media on tärkein väylä saada poliittinen sanoma yleisön tietoon – esimerkiksi verrattuna parlamenttipuheisiin, puoluekokouksiin ja kampanjakiertueisiin –, on toimittajilla viime kädessä valta siihen, mitkä poliittiset aiheet, lausunnot ja lausuntojen osat pääsevät julkisuuteen ja millaisessa valossa ne esitetään (Fairclough 1995, 188–189; Strömbäck 2008, 236–237; Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 379; Aalberg, Strömbäck & de Vreese 2012, 164). Tämä voi koskea esimerkiksi haastattelujen painopistettä: jos poliitikko mieli saada julkisuutta, on hänen usein oltava valmis puhumaan toimittajalle yksityiselämästään. Tosin blogit ja muu sosiaalinen media ovat jossain määrin palauttaneet julkisuuden portinvartijuus- ja agendanmäärittelyvaltaa toimittajilta poliitikoille ja kansalaisille (Mazzoleni & Schulz 1999, 258; Finnemann 2011, 86; vrt. kuitenkin Rosenstiel & Mitchell 2012; Euroopan komissio 2013, 37–39; Newman & Levy 2014, 52–53).

Suomessa politiikan medioitumisprosessi alkoi saada toden teolla tuulta purjeisiinsa 1980-luvulla, jolloin median kaupallistuminen kiihtyi ja toimittajat alkoivat ottaa aiempaa kriittisempää etäisyyttä poliitikkoihin. Tuolloin poliitikkojen ja median väliset jännitteet nousivat esiin silmiinpistävästi: poliitikot alkoivat syytellä toimittajia ”infokratiasta”, ”sopulikäyttäytymisestä” ja ”mediapelistä”. (Pernaa & Pitkänen 2006, 11; Väli-verronen & Kunelius 2011, 225.) Tällaiselle, varsin pitkälle edenneelle medioitumiselle on ominaista, että median pelisäännöt voivat törmätä rajustikin politiikan lainalaisuuksiin, mutta poliitikkojen on viime kädessä taivuttava median pelisääntöihin esimerkiksi turvautumalla viestinnässään PR-ammattilaisten apuun (Strömbäck 2008, 237–239). Medioitumisen etenemisvaiheita kuvanneen Jesper Strömbäckin (emt.) mukaan politiikan ja median valtakamppailu saavuttaa huipennuksensa, kun ero poliittisten toimintarutiinien ja median toimintarutiinien välillä katoaa lopullisesti. Tällöin median uutiskri-

teereistä tulee poliitikkojen vallitseva tapa arvottaa poliittisia kysymyksiä ja poliittista toimintaa. (emt., 236–241.) Viimeaikaisen tutkimuksen valossa Suomen poliittinen elämä ei taida olla edennyt aivan medioitumisen huippuvaiheeseen, vaikka se pitkälle medioitunutta onkin: nykypoliitikot tunnustavat mediajulkisuuden äärimmäisen tärkeäksi työlleen, mutta toisaalta he näyttävät jossain määrin kamppailevan median valtaa vastaan (Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 348–349; Väliverronen & Kunelius 2011; Kunelius & Reunanen 2012; Isotalus & Almonkari 2014, 300). Kyseiset, varsin kypsään vaiheeseen edenneen medioitumisen piirteet näkyvät selkeinä myös tämän tutkielman aineistossa (kts. luku 6.2.6).

Kaikki tutkijat eivät suinkaan ole valmiita julistamaan mediaa poliittiseksi kukkulan kuninkaaksi. Empiiriset tutkimustulokset poliitikkojen ja median välisestä valtasuhteesta ovat ristiriitaisia, ja joidenkin tutkijoiden mukaan median vaikutusvaltaa poliitikkojen, puolueiden ja äänestäjien toimintaan on liioiteltu (Kleinnijenhuis & Rietberg 1995; Norris, Curtice, Sanders, Scammell & Semetko 1999, 182; Green-Pedersen & Stubager 2010, 664). Paisuvan medioitumiskeskustelun keskellä onkin muistettava, ettei median täysi niskalenkkiote politiikasta ole täysin mahdollista, sillä kahden instituution välinen riippuvuussuhde on aina molemminpuolinen (Strömbäck 2008, 237, 240). Lisäksi on hyvä pohtia, kenellä tai millä instituutiolla valta itse asiassa on, jos se on medialla. Kaupallisen median valta on nimittäin pohjimmiltaan talouden kentän valtaa. Ottaessaan etäisyyttä politiikan kentästä journalismi saa toki lisää vaikutusvaltaa poliitikkoihin nähden, mutta samalla se tulee itse entistä riippuvaisemmaksi markkinoiden lainalaisuuksista (Väliverronen & Kunelius 2011, 227).

Kun politiikan medioituminen ymmärretään kaupalliseen logiikkaan mukautumisena, on paikallaan esitellä medialogiikan käsite. Sen kautta päästään kiinni niihin massamedian toimintatapoihin, joihin poliitikot sopeutuvat mediahuomiota tavoitellessaan. Samalla se toimii käsitteellisenä siltana, joka liittyy politiikan henkilöityminen osaksi medioitumisprosessia.

### ***2.2.2 Medialogiikka vastaan poliittinen logiikka***

Medialogiikan käsite viittaa tiettyihin sääntöihin ja rutiineihin, jotka ohjaavat massamedian sisällöntuotantoa (Altheide & Snow 1979, 9–10; Strömbäck 2008, 233; Marcini-

kowski 2014, 7). Termi on kytketty teoreettisessa keskustelussa läheisesti politiikan medioitumiseen, tarkemmin sanottuna sen suppeaan tai instituutiokeskeiseen näkökulmaan. Usein politiikan medioituminen on määritelty juuri medialogiikan kautta. Tämän näkökulman mukaan medioituminen merkitsee sitä, että poliitikot noudattavat kasvavassa määrin *medialogiikkaa poliittisen* logiikan sijaan (Mazzoleni & Schultz 1999, 251; Schulz 2004, 89; Strömbäck 2008, 233; Hjavard 2013, 43). Medialogiikka-termiä on kritisoitu (esim. Couldry 2008; Lundby 2009; Hepp 2012), mutta yleensä myös käsitteeseen varautuneesti suhtautuvat tutkijat viittaavat siihen ainakin jollain tavalla politiikan medioitumisesta puhuttaessa. Siksi termiä ei ole syytä sivuuttaa tässäkään tutkielmassa, kun tarkoituksena on ymmärtää politiikan henkilöitymistä medioitumisen kautta.

Medialogiikka on pohjimmiltaan yleisölähtöistä, kaupallista kilpailulogiikkaa, jonka päämääränä on yleisön maksimointi taloudellisten voittojen tuottamiseksi (Landerer 2013, 244). Siinä on kyse massamedian tavasta valita ensiksi aiheet ja toiseksi niiden esittämistavat kaupallisista kriteereistä (Strömbäck 2008, 233). Aiheiden valinnassa toimittajien keskeisen ohjenuoran muodostavat uutiskriteerit (kts. Galtung & Ruge 1965), jotka noudattelevat yleisön oletettuja toiveita mediasisältöjä kohtaan – jokin on kertomisen arvoista, kun se houkuttelee tarpeeksi laajan tai toivotunlaisen yleisön. Poliittisen journalismin kaupallisiin aiheenvalintakriteereihin kuuluvat esimerkiksi henkilöitävyys, negatiivisuus, konfliktien korostaminen sekä keskittyminen yksittäisiin tapahtumiin laajojen prosessien sijaan (Haßler, Maurer & Oschatz 2014, 328–330; Marcinkowski 2014, 7). Valitut aiheet esitetään sitten medialogiikan mukaisten tarinankerrontatekniikoiden avulla. Näihin esittämistapoihin kuuluvat esimerkiksi henkilöivä kerrontatapa, politiikan esittäminen kilpailuna tai pelinä sekä asioiden yksinkertaistaminen, polarisoiminen, kärjistäminen, visualisoiminen ja stereotyyppinen esittäminen (Strömbäck 2008, 233; Marcinkowski 2014, 7).

Kaupallisten syiden lisäksi median aihevalintoihin ja asioiden esittämistapoihin vaikuttavat reunaehdot, joita kukin tiedotusväline ja formaatti asettavat tarinankerronnalle (Strömbäck 2008, 233). Teknologian kehittyminen onkin vaikuttanut poliittisen journalismin luonteeseen merkittävästi: esimerkiksi televisio ja verkkovideot visuaalisine vaatimuksineen suosivat kerrontatapoja, joissa huomio kohdistuu abstraktien prosessien sijaan yksittäisiin henkilöihin, ”puhuviin päihin” (Hayes 2009, 234).

Politiikan henkilöimistä – jota henkilökuvat lehdistön juttutyypinä ilmentävät – voidaan pitää erittäin vankkana medialogiikan elementtinä, sillä se kuuluu sekä aiheiden valintakriteereihin että niiden esittämistapoihin. Lisäksi se istuu yhtä lailla niin kaupallisiin kuin formaattikohtaisiinkin vaatimuksiin. Erityisesti esittämistapana henkilöiminen näyttäisi olevan hyvin tehokas, sillä sen kautta on helppo toteuttaa myös muita medialogiikkaan kuuluvia tarinankerrontatekniikoita: henkilön kautta asiat voidaan esittää yksinkertaisemmin kuin kertomalla abstrakteista prosesseista, henkilöt saadaan helpommin konfliktiasetelmaan kuin asiat, henkilöiden kautta asioille voidaan antaa selkeä visuaalinen hahmo, voimakkaat persoonat tuovat väriä politiikan harmaaseen arkeen ja niin edelleen.

Kuten edellä todettiin, medioitumishypoteesin mukaan poliitikot noudattavat yhä useammin yleisölähtöistä medialogiikkaa poliittisen logiikan sijaan, sillä medioitumisen edetessä mediahuomiosta on tullut poliittisten toimijoiden elinehto. Poliittisen logiikan korvautuminen medialogiikalla tarkoittaa sitä, että poliitikot pyrkivät maksimoimaan myönteisen medianäkyvyytensä ja vaalimenestyksensä sen sijaan, että tähtäisivät yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemiseen vaalitappion uhallakin (Landerer 2013, 247–249). Kaupallisen medialogiikan valtakaudella poliitikot ovat tulleet tietoisiksi siitä, etteivät he kilpaile median huomiosta vain toisten poliitikkojen, vaan myös muiden median käsittelemien aiheiden kanssa (Marcinkowski 2014, 18). Tämä puolestaan palvelee yksityistävää henkilöimistä: poliitikkojen on oltava valmiita korostamaan persoonaansa ja paljastettava toimittajille yksityiselämänsä ja ”pehmeää” puoltaan, koska persoonia ja yksityiselämää käsittelevät esiintymiset näyttäisivät kiinnostavan yleisöhakuista mediaa varsin laajalti. Kaikenlaista ”tylsyyttä” karttava medialogiikka on viihteellistänyt politiikan käsittelyä mediassa, jolloin poliittisen edustamisen ja populaariviihteen välinen raja on hämärtynyt. Tältä osin mediaesitysten ja politiikan muuttunutta suhdetta on kuvattu esimerkiksi termeillä *tietoviihde* (*infotainment*), *poliittinen viihde* (*politainment*), *tähtipolitiikka* (*celebrity politics*) ja *tabloidisaatio* (*tabloidization*).

Tylsyyttä pakeneva, politiikkaa viihteellistävä media suosii joukosta erottuvia persoonia: näkyvyyskilpailussa etulyöntiaseman saavat poliitikot, jotka osaavat tiivistää poliittisen sanomansa 30 sekunnin mittaisiksi haastatteluvastauksiksi, poseerata nuorekkaasti valokuvissa ja kiinnittää median huomion tekemisiinsä esimerkiksi antamalla värikkäitä lausuntoja ja hakeutumalla poliittisten kiistojen osapuoleksi (Muir 2005, 56, 58–59; Sheaffer 2008, 2; Balmas & Sheaffer 2014, 994). Toisin sanoen menestyvän poliitikon on

oltava paitsi rautainen asiaosaaja, myös hurmaava mediapersoona. Kotimaisena malliesimerkkinä tästä on pidetty kokoomuksen Alexander Stubbia, joka tuli tunnetuksi paitsi EU-asiantuntemuksestaan, myös ”kolmeen pointtiin” tiivistetyistä lausunnoistaan, hohtavanvalkoisesta hymystään, pukeutumistyylistään, urheilullisuudestaan ja aktiivisuudesta sosiaalisessa mediassa. Hänen olemuksensa ja esiintymisensä ovat melkoista hunajaa kameroille, nauhureille ja median tarinankerrontatekniikoille, joskin Stubbin julkiseen imagoon on sittemmin ilmaantunut myös säröjä.

Medialogiikan mukaisesti käyttäytyviä poliitikkoja ei suinkaan tarvitse nähdä yksisilmäisesti median orjina, sillä usein median ja yleisölähtöisesti toimivan poliitikon intressit ovat yhtenevät: molemmat voivat suosia vaikkapa konflikteja ja kärjistämistä, koska ne kiinnittävät yleisön ja äänestäjien huomion (Landerer 2013, 250–251). Se, mikä toisinaan näyttää ulospäin median pillin tahtiin tanssimiselta, voi siis olla poliitikon näkökulmasta median aktiivista hyödyntämistä omiin strategisiin tarkoituksiin. Toisin sanoen medialogiikkaan mukautuminen ei aina ole vain reaktiivista vaan voi olla myös proaktiivista toimintaa (Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 378–379; Strömbäck & Van Aelst 2013, 345). Esimerkiksi haastattelun antaminen henkilökuvaa varten on usein luonteeltaan proaktiivista medialogiikan myötäilemistä, sillä median henkilöivän kerrontatavan huomioiminen palvelee poliitikon pyrkimystä saada positiivista julkisuutta ja maksimoida äänimääränsä vaaleissa.

Presidenttiehdokkaiden henkilökuvat voidaan nähdä medioitumisen ja medialogiikan ilmentymänä useastakin syystä. Ensiksi henkilökuvien keskiössä ovat henkilöt abstraktien prosessien, aatteiden ja valtasuhteiden sijaan. Toiseksi yksityiselämä on mukana lähes kaikissa tämän työn aineistoon kuuluvissa lehtijutuissa. Toimittajat on päästetty ehdokkaiden koteihin, ja ehdokkaat puhuvat avoimesti parisuhteistaan ja yksityiselämänsä tragedioista, mikä ilmentää medialogiikan mukaista draamantajua. Kolmanneksi henkilökuvat, ainakin haastattelumuotoiset sellaiset, ovat yleensä sävyllään positiivisia – ja kukapa poliitikko ei tahtoisi käyttää hyväkseen tilaisuutta saada positiivista mediahuomiota etenkin vaalien kynnyksellä? Yksityiselämään liittyvän henkilöhaastattelun antaminen merkitsee neuvottelua siitä, missä määrin poliitikon on toivottavaa tai sallittua taipua medialogiikan ehtoihin.

Vaikka medialogiikan käsite on suosittu ja monessa mielessä hyödyllinen, on sitä kritisoitu melko runsaasti. Termin heikkoutena on pidetty muun muassa sen epämääräisyyt-

tä: tutkijoiden haasteena on ollut nimetä medialogiikka kattavasti määrittävät, pysyvät komponentit (Meyen ym. 2014, 277). Toisena, vieläkin terävämpänä kritiikin kärkenä ovat reduktionismisyytökset. Käsitteen arvostelijoiden mielestä ei ole olemassa yhtä, kaikki tiedotusvälineet kattavaa logiikkaa, vaan pitäisi puhua monikossa medialogiikoista (Couldry 2008, 378; Lundby 2009, 117; Hepp 2012, 2; Meyen ym. 2014, 280). Medialogiikka-termin kannattajat ovat puolustautuneet toteamalla, että kaikkien tiedotusvälineiden taustalla piilee sama, pääpiirteissään yhtenäinen peruslogiikka mutta sen sovellukset voivat toki vaihdella tapauskohtaisesti (Altheide 2011, 122, 126; 2013, 225; Strömbäck & Dimitrova 2011, 33; Takens ym. 2013, 289). Medialogiikkaa ei siis pidä ymmärtää universaalina, kaiken median taustalla piilevänä yhtenä säännönmukaisuutena, vaan pikemminkin väljänä teoreettisena kehikkona, joka kattaa moninaisen joukon median toimintatapoja ja toimittajien työtä ohjaavia ajatusmalleja (Hjarvard 2013, 17). Lisäksi on muistettava, että kaupallinen medialogiikka on vain yksi median toimintaa ohjaava logiikka muiden joukossa. Sen lisäksi median tuotantorutiineja ohjaavat muut, medialogiikan ulkopuolelle jäävät periaatteet, kuten median ihanteet vallan vahtikoirana toimimisesta, kansalaisten informoimisesta ja sosiaalisesta vastuullisuudesta. Yksilötasolla toimittajien työskentelyä puolestaan määrittävät paljolti henkilökohtainen arvo maailma ja kollektiiviset ammatti-identiteettiin liittyvät ihanteet. (Landerer 2013, 244.) Viime kädessä rajat kaupallisen voitontavoittelun keinoille määrittää lakikirja. Kun nämä rajanvedot pidetään mielessä, voidaan medialogiikka nähdä hyvinkin käyttökelpoisena tiettyjä median toimintatapoja – kuten juuri politiikan henkilöimistä – kuvaavana käsitteenä.

Tässä luvussa olen kytkenyt tutkielman aineiston, poliitikkojen henkilökuvat, ajankohittaiseen politiikan henkilöitymisen ilmiöön. Teoreettisen alkumatkan aikana henkilöityminen on saatu nivelletyksi osaksi laajoja yhteiskuntaan ja mediamaisemaan liittyviä muutosprosesseja. Olen tarkastellut politiikan henkilöitymistä median kaupalliseen logiikkaan mukautumisena, joka puolestaan on yksi politiikan medioitumisen ulottuvuuksista. Medioituminen vuorostaan kytkeytyy edelleen muihin kulttuurisiin ja yhteiskunnallisiin prosesseihin, kuten yksilöllistymiseen ja kaupallistumiseen. Tuloksena on mooneen suuntaan haarautuva ja useasta lenkistä muodostuva ketju, jonka pikkuruksina sirpaleina tämän tutkielman aineisto voidaan nähdä. Seuraavassa luvussa laajennan tutkielman teoreettisia näkökulmia ottamalla tarkasteluun yksityisyyden ja julkisuuden käsitteet. Tutkielman kannalta ne ovat äärimmäisen keskeinen käsitepari, onhan poliiti-

tikkojen yksityiselämää koskevan tiedon julkaisemisessa kysymys juuri niiden keskinäisen rajan määrittelystä.



## 3 POLIITIKKOJEN YKSITYISELÄMÄ JULKISUUDEN NÄYTEIKKUNASSA

Mediajulkisuus voi näyttäytyä poliitikolle hyvin monimuotoisena ikkunana kansalaisten suuntaan. Kun kyseessä on yksityiselämän paljastaminen yleisölle, voi media vaikuttaa tirkistelyaukolta poliitikon intiimiin maailmaan. Tällaisina tirkistysreikinä pidetään tyyppillisesti juoru- ja sensaatiolehtiä. Toisissa tapauksissa, kuten tutkivassa journalismissa, yksityiselämän mediajulkisuus voi merkitä valvontamonitorin ruutua, jonka välityksellä kansalaiset vahtivat edustajiensa virheliikkeitä. Mediaa on myös mahdollista käyttää näyteikkunana, johon asetellaan elämästä huolellisesti valikoituja viipaleita yleisön ihasteltavaksi. Tällaista yksityiselämän somistamista edustavat usein esimerkiksi naistenlehdet ja sosiaalinen media. Tässä tutkielmassa yksityiselämän mediajulkisuus on pääasiassa viimeksi mainittua lajia, näyteikkunaelämää. Tosin tutkielman tarkoituksena on katsoa näyteikkunaa kuluttajan sijasta aktiivisen kansalaisen silmin: voisiko ikkunasta muokata ilmoitustaulun, jolle kiinnittää poliittista sanomaa?

Tässä luvussa heijastan yksityiselämän julkisuusikkunaan teoreettista taustavaloa. Aloitan tarkastelemalla yksityisen ja julkisen käsitteitä lukuisine merkityksineen. Pohdin myös kahden piirin suhdetta toisiinsa sekä niiden välisen rajanvedon kysymystä. Tämän jälkeen siirrän katseen julkisuuden valokeilassa esiintyviin hahmoihin, julkisuuden henkilöihin. Lopuksi huomio tarkentuu siihen, miten tähtikulttuuri ilmenee nykypolitiikassa.

### 3.1 Yksityisen ja julkisen rajavyöhykkeellä

Jako yksityisen ja julkisen välillä on yksi länsimaisen ajattelun keskeisimmistä dikotomioista, jonka varassa seisoo suuri lohkare moraalista ja poliittista keskustelua sekä arkielämää. Sen varaan rakentuu lukuisia muita kahtiajakoja, joiden avulla maailmaa on jäsennetty ja tehty ymmärrettäväksi. (Weintraub 1997, 1.) Esimerkiksi vastakohtaparien mieli–ruumis, järki–tunteet, aktiivisuus–passiivisuus, itsenäisyys–riippuvaisuus ja mies–nainen on sanottu pohjautuvan viime kädessä julkisen ja yksityisen väliseen eron-tekoon (Lister 2003, 71; Palin 2004, 226). Kaksinapaisessa, hierarkkisessa ajattelussa mieli, järki, aktiivisuus, itsenäisyys ja mieheys on usein sijoitettu julkisen alueelle, ruu-

miällisyys, tunteet, passiivisuus, riippuvaisuus ja naiseus puolestaan yksityisen piiriin. Tällöin ensin mainittuja seikkoja on arvostettu yleensä enemmän kuin niiden jälkimmäisiä vastinpareja.

Rajanveto yksityisen ja julkisen välillä voi olla mutkikasta, mutta jonkinlainen rajalinja on silti olemassa – joskin tarkasti vedetyn viivan sijaan se voi olla pikemminkin löyhä rajavyöhyke. Jos jokin ei olisi yksityistä, suurelta yleisöltä salattua, olisi siitä mahdoton nostaa julkisia paljastuksia (Niemi 2006, 233). Yksityisen ja julkisen välinen raja myös liikkuu jatkuvasti. Kun julkisesta keskustelusta rajataan jotakin pois, tuotetaan samalla jotakin yksityisen piiriin kuuluvaa. Sama toimii myös toisin päin: kun asioita otetaan julkiseen käsittelyyn, ne siirtyvät pois yksityisyyden piiristä. (emt., 233.) Aloitan kahden käsitteen ja niiden välisen suhteen tarkastelun yksityisen alueesta.

### ***3.1.1 Yksityisyys ja sen suhde journalismiin***

Yksityiselämä, yksityishenkilö, yksityisomistus, yksityisalue, yksityisyrittäjä, yksityistilaisuus – edellä mainitut, yksityisyyteen viittaavat sanat antavat osviittaa siitä, kuinka laaja kirjo merkityksiä yksityisyyden käsitteellä on. Asiayhteydestä ja määrittelijästä riippuen termillä voidaan tarkoittaa esimerkiksi itsemääräämisoikeutta, intimitetin suojaa, koskemattomuutta, spatiaalista tilaa tai oikeutta olla rauhassa ja rajoittaa kanssakäymistä muiden kanssa. Muutama esimerkki valaiskoon yksityisyyden käsitteen ympärille kasvanutta määritelmäryteikköä.

Alexandra Rengelille (2013) yksityisyys on eräänlainen abstrakti *vyöhyke*. Hän määrittelee sen elämäämme kuuluvaksi piiriksi, jonka pidämme itsellämme, jonka ulkopuolella voimme pitää kaikki muut ja joka on olennaisen tärkeä itseymmärryksen varjelemiseksi (Rengel 2013, 32). Irwin Altman (1977, 67) puolestaan käsittää yksityisyyden *prosessiksi*, jossa vuorotellaan avoimuuden ja sulkeutuneisuuden välillä. Sissela Bokille (1989, 10–11) yksityisyys vuorostaan on *olemisen tapa*: ottila, jossa henkilö on suojaan muiden ei-toivotulta huomiolta, fyysiseltä kontaktilta ja pääsylvä käsiksi henkilökohtaiseen tietoon. Juuri erityinen *tiedon laji* tai tarkemmin sanottuna oikeus kontrolloida itseä koskevaa tietoa onkin tyypillinen tapa ymmärtää yksityisyys. Alan F. Westin (1967) ulottaa tällaisen tiedon koskemaan henkilöiden lisäksi myös ryhmiä ja organisaatioita. Hän määrittelee yksityisyyden yksilöiden, ryhmien tai instituutioiden vaatimuk-

seksi määritellä itse, milloin, miten ja missä määrin tietoa heistä tai niistä jaetaan muille (Westin 1967, 7). Sandra Petronio ja Wesley T. Durham (2008, 311) puolestaan ymmärtävät yksityisyyden tiedon *omistamiseksi*: kun ihmiset uskovat, että jokin tieto kuuluu heille, se mielletään yksityiseksi.

Tässä tutkielmassa yksityisyys rajautuu Stanley I. Bennin ja Gerald F. Gausin (1983, 7–10) monitasoista määritelmää mukailleen ja hiukan tyypistäen kahdelle tasolle: tiedon saatavuuteen ja toimijuuteen. Ensinnäkin se on mahdollisuutta säädellä tietyyntyyppisen itseä koskevan tiedon saatavuutta. Toiseksi tuon tiedon tyyppiä määrittää henkilön toimijuus kulloisessakin tilanteessa. Kun henkilö toimii julkisen roolinsa ulkopuolella, esimerkiksi perheen, rakkaussuhteiden ja vapaa-ajan piirissä, kuuluvat toimintaa koskevat tiedot yksityisyyden alueelle. Tässä tutkielmassa käsitelty yksityisyys vastaa siis ihmiselämän puolta, josta on totuttu puhumaan *yksityiselämänä*.

Käsitykset yksityisyydestä ja sen riittävästä laajuudesta vaihtelevat ajasta ja kulttuurista toiseen, mutta jonkinasteista kaipuuta omaan rauhaan ja henkilökohtaiseen tilaan voidaan pitää vastaavana ihmisyyden ”oletusasetuksena” kuin tarvetta rakkaudelle ja sosiaalisille suhteille (Altman 1977, 82; Hodges 1994, 200–201; Rengel 2013, 27–29). Yksityisyys on inhimillisen hyvinvoinnin ehto, sillä se suojelee muiden manipuloinnilta, tarjoaa tärkeän irtioton sosiaalisista rooliodotuksista, mahdollistaa esimeikiksi moraalisena ja uskonnollisena mietiskelyn sekä antaa tilaisuuksia intiimien ihmissuhteiden muodostamiseen (kts. Margulis 2011, 10). Sitä voi olla yksilön tarpeeseen nähden liian vähän, optimaalinen määrä tai liikaa (Altman 1977, 67). Liian vähäistä yksityisyyttä edustaa esimerkiksi väentungoksessa käyty intiimi keskustelu, liiallista puolestaan vankilan eristysselli.

Nykyisin oikeutta yksityiselämään pidetään universaalina perusoikeutena niin kansainvälisissä ihmisoikeussopimuksissa kuin Suomen perustuslaissakin. YK:n ihmisoikeuksien yleismaailmallisen julistuksen 12. artikla, Euroopan ihmisoikeussopimuksen 8. artikla ja Suomen perustuslain 10. pykälä tähdentävät kukin yksityiselämän loukkamattomuutta ja liittävät siihen läheisesti perheen, kodin, luottamuksellisen viestinnän sekä kunnian. Perustuslain lisäksi Suomen lainsäädännössä yksityiselämän suojaa säätelee kokonainen lakien kirjo (kts. Neuvonen 2014; Viljanen 2015). Esimerkkinä mainitakoon rikoslain 24. luku, jonka mukaan rangaistavia yksityisyyden suojan loukkauksia ovat kotirauhan rikkominen, viestintärauhan rikkominen, salakuuntelu- ja katselu sekä

yksityiselämää loukkaavan tiedon levittäminen. Lakikirjan sivuilla yksityisyys määrittyy paljolti arkaluonteiseksi tiedoksi ja fyysiseksi piiriksi, joka antaa suojaa muiden häirinnältä (Neuvonen 2014, 243–247).

Sitä, kuinka paljon yksityisyyttä kullakin on, raamittavat useat tekijät. Westin (2003) määrittelee kolme tasoa, joille yksityisyyteen liitetyt arvot ja mahdollisuudet jäsentyvät: poliittisen, sosiokulttuurisen ja henkilökohtaisen. Ensimmäisellä, poliittisella tasolla hän tarkoittaa sitä, että jokaisella yhteiskunnalla on sille ominainen, poliittisesta aateilmas-  
tosta riippuva tapa määrittää tasapaino julkisen ja yksityisen välillä. Karkeasti jaettuna yksityisyyttä koskevat normit jakautuvat autoritaarisiin ja demokraattisiin malleihin. Toisella, sosiokulttuurisella tasolla puolestaan ympäristötekijät, kuten vilkkaat kaupungit, ja luokkajako säätelevät sitä, kuinka vapaana yksilön on mahdollista elää muiden havainnoinnilta. Tällä tasolla yksityisyyden määrä kytkeytyy sosiaaliseen asemaan: köyhien ja heikko-osaisten täytyy paljastaa viranomaisille tietoja yksityiselämästään saadakseen yhteiskunnan tukea, toisaalta erityisesti yhteiskunnan terävimmällä huipulla – jota tämän tutkielman aineistossa esiintyvät presidenttiehdokkaat edustavat – yksityiselämästä tulee median kiinnostuksen kohde. Sosiokulttuurisella tasolla yksityisyys kiinnittyy myös yhteiskunnan sosiaalisiin normeihin. Kun jotakin seikkaa – esimerkiksi seksuaalista suuntautumista, aborttia tai uskonnollista vakaumusta – pidetään sosiaalisesti hyväksyttynä, se luetaan yksityisasiaksi. Vastaavasti jos tiettyä käyttäytymistä pidetään sosiaalisten normien vastaisena, ei sen enää katsota kuuluvan henkilökohtaisen valinnanvapauden piiriin. Koska sosiaaliset normit muuttuvat yhteiskunnan mukana, on yksityisen ja julkisen välinen rajavyöhyke jatkuvan neuvottelun ja kiistelön kenttä. Viimeisenä Westinin määrittämänä tasona on henkilökohtainen: jokaisella yksilöllä on oma käsityksensä siitä, missä kohtaa saavutetaan ihanteellinen tasapaino salaamisen ja paljastamisen sekä yksinolon ja sosiaalisen kanssakäymisen välillä. (Westin 2003, 432–433.)

Journalismin suhde yksityisyyden suojaan on jännitteinen. Toimittajat katsovat olevansa avoimuuden sekä julkisen edun ja keskustelun asialla, mikä voi toisinaan asettua poikkitelein yksilön oikeuksiin nähden. Toisaalta heillä on myös kaupallisia paineita koetella yksityisyyden rajoja: tunnettujen henkilöiden yksityiselämä on journalistista viihdettä, joka myy hyvin. Yksityisyyden suojan näkökulmasta pulmallisia ovat ennen kaikkea tilanteet, joissa toimitus saa käsiinsä yksityiselämää koskevaa kiinnostavaa tietoa mutta

asianomaisen henkilön suostumus sen julkaisemiseksi puuttuu. Kuinka ratkaista tällöin, kenelle tieto kuuluu?

Harkinta yksityiselämää koskevan tiedon julkaisemiseksi ilman kohteena olevan henkilön lupaa perustuu karkeasti kahdenlaiseen puntariin: julkiseen intressiin ja henkilön moraaliseen asemaan. Julkinen intressi merkitsee yleisön oikeutta saada tietoa tilanteista, joissa sosiaalisia normeja rikotaan ja joissa on kyse yleisestä edusta. (Kieran, Morrison & Svennevig 2000, 160–161, 165.) Suomalaisten toimittajien ammattieettisessä ohjeistossa Journalistin ohjeissa periaate muotoillaan niin, että yksityiselämää koskevia, arkaluontoisia seikkoja voidaan julkaista ilman henkilön itsensä suostumusta, ”jos niillä on poikkeuksellista yhteiskunnallista merkitystä” (Julkisen sanan neuvosto 2013). Tällainen tapaus voisi olla vaikkapa poliitikko, joka ottaa vastaan lahjuksia vapaa-ajallaan tai käyttää yhteisiä verorahoja henkilökohtaisiin menoihinsa.

Toinen puntaroitava tekijä on henkilön moraalinen asema. Moraalista asemaa määrittävät henkilön asema sosiaalisessa rakenteessa, tämän velvollisuudet yleisöä kohtaan sekä mahdollisen rikkomuksen vaikutus muihin. Mitä korkeampi moraalinen asema henkilöllä on, sitä suurempi oikeus hänellä on yksityisyyteen, tulla informoiduksi tiedotusvälineen aikeesta julkaista tieto yksityiselämästä sekä saada näkyvyyttä omalle näkökulmalleen tapahtumasta. Esimerkiksi lääkäreillä on korkeampi moraalinen asema kuin poliitikoilla, ja rikoksen uhreilla se on huomattavasti korkeampi kuin rikollisilla. (Kieran ym. 2000, 161.) Suomalaisten tiedotusvälineiden eettinen itsesääätelyelin Julkisen sanan neuvosto (2008) on laatinut kolmiportaisen, henkilön moraaliseen asemaan perustuvan luokittelun, joka toimii ohjenuorana arvioitaessa kunkin oikeutta yksityisyyteen. Luokittelun mukaan suppein yksityisyyden suoja on merkittäväillä politiikan, hallinnon tai liike-elämän vallankäyttäjillä. (Julkisen sanan neuvosto 2008.) Heidän alhaista moraalista asemaansa on perusteltu sillä, että heidän toiminnallaan on usein laajaa yhteiskunnallista merkittävyyttä. Niinpä yksityiselämään liittyvät seikat voivat antaa yleisölle arvokasta tietoa henkilön kyvystä ja motivaatiosta hoitaa julkista tehtäväänsä. Tältä osin esimerkiksi poliitikkojen terveydentilaan liittyvien tietojen julkaisemista voidaan pitää perusteluna. Usein myös ajatellaan, että vallankäyttäjän yksityiselämää koskevaa tietoa on hyväksyttävää julkaista, jos se on ristiriidassa niiden arvojen kanssa, joiden julkisena symbolina vallankäyttäjä on esiintynyt. (Cooper & Whittle 2009, 15; Wojdyski & Riffe 2011, 209.) Esimerkiksi avioliiton ulkopuolisista suhteista voi olla hyvinkin oikeutet-

tua kertoa, jos poliitikko tunnetaan julkisuudessa konservatiivisten perhearvojen puolestapuhujana.

Toiseksi kapeimman yksityiselämän suojan piiriin kuuluvat Julkisen sanan neuvoston mukaan tunnetut henkilöt esimerkiksi viihteen ja kulttuurin alalla (Julkisen sanan neuvosto 2008). Koska he ovat alun perin pyrkinneet julkisuuteen omasta tahdostaan, pidetään oikeutettuna, että heidän on nieltävä myös pelin tappiot. Siksi viihdetähdet on mielletty suhteellisen vapaaksi riistaksi paljastavalle journalismille. Toisena perusteena heidän yksityiselämäänsä suojaavan verhon raottamiselle on esitetty sitä, että he ovat ainakin jossain määrin roolimalleja, joiden voidaan odottaa käyttäytyvän esikuvallisen statuksensa mukaisesti. (Kieran ym. 2000, 163; Cooper & Whittle 2009, 15.) Korkein moraalinen asema ja siten myös laajin oikeus yksityisyyteen on Julkisen sanan neuvoston kolmiportaisessa asteikossa niin sanotuilla tavallisilla kansalaisilla (Julkisen sanan neuvosto 2008). Toimittajien yleisen ammattietiikan mukaisesti etenkin alaikäisten sekä rikosten ja onnettomuuksien uhrien ja silminnäkijöiden yksityisyyden suojaa on kunnioitettava (Kieran ym. 2000, 167; Julkisen sanan neuvosto 2013).

Yksityisyyden suojan rikkominen journalistisin perustein on siis hyvin tilannekohtainen kysymys, joten yksityiselämänä suojattavaa piiriä on mahdotonta määrittää täsmällisesti ja kaikenkattavasti. Toisinaan henkilön moraalinen asema voi puoltaa tietojen julkaisemista mutta yleisen intressin vaatimus vetää vaakakuppia toiseen suuntaan. Vastaavasti eteen voi tulla tilanteita, joissa henkilöllä on korkea moraalinen asema – eli hän on niin sanotusti tavallinen kansalainen – mutta hänen teoillaan on merkitystä yleisen edun kannalta. Ääriesimerkki tällaisesta henkilöstä voisi olla vaikkapa koulusurmaa suunnitteleva nuori. Oman lisämausteensa yksityisyyden suojan määrittelysoppaan tuovat ympäristötekijät: ”tavallinenkaan” kansalainen ei voi odottaa saavansa yhtä suurta yksityisyyden suojaa julkisella paikalla kuin omassa makuuhuoneessaan (Julkisen sanan neuvosto 2008).

Tämän tutkielman aineistossa esiintyvät presidenttiehdokkaat kuuluvat poliittisiin valankäyttäjiin, joten heidän moraalinen asemansa on journalistisesti arvioiden hyvin alhainen. Niinpä heidän oikeutensa yksityisyyteen on Julkisen sanan neuvoston asteikolla kaikista kapein. Tutkimusaineistossa ehdokkaiden yksityiselämästä kerrotaan jonkin verran epäedulliseksi luettavia seikkoja – kuten menneisyyden rikoksia ja rikkeitä – sekä runsaasti intiimiä tietoa – kuten parisuhteisiin liittyviä yksityiskohtia –, mutta jul-

kaisemisen takana näyttäisi olevan yleensä ehdokkaiden julkilausuttu tai sanaton suostumus. Niinpä tietojen kertomiseen ei liity valtavia eettisiä ongelmia, vaikkei tiedoilla aina ole juuri lainkaan yhteiskunnallista merkitystä. Silloinkaan, kun suostumusta julkaisemiseen ei näytä olevan, ovat tiedot olleet julkisuudessa runsaasti esillä jo aiemmin ja niitä lähinnä kertaillaan sekä kootaan yhteen. Toimittajien ja poliitikkojen välisiin jännitteisiin, jotka liittyvät yksityiselämää koskevan tiedon julkaisemiseen, palataan tarkemmin luvussa 6.2.6. Nyt siirryn kuitenkin tarkastelemaan yksityisyyden vastinparia, julkisuuden käsitettä.

### ***3.1.2 Julkisuus näkyvyytenä ja poliittisena keskusteluareenana***

Kuten yksityisyyden termi, myös idea julkisuudesta voidaan ymmärtää hyvin moninaisin tavoin. Osa tutkijoista on kritisoinut käsitettä leväperäiseksi ja löyhäksi, sillä sen alle tunnutaan sullovan lähes kaikki, mikä ei kuulu markkinatalouden tai perhe-elämän piiriin (Breese 2011, 130). Yleisesti ottaen julkisuus on tapana ymmärtää yhteiseksi, yleiseksi, kollektiiviseksi, jaetuksi, näkyväksi, avoimeksi ja laajasti saatavilla olevaksi vastakohtana yksittäistapaukseen rajautuvalle, yksilölliselle, henkilökohtaiselle, salatulle ja suljetulle (Price 1992, 7; Sennett 1993, 16; Weintraub 1997, 5; Habermas 2004, 21; Cayton 2008, 20). Julkisuutta rajoittavia tekijöitä ovat ainakin kielimuurit, kulttuuri tabuineen, yksilön suoja sekä yhteisöjen, kuten valtion ja yritysten, edut (Nieminen 2001, 186–187).

Jeff Weintraubin (1997) mukaan julkisuudella on länsimaisessa ajattelussa neljä peruserkitystä. Ensiksi julkisuus voidaan käsittää valtionhallintona, jolloin sen vastinparina yksityisen piirin muodostaa markkinatalous. Tämä on liberaalis-taloudellinen lähestymistapa julkisuuden käsitteeseen. Toiseksi julkisuutta on pidetty poliittisena yhteisönä ja kansalaisuutena, jotka puolestaan nähdään vastakkaisina sekä valtiolle että markkinoille. Poliittisen yhteisön julkisuutta voidaan kutsua tasavaltalaiseksi tai klassiseksi lähestymistavaksi. (Weintraub 1997, 7.) Tästä näkökulmasta julkisuutta on tarkastellut esimerkiksi tunnetuin julkisuusteoreetikko Jürgen Habermas (2004), jonka ajatteluun palaan tuonnempana. Toinen malliesimerkki klassisesta julkisuuskäsityksestä ovat antiikin kreikkalaiset, jotka jakoivat elämän kaupunkivaltion *poliksen* ja kotitalouden *oikoksen* piireihin (Arendt 2002, 35–36; Susen 2011, 38–39; Neuvonen 2014, 21).

Kolmannen näkökulman julkisuuteen Weintraub (1997) nimeää dramaturgiseksi. Siinä julkisuus kytketään urbaaniin elämänmuotoon, monimuotoiseen kanssakäymiseen tuntemattomien ihmisten kanssa esimerkiksi kaduilla, puistoissa, aukioilla, ostoskeskuksissa, kahviloissa ja ravintoloissa. Tästä näkökulmasta julkisuuden tarkoituksena on erilaisten ihmisryhmien luonteva yhteiselo samassa kaupunkitilassa. Neljäs tapa ymmärtää julkisuus on nähdä se vastinparina perhe-elämälle, jolloin julkisuuden muodostavat suuret poliittiset ja taloudelliset rakenteet, lähinnä markkinatalous. Mainitunkaltainen jaottelu on ollut keskeinen ennen kaikkea feministiselle teorialle. (Weintraub 1997, 7, 17, 22–23.)

Weintraubin jaottelusta puuttuu ymmärrys julkisuudesta erityisenä tiedon lajina vastinparina käsitykselle, jonka mukaan yksityisyys on tiedon kontrollointia (kts. luku 3.1.1). Siten Weintraubin määritelmäjakoon voisi lisätä tavan nähdä julkisuus avoimuutena eli tietona, joka on periaatteessa kenen tahansa saatavilla, vastakohtana salatulle, vain suljetun piirin ulottuvilla olevalle tiedolle. Tällaista julkisuutta edustaa tyypillisimmillään mediajulkisuus, jonka merkitys on nyky-yhteiskunnissa valtaisa ja oletettavasti edelleen kasvamaan päin (kts. luku 2.2.1). Myös tässä tutkielmassa mediajulkisuus on varsin keskeisessä osassa; se on toinen kahdesta näkökulmasta, joista julkisuuden käsitettä tarkastellaan. Nimitän mediajulkisuutta tässä työssä *näkyvyysjulkisuudeksi*, jolla tarkoitan viestintävälineiden välittämää yleistä näkyvyyttä ja kuuluvuutta. Toinen tämän tutkielman näkökulma julkisuuden käsitteeseen lähtee liikkeelle klassisesta tai habermasilaisesta näkemyksestä, jota nimitän *poliittisen yhteisön julkisuudeksi*. Alustavasti määriteltynä se on kriittistä ja järkipäristä, yhteisiä asioita koskevaa keskustelua, joka tähtää julkisen mielipiteen muodostamiseen. Tämän tutkielman aineisto, presidenttiehdokkaiden henkilökuvat, sijoittuu kokonaisuudessaan näkyvyysjulkisuuden ja osittain poliittisen yhteisön julkisuuden alueelle. Kun tarkastelussa on henkilöjournalismin tapa käsitellä poliitikkojen yksityiselämää, puhutaan siis suurimmaksi osaksi pelkästä näkyvyysjulkisuudesta, eli jonkin asettamisesta yleisesti nähtäville vailla poliittisen keskustelun ulottuvuutta. Toisaalta mielenkiinnon kohteena on myös se, missä määrin ja millä tavoin yksityiselämää politisoidaan eli missä kohtaa poliittisen yhteisön julkisuus nostaa päätään poliitikkojen henkilökuvissa. Siksi julkisuuden tarkasteleminen kahdesta näkökulmasta on tässä yhteydessä tarpeen.

Toki mainitut kaksi julkisuuskäsitystä limittyvät toisiinsa jossain määrin eivätkä sulje toisiaan pois, sillä myös poliittinen julkisuus on aina jonkinasteista näkyvyyttä ja kuu-



luvuutta. Silti poliittisen yhteisön julkisuus ja näkyvyysjulkisuus ovat osittain erilliset alueet. Esimerkiksi näkyvyysjulkisuuteen sisältyy poliittinen journalismi, mutta ei kahvilassa tai salongissa kasvokkain käyty poliittinen debatti, joka kuuluu yksinomaan poliittisen yhteisön julkisuuteen. Poliittisen yhteisön julkisuuden ulkopuolelle puolestaan rajautuu näkyvyysjulkisuuden piiristä yleensä esimerkiksi viihdejournalsmi. Aloitan kahden julkisuuskäsityksen lähemmän esittelyn poliittisen yhteisön julkisuudesta, jonka tyypillistä muotoa voidaan siis kutsua myös klassiseksi julkisuuskäsitykseksi. Klassinen julkisuusideaali toimii eräänlaisena esiasteena tässä tutkielmassa tarkoitettulle poliittisen yhteisön julkisuudelle, jonka hahmottamista jatkan luvussa 3.1.3.

Klassista käsitystä edustavat teoreetikot lähestyvät julkisuuden käsitettä normatiivisen poliittisen teorian kautta eli pohtimalla edellytyksiä mahdollisimman hyvään poliittiseen elämään (Thompson 2011, 51). Näille tutkijoille pelkkä kokoontuminen keskustelevalaksi ryhmäksi ei riitä julkisuuden muodostamiseen, vaan julkisen keskustelun on suuntauttava nimenomaan kohti poliittista vaikuttamista (Breese 2011, 137). Siten esimerkiksi television viihdeohjelmaan osallistuminen, iltapäivälehtien lööpeissä esiintyminen tai jättimäinen rock-konsertti ei yleensä ole julkisuutta termin klassisessa merkityksessä. Klassinen käsitys hallitsee julkisuuden termiin liittyvää teoreettista keskustelua, ja koska suuri osa tästä keskustelusta rakentuu tavalla tai toisella Jürgen Habermasin (2004) teorian varaan, on hänen ajatuksilleen syytä uhrata tässäkin jokunen rivi (kts. myös Arendt 2002).

Habermas edustaa deliberatiivista demokratiateoriaa, joka painottaa päätöksentekoa edeltävää julkista keskustelua ja harkintaa toimivan demokratian edellytyksenä (Setälä 2003, 131, 137). Hän kuvaa *Julkisuuden rakennemuutos* -klassikkoteoksessaan historiallisesti erityisen ja ideaalin julkisuusmuodon, porvarillisen julkisuuden, nousun, kuokistuskauden ja hiipumisen. Habermasin (2004) ydinajatuksena on, että julkisuuden porvarillinen ihannemuoto kehittyi 1700-luvulle tultaessa eurooppalaiskaupunkien kahviloissa, klubeilla, seuroissa ja salongeissa. Porvarillinen julkisuus oli tila, johon yksityiset kansalaiset kokoontuvat keskustelemaan yleisistä kysymyksistä. Se edusti valtion ja yksityispiirin – johon kuuluivat perhe-elämä ja liiketalous – väliin sijoittuvaa, itsenäistä poliittista voimaa, joka nojasi keskustelun tuloksena muodostettuun julkiseen mielipiteeseen. Sen keskeisenä polttoaineena toimivat sanan-, kokoontumis- ja lehdistönvapaus. Ideaalin mukaisesti julkisen keskustelun tuli olla kaikille avointa, kriittistä ja rationaalista puntarointia yhteisestä hyvästä; yksityiset intressit tuli sulkea keskustelun

ulkopuolelle. Kaikkia osanottajia tuli kohdella tasaveroisina keskustelukumppaneina statuksesta riippumatta, sillä vain argumentin vakuuttavuudella oli keskustelussa todellista merkitystä. Habermasin kuvaama julkisuusideaali ei hänen mukaansa koskaan toteutunut täydellisesti, mutta lähimmäksi sitä päästiin 1700–1800-luvun länsieurooppalaisissa kaupungeissa. (Habermas 2004, 57–58, 60–61, 64–71, 92–93, 99–101, 103, 110, 135.)

Habermasin (emt.) mukaan porvarillinen julkisuus alkoi surkastua vähitellen 1800-luvun jälkipuoliskolta lähtien. Hän luettelee ihannejulkisuuden rappioon useita syitä, joista tämän tutkielman näkökulmasta keskeisin on Habermasin huomio kaupallisen massamedian synnystä. Habermasin mielestä lehdistön kaupallinen voitontavoittelu teki keskustelusta kulutustavaraa. Lukijamäärän maksimointiin tähdännyt lehdistö alkoi tarjoilla kepeää viihdettä poliittisen sisällön sijaan, minkä seurauksena julkinen polemiikki madaltui ”henkilökohtaisen kinastelun tasolle”. Toisin sanoen kriittisen, järkeilevän keskustelun korvasi mielialapohjainen mielipiteenvaihto makuasioista ja mieltymyksistä. Habermasille massamedian rakentama maailma on ”julkisuutta vain näennäisesti” – siitä tuli politiikan ja talouden propagandaväline, joka muistuttaa tehtäviltään mainontaa. (emt., 238, 241–242, 247–251, 257, 284.) Voidaan siis sanoa, että Habermasin näkemyksen mukaan kaupallinen media ei kykene muodostamaan poliittisen yhteisön julkisuutta, koska se on menettänyt itsenäisyytensä yksityisiin, kaupallisiin intresseihin nähden. Kun taloudelliset intressit sanelevat sitä, mistä ja miten media kertoo, on kansalaisten hankalaa muodostaa julkinen mielipide itsenäisesti ja kenenkään manipuloimatta. (Stiegler 2009, 44; Dawes 2014, 21–22.) Habermasin (2004, 272) sanoin: mediasta ”tuli portti, jonka kautta etuoikeutetut yksityisedut ajavat julkisuuteen.” Habermasin huomio kaupallisen median turmelevasta vaikutuksesta poliittiseen elämään noudattelee samoja linjoja kuin luvussa 2.1 mainittu huoli politiikan henkilöitymisestä ja luvussa 2.2 käsitelty keskustelu politiikan medioitumisesta. Hänen lisäksi joukko muitakin normatiivisesta näkökulmasta julkisuutta lähestyviä tutkijoita (esim. Sennett 1993; Arendt 2002; Bauman 2002, 48–54, 66) on katsonut julkisuuden olevan rappiolla tai kadotettu.

Vaikka Habermasin teoria on keskeinen julkisuutta koskevassa akateemisessa keskustelussa, on se kirvoittanut runsaasti kritiikkiä. Laajimmin siteerattu Habermasin arvostelija lienee Nancy Fraser (1990; kts. myös esim. Calhoun 1992; Landes 1998; Susen 2011), joka on kritisoinut Habermasin teoriaa muun muassa luokka- ja sukupuolisokeaksi, sisäisesti ristiriitaiseksi, yksipuoliseksi ja yleistäväksi. Myöhemmin Habermas

(1992; 1997, 373–374) otti kritiikin huomioon ja myönsi alkuperäisen teoriansa joiltakin yksityiskohdiltaan puutteelliseksi.

Habermasin kuvaama, paljolti kasvokkaiseen debattiin perustuva julkisuusideaali on varsin kaukana medioituneen nykymaailman julkisuudesta, joka voidaan mieltää lähes synonyymiksi viestintävälineille. Sellaisenaan se ei sovi kuvaamaan poliitikkojen henkilökuviissa kylvettyjä, yksityiselämään kytkeytyviä poliittisen keskustelun siemeniä muun muassa siksi, että habermasilaisessa ideaalissa yksityisasiat tulee sulkea julkisen keskustelun ulkopuolelle. Niinpä edellä esitetty klassinen tai habermasilainen julkisuuskäsitys toimii lähinnä lähtökuoppina ja pohjustuksena sille, mitä poliittisen yhteisön julkisuudella tässä tutkielmassa tarkoitetaan. Luvussa 3.1.3 jalostan käsitystä poliittisen yhteisön julkisuudesta jälkimoderniin aikaan sopivaksi ja hiukan väljemmin normatiiviseksi, mutta ennen sitä esittelen tämän tutkielman toisen, mediakeskeisemmän näkökulman julkisuuteen.

Kuten jo aiemmin totesin, nimitän nykyisen mediamaisen käsittävää julkisuutta näkyvyysjulkisuudeksi. Toisin kuin poliittisen yhteisön julkisuuteen, siihen ei liity normatiivista rajausta siitä, millaista keskustelun on oltava laadultaan ollakseen julkisuutta. Näkyvyysjulkisuuden ei siis tarvitse olla pohdiskelevan poliittisen väittelyn näyttämö, mutta toisaalta se voi olla sitäkin. Yksinkertaisesti sanottuna se on viestintävälineiden välittämää tietoa, joka on periaatteessa kenen tahansa ulottuvilla. Tämä on hyvin lähellä sitä, mitä John B. Thompson (2011) nimittää välitteiseksi näkyvyydeksi (*mediated visibility*). Välitteinen näkyvyys on vapaata tilan ja ajan rajoittamasta ”tässä ja nyt” - ehdosta, sillä viestintävälineiden ansiosta on mahdollista katsella tai kuunnella ihmisiä ja esityksiä, jotka eivät ole läsnä samassa paikassa ja hetkessä kuin yleisö (emt., 56). Pelkkä jonkinasteinen näkyvyys ei kuitenkaan riitä kytkemään tietoa näkyvyysjulkisuuteen: välitteinen näkyvyys muuttuu näkyvyysjulkisuudeksi silloin, kun se on periaatteessa kaikille avointa, joskaan ei välttämättä kielen ja muiden rajoitteiden vuoksi kaikkien ymmärrettävissä. Esimerkiksi verkossa käyty yksityinen chat-keskustelu on välitteistä näkyvyyttä muttei vielä julkisuuden piirissä, koska viestien näkyvyys on rajattu tietyille, useimmiten nimettävissä oleville henkilöille. Sen sijaan julkinen sosiaalisen median päivitys ja lehdessä julkaistu henkilökuva ovat näkyvyysjulkisuuden piirissä, koska periaatteessa kuka tahansa voi päästä käsiksi niiden sisältämään tietoon.

Ajattelipa julkisuutta näkyvyyden tai poliittisen yhteisön merkityksessä, ei sitä pidä käsittää yhtenä monoliittina. Kuten Fraser (1990, 61) toteaa Habermasia kritisoidessaan, on olemassa useita julkisuuksia ja osajulkisuuksia. Moninaiset julkisuudet voidaan luokitella esimerkiksi Hannu Niemisen (2001, 188–189) tavoin valtajulkisuuteen, vastajulkisuuteen ja vaihtoehtojulkisuuteen. Kaikki tässä tutkielmassa tarkastellut lehdet lukeutuvat valtajulkisuuden alueelle eli totuttuihin, hallitseviin esittämistapoihin ja -kanaviin. Nieminen (emt.) jakaa valtajulkisuuden edelleen eliitti- ja populaarijulkisuuteen. Eliittijulkisuus on poliittista, taloudellista tai kulttuurista valtaa käyttävien ryhmien sisäistä ja välistä julkisuutta. Vaikka se voi olla avoinna muillekin, on se Niemisen mielestä todella merkityksellistä vain vallankäyttäjille. Eliittijulkisuus käyttää määrittely- ja tulkintavaltaa siihen, miten todellisuus esitetään julkisuudessa. Sille on ominaista pyrkimys määrittellä ja ratkaista ongelmia. Tällaista julkisuutta edustavat puhtaimmillaan esimerkiksi pörssiutiset ja lehtien pääkirjoitukset. Keskeisiä kotimaisia areenoita, joilla taloudellisten, poliittisten ja kulttuuristen eliittien julkisuudet leikkaavat, ovat esimerkiksi laatulehtinä pidetyt – ja tämänkin tutkielman aineistoon kuuluvat – Helsingin Sanomat ja Suomen Kuvalehti. (emt., 189–191.)

Populaarijulkisuus puolestaan on Niemisen (emt.) mukaan koko väestölle suunnattua, mahdollisimman laajan yleisön miellyttämiseen tähtäävää julkisuutta, jonka ymmärtäminen ja tulkitseminen eivät vaadi yleisöltä erityistietoja tai -taitoja. Toisin kuin eliittijulkisuus, se ei lähesty todellisuutta ongelma- ja ratkaisukeskeisesti, vaan pyrkii yhteisöllisyyden luomiseen ja ylläpitämiseen. Se on pääosin viihteen ja rentoutumisen aluetta, joskin yksilötasolla se voi tarjota ratkaisuehdotuksia merkittäviinkin ongelmiin esimerkiksi ihmissuhde- ja elämäntapakysymyksissä. Populaarijulkisuus joustaa reunoistaan vasta- ja vaihtoehtojulkisuuksiin päin, sillä se saattaa nostaa keskustelunaiheiksi teemoja, jotka eliittijulkisuus torjuu tai pyrkii määrittelemään uudelleen. (emt., 189–190, 192–193.) Tämän tutkielman aineistosta populaaria julkisuustyyppiä edustavat esimerkiksi naistenlehdet ja iltapäivälehdet.

Edellä esitettyyn jaotteluun osin tukeutuen tämän tutkielman aineisto voidaan ryhmitellä kolmenlaisen näkyvyysjulkisuuden alueelle. Ensiksi ovat Niemisen (2001) luokittelua seuraten *eliittijulkisuuteen* sijoittuvat lehdet, joiden sivuilla pääosassa ovat ongelmat ratkaisupyrkimyksineen. Toiseen ryhmään kuuluvat – edelleen Niemisen jaottelun mukaisesti – *populaarijulkisuuden* lehdet, joiden sisältö painottuu viihteelliseen ja yhteisöllisyyttä luovaan suuntaan. Näiden kategorioiden väliin hahmotan tämän tutkielman tar-

peisiin vielä kolmannen näkyvyysjulkisuuden tilan, *alueellisen tai paikallisen julkisuuden*, jossa on vaihtelevissa määrin piirteitä kummastakin edellä mainitusta julkisuudesta. Populaarijulkisuuden tapaan alueellisen julkisuuden lehdet luovat yhteisöllistä, tässä tapauksessa alueellista, identiteettiä julkaisemalla esimerkiksi kevyitä juttuja kylätapah- tumista tai järjestämällä lukijäänestyksiä kaupungin komeimmasta maamerkistä tai maakunnan syrjäisimmästä kolkasta. Toisaalta niissä käsitellään eliittijulkisuuden ta- paan myös ongelmia ratkaisuneen esimerkiksi kunnallispolitiikkaan liittyvien uutisten kautta. Kolmen julkisuustyyppin erottelu ei tietenkään ole täysin ilmatiivis, sillä esimer- kiksi eliittijulkisuuteen kuuluvissa lehdistä voidaan toisinaan julkaista viihdyttämiseen tähtäviä juttuja ja populaarilehdissä pohtia yhteiskunnallisia ongelmia. Onkin syytä painottaa, että luokittelu perustuu siihen, mitä ideaaliluontoista kategoriaa lehtien sisältö *pääpiirteissään* edustaa. Näin ajateltuna tässä tutkielmassa tarkastellut lehdet on varsin helppo sijoittaa edellä mainittuihin kolmeen näkyvyysjulkisuuteen. Palaan jaotteluun vielä tutkimusaineistoa esittelevässä luvussa 4, josta käy ilmi muun muassa se, kuinka suuren osuuden aineistosta kukin lehtikategoria muodostaa. Nyt jatkan kuitenkin vielä poliittisen yhteisön julkisuuden määrittelyä jälkimoderniin aikaan istuvaksi. Keski- öön nousee kysymys siitä, millaisia muotoja poliittinen yhteisö voi saada nykyajan eh- doilla.

### ***3.1.3 Poliittinen ja populaari kohtaavat – jälkimodernin poliittisen yhteisön jäljillä***

Olen tarkastellut julkisuutta kahdessa erillisessä, mutta osittain toisiaan leikkaavassa muodossa: näkyvyysjulkisuutena ja alustavasti klassisen ideaalin varaan hahmoteltuna poliittisen yhteisön julkisuutena. Tämän tutkielman mielenkiinto kohdistuu erityisesti niiden leikkauskohtaan. Tosin, kuten edellä on jo esitetty, poliittisen yhteisön julkisuus klassisessa, habermasilaisessa mielessä istuu huonosti jälkimoderniin, paljolti kaupalli- sen medialogiikan muovaamaan näkyvyysjulkisuuteen. Nyt pyrin maalamaan poliit- tisen yhteisön käsitettä habermasilaista ymmärrystä monisävyisemmäksi. Kutsun tällais- ta, väljemmin normatiivista poliittista yhteisöä jälkimoderniksi poliittiseksi yhteisöksi. Se määrittää tämän tutkielman käsitystä poliittisen yhteisön julkisuudesta. Jotta jälki- modernin poliittisen yhteisön olemukseen päästään toden teolla kiinni, on ensin rikotta- va muutamia kahtiajakoja, joihin klassinen julkisuuskäsitys paljolti perustuu.

Ensimmäinen näistä dikotomioista liittyy poliittisen yhteisön jäsenyyteen, kansalaisuuteen. Julkisuuden esityksiä seuraavalle yksilöille näyttäisi olevan tutkijoiden teoreettisen pohdinnan valossa tarjolla pääasiassa kahdenalaisia rooleja: tiedon passiivisen kuluttajan tai osallistuvan ja informoidun kansalaisen, joista jälkimmäinen edustaa poliittisen yhteisön jäsenyyttä klassisessa mielessä. Suomenkielisessä tutkimuksessa näihin rooleihin on toisinaan viitattu erottamalla toisistaan Veikko Pietilän (2010) tavoin *yleisön* ja *julkison* käsitteet, joista julkiso viittaa viestinten aktiiviseen ja keskustelevaan käyttäjäkuntaan, yleisö puolestaan mediasisältöjen kuluttajan ja asiakkaan rooleihin. Jaottelu vastaa englannin kielen erontekoa osallistuvan *public*-yleisön ja kuluttajan rooliin jäävän *audience*-massayleisön välillä (Pietilä 2010, 201–202). Nykyisin on katsottu, että harvojen suuryritysten käsiin keskittynyt massamedia jättää viestinten käyttäjät paljolti tiedon vastaanottajan ja kuluttajan rooleihin aktiivisen poliittisen toimijan, kansalaisen, sijasta. On valiteltu, että kaupallisen massamedian taloudelliset ja poliittiset rakenteet sekä silkkä mittakaava rajoittavat mahdollisuuksia todella avoimeen julkiseen keskusteluun julkison merkityksessä. (Stiegler 2009, 42, 44–45.) Esimerkiksi Paul F. Lazarsfeld ja Robert K. Merton (2000) ovat pessimistisesti väittäneet, että massamedia narkotisoi yleisön tuottaen vain pinnallista kiinnostusta yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Heidän mukaansa media saa yleisön sekoittamaan keskenään ongelmista *tietämisen* ja niiden ratkaisemiseksi *toimimisen*. (Lazarsfeld & Merton 2000, 22–23.) Toisaalta viestintäteknologian kehitys on herättänyt toiveita habermasilaisen julkisuuden uudesta noususta. Internetiä on pidetty julkisuuden tervetulleena laajentumana, joka on avannut uusia mahdollisuuksia kansalaisten periaatteessa vapaalle, tasavertaiselle ja avoimelle keskustelulle (Froomkin 2004, 9; Dahlgren 2005, 152; Benkler 2006, 212; Hermes 2006, 36; Bruns, Burgess, Highfield, Kirchhoff & Nicolai 2011, 285; Graham & Harju 2011, 18–19; Fenton 2012a, 150) – joskaan sitä ei ole syytä juhliä uutena ja uljaana julkisena keskusteluareenana täysin varauksetta (Papacharissi 2002, 15–18; Hindman 2009, 129–142; Kantola 2011, 12; Fenton 2012b, 135–136).

