

MEDIAN JA VIESTINNÄN TUTKIMUKSEN PÄIVÄT 2016

Poliittisen viestinnän ryhmä

SEMINAARIHUONE D4107-08

Puheenjohtajat: professori Pekka Isotalus ja tutkija Johanna Mäkelä Tampereen yliopistosta

Perjantai 8.4.2016 klo 14–15.30

Päivän puheenjohtaja: professori Pekka Isotalus

1. Jari Väliverronen: Poliitiikan toimittajia kahdelta kantilta
2. Sini Ruohonen: Puoluelehdet poliittisessa viestinnässä
3. Timo Harjuniemi: Talouskurin julkinen legimitointi Helsingin Sanomien pääkirjoituksissa keväällä ja kesällä 2015
4. Virpi Salojärvi: Media poliittisen konfliktin ytimessä - Tapaustutkimus media roolista Venezuelassa Chávezin hallinnon aikana
5. Niko Hatakka & Matti Välimäki:
Nöyrä mutta hyökkäävä – Maahanmuuttovastaisten populistipuolueiden strategiat rasismisyytöksiin vastaamisessa valtavirtajulkisuudessa
6. Terhi Meriläinen:
Avoimuus, positiivisuus ja vastustuksen vähentäminen Tahdon2013-kampanjan onnistumisen kulmakivinä

Lauantai 9.4.2016 klo 9-10.30

Päivän puheenjohtaja: tutkija Johanna Mäkelä

1. Pertti Suhonen: Gallupjournalismia vuoden 2015 eduskuntavaalien jälkeen
2. Aki Koivula, Ilkka Koironen, Arttu Saarinen & Pekka Räsänen:
Puolueiden jäsenten ja kannattajien sosiaalisen median verkostot
3. Johanna Mäkelä: Luottamus jakkupukuiseen poliitikkoon? Poliittisten johtajien kokemuksia mediajulkisuudesta
4. Mari Marttila: #vain kansanedustajajutut - kansanedustajien aktiivisuus (ja epäaktiivisuus) Twitterissä
5. Pekka Isotalus: Puolisot Jenni ja Antonio sanomalehdissä: Tutkimus politiikan privatisoitumisesta

ABSTRAKTIT

Politiikan toimittajia kahdelta kantilta

Jari Väliverronen
tutkija, jatko-opiskelija, TaY

Yhteiskunnan ja journalismin kiihtyvä muutos on 2000-luvulla pakottanut journalistit miettimään vakavasti ammattinsa perusarvoja, kuten suhdetta objektiivisuuteen, julkiseen palveluun ja eettisyyteen. Aiemmissä tutkimuksissa on huomattu, että suomalaistoimittajien käsitykset näistä arvoista ovat muuttuneet aiempaa monitulkintaisemmiksi. Tutkimukset ovat kuitenkin kohdistuneet pääasiassa uutistoimittajien arvoihin, ja erikoistoimittajat ovat jääneet sivuosaan.

Tässä esityksessä perehdytään yhteen erikoistoimittajaryhmään – politiikan toimittajiin – ja heidän ammattiarvoihinsa aikana, jolloin journalismi joutuu muuttuvassa toimintaympäristössä harkitsemaan uudelleen niin omia toimintatapojaan kuin suhdettaan poliitikoihin ja yleisöihin. Alan toimittajien parissa muutospainetta on herättänyt huolta politiikan journalismin tulevaisuudesta ja politiikan toimittajien ammattikuvan rapautumisesta. Millaisena politiikan toimittajien ammattiarvot tässä tilanteessa näyttävät ja mitkä tekijät niihin vaikuttavat?

Politiikan journalistien ammattiarvoja tutkitaan kahden aineiston pohjalta. Talvella ja keväällä 2016 toteutettavassa haastattelututkimuksessa politiikan journalistit (N ≈ 25) selvittävät omia ammattiarvojaan ja työtapojaan. Haastatteluista saatuja tuloksia verrataan vuosina 2013–2014 Politiikan toimittajat ry:n jäsenille tehtyyn kyselytutkimukseen (N = 80) heidän ammatillisista arvoistaan ja asenteistaan. Näitä arvoja verrataan myös vuonna 2013 tehtyyn Worlds of Journalism Study -projektin kyselyyn suomalaistoimittajien arvoista (N=366) politiikan toimittajien erityisyyden selvittämiseksi.

Esityksen tavoitteena on yhtäältä kuvata politiikan toimittajien ammattiarvojen kehitystä suuren murroksen aikana. Toisaalta aiempien tutkimusten ristiriitaisten tulosten vuoksi tutkimuksessa pyritään myös pohtimaan eri tutkimusmetodien vaikutusta saataviin tuloksiin.

Puoluelehdet poliittisessa viestinnässä

Sini Ruohonen
VTM, tohtorikoulutettava
Eduskuntatutkimuksen keskus, Turun yliopisto

Puoluelehdet ovat levikkien perusteella journalistisella kentällä marginaalisessa asemassa. Vaikka tilaaja- ja lukijamäärät ovat alhaisia sitoutumattomaan lehdistöön verrattuna, on julkaisulla omanlaisensa tehtävä puolueiden äänitorvina. Puoluelehdet tuottavat uutisia ja näkökulmallisia kirjoituksia puolueista, järjestötyöstä, poliitikoista ja politiikan sisältökysymyksistä.

Väitöstutkimuksessani tarkastelen puoluelehdistön tehtävää puolueiden viestintävälineinä. Tutkimus on rajattu keskustan, kokoomuksen ja SDP:n pää-äänenkannattajien merkitykseen vuosina 1991–2011. Primääriaineisto muodostuu tutkimusajanjaksoilla toimineiden puoluesihteereiden ja puoluelehtien päätoimittajien teemahaastatteluista. Aineistoa täydennetään puolueiden arkistomateriaalilla ja lehtien sisällöistä tehtävällä analyysillä.

Tutkimusta varten on teetetty esihaastattelut, joiden avulla tarkennetaan haastattelurunkoa ja tutkimuskysymyksiä. Esihaastattelut tehtiin keväällä 2015 istuvilla puoluesihteereillä ja päätoimittajilla: Timo

Laaninen (kesk.), Minna Arve (kok.), Reijo Paananen (sd.), Juha Määttä (Suomenmaa), Alberto Claramunt (Nykypäivä) ja Antti Vuorenrinne (Demokraatti).

Teemahaastattelujen avulla pystytään osoittamaan, millaiseksi pää-äänenkannattajan merkitys koetaan toisaalta lehtien toimitusten ja toisaalta puolueiden viestintäorganisaation näkökulmasta. Päätoimittajat valaisivat näkemyksiään siitä, mikä on lehden linja ja kohderyhmä, miten lehdet käytännössä syntyvät ja miten rahoitus- ja omistus pohja muodostuvat. Puoluesihteereiden haastatteluissa painottuivat puolueiden viestintäratkaisut laajemmin. Molempien ryhmien haastatteluissa pyrittiin löytämään vastauksia siihen, miten sekä politiikan että viestinnän toimintaympäristöt vaikuttavat puoluelehtien olemassaoloon ja tehtävään.

Haastattelujen pohjalta pystyy hahmottamaan puoluelehtien kehityksen suuntaviivoja. Sekä puoluesihteerit että päätoimittajat katsovat puoluelähtöisen journalismin tarpeelliseksi, joskin samanaikaisesti lehdille suunnatun viestintätuen määrää vähennetään jatkuvasti. Resurssipulasta ja toisaalta myös median yleisestä digitalisaatiokehityksestä johtuen puoluelehdet toteuttavat journalismiaan ikään kuin kaksilla rattaila: painetuilla lehdillä tavoitetaan edelleen jäsenistöä, kun taas verkkoon tuotettavalla uutismateriaalilla potentiaalinen kohderyhmä on huomattavasti suurempi. Näin ollen verkkojulkaisujen ja painettujen lehtien tehtävät vaikuttavat eriytyneen toisistaan.