Kansalainen–kuluttaja-vastakohtapari rakentuu muutamien muiden kahtiajakojen perustalle: julkisuutta ja kansalaisuutta käsittelevää teoreettista keskustelua on leimannut jyrkän hierarkkinen vastakkainasettelu tiedon ja viihteen, laadun ja populaarin sekä ”kovan” ja ”pehmeän” uutisen välillä (Hermes 2006, 37; Flew & Shift 2015, 110). Yleensä tieto, laatu ja kovat uutisaiheet on tavattu yhdistää julkisuuteen poliittisen yhteisön merkityksessä, jolloin vastaavasti viihde, populaari ja pehmeä on rajattu poliittisen, yleisesti merkittävän ja tärkeän ulkopuolelle. Toisin sanoen painava asia ja julkinen kuuluvat

kansalaisuuteen, viihde, keveys ja yksityinen kuluttajuuteen. Kaksinapaiseen ajatteluun on usein liittynyt normatiivinen huoli informoidun kansalaisen roolin liukumisesta takalalle samalla, kun populaari ja pinnallinen valtaavat julkisuusnäyttämön etualan. Tästä näkökulmasta katsottuna yksityiselämää käsittelevä henkilöjournalismi voi näyttää suoranaishetimitä myrkkyruikeelta informoidun, rationaalisesti keskustelevan kansalaisen lihaan: henkilökuvia on helppo ajatella massamedian tuottamina, passivoivina esityksinä, jotka vievät yleisön huomion poliittisesti relevanteilta keskustelunaiheilta.

Tällaista pessimismia henkilöitynyttä ja yksityistynyttä julkisuutta kohtaan edustaa esimerkiksi Zygmunt Bauman (2002), jonka mukaan poliittinen kansalaisuus on katoamassa jälkimoderneista yhteiskunnista. Syyksi kansalaisuuden hiipumiseen hän nimeää yksilöllistymisen, jonka seurauksena julkisuus henkilöityy. Jälkimodernissa, notkeassa yhteiskunnassa auktoriteetit ja instituutiot horjahtelevat, yhtenäiskulttuuri on mennyttä ja ihmiset valitsevat elämäntapansa aiempaa yksilöllisemmin. Baumanin mukaan jälkimodernina aikana kohdatut ongelmat ja riskit näyttävät elämän yksilöllisinä murheina, joita on vaikea kasata ja kiteyttää yhteisiksi näkemyksiksi. Koska suuret aatteet ja johtajat ovat kadonneet, murheilta ”puuttuvat kosketuspinnat, jotka sallisivat niiden kytkeytyä toisten ihmisten ongelmiin”. Baumanille yksilöiden maailmassa on vain toisia yksilöitä, joilta ottaa oppia – joskin toisten kokemuksista voi oppia ainoastaan, kuinka kamppailla omia ongelmiaan vastaan yksin. Ongelmat säilyvät kohtaamisista ja keskustelusta huolimatta yksilöllisinä. Yksilöllistymistä seuraa Baumanin mukaan se, että ”yksityinen kolonisoii julkisen”: yleinen etu typistyy uteliaisuudeksi julkisuuden henkilöiden yksityiselämää kohtaan ja julkiset keskustelunaiheet latistuvat intiimien tunteiden julkisiksi tunnustuksiksi. Niinpä julkisuudesta on tullut eräänlainen metsästysmaa, jossa jahdataan syntipukkeja ja väijytään henkilöityneitä skandaaleja. (Bauman 2002, 41, 46–47, 49, 51.) Bauman siis tuskin pitäisi poliitikkojen henkilökuvia kovinkaan mielekkäänä välineenä kutsua yleisön jäseniä kansalaisen rooliin.

Elävä todellisuus ei tosin ole aivan niin mustavalkoinen, kuin Bauman sen esittää olevan. Kaksinapainen, hierarkkinen ajattelumalli – jota muun muassa Bauman näyttäisi edustavan – julkisuudesta ja yksityisestä, kansalaisuudesta ja kuluttajuudesta, järjestä ja tunteesta, on varsin keinotekoinen, koska poliittiset mielipiteet muodostuvat harvoin puhtaan järkeilyn ja tiedon rationaalisen prosessoinnin tuloksena. Poliittisissa kysymyksissä on usein mukana vahva tunneolttuvuus, jonka kautta ne kietoutuvat ihmisten yksityisenä ja yksilöllisenä pidetyn alueen ympärille monimutkaisin tavoin. Useat tutkijat

ovatkin muistuttaneet, ettei tietoa ja viihdettä tai politiikkaa ja yksityiselämää pidä nähdä toisensa poissulkevin vastakohtina. Esimerkiksi uutisia ei voida pitää puhtaasti poliittisen julkisuuden ja rationaalisuuden piiriin kuuluvana journalismin genrenä, sillä yksilöt kuluttavat niitä osana arkirutiinejaan, omaa elämäänsä vasten peilaten, jolloin niihin sisältyy myös yksityinen ja tunteellinen ulottuvuus (Madianou 2005, 102–103, 109). Vastaavasti esimerkiksi populaarit tv-ohjelmat voivat tarjota katsojilleen viihteen lisäksi resursseja käsitellä poliittisia kysymyksiä (van Zoonen 2007, 544; van Zoonen ym. 2007, 335). Myös keskustelu lähtökohtaisesti epäpoliittisella verkkofoorumilla saattaa kääntyä poliittiseksi, kun osallistujat kytkevät omat tietonsa, identiteettinsä ja kokemuksensa yhteiskunnallisiin yhteyksiin (Stein 2002; Hermes 2006, 34–35; Graham 2008, 30; Graham & Harju 2011, 27–28).

Edellä mainitut esimerkit havainnollistavat siis sitä, että rajalinja yksittäisen ja yleisen, poliittisen ja epäpoliittisen sekä kansalaisen ja kuluttajan välillä on perin sumea ja liukuva. Niiden valossa on hiukan ongelmallista pitää poliittisen yhteisön julkisuutta Habermasin tavoin areenana, jonka ulkopuolelle rajautuu kaikki yksityiselämään liittyvä, tai olla Baumanin tavoin hirmuisen huolissaan yksityisen ”kolonisoimasta” julkisuudesta. Tarvitaan siis klassista käsitystä ilmavampaa tapaa ymmärtää poliittinen yhteisö. Millainen se sitten voisi olla jälkimodernissa, aatteista tyhjentyneessä yhteiskunnassa ja mediamaisemassa? Millaista poliittista yhteisöä poliitikkojen henkilökuvat voisivat kutsua esiin?

Joku voisi huomauttaa, että jälkimodernista poliittisesta *yhteisöstä* puhuminen on itsessään hienoinen paradoksi – jonkinlainen elävä kuollut, zombie –, sillä onhan jälkimodernin ajan katsottu kärjistetyksi ilmaistuna merkitsevän kollektiivisten identiteettien kuolemaa ja yksilöllisyyden voittokulkua. Esimerkiksi edellä mainitun Baumanin (2002, 49) mielestä yksilöllistettyjen toimijoiden sovittaminen kansalaisuuden, yhteyden, raameihin on liki mahdoton tehtävä. Mutta, kuten yksityisen ja julkisen merkitykset ovat historian saatossa muuttuneet, vastaavasti myös yksilöllisyys ja yhteisöllisyys saavat ajan kuluessa uudenlaisia merkityksiä. Poliittinen yhteisö ei ole katoamassa, sitä vain on entistä vaikeampi vangita pysyvään haaviin. Jälkimoderni poliittinen yhteisö ei ole olotila, vaan jatkuvasti tulossa oleva tila; se on ohutta, säikeistä ja taipuvaa, eri muotoihin notkeasti mukautuvaa. Sitä ei ole solmittu kiinni tiettyyn paikkaan, genreen, mediaan tai tyyliin. Se on tilapäistä ja tilannekohtaista. Jälkimoderni poliittinen yhteisö voi nostaa hetkeksi päätään marketin lihatiskin äärellä, sosiaalisessa mediassa, televisi-



on keskusteluohjelmassa, mutta painua seuraavassa silmänräpäyksessä näkymättömiin. Se kiinnittyy toki yksilöllisiin elämäntapavalintoihin, mutta on yhtä kaikki yhteisö, kuviteltu sellainen. Jälkimodernin poliittisen yhteisön esiin kutsuminen ei vaadi muuta kuin keskustelun säikeen, joka kiinnittyy edes jollain tavoin yleiseen, yhteiskunnalliseen ja kiistanalaiseen. Bauman (emt., 49–51) kutsuu tällaisia tilapäisiä yhteisöjä ”narikkayhteisöiksi”, joihin yksilöt voivat ripustaa hetkeksi omat yksittäisiin kysymyksiin kiinnittyvät huolenaiheensa. Hän ei kuitenkaan pidä narikkayhteisöllisyyttä kansalaisuutta tuottavana, aidosti yhteisten kysymysten ympärille kiinnittyneenä yhteisöllisyytenä. Tämän tutkielman näkemys on toisenlainen: väitän, että myös henkilöityneestä, yksilöitä ja yksityiselämää juhlivasta journalismista on mahdollista löytää aidon poliittisen yhteisön ituja. Nuo idut voivat toki olla ohuita, mutta ne sitovat yhtä kaikki ihmisiä yhteen ja muodostavat siten kansalaisuuden säikeitä.

Väite kaipaa tietenkin perusteluja. Yksi tapa saada ote määritelmällisesti liukkaasta jälkimodernista poliittisesta yhteisöstä on pohtia julkisen keskustelun tarkoitusta. Julkisen keskustelun ainoa päämäärä ei ole poliittiseen vaikuttamiseen tähtäävien argumenttien koetteleminen, vaan sillä on muitakin demokratiaa ruokkivia tehtäviä. Yksi funktioista on uusien näkökulmien oppiminen ja omien käsitysten rikastuttaminen, sillä perusteellinen ja laaja julkinen keskustelu lisää parhaimmillaan ymmärrystä itsestä ja toisista. Kansalaisuutta ei siis tarvitse supistaa pelkkään äänestämiseen tai poliittiseen päätöksentekoon suuntautuvaan toimintaan, vaan se voidaan ymmärtää myös yhteisön ja yhdysiteiden muodostamisena. Näin siihen ei kuulu ainoastaan oman mielipiteen ilmaiseminen, vaan myös muiden näkökulmien huomioiminen ja kunnioittaminen. (Hermes 2006, 32, 34; Graham 2008, 20; Graham & Harju 2011, 20; Pekonen 2011, 41, 45.) Kun julkisen keskustelun tehtävä ymmärretään näin laveasti, ei poliittisen yhteisön keskusteluareenaa voida enää aidata kapeasti eliittijulkisuuden piiriin, kuten politiikan ja talouden uutisiin tai niin sanottujen laatulehtien pääkirjoituksiin. Kun julkista keskustelua ajatellaan ymmärryksen lisäämisen ja keskustelun rikkauden näkökulmasta, myös populaareilla esittämistavoilla ja esityksillä – kuten naisten- ja iltapäivälehtien julkaisemilla henkilökuvilla – voi olla annettavaa poliittiselle yhteisölle: ne voivat omalla tavallaan toimia resurssina vetää ihmisiä mukaan poliittisesti virittyneeseen keskusteluun (Graham & Harju 2011, 20).

Joke Hermesin (2006) mielestä kansalaisuus onkin pohjimmiltaan jossain muualla kuin habermasilaisittain ymmärretyssä poliittisessä julkisuudessa. Hän julistaa, että informoi-

tujen kansalaisten kouluttamiseen tähdännyt moderni projekti on tullut tiensä päähän – eikä hän tunnu sitä juuri kaipaavan. Se, mikä ihmisiä todella yhdistää, eivät ole joka-päiväiset hallinnolliset päätökset, vaan draaman ja tunteiden maailma: jännitys, toiveet, odotukset ja pettymykset. Kansalaisuuteen kuuluu siis vahva tunteellinen ulottuvuus, jota populaarijulkisuus ruokkii usein onnistuneemmin kuin informoidun kansalaisen ihannetta täyttävä uutisjournalismi. Globalisoituvassa maailmassa kansakunta poliittisena yhteisönä on menettänyt merkitystään, mutta populaarikulttuuri kutsuu meitä uudenlaisten kuvitteellisten tunneyhteisöjen jäseniksi. Koska populaarikulttuuri tuottaa yhteenkuulumisen ja yhteisyyden kokemuksia, muodostaa se Hermesin mukaan omalla tavallaan poliittisen julkisuuden. (Hermes 2006, 28, 34, 37, 40.) Populaarikulttuurin merkitystä yhteisten kysymysten puinnin työkaluna ei tietenkään tule liioitella, mutta sitä ei liioin ole syytä sivuuttaakaan. Sen keskeinen tarkoitus on edelleen viihdyttää, joten sitä tulee ajatella poliittisen yhteisön kokoamistyössä pikemminkin informatiivisen julkisuuden täydentäjänä kuin korvaajana.

Edellä mainitun valossa voidaan tiivistää, että jälkimodernin poliittisen yhteisön muodostama julkisuus on areena, jossa nostetaan esiin ja pyritään ratkaisemaan yleisiä sekä yhteisiä kysymyksiä mutta jossa nämä kysymykset voivat kietoutua klassista poliittista yhteisöä vapaammin ja monimutkaisemmin yksilöllisiin elämäntapavalintoihin, tunteisiin ja populaariin. Yksityiselämää käsittelevät poliitikkojen henkilökuvat ovat hedelmällinen maaperä kaivaa esiin tällaisen yhteisön ituja. Tietenkään yksityiselämän kytkeminen yhteiseen ja yleiseen esimerkiksi henkilöhaastattelussa ei vielä takaa hetkellisen poliittisen yhteisön muodostumista, sillä yksittäisestä henkilökuvasta puuttuu usein keskustelulle ominainen dialoginen ulottuvuus. Pikemminkin se tulee nähdä paikkana, jossa keskustelemaa, jälkimodernia poliittista yhteisöä *kutsutaan* esiin. Poliittista keskustelua voidaan sitten jatkaa vaikkapa kahvipöydissä, sosiaalisessa mediassa, tulevilla lehtijutuilla tai lehtien mielipidepalstoilla.

Tässä tutkielmassa liikuskellaan yksityisen ja poliittisen, yksittäisen ja yhteisen sekä vakavan ja populaarin riktossa rajamaastossa kartoittaen kohtia, joissa maastot yhtyvät. Tutkimusaineiston henkilökuvat edustavat journalismin kevyttä juttutyyppejä, mutta niiden kohteena ovat poliittisesti painavat henkilöt, presidenttiehdokkaat. Mielenkiinnon kohteena on politiikan kovan eliitin pehmeä puoli, yksityiselämä – eli aineisto ja kysymyksenasettelu osuvat juuri sille alueelle, jota Bauman tarkoittaa kirjoittaessaan yhteisten keskustelunaiheiden tyypistymisestä julkisuuden henkilöiden yksilöllisten kokemus-

ten ympärille. Tämän tutkielman tarkoituksena ei kuitenkaan ole haikailla kaukaisen – itse asiassa koskaan täysin toteutumattoman – klassisen ideaalijulkisuuden perään, vaan tarkastella, miten nykyinen, medialogiikan pihdeissä taipuileva näkyvyysjulkisuus voi toimia julkisuutena myös löyhästi määritellyn poliittisen yhteisön merkityksessä. Toisin sanoen yhtenä pyrkimyksenä on tutkia, missä määrin ja millä tavoin aiemmin esitetyt kaksi julkisuuskäsitystä, julkisuus *näkyvyytenä* ja julkisuus löyhän normatiivisessa mielessä jälkimodernina *poliittisena yhteisönä*, sulautuvat yhteen. Kutsuuko henkilöitynyt, ”pehmeä” journalismin genre esiin poliittista yhteisöä vai jäävätkö henkilökuvat yksityiselämää käsitteleviltä osiltaan pelkäksi näkyvyysjulkisuudeksi? Miten ja missä määrin yksilöllisille ongelmille neuvotellaan julkisia, yhteisiä ratkaisuja? Voivatko yksittäiset kysymykset kääntyä yhteiselle julkisuuden kielelle? Näihin kysymyksiin palaan luvuissa 6.3 ja 7.

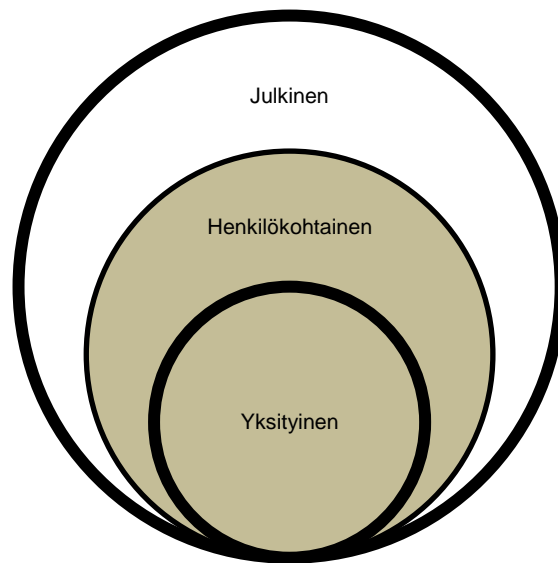
### ***3.1.4 Voiko yksityinen olla julkista?***

Tähän saakka olen käsitellyt yksityisyyttä ja julkisuutta paljolti toisistaan erillään, mutta jäljellä on vielä kysymys niiden keskinäisestä suhteesta ja rajanvedosta: missä kohtaa yksityinen muuttuu julkiseksi? On toki selvää, että yksityinen ja julkinen määrittävät toinen toistaan, eikä yhtä voisi olla ilman toista. Niitä on helppo ajatella saman kortin kääntöpuolina: se, mitä toinen on, toinen ei ole. Kun poliitikko sitten raottaa yksityiselämänsä verhoa esimerkiksi parisuhdehaastattelussa, ollaanko yksityisen vai julkisen piirissä? Epäilemättä naistenlehdessä julkaistu parisuhdehaastattelu sijoittuu julkisuuteen, mutta toisaalta rakkauselämä kuuluu määritelmällisesti yksityisyyden piiriin. Vai voiko tieto sijaita samaan aikaan kummallakin alueella?

Kruunan ja klaavan kaltaisen joko-tai-kysymyksen sijaan yksityisen ja julkisen välistä eroa on järkevintä ajatella asteittaisena jatkumona. Esimerkiksi koti on yksityisempi paikka kuin ravintola, joka taas on yksityisempi kuin tori. Kotona puolestaan makuuhuone ja wc ovat yksityisempiä tiloja kuin olohuone ja keittiö. Vastaavasti tieto siitä, kenen kanssa ja kuinka usein harrastaa seksiä, mielletään yleensä yksityisemmäksi kuin tieto siitä, mitä jalkapallojoukkuetta kannattaa. Tämäntapaiseksi jatkumoksi yksityisyyden ja julkisuuden ymmärtää esimerkiksi Louis Hodges (1994), joka on hahmottanut ajatusta yksityisyydestä kehinä. Hänen mukaansa kaikkein sisimpään kehään kuuluu vain yksi henkilö, minä itse, syvimpine fantasioineen, ääneen lausumattomine toivei-

neen ja muistoinen. Toiseen kehään kuuluvat intiimit asiat, jotka on tarkoitettu oman itsen lisäksi vain yhden henkilön tietoon. Tiedon luonteesta riippuen uskottu henkilö voi olla esimerkiksi elämänkumppani, läheinen ystävä, lääkäri tai neuvonantaja. Kehät laajenevat vähitellen, kunnes vastassa on uloin kehä, joka käsittää koko ihmiskunnan. Siihen kuuluu kaikkein julkisin minuus, tiedot, jotka voisi hyväksyä kenen tahansa saataville. (Hodges 1994, 199.) Hodgesin ideaa mukailten voidaan siis todeta, että riippuu kontekstista ja henkilökohtaisista arvoista, mille kehälle esimerkiksi tieto parisuhteen kuulumisista sijoittuu.

James Stanyer (2013) puolestaan raivaa rajavyöhykettä yksityisen ja julkisen välille kolmannen käsitteen avulla. Hän erottaa toisistaan henkilökohtaisen ja yksityisen alueet. Henkilökohtaisen alueelle kuuluvat kaikki henkilökohtaisen elämän puolet, kuten tiedot henkilöstä yksilönä, tämän elinalueista, kodin piiristä ja suhteista muihin henkilöihin, jotka ”asuttavat” henkilökohtaisen aluetta. Stanyerin ajattelussa yksityisyyden piiri sijaitsee henkilökohtaisen sisällä. Se on henkilökohtaista tietoa tai tilaa, jonne käsiksi pääseminen on rajattu tiukasti vain tietyille, läheisimmille henkilöille. Kun tietoa tältä alueelta virtaa julkisuuden piiriin, se ei tietenkään voi olla enää yksityistä, vaikka säilyykin henkilökohtaisen alueella. (Stanyer 2013, 13–14.) Stanyerin ratkaisuna yksityisen ja julkisen välisen erottelun dilemmaan on siis eräänlainen joustava välimuoto, henkilökohtaisen piiri. Olen havainnollistanut hänen käsitejakoaan kuviossa 1. Siitä käy ilmi, kuinka yksityinen kuuluu henkilökohtaiseen, muttei julkiseen, ja henkilökohtainen puolestaan kuuluu osin yksityiseen, osin julkiseen. Stanyerin käsitteellinen erottelu tuntuu varsin näppärältä, etenkin jos se yhdistetään Hodgesin kehäkäsitykseen. Tällöin yksityisen, henkilökohtaisen ja julkisen alueet jakaantuisivat kukin sisäisesti lukemattomiksi ja laajeneviksi kehiksi, joiden kautta alueet liukuvat toistensa lomaan asteittain. Näin vältetään mahdottomalta tehtävältä määrittellä yleispätevästi raja sille, kuinka monen henkilön tiedossa esimerkiksi parisuhteen on oltava tullakseen julkiseksi tiedoksi.



*KUVIO 1 Yksityisen, henkilökohtaisen ja julkisen alueet  
James Stanyerin (2013, 13–14) käsitejakoa mukaillen*

Termien *henkilökohtainen* ja *yksityinen* eroa pohtiva voisi tietenkin kysyä, eikö myös henkilökohtainen ole yksityishenkilölle kuuluvaa, ei-julkista. Vastauksena on, että ei välttämättä. Termien eron selventämiseksi on hyvä pitää mielessä niiden vastakohtiksi mielletyt käsitteet. Yksityisen vastinparina on julkinen, kun taas henkilökohtaisen vastakohtana voidaan pitää yhteistä, jolloin henkilökohtainen saa merkityksen ei-yhteinen. Jokin tavara voi olla henkilökohtainen, mutta toisinaan muut voivat lainata sitä ja se pysyy silti henkilökohtaisena, ei-yhteisenä. Sama pätee myös henkilökohtaista elämää koskevaan tietoon: sitä voidaan julkaista tai muulla tavoin levittää, mutta se on yhtä kaikki henkilökohtaista tietoa. Yksityistä se ei sitä vastoin enää julkaistuna ole. Stanyerin analyyttisesti hyödyllisestä jaottelusta huolimatta oion hiukan mutkia tässä tutkielmassa: puhun yksinkertaistetusti *yksityiselämästä* merkityksessä, johon Stanyer viittaa henkilökohtaisen käsitteellään. Syynä ovat hieman turhamaisesti tyylimielitymukset. Yksityiselämä on suomen kieleen *henkilökohtaista elämää* tukevammin juurtunut termi, joten jatkuva jälkimmäisen nimityksen käyttö saattaisi kalskahtaa hiukan keinotekoiselta.

Käsitys siitä, mikä on milloinkin yksityistä ja mikä julkista, on tietenkin historiallinen ja muuttuva (Prost 1991, 3). Piirien välinen rajanveto vaihtelee ajasta, paikasta ja kulttuurista toiseen ja siitä käydään jatkuvaa neuvottelua muun muassa journalismin ja politiikan käytännöissä (Driessens ym. 2010, 321). Populaareista historiateoksistaan tunnettu Peter Englund (2011) on havainnollistanut julkisuuden ja yksityisen välisen rajanvedon historiallisuutta osuvalla esimerkillä. Hänen mukaansa keskiajalla jopa valtioiden hallitseminen – nykydemokratioissa mitä julkisin elämäalue – kietoutui erottamattomasti yksityiseen. Hovissa kuninkaan intiimit toimitukset, kuten pukeutuminen aamuisin, saatettiin kohottaa mahtipontisten seremonioiden avulla valtiolliseksi tapahtumaksi. Toisaalta suuret valtiolliset kysymykset, kuten sodat, voitiin tulkita henkilökohtaisiksi teoiksi. (Englund 2011, 233.) Richard Sennett (1993) puolestaan on kuvannut julkisen ja yksityisen välisen rajan sumentumista kuuluisassa *The Fall of Public Man* -teoksessaan. Hän esittää, että 1800-luvulla nähtiin ”intiimin yhteiskunnan” esiinnousu, kun perheen piiristä tuttu intiimi ja avoin kanssakäyminen alkoi dominoida julkisuutta. (Sennett 1993, 259–268; vrt. kuitenkin Perrot 1990.)

Yksityisen ja julkisen välinen rajatila näyttäisi liukuneen uusiin aseisiin myös viime vuosikymmeninä, kun ensin mainittu on jatkanut työntymistään jälkimmäisen puolelle. Ensinnäkin yksityisen ja julkisen välistä rajamaastoa ovat myllänneet politiikan asialistalla tapahtuneet muutokset. Hyvinvointivaltion nousun ja laajenemisen myötä monet aiemmin yksityisyyden piiriin kuuluneet kysymykset, kuten lasten- ja vanhustenhoito, ovat vakiintuneet osaksi poliittista keskustelua ja päätöksentekoa (Nieminen 2001, 207). Omalta osaltaan yksityisen politisoitumiseen on vaikuttanut myös feministinen liike, joka on nostanut julkiselle agendalle monia perhe- ja tasa-arvopolitiikkaan liittyviä aiheita, kuten perheväkivallan, aborttioikeuden sekä seksuaalivähemmistöjen oikeuden avioliittoon ja perheen perustamiseen. Toiseksi yksityisen ja julkisen välistä rajaviivaa on lanannut piiloon median kaupallistuminen, sillä lehdistön levikkitaistelun tuoksinaissa yksilön suojan on sanottu heikentyneen (emt., 207). Kolmantena yksityisen ja julkisen välistä raja-aitaa jyrsvänä tekijänä ovat avoimuutta suosiva nykykulttuuri ja julkisuuteen liittyvä arvostus. Yleisesti ottaen julkisuutta ihailaan ja sinne pyritään ja päästään sen sijaan, että sitä kartettaisiin ja sinne jouduttaisiin. Yksityisyys ja anonymiteetti ymmärretään merkityksettömyydeksi, minkä seurauksena nyky-yhteiskunnassa moni voi tuntea jääneensä liiallisen yksityisyyden piiriin (Lawler 2010, 419–420). Niinpä ylenpalttista yksityisyyttä yritetään karttaa jakamalla omaa yksityiselämää varsin avokä-

tisesti esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja tosi-tv-ohjelmissa, jotka ovat tehneet intii-  
mien elämänalueiden julkisesta esittelystä arkipäivää.

Neljäs julkisen ja yksityisen välisen eron himmentäjä onkin teknologinen kehitys. Eri-  
tyisesti internet on muuttanut paljastamisen ja salaamisen dynamiikkaa, sillä sosiaalinen  
media, blogit ja muut käyttäjien luomat sisällöt ovat mahdollistaneet yksityiselämän  
julkisen jakamisen ennenäkemättömän helposti, nopeasti ja laajasti (Driessens ym.  
2010, 314; Wojdyski & Riffe 2011, 211). Viestintäteknologian kehitys ei ole kuiten-  
kaan ainoastaan muokannut käsityksiä yksityisen ja julkisen välisestä sopivasta rajanve-  
dosta, vaan se on myös tehnyt yksityisenä pidetyn tiedon hallinnasta aiempaa mutkik-  
kaampaa (Cooper & Whittle 2009, 14, 33; Thompson 2011, 68). Kuva railakkaasta  
illanvietosta tai romanttisesta kuhertelusta on mahdollista tuupata internetiin yleisesti  
näkyville muutamassa sekunnissa, mutta sen julkistamisen seuraukset voivat kantaa  
pitkälle – niin ajallisesti kuin maantieteellisestikin. Aina ei myöskään ole selvää, kuka  
hankkii meistä teknologian avulla mitäkin henkilökohtaista tietoa ja milloin. Valvonta-  
kamerat tallentavat liikkeitämme kaduilla ja kaupoissa, kauppa- ja palvelusetelien keräävät tietoa  
ostokäyttäytymisestäämme ja hakukoneyhtiöt siitä, millä verkkosivuilla vierailimme.  
Tämä kaikki on herättänyt kysymyksiä siitä, millaisiin tarkoituksiin tietoa yksityiselä-  
mästämme käytetään.

Vaikka yksityisen ja julkisen välinen ero on hämärtynyt, on käsitejako edelleen tärkeä  
arki-elämän raamittaja, tapa jäsentää maailmaa ja väline tehdä todellisuutta ymmärrettä-  
väksi (Thompson 2011, 51). Kysymys yksityisen ja julkisen rajasta koskettaa epäilemät-  
tä jokaista, mutta erityisen tiiviisti rajavyöhykkeellä liikuskelevat julkisuuden henkilöt,  
jollaisiksi monet nykypoliitikot voidaan lukea. Seuraavaksi tämän tutkielman matka  
jatkuu heidän seurassaan.

### **3.2 Julkisuuden henkilöt – miksi heitä on?**

Julkisuuden henkilöistä on tullut keskeinen osa nyky-yhteiskuntien mediavoittoista kult-  
tuuria (Marshall 1997, x; Driessens 2013a, 641). Laajan yleisön tuntemat kasvot ovat  
läsnä liki kaikilla julkisuuden alueilla politiikasta uskontoon, joten tähtikulttuurin vaiku-  
tuksilta on nykyisin lähes mahdotonta välttyä. Termi *julkisuuden henkilö* on perin hä-

määrärajainen ja liukuva, joten sille on olemassa kirjava joukko määritelmiä (esim. Boorstin 1975, 11, 57; Marshall 1997, ix; Turner, Bonner & Marshall 2000, 9; Rojek 2001, 10; Evans 2005, 19; Driessens 2013b, 549). Rajanvedon kannalta häilyvä kysymys on esimerkiksi se, miten tiheästi ja minkä tyyppisessä julkisuudessa on esiinnyttävä tullakseen julkisuuden henkilöksi. Julkisuuden henkilön lähitermejä ovat esimerkiksi *tähti*, *supertähti*, *(mielipide)johtaja*, *sankari*, *mediapersoona*, *idoli* ja *ikoni*. Julkisuuden henkilöä voidaankin pitää yleisluontoisena sateenvarjokäsitteenä, joka kattaa kaikki edellä mainitut julkiset roolit (Driessens 2013b, 544). Termin määritelmissä korostuu tyypillisesti kaksi seikkaa: ensiksi huomio ja näkyvyys, toiseksi valta tai erityisasema muihin verrattuna. Kiteytettynä voidaan siis todeta, että julkisuuden henkilö on suuren yleisön tunnistama, median välittämä persoona, jolla on vähintäänkin symbolista valtaa suureen yleisöön nähden. Symbolinen valta tarkoittaa tässä yhteydessä kykyä vaikuttaa ihmisten tunteisiin ja ajatuksiin.

Tutkijat ovat erimielisiä siitä, onko julkisuuden henkilö vain massamedian välittämän nykykulttuurin ilmiö. Osa teoreetikoista näkee selkeän, yhtenäisen jatkumon entisajan palvotuista hallitsijoista nykyiseen tähtikulttiin (esim. Evans 2005, 20–21; Braudy 2006, 37–38), mutta monen mielestä modernit julkisuuden henkilöt eroavat entisajan kuuluisuuksista perustavalla tavalla: toisin kuin ennen, nykyisin yksityiselämällä on merkittävä rooli tähtien julkisuuskuvassa. Esimerkiksi Chris Rojek (2001, 19) on huomauttanut, että julkisuuden henkilöiden kaltaisia, tunnettuja hahmoja on ollut jo vuosituhansia, mutta vasta massamedian aika liitti heihin illuusion intiimiydestä. Samankaltaisesti Graeme Turner (2004, 8) kytkee yksityiselämän julkisen esittelyn määritelmällisesti moderniin julkisuuden henkilöön: hänen mukaansa julkisuuden henkilöksi tullaan sillä hetkellä, kun median huomio kääntyy julkisen hahmon ammatillisesta roolista tämän yksityiselämään. Myös Ellis Cashmoren (2006) mielestä nykyisten julkisuuden henkilöiden – toisin kuin entisajan kuuluisuuksien – on alistettava yksityiselämänsä jatkuvan tarkkailun kohteeksi tavalla, jota hän nimittää ”virtuaaliseksi Panopticoniksi”. Cashmore paikantaa muutoksen yleisön ja tähtien suhteessa vasta 1980- ja 1990-lukujen vaihteeseen, jolloin muun muassa paparazzikuvaajat alkoivat herätellä yleisön nälkää aiempaa intiimimmälle versiolle julkisuuden henkilöistä. (Cashmore 2006, 4, 8.)

Yksityiselämää painottavien määritelmien heikkoutena on se, että ne sulkevat monia nykykuuluisuuksia julkisuuden henkilön kategorian ulkopuolelle. Kuten Olivier Driessens (2013b) muistuttaa, on olemassa useita viihdetähtiä ja muita julkisia kasvoja, jotka



yrittävät varjella yksityiselämäänsä ja myös onnistuvat siinä. Driessensille olennaisinta julkisuuden henkilön statuksen kannalta ei ole niinkään yksityiselämän julkisuus vaan julkisuuden muoto: julkisuuden henkilöt esiintyvät populaarijulkisuudessa. Esimerkiksi viihteelliseen keskusteluohjelmaan osallistuminen ei välttämättä vaadi yksityiselämän paljastamista yleisölle. (Driessens 2013b, 548.)

Kysymykseen siitä, miksi julkisuuden henkilöt ovat niin erottamaton osa nykykulttuuria, ei ole olemassa yhtä yksiselitteistä vastausta. Koska tähtikulttuuri on hyvin moninainen ilmiö, on sen olemassaoloon useita selityksiä. Kysymystä voi tarkastella kysynnän ja tarjonnan näkökulmasta pohtimalla, millaisiin ja kenen tarpeisiin julkisuuden henkilöt vastaavat (kysyntä) ja mikä mahdollistaa julkisuuden henkilöiden läpituokevan aseman nykykulttuurissa (tarjonta).

Kysyntä julkisuuden henkilöille on aihepiirin teoreetikoiden mukaan syntynyt useiden toisiinsa kytkeytyvien historiallisten kehityskulkujen tuloksena. Näitä prosesseja ovat ainakin yhteiskunnan teollistuminen, kaupungistuminen, demokratisoituminen, maallistuminen, yksilöllistyminen ja kaupallistuminen (Rojek 2001, 13; Inglis 2010, 8–10; McKernan 2011, 196). Teollistumisen kättilöimä sääty-yhteiskunnan murentuminen ja yhteiskunnan demokratisoituminen muuttivat tunnetuksi tulemisen mekanismia: kuuluisuus alkoi kytkeytyä sosiaaliseen liikkuvuuteen ylhäisen syntyperän sijaan (Evans 2005, 23). Tällöin julkisuuden henkilöt korvasivat monarkit uusina kunnioituksen kohteina ja yhteenkuuluvuuden symboleina (Rojek 2001, 9, 13–14). Yhteiskunnan maallistuminen puolestaan on jättänyt uskonnon kokoisen aukon välinevalikoimaan, jonka avulla maailmaa jäsennetään ja tehdään ymmärrettäväksi. Julkisuuden henkilöitä voidaan pitää tuon tyhjän tilan paikkaajina. He tarjoavat monella tapaa merkityksellisiä, tunteita puhuttelevia kokemuksia, jotka rinnastuvat uskonnollisiin elämyksiin (Rojek 2001, 51–53; Cashmore 2006, 253). Lisäksi tähtikulttuurin nousu voidaan ymmärtää hiipuneen yhteisöllisyyden korvaajaksi, sillä moderneissa yhteiskunnissa kasvokkainen kanssakäyminen tuttujen kanssa on vähentynyt. Tällöin julkisuuden henkilöiden ihaileminen tarjoaa sosiaalisten kontaktien korvikkeeksi mahdollisuuden parasosiaaliseen vuorovaikutukseen, eli massamedian välityksellä syntyvään yksipuoliseen tunteeseen intiimistä suhteesta. Julkisuuden henkilöt toimivat siis sijaisina ystäville ja perheenjäsenille, jotka eivät ole läsnä tai joita ei edes ole olemassa. (Rojek 2001, 52, 65; Turner 2004, 6, 23–24; van Elteren 2013, 264.) Tosin tähtikulttuuri ei aina ole ihailijoiden näkökulmasta vain passiivista sivusta seuraamista tai kuviteltua yhteisöllisyyttä. Fanius voi olla myös

luovaa toimintaa ja saada aikaan tiiviitä, mukaan lukien kasvokkaisia, yhteyksiä muihin ihmisiin: siihen voi kuulua taideteosten, fanifiktion tai verkkosivujen luomista ja yhteydenpitoa faniyhteisöön – tai karismaattisten poliittisten tähtien tapauksessa vaikkapa poliitikon kampanjatyöhön osallistumista. (Holmes & Redmond 2006, 3.)

Yhteiskunnan modernisoitumiseen liittyvä yksilöllistyminen on luonut tilausta julkisuuden henkilöille myös toisella tapaa. Modernisoitumisen myötä sosiaalinen elämä on muuttunut yhä vapaammaksi ja valinnanvara yksityiselämän järjestämisessä, kuten parisuhde- ja perhekysymyksissä, on kasvanut. Valmiit, sosiaalisesti tai uskonnollisesti määritellyt kaavat eivät sanele elämänvalintoja yhtä paljon kuin aiemmin, minkä vuoksi sosiaalinen elämä on monimutkaistunut ja vastuu valinnoista siirtynyt yhä enemmän yksilöille itselleen. (Giddens 1991, 80, 147; Beck 1992, 135.) Siksi osa ihmisistä hakee neuvoja elämänsä organisoimiseen yhä useammin mediasta, mikä on nähty osaselityksenä julkisuuden henkilöiden keskeiselle asemalle länsimaisessa nykykulttuurissa (Driessens ym. 2010, 314).

Eräitä merkittäviä sosiaalisia prosesseja, joiden kautta tunteita, identiteettejä sekä sosiaalisia ja kulttuurisia arvoja ja normeja neuvotellaan ja jaetaan, ovat julkisuuden henkilöihin liittyvät skandaalit, kohut ja juorut (Bird 1997, 105, 107; Turner 2004, 24). Tästäkin mielessä tähtikulttuuri toimii uskonnon korvaajana moraalisten pohdiskelujen kenttänä sekä oikean ja väärän välisen rajan määrittämisessä. S. Elizabeth Bird (1997) on verrannut mediakohuja suulliseen tarinankerrontaperinteeseen. Hänen mukaansa henkilöityneet skandaalit toistelevat kansantarinoiden opetuksia ylimielisyyden vaaroista ja siitä, etteivät raha ja maine välttämättä tuo onnea. Tähdistä kertovat kohutarinat antavat yleisölle mahdollisuuden identiteettityöhön, sillä kukin voi peilata tarinoiden opetuksia omaa elämäkokemustaan ja arvomaailmaansa vasten. (Bird 1997, 104–105, 109–110.) Media ”kohujulkiksineen” – jollaisia myös nykyajan poliitikoista leivotaan aika ajoin – on siis eräänlainen moderni leirinuotio, jonka äärellä ajattomat kulttuuriset peruskertomukset ihmiselämästä toistuvat vaihtelevissa muodoissa. Tosin skandaalikäryisiä lehtijuttuja ja paljastavia kuvia ei selitä pelkästään yleisön ikaikainen tarinannälkä, vaan osittain niiden houkutus piilee julkisuuden henkilöiden välitteisessä olemuksessa. Su Holmes ja Sean Redmond (2006) toteavat, että koska tähdet näyttäytyvät yleisölle median välityksellä, mielikuvaa heistä maustaa keinotekoisuus ja epäaitous. Kun julkisuuden henkilö nähdään riisuttuna kuvanmuokkausohjelmista, meikeistä ja koreista vaatteista, yleisö saa vaikutelman astetta ”aidommasta” ja ”todemmasta” kohtaamisesta,

jossa tähti paljastuu yhtä epätäydelliseksi kuin kaikki muutkin. (Holmes & Redmond 2006, 4.) Riitta Jallinoja (1997) kutsuu tällaisten paljastusten tuottamaa mielihyvää sosiaalisen maiseman tasoittumiseksi. Hänen mukaansa yleisö suosii erityisesti suurten kuuluisuuksien elämäntarinoita, koska “niiden tasoittava vaikutus on dramaattisin. Tarina eronneesta pääministeristä on huomattavasti vaikuttavampi kuin tarina aloittelevan laulajan avioerosta – –.” (Jallinoja 1997, 93.)

Kasvokkaisen yhteisöllisyyden hiipumisen, maallistumisen ja demokratisoitumisen lisäksi tärkeä julkisuuden henkilöiden kysyntää luova prosessi on yhteiskunnan läpi tunkeva kaupallistuminen. Uusmarxilaisessa hengessä kirjoittavien tutkijoiden (esim. Marshall 1997; Turner 2004; Cashmore 2006), mielestä julkisuuden henkilöt ovat ensisijaisesti pääoman palveluksessa – he ovat olemassa tuottaakseen rahaa ja pitääkseen kapitalismin pyörät pyörimässä. Jos tähdet eivät suoraan myy elokuvia, levyjä, konserttilippuja tai kirjoja, he myyvät epäsuorasti vaatteita, kosmetiikkaa, autoja ja kaikkia muita kuviteltavissa olevia hyödykkeitä (Cashmore 2006, 2). He eivät toimi myynnin edistämiseksi ainoastaan mainostamalla tiettyjä merkkituotteita, vaan myös yleisen olemuksensa kautta. Kuluttajia rohkaistaan ostamaan tuotteita, jotka saavat heidät näyttämään joltakulta toiselta – ja tuo toinen on julkisuuden henkilö, jonka ylelliseltä vaikuttavaan elämään he tahtovat samastua. Toisin sanoen tähtien olemassaolo luo tyytymättömyyttä, jonka ainoaksi ratkaisuksi tarjoutuu kuluttaminen. (emt., 13, 263, 265.) Myös osa tämän tutkielman aineistoon kuuluvista presidenttiehdokkaiden henkilökuvista muistuttaa tietynlaisen elämäntavan mainontaa (kts. luku 6.2.2).

Suoran rahanteon lisäksi julkisuuden henkilöt ylläpitävät yksilöllisyyden ja kilpailukykyyn ihanteita, jotka ovat niin ikään elintärkeitä kapitalistiselle kulutusyhteiskunnalle (Marshall 1997, 65). Usein julkisuuden henkilöt kuvataan ahkerina, lahjakkaina ja kauniina yksilöinä, mikä normalisoi individualismia jatkuvana itsensä kehittämisen projektina. Yksilölliseen elämänprojektiin keskittyminen puolestaan voi sumentaa näkökentstä rakenteelliset, yhteiskunnalliset ongelmat ja siten vaikeuttaa niihin puuttumista. (Rojek 2001, 37; Couldry 2010, 80; Tyler & Bennet 2010, 379.) Tämän tutkielman aineistossa esiintyvien presidenttiehdokkaiden voi halutessaan nähdä uusintavan uusliberalistista, yksilökeskeistä järjestelmää esimerkiksi julkisten tunnustusten ja psykologisoivan tunnepuheen kautta (kts. luku 6.2.7).

Edellä esiteltyä kriittistä, uusmarxilaista lähestymistapaa on arvosteltu turhan totalisoivaksi kuvaksi viihdeteollisuuden mahdista. Siinä tähtikulttuuri esitetään PR-ammattilaisten, markkinointiväen ja viihdemogulien manipuloivana valtana, joka ei avaa yleisölle voimaantumisen, vastarinnan, kyseenalaistamisen tai kritiikin mahdollisuuksia. Siten uusmarxilaiset näkemykset sivuuttavat yleisön vaikutusvallan, arviointikyvyn, tiedot ja tarpeet. Julkisuuden henkilöksi tuleminen ja sellaisena pysyminen pitääkin ymmärtää monimuotoisena henkilön itsensä, viihdeteollisuuden, median ja yleisön vuorovaikutuksena. Viihde-teollisuus ja media voivat kyllä asettaa ”tuotteen” eli julkisuuden henkilön tarjolle myyntihyllyyn, mutta yleisö ei välttämättä poimi ja osta sitä. Itse asiassa tähdelle rakennetut julkiset kasvot eivät kuulu hänelle itselleen – eivätkä edes viihdeteollisuudelle tai medialle –, sillä niiden olemassaolo riippuu viime kädessä yleisön hyväksynnästä. (Klapp 1964, 20; Rojek 2001, 19, 43–44; Driessens 2013a, 652; 2013b, 546–547.)

Edellä olen esitellyt syitä julkisuuden henkilöiden kysyntään ja heidän funktioitaan nyky-yhteiskunnassa, mutta tähtikulttuurin ymmärtämiseksi ne riittävät korkeintaan alkupaloiksi. Jonkin asian tai ilmiön olemassaolon selitykseksi ei kelpaa sen pelkkä tarve tai käyttötarkoitus – suklaa ei ole olemassa yksinomaan ihmisten makeannälän vuoksi. Niinpä tähtikulttuuria selitettäessä on huomioitava kysynnän lisäksi tarjonta eli tässä tapauksessa tekijät, jotka mahdollistavat julkisuuden henkilöiden olemassaolon. Tässä keskeinen rooli on viihdeteollisuudella ja medialla: julkisuuden henkilöksi on mahdollonta tulla ilman tiedotusvälineiden välittämää vuorovaikutusta yleisön kanssa. Esimerkiksi Jessica Evansille (2005, 19) julkisuuden henkilö on määritelmällisesti välitteinen persoona. Viime vuosikymmeninä perinteisen ja sosiaalisen median rooli julkisuuden henkilöiden luomisessa on ollut kasvamaan päin, sillä yhä useampi julkisuuden henkilö kohoaa parrasvaloihin ilman perittyä asemaa, erityistaitoja tai merkittäviä saavutuksia – pelkkä läsnäolo mediassa siis riittää (Rojek 2001, 17–20; Turner 2004, 63–70; Cashmore 2006, 7–8; Driessens 2013a, 646–647).

Massamedialla on toki syynsä luoda julkisuuden henkilöitä ja pitää heitä esillä. Ilmeisin selitys median ja julkisuuden henkilöiden symbioosille ovat kaupalliset intressit: kuten todettua, julkisuuden henkilöt auttavat myymään esimerkiksi lehtiä lukijoille ja mainostilaa yrityksille. Toinen, vähemmän ilmeinen selitys median tavalle nostaa julkisuuden henkilöitä jalustalle on se, että tähdet tuottavat ja legitimoivat median symbolista valtaa (Holmes & Redmond 2006, 10). Media käyttää julkisuuden henkilöitä pitämään yllä

symbolista hierarkiaa median ja ”tavallisen” maailman välillä. Median välittämä todellisuus saadaan tähtien avulla näyttämään erityiseltä ja merkittävältä, joten mediajulkisuuteen pääseminen merkitsee symbolisen pääoman hankkimista. (Holmes & Redmond 2006, 10; Couldry 2009, 86.) Toisin sanoen mediassa esillä oleminen saa henkilön näyttämään tärkeämmältä kuin mediaesityksiä ulkopuolelta seuraava yleisö – mutta samaan aikaan paradoksaalisesti intiimiltä vertaiselta (Rojek 2001, 12, 16–17; Driessens 2013b, 543). Tämä selittää osaltaan tavallisten ihmisten intoa osallistua tosi-tv-ohjelmiin ja jakaa yksityiselämänsä yksityiskohtia sosiaalisessa mediassa: jos ei ole esillä välitteisessä todellisuudessa, ei ole kovinkaan merkityksellinen tai kiinnostava. Osin tästä syystä mediahuomio on myös poliitikoille äärimmäisen tärkeää, vaikka kyseessä olisikin yksityiselämän esitleminen julkisuudessa poliittisten kannanottojen sijaan. Seuraavassa alaluvussa käsittelen tarkemmin tähtikulttuurin levittäytymistä politiikkaan.

### **3.3 Poliitikot julkisuuden henkilöinä**

Tähtikulttuuri on laajentunut perinteisestä viihdemaailmasta yhä useammille aloille: nykyisin lehtien sivuilla ja tv-ohjelmissa voi nähdä julkisuuden henkilön aseman saavuttaneita kokkeja, pappeja, lääkäreitä, tutkijoita, kiinteistönvälittäjiä, huutokauppiaita ja niin edelleen. Niinpä tuntuu varsin luontevalta, että myös poliitikot ovat omaksuneet viihdejulkisuudesta tuttuja esiintymistapoja. He osallistuvat television viihdeohjelmiin ja antavat parisuhdehaastatteluja naistenlehdille siinä missä laulajat, näyttelijät ja missit. Julkisuuden henkilön ja poliitikon välistä raja-aitaa on puskettu nurin kahdesta suunnasta: yhtäältä poliitikot virvelöivät yleisön suosiota populaarijulkisuudesta tutuin keinoin, toisaalta populaarijulkisuudesta tutut henkilöt pyrkivät politiikkaan.

Chris Rojekin (2001) mukaan julkisuuden henkilön status voidaan saavuttaa karkeasti jaettuna kolmella tapaa. Ensinnäkin se voi perustua perittyyn asemaan. Tähän kategoriaan kuuluvat esimerkiksi kuninkaalliset, julkisuuden valokeilassa paistattelevat miljoonaperijät ja julkisuuden henkilöiden kuuluisat lapset. Toiseksi julkisuuden henkilön asema voi olla saavutusten kautta hankittu, kuten urheilijoiden ja lahjakkaiden viihdetaitelijoiden tapauksessa. Kolmanteen julkisuuden henkilöiden luokkaan kuuluvat henkilöt, joiden asema perustuu ainoastaan keskittyneeseen mediahuomioon. Tätä kategoriaa edustavat muun muassa monet tosi-tv-tähdet sekä keltaisen lehdistön sivuilla esiintyvät

julkisuuden henkilöiden ”salarakkaat”. (Rojek 2001, 17–18.) Kuuluisan poliitikon asema julkisuudessa voi perustua periaatteessa mihin tahansa edellä mainituista kolmesta tyyppistä. Useimpien poliitikkojen tapauksessa kyseessä lienee edelleen kykyihin ja saavutuksiin perustuva julkisuus, vaikka Suomeenkin muodostui 1980-luvun lopulla poliitikkojen ryhmä, jonka saama mediahuomio liittyi lähes pelkästään yksityiselämään poliittisen toiminnan sijaan (Pernaa & Railo 2006, 49).

John Streetin (2004, 447) mielestä kaikki nykypoliitikot ovat enemmän tai vähemmän julkisuuden henkilöitä. Tosin toisilla tutkijoista on ollut tapana erottaa toisistaan *kuuluisat* henkilöt ja *julkisuuden* henkilöt, joista poliitikot ovat perinteisesti edustaneet ensiksi mainittua ryhmää (kts. van Zoonen 2006, 290). Kuuluisan henkilön maineen takana ovat merkittävät, julkisesti tunnustetut saavutukset; julkisuuden henkilö puolestaan ymmärretään usein nykyisen massamedian tuotteeksi, jonka status perustuu mediahuomioon, usein vieläpä populaarijulkisuudessa saatuun sellaiseen (emt., 290). Tähän jaotteluun nojaten voidaan väittää, etteivät suinkaan kaikki poliitikot ole julkisuuden henkilöitä. On edelleen tunnettuja poliitikkoja, jotka eivät esiinny mediassa juuri muuhun kuin poliittisen toimintaansa liittyen. Tosin politiikan medioitumisen vuoksi raja julkisuuden henkilöiden ja kuuluisien henkilöiden välillä on käynyt yhä epämääräisemmäksi. Lähtökohtaisesti poliitikkojen yksityiselämä kiinnostaa huomattavaa osaa mediasta, ja siitä kerrotaan sopivan tilaisuuden tarjoutuessa. Sikäli Streetin väitteessä on perää.

Viihdeteollisuus muistuttaa politiikkaa paikoin niin paljon, että sen käytäntöjen omaksuminen poliittiseen viestintään voi tuntua melko luontevalta. Viihdemaailman tähdet kilpailevat huomiosta samankaltaisesti kuin poliitikot äänestäjistä; viihdemaailmassa yleisö ratkaisee huomiokilpailun voittajat samaan tapaan kuin politiikassa kansalaiset päättävät vaalivoittajan. Lisäksi poliittisen johtajan on ilmennettävä puolueen, kansan ja valtion ajatuksia sekä tunteita vastaavalla tavalla, kuin julkisuuden henkilö ilmentää yleisönsä tuntemuksia (Marshall 1997, 203). On myös väitetty, että poliitikot pyrkivät viihdetähtien tavoin vetoamaan ensisijaisesti yleisön tunteisiin järjen sijaan (emt., 204; McKernan 2011, 192). Ei siis ole ihme, että poliitikkojen ympärillä häirii kasvava joukko imagokonsultteja, mainostoimistoja ja avustajakuntaa, jotka kontrolloivat ja hiovat asiakkaansa julkisuuskuvaa samankaltaisesti kuin viihdejulkisuuden lehdistöagentit ja markkinointiväki (Marshall 1997, 207; Turner 2004, 131–132; Kunelius, Noppari & Reunanen 2009, 378).

Nykypoliitikot tiedostavat, että esiintyminen populaarijulkisuudessa takaa heille laajemman yleisön kuin vaikkapa eduskunnassa pidetty puhe (Drake & Higgins 2006, 88). Populaarijulkisuuden keinoja hyödyntävät poliitikot pyrkivät tarjoamaan äänestäjälle samastumispintaa, jossa äänestäjät pystyvät näkemään itsensä. Siksi yksityisyyden alueesta on tullut merkittävä poliittisen identiteetin rakennuspalikka, jonka avulla poliitikot pyrkivät luomaan itsestään autenttista vaikutelmaa julkisuudessa ja pääsemään lähemmäksi äänestäjiä – onhan yksityiselämä ”pienin yhteinen nimittäjä, jota kaikki ymmärtävät” (Niemi 2006, 238). Tosin julkisessa avoimuudessa piilee mahdollisuuden lisäksi huomattava riski: oman vaatekaapin esittely naistenlehdessä voidaan tulkita aitouden sijasta epäuskottavuuden merkiksi. Kun poliitikko laskeutuu jalustaltaan tavallisen kansalaisen arjen tasolle, hintana on etäisen ja mystisen sädekehän menetys. (McKernan 2011, 193; van Elteren 2013, 269, 275.) Optimaalisen julkisuuskuvan luominen onkin melkoisen kiikkerällä keinulaudalla tasapainoilua: yhtäältä menestyvän poliitikon täytyy olla tavallinen ”yksi meistä”, toisaalta erityinen ”paras meistä” (Karvonen 1999, 111). Poliitikon imagonrakennuksen Janus-kasvoihin palataan tarkemmin luvuissa 6.2.1, 6.2.2 ja 6.2.6.

Tähtikulttuurin laajeneminen politiikkaan johtuu muutoksista sekä poliittisessa järjestelmässä että median toiminnassa. Taustalla ovat modernisaatioon liittyvät yhteiskunnalliset kehityskulut: yksilökeskeistyminen ja ideologioiden ”kuolema”, elämän ja politiikan monimutkaistuminen, puolueiden roolin ja poliittisen osallistumisen muuttuminen, koko yhteiskunnan läpi tunkeva kaupallistuminen ja medioituminen (Street 2004, 441; Marsh, ‘t Hart & Tindall 2010, 326, 328). Kun äänestäjät eivät enää ole uskollisia puolueille ja aatteille, on poliitikkojen täytynyt etsiä uusia keinoja äänestäjäkuntaan vetoamiseksi. Persoonien korostaminen avaakin mahdollisuuksia luoda vaikutelma todellisista vaihtoehdoista aikana, jolloin kaikki puolueet näyttävät yleisön silmissä samalta. (Karvonen 1999, 33; Street 2001, 2; Niemi 2006, 229.) Lisäksi on muistettava, että poliitikot eivät muutenkaan elä kulttuurisessa tyhjiössä. Heitä ympäröi kulttuuri, jossa julkinen yksityiselämästä puhuminen ei enää ole sopimatonta, vaan tavallista ja jopa toivottavaa. Tosi-tv-ohjelmat, viihdelehdistö ja sosiaalinen media tarjoavat jatkuvana virtana kuvia sekä muuta tietoa kanssaihmisten ja julkisuuden henkilöiden yksityiselämästä. Tällaisessa kulttuurisessa maisemassa tunteista, perheestä ja vapaa-ajanvietosta vaikeneminen voi olla syy pitää poliitikkoa epäluotettavana – se kun antaa helposti vaikutelman, että poliitikolla on jotain salailtavaa. (Stanyer 2013, 18–19.)

Poliitikkojen muodonmuutos julkisuuden henkilöiksi on seurausta myös siitä, että journalismin ja poliitikkojen suhde on muuttunut. Ville Pernaa ja Erkki Railo (2006) ajoittavat käänteen Suomessa 1970- ja 1980-lukujen vaihteeseen. Tuolloin toimittajien uudesta kriittisestä asenteesta kertoi muun muassa se, että he ottivat etäisyyttä politiikkoihin tiedonhankinnassa ja muussa kanssakäymisessä ja alkoivat laatia juttujaan aiempaa vähemmän kunnioittavaan sävyyn. Tätä ennen suomalaiselle poliittiselle journalismille oli ollut ominaista arvostava suhtautuminen poliitikkoihin ja näiden yksityiselämän jättäminen kirjoitusten ulkopuolelle. Kriittistä käännettä siivittivät muun muassa iltapäivälehdistön kiristynyt kilpailu, puoluelehtijärjestelmän hiipuminen, suuresti kunnioitetun presidentin Urho Kekkosen ero, poliittisen viihteen läpimurto televisiossa ja naispoliitikkojen esiinmarssi julkisuuteen. (Pernaa & Railo 2006, 17–18, 20, 22, 25, 34, 46, 50–51.) Samoihin aikoihin toimittajien asenteiden kanssa alkoivat muuttua myös kriteerit, joilla poliitikkojen sopivuutta julkisiin tehtäviin arvioitiin. 1970- ja 1980-lukujen taitekohdassa poliitikon yksityinen ja julkinen puoli alettiin nähdä erillisten alueiden sijaan yhtenä kokonaisuutena. Tällöin yksityiselämän ajateltiin kertovan, millainen poliitikko ”oikeasti” on, joten sen tulkittiin kertovan poliitikon kyvystä ja tavasta hoitaa julkista tehtäväänsä. (Railo 2011, 76.) Toimittajat ovat perustelleet tutkivaa, yksityiselämää kaivelevaa ja aiempaa hyökkäävämpää rooliaan vetoamalla ideaaliin, jonka mukaan he toimivat vallan vahtikoirana yleisön puolesta (den Herder 2013, 465–466).

Tähtikulttuurin työntymistä politiikan alueelle voidaan selittää myös markkinatalouden näkökulmasta, kysynnän ja tarjonnan kysymyksenä. Tämän näkemyksen mukaan nykyinen viihde- ja urheilutähtien tarjonta ei riitä tyydyttämään yleisön ”tähtinälkää”, jolloin median on vastattava kysyntään etsimällä julkisuuden henkilöitä yhä uusilta aloilta, mukaan lukien politiikasta (Driessens 2013a, 644). Toisin sanoen tähtikulttuurin lipumista politiikkaan voidaan pitää yhtenä muotona politiikan medioitumisesta, jota ajaa eteenpäin yhteiskunnan jatkuva kaupallistuminen. Puolueiden vaaliohjelmat ja yksittäiset poliitikot ovat viihdetähtien tapaan yleisölle myytäviä hyödykkeitä, joita markkinoidaan mielikuvien avulla kuin kolajuomaa, autoja tai ripsiväriä.

Mielikuvamainontaa muistuttava imagovoittoinen politiikka ei suinkaan ole uusi ilmiö. Esimerkiksi jo 1930-luvulla natsi-Saksan johtaja Adolf Hitler ymmärsi radion ja liikkuvan kuvan potentiaalin: niiden avulla voitiin tehokkaasti levittää poliittisen tiedon lisäksi tunteita, joita lietsoivat erityisesti puoluekokousten ja marssien kaltaiset suuret spek-



taakkelit. (Cashmore 2006, 210; van Elteren 2013, 270.) Sittemmin televisiosta tuli henkilöityneen imagopolitiikan todellinen moottori, joka teki kyvystä luoda myönteisiä mielikuvia osapuulleen yhtä tärkeää kuin politiikan asiaosaamisesta. On arvioitu, että televisioidut vaaliväittelyt nousivat ensimmäistä kertaa poliittisten vaalien ratkaisevaan rooliin Yhdysvalloissa vuonna 1960, jolloin nuori ja karismaattinen John F. Kennedy valittiin maan presidentiksi. (Cashmore 2006, 211.) Suomessakin televisio vakiinnutti asemansa poliittisessa kampanjoinnissa 1960-luvulla, mutta ensimmäisinä tšekäläisinä ”imagovalleina” on pidetty vuoden 1982 presidentinvaaleja (Isotalus 1998, 8). 1990-luvulla mielikuvapolitiikan merkitys kasvoi Suomessa edelleen, kun poliittiset tv-ohjelmat viihteellistyivät ja poliittinen tv-mainonta sallittiin (Moring & Himmelstein 1993, 55).