Puoluesihteerien ja päätoimittajien haastattelut avaavat osaltaan näkökulmia siihen, millaisessa poliittisen viestinnän maastossa puoluelehdet tänä päivänä Suomessa toimivat. Mikä on puolueen ja pää-äänenkannattajan suhde, ja miksi puoluelehtiä ylipäätään julkaistaan?

Taloukskurin julkinen legitimointi Helsingin Sanomien pääkirjoituksissa keväällä ja kesällä 2015

Timo Harjuniemi

Tohtorikoulutettava

HY/Sosiaalitieteiden laitos, viestinnän oppiaine

Taloukskurin (austerity) käsite on ollut ajankohtainen aina vuosien 2007–2008 globaalin finanssikriisin ja sitä seuranneen Euroopan talouskriisin jälkeen, kun poliittiset eliitit ovat eritoten Euroopassa pyrkineet hillitsemään valtioiden velkaantumista leikkaamalla julkista kulutusta. Euroopan pitkittyneet taloudelliset vaikeudet ovat kuitenkin kiihdyttäneet keskustelua taloukskurin politiikan oikeutuksesta ja toimivuudesta.

Mediatutkijat ovat pohtineet talouskriisiä ja -kuria sekä näistä käytyä julkista keskustelua (Harjuniemi, Herkman & Ojala 2015). Mediajulkisuutta on tarkasteltu myös diskursiivisena kenttänä, jossa taloukskurin politiikan legitimeetti rakentuu (esim. Doudaki 2015). Tällöin tarkastelun juuret mediajulkisuuden, vallan, ideologian ja hegemonian käsitteissä sekä niiden yhteen kietoutumisessa (ks. Hall 1992).

Tarkastelen taloukskurin oikeutuksen rakentumista Helsingin Sanomien pääkirjoituksissa keväällä ja kesällä 2015, huhtikuun 2015 eduskuntavaalien ympärillä. Tarkastelen kriittisen diskurssianalyysin keinoin sitä, millä tavoin taloukskuri poliittisena ideologiana naturalisoituu mediajulkisuudessa. Aineistonani on 24 Helsingin Sanomissa julkaistua pääkirjoitusta ajalta 21.3.–3.6.2015. Niitä tutkitaan kriittisen diskurssianalyysin keinoin (ks. Jäger & Maier 2009).

Analyysini mukaan taloukskurin politiikasta ei Helsingin Sanomien pääkirjoituksissa käydä juuri kriittistä keskustelua, vaan politiikan tila rajoittuu sen pohdintaan, minkälaisia vaihtoehtoja puolueet esittävät menoleikkausten kohteiksi. Itse taloukskuri naturalisoituu politiikan ja arvokeskustelun ulkopuoliseksi faktaksi.

Kirjallisuus:

Doudaki, Vai (2015). Legitimation Mechanisms in the Bailout Discourse. *Javnost: The Public* 22:1, 1–17.

Hall, Stuart (1992). Kun ideologia uudelleen keksittiin: Torjutun paluu tiedotustutkimukseen. Teoksessa Koivisto, Juha; Mikko Lehtonen; Timo Uusitupa & Lawrence Grossberg (toim.) Stuart Hall: Kulttuurin ja politiikan murroksia. Tampere, Vastapaino.

Harjuniemi, Timo; Herkman, Juha & Ojala, Markus (2015). Eurokriisin politisoituminen suomalaisissa sanomalehdissä. *Media & Viestintä* 38:1, 1-22.

Jäger, Siegfried & Florentine Maier (2009). Theoretical and methodological aspects of Foucauldian critical discourse analysis and dispositive analysis. Teoksessa Wodak, Ruth & Meyer, Michael (toim.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Lontoo, Sage.