Nykyajan poliittisista julkisuuden henkilöistä on hahmoteltu useita typologioita (esim. West & Orman 2003, 2–6; Street 2004, 437–439; Boykoff & Goodman 2009, 400–401), jotka vaihtelevat huomattavasti laajuudeltaan ja yksinkertaisuudeltaan. Varsin moniulotteisen kuvan tähtikulttuurin läpikäymisestä politiikasta antaa David Marshin, Paul t’ Hartin ja Karen Tindallin (2010) luokittelu, jossa he jakavat poliittiset julkisuuden henkilöt viiteen ryhmään. Ensimmäisen kategorian muodostavat julkiset sanansaattajat (*celebrity advocates*) eli puoluepolitiikan ulkopuoliset julkisuuden henkilöt, jotka hyödyntävät julkista kuulakuvaa asemaansa ajaakseen jotakin poliittista päämäärää. Tämän ryhmän kansainvälisesti tunnettuja edustajia ovat hyväntekeväisyystyöstään kuuluisat rocktähdet Bono ja Bob Geldof. (Marsh ym. 2010, 323, 327.) Suomessa puolestaan esimerkiksi näyttelijä Jasper Pääkkönen tunnetaan paitsi elokuva- ja tv-rooleistaan, myös kestävän kalastuksen puolestapuhujana. Toinen Marshin ja kumppaneiden esittelemistä ryhmistä ovat tähtitukijat (*celebrity endorsers*) eli epäpoliittisilta aloilta tunnetuksi tulleet julkisuuden henkilöt, jotka antavat julkisen tukensa tai taloudellista apua tietyille ehdokkaalle tai puolueelle (emt., 323–324, 327). Tähtitukijoita nähtiin Suomessakin runsaasti vuoden 2012 presidentinvaaleissa. Esimerkiksi Pekka Haaviston kannattajiksi ilmoittautui julkisesti lukuisia poptähtiä; Sauli Niinistön kannatusjoukkoihin puolestaan kuului erityisen moni urheilija (Nelonen.fi 2011; Rantanen 2012). Kolmantena tähtikulttuurin ja politiikan risteyskohtana toimivat tähtipoliitikot (*celebrity politicians*) eli politiikan ulkopuolelta yleisesti tunnetuksi tulleet henkilöt, jotka pyrkivät mukaan puoluepolitiikkaan (Marsh ym. 324, 327). Luultavasti useimmin mainitut esimerkit tästä kategoriasta ovat Yhdysvaltojen entinen presidentti Ronald Reagan ja Kalifornian entinen kuvernööri Arnold Schwarzenegger, jotka kumpikin ponnistivat politiikkaan näytte-

lijänuralta. Suomessakin kansanedustajana, ministerinä tai presidenttiehdokkaana on nähty lukuisia viihdejulkisuudesta tuttuja kasvoja, kuten urheilijoita, tv-juontajia, missejä ja muusikoita. Tämän tutkielman aineistossa esiintyvistä presidenttiehdokkaista tähtipoliitikkojen ryhmään kuuluu Suomen Kristillisdemokraattien Sari Essayah, joka tuli ennen poliittista uraansa tunnetuksi menestyvänä kilpakävelijänä.

Neljäs ”julkispoliitikkojen” ryhmä ovat poliitikotähdet (*politician celebrities*) eli perinteiset poliitikot, joiden julkinen esiintyminen on tähtikulttuurin keinojen värittämää (Marsh ym. 2010, 325, 327). Tähän ryhmään kuuluvat poliitikot, jotka ovat esimerkiksi kertoneet yksityiselämästään populaarilehdissä tai osallistuneet television viihdeohjelmiin – mukaan lukien tämän tutkielman aineistossa esiintyvät presidenttiehdokkaat lukuun ottamatta Sari Essayahia, joka siis entisenä huippu-urheilijana kuuluu tähtipoliitikkojen kategoriaan. Viidentenä ryhmänä Marsh tutkijatovereineen (2010, 327) mainitsee poliitikot, jotka käyttävät julkisuuskuvansa luomisessa apuna muita julkisuuden henkilöitä (*politicians who use others' celebrity*). Vuoden 2012 presidenttiehdokkaista tähän kategoriaan lukeutui näyttävimminkin Pekka Haavisto, jonka tukikonserttia Helsingin jäähallissa tähditti joukko kotimaisia suosikkiartisteja ja -yhtyeitä (Rantanen 2012). Pienemmässä mittakaavassa kategoriaan kuulumiseen riittää pelkkä viihdetähtien kanssa poseeraaminen – keino, jota ovat kenties tunnetuimpina esimerkkeinä hyödyntäneet Suomen pääministerinä toimiessaan Matti Vanhanen ja Alexander Stubb. Vuonna 2006 Vanhanen sai runsaasti mediahuomiota kohottamalla etusormensa ja pikkurillinsä metallimusiikkikulttuurista tuttuun pirunsarvitervehdykseen euroviisut voittaneen Lordi-yhtyeen rinnalla. Stubb puolestaan hauskuutti yleisöä hulluttelemalla julkisesti temppuryhmä Duudsonien kanssa ryhmän teemapuistossa kesällä 2014. Voidaan siis todeta, että merkkituotteita valmistavien yritysten tavoin myös poliitikot ovat ymmärtäneet julkisuuden henkilöiden markkinointipotentiaalin positiivisten mielikuvien levittämisessä (Drake & Higgins 2006, 88).

Jos tähtikulttuuri on työntynyt politiikkaan lähtemättömästi, mitä seurauksia ilmiöllä sitten on? Arviot ilmiön merkityksestä jakautuvat pessimistisiin ja optimistisiin varsin samankaltaisesti kuin politiikan henkilöitymisen kohdalla (kts. luku 2.1). Poliittisen tähtikulttuurin arvostelijoiden mukaan populaarijulkisuus muuttaa politiikan tyhjänpäiväiseksi mielikuvilla pelailuksi, jolloin tyylistä tulee asiaosaamista tärkeämpää, kansalaiset jäävät vaille kunnollista tietoa eivätkä ehdokkaat tarjoa mielekkäitä poliittisia vaihtoehtoja (esim. Postman [1985] 2006, 4, 7, 100, 129, 137; Turner 2004, 131; Weis-

kel 2005, 399–401). Esimerkiksi televisioituja vaalikeskusteluja on arvosteltu toteamalla, että ne tarjoavat tietoa pikemminkin ehdokkaan taidosta antaa napakoita vastauksia toimittajan kysymyksiin kuin tämän kyvystä palvella kansaa (Boorstin 1975, 43). Poliitikkojen intiimejä mediaesiintymisiä on myös arveltu yhdeksi syyksi yleisön kyynistymiseen politiikkaa kohtaan: mitä lähempänä politiikkoja kuvittelemme olevamme, sitä suuremman pettymyksen nämä tuottavat epäonnistuessaan (Hart 1994, 74–75).

Poliittisen tähtikulttuurin puolustajat sitä vastoin ovat kritisoineet jyrkkää jakoa politiikan ja viihteen välillä huomauttamalla, että politiikkaan on kuulunut aina dramatiikan keinojen hyödyntämistä yleisöön vetoamiseksi (McKernan 2011, 198). Heidän mukaansa tähtikulttuurin laajenemista poliittiseen viestintään voidaan pitää luontevana ja vääjäämättömänä seurauksena viime vuosikymmenten yhteiskunnallisista muutoksista (Street 2004, 441). Lisäksi tähtikulttuurin puolestapuhujat muistuttavat, että median, poliitikkojen ja tutkijoiden totuttu tapa kehystää politiikkaa jättää merkittävän osan kansasta vaille mielenkiintoa poliittista keskustelua kohtaan. Heidän mukaansa populaarikulttuuri tarjoaa oivan keinon tavoittaa ja mobilisoida tällaisia kansalaisia. (Marsh ym. 2010, 333; McKernan 2011, 198.) Julkisuuden henkilöt saattavat myös kirkastaa mielikuvia politiikasta tuomalla ehdokkaiden joukkoon tuoreelta ja jännittävältä vaikuttavan vaihtoehdon. Heidän etunaan ovat politiikan ulkopuolelta hankitut meriitit, joiden ansiosta he ovat tietyllä tapaa ”tavallisten” poliitikkojen yläpuolella: heitä ei pidetä yleisesti samanlaisina likaisina pelureina, lehmänkauppojen tekijöinä, ympäripyöreysien puhujina ja häikäilemättömiä opportunisteina kuin stereotyyppisiä poliitikkoja. Tosin kansalaisilta saatu hyväksyntä riippuu esimerkiksi siitä, miten sosiaalisesti arvostetulta julkisuuden alueelta tähti on tullut alun perin tunnetuksi. (Cashmore 2006, 212–213; Marsh ym. 2010, 324.) Lisäksi tähtikulttuuriin liittyviä paljastuksia ja kohuja voidaan pitää demokratian työkaluna, jolla media ja kansalaiset voivat toteuttaa valvontavaltaa poliitikkoja kohtaan. Nykypoliitikassa, jossa puolueet muistuttavat suuresti toisiaan, on edustajien henkilökohtaisesta luottamuksesta ja maineesta tullut aatteiden kamppailua tärkeämpi tekijä. Tällöin poliitikon maineen tahriintumisella voi olla kauaskantoisemmat seuraukset kuin esimerkiksi puolueen vaisulla vaaliohjelmalla. (Rosanvallan 2008, 54–56.)

Kuten edellä todettiin, tämän tutkielman aineistossa esiintyvät poliitikot edustavat Marshin ja kumppaneiden (2010) luokittelussa pääosin poliittikotähtien kategoriaa, eli he hyödyntävät julkisissa esiintymisissään tähtikulttuurin keinoja. Heitä voidaan pitää

julkisuuden henkilöinä liki kaikin kriteerein mitattuna. Ensinnäkin kaikki vuoden 2012 presidenttiehdokkaat esiintyvät yleisölle välitteisesti mediajulkisuudessa, lehtien julkaisemissa henkilökuvissa. Tässä tapauksessa ehdokkaan ja yleisön välissä ovat siis useimmiten lehtien sivut, toisinaan myös tietokoneen tai mobiililaitteen näyttö. Toiseksi kaikki ehdokkaat esiintyvät aineistossa eliittijulkisuuden lisäksi populaarijulkisuudessa – kuten iltapäivälehdissä –, eli julkisuuden henkilöille tyypillisellä alueella. Kolmanneksi aineiston henkilökuvissa käsitellään kaikkien ehdokkaiden yksityiselämää. Kyseessä on siis nykypolitiikalle tyypillinen keino luoda ehdokkaasta aitoa ja autenttista vaikutelmaa, mielikuvaa ”yhtenä meistä” (kts. luku 6.2.1). Yksityiselämän kuvausten joukossa on esimerkiksi parisuhdehaastatteluita, joissa poliitikot jutustelevat lukijalle intiimeistä asioistaan tuttavallisesti kuin läheiselle ystävälle. Tämä on esimerkki tutkijoiden (esim. Rojek 2001, 52, 65) kuvaamasta parasosiaalisesta vuorovaikutuksesta, jossa luodaan illuusio julkisuuden henkilön ja yleisön välisestä intiimistä suhteesta.

## 4 TUTKIMUSAINEISTONA POLIITIKKOJEN HENKILÖKUVAT

Tässä luvussa esittelen tutkielman aineistoa, joka koostuu vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuvista. Tarkastellut henkilökuvat on julkaistu vaalien lähetyvillä kotimaisissa sanoma- ja aikakauslehdissä. Niitä on yhteensä 87 kappaletta ja ne jakautuvat 17 lehtinimikkeeseen. Nimikkeistä sanomalehtiä edustavat Aamulehti, Helsingin Sanomat, Keski-suomalainen, Lapin Kansa, Satakunnan Kansa, Väli-Suomen Mediaan kuuluvien maakuntalehtien sunnuntailiite Sunnuntaisuomalainen sekä iltapäivälehdet Iltalehti ja Ilta-Sanomat. Perhe- ja yleisaikakauslehtien ryhmään puolestaan lukeutuvat Apu, Image, Seura ja Suomen Kuvalehti. Naistenlehdistä aineistoon kuuluvat Anna, Eeva ja Me Naiset. Lisäksi tarkasteltavana ovat talousaikakauslehti Talouselämä ja kaupunkilehti City. Mukana on siis varsin monipuolinen läpileikkaus kotimaisesta lehdistökentästä.

Aineistoon kuuluvien juttujen tai juttukokonaisuuksien määrä on hiukan henkilökuvien määrää pienempi, sillä joukossa on pieni määrä juttukokonaisuuksia, jotka sisältävät useamman kuin yhden ehdokkaan henkilökuvan. Toisin sanoen: jos kokonaisuus on rakennettu esimerkiksi kahdesta erillisestä osasta koostuvaksi, kahden ehdokkaan väliseksi vastakkainasetteluksi, olen laskenut sen kahdeksi henkilökuvaksi. Juttukokonaisuudella tarkoitan yhteen laajaan lehtijuttuun rinnastettavaa kokonaisuutta, joka koostuu useasta kirjallisesta tekstielementistä, kuten pääjutusta, kainalojutusta ja tietolaatikosta. Varsinaisia juttuja tai juttukokonaisuuksia on aineistossa yhteensä 76 kappaletta.

Aikakauslehdissä julkaistut henkilökuvat on kerätty selaamalla lehtien paperisia vuosikertoja syksystä 2011 helmikuuhun 2012. Poikkeuksen tästä muodostaa Eeva, jossa julkaistut kaksi henkilökuvaa on löydetty lehden verkkosivuilta hakukonehaun tuloksena. Sanomalehdissä julkaistut ehdokasesittelyt on haettu lehtien sähköisistä arkistoista tai verkkosivuilta käyttämällä hakusanoina yleensä ehdokkaiden nimiä ja rajaamalla haun aikaväli joulukuusta 2011 helmikuuhun 2012. Kaupunkilehti Cityn henkilökuvat ovat peräisin lehden verkkoversiosta. Aineistoon kuuluvat henkilökuvat on julkaistu aikavälillä 6.10.2011–9.2.2012 eli aikaisimmillaan neljä kuukautta ennen vaalien toista kierrosta ja myöhäisimmillään neljä päivää sen jälkeen. Tutkielmassa tarkasteltavaksi

on otettu ainoastaan henkilökuvien kirjalliset tekstielementit, jolloin analyysin ulkopuolelle ovat rajautuneet esimerkiksi valokuvat, kuvitukset ja graafit.

Kahdessa seuraavassa alaluvussa esittelen aineiston koostumusta tarkemmin. Aluksi kuvaan ytimekkäästi vuoden 2012 presidentinvaalikamppailua ja sen yleistä käsittelyä julkisuudessa, minkä jälkeen luokittelen aineiston lehdet luvussa 3.1.2 määriteltyihin kolmeen näkyvyysjulkisuuden tyyppiin. Luvussa 4.2 esittelen määrittelykriteereitä henkilökuvan juttutyypille ja ryhmittelen aineiston henkilökuvat kuuteen henkilökuvan alatyyppeihin: ajankohtaiskuvaan, muotokuvaan, reportaasihenkilökuvaan, karikatyyriin, parisuhdehaastatteluun ja elämäntarina.

#### **4.1 Vuoden 2012 presidentinvaalijulkisuus ja siihen kuuluvat lehtityypit**

Vuoden 2012 presidentinvaaleissa oli kaikkiaan kahdeksan ehdokasta: ensimmäisen kierroksen tulosjärjestyksessä lueteltuna Kansallisen Kokoomuksen Sauli Niinistö, Vihreän liiton Pekka Haavisto, Suomen Keskustan Paavo Väyrynen, Perussuomalaisten Timo Soini, Suomen Sosialidemokraattisen Puolueen Paavo Lipponen, Vasemmistoliiton Paavo Arhinmäki, Suomen ruotsalaisen kansanpuolueen Eva Biaudet ja Suomen Kristillisdemokraattien Sari Essayah.

Vaalien kiistaton ennakkosuosikki oli talousosaajana tunnettu oikeistokonservatiivi Sauli Niinistö, jolla oli takanaan edellisten presidentinvaalien niukka tappio sosiaalidemokraattien Tarja Haloselle. Vuoden 2012 vaaleissa Halosen ei enää ollut mahdollista asetua ehdolle, joten Niinistö johti kannatusmittauksia koko kampanjan ajan varsin ylivoimaisesti (esim. Laakso 2012). Toiselle kierrokselle Niinistön haastajaksi nousi yllättävään loppukiriin kampanjassaan kiihdyttänyt vihreiden Pekka Haavisto, jonka suosiota selitettiin protesti-ilmiöksi koventunutta arvomaailmaa ja populismin nousua vastaan. Näin vaalien toisesta kierroksesta rakentui vastakkainasettelu, jossa presidentinvaalien luonne henkilövaalina korostui poikkeuksellisen paljon. (Tilli 2012, 73–74, 76.) Poliittisten meriittien sijaan ehdokkaiden persoona ja yksityiselämään kuuluvat puolet saivat vaalijulkisuudessa korostuneen merkityksen; ennen kaikkea Haaviston homoseksuaali-

suus näytti nousseen äänestäjäkuntaa jakavaksi tekijäksi. Lopulta Niinistö voitti vaalien toisen kierroksen odotetusti 62,6 prosentin ääniosuudellaan (Tilastokeskus 2012).

Tässä tutkielmassa tarkasteltu siivu vaalijulkisuudesta voidaan luokitella luvussa 3.1.2 esitetyn jaottelun mukaisesti populaari- ja eliittijulkisuuteen sekä alueelliseen julkisuuteen. Aineiston lehdet voidaan luokitella lehtityypeiksi sen mukaan, mihin julkisuuspiiriin ne pääpiirteissään sijoittuvat. Taulukossa 1 olen esittänyt, kuinka aineiston henkilökuvat jakautuvat lehtityypeittäin ja -nimikkeittäin. Tutkielman suurimman lehtikategorian muodostavat populaarilehdet, joiden sisältö tähtää huomattavilta osin viihdyttämiseen ja yhteisöllisyyden luomiseen. Kategorian 42 henkilökuvaa edustavat liki puolta kaikista aineiston 87 ehdokasesittelystä. Toiseksi suurimmaksi lehtityypiksi yltävät alueelliset lehdet, jotka ovat paikallista ulottuvuutta painottava populaari- ja eliittilehdistön välimuoto. Lehtityypin 26 henkilökuvaa käsittävät vajaan kolmanneksen koko aineistosta. Yhteiskunnallisia ongelmia painottavien eliittilehtien julkaisemia henkilökuvia on tutkimusaineistossa vähiten, 19 kappaletta eli runsas viidesosa henkilökuvien yhteismäärästä. Henkilökuvien määrällinen jakautuminen poliitikkojen kesken noudattaa osapuulleen ehdokkaiden suosiota: vaalivoittaja Niinistöstä kertovia henkilökuvia on mukana 17, Haavistosta 16, Lipposesta 11, Väyrysestä 10, Soinista 9, Biaudet’sta 9, Arhinmäestä 8 ja Essayahista 7.

TAULUKKO 1 Tutkimusaineiston henkilökuvat lehtityypeittäin

Lehtityyppi	Henkilökuvien lukumäärä
<b>Populaarilehdet</b>	
<i>Anna</i>	4
<i>Apu</i>	12
<i>City.fi</i>	6
<i>Eeva.fi</i>	2
<i>Iltalehti.fi</i>	8
<i>Iltaasanomat.fi</i>	8
<i>Me Naiset</i>	1
<i>Seura</i>	1
<b>Yhteensä</b>	<b>42</b>
<b>Alueelliset lehdet</b>	
<i>Aamulehti</i>	5
<i>Keskisuomalainen</i>	2
<i>Lapin Kansa</i>	2
<i>Satakunnan Kansa</i>	9
<i>Sunnuntaisuomalainen</i>	8
<b>Yhteensä</b>	<b>26</b>
<b>Eliittilehdet</b>	
<i>Helsingin Sanomat</i>	8
<i>Image</i>	1
<i>Suomen Kuvalehti</i>	8
<i>Talouselämä</i>	2
<b>Yhteensä</b>	<b>19</b>
<b>KAIKKI YHTEENSÄ</b>	<b>87</b>

## 4.2 Henkilökuva lehdistön juttutyypinä

Henkilöjournalismiin kuuluvasta juttutyypistä – tai -tyypeistä – on käytetty tutkijoiden, journalistien ja alan oppikirjojen teksteissä rinnakkain useita nimityksiä. Itse puhun tässä tutkielmassa henkilö kuvasta, mutta suurin piirtein samaa voidaan tarkoittaa esimerkiksi henkilöjutun, henkilöhaastattelun, henkilöprofiilin tai muotokuvan käsitteillä – tai sitten niille annetaan tilanteesta riippuen tyystin toisistaan poikkeavat merkitykset. Koska henkilökuva ei tunnu määritelmällisesti yhtä selvärajaiselta journalismin genreltä



kuin vaikkapa uutinen, on syytä tarkentaa, mitä juttutyyppillä tässä tutkielmassa tarkoitetaan. Ensin luon kuitenkin lyhyen silmäyksen henkilöjournalismin ympärillä pyörivään, epämääräisen hulvattomaan termikaruselliin.

Tutkimuskirjallisuudessa henkilökuvan käsitteelle on tarjolla täsmällisiä määritelmiä varsin niukasti. Yksi varteenotettava esitys on Jonita Siivosen (2007) kokoama tukku pikkutarkkoja kriteereitä, joita journalistisen jutun olisi täytettävä kuuluakseen henkilökuvagenreen. Siivonen jakaa kriteerit ulkoisiin ja sisäisiin, joista ulkoisia on hänen määrittelyssään neljä: jutun tekstissä on yksi päähenkilö, päähenkilöä siteerataan ainakin kerran, päähenkilö on pääosassa jutun kuvassa ja tekstissä käydään läpi henkilön elämäntarinaa, joka voi yksityiselämän sijaan keskittyä myös työuraan. Sisäisiä kriteereitä Siivonen luettelee vielä pidemmän listan, johon kuuluvat muun muassa henkilön ulkonäön, luonteen, näkemysten, tärkeiden elämänvaiheiden, aseman ja työkokemuksen, yksityiselämän sekä elämäntapojen kuvaaminen. Siivonen näkee henkilökuvat eräänlaisena jatkumona – mitä useamman mainituista kriteereistä juttu täyttää, sitä lähempänä genren ydintä se on. (Siivonen 2007, 115–119, 347, 356–362.)

Tutkijoiden lisäksi henkilöjournalismin tekijöillä, toimituksilla ja toimittajilla, on omat käsityksensä genererajoista. Useissa henkilöjournalismia käsittelevissä tutkimuksissa on ollut tapana viitata toimittaja Panu Rädyn (1998) esittämään henkilökuvan määrittelmään, jossa rajanvedon apuna käytetään henkilöhaastattelun genreä. Vaikka henkilökuva ja henkilöhaastattelua käytetään usein toistensa synonyymeinä, Rätty näkee ne kahdena erillisenä juttugenrenä. Hänen mukaansa haastattelu välittää tietoa jutun aiheena olevasta ihmisestä, henkilökuva puolestaan muokkaa ja tulkitsee sitä. Rädyn määrittelemässä henkilökuvassa pyritään esittämään laaja kokonaiskuva henkilöstä ja tätä ympäröivistä tekijöistä – parhaimmillaan se kasvaa kertomukseksi ajasta ja sen aatteista. (Rätty 1998, 138.) Toisin sanoen Rätty rajaa henkilökuvan tarkoittamaan pitkiä, syvälle kaventuvia henkilöjuttuja, jollaisia julkaisevat kotimaisista lehdistä esimerkiksi Helsingin Sanomien Kuukausiliite ja Image. Tyystin toista äärilaitaa genren määrittelyssä edustaa uutistoimisto STT-Lehtikuva (2015), jonka tyylikirjan mukaan henkilökuva on merkittävään uutisaiheeseen liittyvä, yhden henkilön taustasta ja elämäntyöstä kertova, lyhyt oheisjuttu. Se ei perustu lainkaan henkilön itsensä haastatteluun. Näin luokitellen esimerkiksi nekrologit kuuluisivat henkilökuvien joukkoon – melkoisena vastakohtana Rädyn genererajaukselle.

Journalismia käsittelevät oppikirjat eivät ainakaan tuo selkeyttä määritelmien sekamelskaan. Esimerkiksi Kaija Parko ja Marketta Rentola (2005) eivät puhu kirjoittamassaan mediakasvatuksen oppikirjassa lainkaan henkilökuvasta, vaan käyttävät henkilöjournalistisesta juttutyypistä nimitystä henkilöjuttu. He määrittelevät henkilöjutun haastattelun pohjalle rakentuva tarinaksi, jonka pääosassa olevalla henkilöllä on ajankohtaista kerrottavaa tai jossa henkilö on itse kiinnostuksen kohteena oleva aihe. Esimerkkeinä henkilöjutuista he mainitsevat muotokuvan, vertaiskokemuksen, palkitun henkilön haastattelun, elämäntarinan, asiantuntijahaastattelun ja esittelyn. (Parko & Rentola 2005, 18–26.) Aino Suhola, Seppo Turunen ja Markku Varis (2005, 71–74) puolestaan puhuvat toimittajille suunnatussa oppaassaan rinnakkain henkilökuvasta, henkilöhaastattelusta, henkilöprofiilista ja henkilöjutusta erottamatta käsitteitä toisistaan kovinkaan selkeästi.

Koska käsitykset henkilökuvan olemuksesta näyttävät läikehtivän genrealtaan ääri-laidasta toiseen – esimerkiksi jutun pituuden ja sen tausta-aineiston suhteen – pitäydyn itse väljässä määritelmässä, joka kattaa valtaosan genren laveasta määritelmäkirjosta. Tässä tutkielmassa henkilökuvalla tarkoitetaan lehtijuttua, jonka pääosassa on joku muu henkilö kuin toimittaja itse ja jonka tarkoituksena on esitellä lukijalle ensisijaisesti kyseistä henkilöä sekä korkeintaan toissijaisesti hänen edustamaansa asiaa tai instituutiota. Henkilökuva käsitetään siis laajakoksi yleiskategoriaksi, joka nielee sisäänsä niin parisuhdehaastattelut kuin satiiriset karikatyyritkin. Se voi olla yhtä lailla henkilöhaastattelu kuin puhtaasti toimittajan omalle äänelle rakentuva luonnehdinta henkilöstä. Kaikki tässä työssä tarkastellut lehtijutut eivät siis ole esimerkiksi Siivosen (2007) määritelmän mukaisessa genren ytimessä, mutta kutsun niitä silti henkilökuviksi. Rajaus osuu melko lähelle sitä, mitä esimerkiksi Maria Lassila-Merisalo (2009, 106) tarkoittaa henkilöjuttusta puhuessaan.

Tutkielman aineistoon sisältyy hyvin moninainen kirjo henkilöjournalismia edustavia juttuja, joten olen jakanut ne kuuteen henkilökuvatyyppiin kuvatakseni tutkimusaineistoa edellä esitettyä löyhää määritelmää täsmällisemmin. Luokittelu ja kuhunkin luokkaan kuuluvien henkilökuvien määrä on esitetty taulukossa 2. Henkilökuvien lukumäärässä mitattuna suurimmaksi kategoriaksi nousee henkilökuvatyyppi, jota nimitän *ajankohtaiskuvaksi*. Se nielee sisäänsä 37 aineiston 87 henkilökuvasta. Ajankohtaiskuvassa keskitytään paljolti rooliin, josta henkilö tunnetaan julkisuudessa; rooli voi olla yhtä hyvin työhön kuin yksityiselämäänkin liittyvä. Ajankohtaiskuvan päähenkilö on yleisölle oletettavasti jo entuudestaan tuttu, joten häntä ei tarvitse esitellä sille uutena kasvona.

Juttu päivittää tutun henkilön kuulumiset sekä esittelee tämän näkemyksiä ajankohtaisista aiheista tai tapahtumista, jotka liittyvät henkilöön.

Toiseksi yleisin aineiston henkilökuvatyypeistä on *muotokuva*. Sen kategoria käsittää 29 henkilökuvaa. Muotokuvajuttua voisi verrata henkilöstä tehtyyn maalaukseen, joka ei ole henkilön omakuva ja joka on hahmoteltu elävän mallin sijaan valokuvan tai muistikuvien perusteella. Muotokuvajuttua varten ei nimittäin ole haastateltu sen päähenkilöä, mutta jutussa saatetaan siteerata henkilön aiempia haastatteluja tai sen taustaksi voidaan haastatella henkilön lähipiiriä. Muotokuva pyrkii piirtämään kattavan yleiskuvan päähenkilöstään. Koska kirjoittajan oma ääni toimii usein jutun kantavana voimana, tämän henkilökohtainen näkemys päähenkilöstä voi nousta tekstissä esiin hyvinkin vahvasti.

Kolmas määrittämäni henkilökuvatyyppeistä on *reportaasihenkilokuva*, joka esiintyy aineistossa kahta edellä mainittua henkilökuvatyyppeistä huomattavasti harvemmin, kahdeksan kertaa. Tässä henkilökuvatyypissä päähenkilö kuvataan osana tiettyä tilannetta tai aktiviteettia siten, että miljöön ja toiminnan kuvaus muodostavat jutun punaisen langan eivätkä jää vain hajanaisiksi huomioiksi haastattelutilanteesta. Presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa luontevaksi reportaasin aiheeksi osoittautui poliitikkojen kampanjatyön kuvaaminen. Yhtä yleinen reportaasihenkilökuvan kanssa on *karikatyyriksi* nimittämäni henkilökuvatyyppeistä. Se on tekstin muotoon puettu pilakuva, jossa häilytään faktan ja fiktion rajamailla ja joka voi sisältää esimerkiksi liioittelua, kärjistämistä ja ivaa. Tutkimusaineistosta tähän kategoriaan lukeutuvat ainoastaan Sunnuntaisuomalaisen kahdeksan henkilökuvaa, jotka poliittisena satiirina poikkeavat merkittävästi muusta aineistosta. Viidenneksi henkilökuvatyypiksi olen erottanut *parisuhdehaastattelun*, jota varten on haastateltu kohteena olevaa pariskuntaa yhdessä. Jutun painopiste on päähenkilöiden parisuhteessa. Tähän kategoriaan lukeutuu neljä aineiston 87 henkilökuvasta. Viimeiseksi määrittämäni henkilökuvatyyppeistä jää *elämäntarina* eli haastattelu, jonka painopiste on henkilön keskeisissä elämänvaiheissa. Tässä henkilökuvatyypissä keskiöön nousee ajallinen ulottuvuus, jolloin elämänpolun varrelta valikoidut hetket piirtävät linjan menneisyydestä nykyaikaan. Elämäntarinoita kuului tutkimusaineistoon ainoastaan yksi kappale.

On syytä muistaa, ettei esittämäni kuuden henkilökuvatyypin luokittelu ole kattava listaus kaikista mahdollisista henkilökuvista. Se riittää kattamaan vain tämän tutkielman aineiston, koska rajallisen tutkimusaineiston perusteella ei ole mahdollista pyrkiä muo-

toilemaan yleispätevää luokitusta henkilökuvista. Lisäksi huomautettakoon, että yhdessä henkilökuvassa voi olla piirteitä useammasta kuin yhdestä henkilökuvatyyppistä. Taulukossa 2 kuvattu luokittelu perustuu siis siihen, minkä henkilökuvatyyppin ominaispiirteet näyttäytyvät kussakin jutussa hallitsevimpina.

*TAULUKKO 2 Tutkimusaineiston jutut henkilökuvatyypeittäin*

Henkilökuvan tyyppi	Kuvaus	Lukumäärä aineistossa
<b>Ajankohtaiskuva</b>	Keskittyy rooliin, josta henkilö tunnetaan julkisuudessa; esittelee henkilön näkemyksiä häneen liittyvistä ajankohtaisista kysymyksistä.	37
<b>Muotokuva</b>	Yleinen profiili henkilöstä. Ei perustu kohteena olevan henkilön haastatteluun, joka olisi tehty kyseistä henkilökuva silmällä pitäen. Pohjana kirjoittajan omat näkemykset, kohdehenkilön tuntevien ihmisten haastattelut tai kohdehenkilöstä saatavilla oleva aineisto, jota ei ole varsinaisesti tuotettu henkilökuva varten (esim. aiemmat haastattelut, elämäkerrat jne.).	29
<b>Reportaasihenkilokuva</b>	Miljöö ja toiminnan kuvaus keskeisessä osassa henkilöstä kerrottaessa.	8
<b>Karikatyyri</b>	Tekstin muotoon puettu pilakuva, jossa fakta ja fiktio sekoittuvat.	8
<b>Parisuhdehaastattelu</b>	Haastateltavana pariskunta; jutun painopiste heidän parisuhhteessaan.	4
<b>Elämäntarina</b>	Haastattelu, jossa keskeistä ajallinen ulottuvuus: henkilön keskeiset elämäntapahtumat.	1
<b>YHTEENSÄ</b>		87

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä luvussa esittelen tutkielman menetelmälliset ratkaisut. Aloitan tutkimusmenetelmien kuvaamisen määrällisestä osuudesta, sisällön erittelystä. Sisällön erittelyn tehtävänä on tässä tutkielmassa lähinnä antaa yleiskuva aineistosta kuvaamalla sen tiettyjen elementtien yleisyyttä. Vankemman ja laajemman menetelmällisen kivijalan muodostaa kehysanalyysi, joten keskityn sen kuvaamiseen sisällön erittelyä enemmän. Analyysin ytimenä toimii hahmottelemani kehysten rakentumisen neliportainen malli. Luvun lopuksi esittelen analyyttisen viitekehyksen, jota hyödynnän yksityiselämän politisoimisen kuvaamisessa.

### 5.1 Sisällön erittely yleiskuvan antajana

Sisällön erittely on määrällinen tutkimusmenetelmä, jossa kuvataan ja luokitellaan viestinnän sisältöjä systemaattisesti ja tehdään niistä päätelmiä (Croucher & Cronn-Mills 2014, 206). Luokittelun lisäksi menetelmälle on ominaista sisällön elementtien laskeminen. Erittelyn tulokset esitetään yleensä täsmällisessä, numeerisessa muodossa, kuten taulukoina tai diagrammeina.

Tutkimusmenetelmällä on pitkä historia: tiettävästi ensimmäinen kattavasti dokumentoitu sisällön erittely toteutettiin Ruotsissa 1700-luvulla virsien sanoitusten puhtasoppisuuden selvittämiseksi (Krippendorff 1984, 13; Croucher & Cronn-Mills 2014, 206). Menetelmää kehitettiin eteenpäin ja se sai toden teolla ilmaa siipiensä alle Yhdysvalloissa toisen maailmansodan aikana, jolloin muun muassa Harold Lasswell käytti sitä kuuluisissa propagandatutkimuksissaan (Berelson 1952, 22–24; Krippendorff 1984, 16–18; Croucher & Cronn-Mills 2014, 206–207). Viime vuosikymmeninä menetelmän suosio on kasvanut, sillä sähköiset tietokannat ja analyysia varten kehitetyt tietokoneohjelmat ovat edesauttaneet suurien aineistojen keräämistä ja käsittelyä (Neuendorf 2002, 1–2). Sisällön erittely sopii niin kirjoitettujen, visuaalisten kuin puhuttujenkin viestien tutkimiseen (Neuman 2011, 361), joten sen avulla tarkasteltujen viestinnän sisältöjen kirjo ulottuu mainoksista psykiatristen potilaiden haastatteluihin sekä ajoneuvojen kuljettajien ja poliisien välisestä vuorovaikutuksesta Facebook-kuviin.

Sisällön erittelystä käytetään englannin kielessä termiä *content analysis*. Englanninkielisellä nimityksellä voidaan määrällisen analyysin ohella tarkoittaa myös laadullista sisällönanalyysia (kts. esim. Hijmans 1996), joskin osa määritelmistä sulkee laadullisen tutkimuksen *content analysis* -termin ulkopuolelle (esim. Berelson 1952, 18; Berger 1991, 25; Neuendorf 2002, 10). Suomen kielessä laadullisesta ja määrällisestä sisällönanalyysista on toisinaan puhuttu erillisin termein. Tällöin *sisällön erittely* viittaa määrälliseen, *sisällönanalyysi* puolestaan laadulliseen menetelmään (Tuomi & Sarajärvi 2011, 105–106).

Sisällön erittelyä on verrattu arkisiin havainnointiprosesseihin (Riffe, Lacy & Fico 2014, 18), sillä monet arkihavainnot sisältävät luokitteluun ja laskemiseen perustuvaa päätelmien tekemistä. Mikä sitten on olennainen ero sisällön erittelyn ja vaikkapa nopeimman kassajonon valinnan välillä? Miksei päivän tv-ohjelmatarjonnan rutiininomaista kartoittamista sanomalehden takasivulta kutsuta sisällön erittelyksi? Ratkaiseva ero sisällön erittelyn ja arkipäätelyn välillä on tieteellinen metodi, joka nojaa positivistiseen tiedekäsitykseen. Siihen kuuluu useita kriteereitä, jotka tutkimuksen on täytettävä. Ensinnäkin tieteellisen menetelmän on oltava objektiivinen tai intersubjektiivinen eli sen on vältettävä tutkijan omien ennakkokäsitysten vaikuttaminen tutkimustuloksiin (Neuendorf 2002, 11). Toiseksi menetelmän on oltava systemaattinen, mikä edellyttää tutkijalta muun muassa avainkäsitteiden ja tutkimuskysymysten täsmällistä määrittelyä, operationaalisten menettelytapojen suunnittelua etukäteen sekä kaikkien analysoitavien yksiköiden tasapuolista huomiointia (Krippendorff 1984, 21; Riffe, Lacy & Fico 2014, 20). Kolmanneksi tutkimustulosten on oltava yleistettävissä, eli niiden tulee päteä varsinaista tutkimusaineistoa laajemmassa mittakaavassa. Lisäksi menetelmän on oltava muiden tutkijoiden toistettavissa, mikä edellyttää käytettyjen menettelytapojen huolellista selostamista. Viimeiseksi positivistisen tieteenideaalin mukaisessa tutkimuksessa on huomioitava reliabiliteetti ja validiteetti, eli valitun mittaustavan on tuotettava mahdollisimman yhtenevät tulokset jokaisella toistokerralla ja mitattava juuri sitä, mitä tutkimuksessa halutaankin mitata. (Neuendorf 2002, 12–13.)

Menetelmän klassikko-oppaassa, Bernard Berelsonin (1952, 18) *Content Analysis in Communication Research* -teoksessa, sisällön erittely rajataan määritelmällisesti viestinnän ilmissisältöjen tarkasteluun. Berelsonin määritelmän mukaan menetelmän avulla voidaan siis tarkastella viestinnän sisältöjä vain sellaisina kuin ne ovat, sellaisina kuin lähes kuka tahansa pystyy ne havaitsemaan. Sittemmin lukuisat kirjoittajat ovat lukeneet

menetelmän sovellusalaan myös viestinnän piilevät sisällöt, joita ei voida mitata suoraan, vaan epäsuorien indikaattorien kautta (Neuendorf 2002, 23). Tällainen piilorakenne voisi olla vaikkapa seksismi, jonka esiintymistä on mahdollista mitata esimerkiksi laskemalla sukupuoleen liittyvien stereotyyppien esiintymistä aineistossa (kts. esim. Ford, Voli, Honeycutt & Casey 1998). Piilevien sisältöjen huomioiminen aineistoon perustuvien päätelmien teossa juontuu viestinnän perusluonteesta: kommunikaatio on yleensä epäsuora keino ilmaista jotakin muuta asiaa. Toisin sanoen viestintä käsittelee yleensä jotakin muuta ilmiötä kuin sitä ääntä, kirjoitettua tekstiä tai kuvaa, joka viestintätilanteessa voidaan suoraan havaita. Voimme saada keskustelukumppanimme ajattelemaan appelsiinia puhumalla siitä sen sijaan, että näyttäisimme hänelle oranssia hedelmää. Niinpä on pidetty luontevana, että sisällön erittelyn perusteella on mahdollista tehdä päätelmiä myös aineiston ulkopuolisista ilmiöistä, arvoista ja asenteista, joita sisällöt epäsuorasti ilmaisevat (Krippendorff 1984, 23; Berger 1991, 25–26). Tosin aina voidaan kysyä, onko viestinnän ilmissisältöä ja piilevää sisältöä lainkaan mielekästä erottaa toisistaan ainakaan kovin jyrkästi (kts. Neuendorf 2002, 23–24).

Veikko Pietilä (1976) käsittää sisällön erittelyn tietojenkeruumenetelmien joukoksi: sitä voidaan käyttää välineenä tehtäessä päätelmiä viestien ulkopuolisista ilmiöistä tai selitettäessä muita ilmiöitä. Se voi myös toimia pohjana, kun viestinnän sisältöä pyritään selittämään jollakin ulkopuolisella ilmiöllä. Pietilä paikallistaa sisällön erittelyn nimenomaan tietojen keruuvaiheeseen – eikä esimerkiksi tiedon järjestelyyn ja käsittelyyn –, koska näin ajateltuna tutkijan on helpompi ohjautua etsimään keinoja, joilla kerättyä tietoa voidaan edelleen käsitellä. Pietilälle sisällön erittely on siis vasta varsinaisen analyysin lähtökohta, yksi tietojenkeruumenetelmä muiden – haastattelun, havainnoinnin, kokeen ja niin edelleen – joukossa. Sen avulla kerätyn tiedon käsittelemiseksi voi käyttää esimerkiksi ristiintaulukoinnin ja monimuuttuja-analyysien kaltaisia, tilastollisia menetelmiä. Jos viestinnän sisältöä puolestaan halutaan käyttää jonkin ulkopuolisen ilmiön selittämiseen tai selitettävänä ilmiönä, on sisällön erittelyä täydennettävä keräämällä tietoa muista ilmiöistä yleensä jonkin toisen menetelmän avulla. (Pietilä 1976, 4, 54–55, 231–232.)

Tässä tutkielmassa sisällön erittely on Pietilän tavoin käsitettynä pikemminkin tiedonkeruumenetelmä kuin varsinainen analyysimenetelmä. Tutkimusaineisto jää suppeaksi pelkkää määrällistä analyysia ajatellen, eikä siitä tehtyjä havaintoja voida yleistää kovinkaan laajalti. Niinpä sisällön erittely rakentaa tässä tutkielmassa pohjaa kehysanalyysi-

sille (kts. luku 5.2) ja antaa yleiskuvan aineiston sisällöstä siltä osin, kuin se liittyy tutkimusongelmaan. Siitä saatu tieto on siis pikemminkin analyysin lähtökohta ja täydentäjä kuin lopputulos. Sisällön erittelystä saatu pohjatieto pääsee paljolti esiin luvussa 6.1, jossa kuvaan, millaisista elementeistä tutkimusaineistossa käsitelty politiikkojen yksityiselämä koostuu. Hyvin vankaksi tukijalaksi menetelmä rakentuu luvussa 6.3, jossa kuvaan presidenttiehdokkaiden yksityiselämän politisoimista määrällisesti ja yhteyden numeerisen tiedon kehysanalyysin laadullisiin tuloksiin. Lisäksi sisällön erittely valjastetaan tukemaan laadullista analyysia luvussa 6.2.8, jossa sitä käytetään kuvaamaan kehysanalyysissa muodostettujen tulkintakehikkojen yleisyyttä aineistossa.

Tarkastin tämän tutkielman määrällisten erittelyjen reliabiliteetin eli luotettavuuden intra-individuaalisesti, toisin sanoen käyttämällä aikaa toistokertojen välisenä etäännyttäjänä toisen henkilön sijaan. Varsinaiset luokittelut tein pääosin maaliskuussa 2015 ja tarkistusluokittelun syyskuussa 2015, joten luokittelukertojen väliin mahtui aikaa runsaasti, puolisen vuotta. Luokittelujen yksimielisyysprosentiksi sain noin 94, eli tarkastuksen perusteella aineiston määrälliseen erittelyyn voidaan luottaa. Seuraavaksi siirryn esittelemään menetelmäosion laadullista puolta, kehysanalyysia.

## 5.2 Kehysanalyysi

Kehysanalyysi on useilla tieteenaloilla käytetty tutkimusmenetelmä, jossa kiinnostuksen kohteena ovat kokemuksen järjestämisen tavat. Sen taustalla ovat 1970-luvun amerikkalainen sosiologia ja Erving Goffman ([1974] 1986), joka loi metodin lähinnä arkielämän kasvokkaisen vuorovaikutuksen tutkimiseen (Karvonen 2000; Luhtakallio 2005, 191). Sitten menetelmän sovellusala on laajentunut, ja sitä on kehitetty ja käytetty sosiologian lisäksi esimerkiksi politiikan tutkimuksessa, taloustieteissä, psykologiassa sekä kieli- ja viestintätieteissä (Hertog & McLeod 2001, 139; Van Gorp 2007, 60; Brüggeman 2014, 63).

Seuraavaksi esittelen kehysanalyysin keskeistä termistöä, minkä jälkeen kerron median käyttämistä kehyksistä ja kehysanalyysin soveltamisesta joukkoviestinnän tutkimuksessa. Alaluvun päätteeksi kuvaan, kuinka itse käytän menetelmää tässä tutkielmassa. Esittelen tämän tutkielman tarpeisiin hahmottelemani kehysten rakentumisen neliportaisen



mallin, joka kuvaa kehysten rakenneosia ja niiden muodostamiseen johtavaa havainnointiprosessia.

### **5.2.1 Kehystämisen lähtökohta: ”Mitä tässä on meneillään?”**

Kehysanalyysin perustana on luonnollisesti kehysten käsite. Se viittaa perusoletuksiin, joiden varassa kokemuksen virtaa järjestetään ja jäsennetään mielekkääksi kokonaisuudeksi (Goffman 1986, 10–11; Karvonen 2000). Kehysten luominen ja käyttäminen eli kehystäminen puolestaan on ihmisille ominaista toimintaa, joka auttaa heitä ymmärtämään kokemuksiaan maailmasta ja tilanteita, joihin he joutuvat (Goffman 1986, 8–11; Luhtakallio 2005, 191). Erving Goffmanille (1986) kehystämisen lähtökohtana on tilanneanalyysi, joka pohjautuu kulloisessakin tapahtumasarjassa esitettyyn kysymykseen: ”Mitä tässä on meneillään?” Kussakin tilanteessa on useimmiten käytettävissä useita vaihtoehtoisia kehyksiä, jotka saavat tilanteen näyttämään tietynlaiselta. Kehykset voivat esiintyä kerrostuneina ja muotoilla toisiaan: vaikka yksi kehys olisikin tilanteessa pohjimmaisena tulkintana, sen päälle kerrostuvat muut tilannemääritelmät suuntaavat ja värittävät sitä. Koska sosiaaliset tilanteet ovat moninaisia ja vaihtelevia, tilanteen saama määritelmä eli kehystys voi myös vaihtua hetkessä. (Goffman 1986, 8, 25, 43–47, 81–82.)

Esimerkkinä kehystämisestä voisi olla seuraavanlainen tilanne. Kävelen yksin pimeällä kujalla. Äkkiä huomaan, että perääni rynnistää tuntematon mies. Teen nopean tilanneanalyysin kysymällä itseltäni, mitä tässä on meneillään. Voin ymmärtää tilanteen esimerkiksi kehyksissä ”mies aikoo tehdä minulle pahaa”, ”lenkkeilijä”, ”olen pudottanut jotain, ja mies tahtoo ojentaa sen minulle”, ”kiireinen jalankulkija” tai ”mies pakenee jotakin”. Reaktioni tilanteeseen riippuu siitä, minkä tulkintakehysten valitsen ensisijaiseksi tilannemääritelmäksi. Jos tulkitsen tilanteen kehyksessä ”mies aikoo tehdä minulle pahaa”, säntään luultavasti karkuun. Tilannemääritelmä voi kuitenkin muuttua nopeasti, jos saan lisäinformaatiota. Jos mies heiluttaa kädessään avainnippua ja huutaa ”tämä taitaa olla sinun!”, tulkintani vaihtuu hetkessä ”olen pudottanut jotakin” -kehykseksi. Kun hetken kuluttua katson miestä tarkemmin, pohjimmaisena oleva ”olen pudottanut jotakin” -tilannemääritelmä saa päälleen uusia kerroksia esimerkiksi miehen vaatetuksen perusteella: ”lenkkeilijä”, ”yökerhon ovivahti”, ”poliisi”, ”lehdenjakaja” tai ”öinen juhlija”.

Goffmanilaisen kehysanalyysin peruskäsitteisiin kuuluvat strippi tai katkelma (*strip*), primaarikehys (*primary framework*) ja virittäminen (*keying*). Stripillä Goffman (1986, 10) tarkoittaa meneillään olevasta toiminnasta leikattua viipaletta, jota analyysissa tarkastellaan. Se voi olla esimerkiksi tapahtumasarja, mutta tässä tutkielmassa tarkasteltavina strippeinä ovat lehtijutut. Primaarikehysten käsite puolestaan viittaa kussakin tilanteessa sovellettavaan ensisijaiseen kehystykseen, joka on riippumaton kaikista muista tulkinnoista (emt., 21). Se on siis yleisen tason luonnehdinta, tilanteen peruskonteksti (Ryynänen 2009, 63). Omassa tutkielmassani primaarikehystenä toimivat printtijournalismi ja ymmärrys siitä, että lehtijutuissa kuvauksen kohteena ovat presidenttiehdokkaat.

Kolmannelle Goffmanin keskeiselle termille, *keying*, on ehdotettu suomennokseksi ainakin *istuttamista* (Peräkylä 1990, 22), *variaatiota* (Kiviniemi 1997, 144), *käännöstä* (Puroila 2002, 40) ja *koodausta* (Ryynänen 2009, 65). Itse käytän termistä Eeva Luhtakallion (2005, 192) tapaan suomennosta *virittäminen*, sillä se säilyttää Goffmanin (1986, 44) alun perin tarkoittaman viittauksen musiikkiin. Joka tapauksessa käsite kuvaa kehysten muuntuvaa luonnetta: virittäminen on joukko konventioita, jotka muuttavat tiettyyn primaarikehystykseen merkityksellistettyä toimintaa sellaiseksi, että se muistuttaa alkuperäistä toimintaa, mutta on osallistujien näkökulmasta jotakin muuta (Goffman 1986, 43–44). Virittäminen on jatkuva ja kerrostuva prosessi (emt., 79–82), sillä kehukset ovat kuin soittimia, joita voidaan virittää jatkuvasti uudelleen. Poliitikkoja käsittelevissä lehtiartikkeleissa esimerkkinä virittämisestä voisi olla parodinen henkilökuva poliitikosta. Ensi silmäyksellä lukija saattaa sijoittaa sen ”vakavan” poliittisen journalismin primaarikehystykseen, mutta artikkelin lähempi tarkastelu paljastaa sen ivaksi: lehtijutussa voi olla vaikkapa selkeää liioittelua ja asioiden sepittämistä tai kääntämistä pääläelleen.

Goffmanin kehyskäsitteissä painottuvat yksittäiset vuorovaikutustilanteet, mutta sittemmin termiä on käytetty laajemmassa, yhteiskunnallisessa ja kulttuurisessa kontekstissa. Kehysten käsite ottaakin huomioon sekä toimijan että rakenteen, sillä se yhdistää yksilön kognition kulttuurin ja yhteiskunnan tasoon. (Horsti 2005, 50.) Kehyminen siis kytkeytyy kiinteästi vallankäyttöön: yhteiskunnassa käydään jatkuvaa kädenvääntöä siitä, mikä ryhmittymä saa oman tilanmääritelmänsä vallitsevaksi julkisessa keskustelussa ja saa muut ajattelemaan ”oikein” (Karvonen 2000). Esimerkkinä kehystämiseen liittyvästä vallankäytöstä voidaan käyttää suomalaista talouspoliittista keskustelua. Pauli

Kettusen (2008) mukaan Suomen poliittisessa kulttuurissa talouspoliittiset päätökset on kehystetty tyypillisesti ”välttämättömyydeksi”, jolloin ratkaisut on esitetty julkisuudessa vaihtoehdottomina ja pakon sanelemina. Näin ne on epäpolitisoitu eli päätöksistä käyty julkinen kiistely on pyritty minimoimaan. (Kettunen 2008, 99.)

Eri tieteenaloilla on käytössä useita merkitykseltään kehyksen kaltaisia termejä, joista yleisimpiä lienevät kognitiotieteen *skeema* sekä kielitieteen, strukturalismin, semiotiikan ja Michel Foucault’n yhteiskuntafilosofian suunnilta ammentava *diskurssin* käsite (Karvonen 2000). Selvennän tässä hiukan kehyksen eroa muihin samankaltaisiin termeihin. Skeeman käsite viittaa – paljolti kehyksen käsitteen tavoin – kokemuksen kautta muodostuneisiin oletuksiin, joiden varassa todellisuutta tulkitaan ja ymmärretään (Axelrod 1973, 1248–1249). Keskeinen ero kehyksen käsitteeseen on se, että skeema liittyy yksilön tajunnallisuuteen ja ammennetaan henkilökohtaisista kokemuksista, kun kehys sitä vastoin käsitetään yleensä sosiaalisesti ja kulttuurisesti jaetuksi. Lisäksi kehykset ovat kulttuurin osasina skeemoja vankempia ja pysyvämpiä. Tosin skeemat ja kehykset asettuvat keskinäiseen vuorovaikutussuhteeseen: esimerkiksi journalistiseen tekstiin upotettu kehys aktivoi lukijan mielessä skeeman, joka todennäköisesti vastaa tekstin sisältämää kehystä. (Karvonen 2000; Van Gorp 2007, 63, 65–66.)

Kieli- ja yhteiskuntatieteissä paljon käytetty diskurssin käsite puolestaan voidaan määrittellä esimerkiksi vakiintuneeksi puhetavaksi, joka perustuu totuttuihin ajattelutapoihin ja luo sellaisia (Johnstone 2002, 3). Kehyksen tavoin diskurssit siis perustuvat kulttuurisesti jaettuihin ajatusmalleihin ja kutsuvat lukemaan tiettyä tekstiä tai tilannetta tietyllä tavalla (Van Gorp 2007, 63). Kehyksen ja diskurssin käsitteille yhteistä on niiden kivi-jalka, konstruktivistinen todellisuuskäsitys, jonka mukaan kieli ja muut sosiaaliset käytännöt tuottavat todellisuutta (Horsti 2005, 60). Näin ajateltuna esimerkiksi lehtijuttu ei ainoastaan heijasta todellisuutta, vaan myös aktiivisesti uusintaa, rakentaa ja muokkaa sitä. Se saa aikaan ajattelua ja toimintaa – kuten lukemista, nauramista, oppimista, keskustelua tai vaikkapa mielenosoituksen – ja vaikuttaa näin yhteiskuntaan ja kulttuuriin. Niinpä kehystä ja diskurssia yhdistävä piirre on myös niiden yhteiskunnallisuus ja kytkös vallankäyttöön; median kehysten tai diskurssien rakentumisessa kovinkaan olennaista eivät ole toimittajan henkilökohtaiset ominaisuudet, vaan kulttuuriset ja yhteiskunnalliset rakenteet (Horsti 2005, 60; Van Gorp 2007, 62).

Yhtäläisyyksistä huolimatta diskurssin ja kehyksen käsitteillä on joukko eroja. Käsitteiden juuret ovat eri suunnilla: diskurssiteoria on alun perin painottanut enemmän viestien tuottamista, kielipeliä ja sosiaalisia käytäntöjä, kun taas kehysanalyysin lähtökohdat ovat olleet viestien havaitsemisessa ja ymmärtämisessä tilannekontekstissa. Sittemmin termit ovat lähentyneet toisiaan, sillä diskurssiteoria on laajentunut tekstien vastaanoton ja kehystämisen puolesta tuotannon puolelle. (Karvonen 2000.) Käsitteet voidaan silti nähdä viittauskohteeltaan erilaajuisina. Diskurssit ovat laajahkoja puhetapoja, jotka voivat sisältää useita kehyksiä (Horsti 2005, 64). Näin kehykset ovat ikään kuin diskurssien rakennuspalikoita. Esimerkiksi poliittisen journalismin diskurssi voi raamittaa vaalikilpailua usein eri kehyksin: peliksi, teatteriksi tai sodaksi. Laajuuden lisäksi diskurssin ja kehyksen käsitteissä voidaan nähdä eroa niiden muuntuvuudessa ja joustavuudessa. Diskurssit ovat suhteellisen vakiintuneita puhetapoja, jotka muuttuvat varsin hitaasti – kuten Erkki Karvonen (2000) toteaa, niiden kautta ”paremminkin kieli puhuu ihmistä, kuin ihmiset kieltä”. Kehyksen käsitteessä korostuu diskurssia enemmän luovuus ja mahdollisuus kehittää jatkuvasti uusia määritelmiä ja ilmaisuja maailman tapahtumille (emt.).

### ***5.2.2 Kehysanalyysi ja joukkoviestinnän tutkimus***

Joukkoviestinnän tutkimuksessa kehysanalyysia on käytetty Goffmaniin verrattuna laajemmassa, yhteiskunnallisessa yhteydessä. Menetelmän suosio on kasvanut alalla ripeästi 1990-luvulta lähtien. (Horsti 2005, 50; Matthes & Kohring 2008, 258). Kehysanalyysiksi on nimitetty varsin kirjavaa joukkoa tutkimuksia, joiden skaala ulottuu sisällön erittelystä ja toistuvuuksien mittauksesta vallan ja hegemonian kysymyksien analysoimiseen (Carragee & Roefs 2004, 214; Matthes & Kohring 2008, 258). Menetelmän etuna on se, että se soveltuu koko mediajulkisuuden kentän tutkimiseen (Horsti 2005, 51): yhteiskunnallisten toimijoiden pyrkimyksiin saada oma agendansa esille (esim. Payne 2001), journalististen tekstien tuotantoon (esim. Brüggeman 2014), itse teksteihin (esim. Horsti 2005) ja niiden vastaanottoon (esim. Van den Bulck & Claessens 2013). Tyypillisesti kehysanalyttinen tutkimus on tarkastellut lehdistön uutistekstejä (Matthes & Kohring 2008, 258), mutta kirjallisten tekstien lisäksi kehysanalyysia on hyödynnetty esimerkiksi liikkuvan kuvan (esim. Miljan 2011) ja muiden visuaalisten kuvien (esim. Luhtakallio 2005; 2012, 91–129) tutkimisessa.

Joukkoviestinnän tutkimuksessa luultavasi eniten siteerattu kehyksen määritelmä on Robert M. Entmanin (1993, 52) muotoilu, jonka mukaan kehystäminen on joidenkin todellisuuden puolien valitsemista tekstiin ja korostamista tekstissä tavalla, joka nostaa esiin tietyn ongelmanmäärittelyn, sen kausaalisen tulkinnan, moraalisen arvioinnin ja suosituksen ongelman ratkaisuksi. Kehystäminen siis korostaa jonkin asian tiettyä puolta ja vastaavasti jättää toiset huomiotta. Entmanin (emt., 52) määritelmässä esiin tulevat myös journalistisen kehystämisen funktiot: kehykset määrittelevät ongelman, diagno-soivat sen syyn eli määrittävät ongelman aiheuttajan, tekevät moraalisia arvostelmia ongelmaan vaikuttaneista toimijoista ja ehdottavat ratkaisua ongelmaan. Entmanin kehystämismääritelmää on käytetty runsaasti etenkin kehysten operationalisoimiseksi määrällistä mittaamista varten (kts. esim. Matthes & Kohring 2008).

Todd Gitlinin (1980) mukaan mediakehykset ovat useimmiten sanomatta ja tiedostamatta jääviä tulkintojen, esittämisen, valinnan, korostamisen ja ulossulkemisen malleja, jotka jäsentävät maailmaa sekä journalisteille että näiden yleisölle (Gitlin 1980, 7). Mediatoimituksissa kehystäminen on välttämätöntä jatkuvan informaatiotulvan organisoinniseksi. Toimittajat sovittavat kehyksiä nopeina ja rutiininomaisina tilannemääritelminä vastaantuleviin aiheisiin: esimerkiksi ”presidenttipeli”, ”uusi Nokia” tai ”Venäjän sotilaallinen uhoaminen”. Mediakehykset ovat siis yleisiä, kaavamaisia rakenteita, joita täydennetään kulloisenkin tapauksen toimijoilla ja tapahtumilla. Rutiininomaisuudesta huolimatta journalistinen kehystäminen ei kuitenkaan ole aina ennestään olemassa olevan kehyksen soveltamista, vaan se voi olla myös luovaa toimintaa, kokonaan uusien luonnehdintojen keksimistä. (Karvonen 2000; Van Gorp 2007, 61, 67.)

Mediakehykset ovat syntyneet lähteiden, toimittajien, yleisön ja kulttuurin vuorovaikutuksessa. Siten ne ilmenevät useilla tasoilla: julkiset toimijat pyrkivät saamaan omat kehyksensä esille median välityksellä, journalistit rakentavat kehyksiä mediateksteihin ja mediankäyttäjät tulkitsevat tekstejä omien kehystensä läpi. Kaikkien näiden taustalla vaikuttaa kulttuuri, jonka raameissa tekstit tuotetaan ja tulkitaan. (Gamson & Lasch 1983, 400–401; Entman 1993, 52–53; 2004, 9; Karvonen 2000.) Mediakehykset ovat hiljaista tietoa, jonka julki tuomista tutkimuksen keinoin on pidetty tärkeänä monestakin syystä (Karvonen 2000). Niistä tärkein lienee kehyksiin kytkeytyvä vallankäytön potentiaali: median kehystykset ohjaavat yleisön tulkintoja maailman tapahtumista ja vaikuttavat siten merkittävästi ihmisten ajatteluun. Usein näiden kehysten takana on yhteiskunnan eliitti, jonka tilannemääritelmiä media toistaa. Niinpä kehysten tunnistaminen,

nimeäminen ja analysointi auttavat esimerkiksi pohdittaessa kysymyksiä journalismin ”objektiivisuudesta” ja yleisen mielipiteen muodostumisesta. (Entman 1993, 55–57; 2004, 9–11.)

### ***5.2.3 Kehysanalyysi tässä tutkielmassa: kehysten rakentumisen neliportainen malli***

Seuraavaksi siirryn kehysanalyysin yleisluontoisesta taustoittamisesta kohti menetelmän soveltamista käytännön tasolla. Kuten todettua, joukkoviestinnän tutkimuksessa kehysanalyttiset lähestymistavat ovat vaihdelleet melkoisesti: ääripäissä ovat kvalitatiivinen, tulkitseva tarkastelu ja tietokoneen avulla tehty sisällön erittely, jossa kehykset määritetään aineistosta mekaanisesti tiettyjä sanoja laskemalla. Näiden ääripäiden väliin mahtuu lukuisia välimuotoja. (Matthes & Kohring 2008, 259–263.)