Media poliittisen konfliktin ytimessä – Tapaustutkimus median roolista Venezuelassa Chávezin hallinnon aikana

Virpi Salojärvi
PhD candidate
Media and Communication Studies
University of Helsinki

Media voi olla osallisena sekä välineenä että osapuolena poliittisessa konfliktitilanteessa. Medialla voi olla omia valtapyrkimyksiä tai valtaapitävät voivat käyttää mediaa oman viestinsä muodostamiseen ja esiintuomiseen. Konfliktitilanteessa keskeistä ei kuitenkaan aina ole kenellä on hegemonia vaan kuinka hyvin eri diskurssit ovat läpitunkeutuneet yhteiskuntaan ja mille yleisöille ne on suunnattu, koska sosio-historialliset hetket eivät ole koskaan homogeenisiä (Gramsci 1985, 93) vaan niissä käydään jatkuvaa kamppailua eri valtapyrkimysten välillä.

Poliittista konfliktia tutkiessa Mouffen (2013) jako antagonismin ja agonismin välillä auttaa lähestymään konfliktia. Antagonismissa vastustajasta on tullut vihollinen. Konfliktitilanteessa, samoin kuin mediassa (Sonwalkar 2005) ja demokratiassa (Mouffe 2000) ylipäättänsä, keskeistä on jako meihin ja muihin. Tutkimuksessa tarkastellaan sitä, miten ”meitä”, kollektiivista identiteettiä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta, rakennetaan median välityksellä. Kysymystä tarkastellaan Venezuelan poliittisen konfliktin kautta. Chávezin presidenttikauden aikana makrotasolla vallitsi poliittinen valtakamppailu Chávezin seuraajien ja opposition välillä. Aineisto koostuu 817 lehtiartikkelista ja 33 haastattelusta vuosilta 2010–2012. Mediasisällöt on analysoitu hyödyntäen sisällönanalyysia, kehysanalyysia ja visuaalista retoriikan analyysia. Mediatoimijoiden haastattelut on analysoitu argumenttianalyysin avulla.

Venezuelassa media on osittain jakaantunut kannattamaan eri (vasta)hegemonioita, mikä heijastuu myös medioiden omistussuhteisiin ja sisältöihin. Kuitenkin tulisi muistaa, että konfliktin osapuolet koostuvat todellisuudessa kirjavasta joukosta, jolloin median rooli osapuolia yhtenäistävänä tekijänä, yhteisen identiteetin rakentajana nousee merkittäväksi tekijäksi valtakamppailussa. Poliittisena strategiana vahvan hegemonisen vihollisen muodostaminen on käytössä konfliktin molemmilla osapuolilla. Myös tällä pyritään rakentamaan yhteisöllisyyttä ja kollektiivista identiteettiä oman ryhmän sisällä. Yhtä lailla mediat voivat lähestyä (oletettuja) lukijoitaan ja muodostaa yhteisöllisyyttä.

"Nöyrä mutta hyökkäävä - Maahanmuuttovastaisten populistipuolueiden strategiat rasismisyytöksiin vastaamisessa valtavirtajulkisuudessa

Niko Hatakka & Matti Välimäki:

Maahanmuuttovastaisten populistipuolueiden pyrkimykset lietsoa maahanmuuttokeskustelua ovat johtaneet merkittäviin julkisuushaasteisiin. Puolueiden edustajien lausunnot ovat toistuvasti johtaneet syytöksiin rasismista ja muukalaisvihamielisyydestä. Syytökset ovat pakottaneet puolueet julkisuudessa retoriseen tasapainotteluun; samat lausunnot, jotka tulkitaan stigmatisoiviksi ja rasistisiksi valtavirtamedian ja poliittisten vastustajien taholta saattavat saada tervetulleen vastaanoton osalta puolueiden kannattajia. Tutkimus vertailee viestintästrategioita, joita kolmen suosituksen pohjoiseurooppalaisen populistipuolueen (the UK Independence Party, Perussuomalaiset ja Sverigedemokraterna) edustajat käyttivät kommentoidessaan rasismisyytöksiä yleisradioyhtiöiden uutisissa vuosina 2010–2015. Tutkimuksessa esitetään, että puolueet ylläpitävät kaksijakoista suhdetta rasismiin sekä yksittäisten lausuntojen että useampien lausuntojen yhdistelmien tasolla, ja että kansallisissa konteksteissaan legitimoimattomat puolueet kykenevät hyödyntämään hyökkäävämpiä strategioita vastatessaan rasismisyytöksiin."

Avoimuus, positiivisuus ja vastustuksen vähentäminen Tahdon2013-kampanjan onnistumisen kulmakivinä

Terhi Meriläinen:

Tahdon2013-kampanja oli tasa-arvoinen avioliittolaki -kansalaisaloitteen läpiviemiseksi perustettu kansalaislähtöinen kampanja, jossa kampanjaa tehtiin näkyväksi sosiaalisen median, median ja kampanjassa toimineiden henkilöiden omien verkostojen kautta sekä tapaamalla henkilökohtaisesti kansanedustajia ja kansalaisia. Pro gradu tutkielma Me tahdoimme yhdessä - Interpersonaalisen kampanjoinnin keinot ja suostuttelun strategiat Tasa-arvoinen avioliittolaki -kansalaisaloitteen läpiviemiseksi perustetussa Tahdon2013-kampanjassa tarkastelee Tahdon2013-kampanjassa toimineiden henkilöiden käyttämiä kampanjoinnin keinoja ja suostuttelun strategioita. Tutkielman tarkoituksena oli selvittää, miten kampanja onnistui vaikuttamaan julkisen mielipiteen muutokseen ja kansanedustajien äänestyspäätökseen.

Kampanjassa toimineet henkilöt tekivät erilaisia viestinnällisiä tekoja ja valintoja kampanjan tavoitteisiin päästäkseen. Tutkielmassa nousivat esille kampanjan toimintaa sen kaikissa viestintäkanavissa läpileikkannut positiivisuus, avoimuus ja läsnäolo. Lisäksi valtuutus kampanjalle ja tasa-arvoisen avioliittolain asian ajamiselle koettiin tulleen kansalaisilta, jolloin kampanjan seuraajille haluttiin antaa mahdollisuus osallistumiseen ja omistajuuteen. Osallistuminen ja omistajuus ilmenivät erityisesti sosiaalisessa mediassa. Näiden osatekijöiden yhteisvaikutuksena voidaan nähdä syntyneen avoin, positiivinen, helposti lähestyttävä ja läsnäoleva kampanja.

Kampanjan kohteissa käydyissä henkilökohtaisissa keskusteluissa niin kansalaisten kuin kansanedustajien mielipiteeseen pyrittiin vaikuttamaan rakentamalla luottamusta ja hälventämällä kansalaisaloitteen liittyviä huolia erilaisten suostuttelun strategioiden kautta. Kampanja-aktiivit pyrkivät tavoitteisiinsa luomalla ajatusta tasa-arvoisen avioliittolain kannatuksen yleisyydestä sekä kohdistamalla sanomansa kullekin kuulijalle. Lisäksi suostuttelun keinoina käytettiin erilaisia altruistisia vetoamuksia. Myös kampanja-aktiiveista itsestään annettu vaikutelma toimivat keskusteluissa luottamuksen rakentamisen keinona. Osa tutkielmassa ilmenneistä suostuttelun strategioista kohdistui vastustuksen vähentämiseen. Vastustusta kampanja-aktiivit pyrkivät vähentämään hälventämällä aiheeseen liittyviä huolia, rakentamalla luottamusta, keskustelemalla ja tarjoamalla vasta-argumentteja keskusteluosapuolen esittämiin argumentteihin. Vasta-argumentit jakautuivat faktapohjaisiin perusteluihin ja tunteisiin vetoaviin argumentteihin.