Hermeneuttisen eli tulkitsevan kehysanalyttisen lähestymistavan heikkoutena on pidetty sitä, ettei se sovi suuriin aineistoihin eivätkä sen tulokset ole yleistettävissä. Lisäksi sitä on arvosteltu menetelmällisen selkeyden puutteesta: tulkinnallinen analyysi jättää kehysten muodostamisperusteet usein epäselviksi. Tällöin riskinä on, että tutkija löytää tekstistä juuri sellaisia kehyksiä, joita hän itse – tietoisesti tai tiedostamattaan – etsii. Näin tulokseksi saadaan helposti mediakehysten sijaan tutkijan omat tulkintakehykset. (Matthes & Kohring 2008, 259–260.) Tosin tässä on muistettava, että kehysten nimeäminen on aina itsessään jonkinasteista kehystämistä.

Sanojen toistuvuuksien mittaamiseen perustuva kehysten määrittäminen väistää edellä mainitut karikat laadullisia lähestymistapoja onnistuneemmin. Määrälliseen sisällön erittelyyn pohjautuva kehysten muodostaminen sivuuttaa kuitenkin jotain olennaista mediatekstien luonteesta: tekstit pakenevat monilta osin tarkkarajaisia luokituksia. Sanojen, argumenttien ja teemojen määrällinen yleisyys ei välttämättä vastaa niiden merkityksellistä tiheyttä. Jokin seikka voi esiintyä aineistossa harvoin, mutta olla siitä huolimatta tai juuri siksi erityisen merkittävä. (Entman 1993, 57; Luhtakallio 2005, 200–201; Van Gorp 2007, 71–72.) Kehysten supistaminen mitattavissa oleviksi sanajoukoiksi voi myös johtaa siihen, että analyysin tulokseksi saadaan pikemminkin tekstien aiheita kuin varsinaisia kehyksiä (Carragee & Roefs 2004, 217).

Oman tutkimusaineistoni pohjalta ei ole mahdollista edes pyrkiä laajoihin yleistyksiin. Siksi olen valinnut laadullisesti orientoituneen lähestymistavan, joka pyrkii lisäämään ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä huolellisten tulkintojen kautta. Pyrin välttämään edellä mainittuja läpinäkyvyyden ongelmia esittämällä mahdollisimman tarkasti, millaisia menetelmällisiä ratkaisuja olen kehyksiä määrittäessäni tehnyt. Tätä tarkoitusta ajatellen olen hahmottanut neliportaisen mallin kuvaamaan niitä ajatuskulkuja, joiden varaan tutkimusaineistosta erotetut kehykset rakentuvat. Mallissa kehykset muodostetaan induktiivisesti eli aineistolähtöisesti lähiluvun avulla.

Käyttämässäni kehysten rakennuspalikoissa on joitakin yhtäläisyyksiä Robert M. Entmanin (1993) kehittämään, hyvin usein siteerattuun kehysten analyttiseen määritelmään. Kuten aiemmin mainittiin, Entmanin (1993, 52; kts. myös 2004, 5–6) mukaan kehys koostuu ongelmanmäärittelystä, sen syyn diagnosoinnista, ongelmaan liittyvien toimijoiden moraalisisista arvostelmista ja ongelman ratkaisuehdotuksesta. Koska Entmanin käsitys kehysten komponenteista painottuu vahvasti ongelmiin syineen ja ratkaisuineen, sopii se luontevimmin niin sanottuun eliittijulkisuuteen (kts. luku 3.1.2) kuuluvien tekstien, ennen kaikkea uutisten, analysoimiseen – onhan journalismi tällä alueella varsin ongelmakeskeistä. Yksityiselämää käsittelevien henkilökuvien tarkasteluun Entmanin määritelmä ei sitä vastoin istu kovinkaan hyvin, sillä ongelmia esitetään henkilökuvien kaltaisissa viihteellisissä teksteissä huomattavasti harvemmin kuin uutisissa. Tämä ei tietenkään tarkoita, että viihteelliset tekstit jäisivät tyystin vaille kehyksiä – kehystämistä on kaikkialla, missä esiintyy ihmisten välistä kasvokkaista tai välitteistä vuorovaikutusta. Niinpä olen katsonut parhaaksi kehittää tämän tutkielman tarpeisiin paremmin soveltuvan tavan muodostaa kehykset. Tässä alaluvussa esitetty malli kuvaa kehysten komponenttien lisäksi myös niiden hahmottamiseen liittyvää ajatusprosessia. Mallissa on kaksi keskeistä yhtäläisyyttä Entmanin kehyskäsitteeseen. Ensiksi Entmanin tavoin kehysten keskeisimpänä rakennuspalikkana pidetään jonkinlaista yleismääritelmää käsillä olevasta tilanteesta, joskin itse puhun ongelmanmäärittelyjen sijaan goffmanilaisittain tilannemäärittelmästä. Yhdistän näihin määritelmiin vielä tilanteeseen liittyvien jännitteiden paikantamisen. Toiseksi mallissa tilannemääritelmään kytkeytyy Entmanin käsityksen kaltaisesti jonkinlainen moraalinen arvio tilanteesta. Nimitän sitä moraaliseksi preferenssiksi. Seuraavaksi esittelen kehysten rakentumismallin neljä vaihetta.

Kutsuttakoon neliportaisen mallin ensimmäistä vaihetta *tilannemääritelmän louhinnaksi*. Siinä pyritään määrittelemään aineistossa esiintyviä tilanteita yksittäisinä, toisistaan

erillään olevina tapauksina käyttäen apuvälineenä yleisen tason mielikuvia. Tässä keskeisenä apukysymyksenä toimii: millainen toiminnan luonnehdinta kuvaa henkilökuvan esittämää, yksityiselämään liittyvää tilannetta? Vastaukseksi saadaan paksu nippu tilanteiden raakamääritelmiä, lyhyitä kiteytyksiä, kuten onnen hehkuttaminen, murehtiminen, selviytyminen, omien parhaiden puolien esittely, tunteista avautuminen. Nämä raakamääritelmät eivät merkitse samaa kuin yksityiselämään liittyvän tarinan aihe, joka voi olla vaikkapa perhe-elämä, rakkaus tai harrastukset. Tilanteiden raakamääritelmissä liikutaan jotakin aihetta koskevan toiminnan tasolla, ja yhdenlainen raakamääritelmä on periaatteessa yhdistettävissä useisiin aiheisiin. Raakamääritelmien hahmottamisessa apuna voivat toimia esimerkiksi William A. Gamsonin ja Kathryn E. Laschin (1983, 398–400) listaamat kehysten tunnustusvälineet (*framing devices*), joiden avulla kehyksiä vastaavat skeemat aktivoituvat lukijan mielessä: metaforat, esimerkit, iskulauseet, kuvailut ja visuaaliset kuvat. Tämän tutkielman aineistossa keskeisimmäksi tunnustusvälineeksi nousevat kuvailut eli ominaisuuksien joukot, jotka liitetään tavalla tai toisella aiheeseen (emt., 400). Visuaaliset kuvat suljetaan kokonaan analyysin ulkopuolelle.

Kehysten rakentumismallin toinen vaihe on *jännitteiden paikantaminen*. Kun tilanteiden raakamääritelmiä on saatu louhittua huomattava määrä, voidaan huomata, että niiden sisältä alkaa hahmottua tiettyjä jännitteitä eli vastinpareja, jotka viime kädessä määrittävät tilannetta ja siihen liittyvään toimintaan ehdotettua reaktiota. Yksi raakamääritelmä voi toki sisältää useita jännitepareja, mutta jännitteiden paikantamisvaiheessa ne on pyrittävä kiteyttämään yhteen tai kahteen keskeiseen, kaikkeen perimmäiseen ja mielekkäimpään tilanteen määrittäjään, joka yhdistää tilannetta toisiin raakamääritelmiin. Esimerkiksi tilanteessa, jossa tuodaan esiin hyväntekeväisyyttä harrastavan poliitikon jalous, tilanteen raakamääritelmäksi on nimetty ”ehdokkaan parhaiden puolien esitteleminen”. Tällöin tilanteesta voidaan havaita esimerkiksi jännitepareja epäitsekkyyttä–itsekkyyttä, anteliaisuus–säästäväisyys ja empaattisuus–tunnekylläisyys. Kun tilanteen raakamääritelmää kuitenkin verrataan muihin samankaltaisiin raakamääritelmiin ja niiden jännitepareihin, sen mielekkäimmäksi jännitteeksi näyttäisi hahmottuvan tavallisuus–erityisyys: antelias hyväntekeväisyyteen lahjoittaminen esitetään erityisenä tavanomaisena pidettyyn itsekkyyteen nähden. Jännitteen mielekkyydellä tarkoitan sitä, että jännitepari liikkuu tarpeeksi yleisellä tasolla yhdistääkseen useita samankaltaisia tilanteiden raakamääritelmiä.



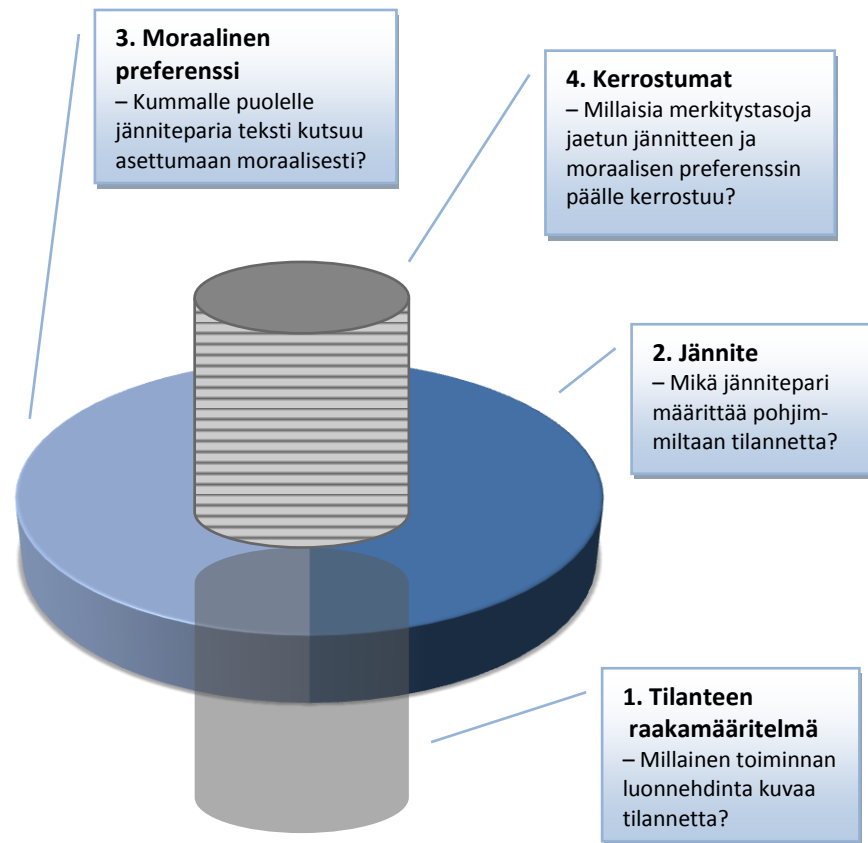
Toiseksi esimerkiksi otettakoon tilannemääritelmä ”tietojen salaaminen” eli tapaus, jossa poliitikko kieltäytyy vastaamasta toimittajan esittämään, yksityiselämää koskevaan kysymykseen. Tässä pohjimmaisiksi jännitepariksi valitaan avoimuus–yksityisyys. Pian huomataan, että sama jännitepari alkaa koota alleen joukon muita tilanteiden raakamääritelmiä – esimerkiksi tilannemääritelmän ”tunteista avautuminen”, jossa poliitikko kertoo avoimesti yksityisestä tunne-elämästään toimittajalle. Siinäkin on pohjimmitaan kyse avoimuuden ja yksityisyyden välisestä jännitteestä. Kun raakamääritelmiä voidaan tällä tavoin kasata ryhmiksi jänniteparien ohjaamina, ollaan askel lähempänä varsinaisten kehysten muodostamista.

Rakentumisprosessin kolmas vaihe on *moraalisten preferenssien määrittäminen*. Samalla, kun tilanteiden raakamääritelmät alkavat ryhmittyä jänniteparien alle, havaintoprosessissa hahmottuu ehdotettuja reaktioita raakamääritelmiin. Toisin sanoen tekstit kutsuvat lukijaa asettumaan moraalisesti vastinparin jommankumman puoliskon puolelle. Nimitän näitä ehdotettuja suhtautumistapoja moraaliseksi preferensseiksi. Esimerkiksi edellä mainitussa, ehdokkaan jaloutta esittelevässä tilanteessa erityisyyttä tarjotaan moraaliseksi preferenssiksi tavallisuuteen nähden: laupea hyväntekeväisyyteen lahjoittaminen esitetään erityisenä ja parempana kuin itsekkyyys, siis tavanomaisuus. Tässä kehysten muodostamisen vaiheessa saman jännitteen yhdistämät raakamääritelmät joko sitoutuvat entistä lujemmin toisiinsa tai erkanevat toisistaan sen mukaan, sisältävätkö ne saman vai vastakkaisen moraalisen preferenssin. Esimerkiksi edellä mainittu ”tunteista avautuminen” -raakamääritelmä jakaa saman jännitteen ”tietojen salaaminen” -raakamääritelmän kanssa. Kummankin perustana toimii jännitepari avoimuus–yksityisyys. Nyt kuitenkin huomataan, että yhteisen jänniteparin liimasta huolimatta raakamääritelmiä vetävät erilleen vastakkaiset moraaliset preferenssit: avautumistilanteessa preferenssiksi ehdotetaan avoimuutta, salaamistilanteessa puolestaan yksityisyyttä. Siten näiden raakamääritelmien ei voida katsoa mahtuvan samaan kehykseen. Mallin toisessa vaiheessa hahmottuneet tilannemääritelmien ryppäät siis hioutuvat, pilkkoutuvat ja järjestyvät nyt hiukan uudelleen.

Neliportaisen mallin viimeiseksi vaiheeksi jää *kehysten lopullinen jalostaminen*. Tässä vaiheessa ryhmitellään toisiinsa läheisesti liittyvät, toisin sanoen saman jännitteen ja moraalisen preferenssin sisältävät, raakamääritelmät selkeiksi ja yhtenäisiksi joukoiksi ja nimetään ne kuvaavalla tavalla. Näin saadaan lopullinen, jalostettu kehys. Esimerkiksi tilannemääritelmät, joita yhdistää jännitepari avoimuus–yksityisyys ja moraalinen

preferenssi yksityisyys, voidaan nimetä varjelen kehukseksi. Tämä kehys raamittaa tilanteita, joissa poliitikko suhtautuu tavalla tai toisella torjuvasti yksityiselämänsä julkiseen esittelyyn. Havaintoprosessin tässä vaiheessa tutkimuskirjallisuudesta etsitään tuoksi taustateoriaa, joka ruokkii määritelmiä koskevia havaintoja ja jalostaa niitä entisestään. Lisäksi jalostusvaiheeseen tultaessa tai sen edetessä kehyksistä on hahmottunut kerrostumia, sekundaarisia kehystyksiä. Ne antavat jalostetulle kehykselle hiukan vaihtelevia sävyjä, mutta rakentuvat silti kaikki yhteisen kehyksen – eli tietyn jännitteen ja moraalisen preferenssin – pohjalta. Kerrostumat voivat muistuttaa tilanteiden hajanaisia raakamääritelmiä, mutta ovat suodattuneet jalostettujen kehysten läpi prosessin alkuvaihetta selkeämmiksi, teorian ruokkimiksi kokonaisuuksiksi. Esimerkiksi varjelen kehukseen rakentuvia kerrostumia ovat yksityiselämään liittyvien tietojen salaamispyrkimykset, median ehtoihin taipuminen, julkisuuden pelisäännöistä neuvottelu ja median käytöjen kritisointi. Palaan kunkin kehyksen keskeisiin tilanteiden raakamääritelmiin, jännitteisiin, moraalisiin preferensseihin ja kerrostumiin luvussa 6.2.8.

Kehysten rakentumisen neliportainen malli on havainnollistettu kuviossa 2. Siinä tilanteen raakamääritelmä näyttää hiukan epämääräisenä, ääriiviivattomana rakennustelineenä tai tukirankana, jonka päälle varsinainen kehys rakentuu jännitteestä, moraalista preferenssistä ja kerrostumista. Kehyksen kovan ytimen muodostavat jännite ja moraalinen preferenssi. Vasta niiden varaan voidaan rakentaa pino merkityskerrostumia. Lopuksi on vielä huomautettava, että laadullisen analyysin havaintoprosessia on yleensä hankala sanallistaa tyhjentävästi. Siten mallia voidaan pitää lähinnä likimääräisenä kuvauksena, väljänä rekonstruktiona ja ideaalimallina kehysten muodostamisprosessista. Todellinen havaintoprosessi ei tietenkään etene yhtä lineaarisesti kuin neliportainen malli antaa ymmärtää: käytännössä mallin vaiheet limittyvät toisiinsa ja poukkoilevat ristiin sekä rinnakkain.



KUVIO 2 Kehysten rakentumisen neliportainen malli

### 5.3. Yksityiselämän politisoimisen muodot – analyttinen viitekehys

Yksityiselämän kehystämistapojen ja määrällisten elementtien lisäksi tässä tutkielmassa kuvataan politisoimista eli tapoja, joilla yksityiselämän kautta käsitellään poliittisia kysymyksiä. Politisoimisen käsite ei ole aivan yksiselitteinen. Siksi hahmottelen luvun 6.3 menetelmälliseksi pohjaksi analyttisen kehikon, johon sijoitan yksityiselämän politisointityypit.

Yleisesti ottaen politisoiminen tarkoittaa jonkin aiheen merkitsemistä poliittiseksi: sen tuomista julkiseen keskusteluun, sen tekemistä kiistanalaiseksi väittelyn kohteeksi ja avoimeksi vaihtoehdoille (Palonen 2003, 171; de Wilde 2011, 561; Luhtakallio 2012, 9). Tarkemmilta yksityiskohdiltaan politisoiminnan määritelmät vaihtelevat suuresti. Osa

tutkijoista rajaa käsitteen varsin tiukasti. Esimerkiksi Pieter de Wilden (2011, 567) mielestä politisoiminen on mahdollista vain edustuksellisille toimijoille – kuten puolueille ja edunvalvontajärjestöille – eikä niin sanotuille tavallisille kansalaisille. Kari Palosen (2003, 182) mukaan aiheen politisoimiseksi taas ei riitä pelkästään sen nostaminen kollektiiviseen neuvottelupöytään, vaan samalla olisi tarjottava suuntaviivoja sitä koskevan politiikan teolle. Hänelle politisoiminen on siis määrätietoinen pyrkimys vaikuttaa.

Tässä tutkielmassa politisoiminen käsitetään edellä mainittuja rajauksia väljemmin. Ensinnäkään henkilökuissa esiintyvät presidenttiehdokkaat eivät nosta aiheita poliittiselle pelikentälle ainoastaan poliitikon roolissa, vaan myös julkisuudessa esiintyvinä yksityisinä kansalaisina, joilla on vaikkapa perhe, harrastuksia ja rakkaussuhteita. Toiseksi kipukohtien esille tuomiseen ei aina liity suoranaista ehdotusta siitä, miten niitä voisi parantaa. Niinpä tarkoitan yksityiselämän politisoimisella – varsin löyhästi määritellen – toimintaa, jossa henkilökohtainen kysymys kytketään yleiselle ja kollektiiviselle tasolle. Stanyerin (2013, 13–14; kts. luku 3.1.4) termein ilmaistuna kysymys siis siirrettäisiin henkilökohtaisen alueen sisällä yksityisestä julkiseen.

Tarkempana lähtökohtana toimii Jane Mansbridgen (1999) esittämä politisoinnin määritelmä. Mansbridgen mukaan politisoiminen merkitsee muiden huomion kiinnittämistä johonkin aiheeseen, josta olisi syytä keskustella kollektiivisesti ja jota voidaan yrittää muuttaa. Politisoimiseen ei välttämättä tarvita valtiota tai poliittisia instituutioita, vaan se voi olla arkista, epämuodollisessa tilanteessa käytävää keskustelua. (Mansbridge 1999, 214–215.) Ensi silmäyksellä yksityiseltä näyttävät asiat voivat siis olla poliittisia, jos niistä avautuu syitä, joiden vuoksi niistä pitäisi huolestua yleisellä tasolla (Graham 2008, 22). Näin ymmärrettynä poliitikkojen yksityiselämää käsittelevät henkilökuvat voivat avata politisoinnin paikkoja, joissa viritellään ohuita poliittisen keskustelun kieliä ja houkutelnaan jälkimodernia poliittista yhteisöä jatkamaan keskustelua.

Millä tavoin poliitikon yksityiselämää sitten nostetaan yleiselle tasolle, kollektiiviseksi huolenaiheeksi? Laajasti ymmärrettynä voidaan ajatella, että kaikki poliitikon yksityiselämää koskevan tiedon julkaiseminen olisi politisointia (kts. esim. Langer 2010, 61), vaikuttaahan se poliitikkoa koskeviin yleisiin käsityksiin ja tämän arviointiin. Pieninkin yksityiselämän hippunen voi tehdä suuren vaikutuksen yhteen äänestäjään ja karkottaa toisen, joten lehdessä julkaistuna tietona se on epäilemättä siirtynyt yleiselle ja kollektiiviselle tasolle. Näin laaja ymmärrys yksityiselämän politisoimisesta käy järkeen, mut-

tei sellaisenaan palvele tämän tutkielman kysymyksenasettelua. Hyvin löyhän käsitteen riskinä on, että se likipitään tyhjenee merkityksestä, lakkaa käytännössä tarkoittamasta mitään ja muuttuu liian liukkaaksi tarjotakseen analyttistä tarttumapintaa. Siksi olen hahmotellut poliitikkojen yksityiselämän politisointityypit nelijaoksi, jonka avulla selvennän, millaiseen politisointiin huomio kiinnittyy tutkielmassa tästä eteenpäin.

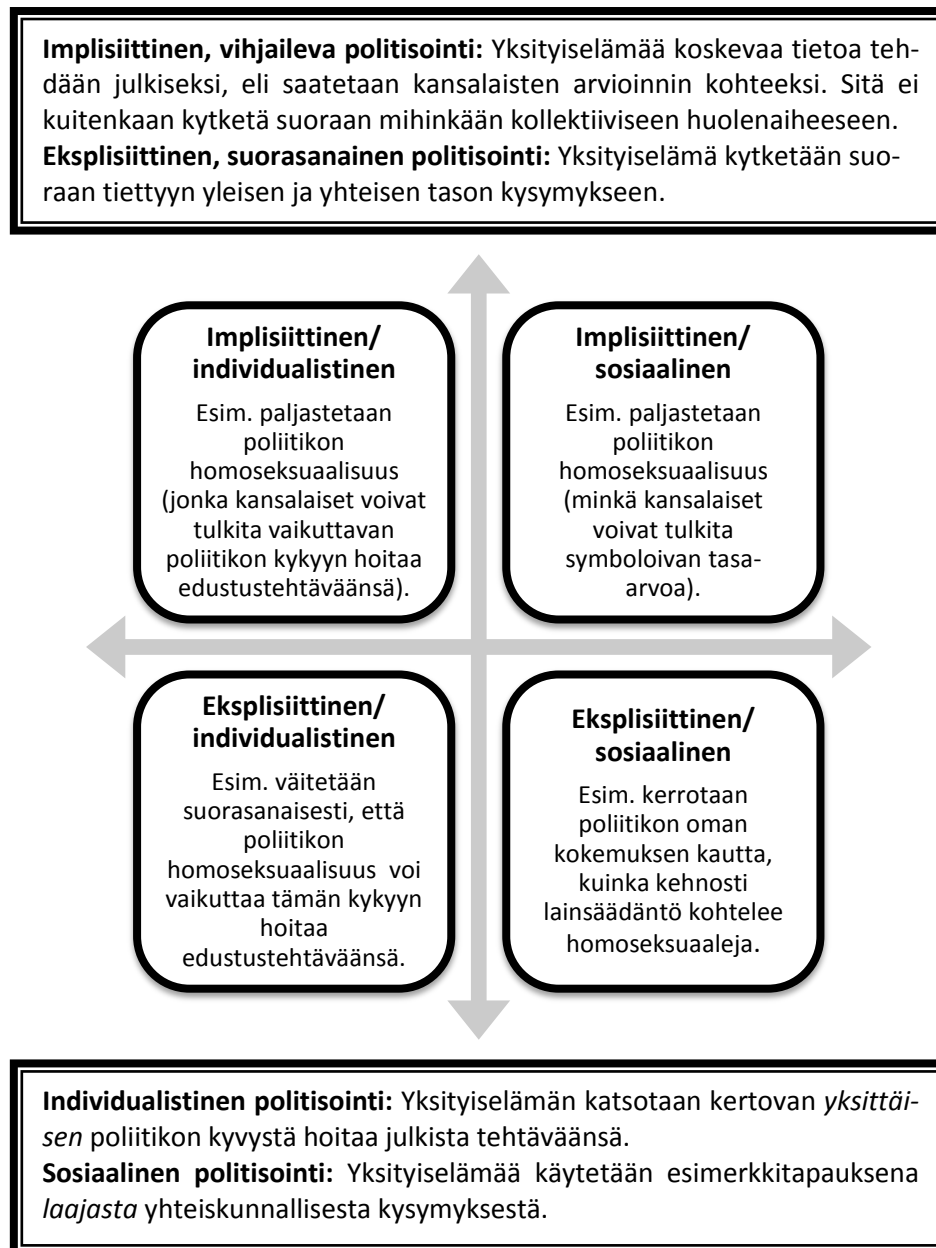
Olen pilkkonut yksityiselämän politisoimisen analyttisiksi kategorioiksi käyttäen jäsentäjänä kahta akselia: implisiittinen–eksplisiittinen ja individualistinen–sosiaalinen. Näistä ensiksi mainittu jakaa politisoinnit kahteen ryhmään sen mukaan, kuinka selkeästi poliitikon yksityiselämä esitetään yhteisenä huolenaiheena. Implisiittisellä eli vihjaillevalla politisoinnilla tarkoitan politisoimisen muotoa, jossa yksityiselämää koskevaa tietoa tehdään julkiseksi eli saatetaan kansalaisten arvioinnin kohteeksi. Sitä ei kuitenkaan suoraan kytketä yleiseen ja yhteiseen, jolloin tieto on poliittista vain hyvin väljästi ajatellen. Esimerkkinä implisiittisestä politisoinnista voisi olla vaikkapa poliitikon homoseksuaalisuuden paljastaminen niin, että tiedon moraalinen ja poliittinen arviointi jätetään kansalaisten tehtäväksi. Implisiittisen politisoinnin yleinen merkitys on siis hyvin tulkinnanvarainen: kansalaisesta riippuen homoseksuaaliksi paljastunut poliitikko voidaan nähdä seksuaalivähemmistöjen oikeuksien ja tasa-arvon symbolina, kansakunnan edustajaksi sopimattomana henkilönä tai jonakin aivan muuna. Eksplisiittinen eli suorasanaisten politisointi puolestaan on vihjailevan politisoinnin vastinpari: siinä poliitikon yksityiselämä kytketään selkeästi tiettyyn yleisen ja yksityisen tason kohtaan. Tätä politisoinnin muotoa voisi edustaa vaikkapa kolumni, jossa toimittaja ei ainoastaan tyydy nostamaan poliitikon seksuaalista suuntautumista esille, vaan myös esittää väitteitä siitä, miten kyseinen yksityiselämän elementti voi vaikuttaa homoseksuaalien arvostukseen sosiaalisena ryhmänä tai poliitikon henkilökohtaiseen suosioon ja kykyyn hoitaa tehtäväänsä.

Toinen politisointiakseli jännittyy individualistinen–sosiaalinen-ääripäiden välille. Jakolinja kertoo, koskeeko politisoinnin kautta esiin nostettu huolenaihe yksittäistä poliitikkoa vai yhteiskunnallista kysymystä. Individualistisella politisoinnilla tarkoitan politisoimisen muotoa, jossa yksityiselämän katsotaan kertovan *yksittäisen* poliitikon kyvystä hoitaa julkista tehtäväänsä; sosiaalisessa politisoinnissa poliitikon yksityiselämää sitä vastoin käytetään esimerkkitapauksena *laajasta* yhteiskunnallisesta kysymyksestä. Jos pitäydytään edelleen homoseksuaalisuusesimerkissä, individualistista politisointia voisi olla vaikkapa julkisuudessa esitetty väite siitä, että homoseksuaalin poliitikon olisi han-

kala käydä edustusvierailulla maissa, joissa homoseksuaalisuus on kriminalisoitu. Argumentin mukaan yksityiselämä siis vaikuttaa olennaisesti poliitikon kykyyn hoitaa vaikkapa presidentin tehtävää. Sosiaalista politisoinnin tyyppiä puolestaan edustaisi esimerkiksi lehtihaastattelu, jossa tuodaan esiin poliitikon oman kokemuksen kautta, kuinka syrjivästi adoptiolainsäädäntö kohtelee homoseksuaaleja. Tällöin yksityiselämä kiinnittyy hyvin vahvasti yleiselle tasolle.

Kun implisiittinen–eksplisiittinen- ja individualistinen–sosiaalinen-akselit asetetaan ristiin, saadaan nelikenttä, jossa yksityiselämän politisoinnin tyypeiksi hahmottuvat implisiittis-sosiaalinen, eksplisiittis-sosiaalinen, implisiittis-individualistinen ja eksplisiittis-individualistinen politisoiminen. Nelikenttä on kuvattu kuviossa 3, johon olen sijoittanut myös edellä mainitut, osin kuvitteelliset käytännön esimerkit.

Luvussa 6.2 keskityn pääasiassa implisiittiseen politisointiin eli yksityiselämää koskevan tiedon julkaisemiseen, jonka yleinen merkitys jää lopulta varsin epämääräiseksi ja tulkinnanvaraiseksi. Sitä ei ole kovinkaan mielekästä analysoida tiettyjen yhteisen huolenaiheiden esille nostamisena, johon huomio kiinnittyy luvussa 6.3. Niinpä tarkoitan politisoinnista puhuessani tästä eteenpäin vain eksplisiittistä eli suorasanaista politisointia, joka voi esiintyä kuvion 3 mukaisesti individualistisessa tai sosiaalisessa muodossa. Näistä vahvempana politisoinnin muotona voidaan pitää eksplisiittis-sosiaalista politisointia, sillä se kiinnittää yksityiselämän kollektiiviselle tasolle lujemmin kuin eksplisiittis-individualistinen politisointi, jonka huolenaiheet liittyvät lähinnä yksittäisen poliitikon toimintaan.



KUVIO 3 Poliitikkojen yksityiselämän politisoinnin muodot

Luvussa 6.3. analysoin aineistossa esiintyvää eksplisiittistä politisoimista kuvaamalla sen yleisyyttä sisällön erittelyn avulla. Lasken muun muassa, kuinka monta kertaa yksityiselämää politisoidaan henkilökuvaa kohden ja miten politisoimiskerrat jakautuvat individualistiseen ja sosiaaliseen politisointityyppiin. Annan aineistosta poimittuja esimerkkejä kummastakin politisointityypistä. Esimerkkien kautta kytken määrällisen kuvauksen kehysanalyysissä muodostettuihin kehyksiin. Tarkoitan yhdellä politisointikeralla yhtä yksityiselämän asiakokonaisuutta, joka on kytketty yhteen yleisen tason ky-

symykseen. Jos sama asiakokonaisuus on kytketty myöhemmin vielä toiseenkin, edellisestä kytkennästä erilliseen yleisen tason kysymykseen, olen laskenut sen uudeksi politisointikerraksi. Asiakokonaisuuden mitta voi vaihdella yhdestä virkkeestä periaatteessa kokonaiseen lehtijuttuun.



## 6 TUTKIMUSTULOKSET

Nyt on aika esitellä, millaisessa valossa vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden yksityiselämä näyttäytyy heidän henkilökuvissaan. Ensin luon kuitenkin lyhyen katsauksen siihen, kuinka suuren roolin yksityiselämä ylipäättään saa aineiston lehtijutuissa. Tutkimusaineistoon kuuluneesta 87 henkilökuvasta vain neljässä (Lapin Kansa 23.1.2013a; Satakunnan Kansa 6.2.2012; Talouselämä 4/2012 [sisältää kaksi henkilökuvaa]) ei viitata lainkaan ehdokkaan yksityiseen puoleen. Sitä vastoin aineistossa on useita henkilökuvia, jossa yksityiselämää käsitellään vain hyvin vähän. Valtaosa ehdokasesittelyistä kuuluu yhtä kaikki joukkoon, jossa yksityiselämästä kerrotaan huomattavasti mutta juttun päähuomio pysyy silti poliitikon julkisessa roolissa. Yksityiselämään pääasiallisesti keskittyviä henkilökuvia on aineistossa 23 kappaletta, eli runsas neljännes kaikista henkilökuvista. Tällaisia ehdokasesittelyitä on sekä absoluuttisesti että suhteellisesti eniten populaarilehdissä ja vähiten eliittilehdissä. Populaarilehdissä niitä on 14 kappaletta eli kolmasosa lehtityypin henkilökuvista, alueellisissa lehdissä seitsemän kappaletta eli runsas neljännes lehtikategoriasta ja eliittilehdissä vain kaksi lehtityypin 19 henkilökuvasta.

Tästä eteenpäin puran analyysin tuloksia kolmessa osassa. Avausosuus eli luku 6.1 toimii määrällisenä pohjustuksena kahdelle seuraavalle alaluvulle tarjoamalla yleisluontoisen kuvauksen elementeistä, joista poliitikkojen yksityiselämä koostuu näiden henkilökuvissa. Luvussa 6.2. vastaan ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni eli kerron, kuinka presidenttiehdokkaiden yksityiselämää kehystetään tutkimusaineistossa. Luku 6.3 puolestaan tarjoaa vastauksen toiseen tutkimuskysymykseen siitä, miten ja missä määrin noille kehyksille annetaan poliittisia merkityksiä.

### 6.1 Määrällinen yleiskuva presidenttiehdokkaiden yksityiselämästä

Ennen laadullista kehysanalyysia esittelen lyhyesti, millaisista elementeistä presidenttiehdokkaiden yksityiselämä koostuu heidän henkilökuvissaan. Olen luokitellut tutkimusaineistossa esiintyneet yksityiselämän osa-alueet seitsemään kategoriaan, joiden yleisyyttä aineistossa tarkastelen: uskontoon, perheeseen, rakkaus- ja seksielämään,

vapaa-aikaan, menneisyyteen, henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja terveydentilaan. Seuraavaksi määrittelen kunkin kategorian sisällön yleisluontoisesti.

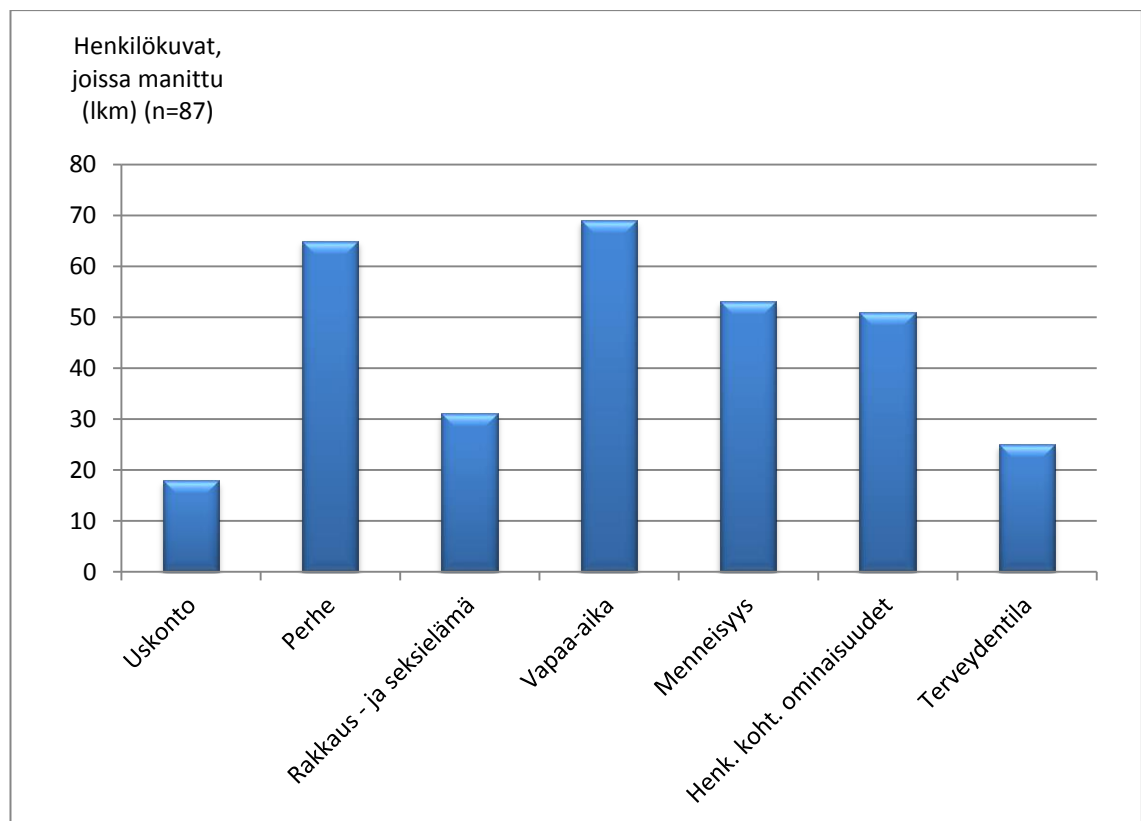
Olen lukenut *uskonnon* kategoriaan maininnat ehdokkaan kirkkokuntaan kuulumisesta tai kuulumattomuudesta, uskonnollisesta vakaumuksesta ja uskontoon liittyvistä ajatuksista. *Perheeseen* taas kuuluu perheenjäseniin eli puolisoihin ja lapsiin liittyvien tietojen, kuten nimien ja ammattien, mainitseminen. Myös lemmikkien esille tuominen lukeutuu tähän luokkaan. *Rakkaus- ja seksielämän* kategoria pitää sisällään kuvaukset rakkaussuhteen laadusta ja tunteellisesta puolesta tai sen ajallisista vaiheista, kuten alkujaoista tai päättymisestä. Tähän kategoriaan ei siis riitä esimerkiksi pelkkä puolison nimen mainitseminen, vaan edellytyksenä on perhekatgoriaa pidemmälle menevä, intiimimpi kuvailu. Olen lukenut rakkaus- ja seksielämän kategoriaan kuuluviksi myös suorat maininnat ehdokkaan seksuaalisesta suuntautumisesta, joskin joku toinen olisi voinut päätyä luokittelemaan ne henkilökohtaiseksi ominaisuudeksi. *Vapaa-ajan* luokkaan kuuluu ajanvietto julkisen roolin ulkopuolella, kuten harrastuksissa. Kategoria on varsin laaja, sillä lisäksi siihen kuuluvat vapaa-ajan ystävyysuhteet, vapaa-aikaan kuuluvien arkirutiinien kuvaukset, elämäntavat, tulotason mainitseminen, omaisuuden – kuten auton ja asunnon – kuvailu, asuinpaikka vähintään kaupunginosan tarkkuudella sekä henkilökohtainen maku muissa kuin politiikkaan liittyvissä kysymyksissä. Esimerkkinä yksityisistä makukysymyksistä mainittakoon vaikkapa lempiruuat.

*Menneisyyden* luokkaan sisältyvät kuvaukset menneistä elämänvaiheista, jotka eivät suoraan liity julkiseen rooliin tai työuraan eivätkä myöskään mene päällekkäin perhe- ja parisuhdeluokkien kanssa. Tyypillisimmin tähän luokkaan kuuluvat kuvaukset lapsuudesta ja nuoruudesta sekä ehdokkaan mahdollisesta rikostaustasta. *Henkilökohtaisiksi ominaisuuksiksi* olen laskenut henkilön ominaispiirteet, jotka eivät liity suoraan julkiseen rooliin. Tähän luokkaan kuuluvat esimerkiksi luonteenpiirteet, mutta vain silloin, kun niitä kuvataan yksityiselämään, kuten perheeseen ja vapaa-ajan ystäväpiiriin, liittyvässä kontekstissa. Olen lukenut kategoriaan myös esimerkiksi ulkonäön ja pukeutumisen kuvaukset siitakin huolimatta, että niiden voitaisiin katsoa myös julkisiksi ominaisuuksiksi; ovathan ne yleisesti havaittavissa. Itse olen päätenyt määrittelemään ne yksityiselämäksi siitä syystä, ettei niillä ole kovinkaan paljoa tekemistä ehdokkaan poliittisten mielipiteiden tai poliitikonkykyjen – toisin sanoen julkisten tehtävien hoitamisen – kanssa. Viimeisenä luokkana on *terveydentila*, johon kuuluvat maininnat ehdokkaiden sairauksista tai niiden mahdollisuudesta sekä kuvaukset fyysisestä kunnosta. Myös ur-

heiluharrastukset on luettu vapaa-ajan luokan sijasta terveyteen silloin, kun niiden harrastamisen syyksi on ilmoitettu terveyden ja kunnon ylläpitäminen.

Käytän edellä esitettyjen luokkien yleisyyden mittana niiden henkilökuvien lukumäärää, joissa kukin kategoria esiintyy. Toki yksityiselämää eriteltäessä olisi voinut laskea myös esimerkiksi lauseita tai kappaleita, mutta moinen olisi todennäköisesti heikentänyt reliabiliteettia jonkin verran. Yksittäisen jutun pitäminen luokitusyksikkönä lienee siis tässä tapauksessa selkein valinta.

Sisällön erittelyn tulokset ilmenevät kuvioista 4. Diagrammista voidaan havaita, että luokat näyttävät jakautuvan karkeasti kolmeen ryhmään sen mukaan, kuinka monessa henkilökuvassa ne esiintyvät. Yli 60 henkilökuvaan yltävät vapaa-ajan (mainittu 69 henkilökuvassa) ja perheen (65) kategoriat, jotka esiintyvät selkeästi suurimmassa osassa aineiston 87 henkilökuvasta. Toisessa ryhmässä tulevat menneisyyden (53) ja henkilökohtaisten ominaisuuksien (51) luokat, joihin kuuluvia elementtejä mainitaan runsaassa puolessa henkilökuvista. Heikoimman esiintymistiheyden kastiin jäävät rakkaus- ja seksielämän (31), terveydentilan (25) ja uskonnon (18) luokat, joihin kuuluvia piirteitä on löydettävissä selvästi alle puolesta aineistoon kuuluneista henkilökuvista.



KUVIO 4 Yksityiselämän osa-alueet presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa

Vapaa-ajan kohoaminen poliitikkojen yksityiselämän kuvauksia eniten määrittäväksi luokaksi ei ole yllättävää, sillä kategoria on rajattu varsin väljästi – kuuluuhan sinne värikäs joukko elementtejä harrastuksista ja ystäväpiiristä lempiruokiin. Luokkaa olisi toki voinut pilkkoa pienemmiksi paloiksi, mutta olen halunnut pitää yksityiselämän elementtiluokittelun selkeänä ja helposti hahmottuvana kokonaisuutena riekaleisen tilkutäkin sijaan. Perhekatégorian yleisyyttä puolestaan selittää se, että perheenjäsenten nimet on helppo mainita esimerkiksi sivulauseessa tai tietolaatikossa sellaisessakin jutussa, joka ei muuten käsittele ehdokkaan yksityiselämää juuri lainkaan. Muutamassa aineiston henkilökuvassa ainoaksi viittaukseksi poliitikon yksityiselämään jäävätkin juuri faktaruudussa luetellut perhesuhteet. Lisäksi on mainittava, että henkilökohtaisten ominaisuuksien palkki venyisi hiukan, jos maininnat poliitikon seksuaalisesta suuntautumisesta sisällytettäisiin siihen rakkaus- ja seksielämän kategorian sijaan. Vastaavasti rakkauselämän luokka kutistuisi tällöin hienoisesti entisestään.

Yksittäisten ehdokkaiden välillä merkittävimmät erot liittyvät uskonnon mainitsemiseen. Uskovaisina poliitikkoina tunnettujen Sari Essayahin ja Timo Soinin henkilökuvat muodostavat kaksistaan kaksi kolmannesta uskontokategoriaan kuuluneesta aineistosta. Muiden ehdokkaiden uskonnollisuutta sivutaan aineistossa hyvin vähän, yhteensä vain kuudessa henkilökuvassa. Rakkaus- ja seksielämän mainitsevia henkilökuvia puolestaan on eniten Pekka Haaviston ehdokasesittelyissä siitä syystä, että julkihomona tunnetun ehdokkaan seksuaalinen suuntautuminen tuodaan esille varsin monessa jutussa.

Lehtityyppien – eliitti-, populaari- ja alueellisten lehtien – välillä ei ilmene silmiinpistäviä eroja kategorioiden esiintymisessä. Toisin kuin voisi kuvitella, esimerkiksi rakkaus- ja seksielämää ei käsitellä populaarilehtien jutuissa suhteellisesti enempää kuin vaikka laatulehdissä. Tosin tässä on huomioitava, että laskennan yksikkönä on käytetty kokonaisten henkilökuvien lukumäärää, jolloin maltillinen viittaus seksuaaliseen suuntautumiseen painaa vaakakupissa täsmälleen yhtä paljon kuin yltiöavoin parisuhdehaastattelu. Jos esiintymistä laskettaessa huomioitaisiin kategorioiden painoarvo yksittäisten juttujen sisällä, näyttäytyisivät populaarilehdet parisuhdehaastatteluineen kirkkaasti rakkauskakeskeisimpänä lehtityyppinä. Kuten aiemmin totesin, olen kuitenkin halunnut pitäytyä mahdollisimman selkeässä ja helposti toistettavassa mittaustavassa.

Sisällön erittelyn paljastamat yksityiselämän elementtien esiintymismäärät on tarkoitettu tässä vain suuntaa antavaksi johdatteluksi syvempään, laadulliseen analyysiin. Seuraavaksi sukellan henkilökuvien sisältöön perinpohjaisemmin esittelemällä tapoja, joilla poliitikkojen yksityiselämää kehystetään.

## **6.2 Poliitikkojen yksityiselämää reunustavat kehykset**

Kun lehtijutun huomio kiinnittyy poliitikon julkisista tehtävistä tämän yksityiseen puoleen, voidaan kehysanalyttisin termein puhua virittämisestä (kts. Goffman 1986, 43–44). Tällöin poliitikko loikkaa ensisijaisesta poliitikon roolistaan sekondaariseen rooliin: stand up -koomikoksi, vanhemmaksi, aviopuolisoksi, jalkapallofaniksi tai läheiseksi ystäväksi. Virittäminen tarkoittaa siis sitä, että väliaikaisesti muutetaan tapaa, jolla viestintätilannetta tulisi lukea.

Esittelen luvuissa 6.2.1–6.2.7 seitsemän kehystämisen tapaa, jotka virittävät aineistossa esiintyvät poliitikot yksityiselämän rooleihin: tavallisuuden, julkisivun, täyttymyksen, huumorin, kamppailun, varjelun ja tunnustuksen kehykset. Pyrin arvioimaan, millaisia tehtäviä kehykset täyttävät poliitikon julkisen imagon rakennustyössä ja lukijan palvelemiseksi. Luku 6.2.8 tarjoaa kuvauksen kehysten yleisyydestä ja niiden rakentumisesta luvussa 5.2.3 esitellyn porrasmallin valossa.

### ***6.2.1 Noutopitsaa kotisohvalla – yksityiselämä todisteena poliitikon tavallisuudesta***

Vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa kuvataan varsin runsaasti ehdokkaiden tavanomaisia lähtökohtia, koruttomia arkirutiineja ja vaatimattomia elämäntapoja. Nimitän tällaista, julkisuuden henkilön yksityiselämää vulgarisoivaa esittämistapaa tavallisuuden kehykseksi. Poliitikon ”tavallisuuden” todistelulla voi olla useita funktioita, joita esittelen nyt muutaman esimerkin kautta.

Vulgarisoivan kehyksen ilmeisin tarkoitus on kertoa kansalaisille, ettei poliitikko ole loitontunut tavallisen ihmisen kokemusmaailmasta omalle kiertoradalleen. Puoluepolitiikka tavataan mieltää kansasta vieraantuneiden omaneduntavoittelijoiden valtapeliksi, minkä vuoksi poliitikkojen on kartettava kaikin keinoin ”pelkäksi” poliitikoksi leimau-

tumista. Poliitikkojen on pystyttävä osoittamaan, että he ovat nähneet muutakin elämää kuin politiikan: heillä on oltava ”tosielämän” työkokemusta tai tavallisiksi katsottuja harrastuksia ja arkista perhe-elämää (Karvonen 1999, 111). Lasten kiukuttelujen, marketissa ruokaostoksilla käymisen ja rakkauselämän ryppyjen esitleminen lehtien sivuilla palvelee juuri tätä funktiota. Etevätkään poliitikko ei pysty esiintymään uskottavasti kuningas Midaksena, joka muuttaa kaiken koskettamansa kullaksi. Tavallisuuttaan korostava poliitikko puhuu siis eräänlaista ”yksi meistä” -kieltä (emt. 111).

John Street (2004) oikeuttaa tällaista ”yksi meistä” -kielen käyttöä edustamisen käsitteen kautta. Streetille poliittinen edustaminen ei ole vain äänestäjien puolesta *toimimista* (vrt. Pitkin 1967, 112–119), vaan myös heidän kaltaisenaan *olemista*, jolloin samankaltaisuus äänestäjäkunnan kanssa luo poliitikon ja kansan välille symbolisen siteen. Tämän näkemyksen mukaan edustajien tulee olla ikään kuin edustettavien peilikuvia ja edustaa heitä kaikessa tavallisuudessaan: edustajat ovat ihmisiä, jotka syövät, nukkuvat ja osoittavat hellyyttä kuin kuka tahansa meistä. Toisin sanoen Streetin mielestä yksi poliittisen edustajan tehtävistä on herättää yhteisyyden tuntemuksia ja tarjota samastumisen kokemuksia julkisuuden henkilöiden tavoin. (Street 2004, 442–444.)

Ilmeisesti myös vuoden 2012 presidenttiehdokkaat ja heistä medialogiikan rutiinien mukaisesti kirjoittaneet toimittajat ovat katsoneet tavallisuuden tehokkaaksi keinoksi luoda symbolista yhdyssidettä kansalaisiin. Ehdokkaiden henkilökuviin on nimittäin upotettu huomattava määrä tavallisuuden performansseja. Useissa lehtijutuissa kuvataan, kuinka ehdokkaat hoitavat kotonaan tiskikoneen täyttämisen, roskien viennin, pyykin ripustamisen, ruokaostoksilla käymisen ja ruuanlaiton kaltaisia arjen rutiineja (esim. Anna 40/2011; 49/2011; Me Naiset 44/2011; Iltasanomat.fi 7.1.2012; 10.1.2012; Seura 1/2012). Usein pelkkä maininta arkitoimista ei riitä, vaan tavallisuutta on erikseen alleviivattava kuvailemalla rutiinien hoitamista ikävyyden, tylsyyden ja vaikeuden kylästäväksi. Esimerkiksi Pekka Haaviston mielestä hänen huonoin piirteensä on ”[k]yky lykätä siivouksen aloittamista” (Iltasanomat.fi 7.1.2012). Sauli Niinistö puolestaan tunnustaa unohtavansa astianpesukoneen tyhjentämisen tämän tästä, koska ”*se on jotenkin tylsempää hommaa* [kuin koneen täyttäminen]” (Seura 1/2012). Paavo Lipposen taas kerrotaan olevan ”*tumpelo*” sulakkeiden vaihtaja (Me Naiset 44/2011) sekä vaimoan monin verroin kömpelömpi ruuanlaittaja (Anna 49/2011). Arkielämän takkuisuuden kuvaukset näyttävätkin oivalta keinolta tilkitä poliitikon mahdollisia uskottavuusaukkoja. Jos jollakin alueella on uskottavuuden nimissä osoitettava tervettä heikkoutta, liiku-

taan arkielämässä varsin turvallisella maaperällä sen tekemiseksi. Arjen tuskailut nimitään mahdollistavat sen, että ehdokas voi edelleen loistaa superyksilönä politiikassa. Arkipulmien avulla poliitikon heikkouskiintiö on kätevästi täytetty – kertomatta juuri mitään ehdokkaan poliittisista kyvyistä tai niiden puutteesta.

Myös poliitikkojen rakkaussuhteita sovitellaan jonkin verran tavallisuuden kehyksen sisään, vaikka parisuhde-elämän kuvauksissa hallitsevimpiä piirteitä ovatkin arjen harmauden ylittävien tunteiden ja onnellisuusrituaalien kuvaukset (kts. luvut 6.2.2 ja 6.2.7). Melko maanläheisin sävyin luonnehditaan esimerkiksi Timo Soinin ja hänen vaimonsa seurusteluaikojen huveja: Iltalehden (14.12.2011e) mukaan romanttiset kynttiläillalliset, teatterit, oopperat ja jopa elokuvissa käynti loistivat Soinien kuherteluvaiheessa poissaolollaan. Niiden sijaan parin kerrotaan ostaneen noutopitsaa ja katsoneen televisiota yhdessä kotona. Pekka Haavistolla puolestaan tuntuu olevan henkilökuvissaan erityinen tarve vakuuttaa kansalaiset puolisonsa Antonio Floresin tavallisuudesta, sillä parin suhteessa risteävät monet poikkeamat keskiverrosta: homoseksuaalisuus, suuri ikäero ja Ecuadorista kotoisin olevan Floresin maahanmuuttajastatus. Henkilökuvissa Haavisto korostaa, että hänen puolisonsa työskentelee tavallisessa ammatissa parturi-kampaajana, ei ole yhteiskunnan elätti ja puhuu vieläpä hyvää suomea – on siis kuin kuka hyvänsä meistä (esim. City.fi 7.12.2011). Tarmokas tavallisuuden todistelu vihjaa, että ehdokkaalle asetettu ”yksi meistä” -vaatimus ulottuu poliitikon itsensä lisäksi myös hänen perheeseensä.

Uskottavuuden ja edustuksellisuuden lisäksi tavallisuus kaikkine yksityiskohtineen tuo poliitikoille tilaisuuden – hiukan paradoksaalisesti – erottua: astumalla lähemmäs kansaa poliitikko harppaa samalla kauemmas muista poliitikoista. Suurista aatteista tyhjentyneessä nykypoliitikassa ehdokkaiden on hankala erottua joukosta mielipiteillään – Erkki Karvonen (1999, 33) on osuvasti verrannut nykypoliitikkoja marketin hyllyllä seisoviin pesujauhepaketteihin, joita erottaa toisistaan käytännössä vain erilainen pakkaus. Poliitikkojen yleistä värittömyyttä selittää se, että räikeillä poliittisilla kannanotoilla erottautuminen ei aina ole järkevää aikana, jolloin äänestäjäkunta on sulanut ääripäistään paljolti osaksi keskiluokkaa. Ehdokkaiden on vältettävä kansaa jakavaa puhetta erityisesti presidentinvaaleissa, joissa taakseen olisi houkuteltava runsaasti muitakin kuin oman puolueen kannattajia. Kun ympäriryöreydet eivät vetoa äänestäjiin, ratkaisuksi yleisen puhuttelevuuden ongelmaan tarjoutuu arkielämän esittelemine – sillä se jos mikä yhdistää käytännössä kaikkia (Jallinoja 1997, 76; Niemi 2006, 238, 243).

Yksi keino erottautua kilpailevista ehdokkaista voi olla lapsiperheen arjen esitteleminen, sillä kaikki poliitikot eivät ole halukkaita avaamaan edes valikoituja osia perhe-elämästään yleisön nähtäville. Erottumisen lisäksi perhearki auttaa kutomaan yhteisyyden siteitä kansalaisiin. Vanhemmuus jos mikä on monelle ”yksi meistä” -kielellä puhuttelemista: perheelleen omistautuvan poliitikkoisän tai -äidin luulisi ymmärtävän syvällisesti sitä, mitä huomattava osa lapsiperheistä politiikalta toivoo. Vuoden 2012 presidenttiehdokkaista tätä tavallisuuden kielioppia noudattaa selkeimmin Paavo Lipponen, jonka isyys nostetaan esiin useassa henkilökuvassa. Lipposen kerrotaan olevan omistautuva, uhrautuva hoivaajaisä, joka on ollut mukana lastensa synnytyksessä, pitänyt isyyslomaa, valvonut lastensa vuoksi öitä ja jonottanut korvatulehdusten takia vastaanotolle yötä myöten (Anna 49/2011; City.fi 4.1.2012). Isyys esitetään erottamattomana osana Lipposen arkea puuronkeittämisineen, lasten aamuisine venkoilunäytöksineen ja harrastuksiin kyyditsemisineen (Me Naiset 44/2011).

Vanhemmuus tavallisuuden performanssina vedonnee äänestäjiin yli sukupuolirajojen, sillä isyydestä on tullut viime vuosikymmeninä keskeinen miehisyyden kokemus ja identiteetin rakennuspalikka (Siltala 1994, 63; Tigerstedt 1994, 78–79; Jokinen & Saariisto 2006, 176). Miesihanteen muutos on näkynyt mediassa 1980-luvulta lähtien, jolloin uusi hoivaajamies ilmaantui karskien toimintasankarien ja machomiesten rinnalle idealisoitujen hahmojen joukkoon (MacKinnon 2003, 71–75; Beynon 2004, 199–201). Paavo Lipponen puurokattiloineen solahtaa luontevasti tuon kuvaston jatkumoksi. Samastumisinnan lisäksi Lipposen isyysnäytökset voidaan nähdä pyrkimyksenä osoittaa sopivuutta vastuullisiin tehtäviin. Kun henkilökuvissa korostetaan Lipponen kyvykkyyttä lasten kasvattamisessa, lukijoille tunnutaan sanovan: tässä meillä on vastuullinen mies, jonka käsiin voi huoletta uskoa muidenkin – vaikka koko Suomen kansan – asiat.

Tavallisuuskehystyksen funktiot eivät rajoitu vain yhteisyyden tunteen ja uskottavuuden vankistamiseen tai muista poliitikoista erottumiseen. Niiden lisäksi tavallisuuden performansseja voidaan tarkastella myös tietyyntyyppistä sankaruutta tuottavina käytäntöinä. John Fiskelle (2000) sankaruus on kulttuuristen raja-aitojen ylittämistä: median luomat sankarit tarjoavat yleisölle keinon käsitellä kulttuuriin liittyviä ristiriitoja tietylle yhteiskunnalle tiettyyn aikaan sopivalla tavalla. Sankarin myyttinen voima perustuu siihen, että hän on yhtä aikaa villi ja sivistynyt, feminiininen ja maskuliininen tai joitakin muita raja-aitoja kumoava hahmo. (Fiske 2000, 169.) Sankari voi siis olla esimer-



kiksi henkilö, joka eroaa viiteryhmänsä stereotyyppisestä edustajasta merkittävästi: hyväsydäminen rosvo, vaatimaton miljonääri, vahva nainen. Fiskeä mukailten sankaripoliitikko olisi siis rehellinen, tavallinen, vaatimaton, vilpitön ja aito vastakohtana kieroilevan, hyväosaisen, kansasta vieraantuneen ja karismaattisiin esiintymistaitoihinsa nojaavan poliitikon arkkityypille. Sankarillinen poliitikko onnistuu ylittämään menestyjän ja häviäjän sekä erityisyyden ja tavallisuuden kulttuuriset raja-aidat. Hän on yksi meistä, joka on matkannut tavallisuudesta menestykseen ja säilyttänyt silti maanläheisyytensä. Tavallisuuden performanssien avulla vahvistetaan sankarin yllä leijuvaa myyttistä sädekehää: mitä enemmän tavanomaisuutta ja heikkouksia politiikosta paljastuu, sitä suuremmalta mysteeriltä tämän lahjakkuus ja erityisyys näyttävät yleisön silmissä.

Jotta poliitikko voisi esiintyä sankarina edellä kuvatussa mielessä, täytyy hänen siis täyttää kaksi vaatimusta: ensiksi hänen on osoitettava nousseensa menestyjäksi tavallisista lähtökohdista ja toiseksi säilyneensä menestyksestä huolimatta muuttumattomana, yhtenä meistä. Vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuviissa toteutetaan kumpaakin sankaruutta tuottavaa käytäntöä. Ensinnäkin poliitikkojen vaatimattomia lähtökohtia alleviivaavat muun muassa maininnat Niinistön kehnosta koulumenestyksestä (Suomen Kuvalehti 50/2011; Apu 6/2012) sekä Väyrysen aikoinaan käymästä, opetusltaan heikkotasoisesta koulusta (Iltalehti.fi 13.12.2011a). Soinin korostetaan olevan ”*tavallisen suomalaisen kodin kasvatti*” (Aamulehti 9.1.2012), jolloin etnistä, syntyperäistä suomalaisuutta käytetään tavallisuuden rajaajana, määrittäjänä ja vahvistajana – keinoa ei ehkä käytetä sattumalta juuri kansallismielistä puoluetta edustavan ehdokkaan kuvauksessa. Toiseksi useissa henkilökuviissa tuodaan esille ehdokkaiden vaatimattomat elämäntavat, vaikka menestyneillä poliitikoilla luulisi olevan varaa ruhtinaalliseen elämään. Tämä ilmentää sankarillista ”jalat maassa” -asennetta menestyksen tuomista houkutuksista huolimatta. Esimerkiksi Niinistöä kuvaillaan askeetikoksi, joka ajaa ”*tavisautolla*” (Iltalehti.fi 14.12.2011d) ja joka ei halunnut juhlia 60-vuotispäiväänsä millään tavoin (Apu 6/2012). Aamulehdessä (18.12.2011) häntä luonnehditaan seuraavasti:

*Niinistöä ei ole helppo saada elämään herroiksi Lapin metsä- ja kalamajoille, ja työlounaille häntä on yleensä turha pyytää. Viimeksi Tampereella kampanjoidessaan hän halusi syödä yliopiston ruokalassa, koska seuraava esiintyminen oli samassa rakennuksessa. (Aamulehti 18.12.2011.)*

Myös Haaviston kerrotaan olevan huimasta poliittisesta suosiostaan huolimatta edelleen yksi meistä, sama Pekka kuin ennenkin. Hänen puolisonsa Antonio Flores toteaa Apu-

lehdessä (5/2012b), että ”*Pekka ei ole muuttunut. Hän on sama. Siksi ihmiset häntä kai äänestävätkin, koska hän ei pelaa. On humaani ja älykäs.*” Haavistosta piirityy siis kuva kulttuurisia raja-aitoja rohkeasti ylittäneenä sankarina, jonka ei ole menestyksen toivossa tarvinnut missään vaiheessa sortua poliitikkomaiseen pelaamiseen. Hänen sankaritarinansa tuntuu puhuvan meille lohdullista kieltä: melko tavallinenkin ihminen voi menestyä politiikassa menettämättä aitouttaan ja kykyä olla oma itsensä.