Gallupjournalismia vuoden 2015 eduskuntavaalien jälkeen

Pertti Suhonen

Tasavallan presidentti nimitti 29.5.2015 Suomen keskustan, perussuomalaisten ja kokoomuksen muodostaman hallituksen. Parikymmentä päivää kestäneiden hallitusneuvotteluiden mittaan hallituspuolueet olivat päässeet sopuun ohjelmasta, jolle annettiin nimi ”Ratkaisujen Suomi”.

Hallitusohjelman neljä keskeisintä aluetta ovat ”kestävä kasvu ja julkinen talous”, ”työllisyys ja kilpailukyky”, ”osaaminen ja koulutus” sekä ”hyvinvointi ja terveys”. Keskeisinä keinoina näiden alueiden kehittämiseen mainittiin julkisten menojen supistaminen, yrittäjyyden edellytysten parantaminen, työelämän pelisääntöjen uudistaminen, työvoimakustannusten alentaminen ja sosiaali- ja terveyspalvelujen rakenteellinen uudistaminen. Hallitus esitti yhteiskuntasopimusta, johon tavoitteet ja keinot oli paketoitu.

Neuvottelut etujärjestöjen kanssa yhteiskuntasopimuksesta ajautuivat pian umpikujaan. Pääministeri Sipilä ilmoitti, että uudistukset toteutettaisiin pakottavalla lainsäädännöllä. Tämä ja muutkin hallituksen kaavailemat toimenpiteet, kuten moneen suuntaan kohdistuvat valtiontalouden leikkaukset, herättivät tiukkaa kritiikkiä julkisessa keskustelussa. Hallituspuolueiden väliset erimielisyydet ”Sote-uudistuksen” toteutuksesta olivat lokakuussa vähällä kaataa koko hallituksen. Loppukesästä alkanut ennen näkemätön turvapaikan hakijoiden tulva kärjisti maahanmuuttopolitiikan ristiriitoja.

Uuden hallituksen alkutaipaleella poliittista journalismia sävytti tiivis kansalaisten mielipiteiden seuranta. Valtamediat teettivät kyselyitä useimmista politiikan ajankohtaisista kiistanaiheista. Helsingin Sanomat ja Yleisradio uutisoivat totuttuun tapaan kuukausittain teettämistään puolueiden kannatusmittauksista.

Tässä esityksessä kuvaan sekä poliittisten kannatusmittausten että politiikan sisältöä koskevien kyselyiden uutisointia ja tulkintaa valtajournalismissa. Kuvailun ohella pohdin gallupjournalismin funktioita niin politiikan toimijoiden, median kuin kansalaistenkin kannalta sekä esitän huomioita maan keskeisten joukkoviestinten gallupjournalistisesta suorituksesta. Aineisto kattaa puoli vuotta hallituksen muodostamisen jälkeen.

Puolueiden jäsenten ja kannattajien sosiaalisen median verkostot

Aki Koivula, Ilkka Koironen, Arttu Saarinen & Pekka Räsänen - Taloussosiologia, Turun yliopisto

Suomessa puolueiden väliset jakolinjat ovat historiallisesti liittyneet maaseudun ja kaupunkien asukkaiden sekä talouspoliittisesti vasemmalle ja oikealle sijoittuvien välille. Viime vuosina keskusteluissa ja vaaleissa ovat korostuneet myös yhä enemmän arvot ja elämäntavat. Sosiaalinen media on osaltaan lisännyt puolueiden välisistä etäisyyksistä ja kohtaamisista käytävää keskustelua. Hyvä esimerkki tästä oli kansan jakautuminen sosiaalisessa mediassa eri kupliin kevään 2015 edus-kuntavaalien jälkeen. Syksyllä 2015 voimakkaasti lisääntynyt turvapaikanhakijoiden määrä etäännytti syntyneitä kuplia entisestään.