Vaikka tavallisuuden performanssit ovat usein ehdokkaan imagolle eduksi, ei poliitikko saa olla liian tavallinen – muuten hän menettää tunnettujen henkilöiden yllä leijuvan erityisyyden sädekehän ja muuttuu tavalliseksi kuolevaiseksi. Siksi poliitikon on onnistuttava tasapainoilemaan hallitusti tavallisuuden ja erityisyyden välillä. Seuraavaksi tarkastelen imagokeinulaudan toista puolta, erityisyyttä.

### ***6.2.2 Rakkauden huumaa ja imagon kalibrointia – yksityiselämä julkisivuna***

”Yksi meistä” -ulottuvuuden lisäksi presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa nostetaan esiin myös ”paras meistä” -näkökulmaa. Kutsun tätä kehystämistapaa Erving Goffmanin (1990, 32–37) termistöä mukaillen julkisivuksi. Goffmanille julkisivu merkitsee vakiintuneita ilmaisukeinoja, joilla pyritään luomaan itsestä ja tilanteesta tietynlainen vaikutelma. Julkisivu on miellyttävä, valikoitu kuva itsestä. Kun poliitikot esittelevät yksityiselämäänsä julkisivuna, eivät he yritä millään tavoin kätkeä yksityistä puoltaan vaan päinvastoin pyrkivät tuomaan sitä esiin positiivisessa valossa. Julkisivun kehiksessä yksityiselämää käytetään julkisen minän tahrat peittävänä maalikerroksena, mallikelpoisena ”kaikki hyvin” -sisäpihan porttina. Tällainen näyteikkunaelämä on yksi tapa rakentaa poliitikon henkilökohtaista brändiä. Julkisivu- ja näyteikkunametaforien lisäksi sitä voisi luonnehtia eräänlaiseksi kuvanmuokkausohjelmaksi, jonka avulla silotellaan kuvaa itsestä: häivytetään rypyt ja silmäpussit, säädetään sävyjä hiukan todellisuutta valoisammaksi ja rajataan epämiellyttäviä yksityiskohtia kuvan ulkopuolelle.

Julkisivun esittely tuntuu luonteelta tavalta vastata odotuksiin, joita nykypoliitikkoihin kohdistuu: poliitikon yksityinen ja julkinen minä on ainakin 1980-luvulta saakka mielletty yhtenäiseksi kokonaisuudeksi, jonka toinen puoli vaikuttaa toiseen (Railo 2011, 76). Kun yksityiselämän katsotaan kertovan poliitikon kyvystä hoitaa julkista tehtäväänsä, on ymmärrettävää, että poliitikot esittelevät sitä avoimesti ainakin sävyiltään

myönteisissä lehtijutuissa. Eniten mahdollisuuksia tähän tarjoaa populaarijulkisuus ja sen alueelta etenkin naistenlehdet. Vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa julkisivun kehys korostuu eniten parisuhdehaastatteluissa – sillä mikäpä olisi kauniimpi julkisen minän puuterikerros kuin puhe rakkaudesta? Aineistossa puhtaita parisuhdehaastatteluja on neljä kappaletta. Ehdokkaista niissä esiintyvät Pekka Haavisto (Anna 43/2011; Eeva.fi 23.1.2012b), Paavo Lipponen (Me Naiset 44/2011) ja Sauli Niinistö (Seura 1/2012). Lisäksi Paavo Väyrysen kampanjatyöstä kertovassa henkilökuvassa Väyrysen Vuokko-vaimo on merkittävässä roolissa, mutta olen laskenut jutun reportaasihenkilökuvaksi. Parisuhdehaastattelujen ohella myös useissa muissa jutuissa puhutaan ehdokkaiden rakkauselämästä joko näiden omalla tai muiden äänellä.

Populaarilehtien tähtihaastatteluille tyypilliseen tapaan ehdokkaiden parisuhteet esitellään niihin keskittyvissä jutuissa onnellisina, sopuisina ja harmonisina. Lipposen ja Niinistön parisuhteita kuvataan klassisen romanttisina rakkaustarinoina, joissa lemmentunteet suorastaan roihuavat. Lipposen rakkaus Päivi-vaimoon ”*kohahdutti kiihkeydellään viisitoista vuotta sitten*”, jolloin ”*Paavo oli heti kättelyssä myyty mies*” (Me Naiset 44/2011); Niinistön puolestaan kuvaillaan huokuneen Linnan juhlassa Jenni-vaimon rinnalla ”*rakastuneen miehen hurmiota*” (Apu 5/2012a). Myös Pekka Haavisto ja Antonio Flores kuvataan onnellisena pariskuntana, joka matkustelee mielellään yhdessä ja käy sunnuntaisin kävelyllä, taidenäyttelyissä ja elokuvissa (Eeva.fi 23.1.2012b).

Presidenttiehdokkaiden parisuhdekuvaukset ilmentävät julkisen minän piirrettä, jota Jonita Siivonen (2006) kutsuu fantasian ja realismin ristiriidaksi. Hänen mukaansa ristiriita on ominainen naistenlehtien tavalle kirjoitella julkisuuden henkilöistä: haastattelut ovat samaan aikaan kaukana lukijan maailmasta ja keskellä sitä (Siivonen 2006, 227–228, 230–231). Samankaltaisesti Riitta Jallinoja (1997) on luonnehtinut lehtien tosipe räisiä rakkaustarinoita sisäisesti riitasointuisiksi. Yhtäältä niissä rakennetaan tarinaa suuresta, romanttisesta rakkaudesta, toisaalta ”niihin upotetaan aviosuhteen arki, joka pudottaa ne ylevän yläilmoista tavanomaisuuden maankamaralle” (Jallinoja 1997, 96). Vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden rakkaustarinat edustavat imeline tunnelmointeinen paljolti Januksen kasvojen fantasiapuolta, joskin myös annos harmaata realismia pidetään mukana uskottavuuden nimissä: esimerkiksi Päivi Lipponen myöntää, että rakkauden tunteet ovat yhteisten vuosien saatossa tasoittuneet, ja Paavo Lipponen ilmoittaa vaimonsa esitelmöivän puhettavan kenkuttavan aika ajoin (Me Naiset 44/2011; kts. myös luku 6.2.1).

Poliitikkojen parisuhdekertomukset muistuttavat kaikessa onnentäyteisyydessään paitsi poliittisten persoonien, myös tietynlaisen elämäntavan mainontaa. Ne maalaavat idealisoitua kuvaa siitä, miten arki ja parisuhde tulee järjestää, ja toimivat samalla lukijan opaskirjana matkalla onnelliseen elämään. Goffman (1979) nimittää mainosten tapoja vahvistaa sosiaalisia konventioita hyperrituaaleiksi. Niillä hän tarkoittaa rituaalinomaisia tilanteita, joita ihmiset toistavat arjessaan mutta joita mainokset esittävät tyyli-tylinä, liioiteltuina ja yksinkertaistettuina versioina. Arkielämästä tuttujen toiminta- ja esittämistapojen valikoima muuttuu siis entistä luonnollisemmaksi, kun sitä toistetaan jatkuvasti mediassa. (Goffman 1979, 84.) Hyperrituaalisoinnin kautta media toteuttaa yhtä funktioistaan, arvojen ja normien työstämistä. Poliitikkojen parisuhdehaastatteluissa tämä tehtävä ilmenee parisuhteen normalisointina: parisuhteet esitetään parhaana mahdollisena tapana elää. Kukaan ehdokkaista ei esiinny sinkkuna tai kaipaa sinkkuaikojaan julkisesti.

Lähemmin tarkasteltuna presidenttiehdokkaiden henkilökuvat voidaan nähdä juuri tiettytyyppisten parisuhdekuvien hyperrituaalisointina. Ensiksi niissä toistuvat parisuhdehaastatteluista, romanttisista elokuvista ja rakkausromaaneista tutut, intiimit onnellisuusrituaalit: hellittelynimien käyttäminen, kumppanin seksikkyyden estoton kehuminen, arkea piristävät romanttiset yllätykset, lahjat ja hemmotteluhetket (esim. Me Naiset 44/2011). Näin ne viestivät, että parisuhde vaatii jatkuvaa onnellisuustyötä, jota hoidetaan kenties helpoimmin ja hauskimmin kuluttamalla – pitämällä huolta ulkonäöstä, matkustelemalla ja herkuttelemalla ravintoloissa. Parisuhdehaastatteluissa esiintyvät poliitikot voi siis halutessaan nähdä muiden julkisuuden henkilöiden kaltaisina, kapitalistisen kuluttajuuseetoksen ilmentäjinä (kts. luku 3.3). Toiseksi ehdokkaiden parisuhdetarinat uusintavat totunnaisia tapoja ymmärtää sukupuolten roolijako ja siihen kytkeytyvät arjen käytännöt. Esimerkiksi Niinistön parisuhde-esityksissä näyttämölle marssitaan varsin konservatiivisessa roolituksessa, jossa vaimon osana on taipua miehensä tahtoon (Seura 1/2012), käyttäytyä hillitysti, näyttäytyä miehen rinnalla sievänä kuin ”*posliininukke*” ja olla ”*miehestään monin tavoin huolehtiva vaimo, joka kokkaa, silittää paidat ja hellii muutenkin*” (Apu 5/2012a). Vanhahtavien perhearvojen uusintaminen lienee osalle poliitikoista väylä samastumissitteeseen konservatiivisen äänestäjäkunnan kanssa.

On toki ilmeistä, etteivät konventionaaliset perheidyllit puhuttele läheskään kaikkia populaarilehtien lukijoita. Osassa henkilökuvista käydään myös neuvottelua idealisoi-  
tuihin

mediaesityksiin sopivien parisuhteiden ja perheiden määrittelystä. Niiden perusteella näyttää siltä, ettei mallikelpoiseksi katsotun perheen tarvitse enää perustua heterosuhteeseen – mistä osoituksena on homoseksuaalisen Haaviston luonteva esiintyminen konventionaalisissa parisuhdehaastatteluissa – tai olla vanhempien ja näiden yhteisten, biologisten lasten muodostama ydinperhe – kuten Lipposen ja Biaudet’n uus- ja adoptioperheiden esittelemisen positiivisessa valossa osoittaa. Koska poliitikoilta odotetaan muutenkin esikuvallisuutta, näyttävät he sopivan oiviksi mannekiineiksi, joiden kautta tarjoutuu mahdollisuuksia neuvotella pari- ja perhesuhteiden ideaalikuvausta uusiksi.

Hyperrituaalien lisäksi poliitikkojen julkisivuminuutta voidaan tarkastella symbolisena johtajuutena, jota medially on taipumus rakentaa julkisuuden henkilöiden ympärille. Orrin E. Klappin (1964) mukaan symbolinen johtaja on henkilö, joka vaikuttaa ihmisiin ensisijaisesti merkityksensä tai imagonsa kautta. Esimerkiksi organisaation johtajasta symbolinen johtaja eroaa siten, ettei hänen vaikutusvaltansa perustu viralliseen asemaan tai saavutuksiin, vaan kykyyn edustaa tiettyjä asioita yleisölle. Symbolinen johtaja ei varsinaisesti ”johda” sanan tyypillisessä merkityksessä, vaan yleisö käyttää häntä psykologisena välineenä omiin tarkoituksiinsa. Toisin sanoen hän on roolihahmo, joka esittää osaansa valovoimaisen vetoavasti. (Klapp 1964, 7, 32, 42–43.) Erkki Karvonen (1999) on verrannut Klappin symbolista johtajaa durkheimilaiseen toteemiin tai valtion lippuun, jonka kansa kohottaa ruumiillistamaan kollektiivisia tuntojaan. Karvosen mukaan symboliseksi johtajaksi noussut henkilö kohoaa materian yläpuolelle: hän ei enää ole vain lihallinen ihmisyksilö, kuten kansakunnan lippuakaan ei pidetä pelkkänä kankaana tai rahaa paperina. Hän edustaa yleisölle jotakin itseään suurempaa abstraktiota, toisin sanoen ”antaa kielen, jolla ilmaista jokin asia”. (Karvonen 1999, 284.)

Tyypillinen median rakentama symbolinen johtaja lienee viihdejulkisuuden henkilö. Madonnan kaltaiset poptähdet luovat muoti-ilmiöitä, rocktähdet edustavat synnin, seksin ja rappion jännittävää liittoa ja urheilusankarit kansakunnan kunniaa sekä sisukkuutta. Yhtä kaikki myös poliitikkojen on mahdollista saavuttaa symbolisen johtajan asema, mikä on vieläpä useimmiten hyvin toivottavaa. Jos poliitikko onnistuu ruumiillistamaan oikeaan aikaan kansan senhetkiset tunnot ja toiveet, on menestys vaaleissa erittäin todennäköistä. Tällöin symbolinen johtajuus toimii pääsylippuna muodolliseen johtajuuteen. Vuoden 2012 presidenttiehdokkaista yksi vahvimmista symbolisista johtajista lienee Timo Soini, joka on persoonansa kautta saavuttanut aseman eräänlaisena poliittisena iskelmätähdenä, kansan syvien tunteiden tulkkina. Hänen lisäksi moni muukin eh-

dokas on noussut asemaan, jossa hän edustaa itseään suurempaa sosiaalista ideaalittyyppiä: juro Lipponen, koomisuuden rajoja hipovan itsevarma Väyrynen, ärhäkkä Arhinmäki, pehmoinen Haavisto ja arvoituksellinen pohdiskelija-Niinistö.

Yhtenä keinona vahvistaa poliitikkojen symbolista johtajuutta – eli tiettyä asiaa, aatetta tai ominaisuutta edustavaa ideaalittyyppiä – voidaan nähdä presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa esitetyt lapsuuden kuvaukset. Niitä käytetään todisteena siitä, että ehdokkaat ovat jo varhain osoittaneet johtajuuden elkeitä ja pysyneet aatteelleen uskollisina lähestyvänsä suorittajina, tinkimättöminä ihanteidensa puolustajina. Näin otetaan etäisyyttä poliitikkojen viiteryhmän stereotyyppisiin edustajiin: epäaitoihin opportunisteihin ja omaneduntavoittelijoihin, jotka ovat valmiita myymään ihanteensa päästäkseen valtaan. Esimerkiksi Pekka Haaviston kerrotaan olleen jo lapsena vihreiden arvojen ruumiillistuma (Iltalehti.fi 14.12.2011b; Helsingin Sanomat 5.1.2012; Satakunnan Kansa 6.1.2012), Paavo Arhinmäen lahjomaton oikeudenmukaisuuden puolustaja (Helsingin Sanomat 2.1.2012) ja Eva Biaudet'n vähemmistöjen äänitorvi (Helsingin Sanomat 3.1.2012). Kun lapsuudenkuvauksiin poimitaan ominaisuuksia, joista ehdokkaat nykyäänkin tunnetaan, heidän elämäntarinansa saadaan näyttämään johdonmukaiselta ja lineaariselta matkalta kohti maalina hämmäyttävää nykyhetkeä, presidenttiehdokkuutta. Toisin sanoen ehdokkaiden elämäntarinoita rationalisoidaan jälkikäteen nykyhetken perspektiivistä; niistä rakennetaan eräänlainen rationaalinen rekonstruktio, jonka valossa nykytilanteen ennusmerkit olivat nähtävissä jo kauan sitten. Lapsuudenkuvaukset tahtovat sanoa: tässä meillä on myyttinen messias, joka on tullut suorittamaan poliittista tehtäväänsä hairahtumatta harhateille houkutusten tai pelkojen vietävänä.

Klappin (1964) mukaan symboliset johtajat ovat sananmukaisesti eläviä legendoja: he elävät median heistä kertomissa tarinoissa. Tosin julkisivu tai imago ei useinkaan ole henkilön itsensä hallittavissa, vaan alkaa elää omaa elämäänsä. (Klapp 1964, 20.) Tästä näkökulmasta yksityiselämän esittely julkisivuna täyttää standardipunnuksen virkaa; sitä on mahdollista käyttää tasapainottamaan tiettyyn suuntaan kallistunutta imagoa. Voidaan siis puhua eräänlaisesta imagon kalibroinnista. Jos poliitikon julkisuuskuva vastaa esimerkiksi yrmeän, vanhan isännän sosiaalista ideaalittyyppiä, saatetaan perhe- ja rakkauselämän hempeilyä esittelemällä osoittaa, että aiempi julkisuuskuva on ollut turhan yksisävyinen. Tällaista julkista intiimiyttä on pidetty erityisen tasapainottavana ja siten suotavana miespoliitikoille, sillä miesten herkän puolen kuvauksen on katsottu tuovan vastapainoa heidän lähtökohtaisesti kovaan ja yltiörationaaliseen olemukseensa

(Kuusipalo 2000, 54; 2007, 100; Niemi 2006, 258, 262; Koivunen 2011, 229; Railo 2011, 69, 197, 238). Sen sijaan naispoliitikoilla julkisen hempeilyn on mielletty vahvistavan naiseuteen liittyviä kielteisiä stereotypioita – liiallista pehmeyttä, heikkoutta ja tunteellisuutta –, joten heidän tapauksessaan siitä ei välttämättä ole tehokkaaksi kalibroitivälineeksi.

Tämä näkyy myös vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa, joissa kalibroidaan erityisen tarmokkaasti Paavo Lipposen ja Sauli Niinistön – tylyinä ja juroina pidettyjen poliitikkojen – imagoa. Useissa heidän henkilökuvissaan toistuu tietty kaava. Ensiksi vakuutellaan vaimon tai ystävän suulla, ettei median luoma kuva vastaa miestä, jonka lähipiiri tuntee. Tämän jälkeen lukijoille esitellään ”todellinen” Paavo tai Sauli. Aidon Paavo Lipposen vakuutetaan olevan ”*lempeä*” (Iltalehti.fi 14.12.2011b.) tai ”*ihan pehmo*” isä ja aviomies, jonka perheessä ”*ovat voimasuhteet 4–1 naisten hyväksi*” (Me Naiset 44/2011). Lipposen lauhkeaa puolta alleviivaa erityisesti Anna-lehdessä julkaistu reportaasihenkilokuva, jossa ehdokas vierailee päiväkodissa ”sallikaa lasten tulla minun tyköni” -hengessä. Niinistön puolestaan korostetaan esimerkiksi olevan kotona hauska ja poikamainen (Seura 1/2012) sekä nauttivan suuresti kukkien keräämisestä (Iltalehti.fi 14.12.2011d.).

Yritykset erottaa toisistaan ”aito” minuus ja median luoma imago voivat tosin johtaa kivikkoiselle polulle, jonka päässä häämöttää hiukan hullunkurinen kalibroinnin paradoksi. Yhtäältä ehdokkaiden hempeää puolta esittelevissä henkilökuvissa väitetään, että median välittämät kuvat eivät ole kyenneet tavoittamaan poliitikon ”todellista” minuutta. Toisaalta samaan hengenvetoon pyritään uskottelemaan lukijoille, että juuri käsillä oleva haastattelu pystyy parempaan kuin lukemattomat aiemmat lehtijutut: paljastamaan tavoittamattomissa olleen, ”autenttisen” persoonan. Tässä piileekin julkisivuremontin suurin riski: miten maalata yleisölle tuttu imago uusin sävyin kadottamatta uskottavuutta? Jos aiemmat lehtijutut eivät ole pystyneet tuomaan esiin ”aitoa” persoonaa, onko syytä uskoa, että muutama hiukan totutusta poikkeava esitys ylittäisi valikoivan ja vääristävän mediatodellisuuden tuolle puolen? Poliitikon yritys esiintyä mediassa ”aitona” voi helposti kääntyä tarkoitustaan vastaan, jolloin esiintyminen alkaa maistua keinotekoiselta makeutusaineelta. Esimerkiksi Seuran (1/2012) mukaan Niinistön ”[u]simmaksi vaalitempuksi on arveltu nyt perheen Lennu-koiraa”. Helsingin Sanomat (6.1.2012) puolestaan kytkee Lipposen perheen populaarijulkiset esiintymiset vallanhimoon ja suosion kalasteluun hiukan ivalliseen sävyyn. Lehden mukaan Lipposet viettävät ”*viihdelehtien*

*sivuilla tyhjentävästi esiteltyä perhe-elämää aamupuuroineen ja koiranulkoiluttamisineen. [Paavon poliitikkovaimolta] Päivi Lipposelta ei puutu kunnianhimoa Suomen omaksi Hillary[ Clintoni]ksi.”*

Maskuliinisen karkeuden ja kuivan asiallisuuden lisäksi Lipposen ja Niinistön henkilökuvin kalibroidaan muitakin ominaisuuksia. Erityisesti niissä pyritään todistelemaan, ettei henkilökuvan kohteena oleva poliitikko vastaa tyypillisen, itsekkäästi omaa etuaan ajavan poliitikon stereotypiaa. ”Poliitikkomaiseksi” miellettyjä piirteitä kalibroidaan maalaamalla kuvaa läheisistään pyyteettömästi välittävistä miehistä, kuten seuraavissa Aamulehden katkelmissa:

[Niinistön puoluetoveri Heikki A. Ollila:] ”Niinistö on usein huolissaan ja huolehtimassa läheisistään. Vanha koulukaveri sai vieraan sairastuolelleen lähden lähestyessä. Kun terrori-iskuja pelättiin, Niinistön poika oli Lontoossa mahdollisessa iskun kohteessa, pankissa, ja sai usein vastata puhelimeensa että kaikki on hyvin. Presidenttiehdokkuudessa häntä askarrutti valinnan vaikutus läheisiin.” (Aamulehti 18.12.2011.)

[Lipposen entinen avustaja Mikael Junger:] ”Kerran kävelimme kokouspaikalle tuulussa ja sateessa. Paavolla oli sateenvarjo, jota hän kanto niin, että minä en kastunut. Perillä huomasi, että pääministeri kastui itse.” (Aamulehti 4.12.2011)

Samaa kalibroitarkoitusta ajaa ehdokkaan istuttaminen laajempaan hyväntekijän rooliin, jossa hän auttaa jalosti heikommassa asemassa olevia (kts. Klapp 1964, 78). Niinistön (Aamulehti 18.12.2011; Eeva.fi 23.1.2012a), Soinin (Suomen Kuvalehti 48/2011) ja Lipposen (City.fi 4.1.2012) henkilökuvin kerrotaan, että he ovat lahjoittaneet merkittäviä summia hyväntekeväisyyteen. Taloudellisen hyväntekeväisyyden harrastamista on Suomessa totuttu pitämään paljolti yksityisasiana, mutta julkisivun puunaamiseen se näyttäisi olevan poliitikolle oiva työväline. Epäitsekkyuden korostaminen osoittaa kansalaisille, ettei ehdokas ole mukana politiikassa vain vallanhimosta vaan toimii puhtaasti yhteisen hyvän asialla.

### **6.2.3. Rentoutumista vapauden valtakunnassa – yksityiselämä täyttymyksenä**

Poliitikkojen yksityiselämän onni voi näyttäytyä myös hiukan toisenlaisessa valossa kuin idyllisessä ”paras meistä” -potretissa, jossa pyritään esiintymään sosiaaliset normit täyttävänä ideaaliyksilöinä. Tällöin yksityiselämä kehystetään vastapainoksi julkisen



minän rooleille ja velvollisuuksille; se on tila, jossa poliitikon on sallittua olla aito, oma itsensä. Yksityinen minä merkitsee siis vapauden rituaalitilaa ja rentoutumisen paikkaa, jossa on mahdollista toteuttaa itseään muun kuin kuluttavan suorittamisen kautta: harrastuksissa, lomaillessa tai vaikkapa ystävien kanssa seurustellessa. Nimitän tällaista yksityiselämän esitystapaa täyttymyksen kehykseksi.

Yksityiselämä täyttymyksenä ilmentää piirrettä, jota Robert N. Bellah, Richard Madsen, William M. Sullivan, Ann Swidler ja Steven M Tipton (2008) kutsuvat ilmaisulliseksi yksilöllisyydeksi (*expressive individualism*). Ilmaisullinen yksilö ei tähtää toiminnallaan ensisijaisesti uran ja taloudellisten voittojen luomiseen, vaan uskoo siihen, että ihmisen on toteutettava itseään ja ilmaistava sisintään löytääkseen oma aito, yksilöllinen minuutensa. Ajattelutapa juontuu 1700–1800-luvun romantiikasta ja sen jälkeisestä terapiakulttuurista. (Bellah ym. 2008, 33–35, 333–334.) Kun poliitikko esiintyy henkilökuvasa ilmaisullisena yksilönä, ei hän jutustele lukijoille ammatillisen aseman määrittämässä sosiaalisessa roolissa, vaan ainutkertaisena persoonana. Tällöin vapaa-aika ja yksityiselämä ovat alueita, joissa ”aidon” minuuden toteuttaminen tulee mahdolliseksi.

Itsensä toteuttamisen eetos ilmenee erityisesti presidenttiehdokkaiden harrastusten ja kiinnostustenkohteiden kuvauksissa. Vapaa-ajanviettoa kuvaillaan korostetun positiivisilla, affektiivisilla sanavalinnoilla ja luonnehdinnoilla, jotka loistavat poissaolollaan työstä ja julkisesta roolista puhuttaessa: esimerkiksi Paavo Lipponen on ”*intohimoisesti*” kiinnostunut arkkitehtuurista (Aamulehti 4.12.2011) ja Pekka Haavisto ”*rakastaa*” kuplavalokkareita, lukemista, nikkarointia ja juhlien järjestämistä (Aamulehti 11.12.2011). Toisinaan yksityiselämän ilmaisullinen yksilö on niin vahva osa myös poliitikon julkista persoonaa, että sitä käytetään keskeisenä elementtinä henkilöä määriteltäessä. Rullaluistelua harrastavan Sauli Niinistön nimetään olevan ”*[v]ikkeli, rullaluisteleva juristi*” (Apu 6/2012) ja ”*pohtiva, kirjaileva ja kilpailuhenkinen rullaluistelija*” (Keski-suomalainen 29.1.2012). Paavo Arhinmäkeä luonnehtivaksi määritelmäksi puolestaan annetaan ”*35-vuotias jalkapallofriikki*” (Suomen Kuvalehti 2/2012).

Poliitikon työ kuvataan henkilökuville usein raskaaksi taakaksi, josta yksityiselämä vapauttaa edes hetkeksi. Soinin ”*työpäivät ovat kaksitoistatuntisia, lepopäiviä mahtuu viikkoon vain yksi*” (Suomen Kuvalehti 48/2011), Haavistolle työ on kahlitsevaa istumista ”*puku päällä toimistossa*” (Eeva.fi 23.1.2012b). Paavo ja Päivi Lipposen ”*työssä on kauhea kiire, stressi ja paine ja voi sattua ikäviäkin asioita*” (Me Naiset 44/2011).

Yksityiselämän ja kodin piiri sitä vastoin ovat puhdistava keidas tai suojaisa turvasatama, jonne ”*eivät maailman melskeet yllä*” (Me Naiset 44/2011), jonka tarjoamista rakkauden tunteista ”*tulee turvallinen olo*” (Apu 5/2012b), joka ”*pitää jalat maassa*” (Satakunnan Kansa 4.1.2012), jossa ”*[k]aali lepää*” (Suomen Kuvalehti 48/2011) tai jonka ulkopuolelle ”*[h]uolet jäävät*” (Aamulehti 18.12.2011). Ilmaisullisen yksilöllisyyden eetoksen mukaisesti poliitikot siis myöntävät, ettei julkinen työ ole heille kaikki kaikessa vaan lopullisen täyttymyksen saavuttamiseksi tarvitaan myös muita merkityksellisiä asioita.

Yksi keino toteuttaa ilmaisullista yksilöllisyyttä ovat elämäntapoihin ja -arvoihin liittyvät eettiset valinnat. Tässä lähestytään aluetta, jossa yksityinen ja poliittinen limittyvät (lisää aiheesta luvussa 6.3). Monimutkaistuneessa nykymaailmassa omasta elämästä ja ruumiista on tullut eräänlaisia politiikan teon mikrotason paikkoja, joissa henkilökohtaiset valinnat kietoutuvat jopa globaalien tason kysymyksiin. Tällaista yksilöllisyyden ilmentämistapaa on nimetty muun muassa elämänpolitiikaksi (Giddens 1991), alapoliitiikaksi (Beck 1995) ja elämäntapapolitiikaksi (Bennett 1998). Anthony Giddensin (1991) mukaan elämänpolitiikka on usein jatkoa emansipatoriselle politiikalle. Emansipatorisen politiikan tavoitteena on vapauttaa ihmiset ennalta asetetuista rajoitteista, kuten perinteiden, ennakkoluulojen ja uskonnon kahleista. Työväenliike, feminismi ja yhdysvaltalainen mustien kansalaisoikeusliike ovat olleet historiallisia esimerkkejä hyväksikäyttöä, sortoa ja epätasa-arvoa vastaan kamppailleesta vapautuksen politiikasta. Elämänpolitiikka eroaa Giddensin mukaan emansipatorisesta politiikasta siten, ettei sen enää tarvitse vapauttaa ihmisiä tekemään valintoja, vaan se *on* valintojen ja vapauden politiikkaa. Se on itsensä toteuttamisen ja elämäntavan politiikkaa, identiteettityötä ja minuusprojekteja jatkuvasti muuttuvassa ympäristössä. Usein elämänpolitiikan keskiöön nousevat moraaliset kysymykset: miten meidän tulisi elää traditioista vapautuneessa sosiaalisessa tilassa? Esimerkkejä elämänpoliittisista aiheista ovat vaikkapa reproduktioon, aborttiin, eutanasiaan, työn ja perhe-elämän yhdistämiseen sekä ekologisiin elämäntapavalintoihin liittyvät kysymykset. (Giddens 1991, 210–211, 214–215, 224.)

Elämänpoliittinen itsensä ilmaiseminen näkyy presidenttiehdokkaiden henkilökuville esimerkiksi poliitikkojen menneisyyskuvauksissa: Pekka Haaviston ja Paavo Arhinmäen kerrotaan valinneen siviilipalveluksen armeijan sijaan (City.fi 7.12.2011; Image 10/2011; Aamulehti 4.12.2011; Apu 5/2012b; Helsingin Sanomat 5.1.2012; Lapin Kansa 23.1.2012; Suomen Kuvalehti 2/2012). Tyypillistä oman ruumiin kautta toteutettavaa

elämänpolitiikkaa edustavat myös Haaviston vihreät elämäntapavalinnat, kuten jätteiden kierrätys ja luomuruuan sekä julkisten kulkuvälineiden suosiminen (Keskisuomalainen 28.1.2012). Hiukan nurinkurisesti myös uskonto, jonka traditioita vastaan emansipatorinen politiikka aikoinaan kamppaili, edustaa nyky-Suomessa elämänpolitiikkaa – sen oppien seuraaminen on pakon sijaan yksi vaihtoehto ja yksilöllinen valinta muiden elämäntapojen joukossa. Uskonnon merkitys elämän ohjenuorana korostuu uskovaisina tunnettujen Sari Essayahin ja Timo Soinin henkilökuvissa; kristinopin noudattamisen kerrotaan olevan heille elämän ”*luja perusta*” (Iltalehti.fi 14.12.2011c.) ja ”*tärkeä asia*” (Aamulehti 9.1.2012).

#### ***6.2.4 ”En ole vaimoa hakemassa, vaan kannatusta” – yksityiselämä huumorin kohteena***

Poliitikkojen yksityiselämää voidaan käyttää tavallisuuden todistamisen, imagon kiillotamisen ja sankaritarinoiden rakentamisen lisäksi myös muihin positiivisiin tarkoituksiin. Yksi sellainen on yleisön hauskuuttaminen. Yksityiselämä koomisine sattumuksineen tarjoaa ehtymättömän lähteen vitsien vääntämiselle – ja sitä koskevaa hupailua on usein helpompi ymmärtää kuin vaikkapa ivaa päivänpoliittisista aiheista. Niinpä yksityiselämän esitleminen antaa presidenttiehdokkaille tilaisuuden virittyä hetkeksi jähmeän vakavasta politiikosta hauskan stand up -koomikon rooliin, jolloin naurulla on kuivakkaa ja tylsää imagoa kalibroiva vaikutus. Lisäksi huumori kutoo tiivistä yhdyssidettä yleisöön, sillä jaetut naurunaiheet ja yhteinen huumorintaju ovat mitä tehokkain keino yhdistää toisilleen vieraita ihmisiä. Tosin naurun positiivinen vaikutus politiikon julkisuuskuvaan on riippuvainen koomikosta ja tämän tarkoituksista: jos yksityiselämän kustannuksella vitsailija onkin politiikon itsensä sijasta toimittaja tai poliittinen vastustaja, voi huumori toimia poliittisena lyömäaseena ehdokasta vastaan. Tällöin nauru tarjoaa tehokkaan keinon paljastaa poliitikkojen päättömyyksiä, taitamattomuutta tai mahtailua.

Huumori on toimiva esittämistapa sekä mediahuomiota hakeville poliitikoille että yleisön kiinnostusta herätteleville toimittajille erityisesti siksi, että se noudattaa monia medialogiikan periaatteita. Odottamattomat tapahtumat ja lausunnot – joita politiikon suusta kuullut vitsit edustavat – ovat olennainen median aiheenvalintakriteeri. Niinpä naseva, humoristinen sutkautus pääsee mediassa esille ja jää ihmisten mieliin todennäköi-

semmin kuin perinpohjainen selostus omista poliittisista näkemyksistä. (Meyer 2000, 319.) Lisäksi huumorin kautta toteutuvat – usein kuin kaupan päällisinä – monet kaupalliseen medialogiikkaan kuuluvista tarinakerrontatekniikoista: yksinkertaistaminen, kärjistäminen, polarisoiminen, stereotyyppinen esittäminen ja niin edelleen.

Huumori voi tilanteesta riippuen versoa hyvin monenlaisista maastoista. Niinpä sitä selittämään on kehitetty kirjava tukku teorioita, joista kolme yleisintä ovat huojennus-, inkongruenssi- ja ylemmyysteoria. Seuraavaksi tarkastelen presidenttiehdokkaiden yksityiselämään kohdistuvaa leikinlaskua kolmen klassisen teorian kautta.

Niin kutsuttu huojennusteoria sopii selittämään osaa poliittisesta huumorista parhaiten. Teorian mukaan vitsailu laukaisee jännitystä ja toimii siten eräänlaisena paineventtiilinä (Morreall 2009, 15–16). Toisin sanoen kun tilanne on kireä tai puheenaihe hankala, voi tunnelmaa keventää murjaisemalla vitsin (Nilsen 1990, 44; Peifer 2012, 265). Keventävän kujeilun taitaminen on poliitikoille eduksi, sillä politiikkaa on totuttu pitämään ylitiöasiällisena teatterina, jonka näyttämöllä pidetään paperinmakuisia puheita kravatti kaulassa tai jakkupukuun sonnustautuneena. Tunnelman keventämisen ohella huojentavaa naurua voidaan käyttää myös arvostelijoiden riisumiseksi aseista: huumorin varjolla omat heikot kohdat voidaan yrittää kääntää voitoksi, sillä leikin laskeminen on kiistämistä tehokkaampi keino heikkouksien kuittaamisessa (Nilsen 1990, 36; Niemi 2006, 250).

Huojentavan huumorin funktioista johtuen keventävää naurua hyödyntävät presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa pääasiassa ehdokkaat itse tai heidän kannattajansa, eivät niinkään toimittajat tai poliittiset vastustajat. Yksityiselämään liittyviä humoristisia kevennyksiä käytetään erityisesti juuri heikkouksien kuittaamiseksi. Esimerkiksi Pekka Haavisto pyrkii kääntämään osassa äänestäjistä epäluuloa herättävän ominaisuutensa, homoseksuaalisuuden, voitokseen huumorin keinoin. *Apu*-lehdessä (5/2012b) kuvataan huoltamon baariin sijoittuvaa Haaviston vaalitulaisuutta seuraavasti:

*Baarin televisiossa esittäytyvät missikandidaatit. Numero kaksi lähettää lentosuukon, kun toinen numero kaksi [Haaviston ehdokasnumero] puhuu.*

*Haavisto ottaa itse esille seksuaalisen suuntautuneisuutensa. En ole vaimoa hakemassa, vaan kannatusta, hän sanoo. Jäyhä kansa naurahtaa ja nyökkäilee hyväksyvästi. (Apu 5/2012b.)*

Haavisto käyttää siis huumoria pehmentävänä tehokeinona, jonka avulla puhua intiimistä aiheesta vailla vaivaantunutta tunnelmaa. Vitsaillessaan etsivänsä baarista kannatusta naisseuran sijaan hän kertoo samalla olevansa poliittisessa kisassa mukana tosissaan. Myös Timo Soinin henkilökuvassa (Suomen Kuvalehti 48/2011) mahdollinen ruumiillinen heikkous, ylipaino, pyritään lyömään leikiksi lempeällä tavalla. Tällä kertaa keventävää vitsiä vääntää ehdokkaan itsensä sijaan tämän kampanjapäällikkö:

*Soinin kampanjapäällikkö Jukka Jusula murehtii, kuinka jakaa suosittua Soinia kaikille halukkaille. ”Pitäisi lähetellä 200 gramman paloja pitkin Suomea, hänestähän niitä riittäisi.”* (Suomen Kuvalehti 48/2011.)

Paavo Väyrysen kannatusjoukot puolestaan pehmentävät naureskelun avulla ehdokkaan yksityiselämän heikkoutta, äärimmäistä saituutta:

[Väyrysen puoluetoveri Mauri Pekkarinen:] *Eduskunnassa käydään aika ajoin keskusteluja myyttien murtamisesta. Vielä ei tietääkseni ole murtunut Paavon ”kahvitusmyytti”. Kukaan ei ole vielä pystynyt todistamaan, että Paavo olisi tarjonnut hänelle kahvit! Silti olen varma, että kyllä Väyrysen vastaanotolla itsenäisyyspäivänä kahvia tarjotaan.* (Aamulehti 24.12.2011.)

Tietynlaista paineventtiilin virkaa toimittaa myös kritiikin esittäminen pehmentävään huumoriin verhottuna. Paavo Lipponen ilmaisee epäsuorasti olevansa turhautunut lehdistön ylenpalttiseen kiinnostukseen poliitikkojen yksityiselämää kohtaan:

**16. Mitä teistä ei tiedetä? Kertokaa ainakin yksi sellainen asia.**

*PL: Kaikki tiedetään, kun vastaan näihin kysymyksiin.*

**– – 20. Mikä on paras piirre luonteessamme, kun arvioitte asiaa itse?**

*PL: Kärsivällisyys, jota näihin kysymyksiin vastaaminen vaatii.*

(Iltasanomat.fi 14.1.2012.)

Tässä lakoninen huumori toimii sekä pehmenettynä piikkinä kysymyksiä esittäville toimittajille että keinona kääntää omat heikkoudet voitoksi. Kun Lipponen väittää olevansa kärsivällinen vastaillessaan iltapäivälehdessä pikkutarkkoihin kysymyksiin, tulee hän itse asiassa paljastaneeksi kärsimättömyytensä. Lipposen kärsivällisyys on siis pohjimmiltaan kärsimättömyyden peittelyä ja siitä vitsailemista. Leikkiä laskemalla kireys tehdään turvallisella tavalla näkyväksi ja käännetään siten jopa vahvuudeksi.

Huojennusteorian ohella toinen yleinen tapa selittää huumoria on inkongruenssi- eli yhteensopimattomuusteoria. Sen mukaan naurua synnyttää jokin, jota pidetään ristirii-

taisena, sopimattomana tai omituisena – nauramme kohdatessamme tilanteen, joka ei vastaa odotuksiamme (Morreall 2009, 10–11). Yhteensopimattomuuteen perustuva komiikka on tutun viemistä outoon ympäristöön, yllättävien asioiden yhdistelyä tai totuista toimintatavoista poikkeamista (Herkman 2001, 370). Näitä huumorin keinoja hyödyntää esimerkiksi Anna-lehden (43/2011) kuvaus Pekka Haaviston ja ecuadorilais-syntyisen Antonio Floresin ensikohtaamisesta:

*Pariskunta tapasi toisensa kesällä 1997 Bogotassa, Kolumbiassa. Antonio oli siellä töissä, Pekka retkeili reppuristina. He osuivat viettämään iltaa samaan musiikkibaariin. Valomerkin jälkeen Pekka tiedusteli naulakon edessä seisoskelevalta seurueelta, mihin kannattaisi mennä jatkoille. Porukka kutsui matkailijan mukaansa. Taksissa hän alkoi puhella Antonion kanssa tämän ystävän Fredin toimiessa tulkkina. Antonio oli opiskellut koulussa englantia, mutta käyttänyt sitä vähän.*

*– Myöhemmin on käynyt ilmi, että Fredi käänsi kaiken ihan päin honkia. Eli tämä ihmissuhde on saanut alkunsa väärästä käännöksestä, Pekka nauraa. (Anna 43/2011.)*

Katkelman huumori perustuu siihen, että siinä yhdistetään toisiinsa sopimattomat elementit: vakava suhde ja hullunkuriset kömmähdykset, suuren rakkaustarinan syntyhetki ja sen riisuminen loistokkuudesta väärinymmärrysten kautta. Samassa haastattelussa toteutetaan inkongruenssin keinoin yhtä huumorin tärkeistä funktioista, erilaisuuden sopeuttamista valtakulttuuriin (kts. Herkman 2001, 373):

***Millainen kuva sinulla oli Suomesta*** [parisuhteen alkuaikoina]?

*Antonio | Pekan lähettämät kuvat oli otettu kesäaikaan, kaikkialla oli vihreätä. Hän unohti mainita, että talvi kestää puoli vuotta. (Anna 43/2011.)*

Lainauksessa Flores kertoo luulleensa sinisilmäisesti, että Suomessa on aina kesäisen vihreää. Näin hän saattaa naurunalaiseksi oman ulkomaalaistaustansa ja Suomeen liittyvän tietämättömyytensä. Huumorin kautta ne kääntyvät negatiivisten ominaisuuksien ja toiseuden sijaan sympaattisiksi ja hymyilyttäviksi piirteiksi, jolloin nauru tekee Floresin toiseudesta hyväksyttävää ja helposti lähestyttävää.

Kolmas klassinen tapa selittää huumoria on ylemmyysteoria, jonka mukaan huumorissa naurattaa viime kädessä tunne paremmuudesta. Nauramme epäonnelle, tyhmyydelle, kömpelöydelle ja moraalisille tai kulttuurisille virheille, joiden ilmentäjään verrattuna voimme tuntea itsemme ainakin hetkellisesti etevämmäksi tai onnekkammaksi (Gruner 1997, 13). Tällöin naurussa voi olla emansipatorinen ulottuvuus: se antaa mahdollisuuden subversiivisiin eli vallitsevaa järjestystä haastaviin merkityksiin, tulkintoihin ja ko-

kemuksiin. Naurajan positio on siis kiistatta valta-asema. (Herkman 2001, 373, 377.) Tällaisessa subversiivisessä huumorissa voidaan nähdä Mihail Bahtinin (1995) tavoin keskiaikaista karnevaaliperinnettä muistuttavia piirteitä. Karnevalistinen nauru keikauttaa vallitsevan järjestyksen ylösalaisin. Se kumoaa hierarkkiset suhteet ja normit tilapäisesti, jolloin ylhäinen ja alhainen, kasvot ja takamus vaihtavat paikkoja keskenään. (Bahtin 1995, 11–12.) Nykypäivänä kenties juuri poliitikoille nauraminen toimittaa selkeimmin karnevaalitorin virkaa; se tekee herrasta hetkeksi narrin ja rahvaasta kuninkaan, jolla on lupa nauraa narrille uhmakkaan vapautuneesti.

Ylemmyysteoriaan sopiva komiikka poikkeaa tutkimusaineistossa huojennus- ja yhteensopimattomuushuumorista merkittävästi siinä, että sitä viljelevät poliitikkojen ja näiden kannatusjoukkojen sijasta pääasiassa toimittajat. Erityisen silmiinpistävästi karnevalistista huumoria esiintyy kaupunkilehti Cityn (23.11.2011; 7.12.2011; 4.1.2012) julkaisemissa haastatteluissa, jotka ovat sävyltään kepeitä, monin paikoin vahvasti ironisia ehdokasesittelyjä. Varsin räikeä esimerkki ehdokkaan karnevalisoinnista on artikkeli, jossa toimittaja ilkkuu Paavo Lipposen hitaalle asioinnille haastattelupaikkana toimineessa kahvilassa. Hän kuvailee nähneensä Lipposen liikkeissä ”*diapam-brunssilla käyneen karhun verkkaisuutta*” (City.fi 4.1.2012). Toimittaja siis alentaa ehdokkaan subversiivisen, ylemmydentuntoisen naurun kohteeksi vertaamalla tämän – politiikkaan juuri millään tavoin liittymätöntä – liikkumistapaa raskasrakenteiseen eläimeen ja lääketokkuraan. Sauli Niinistön henkilökuvassa (City.fi 4.1.2012) toimittajan karnevalisoivat pyrkimykset puolestaan käyvät ehdokkaalle selväksi jo haastattelutilanteessa eivätkä vasta sen jälkikäteisessä rekonstruoinnissa. Niinistöä haastatellessaan toimittaja pyytää ehdokasta laulamaan katkelman EU:n hymnistä *Oodi ilolle*, mikä ilmentää yritystä keikauttaa poliitikko tutusta, vakavan haastattelutilanteen vaatimasta roolista kansaa viihdyttäväksi sirkushylkeeksi. Karnevalisoivan keventämisen ohella humoristinen pyyntö toteuttaa myös toista tehtävää: sen avulla osoitetaan EU-myönteisyydestään tunnetun Niinistön asemoitumista poliittisella kartalla. Tosin vastauksena toimittajan yllättävään pyyntöön Niinistö ilmoittaa, ettei suostu laulamaan ”*taatusti, sen jälkeen kun sain viivan laulussa sovittua*” (City.fi 4.1.2012). Näin Niinistö onnistuu kääntämään yksityiselämänsä heikkouden – kehnon laulutaidon – edukseen, tekosyyksi, jonka varjolla välttyä narrin roolilta.

Aivan oman lukunsa aineiston henkilökuvien joukossa muodostavat Väli-Suomen Median sunnuntaisivuston Sunnuntaisuomalaisen julkaisemat ehdokasesittelyt, jotka edus-

tavat kokonaisuudessaan tyylipuhtaasti poliittista satiiria. Ne ovat karikatyyrimaisia kuvauksia, jotka eivät perustu ehdokkaiden haastatteluihin vaan toimittajan omiin, häpeilemättömän piikikkäisiin luonnehdintoihin. Niiden edustama poliittisen huumorin lajityyppi, satiiri, on poliittinen ase, jonka tarkoituksena on saada kohteensa näyttämään huvittavalta tai halveksuttavalta (Abrams 1999, 275). Tarkemmin määriteltynä Sunnuntaisuomalaisen henkilökuvat edustavat satiirin purevaa ja hyökkävää tyyppiä, jota nimitetään antiikin roomalaisen satiirikon mukaan Juvenaloksen satiiriksi. Juvenaloksen satiirin tarkoituksena ei ole parantaa vaan haavoittaa; se pyrkii saamaan kohteensa näyttämään paheksuttavalta ja tuomittavalta. Näin se asettuu vastinpariksi lempeälle, leikittelevälle ja hyväntahtoiselle Horatiuksen satiirille. (Holbert, Hmielowski, Jain, Lather & Morey 2011, 192; Becker & Haller 2014, 36–37.)

Sunnuntaisuomalaisen satiiri on ajoittain räikeästi henkilöön käyvää ivaa, jossa yhdistyvät ulkonäön kaltaisille henkilökohtaisille ominaisuuksille ja poliittisille näkemyksille nauraminen:

[Sauli Niinistön] [e]tuhampaiden välisestä raosta mahtuisi lentämään ampiainen kohti *Nato-optiota* (Sunnuntaisuomalainen 11.12.2011).

*Laajakatseisen poliitikon* [Paavo Väyrysen] *silmien aurauskulma puolsi niin, että toinen silmä katsoi itään ja toinen länteen* (Sunnuntaisuomalainen 24.12.2011).

[Paavo Arhinmäen haave on] [y]ltää *kulttuuriministerinä Claes Anderssonin (vas.) mittoihin. Tätä kirjoitettaessa tavoitteesta puuttuu enää yhdeksän kiloa.* (Sunnuntaisuomalainen 31.12.2011.)

Aina Sunnuntaisuomalaiselle ei näytä riittävän pelkkä ehdokkaan karnevalisointi, vaan karnevaalitorille temmataan myös poliitikon perhe lapsia myöten:

*Yksityiselämästään Arhinmäki on yleensä vaiennut, mutta tiedämme, että hänelle tulee vaalivauva. Avovaimo, eläinlääkäri Päivi Lahti poikii tammikuussa. Synnytyspaikka lienee Helsingin yliopiston eläinsairaala, mutta tietoa ei ole saatu vahvistettua.* (Sunnuntaisuomalainen 31.12.2011.)

*Eva Biaudetin (r.) ja Sari Essayahin (kd.) lisäksi presidentinvaaleissa nähdään kolmaskin naisehdokas, kun kotimaan tunnetuin mulkkuemäntä Paavo Lipponen päätti jalkautua keittiöstä vaalikentille alkusyksystä. Mulkkuemäntä tarkoittaa sitä, että viihtyy keittiössä, ajaa tila-autoa ja antaa naistenlehdille kotiasioista laajoja teemahaastatteluja yhdessä vaimonsa Päivi Lipposen ja lastensa kanssa, jotka Herra paratkoon ovat syyttömiä vanhempiansa ammatinvalintaan.* (Sunnuntaisuomalainen 4.12.2011.)



Ensimmäisessä lainauksessa Paavo Arhinmäen avovaimo rinnastetaan eläimeen leikittelemällä eläinlääkäri-sanalla. Jälkimmäisessä katkelmassa puolestaan kyseenalaistetaan Paavo Lipposen miehuus nimittämällä Lipposta ”kolmanneksi naisehdokkaaksi” ja naistenlehdissä esiintyväksi ”mulkkuemännäksi”. Lisäksi samassa katkelmassa vihjataan, että Lipposen lasten olisi syytä hävetä vanhempiensa ammattia.

Jason T. Peifer (2012) on muistuttanut, että muun journalismin tavoin myös poliittisen huumorin tulee olla sosiaalisesti vastuullista, koska huumori voi vaikuttaa merkittävästi tapoihin, joilla poliittiset kysymykset hahmotetaan. Poliitikkojen on toki kestettävä asemansa vuoksi ronskimpaa irvailua kuin useimpien muiden, mutta vitsailutarkoitus ei Peiferin mielestä vapauta satiirikkoja noudattamasta muutamaa eettistä periaatetta: ensiksi huumorin varjolla ei pidä edesvastuuttomasti leimata tiettyä ihmisryhmää esimerkiksi stereotyyppittävästi, toiseksi huumorissa on aina piiltävä totuuden siemen, ja kolmanneksi huumorin avulla ei saa vahingoittaa naurun kohdetta suotta. Tosin Peifer itsekin myöntää, että luova liioittelu ja kärjistäminen kuuluvat huumorin luonteeseen; huumori on kuin huvipuiston peilitalo, jossa asiat eivät ole aivan sitä, miltä näyttävät. Siksi se pakenee selkeitä oikean ja väärän määrityksiä. (Peifer 2012, 270–275.) Myös Sunnuntaisuomalaisen tapauksessa satiirin suomat vapaudet tekevät kiperäksi tehtäväksi todeta, missä kohtaa sunnuntaisivuston kärjekäs iva ylittää hyvän maun rajan. Yksi väite lienee yhtä kaikki turvallista esittää: jonkinmoinen rajapyykki on rikottu viimeistään siinä vaiheessa, kun naureskelun kohteeksi temmataan poliitikkojen lasten kaltaiset viattomat sivulliset.

### ***6.2.5 Tragedioita ja likatahroja – yksityiselämä kamppailuna***

Yksityiselämä ei suinkaan merkitse presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa pelkkää onnea, täyttymystä tai vapauttavaa naurua, vaan siihen liittyy myös runsain mitoin murhetta, ongelmia ja kärsimystä: läheisten kuolemia, avioeroja ja menneisyyden hölmöilyjä. Nimitän kehystämistapaa, jossa poliitikkojen yksityiselämä esitetään vaikeuksien kylästäjänä, kamppailun kehykseksi. Sen reunustamat ongelmat jakautuvat pääosin kahteen kerrostumaan: henkilökohtaisiin tragedioihin, jotka kutsuvat lukijaa tuntemaan myötätuntoa poliitikkoa kohtaan, ja julkisivun tahroihin, jotka houkuttelevat yleisöstä esiin paheksunnan tunteita. Toisin kuin politiikassa, yksityiselämässä kamppailut käydään tutkimusaineiston lehtijutuissa yleensä muiden sijasta omaa itseä vastaan.

Kun poliitikkojen yksityiselämä kehystetään mediassa kamppailuksi, asetetaan poliitikot samankaltaiseen rituaaliseen rooliin kuin viihdejulkisuuden henkilöt skandaaleineen ja julkisine tilityksineen. Heidän kauttaan yleisölle voidaan kertoa yhä uudelleen – hiukan varioiduissa muodoissaan – ikiaikaisia kulttuurisia kertomuksia lankeamisesta ja epäonnesta. Chris Rojek (2001) on verrannut julkisuuden henkilöiden elämästä kerrottavia tarinoita uskonnollisiin rituaaleihin, joissa on pohjimmiltaan kyse nousemisen ja laskeutumisen käytännöistä. Uskonnollisissa seremonioissa matkustetaan hetkellisesti arkitodellisuuden ulottumattomiin – taivaallisiin korkeuksiin tai Manalan syvyyksiin – jumalten tai kuolleiden ikiaikaisen tiedon äärelle. Näissä rituaaleissa heimolleen erityisiä henkilöitä ovat shamaanit ja poppamiehet, joiden salaperäiset voimat mahdollistavat yhteydenpidon taivaaseen ja Manalaan. (Rojek 2001, 54–55.)

Julkisuuden henkiöitä voidaan pitää maallistuneiden ”heimojen” vastineina shamaaneille ja poppamiehille. Nykyajan medioitunut tähtikulttuuri on pullollaan nousemisen ja laskeutumisen seremonioita, jotka symboloivat kunnioitetun aseman saavuttamista tai sen menettämistä. Tähtien henkilökohtaisten ongelmien käsittely julkisuudessa edustaa nimenomaan laskeutumisen rituaalityyppiä. Henkilökohtaisten tragedioiden tai virhetehtöjen rituaalinomaisen esittelyn kautta julkisuuden henkilö – tai sellaisen roolissa esiintyvä poliitikko – tuntuu sanovan meille: ”Olen sukeltanut syvällä, minulla on salattua tietoa alamaailman synkkyudesta. Nyt olen valmis kertomaan teille, millaista moisella matkalla on – kuunnelkaa ja ottakaa opiksi.”

Traagisen laskeutumisseremonian avulla poliitikolle voidaan käsikirjoittaa tietyytyyppisen symbolisen johtajan roolia: hänestä tehdään populaari uhri, jota kohtaan ihmiset tuntevat myötätuntoa tai sääliä ja joka saa heidät tuntemaan itsensä vertailussa onnekkaksi (Klapp 1964, 50–51). Kärsimysten kuvaukset ovat tällaisten käsikirjoitusten dramaturginen tehokeino, jonka tarkoituksena on tuottaa yleisölle mielihyvää. Nautinto syntyy, kun ensin luodaan pelottava tai jännittävä tilanne ja tämän jälkeen vapautetaan yleisö jännityksestä katharsiksen eli puhdistavan ratkaisun kautta. Tunneimme sääliä, kun joku kärsii ilman oikeutettua syytä, ja pelkoa, kun kärsijä on kaltaisemme. (Reitala & Heinonen 2001, 37–38; Railo 2011, 144.) Poliitikkojen traagiset kamppailukertomukset palvelevat sekä median että poliitikkojen päämääriä. Lehdistölle ne tarjoavat kaikessa dramatiikassaan medialogiikkaan istuvan keinon puhutella yleisöä, poliitikoille puolestaan mahdollisuuden luoda luja tunneside äänestäjiin.

Vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa on runsaasti traagisten, sankarillisten laskeutumistarinoiden käsikirjoituksia. Erityisen mittavasti palstatilaa aineistossa saavat Niinistön yksityiselämän kovat koettelemukset: vuoden 2004 tsunami lomamatkalla Thaimaassa, vaimon yllättävä kuolema ja sitä seuranneet vaikeat vuodet kahden pojan yksinhuoltajana (Iltalehti.fi 14.12.2011d; Suomen Kuvalehti 50/2011; Apu 5/2012a; 6/2012; Helsingin Sanomat 7.1.2012; Seura 1/2012). Samankaltaista populaarisen uhrin rooliasua sovittelaa myös Soinille, jonka kerrotaan kokeneen 13-vuotiaana paljon murheita: kahden enon kuoleman ja äidin vaikean struumaleikkauksen, josta äiti kuitenkin selvisi hengissä (Iltalehti.fi 14.12.2011e). Väyrysen taas kerrotaan kokeneen 11-vuotiaana isoveljensä kuoleman (Iltalehti.fi 13.12.2011a). Kuoleman ja suuronnettomuuden kuvaukset tarjoavat yleisölle mahdollisuuden kokea pelkoa ja myötätuntoa turvallisen etäisyyden päästä, mutta kenties enemmän samastumispintaa tarjoavat astetta tavallisemmat tragediat: työttömyys, avioero ja lapsettomuus, joita luonnehditaan tunteellisin sanavalinnoin tuskalliseksi tai synkäksi. Eva Biaudet’sta kerrotaan, että ”[1]apsettomuuden tuska ja avioero koettelivat [häntä] aikanaan” (Iltalehti.fi 11.12.2011). Timo Soini puolestaan rakentaa samastuttavaa tunneyhteyttä Suomen satoihintuhansiin työttömiin puhumalla avoimesti omasta 1990-luvun työttömyysjaksostaan: ”Käytännön omakohtaisesta kokemuksesta tiedän, mitä on kirjoittaa ’työtön’ kymmeniä kertoja allekkain. Synkkiä vuosiani en kaipaa enkä myöskään romantisoi.” (Iltalehti.fi 14.12.2011e.) Puhdistavana katharsiksena näissä kärsimysnäytelmissä toimii se, että poliitikot ovat menestyneet vaikeuksista huolimatta. He ovat nousseet presidenttiehdokkaaksi saakka kertomaan meille kärsimyksistään – kuin Manalan syvyyksistä palanneet shamaanit konsanaan.

Traagisten sankaritarinoiden ohella poliitikkojen yksityiselämän kamppailuita kuvataan myös hiukan toisenlaisessa valossa: julkisivuun piirtyneinä, epäedullisina likatahroina. Yhtä lailla kuin myötätuntoa herättävien kärsimysnäytelmien, myös pahennusta lietsovien tahrojen maalaaminen kuuluu kaupallisen medialogiikan mukaisiin tarinankerrontatekniikoihin, sillä negatiivisuus puhuttelee ihmisiä yleisesti ottaen enemmän kuin hataranmakea positiivisuus. Tahrakertomukset poikkeavat kuitenkin tragedioista merkittävästi siinä, että ne ovat vielä tragedioitakin negatiivisempia: toisin kuin kärsimysnäytelmät, ne eivät saa lainkaan positiivista, sankarillistavaa sävyä. Päinvastoin kuin traagiset sankarit, tahruntuneet poliitikot ovat itse syyllisiä kärsimyksiinsä. Siksi moralisoiva ja tuomitseva sävy on tahratarinoille leimallista. Esimerkiksi Iltalehti (14.12.2011a)

kertoo äärimmäisen arvottavin sanavalinnoin, että Paavo Arhinmäki on mellastanut nuoruudessaan kaduilla ”*huligaanina*”, ja nostaa esiin vuoden 2006 Smash Asem -mielenosoituksen jälkimainingeissa saadun niskoittelusyytteen. Hiukan lievemmin tuomitsevasti Suomen Kuvalehti (2/2012) ja Keskisuomalainen (28.1.2012) mainitsevat, että Pekka Haaviston puoliso Antonio Flores on ”hairahtunut” ”toljailuiksi” – hieman keventävästi – nimitettyihin kapakkatappeluun ja rattijuopumukseen. Moinen maininta kieli, ettei hyveellisyyden ja nuhteettomuuden vaatimus ulotu ainoastaan presidenttiehdokkaaseen itseensä, vaan myös hänen puolisoonsa. ”Toljailuiden” ja ”hairahtumisten” esiin tuominen on epäsuora moraalinen arvostelma ehdokkaasta, joka on valinnut rinnalleen niihin langenneen kumppanin.

Useassa aineiston henkilökuvassa ei tyydytä ainoastaan kertaamaan aiemmin tiedossa olleita tahroja toimittajan kertomina, vaan yritetään hieroa uusia likatäpliä julkisivuun poliitikon omin sanoin, toimittajan esiin pusertaman tunnustuksen kautta. Tämä on erityisen vaivatonta todeta kysymys–vastaus-muotoisista haastatteluista, jossa ehdokkaan suorien sitaattien lisäksi myös toimittajan kysymykset on julkaistu lukijoiden nähtäviksi. Esimerkiksi Imagen (10/2011) toimittaja kysyy Haavistolta, milloin tämä on viimeksi polttanut kannabista. Kysymys uusintaa stereotyyppistä mielikuvaa vihreiden kannattajista hippeinä, jotka suhtautuvat huumeidenkäyttöön huolettomasti – etenkin, kun kysymyksen muotoilu ”*Koska olet viimeksi polttanut –*” sisältää luonnollistetun oletuksen siitä, että Haavisto todella on polttanut kannabista. Tosin vastapainoksi Haavisto rikkoo kysymyksen ehdottamaa pilvenpolttajamyttiä vastauksessaan, jossa hän kiistää käyttäneensä kannabista. Myös Ilta-Sanomien henkilökuvissa ehdokkaiden julkisivuun yritetään roiskia tahroja kysymyksenasettelujen kautta. Haastatteluissa jokaiselle ehdokkaalle esitetään samat yksityiselämään liittyvät kysymykset, jotka käsittelevät esimerkiksi menneisyyden rikoksia ja sakkoja sekä mahdollisia kokemuksia koulukiusaajan roolista. Useat ehdokkaat myöntävätkin saaneensa lähinnä liikennesakkoja (Iltasanomat.fi 9.1.2012; 10.1.2012; 12.1.2012; 14.1.2012; 16.1.2012). Kysymysten julkaiseminen näyttää varsin tehokkaalta keinolta lakaista likahippusia esiin: vähäpätöisten rikkeiden myöntäminen lienee poliitikoille pienempi paha kuin vastaamisesta kieltäytyminen, joka voisi luoda mielikuvan siitä, että ehdokkaalla on jotakin merkittävää salailtavaa. Valehtelun riskit puolestaan olisivat vielä vaikenemistakin monin verroin suuremmat.

Tahrakertomuksen muotoon kirjoitetut laskeutumisen seremoniat toteuttavat useita tehtäviä. Esimerkiksi Arhinmäen ”huliganismin” ja Haaviston puolison ”toljailuiden” päivittely pukee ehdokkaita Klappin (1964) termein populaarin konnan rooliin. Median viehtymys konniin piilee siinä, että vihaaminenkin voi olla ajoittain nautinnollista – konnan paradoksina on suosittu epäsuosio (Klapp 1964, 47–48). Konnat siis palvelevat syntipukkina tai ”nyrkkeilysäkkinä, johon aggressionsa voi purkaa” (Karvonen 1999, 286). Yleisestikin ottaen poliitikot tuntuvat tarjoavat kansalle helpon julkisen syntipukin, jota ruoskia milloin mistäkin turhautumisen aiheesta: kurjasta taloustilanteesta, työttömyydestä tai vaikkapa maahanmuuton seurauksista. Toinen tapa, jolla poliitikkojen julkiset laskeutumisrituaalit tuottavat yleisölle tyydytystä ja mielihyvää, on sosiaalisen maiseman tasoittaminen (kts. Jallinoja 1997, 93). Poliitikot seisovat usein kunnian ja varallisuuden jalustalla, jolta putoaminen kiinnostaa ihmisiä suuresti. Saattaapa moni sitä suorastaan toivoakin, julkisuuden henkilön status kun on omiaan ruokkimaan kateutta. Media, joka juhlii riemukkaasti nousemisen rituaaleja, puolestaan kärkeä usein ensimmäisenä korppikotkana pudonneen kuuluisuuden haaskalla. Tästä kieli se suunnaton tarmokkuus, jolla poliitikkoja haastattelevat toimittajat pyrkivät hinkkaamaan esiin menneisyyden likatahroja tämänkin tutkielman aineistossa.

Kolmanneksi poliitikkojen tahrakertomukset luovat eräänlaista yhteisöllisyyden illuusiota yksilöiden aikakaudella. Erkki Karvonen (2011) on verrannut julkisuuden henkilöistä tarinoivaa journalismia kyläyhteisöön, jonka jäsenten toimia voimme tarkkailla ja jonka sisäisistä tapahtumista voimme juoruta. Perinteiseen kyläyhteisöön verrattuna journalismi tarjoaa erityisen herkullisen asetelman: samalla, kun julkisuuden henkilöt asetetaan suurennuslasin alle, voimme itse nauttia nyky-yhteiskunnan suomasta vapaudesta elää valitsemallamme tavalla kenenkään vahtimatta. (Karvonen 2011, 209.) Yhteiskunnallisesti merkittävänä henkilöinä poliitikot ovat poikkeuksellisen moralisoivan katseen alla. Moraalisesta erityisasemasta julkisuuden henkilöiden joukossa kertovat esimerkiksi Iltalehden (11.12.2011) spekulatiot siitä, kehtaako kukaan vaalikampanjan aikana puuttua Biaudet’n perhearvoihin, jotka eivät lehden mukaan vastaa ”*kunnon porvarin normeja*”. Näihin normeihin sopimattomiksi lehti määrittelee avioeron, adoptiolasten hankinnan ja nuorimman lapsen isän kanssa yhteen muuttamisen vasta kymmenen vuoden yhdessäolon jälkeen. Jos henkilökuvan kohteena olisi poliitikon sijaan viihdetähti, moisten valintojen norminmukaisuutta tuskin olisi vaivauduttu pohtimaan kyläyhteisömaisessä hengessä.

Laskeutumisrituaalien – eli tragedia- ja tahrakertomusten – lisäksi poliitikkojen henkikuvissa esiintyy kolmaskin kamppailukehyksen kerrostuma. Siinä erityisen vahvana ristiriitojen lähteenä ja näyttämönä näyttäytyy poliitikon ruumiillisuus. Länsimaiselle ajattelulle ominaista dikotomisuuutta heijastellen poliitikot tuntuvat pitävän ruumistaan keskeisenä esteenä matkalla täydelliseksi poliitikoksi. Kaksinapaisessa mieli–ruumisjaottelussa mieli on järkeilyn ja objektiivisuuden aluetta, ruumis taas välttämättömyyksien, tarpeiden toteuttamisen, tuntemuksien, viettien ja vaistojen. Toisinaan – kuten lempiruokia kuvailtaessa – ruumis voidaan toki esittää nautinnon ja täyttymyksen paikana, mutta ennen kaikkea se tuntuu olevan rajoittaja ja kahlitsija, este itsensä ylittämisen sekä mielen vapaan kukoistuksen tiellä. Lisäksi poliitikon ruumis merkitsee keskeistä tilaa, jossa neuvotellaan yksityisen ja julkisen rajanvedosta. Tämä johtuu siitä, että esimerkiksi poliitikon ulkonäkö ja toisinaan myös terveydentila ovat varsin näkyviä seikkoja.

Poliitikkojen ruumiiseen liittyviä, yksilön sisäisiä kamppailuita ovat esimerkiksi terveyden ja hyvän kunnon ylläpitäminen, jotka näyttäytyvät monin paikoin päättymättömänä ongelmanhallintaprojektina. Liki kaikki presidenttiehdokkaista kertovat aineistossa harastavansa liikuntaa, mutta usein he valittavat ajan riittämättömyyttä. Niinistön kerrotaan käyvän ”pillereillä tuettu[a] taistelu[a] tupakkaa vastaan” (Keski-suomalainen 29.1.2012), mutta oma lukunsa ruumiin kamppailuissa näyttää olevan Timo Soini. Tämän kerrotaan tuskailevan kovien poliittisten paineiden alla terveytensä kestävyyskannan kanssa ja joutuneen pahimmillaan paineiden laukaisemien fyysisten oireiden vuoksi sairaalahoitoon (Iltalehti.fi 14.12.2011e; Helsingin Sanomat 8.1.2012). Suomen Kuvalehdessä (48/2011) Soinin ystävä arvioi ehdokkaan olevan ”erittäin stressaantunut” ja käyvän siksi ”koko ajan hieman ylikierroksilla”. Iltalehti (14.12.2011e) puolestaan kertoo Soinin taistelukeinoista ruumiillisuuden rajoitteiden nujertamiseksi: ”Soinin avustaja Jukka Jusula on asetellut Soinin pöydälle Brysselissä porkkanoita ja tomaatteja, ettei esimies söisi vain pihvejä ja pitsaa.”

Ehdokkaiden julkisesti esitellyt ruumiin kamppailut heijastelevat ruumiiseen nykykulttuurissa liitettyjä arvoja ja merkityksiä, jotka ilmentävät foucault’laista, normalisoivaa bio- ja kurivaltaa (kts. Foucault 1990, 139–141). Vaikka poliitikkoja arvioidaan yleensä ensisijaisesti näiden henkisten ominaisuuksien perusteella, on nykypoliitikkojen tärkeää pitää myös ruumiinsa vallitsevien normien mukaisina: ihmisten mielikuvissa fyysinen, sosiaalinen ja moraalinen ruumis limittyvät toisiinsa, jolloin fyysisen ruumiin tulkitaan

heijastavan henkilön psyykkisiä ominaisuuksia. Tällöin esimerkiksi heikko fyysinen kunto tai lihavuus nähdään helposti merkinä laiskuudesta, tyhmyydestä tai itsehallinnan puutteesta. Vastaavasti hoikkuus ja hyvä kunto yhdistyvät mielikuvissa positiivisiin ominaisuuksiin, kuten tehokkuuteen, ahkeruuteen ja älykkyyteen. (Harjunen 2009, 15–16.) Juuri näitä positiivisia ominaisuuksia poliitikot ilmeisesti toivovat edustavansa kertoessaan yleisölle kuntoiluharrastuksistaan median välityksellä. Tosin Soinin – kilogramman tarkkuudella ilmoitettu (Helsingin Sanomat 8.1.2012) – ylipaino onnistutaan kehystämään päinvastaisin merkityksin kuin lihavuus yleensä: laiskuuden sijaan se esitetään merkinä niin kovasta työnteosta, ettei poliitikko ehdi miettiä terveysasioita. Tämä on mahdollista, koska muut Soinin piirteiden kuvaukset näyttävät puhuvan voimakkaasti vastoin lihavuuteen liitettyjä negatiivisia stereotyyppioita. Lisäksi ruumisnormit lienevät keski-ikäiselle miehelle sallivammat kuin ne olisivat vaikkapa nuoren naispoliitikon tapauksessa.

Aivan erityisen ruumiillisuuskamppailun tuottaa Pekka Haaviston avoin homoseksuaalisuus: Haaviston henkilökuvissa käydään neuvottelua siitä, muodostaako homoseksuaalin miehen ruumis esteen politiikassa menestymiselle. Muista yksityiselämän kamppailusta tässä poiketaan siten, että tällä kertaa Haavisto ei kamppaile itseään, vaan muita, suvaitsemattomia kansalaisia vastaan.

Aineistosta nousee esiin kolmenlaisia suhtautumistapoja Haaviston homoseksuaalisuuteen. Ensimmäisessä kehystämistavassa homoseksuaalisuutta pidetään tietukkeena poliittiselle voittokululle ja suhtaudutaan epäilevästi ideaan siitä, että homoseksuaali mies sopii presidenttinä symboloimaan kansakuntaa. Keskisuomalaisen (28.1.2012) mukaan ”[m]onet suomalaiset pitävät Haaviston homoutta suurimpana esteenä äänestää häntä.” Suomen Kuvalehdessä (2/2012) puolestaan todetaan seuraavasti: ”Myös ehdokkaan avoin homoseksuaalisuus koettelee suomalaisen äänestäjäkunnan suvaitsevaisuutta. Joidenkin on vaikea sulattaa, että Linnan juhlia isännöisi miespari.” Sattumaa tai ei, kummassakin lainauksessa puhutaan suomalaisuudesta samassa virkkeessä homoseksuaalisuuden kanssa. Lehtien mukaan Haaviston homoseksuaalisuuteen eivät suhtaudu torjuvasti ihmiset tai kansalaiset, vaan nimenomaan suomalaiset. Kansallismielistä vivahdetta alleviivaa suvaitsevaisuuden rajan vetäminen juuri itsenäisyyspäivän juhlavastaanottoon: homoparin ei haluta edustavan kansakuntaa tilaisuudessa, johon liittyy vahvaa nationalistista symboliikkaa.

Epäilevän tai torjuvan ajattelutavan taustalla lienee isänmaan ja äidinkielen kaltaisiin perhemetaforiin nojautuva länsimainen nationalismi. Perhemetaforia hellivä nationalismi on tavannut esittää kansakunnan yhtenäisenä, heteroseksuaalisena kokonaisuutena, jolloin homoseksuaalisuus on edustanut kansallismielisessä ajattelussa toiseutta, sitä mitä ”me” emme ole emmekä halua olla (Urponen 2010, 302). Tässä nationalistisesti värityneessä kehystämistavassa homoseksuaalisuus mieltyy eräänlaiseksi muukalaisuudeksi. Zygmunt Baumanin ja Tim Mayn (2001) mukaan muukalaiset ovat henkilöitä, jotka haastavat todellisuuden ymmärtämiseksi tarvittavia selkeitä rajoja ja järjestyksiä. He hämmentävät yhteisöä tekemällä näkyväksi luonnollisena pidettyjen vastakkainasettelujen ja kategorioiden keinotekoisuuden. Samalla he osoittavat, että rakennettuja rajoja voidaan ylittää ja järjestää uudelleen. Toisin sanoen muukalaisia vieroksutaan, koska he hämärtävät yhteisöä määrittäviä rajalinjoja sisältäpäin: he eivät ole aivan ”meitä” mutteivät ”niitäkään”. (Bauman & May 2001, 35.) Homoseksuaali Haavisto näyttäisi tämän ajattelutavan mukaan rikkovan luonnollisena pidetyn kansallisen perhepotretin järjestystä: jakoa miehiin ja naisiin, jotka tuntevat seksuaalista vetoa vastakkaista sukupuolta kohtaan. Toisaalta hän rikkoo myös selkeää vastakkainasettelua ”meidän” ja ”niiden” välillä: nikkaroivana autoharrastajana hän ei vastaa mielikuvaa stereotyyppisestä, naismaisesta homosta, joka voitaisiin yksiselitteisesti tuupata toiseuden, ”niiden” kategoriaan.

Torjuvan nationalismin rinnalla henkilökuviissa esiintyy myös positiivinen suhtautumistapa poliitikon homoseksuaalisuuteen. Hiukan paradoksaalisesti siihenkin liittyy kansallismielinen sävy, kuten lainaus Lapin Kansasta (23.1.2012) osoittaa: ”*Suomalaisen yhteiskunnan suvaitsevaisuudesta antaa ilahduttavan hyvän kuvan se, että Haavisto taistelee toisella kierroksella presidenttiydestä.*” Lehdessä siis iloitaan – kenties hiukan yllättyneeseen sävyyn – Haaviston menestyksen todistavan Suomen kansan suvaitsevaiseksi. Kommentti henkii toisenlaista, torjuvaa nationalismia modernimpaa, kansallismielisyyttä. Läntisissä nykydemokratioissa vähemmistöjen suvaitsemisesta on tullut kansallinen ylpeys, jolla pönkitetään kansakunnan omanarvontuntoa (Urponen 2010, 302). Tällöin Haaviston menestystä presidentinvaaleissa pidetään eräänlaisena näyteikkunana maailmalle: katsokaa, kuinka avarakatseisia me suomalaiset olemme äänestäessämme homoseksuaalin ehdokkaan presidentinvaalien toiselle kierrokselle! Tosin suvaitsevaisuuden ylenpalttinen juhliminen osoittaa paradoksaalisesti, että suomalaisten salliva ajattelutapa on kaukana itsestänselvyydestä – eihän siitä muuten tarvitsisi erikseen iloita. Samaa viestii kiertoilmauksiin turvautuminen homoudesta puhuttaessa silloinkin, kun suhtau-



tumistapa aiheeseen on positiivinen: ”*Eräs tuttu arvostaa sitä, että Haavisto on avoimesti sitä mitä on, viitaten Haaviston puolisoon Antonio Floresiin.*” (Helsingin Sanomat 5.1.2012) Puhe homoseksuaalisuudesta laitetaan Helsingin Sanomissa ”erään tutun” suuhun, ja tämänkin suussa homous on häveliäästi ”mitä on”. Moinen varovaisuus ker-toneee, ettei 2010-luvun medially ole täysin luontevia keinoja puhua poliitikon homoseksuaalisuudesta, vaikka viihdejulkisuuden henkilöiden avoin homoseksuaalisuus onkin lehtien sivuilla jo varsin arkista.

Niinpä ei ole ihme, että kolmas poliitikon homoseksuaalisuutta reunustava kehystämistapa on tyypillinen erityisesti populaarilehdille, jotka käsittelevät poliitikkoja samankaltaisesti kuin viihdejulkisuuden henkilöitä. Niiden kehystämistapa on neutraali, häivyttävä ja arkipäiväistävä. Populaarilehtien sivuilla Haaviston seksuaalinen suuntautuminen tuodaan esiin vähintäänkin epäsuorasti, mutta siitä ei tehdä numeroa – homoseksuaalisesta parisuhteesta puhutaan samalla tavalla ja yhtä luontevasti kuin heterosuhteesta. Tästä selkeimpiä esimerkkejä ovat Haaviston ja Floresin parisuhdehaastattelut (Anna 43/2011; Eeva.fi 23.1.2012b), jotka noudattavat tyylipuhtaasti parisuhdehaastattelujen konventioita puhumalla seksuaalisen suuntautumisen sijaan rakkaudesta ja yhteisestä ajanvietosta. Naistenlehtien ongelmaton suhtautuminen Haaviston seksuaalisuuteen selittyy juuri sillä, että homoseksuaalisuuden arkipäiväistämisen etujoukoissa on toiminut nimenomaan populaarijulkisuus. Julkisuuden henkilöiden homoseksuaalisuuden kieltämisellä on pitkä historia (Rojek 2001, 86), mutta 1990-luvulta lähtien esimerkiksi televisioon ja elokuvaan on ilmaantunut positiivisia roolimalleja (Van den Bulck & Claessens 2013, 71–72). Suomen mediahistoriassa homoseksuaalisuuden representoimisessa keskeinen käännekohta nähtiin vuosituhannen vaihteessa, jolloin suosituissa *Salattut elämät* -saippuasarjassa esitettiin homohahmo Kalle myönteisessä, samastuttavassa ja stereotyyppioita välttävässä valossa (Kekki 2001, 272). Sittenkin myös tosielämän henkilöiden avoin homoseksuaalisuus on arkipäiväistynyt esimerkiksi viihdelehtien haastatteluissa. Populaarijulkisuudessa esiintyessään Pekka Haavisto siis tuo – Suomen ensimmäisenä julkihomona presidenttiehdokkaana – uuden lisäyksen stereotyyppioita karttavan, arkipäiväistävän esittämisen jatkumoon.

Kolme hyvin erityyppistä tapaa kehystää poliitikon homoseksuaalisuus osoittavat, että julkinen puhe poliitikon homoseksuaalisuudesta on vielä keskeneräinen neuvottelukenttä. Sopimusta hallitsevasta tavasta kehystää aihe ei ole vielä syntynyt ainakaan eliitti- ja aluelehdissä, jotka saattavat varovaisimmillaan turvautua kiertoilmauksiin homoseksua-

aalisuudesta puhuessaan. Populaarilehdissä neuvottelut näyttävät sitä vastoin olevan paljolti jo aiemmin, muissa yhteyksissä käytyjä. Viihdelehdissä on yleensäkin totuttu käsittelemään intiimejä asioita luontevasti ja rutiininomaisesti, joten homoseksuaalisuus edustanee niille vain yhtä henkilökohtaista aihetta muiden joukossa.

Kaikki lehtien sivuilla esitetyt kamppailut eivät suinkaan liity menneisyyden kipukohtiin tai ruumiin rajoitteisiin. Niiden lisäksi presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa esiintyy vielä yksi merkittävä yksityiselämän ”kamppailulaji”: taistelu median tungettelua vastaan. Se poikkeaa ominaispiirteiltään muista kamppailuista niin vahvasti, että olen erottanut sen kokonaan omaksi kehykseksi. Seuraavaksi otan tämän varjeluksi nimitämäni raamin luupin alle tarkasteltavaksi.

### ***6.2.6 ”Nyt aletaan olla aika henkilökohtaisissa asioissa” – yksityiselämä varjeltavana vyöhykkeenä***

Toisinaan poliitikot näyttävät pitävän mediajulkisuutta uhkana, jolta täytyy suojautua ja jota vastaan on taisteltava. Tällöin julkinen minä mielletään – kuten Erkki Karvonen (1999, 254) on sitä kuvannut – eräänlaiseksi haarniskaksi, jonka alla lymyää ”aito” ja ”todellinen” minuus. Vaikka presidenttiehdokkaat ovat osassa henkilökuvista hyvin auliita puhumaan intiimeistä asioistaan, näyttää heille olevan tärkeää pitää yllä eronte-koa julkisen minän ja ”tosiminän” välillä. Jos julkinen minä onkin jossain määrin yhteistä omaisuutta, koetaan tosiminä yksityisomaisuudeksi, jota ollaan valmiita suojelemaan raivokkaasti muiden käpälöinniltä. Yksityiselämään kohdistuvaa tungettelua pidetään oman tonttirajan loukkauksena: se merkitsee tosiminän haavoittamista.

Ajatus julkisesta minästä haarniskana muistuttaa luvussa 6.2.2 esiteltyä julkisivun kehystä tietyssä mielessä: molemmissa julkinen minä mielletty keinotekoiseksi pintakerrokseksi, joka kätkee alleen jotain ”aidompaa”. Silti kehykset ovat tietyssä mielessä toistensa kääntöpuolet. Siinä missä julkisivu toimii melko avoimena ikkunana yksityiselämään, pyritään intiimi puoli pitämään haarniskan avulla visusti piilossa. Ja siinä missä julkisivua esitellään hyvinkin auliisti, on haarniska pakollinen paha, joka puetaan ylle yksityisen minän suojaamiseksi.

Vuoden 2012 presidenttiehdokkaille näyttää olevan olennaista, että he saavat itse määrittellä suojattavan vyöhykkeen ja paljastamisen välisen rajan, säilyttää sen selkeänä ja loukkaamattomana. Vaikka politiikon intiimiä puolta käsiteltäisiinkin julkisesti, on sen siis tapahduttava politiikon ehdoilla. Useissa henkilökuissa poliitikot esittävät omia määritelmiään sille, mikä kuuluu ”aitona” minuutena suojattavaan piiriin. Tyypillisimmin siihen luetaan parisuhde ja lapset (esim. Anna 43/2011; 47/2011; Iltalehti.fi 14.12.2011d; Image 10/2011; Apu 6/2012; Helsingin Sanomat 7.1.2012; Seura 1/2012), mutta Paavo Arhinmäki erottuu joukosta tiukimmalla linjallaan. Osuvan esimerkin hänen ehdottomuudestaan tarjoaa katkelma Ilta-Sanomien (13.1.2012) julkaisemasta haastattelusta:

**5. Onko teitä tuomittu koskaan tuomioistuimissa?**

*PA: Kysymys ei liity politiikkaan, vaan menee henkilökohtaiselle tasolle.*

**6. Onko teidän tekemistänne käynnistetty esitutkinta, joka ei ole johtanut syytteesen?**

*PA: Kysymys ei liity politiikkaan vaan menee henkilökohtaiselle tasolle.*

**7. Oletteko ollut tutkintovankeudessa, pidätettynä tai kiinniotettuna?**

*PA: Kysymys ei liity politiikkaan vaan menee henkilökohtaiselle tasolle.*

**8. Oletteko ollut poliisin putkassa?**

*PA: Kysymys ei liity politiikkaan vaan menee henkilökohtaiselle tasolle.*

**9. Jos olette saanut liikennesakkoja (esimerkiksi ylinopeussakkoja yms.), mikä on suurin saamanne sakko ja mistä se tuli?**

*PA: Kysymys ei liity politiikkaan vaan menee henkilökohtaiselle tasolle.*

**10. Oletteko koskaan kokeillut huumeita?**

*PS: Kysymys ei liity politiikkaan vaan menee henkilökohtaiselle tasolle.*

**11. Onko teillä jokin krooninen sairaus?**

*PA: Kysymys ei liity politiikkaan vaan menee henkilökohtaiselle tasolle. (Iltasanomat.fi 13.1.2012.)*

Haastattelussa Arhinmäelle esitetään pitkä lista yksityiselämään liittyviä kysymyksiä, joihin hän kieltäytyy järjestelmällisesti vastaamasta yksityisyyden suojaan vedoten. Toisin kuin muut ehdokkaat, Arhinmäki vetää suojattavan piirin rajan jopa rikoksiin ja kroonisiin sairauksiin – seikkoihin, joilla voi olla vaikutusta politiikon kykyyn hoitaa julkista tehtäväänsä. Näin hän määrittelee yksityisen ja julkisen välisen rajan tavalla, joka ylittää tiukkuudessaan julkista intressiä koskevat journalistien ammattieettiset normit (kts. luku 3.1.1).

Useissa presidenttiehdokkaiden haastatteluissa on havaittavissa kipuilua medioitumisen ja medialogiikan tuomien jännitteiden (kts. luku 2.2.) kanssa. Tällöin esiin nousee kysymys siitä, mihin kaikkeen politiikon on taivuttava saadakseen myönteistä mediahuomiota. Ehdokkaiden suhtautumista median toimintalogiikkaan leimaa kaksijakoi-

suus. Yhtäältä he näyttävät tiedostavan kaupallisen medialogiikan pelisäännöt: yksityiselämän julkinen esittely takaa mediahuomiota jatkuvassa näkyvyyskilpailussa ja puhuttelee sellaista yleisöä, jota pelkkään politiikkaan keskittyvät haastattelut eivät kiinnosta. Toisaalta median valtaan ei haluta taipua varauksetta silläkään uhalla, että tietojen salaaminen saattaa antaa epäluotettavan vaikutelman tai se voidaan esittää epäilyttävässä valossa. Ajoittain lehtihaastatteluista paistaa läpi poliitikkojen vaivaantuneisuus tai närkästys, jota turhan tungetteleviksi koetut kysymykset herättävät.

Jonkinasteisesta median pelisääntöihin alistumisesta kerrotaan esimerkiksi Anna-lehden (43/2011) julkaisemassa haastattelussa, jossa Pekka Haavisto esiintyy yhdessä puolisonsa Antonio Floresin kanssa: ”*Aluksi Antonio vastusti presidentinvaaleihin lähtemistä. Esiin tuotaisiin paitsi ehdokkaan poliittiset linjaukset myös kotiin ja parisuhteeseen liittyvät asiat, eikä Antonio kaipaa julkista huomiota.*” (Anna 43/2011.) Katkelmassa tunnustetaan median valta: koko presidentinvaaleihin lähteminen määritellään taipumiseksi median markkinalogiikkaan, jonka niskalenkkiote ulottuu ehdokkaan lisäksi myös hänen puolisoonsa. Henkilökuvassa ei esitetä mahdollisena vaihtoehtona sitä, että Haavisto voisi olla mukana presidenttikisassa ilman Floresin julkisia esiintymisiä. Poliittika siis hyväksytään kaupankäynniksi mediajulkisuuden kanssa: menestyksen hintana on yksityisen paljastaminen medialogiikan ehdoilla, haarniskan riisuminen yleisön edessä. Osoituksena asiantilan nielemisestä toimii se, että Haaviston lähdettyä ehdokkaaksi myös Flores esiintyy lopulta naistenlehden intiimissä parisuhdehaastattelussa – kertomassa, ettei ”kaipaa julkista huomiota”.

Hiukan samankaltaista median pelisääntöihin taipumista ilmentää Sauli Niinistön ja Jenni Haukion parisuhdehaastattelu (Seura 1/2012), jossa Niinistö käy toimittajan kanssa ajoittaista määrittelykamppailua yksityispiirin rajoista. Haastattelun alussa Niinistöä huokuu pidättyväisyys ja vaivaantuneisuus:

*Jenni Haukio ei epäröi hetkeäkään vastatessaan kysymykseen, mikä hänen puolisoonsaan Sauli Niinistössä on hauskinta.*

*”Koko paketti!”*

*Niinistö ähkäisee vieressä: ”Nyt aletaan olla aika henkilökohtaisissa asioissa.”* (Seura 1/2012.)

Lopulta Niinistön kerrotaan kuitenkin taipuvan keskusteluun, jonka aihepiiri – parisuhde – näyttäisi hänen omassa rajanmäärittelyssään kuuluvan yksityispiirin puolelle. Mää-

rittelykamppailu päättyy siis tältä erää toimittajan voittoon. Tosin rajakiista jatkuu toisaalla samassa haastattelussa, kun toimittaja esittää Niinistölle ilmeisen kiusallisen kysymyksen. Tällä kertaa Niinistö puolustaa yksityisreviiriään aiempaa ponnekkaammin ja kieltäytyy yksiselitteisesti vastaamasta:

*Nähdäänkö Mäntyniemessä vielä teidän yhteisiä lapsianne?*

*NIINISTÖ: ”Jätetään tämä kysymys pois.” (Seura 1/2012.)*

Niinistö kehottaa toimittajaa poistamaan lastenhankintaa koskevan kysymyksen lopullisesta jutusta, mutta toimittaja on mitä ilmeisimmin päättänyt pitää ohjat käsissään. Hän osoittaa sen julkaisemalla kysymyksen vastoin Niinistön toivetta – siitäkkin huolimatta, että utelu jää vaille vastausta. Näin hän asettuu valtaposition kertomalla yleisölle, ettei suostu journalistina tanssimaan poliitikon pillin mukaan. Lukijan tehtäväksi jää päätellä, mitä vastaamisesta pidättäytyminen kertoo Niinistöstä. On toki muistettava, että haastattelutilanteen lopputuloksesta eli valmiista lehtijutusta on mahdotonta nähdä tilanteita, joissa Niinistö on mahdollisesti onnistunut ohjailemaan toimittajaa ja saamaan omat rajanmäärittelynsä lävitse vastustuksesta. Niinpä lehden sivuille saakka päätyneet määrittelyväännöt eivät riitä todisteiksi valtakamppailun lopullisesta voittajasta. Niiden perustella voidaan todeta ainoastaan, että medialogiikan ja Niinistön välillä on kiistatta jännitteitä.

Aina yksityispiirin rajoja koettelevat kysymykset eivät kuitenkaan johda poliitikon ja toimittajan välisiin kahnauksiin, sillä poliitikon on mahdollista kiemurrella niistä ove-luuttaan hyödyntäen. Apu-lehden (6/2012) julkaisemassa haastattelussa Niinistö onnistuu vastaamaan intiimiin kysymykseen taitavasti kierrellen:

*Kuka tai mikä on elämäsi suurin rakkaus?*

*– Elämä itse, eikä vain oma elämä. (Apu 6/2012.)*

Elämän suurinta rakkautta kysyttäessä Niinistö ei nimeä ketään tai mitään konkreettista, vaan tarjoaa ympäripyöreän, hiukan runollisen vastauksen. Tässä hän selittää paljastamista vaativan medialogiikan haavoittumatta itse lainkaan: vastaamisesta kieltäytyminen olisi voinut saada Niinistön näyttämään jähmeältä tiukkapipolta samankaltaisesti kuin Seura-lehden haastattelussa. Pyöristetty vastaus sitä vastoin näyttäisi kelpaavan toimittajalle, joka jättää aiheeseen liittyvät lisäkysymykset hienotunteisesti utelematta.

Mediajulkisuuden jännitteet nousevat poliitikkojen henkilökuvissa esiin myös yksittäisiä kysymyksenasetteluja yleisemmällä tasolla. Aineistosta käy monin paikoin selväksi, etteivät nykypoliitikot ole julkisuuden henkilöiden joukossa erityisasemassa – heitä pidetään julkisuuden vapaana riistana samalla tavoin kuin vaikkapa suosittuja laulajia ja elokuvatähtiä. Tämä tuo poliitikkojen elämään omat lisämurheensa: on otettava vastaan haukkuja verkkokeskustelijoilta, varjeltava läheisiä yleisön ylenpalttiselta huomiolta ja suunniteltava häijuhlat niin, etteivät lehtikuvaajat pääse häiritsemään niitä. Tähtistatukseen varjopuolta kuvaavat esimerkiksi seuraavat otteet ehdokkaiden henkilökuvista:

[Pekka Haavisto:] ”*Puolisolle olen sanonut, että älä googlaa nimeäsi. Se sonta mikä nettissä pyörii, pyörii myös perheenjäsenten ympärillä. Se on asian ikävin puoli, ja uskon puhuvani monien muidenkin kuin itseni puolesta: puoliset, lapset, vanhemmat vedetään netin mudanheittomaailmaan.*” (Image 10/2011.)

[Parturi-kampaajana työskentelevä Antonio Flores]: *Asiakkaista suuri osa ei tiedä, että olen Pekan puoliso. Eräs asiakas alkoi vertailla lehdessä ollutta kuvaa minuun ja lopulta kysyi, oletko sinä Haaviston puoliso. Myönsin, mutta totesin ystävällisesti, että en puhu työpaikalla yksityisasiosta. Kerran työkaverin tuolissa istui asiakas, joka ihmetteli, mistä voi tietää, että Haaviston kumppani puhuu suomea ja tekee oikeita töitä. Työkaveri vastasi, että kyllä hän tietää, koska se mies on samalla alalla. Pudistin peilin kautta vaivihkaa päätäni: älä paljasta, että olen tässä vieressä.* (Anna 43/2011.)

*Flores on pitänyt siitä, että Suomi ei ole kuin Amerikka tai Ecuador, joissa julkisuuden henkilöiden kaikki asiat pengotaan. Tosin Suomi on hänestä muuttumassa.* (Apu 5/2012b.)

*Kun Niinistö ja silloinen keskustan kansanedustaja Tanja Karpela alkoivat seurustella vuonna 2000, he yrittivät salata suhteen hyvin tarkkaan. Niinistö leikkasi Karpelan nurmikon lakki päässä, jotta naapurit eivät olisi tunnistaneet häntä. Niinistön erityisavustaja kävi säännöllisesti kirjakaupassa katsomassa lehdistä, onko suhde päätyntyn julkisuuteen.* (Iltalehti.fi 14.12.2011d.)

Median ja yleisön tungettua poliitikkoja kohtaan selittää se, että presidenttiehdokkaita pidetään muiden julkisuuden henkilöiden tapaan yhteisenä omaisuutena: ehdokas on ”meidän” Pekkamme, Saulimme tai Sarimme. Orrin E. Klappin (1964, 17) mukaan tällainen omistava suhtautuminen on esimerkiksi julkisuuden henkilöihin kohdistuvan, omituisen kosketteluvimman taustalla. Ilmiö on tuttu konserttilavojen eturiveistä ja punaisten mattojen liepeiltä, joissa ihailijat kurkottavat kätensä kohti tähteä kuin napatakseen tästä palan itselleen. Myös toimittajien voidaan katsoa ilmentävän kosketteluvimmaa abstraktisti. Aika ajoin vallalla tuntuu olevan ajatus, että medially on oikeus koskea poliittista julkisuuden henkilöä mihin lystää – onhan hän ”meidän” omaisuuttamme.

Chris Rojek (2001) käyttää julkisuuden henkilöihin kohdistuvasta omistushalusta uskontometafora: hän rinnastaa omistushalun pyhänjäännösten metsästämiseen. Pyhien henkilöiden ruumiinosien tai omaisuuden säilyttäminen on uskonnoissa yleinen käytäntö, sillä jäännöksillä uskotaan olevan parantavaa voimaa. Rojekin mukaan myös julkisuuden henkilöistä himoitaan vastaavia reliikkejä: heiltä kinutaan nimikirjoituksia, heidän roskakorejaan pengotaan ”aarteiden” toivossa, ihailijalaumat repivät tähdiltä vaatteet yltä, ja huutokaupoissa ollaan valmiita maksamaan *tähtitieteellisiä* summia kuuluisuuden hiussuortuvista, kirjeistä tai vaatekappaleista. Yleisölle pyhänjäännösten kerääminen merkitsee pyrkimystä päästä lähemmäksi tähteä. (Rojek 2001, 58–59.) Julkisuuden henkilöiden pyhänjäännöksiä voitaneen ajatella myös abstraktisti: yleisön kiinnostus ja keräilyhalu kohdistuu materiaalisten esineiden lisäksi julkisuuden henkilöä koskevaan tietoon. Se, mitä tähti tekee tai sanoo, saa ihmisten mielessä erityisen, symbolisesti ladatun merkityksen samankaltaisesti kuin pyhien kirjojen kertomukset profeettojen edesottamuksista. Siksi Sauli Niinistökin ei saa rakentaa seurustelusuhteitaan rauhassa tai Pekka Haavisto pysty pitämään lähipiiriään suojassa ihmisten kiinnostukselta.

Julkisuuden henkilöihin kohdistuvassa omistushalussa on mukana myös ilmiötä, jota Rojek (emt.) nimittää *epäilevän Tuomaan efektiksi* (*St. Thomas effect*). Siinä on kyse pyrkimyksestä todentaa julkisen henkilön aitous esimerkiksi koskettamalla tai valokuvaamalla häntä (emt., 62). Kuuluisuudet näyttäytyvät yleisölle usein etäisinä, liki tavoittamattomissa leijuvina tähtinä, joten heidän lihallisesta olemassaolosta tarvitaan konkreettisia todistuskappaleita. Juuri tällaista tuomasefektiiä heijastelee edellä kuvatun esimerkin (Anna 43/2011) kampaamoasiakas, joka rohkenee epäillä Haaviston puolison kielitaitoa ja työssäkäyntiä.

### **6.2.7 Katumuksen värittämää tunnepuhetta – yksityiselämä tunnustusten lähteenä**

Viimeisenä presidenttiehdokkaiden yksityiselämän raamittajana jäljellä on kehys, jota nimitän tunnustukseksi. Tunnustaminen on medioituneelle nykyläiskulttuurille ominainen keino käsitellä ongelmia, puhua tunteista ja hallita mainetta. Yleensä poliitikot on totuttu yhdistämään tutkivan journalismin ylläpitämään, vakavaan tunnustusperinteeseen (kts. Sumiala-Seppänen 2007, 171), mutta henkilökuvissa heidän esittämänsä tunnus-

tukset saavat juttutyypin kevyen luonteen vuoksi viihteellisen vivahteen. Niinpä ehdokaiden esittämät tunnustukset värittyvät omien – politiikkaan suoraan liittymättömien – heikkouksien paljastuksiksi ja tunne-elämän analyttiseksi ruotimiseksi.

Paine omien heikkouksien tunnustamiseen on kaikuja katolisen kirkon rippitraditiosta. Nytemmin, yhteiskunnan maallistuttua, tunnustusrituaalien keskeiseksi näyttämöksi on noussut media, jonka välityksellä tavoitettava suuri yleisö on korvannut papin tai läheisen ystävän tunnustusten vastaanottajana. Kun aiemmin tunnustus oli hyvin yksityinen teko, median välittämänä sen keskeiseksi piirteeksi on tullut yksityisen ja julkisen välisen rajan häivyttäminen. Näyttämön ja mittakaavan ohella modernin tunnustuksen erottaa esimerkiksi keskiaikaisesta synnintunnuksesta se, ettei siinä ole olennaisinta paljastaa normien vastaisia tekoja, vaan tekojen taustalla piileviä tunteita, ajatuksia ja motiiveja. (Sumiala-Seppänen 2007, 165–166, 170, 182; King 2008, 116.)

Medialla on hyvät syyt ylläpitää tunnustuskulttuuria, sillä se sopii mainiosti kaupalliseen medialogiikan periaatteisiin; toisin sanoen tunnustuksiin kytkeytyvät tunteet ja yllätykset myyvät. Myös julkisuuden henkilön roolissa esiintyvät poliitikot voivat tavoitella tunnustamisrituaaliin osallistuessaan imagohyötyjä, sillä julkinen tunnustus tarjoaa mahdollisuuden luoda tunneyhteys yleisöön. Yksityiselämän avaaminen lehtihaastattelussa tunnustuksen kautta edustaa siis parasosiaalista vuorovaikutusta (kts. luku 3.2): se simuloi yksityistä keskustelutilannetta eli luo illusion siitä, että poliitikko uskoutuu lukijalle kuin parhaalle ystävälleen. Näin lukija kutsutaan tuomarin tai sivustaseuraajan sijasta ymmärtäjäksi tai terapeutiksi, jonka myötätuntoa poliitikon on mahdollista tavoitella. (Rojek 2001, 87; Sumiala-Seppänen 2007, 172, 176; King 2008, 122–123; Maksimainen 2008, 226–227.)

Mediavoittoisen tunnustuskulttuurin pelisäännöt näkyvät myös presidenttiehdokkaiden esittämässä tunnustusrituaaleissa. Tyypillistä ehdokkaiden tunnustuksille on se, että paljastettavia tekoja keskeisemmälle sijalle nostetaan tekoihin liittyvät tunteet. Itse tunnustamistekoon kytkeytyvä tunnetila on yleensä katumus. Esimerkiksi Paavo Arhinmäki myöntää Iltalehdessä (14.12.2011a) katuvansa sitä, että on huudellut nuorempana jalkapallokatsomossa sopimattomia:

*– Jokereiden tapausta en muista, että olenko ollut mukana huutelemassa vai en. Serbian muistan, ja se ei ollut asiallista. En ole ylpeä siitä, Arhinmäki tunnustaa.*



*Arhinmäki muistuttaa, ettei edes jalkapallo oikeuta asiattomiin kommentteihin.*  
 – *Tunteet ovat varmasti olleet pinnassa, ja ne ovat olleet spontaaneja kommentteja.*  
*Nuorempana on tullut huudeltua tyhmiä asioita. (Iltalehti.fi 14.12.2011a.)*

Arhinmäen tunnustuksessa rituaalin alkuunpanija on media, joka tivaa ehdokkaalta kommentteja esiin nostamiinsa menneisyyden kipukohtiin. Hänen tapauksessaan tekojen myöntäminen on siis reaktiivista imagohaittojen paikkailua. Arhinmäki selittää tekoaan tunteilla ja nuoruuden typeryydellä sekä osoittaa katumusta, mikä on eittämättä tehokkaampi keino voittaa yleisön hyväksyntä puolelleen kuin kiistäminen ja torjunta – heikkoutensa myöntämällä ja tunteensa paljastamalla on edes jotenkuten mahdollista kaapia kokoon yleisön myötätunnon murusia. Arhinmäen tunnustusta proaktiivisemmalta toiminnalta vaikuttaa Sari Essayahin seksielämään liittyvä paljastus, josta kerrotaan Helsingin Sanomissa (4.1.2012). Lehden mukaan uskoontulo opiskeluvuosina sai Essayahin katumaan tiettyjä nuoruuden aikaisia tekojaan:

*Essayah löysi Jumalan armon, ja hänestä tuli patavanhoillinen arvokonservatiivi. Haastattelukirjassa 1994 hän kertoi kokevansa syyllisyyttä nuoruuden avoliitosta, johon oli kuulunut myös ”fyysinen puoli”. Haastattelussa hän tuomitsi ”navat vastakkain tanssimisen” syntiseksi. (Helsingin Sanomat 4.1.2012.)*

Lehden referoima tunnustus nuoruuden avoliiton ”fyysisestä puolesta” muistuttaa suuresti kristillistä synnintunnustusta, mutta median välittämänä rituaalina se käy uskonnollisen poliitikon julkisesta katumusharjoituksesta, joka korvaa rukoilun tai pyhiinvaelluksen hurskauden osoittajana. Tässäkin julkinen katumus tarjoaa tien tunneyhteyteen äänestäjäkunnan kanssa. Essayahin tunnustuksen aihepiiri – seksielämä – on erittäin tyypillinen niin traditionaalisille synnintunnustuksille kuin niiden moderneille, median välittämille vastineille (kts. Foucault 1990, 61). Koska seksi on usein vaiettu, kätkeyty ja intiiminä pidetty aihe, sitä koskevaa paljastusta voidaan pitää eräänlaisena tunnustusten tunnustuksena, äärimmäistunnustuksena – onhan jonkin oltava ensin näkymättömissä, jotta se voidaan paljastaa.

Julkisissa tunnustusrituaaleissa on kyse muustakin kuin imagosta ja tunneyhteydestä: ne voidaan foucault’laisittain nähdä normalisoivana valtarakenteena. Michel Foucault’lle (1990) tunnustus merkitsee länsimaisille yhteiskunnille ominaista hallinnan muotoa, joka lävistää niin oikeuden, lääketieteen, koulutuksen kuin ihmissuhteidenkin alueet. Hänen mukaansa tunnustuksesta on tullut merkittävin totuuden tuottamisen tapa. Foucault’lle tunnustusrituaaleissa on pohjimmiltaan kyse tunne-elämän normittamisesta:

tunnustus on väline, jolla tutkiskellaan ja pidetään kurissa sisäisiä haluja ja houkutuksia. (Foucault 1990, 59–63.) Jatkuvan itsekontrollin lisäksi tunnustamisen eetos juurruttaa ihmisten mieliin tietyn tyyppisen, uusliberalistisen tavan suhtautua ongelmiin. Tunnustamisen esiin nostamat huolet näyttäytyvät yksilöllisinä ja henkilökohtaisina, eivät kollektiivisen tason, kysymyksinä (Sumiala-Seppänen 2007, 177). Tunnustava yksilö ei perustele tekojaan rakenteellisilla tekijöillä, vaan henkilökohtaisella kokemuksella; hän on yksin vastuussa sanoistaan ja teoistaan (King 2008, 116; Railo 2011, 132). Vastavasti myös ongelmien mahdollinen ratkaisuhorisontti siintää julkisten, yhteisten kysymysten sijaan yksityiselämän alueella. Toisin sanoen tunnustuskulttuurinen ongelmanratkaisu edellyttää yhteiskunnallisten muutosten sijaan yksilön itsensä kehittymistä.

Foucault’lainen, itseään kontrolloiva yksilö nostaa päätään esimerkiksi Essayahin ripittäytymisessä, jossa poliitikko tunnustaa olleensa aiemmin turhan tiukkapipoinen monissa asioissa:

*– [–] Perhe ja lapset asettavat asiat eri mittakaavaan. Kun urheilin, saatoin harmitella lihaskipua. Pieni asia nykypäivän näkökulmasta saattoi olla suhteettoman suuri tai tärkeä. Muistelen joskus joulusiivouksia, joissa asettelin matonhapsujakin, nyt olen tyytyväinen, jos saan maton paikoilleen. (Iltalehti.fi 14.12.2011c.)*

Essayahin tunnustus henkii suoranaista itsensä metakontrollointia – itsehallintakin on pidettävä hallinnassa, jottei se mene liiallisuuksiin. Eva Biaudet puolestaan vie metatasolle itse tunnustusrituaalin tunnustamalla, että tunnustus todella on keino löytää ratkaisuja terapiakulttuurin henkilökohtaisiin ongelmiin:

***Millä tavoin olet mennyt [lapsettomuuden ja avioeron] suruissasi eteenpäin?***

*– Omien pelkojeni ja heikkouksieni myöntäminen on tuonut minulle vahvuutta elää niiden kanssa. Vahvuus on sitä, että uskaltaa näyttää heikkoja puoliaan ja käsitellä niitä läheistensä kanssa, hän [Biaudet] vastaa. (Iltalehti.fi 11.12.2011.)*

Tunnustamisen eetos on osa laajempaa yhteiskunnan emotionalisoitumisen ilmiötä, jota voidaan muun muassa Jaana Maksimaisen (2008) tavoin nimittää terapiakulttuuriksi. Sen valtakautta on Maksimaisen mukaan eletty Suomessa 1990-luvulta lähtien. Terapiakulttuurin taustalla ovat yksilöllinen itsensä toteuttamisen ihanne ja siihen liittyvä ajatus ”autenttisesta” minuudesta, jonka elämäntarinaa eivät sanele ulkoiset moraalilähteet, kuten uskonto, perhe tai suku – niiden paikan elämän suuntaviittana ovat ottaneet henkilökohtaiset tunteet. Niinpä terapiakulttuurin ideaalina on tunteva ja puhuva yksilö,

joka osaa pukea kokemuksena sanoiksi ja ruotia tunteitaan analyttisin ottein. (Maksimainen 2008, 210, 212, 215.

Median hellimä terapiakulttuurinen yksilöihanne raamittaa erityisesti presidenttiehdokkaiden tapoja puhua parisuhteesta. Maksimaisen (emt.) mukaan terapiakulttuuri on tehnyt parisuhteista tietämisen ja hallinnan kohteita, sillä terapiapuhe rationalisoi rakkautta ja korostaa suhteen ylläpitämiseksi vaadittavaa ponnistelua. Tällöin jokainen rakkaussuhde näyttäytyy potentiaalisesti ongelmallisena; se päättyy ”herkeämättömän terapeutti- sen katseen alle joksikin, jota aina pitää ymmärtää ja hoitaa mahdollisten ongelmien ratkaisemiseksi ja ehkäisemiseksi”. Toki onnellisen parisuhteen edellytykset ovat olleet jo pitkään julkisen pohdiskelun kohteina, mutta terapiakulttuurin valtakaudella moraalinen puntarointi avio-onnen edellytyksistä on vaihtunut psykologisoiduksi ja yksilölliseksi puheeksi parisuhteen dynamiikasta. (emt., 212–214.) Emotionalisoiva terapiapuhe työntyy esiin useaan otteeseen etenkin *Me Naiset* -lehdessä (44/2011) julkaistussa Paavo ja Päivi Lipponen parisuhdehaastattelussa. Juttu keskittyy kertomaan nimenomaan aviosuhteen tunnepuolesta:

[Paavo Lipponen:] *Meillä on tosi hyvä yhdessä, sitä siunaan joka päivä. Joskus mietin, olenko yhtä rakastunut kuin alussa, ja joudun toteamaan, että kyllä olen.* (*Me Naiset* 44/2011.)

*PAAVO: – – Minä kyllä tykkään meidän temperamenttieroistamme, se pitää suhteen virkeänä.* (*Me Naiset* 44/2011.)

Ensimmäisessä sitaatissa Paavo Lipponen kertoo refleктоivansa tunteitaan päivittäin ja kyselevänsä itseltään, onko suhteessa hyvä elää. Lainauksesta välittyy myös kiitollisuus parisuhteen onnistumisesta ja sen tuomasta emotionaalista tyydytyksestä. Näin Lipponen tulee epäsuorasti sanoneeksi, etteivät rakkauden tunteet ja suhteen onni ole itsensäselvyys. Samaa viestii toinen sitaatti, jossa Lipponen puhuu suhteen ”virkeänä” pitämisestä: suhde on jotakin, mitä pitää hoitaa, huoltaa ja aika ajoin herätellä, jottei se pääse nuutumaan. Terapiakulttuurisen parisuhdekäsityksen mukaisesti rakkaussuhteen yllä väijyy jatkuva eron uhka, joka ei tosin Lipposten tapauksessa näytä olevan realisoidumassa. Potentiaalisten ongelmien olemassaolo yhtä kaikki tiedostetaan. Niitä ennalta ehkäiseväksi lääkkeeksi Lipponen päättyy määrittämään – psykologian termistöä käyttäen – ”temperamenttierot”.

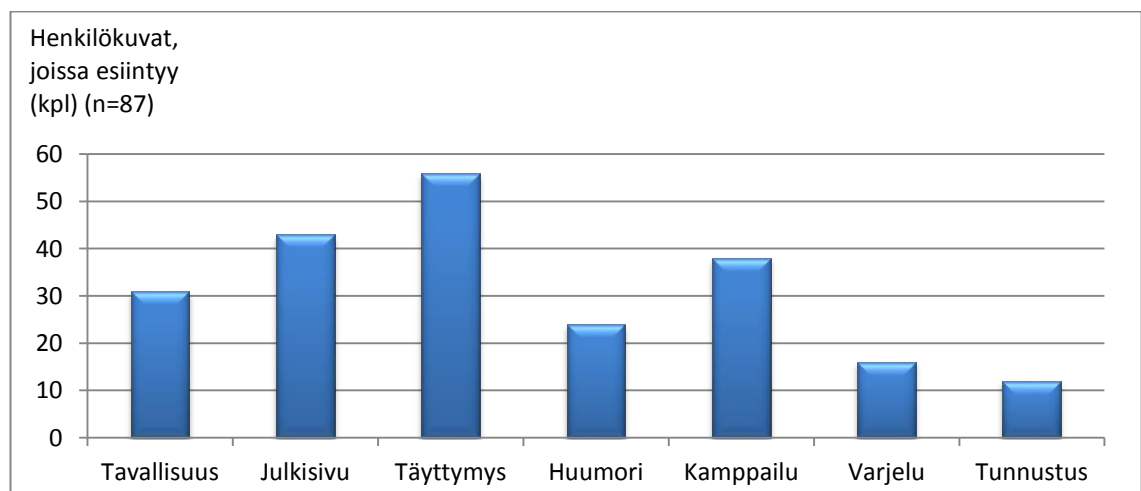
Samankaltainen, psykologisoiva pohjavire läpäisee aineistoa myös vanhemmuudesta puhuttaessa. Päivi Lipponen paljastaa edellä mainitussa haastattelussa, että ”[I]apset ovat Paavolle äärimmäisen tärkeitä, siksi hän on niin kiltti ja antaa periksi. Tytöt saavat itsevarmuutensa ja rakentavat identiteettinsä isän katseesta.” (Me Naiset 44/2011.) Tällä tavoin Päivi Lipponen pyrkii rationalisoimaan isyyden tunnemaisemaa ja esittämään järkipäisen selityksen miehensä käyttäytymiselle: Paavo Lipposen ylenpalttisen kiltteyden syyksi diagnosoidaan lasten suuri merkitys tämän elämässä. Samassa sitaattissa Päivi Lipponen puhuu myös psykologian termein ”identiteetin rakentamisesta” ja viitanee isän katseen merkitystä korostaessaan freudilaiseen käsitykseen sukupuoli-identiteetin kehittymisestä. Vastaavasti Iltalehdessä (11.12.2011) todetaan Eva Biaudet’sta, että hän ”pohtii päivittäin osaansa äitinä, miten rohkaista jälkikasvua voittamaan vaikeudet ja miten vahvistaa heidän luottamustaan pärjätä elämässä.” Luottamuksen lisäksi Biaudet puhuu samassa yhteydessä myötäelämisestä ja ongelmien ymmärtämisestä, kuin suoraan vanhemmuuden self help -oppaasta repäistyinä iskulauseina. Iltalehden henkilökuvassa Biaudet’n vanhemmuus näyttäytyy siis päivittäisenä äitiyden reflektioimisena sekä potentiaalisten ongelmien tiedostamisena, ehkäisemisena ja käsittelemisenä. Julkisuuden näyteikkunaan sommitellaan terapiakulttuurin normit täyttävä poliitikko, joka hallitsee tunteitaan ja kykenee analysoimaan niitä viileästi. Hän tuntuu sanovan: osaan käsitellä tunteitani, joten en päästä niitä häiritsemään julkisten tehtävien hoitamista. Tässä mielessä tunnustuksen kehys sopii erinomaisesti nykypoliitikon ideaaliin, jonka täyttämistä arvioidaan kokonaisuutena eikä vain poliitikon julkisen roolin perusteella. Samalla Biaudet’n huolet saavat uusliberalistisen yksilöllisyyden eetoksen sävyttämät raamit: vanhemmuuden ongelmat ovat äitiyksilön, eivät yhteiskunnan, har-teilla. Siten myös ratkaisut ongelmiin on löydettävä omasta itsestä rakenteiden sijaan. Ristiriitoja lasten varttumiseen ja äitiyteen tuottavina rakenteina voitaisiin nähdä esimerkiksi tietyt sosiaali- ja koulutuspoliittiset ratkaisut, sukupuolikulttuuri sekä äitejä vastuuttava ja syyllistävä kulttuuri, jossa vanhemmuus samastetaan yksinomaan äitiyteen (kts. Tuomaala 2011, 76–79; Nätkin 2013, 30–32).

### **6.2.8 Yhteenvetoa yksityiselämän kehysistä: yleisyys ja rakenneosat**

Olen nyt esitellyt poliitikkojen yksityiselämä reunustavat kehykset, joita muodostui aineiston analyysissä yhteensä seitsemän kappaletta. Tavallisuuden kehys esittää poliitikon arkisena yhtenä ”meistä”, julkisivun kehys puolestaan yltöpositiivisessa, kiiltoku-

vamaisessa ja hyveellisessä valossa. Täyttymyksen kehukseen sisältyvät kuvaukset siitä, kuinka poliitikko toteuttaa itseään yksityiselämässään vapaana töiden velvollisuuksista ja ammatillisesta roolista. Huumorin kehyksessä yksityiselämä esitetään tavalla tai toisella koomisessa valossa. Kamppailun kehys sulkee sisäänsä kuvaukset yksityiselämän murheista, varjelun kehys puolestaan pyrkimykset suojata yksityiselämää julkisuudelta. Viimeiseen kehyksistä, tunnustukseen, kuuluvat avoimet tunnustukset yksityiselämästä sekä oman elämän ruotiminen psykologisoivin ottein.

Yksityiselämän kehymiä esittelevän alaluvun yhteenvedoksi olen koonnut kuvion 5, joka kertoo, kuinka monessa henkilökuvassa kukin kehyksistä esiintyy. Useimmissa aineiston henkilökuvista on enemmän kuin yksi poliitikon yksityiselämää raamittava kehys. Lisäksi yksi kehys saattaa esiintyä tietyssä henkilökuvassa useamman kuin yhden kerran, mikä tekee oheisesta kuviosta lähinnä suuntaa antavan esityksen kehysten yleisyydestä. Henkilökuvien lukumäärässä mitattuna tutkimusaineiston yleisimmiksi kehyksiksi nousevat täyttymyksen ja julkisivun – eli yksityiselämän kaikkein positiivisimmassa valossa esittävät – kehukset. Täyttymyskehys esiintyi 56:ssa eli liki kahdessa kolmasosassa aineiston 87 henkilökuvasta, julkisivukehikko puolestaan 43:ssa eli noin joka toisessa henkilökuvassa. Tämä on linjassa henkilökuvan yleisesti positiivissävyisen juttutyypiluonteen kanssa. Toisaalta myös yksityiselämän tragedioina tai likatahroina esittävä kamppailun kehys osoittautui varsin yleiseksi, sillä se esiintyy 38:ssa eli liki puolessa aineiston henkilökuvista. Tämä puolestaan sopii yhteen medialogiikan noudattamisen kanssa: draaman ja negatiivisuuden katsotaan yleensä lisäävän jutun kiinnostavuutta. Vähiten aineistossa esiintyi tunnustuksen – 12 henkilökuvaa – ja varjelun – 16 henkilökuvaa – kehymiä.



KUVIO 5 Yksityiselämän kehysten yleisyys henkilökuvien lukumäärässä mitattuna

Luvussa 5.2.3 esittelin neliportaisen mallin, jota noudattaen kehykset on muodostettu. Seuraavaksi esittelen tiiviisti kunkin kehyksen rakenneosat mallin valossa. Kuten menetelmäluvussa todettiin, mallin ensimmäisessä vaiheessa louhitaan tilanteiden raakamääritelmiä eli pohditaan, millainen tiivis toiminnan luonnehdinta kuvaa aineistossa esitettyä, yksityiselämään liittyvää tilannetta. Toisessa vaiheessa tilanteiden raakamäärittelyä paikannetaan jännitteitä, toisin sanoen tilannetta määrittäviä binaarisia vastakkainasetteluja. Kolmas vaihe pitää sisällään moraalisten preferenssien määrittelyn eli päätelmän siitä, kummalle puolelle jänniteparia teksti kutsuu lukijaa asettumaan moraalisesti. Viimeiseen vaiheeseen kuuluu kehysten lopullinen jalostaminen, jossa saman jänniteparin ja moraalisen preferenssin sisältävät tilanteiden raakamääritelmät kootaan yhdeksi ryhmäksi, kehykseksi. Tämän jälkeen kehys nimetään kuvaavalla tavalla. Lopullisessa jalostamisvaiheessa kehyksen sisältämän jännitteen ja moraalisen preferenssin päälle alkaa hahmottua merkityskerrostumia, jotka antavat kehykselle vaihtelevia sävyjä.

Taulukkoon 3 on kuvattu neliportaista mallia seuraten, millaisista rakenneosista yksityiselämän kehykset muodostuvat. Koska yksittäisiä tilanteiden raakamääritelmiä saatiin aineistosta louhituksi valtava määrä, edustavat taulukossa kuvatut raakamääritelmät vain jokusta, kaikkein selkeintä esimerkkiä kustakin kehyksestä. Jännitteitä ja moraalisia preferenssejä sitä vastoin on kutakin kehystä kohden vain yksi – tosin poikkeuksena on julkisivun kehys, jonka kahta jänniteparia ja moraalista preferenssiä tarvitaan erottamaan se yhtäältä tavallisuuden, toisaalta kamppailun kehyksestä. Kerrostumista puolestaan todettakoon, että periaatteessa tilanteiden raakamääritelmät voisivat nousta kerrostumiksi liki sellaisenaan. Tässä tutkielmassa merkittävin ero tilanteiden raakamääritelmien ja kerrostumien välillä on kuitenkin se, että kerrostumat on hiouttu raakamääritelmien pohjalta sovittamalla aineistosta tehdyt havainnot teorian tietoon. Kerrostumissa on myös mukana enemmän tulkintaa kuin raakamääritelmissä. Oheinen taulukko toimii vain lyhyenä yhteenvetona kehysten kerrostumista; siihen listattuja kerrostumia on avattu tarkemmin luvuissa 6.2.1–6.2.7.

TAULUKKO 3 Yksityiselämän kehysten elementit

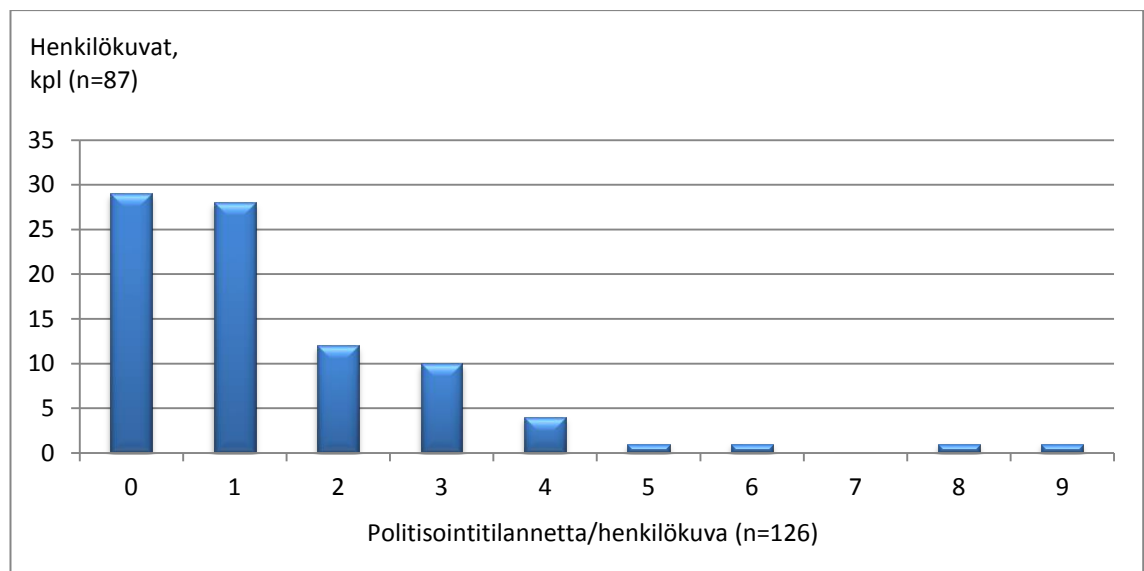
Kehys	Tilanteiden raakamääritelmät	Jännite	Moraalinen preferenssi	Kerrostumat
<b>Tavallisuus</b>	Esim. arjen tylsyydestä valittaminen, vaatimattomien lähtökohtien ja elämäntapojen esitteleminen	Tavallisuus–erityisyys	Tavallisuus	Esim. uskottavuuden todistelu, samastuspinnan tarjoaminen yleisölle, muista poliitikoista erottuminen, sankaruuden tuottaminen
<b>Julkisivu</b>	Esim. onnen hehkuttaminen, yksityiselämän saavutusten esitteleminen	Tavallisuus–erityisyys, helpous–vaikeus	Erityisyys, helpous	Esim. parisuhteen hyperrituaalisointi, symbolinen johtajuus, imagon kalibrointi
<b>Täyttymys</b>	Esim. nauttiminen, yhteiskunnallisen tiedostavuuden osoittaminen elämäntapavalintojen avulla	Yksilö–sosiaalinen rooli	Yksilö	Esim. ilmaisullinen yksilöllisyys, elämänpoliitiikka
<b>Huumori</b>	Esim. vitsaileminen, naurunalaiseksi tekeminen	Hauskuus–asiallisuus	Hauskuus	Esim. tilanteen keventäminen, yhteensopimattomuus, karnevalistisuus
<b>Kamppailu</b>	Esim. kärsiminen, ongelmista selviytyminen	Helppous–vaikeus	Vaikeus	Esim. traagiset laskeutumisseremoniat, taharakertomukset, ruumiillisuuskamppailut
<b>Varjelu</b>	Esim. yksityisyyden suojeleminen	Avoimuus–yksityisyys	Yksityisyys	Esim. tietojen salaaminen, median ehtoihin taipuminen, julkisuuden pelisäännöistä neuvottelu, median toimintatapojen kritisointi
<b>Tunnustus</b>	Esim. myöntäminen, paljastaminen, omista tunteista avautuminen	Avoimuus–yksityisyys	Avoimuus	Esim. tunnustuskulttuuri, terapiakulttuuri

### 6.3 Yksityisestä poliittiseksi

Edellä olen käsitellyt tapoja kehystää poliitikkojen yksityiselämää pääosin pelkän näkyvyysjulkisuuden alueella (kts. luku 3.1.2) pysytellen, mutta niiden lisäksi toinen tämän tutkielman keskeinen mielenkiinnon kohde ovat tavat, joilla yksityiselämän paljastaminen maanittelee esiin jälkimodernia poliittista yhteisöä. Seuraavaksi vedänkin suurenuslasin alle kysymyksen yksityiselämän politisoinnista: kuvaan aineistosta havaittua yksityiselämän politisoimista määrällisesti sekä sovittamalla esimerkkejä poliittiseksi

merkitsemisen tilanteista aiemmin esiteltyihin yksityiselämän kehyksiin. Kuten luvusta 5.3 käy ilmi, tarkoitetaan yksityiselämän politisoinnilla toimintaa, jossa henkilökohtainen huolenaihe kytketään eksplisiittisesti johonkin tiettyyn yleisen tason kysymykseen. Politisointitilanteet voidaan jakaa individualistisiin ja sosiaalisiin sen mukaan, koskeeko politisoimisen kautta esiin nostettu huolenaihe yksittäisen poliitikon julkista toimintaa vai laajempaa yhteiskunnallista kysymystä.

Presidenttiehdokkaiden yksityiselämä viedään aineiston 87 henkilökuvassa selkeän poliittiselle tasolle yhteensä 126 kertaa, eli eksplisiittisiä politisoimistilanteita on keskimäärin noin 1,52 kappaletta henkilökuvaa kohden. Tosin politisointikohtien lukumäärät vaihtelevat henkilökuvien välillä varsin suuresti, kuten kuviosta 6 voidaan havaita. Enimmillään yksittäisessä henkilökuvassa (Anna 40/2011) on peräti yhdeksän kohtaa, jossa poliitikon yksityiselämä liitetään yleisen ja yhteisen tason kysymykseen. Toisaalta 29 henkilökuvasta eli kolmasosasta aineistoa politisoimista ei löydy lainkaan. Tyypillisin politisointitapausten lukumäärä yksittäisessä henkilökuvassa on juuri nolla kappaletta tai yksi kappale – liki kaksi kolmesta aineiston lehtijutusta jää näihin lukuihin. Yli neljään yksityiselämää politisoineeseen kohtaan yltäneet henkilökuvat jäävät aineistossa yksittäisiksi hajatapauksiksi, neljään kappaleeseen.



KUVIO 6 Yksityiselämän politisoimistapaukset henkilökuvaa kohden

Keskimäärin eniten politisoimista henkilökuvaa kohden, 2,05 tapausta, on eliittilehdissä. Vähiten yksityiselämää politisoidaan alueellisissa lehdissä, keskimäärin 0,54 kertaa henkilökuvaa kohden. Populaarilehdet sijoittuvat eliittilehtien tuntumaan 1,74 poli-

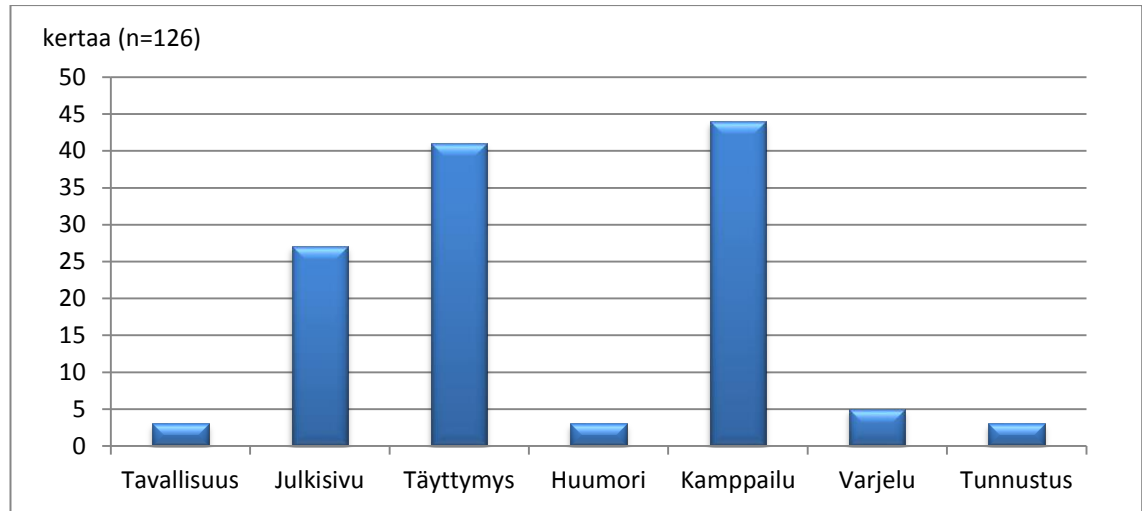


tisointikohdan keskiarvolla. Tutkielman aineisto on toki aivan liian suppea tilastollisten johtopäätösten tekemiseksi, mutta se ei estä pohtimasta lehtityyppien välisen vaihtelun syitä varovasti. Yksi mahdollinen selitys sille, että eliittilehdet politisoivat yksityiselämää tämän tutkielman aineistossa suhteellisen innokkaasti, on se, että niiden julkaisemien henkilökuvien sisältö painottuu politiikkaan. Tällöin yksityiselämäkin saa helposti poliittisen vivahteen silloin, kun sitä käsitellään. Populaarilehdissä moinen asetelma kääntyy pääläelleen: jos eliittilehdet käsittelevät yksityistä poliittisen kautta, kertovat populaarit julkaisut poliittisesta yksityisen kautta. Populaarilehdissä käsitellään ehdokkaiden yksityiselämää varsin paljon, joten tilaisuuksia politisointiin tarjoutuu runsaasti. Tämä on ilmeinen selitys sille, että populaarit julkaisut yltävät politisointikertojen juttukohtaisessa keskiarvossaan melko lähelle eliittilehtiä. Alueelliset lehdet puolestaan notkahtavat näiden kahden lehtityypin väliinpuotoajaksi, jossa yksityiselämää käsittelevät kohdat jäävät helposti irralleen ehdokkaan poliittisista näkemyksistä.

Vahvaa, sosiaalista, politisoinnin muotoa edustaa aineistossa 65 poliittiseksi merkitsemisen tilannetta. Toisin sanoen runsas puolet 126 suorasanaisesta politisoimiskohdasta on tapauksia, jossa poliitikon yksityiselämä kytketään laajaan yhteiskunnalliseen kysymykseen sen sijaan, että sen poliittinen merkitys rajautuisi vain asianomaisen poliitikon kykyyn hoitaa julkista tehtäväänsä. Tällaista vahvaa politisoimista on aineistossa keskimäärin noin 0,75 kertaa henkilökuvaa kohden. Määrää voidaan pitää varsin kelvollisena näyttönä toimittajien ja presidenttiehdokkaiden halusta ja kyvystä käsitellä yleisiä kysymyksiä yksityiselämän kautta – ottaen huomioon, että vankassa enemmistössä aineiston henkilökuvista huomio kohdistuu tiiviimmin poliitikon julkiseen rooliin kuin tämän yksityiselämään (kts. luvun 6 johdanto-osa).

Seuraavaksi luon katsauksen siihen, missä määrin ja millä tavoin luvussa 6.2 esitellyille yksityiselämän kehystyksille annetaan poliittisia merkityksiä. Kuviosta 7 käy ilmi, kuinka poliittiseksi merkitsemisen paikat jakaantuvat kehysten välillä. Yksityiselämää esitetään poliittisesti maustettuna kaikissa kehyksissä, mutta kolme kehystä – kamppailu, täyttymys ja julkisivu – erottuvat poliittisuudessaan selkeästi omaksi joukokseen. Runsaan kolmannes kaikista politisointitilanteista, 44 kappaletta, sijoittuu ensisijaisesti kamppailun kehykseen, jossa yksityiselämä esitetään tavalla tai toisella ongelmallisena. Liki yhtä suureen osuuteen yltää täyttymyksen kehys – eli yksityiselämän esittäminen itsensä toteuttamisena ja ainutkertaisen minän ilmaisemisena – 41 politisointikerrallaan. Kolmas hyvin poliittiseksi osoittautunut kehystämistapa on yksityiselämän mallikelpoi-

senä ja positiivisena esittävä julkisivun kehys, jonka 27 politisointikohtaa muodostavat runsaan viidenneksen kaikista poliittiseksi merkitsemisen paikoista. Lopuissa neljässä kehyksessä politisoiminen jää muutamiin hajanaisiin tapauksiin: varjelussa viiteen ja tavallisuuden, huumorin sekä tunnustuksen kehyksissä kussakin kolmeen kertaan.



KUVIO 7 Yksityiselämän politisoiminen kehyksittäin

Kehysten väliset huomattavat erot eivät selity ainoastaan sillä, että tulkintakehikkojen esiintymistiheydet vaihtelevat aineistossa jonkin verran (kts. kuvio 5 luvussa 6.2.8). Toki kamppailua ja täyttymystä esiintyy presidenttiehdokkaiden henkilökuvissa enemmän kuin vaikkapa huumoria ja tunnustuksia, mutta ne – etenkin kamppailun kehys – eivät yleisesti ottaen hallitse yksityiselämän kuvauksia yhtä silmiinpistävästi kuin nimenomaisesti yksityiselämän politisointitapauksia. Kaikkiin kehyksiin riittää aineistossa runsain mitoin esimerkkikohtia, joten potentiaalisia politisoiminnan paikkoja olisi tarjoutunut myös tavallisuuden, huumorin, varjelun ja tunnustuksen kehyksille monikertaisesti enemmän kuin niissä lopulta käytettiin. Voidaan siis todeta, että tietyt yksityiselämän kehystämistavat näyttävät tarjoavan politisoimiselle selkeästi hedelmällisemmän maaperän kuin toiset. Seuraavaksi pureudun yksityiselämän politisoimiseen kehys kehykseltä esimerkkien kautta.

Kamppailukehysten huomattava poliittisuus on melko ilmeistä, sillä kehystämistapa esittää yksityiselämän lähtökohtaisesti ristiriitoina ja ongelmina. Poliitikon yksityisten ongelmien esiin nostaminen puolestaan auringon alla heikkokulkuisen polun poliittisiin ulottuvuuksiin niin vahvassa sosiaalisessa kuin heikommassa individualistisessakin mielessä. Erinomaisen esimerkin vahvasta, sosiaalisesta politisoinnista tarjoaa Eevan

(23.1.2012a) julkaisema henkilökuva Sauli Niinistöstä. Haastattelussa Niinistö kertoo olleensa koulussa ”*vaappuva rimanylittäjä*”, josta kypsyi vasta myöhemmällä iällä menestyjä. Omaan kokemukseensa vedoten hän puhuu syrjäytymisvaarassa olevien nuorten puolesta: ”*Vierastan sitä, että nuoret joutuisivat jo aikaisin suuntautumaan jollekin alalle, vaikka vaarana olisikin, että valmistuminen ammattiin vähän viivästyisi.*” (Eeva.fi 23.1.2012a.) Toisissa henkilökuvuissa Niinistön yksityisiä kamppailuita politisoidaan myös individualistisessa mielessä: esimerkiksi Apu-lehdessä (5/2012) ja Suomen Kuvalehdessä (50/2011) Niinistön suursuosion arvioidaan perustuvan osin siihen, että hän on kestänyt urhoollisesti leskeyden ja tsunamin tragediat. Näin Niinistön yksityiset kauhukokemukset esitetään tekijöinä, jotka lisäävät Niinistön arvoa poliittisessa pörssissä.

Myös Anna-lehden (40/2011) julkaisemassa Eva Biaudet’n haastattelussa politisoidaan ehdokkaan henkilökohtaisia kipukohtia: kokemukset adoptiovanhemmuudesta ja ikään-tymisen tuomista vaikeuksista. Biaudet’n kerrotaan huomanneen lapsia adoptoidessaan, ettei adoptiovanhemmillä ole oikeutta yhtä pitkään vanhempainvapaaseen kuin biologisilla vanhemmillä. Anna-lehdessä muistutetaan poliittisten toimenpiteiden tarpeellisuu-desta toteamalla, ettei ”*tämä fakta – – ole vielääkään täysin korjaantunut.*” Samassa haastattelussa nostetaan esiin fyysiset vaivat, joita ikääntyminen on tuonut viisikymppi-selle Biaudet’lle. Biaudet käyttää niitä aasinsiltana kritisoidakseen viisikymmppisten nais-ten yleistä aliarvostusta esimerkiksi työmarkkinoilla: ”*Viisikymmppisyydestä puhutaan siihen sävyyn, että ikäänsä ei pääse mitenkään unohtamaan.*” Kumpikin Biaudet’n ava-uksista edustaa vahvaa, sosiaalista politisoinnin muotoa.

Myös Haaviston yksityiselämään kuuluvat kamppailut politisoidaan monessa henkilö-kuvassa sosiaalisesti. Esimerkiksi Imagesa (10/2011) Haavisto ottaa kantaa päihdepoli-tiikkaan vetoamalla omassa tuttavapiirissä tekemiinsä havaintoihin. Haavisto kytkee ystäviensä huumeongelmat yleisen tason kysymykseen päihdeongelmaisten pakkohoi-dosta:

*”Mulla on ollut paljon kavereita, jotka on jäänyt eri tavalla huume koukkuihin. Monien mun nuoruuden ystävien filosofia kannabiksen kohdalla oli se, että se on mieto huume ei-kä sillä ole pitkäaikaista vaikutusta. Mä olen tullut empiirisen havainnoinnin kautta toi-seen johtopäätökseen. – – Mä olen tullut siihen ajatukseen, ettei vaarattomia huumeita – mukaan lukien alkoholi – ole olemassakaan. Vierailin keväällä Kuopiossa alkoholistien ensihoitolassa. Siellä toivottiin mahdollisuutta pakkohoitoon, jotta ihminen voisi edes hetken analysoida selvin päin tilannettaan. Pakkohoito lähtee suojelutarpeesta, ja heistä*

*alkoholismi on hidastettua itsemurhaa. Pidän tästä suhtautumistavasta. – –* (Image 10/2011.)

Tosinaan myös Haaviston homoseksuaalisuus politisoidaan yhteiskunnallisessa mielessä. Esimerkiksi Iltalehdessä (13.12.2011) Haavisto kertoo harkitsevansa kirkkoon liittymistä, jos avioliittolainsäädäntö muuttuisi Suomessa Ruotsin kaltaiseksi. Näin hän tuo esiin hiukan epäsuorasti mutta silti varsin selkeästi toiveen siitä, että homoseksuaalien avioliittojen ja kirkollisten vihkimisten tulisi olla Suomessakin mahdollisia Ruotsin tavoin. Haaviston ecuadorilaissyntyisen puolison Antonio Floresin kautta puolestaan käsitellään maahanmuuttobyrokratiaan liittyviä ongelmia. Iltalehdessä (13.12.2011) ja Annassa (43/2011) kerrotaan, että Suomen maahanmuuttoviranomaiset olivat aikoinaan avoimen ennakkoluuloisia Floersia kohtaan. Lehtien mukaan pysyvän oleskeluluvan saaminen oli vaikeaa, koska virkailijat pitivät Haaviston ja Floresin suhdetta lumeliittona. Luvan kerrotaan hellinnee vasta parisuhteen rekisteröimisen jälkeen. Iltalehdessä (13.12.2011) Haavisto vie Floresin yksittäistapauksen yleiselle tasolle toteamalla, että ”*vastaavissa parisuhdeasioissa on edelleen ongelmia*” ja että ”*käytäntöjä voitaisiin helpottaa*”.

Timo Soinin henkilökohtaiset kamppailut puolestaan politisoidaan yleensä individualistisesti eli pohtimalla, kuinka ne vaikuttavat nimenomaisesti Soinin työskentelyyn politiikassa. Muutamissa henkilökuvissa (esim. Iltalehti 14.12.2011; Suomen Kuvalehti 48/2011; Helsingin Sanomat 8.1.2012) epäillään Soinin terveysongelmien heikentävän tämän kykyä käydä vaalikampanjaa ja hoitaa muita poliittisia tehtäviä.

Toiseksi poliittisimmassa yksityiselämän kehyksessä ehdokkaiden yksityiselämä esitetään täyttymyksen eli itsensä toteuttamisen ja rentoutumisen alueena. Kehyksen poliittisuutta selittää paljolti se, että siihen liittyvä elämänpoliittinen (Giddens 1990, 209–231; kts. luku 6.2.3) itsensä ilmaiseminen on jo lähtökohtaisesti hyvin lähellä yleisen ja yhteiskunnallisen tason kysymyksiä. Niinpä siitä kerrottaessa ei tarvitse ottaa suurtakaan harppausta ollakseen totutussa mielessä poliittisen alueella. Tyypillistä elämänpoliittista politisoimista edustaa esimerkiksi Paavo Arhinmäen julistus siitä, ettei hän aio koskaan pukeutua turkiksiin. Perusteluksi hän ilmoittaa, että ”*[t]urkisten ja turkistarhauksen vastustaminen on työtä eläinten oikeuksien puolesta*” (Iltasanomat.fi 13.1.2012). Samankaltaista elämäntavan sosiaalista politisointia on Pekka Haaviston tapa kytkeä oma kasvissyöntinsä ympäristökysymyksiin (Satakunnan Kansa 6.1.2012). Eva Biaudet

puolestaan politisoi valintansa asua lapsensa isän kanssa eri osoitteissa. Oman elämäntilanteen kerrotaan saaneen Biaudet'n huomaamaan poliittisen parannuskohteen: ”*Tuntui kummalliselta, että isällä ei ollut oikeutta [vanhempain]lomaan, koska hän asui eri osoitteessa.*” (Anna 40/2011.)

Elämäntapavalintojen lisäksi myös vapaa-ajanvietto ja harrastukset näyttävät tarjoavan varsin runsaasti poliittiseksi merkitsemisen paikkoja. Sosiaalista politisointia tässä mielessä edustaa esimerkiksi Paavo Lipposen kannanotto kirjastojen maksuttomuuden puolesta. Lipponen tukee poliittista mielipidettään kertomalla omasta ja perheensä suhteesta kirjastoihin:

*”Kirjastot ovat suomalaisen sivistysvaltion ydin. Tulee mieleen lama, jolloin kirjastojen käyttöaste nousi, mikä kertoo jotakin suomalaisista. Lainaamisen pitää olla maksutonta. Meidän perheessä äiti ja lapset käyvät kirjastossa. – – Kirjasto oli minulle toinen koti ennen kouluun menoa, Kuopion kaupunginkirjastossa kävin ensin lastenosastolla ja siitä sitten eteenpäin.”* (Helsingin Sanomat 6.1.2012.)

Timo Soini puolestaan käyttää omaa kokemustaan interrail-matkailusta kapeana aasinsiltana kritisoidakseen Euroopan unionia:

*” – – Me olemme Pekka Haaviston kanssa interrail-sukupolvea. Pekka kirjoitti siitä kirjan ja minä matkustin interraililla kolme kertaa.”*

*Sinä olet ollut interraililla!*

*”Kyllä, ja minua kiinnostavat kansainväliset asiat, mutta sitten kun katson demokratiaa, niin aito demokratia on oikeastaan mahdollista vain kansallisvaltioissa. Valtioiden välinen yhteistyö on tarpeellista, mutta ylikansallinen demokratia tyliin EU ei toimi – –.”* (City.fi 23.11.2011)

Individualistista vapaa-ajanvieton politisoimista esiintyy erityisesti Paavo Arhinmäen henkilökuvissa, joissa muun muassa pohditaan Arhinmäen henkilökohtaisen kulttuuri- ja maun vaikutuksia tämän työhön kulttuuriministerinä (Apu 44/2011) sekä arvioidaan ehdokkaan suhtautuvan jalkapalloon ”*ministeriksi vähän liiankin kiihkeästi*” (Helsingin Sanomat 2.1.2012). Tässä yksityiselämään kuuluvat mieltymykset saavat siis poliittisen värin siinä mielessä, että niiden epäillään vaikuttavan poliitikon julkisen roolin hoitamiseen.

Kolmas selkeästi poliittinen yksityiselämän kehystys, julkisivu, kuvaa poliitikon yksityiselämää esittämällä siitä myönteisiä, edustuskelpoisia paloja. Tähän raamiin sisältyy paljon kuvauksia esimerkiksi ehdokkaiden parisuhteista. Kehyksen poliittisuus selittyykin lähes kokonaan yhdellä tekijällä: hyvin monessa henkilökuvassa pohditaan, millai-

nen julkinen edustusrooli ehdokkaan puolisolalla tulisi olemaan, jos ehdokas valittaisiin presidentiksi. Useassa jutussa ehdokkaille esitetään kysymyksiä esimerkiksi puolison osallistumisesta valtiovierailulle ja siitä, aikooko puoliso jättää työnsä, jos ehdokas tulee valituksi presidentiksi. Näin yksityiselämään lujasti kiinnittyvät tekijät, puoliso ja parisuhde, saavat poliittisen merkityksen. Tosin on huomioitava, että julkisivukehyksen 27 politisointitapauksesta peräti 22 – eli runsaat neljä viidesosaa – edustaa individualistista, ohutta politisointia, jossa aiheen poliittinen merkitys jää yksittäisen poliitikon tasolle yltämättä laajoihin yhteiskunnallisiin yhteyksiin. Tässä mielessä julkisivun kehys muodostaa aineistossa merkittävän poikkeuksen, sillä kaikissa muissa kehyksissä enemmistö poliittiseksi nimeämisen paikoista on luonteeltaan sosiaalisia.

Julkisivukehyksen harvoja sosiaalisia politisointeja ovat Eva Biaudet'n avoliittoon liittyvät pohdiskelut Anna-lehdessä (40/2011). Toisissa henkilökuissa (esim. Iltalehti.fi 11.12.2011) Biaudet'n parisuhderatkaisu politisoidaan individualistisesti esittämällä, että vihkitodistuksen puuttuminen voi heikentää Biaudet'n arvostusta konservatiivisten äänestäjien silmissä. Annassa (40/2011) Biaudet kuitenkin kytkee siviilisäätynsä yleisiin yhteyksiin pohtimalla sosiaalisessa ilmapiirissä tapahtuneita muutoksia: ” – *Ei kai siviilisäätty enää ole 'big issue'? Presidentin virka ei enää edellytä avioliittoa, ja eikö yleinen mielipidekin ole valmis ajatukseen, että presidentti ei tarvitse edustusavioliittoa.*” Näin hän virittelee yleiseen arvomaailmaan liittyvää poliittisen keskustelun säiettä. Toisena esimerkkinä sosiaalisesta politisoinnista mainittakoon Haaviston puoliso Antonio Flores, joka asettaa itsensä yleiseksi esimerkiksi muille maahanmuuttajille. Haavisto kertoo Floresin poliittisesta vaatimuksesta seuraavasti Anna-lehdessä (43/2011): ”*Antonio on kouluttautunut täällä, oppinut kielen ja hankkinut töitä. Hän asettaa maahanmuuttajille vielä kovemmat kriteerit kuin minä: kaikkien pitäisi opiskella suomea ja yrittää pärjätä omillaan.*”

Loput neljä kehystä jäävät selkeästi epäpoliittisemmiksi kuin kamppailun, täyttymyksen ja julkisivun kehykset. Niissä yksityiselämän politisoimista esiintyy vain muutamia hajanaisia kertoja. Varjelun kehyksessä yksityiselämä näyttäytyy julkisuuden katseelta suojattavana vyöhykkeenä. Sen politisoimistilanteissa ehdokkaat syyttävät mediaa tuntegelusta tai murehtivat kansalaisten vihakirjeitä ja jalostavat nämä huolensa yleisen tason vaatimuksiksi yksityisyyden kunnioittamisesta. Varjelukehyksen politisoimisen vähäisyyttä – vain viittä tilannetta – kompensoi hiukan se, että tapauksista kaikki ovat luonteeltaan sosiaalisia eli vahvasti poliittisia. Esimerkiksi Eva Biaudet käyttää kansa-

laisilta saamiensa haukkumakirjeitä sytykkeenä vihapuheen ja syrjinnän yleiselle vastustamiselle:

- Niissä [vihakirjeissä] minua nimitellään kaikin tavoin, mikä koetaan erilaiseksi. Tämä liittyy ihmismalliin, joka viedään niin pitkälle, että pitää olla pohjoismaalaisen näköinen. Ajatellaan, että kaikki muu on huonoa ja vähempiarvoista.
- Haukkuminen ja syrjintä kohdistuu loppujen lopuksi kaikkeen ihmisyyteen, meihin kaikkiin. Vihapuhe ja syrjintä vähentävät meidän kaikkien elintilaa. Emme ole klooneja. (Satakunnan Kansa 8.1.2012.)

Paavo Lipponen puolestaan kritisoi medialogiikan pinnallisuutta yleisellä tasolla jättäytymällä pois kuntotestistä, jonka Helsingin Sanomat järjesti presidenttiehdokkaille. Poliitikon kuntotestituloksia voidaan pitää yksityiselämään liittyvänä tietona, koska niillä ei ole yleensä suurta merkitystä politiikassa. Lipponen perustelee varjelevaa, mediaalvaltaa uhmaavaa asennettaan Helsingin Sanomille (6.1.2012) seuraavasti:

*"En osallistu siitä syystä, että jokin raja on siinä, miten mediat voivat juoksuttaa presidenttiehdokkaita. Tarjosin puheitani syksyllä Helsingin Sanomille, mutta lehti ei niitä julkaissut. Olisi pitänyt lähteä juoksutettavaksi, mutta mielipiteet eivät kiinnostaneet."* (Helsingin Sanomat 6.1.2012)

Huumorin, tavallisuuden ja tunnustuksen kehyksissä yksityiselämää politisoidaan kussakin kolme kertaa. Huumorin kehyksessä naurua käytetään esimerkiksi huojennusteorian mukaisena keventäjänä, jonka kautta vakavaa, poliittista aihetta voidaan käsitellä hausalla ja helposti lähestyttävällä tavalla. Tällainen tapaus nähdään City-lehden (23.11.2011) julkaisemassa Eva Biaudet'n henkilökuvassa, jossa toimittaja karnevalisoi haastattelutilanteen lyömällä sen leikiksi. Jutussa mainitaan, että ehdokas on työskennellyt ministerivuosinaan prostituutiota vastaan. Tästä toimittaja kertoo Biaudet'lle saaneensa käsityksen, että ehdokas on ”hyvin kiinnostunut seksiasioista”, mikä saa jutun mukaan poliitikon nauramaan ”katketakseen”. Tästä yksityiselämään liittyvästä viittauksesta Biaudet kääntää puheen yleiselle tasolle ihmiskaupan ja kansainvälisen rikollisuuden vastustamiseen.

Toisaalla huumoria käytetään lempeän tunnelmankeventäjän sijasta piikikkäänä poliittisena aseena. Iltalehti (14.12.2011) kertoo Paavo Arhimäen ilkkuneen vuonna 2007 silloiselle kokoomuksen puheenjohtajalle Jyrki Kataiselle: ”En pidä lempiruuastasi calvadosmajavasta. Oletko ajatellut, että sairaanhoitajien vatsat eivät syödyistä vaalilupauksista täyty?” Tässä Arhimäki siis käyttää poliittisen vastustajansa yksityiselämään liit-

tyvää tietoa retorisena sukkeluutena, jonka avulla esittää kritiikkiä tämän väitettyä epärehellisyyttä kohtaan.

Tunnustuksen kehyksessä yksityiselämään liittyviä paljastuksia politisoivat sekä presidenttiehdokkaat itse että heidän lähipiirinsä. Eva Biaudet tunnustaa Satakunnan Kansassa (8.1.2012) kärsineensä riittämättömyyden tunteesta, jonka hän esittää monia nyky naisia yhdistävänä, yleisen tason ongelmana:

*Monia nykyajan ihmisiä painaa riittämättömyyden tunne, kun ei ehdi, jaksa tai pysty täyttämään odotuksia.*

*– Riittämättömyyden tunne on minulle tuttua. Naisilla on valtava paine yhdistää täydellisesti työ ja perhe.*

*Biaudet muistuttaa uusista tilastoista, joiden mukaan nainen työskentelee miestä enemmän ja yleensä myös kantaa perheen ja läheisten huolenpidosta miestä suuremman vastuun. – Hän kertoo usein miettineensä, että suomalaiset naiset maksavat tasa-arvosta kovan hinnan. Naiset ovat yrittäneet vallata osuuttaan työelämässä ja päättäjinä, mutta miehet eivät ole vielä ottaneet haltuun osaansa kotiasioista. (Satakunnan Kansa 8.1.2012.)*

Biaudet merkitsee tunnustuksensa sosiaalisessa mielessä poliittiseksi. Individualistista politisointia sitä vastoin edustaa Sauli Niinistön yksityiselämään liittyvä tunnustus, jonka takana on ehdokkaan itsensä sijasta tämän entinen seurustelukumppani Tanja Karpela:

*Kun Niinistö ilmoittautui presidenttiehdokkaaksi vuonna 2005, Karpela antoi lehtihaastattelun, jossa hän kertoi heidän eronsa syyksi erilaiset arvot, kuten suhteet lapsiin, suvaitsevaisuuteen ja inhimillisyyteen. Niinistön kerrotaan kokeneen ex-kumppanin avautumisen poliittisena iskuna. (Iltalehti.fi 14.12.2011.)*

Viimeisenä yksityiselämää reunustavan kehikkona jäljellä on tavallisuuden kehys, jossa yksityiselämää käytetään todisteena siitä, että poliitikko on kuin kuka tahansa ”meistä”. Tämän kehyksen poliittiseksi nimeämiset liittyvät ehdokkaiden perhe-elämän arkeen ja vaatimattomuutta henkiviin elämäntapoihin. Esimerkkinä kehyksen sosiaalisesta politisoinnista toimikoon Satakunnan Kansan (29.12.2011) julkaisema Paavo Väyrysen haastattelu. Siinä Väyrynen kertoo olevansa menestyneestä asemastaan huolimatta äärimmäisen säästäväinen mies, jolle jokainen päivä on ”älä osta mitään -päivä”. Tämän jälkeen hän käyttää omaa vaatimatonta elämäntapaansa aasinsiltana, jota pitkin hivutautuu kritisoidaan ahneutta globaalina ongelmana:



*– Pääviestini on ollut viimeiset 40 vuotta, että ihmiskunnan suuri ongelma on se, että kaikkialla maailmassa ajatellaan, että ihmisen aineellisen elintason pitäisi koko ajan nousta. Että pitäisi voida kuluttaa vuodesta toiseen koko ajan enemmän.*

*– Tässä joudutaan kerta kaikkiaan umpikujaan. Se on globaali mahdottomuus. Tuotantoa ja kulutusta ei voi loputtomiin kasvattaa. (Satakunnan Kansa 29.12.2011)*

## 7 LOPUKSI: NÄYTEIKKUNAELÄMÄN VIETTELYKSET JA KIROUKSET

Olen nyt esitellyt seitsemän kehystämistapaa, joilla vuoden 2012 presidenttiehdokkaiden yksityiselämää käsitellään näiden henkilökuvin. Lisäksi olen pureutunut kysymykseen siitä, miten ja missä määrin yksityiselämän kehukset politisoidaan. Tutkielman keskeiset huomiot jakaantuvat siis kahteen ryppäeseen: ensiksi yksityiselämän kehystämistapoihin ja toiseksi siihen, mitä poliitikkojen yksityiselämän medianäkyvyys merkitsee julkisen poliittisen keskustelun kannalta. Ensimmäinen näkökulma eli kehystämistapojen tarkastelu paljastaa yksityiselämän julkisen esittelyn kaksijakoisen luonteen. Yhtäältä yksityiselämän kehäksiä hallitsee positiivinen sävy, mikä avaa houkuttelevia mahdollisuuksia sekä yleisön suosiota tavoitteleville poliitikoille että heistä kirjoittaville toimittajille. Toisaalta yksityiselämää koskeva avoimuus ei vaikuta olevan poliitikoille ainoastaan viettely, vaan ajoittain myös suoranainen kirous: yksityisen ja julkisen välisen rajan määrittelemisestä käydään aineistossa ajoittain räikeitä kamppailuita. Myös julkisen keskustelun näkökulmasta katsoen poliitikkojen näyteikkunaelämän merkitys on kaikkea muuta kuin yksipuolinen. Yhtäältä yksityiselämä tarjoaa tilaisuuksia hyvin monien poliittisten kysymysten käsittelyyn, mutta toisaalta käsittely jää helposti lyhyeksi ja pinnalliseksi. Seuraavaksi avaan edellä mainittuja huomioita tarkemmin. Aloitan kehystämistavoista, joiden tarkastelun kytken luvuissa 2 ja 3 esiteltyihin teoreettisiin näkökulmiin.

Olen nimennyt ensimmäisen tutkimusaineistosta havaitun kehysten *tavallisuudeksi*. Siinä ehdokkaat esitetään ”yksinä meistä” heikkouksineen ja arkirutiineineen. Kehyksen sisällä poliitikkojen yksityiselämä kuvataan esimerkiksi siivoamisen ja tiskaamisen kaltaisina arkirutiineina, koruttomana perhe-elämän arkena sekä lapsuuden ja nuoruuden vaatimattomina lähtökohtina. Tavallisuuden kehys on usein poliitikon näkökulmasta edullinen: sen tehtävänä on muun muassa viestiä lukijalle, ettei poliitikko ole vieraantunut rahvaan elämästä. Lisäksi se antaa ehdokkaalle keinon erottua toisista, yhteiskunnan eliittiin kuuluvista poliitikoista. Kansalaisille se tarjoaa samastumisen kokemuksia.

*Julkisivun* kehys puolestaan maalaa miellyttävän, silotellun kuvan ehdokkaista. Sen raameissa yksityiselämä esitetään mahdollisimman positiivisessa valossa, onnea ja elinvoimaa hehkuvana. Tyypillisimmillään kehystystapaa edustavat naistenlehtien imelät

parisuhdehaastattelut. Julkisivukehystä käytetään usein tasapainottamaan poliitikon tiettyyn suuntaan kallistunutta imagoa: sen avulla esimerkiksi kovan, vakavan ja yrmeän julkisuuskuvan rinnalle saadaan nostetuksi poliitikon herkkä ja pehmeä puoli.

*Täyttymyksen* kehyksessä poliitikon yksityiselämä esitetään vastapainona julkisen mielen rooleille ja velvollisuuksille, vapautena olla aito oma itsensä ja mahdollisuutena toteuttaa persoonan puolia, jotka eivät pääse työelämässä esiin. Siinä ammatillisen sosiaalisen roolin korvaa ainutkertainen persoona. Tähän kehystämistapaan kuuluvat esimerkiksi useimmat kuvaukset harrastuksista, lomailusta, ystävien kanssa seurustelusta ja elämäntapoihin liittyvistä arvovalinnoista. Julkisivukehysten tavoin myös täyttymyksen kehys monipuolistaa poliitikon julkisuuskuvaa ja tarjoaa tilaisuuden esitellä muitakin vahvuuksia kuin poliittisia kykyjä.

Neljäs yksityiselämän raameista, *huumori*, vetää poliitikon yksityiselämän karnevaalitorille naurun kohteeksi. Huumorin kehys tarjoaa poliitikoille esimerkiksi tilaisuuksia keventää tunnelmaa ja yltiöasiallista imagoaan, mahdollisuuksia kääntää omat heikkoudet voitoksi ja paikkoja pehmentää jotakin tahoja kohtaan esittämäänsä kritiikkiä. Lukijalle poliitikon yksityiselämälle nauraminen voi tarjota tunteen paremmuudesta.

*Kamppailun* kehyksessä poliitikon yksityiselämä puolestaan sävyttyy murheiden, kärsimysten ja ongelmien tummentamaksi. Kehyksen tärkeimpiä kerrostumia ovat ensinnäkin henkilökohtaiset tragediat, jotka kutsuvat lukijan tuntemaan myötätuntoa, ja toiseksi julkisivun tahrat, jotka kutsuvat lukijaa paheksumaan poliitikkoa. Ensiksi mainittuun kerrostumaan kuuluvat esimerkiksi tunteikkaat kuvaukset läheisten kuolemista, työttömyydestä, avioeroista ja lapsettomuudesta. Jälkimmäisessä kerrostumassa esiin nousevat poliitikkojen aiemmin tekemät virheet ja hairahtumiset, kuten rikokset. Kampailun kehys tarjoaa poliitikolle tilaisuuden punoa tunnesidettä lukijoihin ja esitellä omia vahvuuksia vastoinkäymisten selättämisessä.

Kuudes yksityiselämän kehyksistä, *varjelu*, maalaa poliitikkojen yksityisen puolen vyöhykkeeksi, jota on pyrittävä varjelemaan julkisuudelta: osasta ehdokkaiden haastatte- luista huokuu vaivaantuneisuus tai närkästyneisyys toimittajien uteliaisuutta kohtaan. Kehyksen tehtävänä on määritellä rajat poliittisen imagonrakennuksen, julkisen intres- sin ja yksityisyyden suojan välille. Moni aineiston presidenttiehdokkaista pyrkii rajaa- maan varjeltavan vyöhykkeen sisälle esimerkiksi parisuhteensa ja lapsensa.

Viimeisen seitsemästä kehystämistavasta olen nimennyt *tunnustuksen* kehykseksi. Siinä poliitikot myöntävät heikkouksiaan tai käsittelevät tunne-elämäänsä paljastamalla jonkin puolen yksityiselämästään. Julkinen tunnustus näyttäytyy esimerkiksi keinona käsitellä ongelmia ja hallita mainetta, jolloin tekoja olennaisemmaksi paljastusten elementiksi nousevat tunteet. Tunnustusten aihepiirit vaihtelevat aineistossa muun muassa seksielämän hairahduksista rakkauden tunteisiin. Julkisen tunnustamisen taustalla on yksilöllisyyttä ja psykologisoivaa tunnepuhetta vaaliva terapiakulttuuri, joka kutsuu lukijaa ymmärtäjän ja terapeutin rooliin. Siten se punoo tunneyhteyttä poliitikon ja yleisön välille.

Jäsennys seitsemään kehykseen ei ole kovinkaan tiukkarajainen, sillä paikoin yksityiselämän raamit asettuvat limittäin. Esimerkiksi yksityiselämän ongelmia saatetaan kehystää samanaikaisesti kamppailun, tunnustuksen ja varjelun raamein. Onnen kuvaukset puolestaan voivat sopia vaikkapa julkisivun ja täyttymyksen kehyksiin. Yleensä yhdessä tutkimusaineiston henkilökuvassa esiintyy useita kehyksiä ja niiden moninaisia kerrostumia. Henkilökuvien lukumäärässä mitattuna yleisimmiksi kehyksiksi nousevat sävyiltään myönteiset täyttymyksen ja julkisivun kehykset; vähiten yksityiselämää puolestaan kehystetään ongelmien sävyttämiksi varjeluksi ja tunnustukseksi. Tutkimusaineistossa poliitikkojen yksityiselämä näyttää useilta osin hattaranmakeana näyteikkunaelämänä, jossa asetellaan valikoituja paloja yksityiselämästä yleisön ihasteltavaksi. Tämä ei ole sinänsä yllätys, sillä yksityiselämän kehystäminen positiivisin sävyin on yleisesti ottaen tyypillistä henkilökuvien juttugenrelle. Toisaalta hallitsevaa positiivisuutta voidaan pitää myös merkinä siitä, että poliitikot osaavat käyttää median tarinankerrontatekniikoita edukseen.

Edellä olen kehysten esittelyn lomassa luetellut useita tapoja, joilla yksityiselämän kehykset palvelevat poliitikkojen imagonrakennustyötä. On kuitenkin selvää, ettei yksityiselämän asettaminen julkisuuden näyteikkunaan ole houkuttelevaa vain poliitikoille, vaan ennen kaikkea yleisön huomiosta kilpailevalle medialle. Poliitikkojen yksityiselämän kehystämistavat noudattavat nimittäin hyvin usein medialogiikkaa, jolla tarkoitetaan median aiheiden ja esittämistapojen valitsemista siten, että yleisön määrä saadaan maksimoiduksi. Poliitiikan henkilöiminen, jota henkilökuvat juttutyypinä ilmentävät, on jo itsessään vahvasti medialogiikkaan kytkeytyvä kerrontatekniikka, mutta sen lisäksi henkilökuvista voidaan havaita muitakin kaupallisen logiikan elementtejä. Ensiksi

yksityiselämä tarjoaa runsaasti mahdollisuuksia valita käsiteltäviä aiheita siten, että niistä voidaan nostaa esiin yllätyksiä, ristiriitoja ja konflikteja. Yllättäviä ristiriitoja tarjoilee esimerkiksi tavallisuuden kehys, joka esittelee poliitikon arkisessa ja epämuodollisessa ympäristössä odotetun, virallisen ja tasapaksun poliitikon roolin sijaan. Kun yhteiskunnan huipulla paistattelevalta poliitikosta leivotaan roskapusseja ulos kantava ja tiskikonetta tyhjentävä perheenisä, saa yleisö tyydytystä sosiaalisen maiseman tasoittumisesta. Samaa tarkoitusta, tosin rujommalla tavalla, palvelee yksityiselämän tragedioina ja epäonnistumisina esittävä kamppailun kehys. Tapa kehystää poliitikon yksityiselämä huumoriksi on sekin varsinainen ristiriitojen ja yllätysten aarrearkku, sillä monet vitsit perustuvat odottamattomaan tilanteeseen tai sutkautukseen. Lisäksi ehdokkaiden yksityiselämästä nostetaan paikoin esiin yllättäviltä tuntuja tietoja tunnustuksen kehyksessä.

Toiseksi poliitikkojen yksityiselämä tarjoaa runsain mitoin aineksia voimakkaiden tunteiden esittämiseen ja herättämiseen, mikä sekin myötäilee medialogiikan säännönmukaisuuksia. Julkisivun kehyksessä hehkuu rakkauden onni, tunnustuksen kehyksessä tunnesäkki kiikutetaan symboliseen terapeutin tuoliin, ja huumorin raameissa yksityiselämä lyödään leikiksi. Kamppailun kehys pursuaa draamaan kuuluvaa jännitystä ja etenkin negatiivisuutta, joka puhuttelee lukijoita yleisesti ottaen enemmän kuin sokeri-huurrettu positiivisuus.

Kolmas medialogiikan elementti, jota poliitikkojen yksityiselämän kehykset ilmentävät, on asioiden yksinkertaistaminen ja kärjistäminen sekä yksittäisiin tapahtumiin keskittyminen laajojen prosessien sijaan. Elämän pikkuruiset yksityiskohdat ovat helpommin ymmärrettävissä kuin yhteiskunnallisen tai globaalien tason huolenaiheet, sillä yksityiselämä koskettaa kaikkia ja jokainen voi tuntea itsensä asiantuntijaksi siihen liittyvissä kysymyksissä. Tämän tutkielman kehyksistä erityisesti huumorin raami avaa mahdollisuuksia monien aiheiden yksinkertaistamiseen ja kärjistämiseen. Ehdokkaiden julkista kuvaa puolestaan yksinkertaistaa ennen kaikkea julkisivun kehys, jossa poliitikot nostetaan edustamaan yksilöä suurempaa sosiaalista ideaalityyppiä, symbolista johtajuutta. Toisaalta saman kehyksen muissa kerrostumissa poliitikon imagoa pyritään myös monipuolistamaan kalibroimalla sitä eli tuomalla esiin uusi näkökulma tietynlaisista ominaisuuksista tunnettuun julkiseen persoonaan. Tällöin medialogiikan työkalupakista napaataan käyttöön yksinkertaistamisen sijaan yllätyksellisyyden elementti.

Vaikka yksityisen puolen julkinen esittely näyttääkin monessa mielessä poliitikon näkökulmasta houkuttelevalta, ei se tietenkään ole pelkästään sitä. Yleisesti ottaen presidenttiehdokkaiden suhtautumista yksityiselämäänsä koskevan tiedon jakamiseen näyttäisi luonnehtivan kaksijakoisuus: se on samaan aikaan sekä viettelys että kirous. Yhtäältä yksityiselämästä kerrotaan haastatteluissa varsin avoimesti – poliitikot näyttävät tiedostavan, että yksityiselämän esittely tuo mediahuomiota ja voi vedota sellaiseenkin yleisöön, jota vakava poliittinen keskustelu ei kiinnosta. Toisaalta ehdokkaat suhtautuvat yksityiselämäänsä myös varjelevasti tai vähintäänkin sen käsitteleminen julkisuudessa näyttää olevan osalle heistä vaivaannuttavaa. Toisin sanoen vaakakupin toisessa päässä painaa positiivisen julkisuuden ja siten äänimäärän maksimointi, toisessa taas intiimin minän suojaaminen. Aineiston valossa poliitikkojen julkisen ja yksityisen elämän rajalinja on edelleen selkeästi olemassa ja poliitikot haluavat pitää vallan sen määrittelystä omilla käsissään. Tähän rajanvetoon liittyvä kamppailu median valtaa vastaan nousee esiin varjelen kehityksessä, jota esiintyy vajaan viidesosassa tutkimusaineiston henkilökuvista. Median ja poliitikkojen välisten jännitteiden kuvausten voidaan katsoa tukevan aiempia havaintoja (esim. Kunelius, Reunanen & Noppari 2009; Väliaverron & Kunielius 2011, Kunelius & Reunanen 2012; Isotalus & Almonkari 2014) siitä, että Suomen poliittinen elämä on vahvasti medioitunutta.

Pitkälle medioituneessa yhteiskunnassa huippupoliitikot ovat kiistatta julkisuuden henkilöitä. Heidän yksityiselämäänsä käsitellään lehtien sivuilla melko lailla samalla tavoin kuin viihdetähtien: he esiintyvät populaarilehtien haastatteluissa puhumassa parisuhteistaan ja ovat yksityiselämässään mediajulkisuuden vapaata riistaa siinä missä muutkin tähdet. Liki ainoa ero viihdejulkisuuden tähtiin yksityiselämän julkisessa käsittelyssä on se, että poliitikkojen yksityistä puolta näytetään tihrustettavan tiukemman moraalisen avaimenreiän läpi. Esimerkiksi avioero, lapsen isän kanssa erillään asuminen parisuhteesta huolimatta, adoptiolasten hankkiminen ja homoseksuaalinen parisuhde tuskin antaisivat aihetta moralisoivaan sävyyn viihdejulkisuuden tähdistä kertovissa henkilökuville. Presidenttiehdokkaiden tapauksessa ne näyttävät toisinaan antavan.

Nykypoliitikkojen statuksesta julkisuuden henkilöinä kertoo muun muassa se, että he toteuttavat tutkimusaineistossa monia julkisuuden henkilöille kuuluvia sosiaalisia funktioita. Ensinnäkin heidän yksityiselämänsä toimii moraalisten pohdiskelujen kenttänä, apuna oikean ja väärän välisen rajan määrittämisessä. Tätä tehtävää toteuttaa erityisesti kamppailun kehys, johon kuuluu paljon ehdokkaiden tekemien moraalisten virheiden

ruodintaa. Lisäksi ehdokkaiden henkilökuvissa käytetään runsaasti tilaa pohdintoihin siitä, millainen parisuhde ja perhe-elämä kansakunnan symbolilla, presidentillä, pitää olla. Toisena julkisuuden henkilöiden sosiaalisena funktiona, jota presidenttiehdokkaiden kaltaiset poliitikotähdet toteuttavat, on hiipuneen yhteisöllisyyden korvaaminen. Esimerkiksi tunnustuksen kehyksen intiimit avautumiset tunne-elämästä edustavat yhtä muotoa parasosiaalisesta vuorovaikutuksesta, jolla tarkoitetaan massamedian välityksellä syntyvää illuusiota läheisestä suhteesta. Tällaisen vuorovaikutuksen kautta poliitikot toimivat ikään kuin läheisten tuttavien sijaisina, jotka jakavat lukijalle huoliaan ja kertoilevat tälle kuulumisistaan.

Moraalisen puntarin ja ystävän korvikkeen lisäksi poliittiset julkisuuden henkilöt toimivat oppaina elämän organisoimiseen monimutkaisessa nyky-yhteiskunnassa, jossa valmiit, sosiaalisesti määritellyt kaavat eivät enää sanele yksilön elämänvalintoja. Esimerkiksi julkisivukehyksen parisuhdekuvaukset tarjoavat malleja parisuhteen järjestämiseen ja ylläpitämiseen hyperritualisoimalla eli toistamalla parisuhde-elämän konventioita tyyliteltyinä versioina ja luonnollistamalla niitä. Tällaista hyperritualisointia ovat esimerkiksi parisuhteiden onnellisuusrituaalit lahjojen ostamisineen ja yhteisine hemmotteluhetkineen. Lisäksi presidenttiehdokkaiden henkilökuvat tarjoavat vaihtoehtoisia malleja parisuhteiden konventionaaliseen ideaalikuva-astolle, kuten esimerkkejä homoseksuaalisen parisuhteen tai uusperheen elämän järjestämisestä.

Neljäntenä presidenttiehdokkaiden hoitamia julkisuuden henkilöiden tehtäviä on mahdollista tarkastella uusmarxilaisesta näkökulmasta. Ehdokkaista kertovien henkilökuvi- en voi halutessaan nähdä auttavan pitämään kapitalismin pyörät pyörimässä ja uusintavan uusliberalistisia yksilökeskeisyyden ja kilpailukyvyn ihanteita. Esimerkiksi parisuhdehaastatteluiden kuvaukset pariskuntien hemmotteluhetkistä ovat kuin mainos tietynlaisesta elämäntavasta, jota on mahdollista tavoitella kuluttamalla. Tunnustuskehyksen terapiakulttuurinen tunnepuhe ja kamppailukehyksen sankarilliset selviytymistarinat puolestaan nostavat jalustalle vahvat yksilöt, jotka selättävät yksityiselämän vaikeudet omin avuin.

Yksityiselämän kehysten tarkastelun lisäksi toinen tämän tutkielman tavoitteista oli avata näkökulma kysymykseen siitä, pitäisikö poliittisen julkisuuden henkilöitymisestä olla huolissaan. Henkilöitymisellä tarkoitetaan median tasosta puhuttaessa julkisen huomion kiinnittymistä poliittisista ryhmistä ja ideologioista yksittäisiin poliitikkoihin. Etenkin

henkilöitymisen tietystä ulottuvuudesta, yksityistymisestä eli mediahuomion keskittymisestä poliitikkojen yksityiselämään, on puhuttu teoreettisessa keskustelussa huolestunein äänenpainoin. Yksityistymistä on pidetty julkisen poliittisen keskustelun myrkkynä, joka syövyttää huomiota painavalta, yhteiseltä asialta.

Teoreettinen keskustelu politiikan yksityistymisestä kytkeytyy huoleen julkisuuden rapautumisesta: aktiivisen, informoidun kansalaisen on arveltu yksityistymisen vetämänä taantuvan passiiviseksi viihteen kuluttajaksi. Tätä keskustelua on leimannut jyrkkä vastakkainasettelu tiedon ja viihteen, laadun ja populaarin sekä ”kovan” ja ”pehmeän” uutisen välillä. Vastinparit on asetettu toisiinsa nähden hierarkkiseen suhteeseen, jolloin viihde, populaari ja pehmeä on tavattu rajata yleisesti tärkeiden kysymysten ulkopuolelle ja leimata julkisen keskustelun kannalta vähempiarvoisiksi kuin tieto, laatu ja kovat uutiset. Henkilökuvat pehmeänä ja yksityiselämää esittelevänä juttugenrenä on helppo tuupata vähäpätöisen viihteen karsinaan, jossa kollektiivinen ulottuvuus jää taka-alalle ja jossa julkisuus latistuu ja tyipistyy uteliaisuudeksi julkisuuden henkilöiden yksityiselämää kohtaan.

Itse pidän edellä kuvattua karsinointia kapeakatseisena. Siksi olen lähtenyt liikkeelle ideasta, jonka mukaan populaarit ja yksityiselämää käsittelevät mediaesitykset voivat tarjota kansalaisille merkittäviä resursseja käsitellä poliittisia kysymyksiä. Niissä *saattaa* piillä mahdollisuus jopa rikastuttaa julkista keskustelua, sillä ne lisäävät ymmärrystä itsestä ja toisista ja punovat siten yhteisyyden siteitä toisin tavoin kuin uutisten kaltaiset, viileän informatiiviset journalistiset sisällöt. Olen määritellyt tämän tutkielman käsitteelliseksi viitekehyyksi kaksi julkisuuden muotoa: näkyvyysjulkisuuden, joka merkitsee viestintävälineiden välittämää yleistä näkyvyyttä ja kuuluvuutta, sekä poliittisen yhteisön julkisuuden, eli areenan, jossa nostetaan esiin ja pyritään ratkaisemaan kollektiivisia huolenaiheita. Tarkoitukseni on ollut tarkastella, miten vahvasti poliittisen yhteisön julkisuus pilkahtelee esiin presidenttiehdokkaiden yksityiselämää käsittelevistä tekstiosuuksista. Jos yksityiselämän kuvaukset jäävät pelkän näkyvyysjulkisuuden alueelle eli yksilötasolle, osoittautuu huoli yksityistymisen vahingollisista vaikutuksista tutkimusaineiston valossa aiheelliseksi.

Olen ryhtynyt ratkomaan ongelmaa politisoimisen käsitteen kautta: tutkimalla, miten ja missä määrin yksityiselämä kytketään yleiselle ja kollektiiviselle tasolle eli politisoidaan. Luvussa 5.3 olen hahmotellut yksityiselämän politisoiminnan muotoja, joista tässä



tutkielmassa olen tarkastellut varsinaisena politisoimisena eksplisiittisiä eli yksityiselämän suorasanaisesti tiettyyn yleisen ja yhteisen tason kysymykseen kytkeviä tekstiosuuksia. Tällaista politisoimista esiintyy aineistossa keskimäärin 1,52 kertaa henkilökuvaa kohti. Lähes kahdessa kolmesta henkilökuvasta politisointitilanteita on vain 0–1 kappaletta, mutta enimmillään yhdessä henkilökuvassa on yhdeksän erillistä kohtaa, jossa poliitikon yksityiselämä merkitään suorasanaisesti poliittiseksi. Hiukan yli puolet politisointitilanteista on tapauksia, jossa yksityiselämä kytketään laajaan poliittiseen kysymykseen sen sijaan, että sen poliittinen merkitys rajautuisi ainoastaan asianomaisen poliitikon kykyyn hoitaa julkista tehtäväänsä.

Lukujen valossa presidenttiehdokkaiden yksityiselämän esittämistä voidaan pitää melko tuhdin poliittisen kuorutteen kanssa tarjoiltuna, sillä on pidettävä mielessä, että lähes kolmessa neljästä aineiston henkilökuvasta ehdokkaan julkinen rooli poliitikkona saa enemmän huomiota kuin yksityiselämä. Voidaan siis todeta, että silloin, kun yksityiselämää käsitellään henkilökuvissa, siitä todella on poliittisen yhteisön herättelijäksi. Yksityiselämän käsittelyn poliittinen potentiaali ei jää ainoastaan ilmassa leijuvaksi mahdollisuudeksi, vaan siihen myös tartutaan ja sitä hyödynnetään suhteellisen ahkerasti. Yksityiselämän kautta esiin nostetaan laaja poliittisten kysymysten kirjo, joka ulottuu maahanmuutosta ympäristökysymyksiin, nuorten syrjäytymisestä ja päihdeongelmaisten hoidosta perhepolitiikkaan. Jopa Euroopan unionia onnistutaan kritisoimaan yksityiselämää aasinsiltana käyttäen. Tältä osin huoli politiikan yksityistymisen vaikutuksista voidaan ainakin rajatun tutkimusaineiston valossa katsoa turhaksi.

Tosin luvut ja politisoitavien aiheiden monipuolisuus eivät kerro koko totuutta. Kun tarkastellaan yksittäisten politisointitapausten laatua ja syvyyttä, eivät yksityiselämän poliittiseksi merkitsemiset näytä kovinkaan syvälliseltä tavalta pureskella monimutkaisia politiikan asiakysymyksiä. Aineistossa esiintyvä politisoiminen sisältää harvoin perinpohjaista argumentointia; esimerkiksi yleensä siitä puuttuvat ratkaisuehdotukset yksityiselämän kautta esiin nostettuihin ongelmiin. Näin politisointitapaukset jäävät useimmiten lyhyiksi, irrallisiksi ja puolittaisiksi poliittisen keskustelun säikeiksi. Vain yhdessä henkilökuvassa (Eeva.fi 23.1.2012a) koko juttu rakentui yksityiselämän politisoinnin varaan.

Onko poliitikkojen yksityiselämän julkinen käsittely siis poliittisen keskustelun kannalta enemmän viettelys vai kirous? Ehkei kovin vahvasti kumpaakaan. Edellä esitetyn

valossa näyttää siltä, ettei ole kovinkaan mielekästä nähdä yksityiselämän ja politiikan suhdetta julkisessa keskustelussa mustavalkoisena kysymyksenä. Kuten todettua, yksityiselämä ja yhteiset huolenaiheet limittyvät ja punoutuvat vahvasti yhteen. Lisäksi voidaan varovasti kyseenalaistaa teoreettista keskustelua hallitseva oletus siitä, että yksityiselämän julkisella käsittelyllä ylipäätään on merkittävää vaikutusta ”kovien” poliittisten kysymysten saamaan yleisöhuomion määrään – haluttiinpa vaikutus sitten nähdä positiivisena tai negatiivisena. Kasvava kiinnostus poliitikkojen yksityiselämää kohtaan ei välttämättä merkitse sitä, että kiinnostus ”asiapitoisempia” politiikan kysymyksiä kohtaan laimenisi vastaavassa määrin. Yleisön huomio voi yhtä hyvin valua poliitikkojen yksityiselämään muilta ”pehmeiltä” aiheilta, kuten viihdetähtien yksityiselämästä. Toisin sanoen julkinen näkyvyys politiikan kentän sisällä ei välttämättä ole nollasummapeliä.

Tämä tutkielma antaa aihetta todeta, ettei yksityiselämä ole poliittisen journalismin tarjottimella epäterveellinen mutta houkutteleva jälkiruoka, vaan pikemminkin poliittista pihviä keventävä ja raikkaalla tavalla täydentävä lisäkesalaatti. Kansalaisen koko ateriaksi se ei kuitenkaan riitä. Yksityiselämän politisoimista ei siis pidä nähdä niin sanotun kovan asiajournalismin haastajana tai korvaajana, vaan pikemminkin täydentäjänä. Poliittiset kysymykset ovat usein niin monimutkaisia, että niitä on hankala kuvata tyhjentävästi tiiviiden tapausesimerkkien kautta. Yksityiselämän kehyksiin sovitettuna politiikan aiheista voidaan silti tehdä mielekkäämpiä, konkreettisempia ja helpommin lähestyttäviä; niille voidaan antaa inhimilliset kasvot raskaan, byrokraattisen ja usein vaikeasti hahmottuvan päätöksentekoprosessin sijaan. Samastumisen mahdollisuus ja tunneulottuvuus saattavat siis virittää laajempaa kiinnostusta asiaa kohtaan kuin pelkkä ”kova” uutinen ja lisätä ymmärrystä siitä toisella tavalla. Kun malliesimerkkinä poliittisen päätöksenteon tarpeesta tai vaikutuksista toimii tavallisen henkilön sijaan tunnettu poliitikko, esimerkin tehon voidaan olettaa kasvavan.

On muistettava, että tämän tutkielman aineisto on määrällisesti rajallinen eikä tarkoituksena ole siksi pyrkiä laajoihin yleistyksiin. Lisäksi henkilökuvat ovat juttugenrenä vain kapea siivu henkilöivän kerrontatavan käytöstä ja mahdollisesta politiikan yksityistymisilmiöstä, joten niiden tutkiminen tuo vain pienen valonsäikeen merkittävilta osin hämärän peitossa olevaan aiheeseen. Tämän tutkielman tulokset antavatkin sytykkeitä tutkia politiikan yksityistymistä lisää. Edellä esiteltyjen tulosten perusteella voidaan viime kädessä vain arvailla, millainen merkitys poliitikkojen yksityiselämän politisoi-

misella on juttuja lukevalle yleisölle. Tulosten todellisen merkityksen ymmärtämiseksi tarvittaisiin yleisötutkimusta siitä, millä tavoin lukijat käyttävät yksityiselämän poliittisista ruokkimaan poliittisia pohdintoja ja keskusteluja – vai käyttävätkö he sitä lainkaan tähän tarkoitukseen. Lisääkö yksityiselämän käsittely poliittisessa valossa todella kiinnostusta poliittisiin kysymyksiin? Toinen hedelmällinen jatkotutkimuksen paikka, joka syventäisi ymmärrystä henkilöivän kerrontatavan poliittisesta potentiaalista, olisi soveltaa tämän tutkielman kysymyksenasettelua ja politisoinnin analyttistä viitekehystä muihin juttugenreihin ja laajempiin aineistoihin.

Lopuksi tutkielman tulokset tarjoavat tilaisuuden ammentaa vinkkejä poliittisten aiheiden julkiseen käsittelyyn. Politisoinnin analysoiminen kehyksittäin antaa vahvoja viitteitä siitä, että tietyt yksityiselämän kehykset ovat selkeästi poliittisempia kuin toiset. Poliittisten kysymysten käsitteleminen yksityiselämän kautta näyttää onnistuvan helpoiten suosimalla erityisesti kamppailun ja täyttymyksen kehystämistapoja. Kamppailun kehyksessä yksityiselämä esitetään ongelmina ja ristiriitoina. Tämä on varsin helppokulkuinen polku poliittisiin maisemiin, sillä yksityisestä murheesta voi olla yllättävän lyhyt matka yleiseen huolenaiheeseen. Täyttymyksen kehykseen puolestaan sisältyvät esimerkiksi kuvaukset siitä, miten poliitikon henkilökohtainen arvomaailma näkyy yksityiselämän valinnoissa, kuten kulutustottumuksissa ja ruokavaliossa. Tällainen elämäntapojen politisoiminen on niin ikään varsin vaivaton tapa antaa poliitikon yksityiselle puolelle yleinen merkitys. Yksityiselämän käsittelemistä kamppailun ja täyttymyksen raamien sisällä voi siis suositella toimittajille ja poliitikoille, jotka ovat kiinnostuneita välittämään yhteiskunnallista tietoa poliitikkojen henkilöhaastatteluiden kautta. Kun käsiteltävinä ovat ristiriitaiset ja vaikeasti hahmottavat poliittiset aiheet, esitystapojen monipuolisuus on rikkaus. Jos journalismi tarjoaa kansalaisille painavaa tietoa politiikasta, hyvä – mutta jos tieto onnistutaan tarjoamaan mehevän tarinan kautta, vielä parempi.

\*\*\*\*\*

Tätä tutkielmaa ovat rahoittaneet Journalistisen kulttuurin edistämissäätiö, Uuden Suomettaren Säätiö ja Jyväskylän yliopiston Viestintätieteiden laitos.

## LÄHTEET

- Aalberg, Toril, Strömbäck, Jesper & de Vreese, Claes H. (2012): The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13 (2), 162–178.
- Abrams, M. H. (1999): *A Glossary of Literary Terms*. Boston: Heinle & Heinle. Seventh edition.
- Adam, Silke & Maier, Michaela (2010): Personalization of Politics. A Critical Review and Agenda for Research. In Charles T. Salmon (ed.): *Communication Yearbook 34*. New York & London: Routledge, 213–257.
- Altheide, David L. (1986): *Media Power*. Beverly Hills & London: Sage. Sage Library of Social Research 158. Second printing.
- Altheide, David L. (2011): Media logic and social power. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication* (3) 2, 119–136.
- Altheide, David L. (2013): Media Logic, Social Control, and Fear. *Communication Theory* 23 (3), 223–238.
- Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1979): *Media Logic*. Beverly Hills & London: Sage. Sage Library of Social Research 89.
- Altman, Irwin (1977): Privacy Regulation: Culturally Universal or Culturally Specific? *Journal of Social Issues* 33 (3), 66–84.
- Ampuja, Marko, Koivisto, Juha & Väliverronen, Esa (2014): Medioituminen: iskusana, työkalu vai uusi paradigma? *Media & viestintä* 37 (2), 22–37.
- Arendt, Hannah (2002): *Vita activa. Ihmisenä olemisen ehdot*. Suomennoksen toimittanut Riitta Oittinen. Tampere: Vastapaino. Alkuteos ilmestynyt 1958.
- Asp, Kent & Esaiasson, Peter (1996): The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization. In David L. Swanson & Paolo Mancini (eds.): *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger, 73–90.
- Axelrod, Robert (1973): Schema Theory: An Information Processing Model of Perception and Cognition. *The American Political Science Review* 67 (4), 1248–1266.
- Bahtin, Mihail (1995): *François Rabelais – keskiajan ja renessanssin nauru*.

- Suomentaneet Tapani Laine & Paula Nieminen. Helsinki: Taifuuni. Alkuteos ilmestynyt 1965.
- Balmas, Meital & Sheaffer, Tamir (2014): Charismatic Leaders and Mediated Personalization in the International Arena. *Communication Research* 41 (7), 991–1015.
- Baum, Matthew A. (2003): Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence? *Political Communication* 20, 173–190.
- Bauman, Zygmunt (2002): *Notkea moderni*. Suomentanut Jyrki Vainonen. Tampere: Vastapaino.
- Bauman, Zygmunt & May, Tim (2001): *Thinking Sociologically*. Oxford: Blackwell. Second edition.
- Beck, Ulrich (1992): *Risk Society. Towards a New Modernity*. English translation by Mark Ritter. London & Newbury Park: Sage.
- Beck, Ulrich (1995): Poliitiikan uudelleen keksiminen: kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa. Teoksessa Ulrich Beck, Anthony Giddens & Scott Lash: *Nykyajan jäljillä. Refleksiivinen modernisaatio*. Suomentanut Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino, 11–82.
- Becker, Amy B. & Haller, Beth A. (2014): When Political Comedy Turns Personal: Humor Types, Audience Evaluations, and Attitudes. *The Howard Journal of Communications* 25 (1), 34–55.
- Bellah Robert N., Madsen, Richard, Sullivan, William M., Swidler, Ann & Tipton, Steven M. (2008): *Habits of the Heart. Individualism and Commitment in American Life*. Berkeley, Los Angeles & London: University of California Press. Third edition.
- Benkler, Yochai (2006): *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven & London: Yale University Press.
- Benn, Stanley I. & Gaus, Gerald F. (1983): The Public and Private: Concepts and Action. In Stanley I. Benn & Gerald F. Gaus (eds.): *Public and Private in Social Life*. London & Canberra: Croom Helm.
- Bennett, W. Lance (1988): *News. The Politics of Illusion*. New York & London: Longman. Second edition.
- Bennett, W. Lance (1998): The Uncivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics. *PS: Political Science & Politics* 31 (4), 741–761.
- Berelson, Bernard (1952): *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: The Free Press.

- Berger, Arthur Asa (1991): *Media Research Techniques*. Newbury Park: Sage.
- Beynon, John (2004): The Commercialization of Masculinities: From the 'New Man' to the 'New Lad'. In Cynthia Carter & Linda Steiner (eds.): *Critical Readings: Media and Gender*. Maidenhead: Open University Press, 198–217.
- Bird, S. Elizabeth (1997): What a Story! Understanding the Audience for Scandal. In James Lull & Stephen Hinerman (eds.): *Media Scandals. Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace*. Cambridge: Polity Press, 99–121.
- Bok, Sissela (1989): *Secrets. On the Ethics of Concealment and Revelation*. New York: Vintage Books. Vintage Books Edition.
- Boorstin, Daniel J. (1975): *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Atheneum. 5th printing.
- Boukes, Mark & Boomgaarden, Hajo G. (2015): Soft News With Hard Consequences? Introducing a Nuanced Measure of Soft Versus Hard News Exposure and Its Relationship With Political Cynicism. *Communication Research* 42 (5), 701–731.
- Boykoff, Maxwell T. & Goodman, Michael K. (2009): Conspicuous redemption? Reflections on the promises and perils of the 'Celebritization' of climate change. *Geoforum* 40 (3), 395–406.
- Braudy, Leo (2006): The Longing of Alexander. In P. David Marshall (ed.): *The Celebrity Culture Reader*. New York & London: Routledge.
- Breese, Elizabeth Butler (2011): Mapping the Variety of Public Spheres. *Communication Theory* 21 (2), 130–149.
- Bruns, Axel, Burgess, Jean, Highfield, Tim, Kirchhoff, Lars & Nicolai, Thomas (2011): Mapping the Australian Networked Public Sphere. *Social Science Computer Review* 29 (3), 277–287.
- Brüggeman, Michael (2014): Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory* 24 (1), 61–82.
- Calhoun, Craig (ed.) (1992): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts & London: The MIT Press.
- Carragee, Kevin M. & Roefs, Wim (2004): The Neglect of Power in Recent Framing Research. *Journal of Communication* 54(2), 214–233.
- Cashmore, Ellis (2006): *Celebrity / Culture*. New York: Routledge.

- Cayton, Mary Kupiec (2008): What Is Public Culture? Agency and Contested Meaning in American Culture. In Marguerite S. Shaffer (ed.): *Public Culture: Diversity, Democracy, and Community in the United States*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1–25.
- Cooper, Glenda & Whittle, Stephen (2009): *Privacy, probity and public interest*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. RIJS Challenges.
- Couldry, Nick (2008): Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society* 10 (3), 373–391.
- Couldry, Nick (2009): Teaching Us to Fake It: The Ritualized Norms of Television’s “Reality” Games. In Susan Murray & Laurie Ouellette (eds.): *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York & London: New York University Press, 82–99. Second edition.
- Couldry, Nick (2010): *Why Voice Matters. Culture and Politics After Neoliberalism*. Los Angeles & London: Sage.
- Croucher, Stephen M. & Cronn-Mills, Daniel (2014): *Understanding Communication Research Methods. A Theoretical and Practical Approach*. New York & London: Routledge.
- Dahlgren, Peter (2005): The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication* 22 (2), 147–162.
- Dalton, Russell J. & Wattenberg, Martin P. (2000): Unthinkable Democracy. Political Change in Advanced Industrial Democracies. In Russel J. Dalton & Martin P. Wattenberg (eds.): *Parties Without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford & New York: Oxford University Press, 3–16.
- Davis, Aeron (2010): *Political Communication and Social Theory*. London & New York: Routledge.
- Dawes, Simon (2014): Press Freedom, Privacy and The Public Sphere. *Journalism Studies* 15 (1), 17–32.
- den Herder, Bas (2013): Personal questions, political answers. Personalization in political newspaper interviews in Great Britain, France, and the Netherlands, 1990–2010. *Journalism Practice* 7 (4), 465–480.
- de Wilde, Pieter (2011): No Polity for old Politics? A Framework for Analyzing the Politicization of European Integration. *Journal of European Integration* 33 (5), 559–575.

- Drake, Philip & Higgins, Michael (2006): 'I'm a celebrity, get me into politics': the political celebrity and the celebrity politician. In Su Holmes & Sean Redmond (eds.): *Framing Celebrity. New directions in celebrity culture*. London & New York: Routledge, 87–100.
- Driessens, Olivier (2013a): The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies* 16 (6), 641–657.
- Driessens, Olivier (2013b): Celebrity capital: redefining celebrity using field theory. *Theory and Society* 42 (5), 543–560.
- Driessens, Olivier, Raeymaeckers, Karin, Verstraeten, Hans & Vandebussche, Sarah (2010): Personalization according to politicians: A practice theoretical analysis of mediatization. *Communications: The European Journal of Communication Research* 35 (3), 309–326.
- Englund, Peter (2011): *Menneisyyden maisema*. Suomentanut Kari Koski. Helsinki: WSOY. Alkuteos ilmestynyt 1991.
- Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43 (4), 51–58.
- Entman, Robert M. (2004): *Projections of Power. Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Esser, Frank (1999): 'Tabloidization' of News. A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication* 14 (3), 291–324.
- Euroopan komissio (2013): *Media use in the European Union*. Brussels: European Commission. Standard Eurobarometer 80.  
[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb80/eb80\\_media\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_media_en.pdf).  
 [Viitattu 26.4.2015]
- Evans, Jessica (2005): Celebrity, Media and History. In Jessica Evans & David Hesmondhalgh (eds.): *Understanding Media: Inside Celebrity*. Maidenhead: Open University Press, 11–55.
- Fairclough, Norman (1995): *Media Discourse*. London: Hodder Education.
- Fenton, Natalie (2012a): The internet and radical politics. In James Curran, Natalie Fenton & Des Freedman: *Misunderstanding the Internet*. London & New York: Routledge, 149–176.
- Fenton, Natalie (2012b): The internet and social networking. In James Curran, Natalie



- Fenton & Des Freedman: *Misunderstanding the Internet*. London & New York: Routledge, 123–148.
- Finnemann, Niels Ole (2011): Mediatization theory and digital media. *Communications* 36 (1), 67–89.
- Fiske, John (2000): *Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Suomeksi toimittaneet Veikko Pietilä, Risto Suikkanen ja Timo Uusitupa. Tampere: Vastapaino. 6. painos.
- Flew, Terry & Swift, Adam (2015): Engaging, Persuading, and Entertaining Citizens: Mediatization and the Australian Political Public Sphere. *The International Journal of Press/Politics* 20 (1), 108–128.
- Ford, John B., Voli, Patricia Kramer, Honeycutt, Earl D. Jr. & Casey, Susan L (1998): Gender Role Portrayals in Japanese Advertising: A Magazine Content Analysis. *Journal of Advertising* 27 (1), 113–124.
- Foucault, Michel (1990): *The History of Sexuality. Volume 1: An Introduction*. English translation by Robert Hurley. Harmondsworth: Penguin.
- Fraser, Nancy (1990): Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text* 25/26, 56–80.
- Froomkin, A. Michael (2004): Technologies for Democracy. In Peter M. Shane (ed.): *Democracy Online. The Prospects for Political Renewal Through the Internet*. New York: Routledge, 3–20.
- Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research* 2 (1), 64–91.
- Gamson, William A. & Lasch, Kathryn E. (1983): The Political Culture of Social Welfare Policy. In Shimon E. Spiro & Ephraim Yuchtman-Yaar (eds.): *Evaluating the welfare state. Social and political perspectives*. New York: Academic Press, 397–415.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Gitlin, Todd (1980): *The Whole World Is Watching*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, Erving (1979): *Gender Advertisements*. New York: Harper & Row. Harper Colophon edition.
- Goffman, Erving (1986): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press. Northeastern University Press

edition.

- Goffman, Erving (1990): *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin. First published in 1959.
- Graham, Todd (2008): Needles in a Haystack: A New Approach for Identifying and Assessing Political Talk in Non-Political Discussion Forums. *Javnost – The Public* 15 (2), 17–36.
- Graham, Todd & Harju, Auli (2011): Reality TV as a trigger of everyday political talk in the net-based public sphere. *European Journal of Communication* 26 (1), 18–32.
- Green-Pedersen, Christoffer & Stubager, Rune (2010): The Political Conditionality of Mass Media Influence: When Do Parties Follow Mass Media Attention? *British Journal of Political Science* 40 (3), 663–677.
- Gruner, Charles R. (1997): *The Game of Humor. A Comprehensive Theory of Why We Laugh*. New Jersey: Transaction.
- Habermas, Jürgen (1992): Further Reflections on the Public Sphere. In Craig Calhoun (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts & London: The MIT Press, 421–461.
- Habermas, Jürgen (1997): *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. English translation by William Rehg. Cambridge: Polity Press. Paperback edition. Originally published in 1992.
- Habermas, Jürgen (2004): *Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansakunnan kategoriasta*. Suomentanut Veikko Pietilä. Tampere: Vastapaino. Alkuteos ilmestynyt 1962.
- Habermas, Jürgen (2006): Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory* 16 (4), 411–426.
- Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Harjunen, Hannele (2009): *Women and Fat. Approaches to the Social Study of Fatness*. University of Jyväskylä. Jyväskylä studies in education, psychology and social research 379. Doctoral thesis.
- Hart, Roderick P. (1994): *Seducing America. How Television Charms the Modern Voter*. New York & Oxford: Oxford University Press.
- Hayes, Danny (2009): Has Television Personalized Voting Behavior? *Political Behavior* 31 (2), 231–260.

- Haßler, Jörg, Maurer, Marcus & Oschatz, Corinna (2014): Media logic and political logic online and offline. The case of climate change communication. *Journalism Practice* 8 (3), 326–341.
- Hepp, Andreas (2012): Mediatization and the ‘molding force’ of the media. *Communications* 37 (1), 1–28.
- Herkman, Juha (2001): Huumorin ja vallan keskeneräinen kysymys – populaarin kokemuksen jäljillä. Teoksessa Anu Koivunen, Susanna Paasonen & Mari Pajala (toim.): *Populaarin lumo – mediat ja arki*. Turun yliopisto, Mediatutkimus, 368–384. Sarja A, N:o 46. Kolmas painos.
- Herkman, Juha (2002): *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino. Toinen painos.
- Hermes, Joke (2006): Hidden Debates: Rethinking the Relationship Between Popular Culture And the Public Sphere. *Javnost – The Public* 13 (4), 27–44.
- Hertog, James K. & McLeod, Douglas M. (2001): A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide. In Stephen. D. Reese, Oscar H. Gandy Jr. & August E. Grant. (eds.): *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 139–162.
- Hijmans, Ellen (1996): The Logic of Qualitative Media Content Analysis: A Typology. *Communications: The European Journal of Communication Research* 21(1), 93–108.
- Hindman, Matthew (2009): *The Myth of Digital Democracy*. Princeton & Oxford: Princeton University Press.
- Hjarvard, Stig (2013): *The Mediatization of Culture and Society*. London & New York: Routledge.
- Hodges, Louis (1994): The Journalist and Privacy. *Journal of Mass Media Ethics* 9 (4), 197–212.
- Holbert, R. Lance, Hmielowski, Jay, Jain, Parul, Lather, Julie & Morey, Alyssa (2011): Adding Nuance to the Study of Political Humor Effects: Experimental Research on Juvenalian Satire Versus Horatian Satire. *American Behavioral Scientist* 55(3), 187–211.
- Holmes, Su & Redmond, Sean (2006): Understanding celebrity culture. In Su Holmes & Sean Redmond (eds.): *Framing Celebrity. New directions in celebrity culture*. London & New York: Routledge, 1–16.
- Holtz-Bacha, Christina, Langer, Ana Ines & Merkle, Susanne (2014): The

- personalisation of politics in comparative perspective: Campaign coverage in Germany and the United Kingdom. *European Journal of Communication* 29 (2), 153–170.
- Horsti, Karina (2005): *Vierauden rajat. Monikulttuurisuus ja turvapaikanhakijat journalismissa*. Tampereen yliopisto. Väitöskirja.
- Inglis, Fred (2010): *A Short History of Celebrity*. Princeton University Press.
- Isotalus, Pekka (1998): Johdanto: Poliittinen viestintäkulttuuri lähtökohtana. Teoksessa Pekka Isotalus (toim.): *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Jyväskylä: Atena Kustannus.
- Isotalus, Pekka & Almonkari, Merja (2014): Mediatization and political leadership. Perspectives of the Finnish newspapers and party leaders. *Journalism Studies* 15 (3), 289–303.
- Jallinoja, Riitta (1997): *Moderni säädyllisyys. Aviosuhteen vapaudet ja sidokset*. Helsinki: Gaudeamus.
- Jebril, Nael, Albæk, Erik & de Vreese, Claes H (2013): Infotainment, cynicism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication* 28 (2), 105–121.
- Johnstone, Barbara (2002): *Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell.
- Jokinen, Kimmo & Saaristo, Kimmo (2006): *Suomalainen yhteiskunta*. Helsinki: WSOY. Toinen painos.
- Julkisen sanan neuvosto (2008): Periaatelausuma yksityiselämästä.  
<http://www.jsn.fi/periaatelausumat/yksityiselama/>. [Viitattu 13.2.2015]
- Julkisen sanan neuvosto (2013): Journalistin ohjeet ja liite.  
[http://www.jsn.fi/journalistin\\_ohjeet/](http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/). [Viitattu 13.2.2015]
- Kantola, Anu (2011): Johdanto: Notkistuva julkinen elämä. Teoksessa Anu Kantola (toim.): *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus, 11–16.
- Karvonen, Erkki (1999): *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Karvonen, Erkki (2000): Tulkintakehys (frame) ja kehystäminen.  
<http://people.uta.fi/~erkki.karvonen/Tulkintakehys.pdf>.  
[Viitattu 1.12.2014] Alkuperäinen, lyhyempi versio artikkelista on ilmestynyt Tiedotustutkimus 2/2000 -lehdessä.
- Karvonen, Erkki (2011): Julkkispoliitikko median suurennuslasissa. Teoksessa Anu Koivunen & Mikko Lehtonen (toim.): *Kuinka meitä kutsutaan?*

- Kulttuuriset merkityskamppailut nyky-Suomessa*. Tampere: Vastapaino, 187–218.
- Karvonen, Lauri (2009): Poliittikan henkilöityminen. Teoksessa Sami Borg & Heikki Paloheimo (toim.): *Vaalit yleisödemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Tampere University Press, 94–125.
- Karvonen, Lauri (2010): *The Personalisation of Politics. A Study of Parliamentary Democracies*. Colchester: ECPR Press.
- Katz, Richard S. & Mair, Peter (1995): Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics* 1 (1), 5–28.
- Kekki, Lasse (2001): Hyvää homoa tarvitaan aina – vai tarvitaanko? Laitelan Kalle ja homoseksuaalisuuden representaatio suomalaisessa saippuasarjassa *Salattut elämät*. Teoksessa Anu Koivunen, Susanna Paasonen & Mari Pajala (toim.): *Populaarin lumo – mediat ja arki*. Turun yliopisto, Mediatutkimus, 271–284. Sarja A, N:o 46. Kolmas painos.
- Kepplinger, Hans Mathias (2002): Mediatization of Politics: Theory and Data. *Journal of Communication* 52 (4), 972–986.
- Kettunen, Pauli (2008): *Globalisaatio ja kansallinen me. Kansallisen katseen historiallinen kritiikki*. Tampere: Vastapaino.
- Kieran, Matthew, Morrison, David E. & Svennevig, Michael (2000): Privacy, the public and journalism. Towards an analytical framework. *Journalism* 1 (2), 145–169.
- King, Barry (2008): Stardom, celebrity and the para-confession. *Social Semiotics* 18 (2), 115–132.
- Kiviniemi, Kari (1997): *Opettajuuden oppimisesta harjoittelun harhautuksiin: Aikuisopiskelijoiden kokemuksia opetusharjoittelusta ja sen ohjauksesta luokanopettajakoulutuksessa*. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research 132. Väitöskirja.
- Klapp, Orrin E. (1964): *Symbolic Leaders. Public Dramas and Public Men*. Chicago: Aldine.
- Kleinnijenhuis, Jan & Rietberg, Ewald M. (1995): Parties, media, the public and the economy: Patterns of societal agenda-setting. *European Journal of Political Research* 28 (1), 95–118.
- Koivunen, Anu (2011): Jyrki Kataisen kyyneleet eli sivustakatsova valta. Teoksessa Anu Koivunen & Mikko Lehtonen (toim.): *Kuinka meitä kutsutaan?*

- Kulttuuriset merkityskamppailut nyky-Suomessa*. Tampere: Vastapaino, 219–237.
- Kriesi, Hanspeter (2012): Personalization of national election campaigns. *Party Politics* 18(6), 825–844.
- Krippendorff, Klaus (1984): *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. Beverly Hills & London: Sage. The Sage commtext series 5. Fourth printing.
- Krotz, Friedrich (2009): Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change. In Knut Lundby (ed.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang, 21–40.
- Krotz, Friedrich & Hepp, Andreas (2011): A concretization of mediatization: How mediatization works and why ‘mediatized worlds’ are a helpful concept for empirical mediatization research. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication* 3 (2), 137–152.
- Kunelius, Risto, Noppari, Elina & Reunanen, Esa (2009): *Media vallan verkoissa*. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos. Julkaisuja, sarja A 112/2009.
- Kunelius, Risto & Reunanen, Esa (2012): Media in Political Power: A Parsonian View on the Differentiated Mediatization of Finnish Decision Makers. *The International Journal of Press/Politics* 17(1), 56–75.
- Kuusipalo, Jaana (2000): Sukupuolen rooli kampanjoinnissa. Teoksessa Pekka Isotalus & Eeva Aarnio (toim.): *Presidentti 2000. Mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: SoPhi, 41–62.
- Kuusipalo, Jaana (2007): Presidenttipelin sukupuolittuminen. Teoksessa Pekka Isotalus & Sami Borg (toim.): *Presidentinvaalit 2006*. Helsinki: WSOY, 98–114.
- Laakso, Ville (2012): Haavisto kiri presidenttikyselyn kakkoseksi. Yle Uutiset 5.1.2012. [http://yle.fi/uutiset/haavisto\\_kiri\\_presidenttikyselyn\\_kakkoseksi/5051845](http://yle.fi/uutiset/haavisto_kiri_presidenttikyselyn_kakkoseksi/5051845). [Viitattu 25.5.2015]
- Landerer, Nino (2013): Rethinking the Logics: A Conceptual Framework for the Mediatization of Politics. *Communication Theory* 23 (3), 239–258.
- Landes, Joan B. (1998): The Public and the Private Sphere: A Feminist Reconsideration. In Joan B. Landes (ed.): *Feminism, the Public and the Private*. Oxford & New York: Oxford University Press, 135–163.
- Langer, Ana Inés (2010): The Politicization of Private Persona: Exceptional Leaders or the New Rule? The Case of the United Kingdom and the Blair Effect. *International Journal of Press/Politics* 15 (1), 60–67.

- Lassila-Merisalo, Maria (2009): *Faktan ja fiktion rajamailla. Kaunokirjallisen journalismin poetiikka suomalaisissa aikakauslehdissä*. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä studies in humanities 113. Väitöskirja.
- Lawler, Peter A. (2010): *Celebrity Studies Today*. *Society* 47 (5), 419–423.
- Lazarsfeld, Paul F. & Merton, Robert K. (2000): *Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action*. In Paul Marris & Su Thornham (eds.): *Media Studies. A Reader*. New York University Press, 18–30. Second edition.
- Lister, Ruth (2003): *Citizenship: Feminist Perspectives*. Basingstoke & New York: Palgrave Macmillan. Second edition.
- Luhtakallio, Eeva (2005): *Kehysanalyysi mediakuvien sukupuolirepresentaatioiden tutkimuksessa*. *Sociologia* 3/2005, 189–206.
- Luhtakallio, Eeva (2012): *Practicing Democracy. Local Activism and Politics in France and Finland*. Basingstoke & New York: Palgrave Macmillan.
- Lundby, Knut (2009): *Media Logic: Looking for Social Interaction*. In Knut Lundby (ed.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang, 101–119.
- MacKinnon, Kenneth (2003): *Representing Men. Maleness and Masculinity in the Media*. London: Arnold.
- Madianou, Mirca (2005): *The elusive public of television news*. In Sonia Livingstone (ed.): *Audiences and Publics. When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*. Bristol: Intellect, 99–114. *Changing Media, Changing Europe* 2.
- Maksimainen, Jaana (2008): *Terapiakulttuurinen parisuhde ja median erotarinat*. Teoksessa Eija Sevón & Marianne Notko (toim.): *Perhesuhteet puntarissa*. Helsinki: Palmenia, 209–232.
- Mancini, Paolo & Swanson, David L. (1996): *Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction*. In David L. Swanson & Paolo Mancini (eds.): *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Praeger, 1–26.
- Mansbridge, Jane (1999): *Everyday Talk in the Deliberative System*. In Stephen Macedo (ed.): *Deliberative Politics. Essays on Democracy and Disagreement*. New York & Oxford: Oxford University Press, 211–239.
- Marcinkowski, Frank (2014): *Mediatization of Politics: Reflections on the State of the*

- Concept. *Javnost – The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture* 21 (2), 5–22.
- Margulis, Stephen T. (2011): Three Theories of Privacy: An Overview. In Sabine Trepte & Leonard Reinecke (eds.): *Privacy Online. Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in Social Web*. Heidelberg: Springer, 9–17.
- Marsh, David, 't Hart, Paul & Tindall, Karen (2010): Celebrity Politics: The Politics of Late Modernity? *Political Studies Review* 8 (3), 322–340.
- Marshall, P. David (1997): *Celebrity and Power. Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis & London: University of Minnesota Press.
- Matthes, Jörg & Kohring, Matthias (2008): The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication* 58, 258–279.
- Mazzoleni, Gianpietro & Schulz, Winfried (1999): "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16 (3), 247–261.
- McKernan, Brian (2011): Politics and Celebrity: A Sociological Understanding. *Sociology Compass* 5 (3), 190–202.
- Meyen, Michael, Thieroff, Markus & Strenger, Steffi (2014): Mass Media Logic and the Mediatization of Politics. A Theoretical Framework. *Journalism Studies* 15 (3), 271–288.
- Meyer, John C. (2000): Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. *Communication Theory* 10 (3), 310–331.
- Meyer, Thomas (2002): *Media Democracy. How the Media Colonize Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Mickelsson, Rauli (2007): *Suomen puolueet. Historia, muutos ja nykypäivä*. Tampere: Vastapaino.
- Miljan, Lydia (2011): Television Frames of the 2008 Liberal and New Democrat Accord. *Canadian Journal of Communication* 36 (4), 559–578.
- Morreall, John (2009): *Comic Relief. A Comprehensive Philosophy of Humor*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Mughan, Anthony (2000): *Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections*. London: Palgrave Macmillan.
- Muir, Kathie (2005): Media Darlings and Falling Stars: Celebrity and the Reporting of Political Leaders. *Westminister Papers in Communication and Culture* 2 (2), 54–71.
- Moring, Tom & Himmelstein, Hal (1993): *Politiikkaa riisuttuna. Kampanjakulttuuri*



- murroksessa televisioidun politiikan aikaan.* Helsinki: Yleisradio.  
Tutkimusraportti 6/1993.
- Negrine, Ralph (2008): *The Transformation of Political Communication. Continuities and Changes in Media and Politics.* Basingstoke & New York: Palgrave Macmillan.
- Nelonen.fi (2011): Kuka keräsi urheilijatahdet, kuka popparit? Tässä ovat presidenttiehdokkaiden julkkistukijat.  
<http://www.nelonen.fi/uutiset/kotimaa/230666-kuka-kerasi-urheilijatahdet-kuka-popparit-tassa-ovat-presidenttiehdokkaiden-julkkistukijat>.  
23.11.2011. [Viitattu 6.2.2015]
- Neuendorf, Kimberly A. (2002): *The Content Analysis Guidebook.* Thousand Oaks: Sage.
- Neuman, W. Lawrence (2011): *Social Research Methods. Qualitative and Quantitative Approaches.* Boston: Pearson. Seventh edition.
- Neuvonen, Riku (2014): *Yksityisyyden suoja Suomessa.* Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.
- Newman, Nic & Levy, David A. (eds.) (2014): *Reuters Institute Digital News Report 2014. Tracking the Future of News.* Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Niemi, Mari K. (2006): Onko yksityiselämästä presidentintekijäksi? Teoksessa Ville Pernaa & Ville Pitkänen (toim.): *Poliitikot taistelivat – media kertoo. Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006.* Helsinki: Ajatus Kirjat, 228–271.
- Nieminen, Hannu (2001): Julkisuuden kohtalo myöhäismodernissa: globalisaatio vai pirstoutuminen? Teoksessa Anu Koivunen, Susanna Paasonen & Mari Pajala (toim.): *Populaarin lumo – mediat ja arki.* Turun yliopisto, Mediatutkimus, 186–211. Sarja A, N:o 46. Kolmas painos.
- Nilsen, Don L. F. (1990): The Social Functions of Political Humor. *The Journal of Popular Culture* 24 (3), 35–47.
- Norris, Pippa, Curtice, John, Sanders, David, Scammell, Margaret & Semetko, Holli A. (1999): *On Message. Communicating the Campaign.* London: Sage.
- Nätkin, Ritva (2013): Lasten aikuistuminen ja äitiyden varjot. Teoksessa Elina Virokannas & Sanna Väyrynen (toim.): *Varjoja naiseudessa.* Tampere: UNIpress, 18-51.
- Palin, Tutta (2004): Ruumis. Teoksessa Anu Koivunen & Marianne Liljeström (toim.):

- Avainsanat. 10 askelta feministiseen tietämiseen.* Tampere: Vastapaino, 225–244. Toinen painos.
- Paloheimo, Heikki (2005): Puoluevalinnan tilannetekijät. Teoksessa Heikki Paloheimo (toim.): *Vaalit ja demokratia Suomessa*. Helsinki: WSOY, 202–228.
- Palonen, Kari (2003): Four Times of Politics: Policy, Polity, Politicking, and Politicization. *Alternatives* 28 (2), 171–186.
- Papacharissi, Zizi (2002): The virtual sphere. The internet as a public sphere. *New Media & Society* 14 (1), 9–27.
- Parko, Kaija & Rentola, Marketta (2005): *Lue minut – aikakauslehtikirja. Mediakasvatusta opettajille*. Helsinki: Aikakauslehtien liitto.
- Payne, Rodger A. (2001): Persuasion, Frames and Norm Construction. *European Journal of International Relations*, 7 (1), 37–61.
- Peifer, Jason T. (2012): Can We Be Funny? The Social Responsibility of Political Humor. *Journal of Mass Media Ethics* 27 (4), 263–276.
- Pekonen, Kyösti (2011): *Puhe eduskunnassa*. Tampere: Vastapaino.
- Pernaa, Ville & Pitkänen, Ville (2006): Mediapeliä! Teoksessa Ville Pernaa & Ville Pitkänen (toim.): *Poliitikot taistelivat – media kertoo. Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006*. Helsinki: Ajatus Kirjat, 11–15.
- Pernaa, Ville & Railo, Erkki (2006): Valtapolitiikasta tunnepolitiikkaan. Teoksessa Ville Pernaa & Ville Pitkänen (toim.): *Poliitikot taistelivat – media kertoo. Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006*. Helsinki: Ajatus Kirjat, 17–54.
- Perrot, Michelle (ed.) (1990): *A History of Private Life IV. From the Fires of the Revolution to the Great War*. Cambridge & London: Belknap. English translation by Arthur Goldhammer. Originally published in 1987.
- Peräkylä, Anssi (1990): *Kuoleman monet kasvot. Identiteetin tuottaminen kuolevan potilaan hoidossa*. Tampere: Vastapaino.
- Pesonen, Pertti (1995): The Voters' Choice of Candidate. In Sami Borg & Risto Sänkiäho (eds.): *The Finnish Voter*. Helsinki: The Finnish Political Science Association, 114–128.
- Petronio, Sandra & Durham, Wesley T. (2008): Communication Privacy Management Theory. Significance for Interpersonal Communication. In Leslie A. Baxter & Dawn O. Braithwaite (eds.): *Engaging Theories in Interpersonal Communication. Multiple Perspectives*. Los Angeles & London: Sage, 309–322.

- Pietilä, Veikko (1976): *Sisällön erittely*. Helsinki: Gaudeamus. Toinen painos.
- Pietilä, Veikko (2010): Julkiso ja yleisö. Teoksessa Veikko Pietilä ym. (toim.): *Julkisot, yleisöt ja media. Suomennoksia ja kirjoituksia julkisista vuorovaikutus- ja toimintamuodoista*. Tampere University Press, 201–216. Teksti on julkaistu alun perin Tiedotustutkimus 22 (3) -lehdessä (1999).
- Pitkin, Hanna Fenichel (1967): *The Concept of Representation*. Berkeley & Los Angeles: University of California Press.
- Postman, Neil (2006): *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Books. 20th Anniversary Edition.
- Price, Vincent (1992): *Public Opinion*. Newbury Park & London: Sage. Communication Concepts 4.
- Prost, Antoine (1991): Public and Private Spheres in France. In Antoine Prost & Gérard Vincent (eds.): *A History of Private Life. V: Riddles of Identity in Modern Times*. English translation by Arthur Goldhammer. Cambridge, Massachusetts & London: Harvard University Press.
- Puroila, Anna-Maija (2002): *Kohtaamisia päiväkotiarjessa – kehysanalyttinen näkökulma varhaiskasvatustyöhön*. Oulun yliopisto. Väitöskirja.
- Rahat, Gideon & Sheaffer, Tamir (2007): The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949–2003. *Political Communication* 24 (1), 65–80.
- Railo, Erkki (2011): *Henkilökohtainen on poliittista. Neuvottelu politiikan sukupuolittuneesta työnjaosta Annan julkaisemissa poliitikkojen henkilökuvissa vuosina 1975–2005*. Turun yliopisto. Turun yliopiston julkaisuja C 310. Väitöskirja.
- Rantanen, Miska (2012): Haavisto ja Ultra Bra juhliivat. *Helsingin Sanomat* 31.1.2012, uutiset sivu.  
<http://www.hs.fi/paivanlehti/arkisto/Haavisto+ja+Ultra+Bra+juhlivat/aaHS20120131SI3ET03b42?src=haku&ref=arkisto%2F>. [Viitattu 18.12.2015]
- Reinemann, Carsten & Wilke, Jürgen (2007): It's the Debates, Stupid! How the Introduction of Televised Debates Changed the Portrayal of Chancellor Candidates in the German Press, 1949–2005. *Press/Politics* 12(4), 92–111.
- Reitala, Heta & Heinonen, Timo (2001): Dramatisoitua todellisuutta. Teoksessa Heta Reitala & Timo Heinonen (toim.): *Dramaturgioita. Näkökulmia draamateorian, dramaturgian ja drama-analyysin ongelmiin*. Helsinki: Palmenia-kustannus.
- Rengel, Alexandra (2013): *Privacy in the 21st Century*. Leiden & Boston: Martinus

- Nijhoff Publishers. Studies in Intercultural Human Rights 5.
- Riffe, Daniel, Lacy, Stephen & Fico, Frederick (2014): *Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research*. New York & London: Routledge. Routledge Communication Series. Third edition.
- Rojek, Chris (2001): *Celebrity*. London: Reaktion Books.
- Rosanvallon, Pierre (2008): *Vastademokratia. Poliittika epäluulon aikakaudella*. Suomentanut Tapani Kilpeläinen. Tampere: Vastapaino.
- Rosenstiel, Tom & Mitchell, Amy (2012): As General Election Nears, Internet Gains Most as Campaign News Source but Cable TV Still Leads. Pew Research Center. <http://www.journalism.org/files/legacy/Final.pdf>. [Viitattu 17.3.2015]
- Ryynänen, Toni (2009): *Median muotoilema. Muotoilun mediajulkisuus suomalaisessa sanomalehdissä*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Väitöskirja.
- Räty, Panu (1998): Henkilökuva ajan kuvana. Teoksessa Anu Kantola & Tuomo Mörä (toim.): *Journalismia! Journalismia?* Helsinki: WSOY, 137–150.
- Salminen, Esko (2006): *Mediavallan aika. Poliittika tiedotusvälineissä Mauno Koivistosta Tarja Haloseen*. Helsinki: Edita.
- Schulz, Winfried (2004): Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication* 19 (1), 87–101.
- Sennett, Richard (1993): *The Fall of Public Man*. London & Boston: Faber and Faber. Paperback edition. First published in 1977.
- Seppänen, Janne & Väliverronen, Esa (2012): *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Setälä, Maija (2003): *Demokratian arvo. Teoria, käytännöt ja mahdollisuudet*. Helsinki: Gaudeamus.
- Sheafer, Tamir (2008): Charismatic Communication Skill, Media Legitimacy, and Electoral Success. *Journal of Political Marketing*, 7 (1), 1–24.
- Siltala, Juha (1994): *Miehen kunnia. Modernin miehen taistelu häpeää vastaan*. Helsinki: Otava. Toinen painos.
- Siivonen, Jonita (2006): Lohduttava ja piinaava naistenlehti. Teoksessa Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iris Ruoho (toim.): *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Siivonen, Jonita (2007): *Personporträttet som tidningsgenre. En närläsningssstudie med fokus på innehållsliga teman, berättarkonventioner och kön*. Helsinki: Svenska social- och kommunalhögskolan. SSKH Skifter 25.
- Silverstone, Roger (2002): Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life.

- New Literary History 33 (4), 761–780.
- Stanyer, James (2013): *Intimate Politics. Publicity, Privacy and the Personal Lives of Politicians in Media-Saturated Democracies*. Cambridge: Polity Press.
- Stein, Louisa Ellen (2002): Subject: 'Off topic: Oh my God, US terrorism!' Roswell fans respond to 11 September. *European Journal of Cultural Studies* 5 (4), 471–491.
- Stiegler, Zack (2009): Conceptualizing the Small-Scale Public Sphere. *Javnost – The Public* 16 (2), 41–60.
- Street, John (2001): *Mass Media, Politics and Democracy*. Basingstoke & New York: Palgrave.
- Street, John (2004): Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation. *The British Journal of Politics & International Relations* 6 (4), 435–452.
- Strömbäck, Jesper (2008): Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *Press/Politics* 13(3), 228–246.
- Strömbäck, Jesper & Esser, Frank (2009): Shaping Politics: Mediatization and Media Interventionism. In Knut Lundby (ed.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang, 205–223.
- Strömbäck, Jesper & Dimitrova, Daniela V. (2011): Mediatization and Media Interventionism: A Comparative Analysis of Sweden and the United States. *International Journal of Press/Politics* 16 (1), 30–49.
- Strömbäck, Jesper & Van Aelst, Peter (2013): Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *The International Communication Gazette* 75 (4), 341–358.
- STT-Lehtikuva (2015): Juttutyypit ja juttujen pituudet. STT-Lehtikuvan tyylikirja. [http://stt.fi/sites/default/files/uploads/stt\\_tyylikirja\\_3.1\\_juttutyypit\\_ja\\_juttujen\\_pituudet\\_2\\_1.pdf](http://stt.fi/sites/default/files/uploads/stt_tyylikirja_3.1_juttutyypit_ja_juttujen_pituudet_2_1.pdf). [Viitattu 23.5.2015]
- Suhola, Aino, Turunen, Seppo & Varis, Markku (2005): *Journalistisen kirjoittamisen perusteet*. Helsinki: Finn Lectura.
- Sumiala, Johanna (2010): *Median rituaalit. Johdatus media-antropologiaan*. Tampere: Vastapaino.
- Sumiala-Seppänen, Johanna (2001): *Nomadit rippituolissa. Mediodun uskonnon moraalisen järjestyksen dynamiikka (post)modernin television ja kulttuurin kontekstissa*. Jyväskylän yliopisto. *Jyväskylä Studies in Communication* 15. Väitöskirja.
- Sumiala-Seppänen, Johanna (2007): Tunnustan, olen siis olemassa. *Mediakulttuurin*

- terapeuttinen eetos. Teoksessa Heikki Kujansivu & Laura Saarenmaa (toim.): *Tunnustus ja todistus. Näkökulmia kahteen elämän esittämisen tapaan*. Helsinki: Gaudeamus., 163–183.
- Susen, Simon (2011): Critical Notes on Habermas's Theory of the Public Sphere. *Sociological Analysis* 5 (1), 37–62.
- Taira, Teemu (2014): Uskonto suomalaisissa sanomalehdissä tavallisena päivänä. *Uskonnontutkija-verkkolehti* 2/2014. Suomen Uskontotieteellinen Seura. <http://uskonnontutkija.fi/2014/12/06/uskonto-suomalaisissa-sanomalehdissa-tavallisena-paivana/>. [Viitattu 7.3.2015]
- Takens, Janet, van Atteveldt, Wouter, van Hoof, Anita & Kleinnijenhuis, Jan (2013): Media logic in election campaign coverage. *European Journal of Communication* 28 (3), 277–293.
- Thompson, John B. (1990): *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, John B. (2011): Shifting Boundaries of Public and Private Life. *Theory, Culture & Society* 28 (4), 49–70.
- Tigerstedt, Christoffer (1994): Kotityö ja isyys uusina projekteina? Teoksessa J. P. Roos & Eeva Peltonen (toim.): *Miehen elämää. Kirjoituksia miesten omaelämäkerroista*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 68–85.
- Tilastokeskus (2012): Vahvistettu tulos: Sauli Niinistö valittiin presidentiksi. [http://tilastokeskus.fi/til/pvaa/2012/02/pvaa\\_2012\\_02\\_2012-02-10\\_tie\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/pvaa/2012/02/pvaa_2012_02_2012-02-10_tie_001_fi.html). [Viitattu 25.5.2015]
- Tilli, Jouni (2012): Presidentinvaalit 2012: uutta, vanhaa, lainattua, sinistä ja vihreää. *Kansalaisyhteiskunta-lehti* 3 (1), 70–79. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/39973/ky20121nake myksiatilli.pdf?sequence=1>. [Viitattu 25.5.2015]
- Trimble, Linda, Wagner, Angelia, Sampert, Shannon, Raphael, Daisy & Gerrits, Bailey (2013): Is It Personal? Gendered Mediation in Newspaper Coverage of Canadian National Party Leadership Contests, 1975–2012. *The International Journal of Press/Politics* 18 (4), 462–481.
- Tuomaala, Salome (2011): *Keskeytyksiä elämässä. Naisten toimijuudet aborttikertomuksissa*. Helsingin yliopisto. *Uskontotiede* 13. Väitöskirja.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2011): *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi. 8., uudistettu laitos.
- Turner, Graeme (2004): *Understanding Celebrity*. London & Thousand Oaks: Sage.

- Turner, Graeme, Bonner, Frances & Marshall, P. David (2000): *Fame Games. The Production of Celebrity in Australia*. Cambridge University Press.
- Tyler, Imogen & Bennett, Bruce (2010): ‘Celebrity chav’: Fame, femininity and social class. *European Journal of Cultural Studies* 13 (3), 37–393.
- Urponen, Maija (2010): Kansalaisuus, kansallisuus ja sukupuoli. Teoksessa Tuija Saresma, Leena-Maija Rossi & Tuula Juvonen (toim.): *Käsikirja sukupuo- leen*. Tampere: Vastapaino, 292–304.
- Van Aelst, Peter, Sheafer, Tamir & Stanyer, James (2012): The Personalization of Mediated Political Communication: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism* 13 (2), 203–220.
- Van den Bulck, Hilde & Claessens, Nathalie (2013): Celebrity Suicide and the Search for the Moral High Ground: Comparing Frames in Media and Audience Discussions of the Death of a Flemish Celebrity. *Critical Studies in Media Communication* 30 (1), 69–84.
- van Elteren, Mel (2013): Celebrity Culture, Performative Politics, and the Spectacle of “Democracy” in America. *Journal of American Culture* 36 (4), 263–283.
- Van Gorp, Baldwin (2007): The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication* 57 (1), 60–78.
- van Santen, Rosa (2012): *Popularization and Personalization. A Historical and Cultural Analysis of 50 Years of Dutch Political Television Journalism*. The Amsterdam School of Communication Research. Doctoral thesis.
- van Zoonen, Liesbet (2006): The personal, the political and the popular. A woman’s guide to celebrity politics. *European Journal of Cultural Studies* 9 (3), 287–501.
- van Zoonen, Liesbet (2007): Audience reactions to Hollywood politics. *Media, Culture and Society* 29 (4), 531–547.
- van Zoonen, Liesbet, Muller, Floris, Alinejad, Donya, Dekker, Martijn, Duits, Linda, van Romondt Vis, Pauline & Wittenberg, Wendy (2007): Dr. Phil Meets the Candidates: How Family Life and Personal Experience Produce Political Discussions. *Critical Studies in Media Communication* 24 (4), 322–338.
- Viljanen, Vesa (2015): Yksityisyydensuoja. Lainsäädäntö.  
<https://www.yksityisyydensuoja.fi/lains%C3%A4%C3%A4d%C3%A4nt%C3%B6>. [Viitattu 13.2.2015]
- Väliverronen, Jari & Kunelius, Risto (2011): Poliitiikan journalismi medioitumisen

- aikakaudella. Teoksessa Esa Väliverronen (toim.): *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus, 225 – 247.
- Weintraub, Jeff (1997): The Theory and Politics of the Public/Private Distinction. In Jeff Weintraub & Krishan Kumar (eds.): *Public and Private in Thought and Practice. Perspectives on a Grand Dichotomy*. Chicago & London: The University of Chicago Press, 1–42.
- Weiskel, Timothy C. (2005): From Sidekick to Sideshow – Celebrity, Entertainment, and the Politics of Distraction. Why Americans Are “Sleepwalking Toward the End of the Earth”. *American Behavioral Scientist* 49 (3), 393–403.
- West, Darrell M. & Orman, John (2003): *Celebrity Politics*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Westin, Alan F. (1967): *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum.
- Westin, Alan F. (2003): Social and Political Dimensions of Privacy. *Journal of Social Issues*, 59 (2), 431–453.
- Wheeldon, Johannes & McBrien, Alex (2014): (Mis)Representing the 2008 Prorogation: Agendas, Frames, and Debates in Canada's Mediacracy. *Canadian Journal of Communication* 39 (3), 431–448.
- Wojdyski, Bartosz W. & Riffe, Daniel (2011): What Kind of Media, and When? Public Opinion about Press Coverage of Politicians' Private Lives. *Journal of Mass Media Ethics* 26 (3), 206–223.

## **Tutkimusaineistona käytetyt lehtiartikkelit**

- Aamulehti (4.12.2011): Kiltti tuulenhalkoja. Kirjoittanut Mikael Junger, Näkökulma 20.
- Aamulehti (11.12.2011): Diplomaatti kengät pölyssä. Kirjoittanut Johanna Sumuvuori, Näkökulma 16.
- Aamulehti (18.12.2011): Ryppyotsainen velmu. Kirjoittanut Heikki A. Ollila, Näkökulma 22.
- Aamulehti (24.12.2011): Paavo on tiennyt aina! Kirjoittanut Mauri Pekkarinen, Näkökulma 22.
- Aamulehti (9.1.2012): Aatteen paloa. Kirjoittanut Marja-Leena Leppänen, Näkökulma 12.
- Anna (40/2011, 6.10.2011): ”Suhde kestää, jos niin halutaan”. Toimittaja Tuija



Halmekoski, 20–23.

Anna (43/2011, 27.10.2011): ”Emme huuda toisillemme”. Toimittaja Miia Siistonen, 32–36.

Anna (47/2011, 24.11.2011): Kahden keikka. Toimittaja Mervi Alatalo, 32–35.

Anna (49/2011, 8.12.2011): Paavo päiväkodissa. Toimittaja Miia Saari, 34–37.

Apu (44/2011, 3.11.2011): Ärhis. Toimittaja Susanna Luikku, 26–31.

Apu (51–52/2011, 22.12.2011): Yhdentäjä vs talousmies. Toimittaja Yrjö Rautio, 26–31.

Apu (1/2012, 5.1.2012): Europopulisti vs diplomaatti. Toimittajat Yrjö Rautio & Susanna Luikku, 24–29.

Apu (2/2012, 12.1.2012): Ikiliikkuja vs idealisti. Toimittajat Yrjö Rautio & Susanna Luikku, 32–37.

Apu (3/2012, 19.1.2012): Konservatiivi vs radikaali. Toimittaja Yrjö Rautio, 30–35.

Apu (5/2012a, 2.2.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

i) Charmikas konkari. Toimittaja Matti Saari, 20–24.

ii) Hillitty runoilija. Toimittaja Liisa Talvitie, 25.

Apu (5/2012b, 2.2.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

i) Outo valoilmiö. Toimittaja Yrjö Rautio, 26–30.

ii) Kahdesta kulttuurista. Toimittaja Raila Kinnunen, 31.

Apu (6/2012, 9.2.2012): Päämies. Toimittaja Raila Kinnunen, 26–29.

City.fi (23.11.2011): Timo Soini vs. Eva Biaudet. Toimittajana nimimerkki Walter de Camp. <http://www.city.fi/yhteiskunta/timo+soini+vs+eva+biaudet/4199>. [Luettu 25.4.2015]

City.fi (7.12.2011): Pekka Haavisto vs. Paavo Väyrynen. Toimittajana nimimerkki Walter de Camp. <http://www.city.fi/yhteiskunta/pekka+haavisto+vs+paavo+vayrynen/4249>. [Luettu 25.4.2015]

City.fi (4.1.2012): Sauli Niinistö vs. Paavo Lipponen. Toimittajana nimimerkki Walter de Camp. <http://www.city.fi/yhteiskunta/sauli+niinisto+vs+paavo+lipponen/4315>. [Luettu 25.4.2015]

Eeva.fi (23.1.2012a): Eeva presidentinvaalitunnelmissa. Sauli Niinistö: ”Pojat löytävät tiensä hitaammin”. Toimittaja Pirjo Houni. <http://www.eeva.fi/artikkeli/eeva-presidentinvaalitunnelmissa>. [Luettu 25.4.2015] Alkuperäinen artikkeli on ilmestynyt Eeva-lehdessä 6/2010.

Eeva.fi (23.1.2012b): Eeva presidentinvaalitunnelmissa. Pekka Haavisto ja Antonio Flores: Kahden maailmanmatkaajan kohtaaminen. Toimittaja Minna Hujanen. <http://www.eeva.fi/artikkeli/eeva-presidentinvaalitunnelmissa-0>. [Luettu 25.4.2015] Alkuperäinen artikkeli on ilmestynyt Eeva-lehdessä 11/2010.

Helsingin Sanomat (2.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

- i) Aikuistuva anarkisti. Toimittaja Marjo Ollikainen, Kotimaa A 10.
- ii) 0:17:15. Toimittaja Kalle Silfverberg, Kotimaa A 10.
- iii) Lukijoiden kysymyksiä Paavo Arhinmäelle. Toimittaja Marjo Ollikainen, Kotimaa A 10.
- iv) Verkostotesti. Kotimaa A 10.

Helsingin Sanomat (3.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

- i) Vähemmistöjen syleilijä. Toimittaja Heli Suominen, Kotimaa A 7.
- ii) 0.15.30. Toimittaja Kalle Silfverberg, Kotimaa A 7.
- iii) Lukijoiden kysymyksiä Eva Biaudet'lle. Toimittaja Heli Suominen, Kotimaa A 7.
- iv) Verkostotesti. Kotimaa A 7.

Helsingin Sanomat (4.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

- i) Määrätietoinen konservatiivi. Toimittaja Marko Junkkari, Kotimaa A 8.
- ii) 0.12.30. Toimittaja Kalle Silfverberg, Kotimaa A 8.
- iii) Lukijoiden kysymyksiä Pekka Haavistolle. Toimittaja Marko Junkkari, Kotimaa A 8.
- iv) Verkostotesti. Toimittaja Piia Elonen, Kotimaa A 8.

Helsingin Sanomat (5.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

- i) Pehmeä kosmopoliitti. Toimittaja Olli Pohjanpalo, Kotimaa A 8.
- ii) 0.20.16. Toimittaja Kalle Silfverberg, Kotimaa A 8.
- iii) Lukijoiden kysymyksiä Pekka Haavistolle. Toimittaja Olli Pohjanpalo, Kotimaa A 8.
- iv) Verkostotesti. Toimittaja Olli Pohjanpalo, Kotimaa A 8.

Helsingin Sanomat (6.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

- i) Tunteellinen töksäyttelijä. Toimittaja Teija Sutinen, Kotimaa A 9.
- ii) 0.00.00. Toimittaja Piia Elonen, Kotimaa A 9.

iii) Lukijoiden kysymyksiä Paavo Lipposelle. Toimittaja Teija Sutinen, Kotimaa A 9.

iv) Verkostotesti. Toimittaja Teija Sutinen, Kotimaa A 9.

Helsingin Sanomat (7.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

i) Itsenäinen, itsepäinen.

ii) 0.20.16.

iii) Lukijoiden kysymyksiä Sauli Niinistölle.

iv) Verkostotesti.

Toimittaja Kalle Silfverberg, Kotimaa A 8.

Helsingin Sanomat (8.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

i) Sutkautusten mestari. Toimittaja Juha-Pekka Raeste, Kotimaa A 8.

ii) 0.00.00. Toimittaja Piia Elonen, Kotimaa A 8.

iii) Lukijoiden kysymyksiä Timo Soinille. Toimittaja Juha-Pekka Raeste, Kotimaa A 8.

iv) Verkostotesti. Toimittaja Juha-Pekka Raeste, Kotimaa A 8.

Helsingin Sanomat (9.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

i) Paavo ensimmäinen. Toimittaja Miska Rantanen, Kotimaa A 9.

ii) 0:18:20. Toimittaja Kalle Silfverberg, Kotimaa A 9.

iii) Lukijoiden kysymyksiä Paavo Väyryselle. Toimittaja Olli Pohjanpalo, Kotimaa A 9.

iv) Verkostotesti. Toimittaja Miska Rantanen, Kotimaa A 9.

Iltalehti.fi (11.12.2011):Eva Biaudet – Suurten saappaiden kantaja.

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121114918592\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121114918592_pd.shtml).

[Luettu 25.4.2015]

Iltalehti.fi (13.12.2011a): Paavo Väyrynen – pilvilinnojen rakentaja.

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121314937837\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121314937837_pd.shtml).

[Luettu 25.4.2015]

Iltalehti.fi (13.12.2011b):Pekka Haavisto – liian kiltti mies.

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121314911240\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121314911240_pd.shtml).

[Luettu 25.4.2015]

Iltalehti.fi (14.12.2011a): Paavo Arhinmäki – politiikan sunnuntailapsi.

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121414943841\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011121414943841_pd.shtml).

[Luettu 25.4.2015]

Iltalehti.fi (14.12.2011b): Paavo Lipponen – Suomen pelastaja?

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120814913451\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120814913451_pd.shtml).  
[Luettu 25.4.2015]

Iltalehti.fi (14.12.2011c): Sari Essayah – oikea nainen väärässä puolueessa.

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120914918102\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120914918102_pd.shtml).  
[Luettu 25.4.2015]

Iltalehti.fi (14.12.2011d): Sauli Niinistö – yksinäinen susi.

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120814912397\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120814912397_pd.shtml).  
[Luettu 25.4.2015]

Iltalehti.fi (14.12.2011e): Timo Soinin rankka elämä.

[http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120814911583\\_pd.shtml](http://www.iltalehti.fi/presidentinvaalit/2011120814911583_pd.shtml).  
[Luettu 25.4.2015]

Iltasanomat.fi (7.1.2012): Oletteko ollut putkassa, Pekka Haavisto? Ja 49 muuta

kysymystä. <http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288440148348.html>. [Luettu 9.12.2014]

Iltasanomat.fi (9.1.2012): Mitä teistä ei tiedetä, Timo Soini? Ja 49 muuta kysymystä.

<http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288440184352.html>  
[Luettu 9.12.2014]

Iltasanomat.fi (10.1.2012): Oletteko kokeillut huumeita, Eva Biaudet? Ja 49 muuta

kysymystä. <http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288440888311.html>. [Luettu 9.12.2014]

Iltasanomat.fi (11.1.2012): Mikä on paheenne, Paavo Väyrynen? Ja 49 muuta

kysymystä. <http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288441117697.html>. [Luettu 9.12.2014]

Iltasanomat.fi (12.1.2012): Onko hiusten väri aito, Sauli Niinistö? Ja 49 muuta

kysymystä. <http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288441373362.html>. [Luettu 9.12.2014]

Iltasanomat.fi (13.1.2012): Oletteko kiusannut koulussa, Paavo Arhinmäki? Ja 49

muuta kysymystä. <http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288441735379.html>. [Luettu 9.12.2014]

Iltasanomat.fi (14.1.2012): Onko tietä kiusattu koulussa, Paavo Lipponen? Ja 49

muuta kysymystä. <http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288441926928.html>. [Luettu 9.12.2014]

Iltasanomat.fi (16.1.2012): Onko teistä käynnistetty esitutkinta, Sari Essayah? Ja 49

muuta kysymystä. <http://www.iltasanomat.fi/presidentinvaalit/art-1288441930228.html>. [Luettu 9.12.2014]

Image (10/2011, 27.10.2011): Tehtävä Suomessa, Pekka Haavisto. Toimittaja Mikko Numminen, 40–47.

Keskisuomalainen (28.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

i) Pekka Haavisto suomii ulkopoliittista sähläilyä.

ii) ”Politikoiva puoliso tästä vielä puuttuisikin”.

Toimittaja Vesa Somppi, Kotimaa 11.

Keskisuomalainen (29.1.2012): Juttukokonaisuus, joka koostuu seuraavista artikkeleista:

i) ”Presidentillä on johtava rooli Suomen suurvaltasuhteissa”.

ii) Tylyttäjäksi syytetty johtaa esimerkillään.

Toimittaja Heikki Vento, Kotimaa 6.

Lapin Kansa (23.1.2013a): Ennen muuta juristi. Toimittaja Matti Mörttinen, Uutiset 24.

Lapin Kansa (23.1.2012b): Taitava puhuja, hyvät tavat. Toimittaja Kirsti Pohjonen, Uutiset 25.

Me Naiset (44/2011, 3.11.2011): ”Meillä naiset voittavat 4–1”. Toimittaja Riitta Ryytänen, 18–22.

Satakunnan Kansa (27.12.2011): Perheestä saa olla aidosti ylpeä. Toimittaja Anita Simola, Kotimaa 5.

Satakunnan Kansa (29.12.2011): Kuluttaminen ei tuo onnea. Toimittaja Juha Ståhle, Kotimaa 5.

Satakunnan Kansa (31.12.2011): Isoille päätöksille on tilaisuus auki. Toimittaja Kirsti Pohjonen, Kotimaa 9.

Satakunnan Kansa (4.1.2012): Himo rikkoo ihmistä. Toimittaja Kirsi Hölttä, Kotimaa 5.

Satakunnan Kansa (5.1.2012): Viha tuhoaa poliitikon. Toimittaja Toni Viljanmaa, Kotimaa 5.

Satakunnan Kansa (6.1.2012): Ylensyönti on poliittinen asia. Toimittaja Hannamari Ahonen, Kotimaa 7.

Satakunnan Kansa (8.1.2012): Laiska auttaa rasistin töitä. Toimittaja Maria Kalliokoski, Kotimaa 5.

Satakunnan Kansa (10.1.2012): Ahneuden synti kylvää vihaa. Toimittaja Kirsi Hölttä, Kotimaa 5.

Satakunnan Kansa (6.2.2012): Niinistö on määrätietoinen kantansakertoja. Toimittajat Kirsti Pohjonen & Juha Ståhle, Alue 2.

Seura (1/2012, 4.1.2012): ”Ovet eivät ole paukkuneet”. Toimittaja Saija Hakoniemi,

30–34.

Sunnuntaisuomalainen (20.11.2011): Eva Biaudet (r.). Toimittaja Tero Karjalainen.

Sunnuntaisuomalainen (27.11.2011): Pekka Haavisto (vihr.). Toimittaja Tero  
Karjalainen.

Sunnuntaisuomalainen (4.12.2011): Paavo Lipponen (sd.). Toimittaja Tero Karjalainen.

Sunnuntaisuomalainen (11.12.2011): Sauli Niinistö (kok.). Toimittaja Tero Karjalainen.

Sunnuntaisuomalainen (18.12.2011): Timo Soini (ps.). Toimittaja Tero Karjalainen.

Sunnuntaisuomalainen (24.12.2011): Paavo Väyrynen (kesk.). Toimittaja Tero  
Karjalainen.

Sunnuntaisuomalainen (31.12.2011): Paavo Arhinmäki (vas.). Toimittaja Tero  
Karjalainen.

Sunnuntaisuomalainen (8.1.2012): Sari Essayah (kd.). Toimittaja Tero Karjalainen.

Suomen Kuvalehti (45/2011, 11.11.2011): Pitkä matka Mäntyniemeen. Toimittaja Matti  
Simula, 25–31.

Suomen Kuvalehti (48/2011, 2.12.2011): Voiton riski. Toimittaja Leena Sharma, 38–45.

Suomen Kuvalehti (50/2011, 16.12.2011): Suosikin taakka. Toimittaja Tuomo  
Lappalainen, 28–34.

Suomen Kuvalehti (1/2012, 5.1.2012): Vielä kerran. Toimittaja Pekka Ervasti, 22–28.

Suomen Kuvalehti (2/2012, 13.1.2012): Goljattia vastaan. Toimittajat Pekka Ervasti,  
Tuomo Lappalainen ja Matti Simula, 38–45.

Talouselämä (4/2012, 27.1.2012): Se suuri ero on maailmankuva. Toimittajat Olli  
Ainola & Jouni Luotonen, 26–29.