Virtuaalisten sosiaalisten kuplien voidaan ajatella olevan eräänlaisia sosiaalisia verkostoja, jotka rakentuvat ihmisten keskinäisen vuorovaikutuksen lisäksi yhteneväisten arvojen ja elämäntapojen pohjalta. Sosiaalinen media ja internet mahdollistavat ulkomaailmaa yksilöllisemmän väylän kiinnittyä erilaisiin yhteisöihin ja verkostoihin. Henkilökohtaisiin mielipiteisiin, arvoihin ja elämäntapoihin perustuvat yhteisöt ovat auki kaikenikäisille sukupuolesta ja yhteiskunnallisesta asemasta riippumatta. Yhtä lailla yksilöillä on ulkomaailmaa paremmat mahdollisuudet hallinnoida omaa sosiaalisen median verkostoaan. Yksilöiden omaa maailmankuvaa vastaavan sisällön valikoinnin sekä verkostojen hallinnoinnin mahdollisuuksien vuoksi

voidaankin ajatella, että sosiaalisen median analysointi on erityisen tärkeää poliittisen käyttäytymisen arvioinnissa.

Esittelemme tutkimusta, jossa tutkitaan eri puolueiden kuntavaaliehdokkaiden (Kuntavaalit 2017) sosiaalisen median verkostojen rakentumista ja sisältöä. Kuntavaaliehdokkaiden verkostoja tarkastelemme sosiaalisen median verkostanalyysimenetelmin, joiden tukena tulemme käyttämään sekä määrällisiä että laadullisia tutkimusmenetelmiä. Olemme kiinnostuneita puolueiden sisäisistä ja ulkoisista verkostoista. Analysoimme ehdokkaiden seuraajia, kommentteja ja kuulumista erilaisiin ryhmiin. Louhimme NodeXL-ohjelman avulla dataa Facebook-ryhmistä ja ehdokkaiden Twitter-tileistä. Tarkastelemme puolueiden ehdokkaiden sosiaalisen median verkostoja myös välillisesti puolueiden yhteisten seuraajien avulla. Näin pystymme kartoittamaan eri puolueiden välillä liikkuvien äänestäjien olemusta sekä puolueiden rajapinnoilla tapahtuvia kamppailuja.

Luottamus jakkupukuiseen poliitikkoon Poliittisten johtajien kokemuksia mediajulkisuudesta

Tutkija, FM Johanna Mäkelä
Tampereen yliopisto, Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

Poliittinen johtajuus on johtajan sukupuolesta riippumatta yksi tarkimmin julkisuudessa seurattuja johtajuuden muotoja. Se on kilpailtu luottamustehtävä, jossa työskennellään niin kansalaisten valvojan silmän kuin median suurennuslasin alla. Vuorovaikutus ja luottamus eri toimijoiden kesken heijastuvat päivittäin työssä menestymiseen. Suomessa on työskennellyt jo pitkään naisia politiikan huipulla eri tehtävissä niin presidenttinä kuin ministerinä ja puolueiden puheenjohtajina. Aiempien tutkimusten mukaan media kohtelee silti eri tavoin politiikan johtopaikoilla työskenteleviä henkilöitä. Sekä politiikan johtajanaisten saaman julkisuuden määrää että laatua on kritisoitu. Lisäksi edeltävissä tutkimuksissa on yritetty selvittää, miksi poliittinen johtajuus on edelleen sukupuolikysymys. Poliitikkojen oma ääni ja omat kokemukset ovat harvemmin päässeet kuuluviin aiemmassa akateemisessa tutkimuksessa. Medialla on merkittävä valta määrittää sitä mistä ja miten huippupoliitikoista puhutaan.

Tässä esityksessä selvitetään, millaisia käsityksiä ja henkilökohtaisia kokemuksia johtavilla naispoliitikoilla on median kohtelusta ja julkisuudesta? Saavatko johtavat naispoliitikot mielestään osakseen asijulkisuutta? Onko media osaltaan osoittanut luottamusta poliitikkojen ammattitaitoa kohtaan, vai onko esimerkiksi huomio ollut poliitikkojen omasta mielestä heidän ulkonäössä tai perheissä? Millaista rajanvetoa poliitikot ovat urallaan tehneet suhteessa julkisuuteen?

Tutkimuspäivillä esitettävät tulokset ovat osa tekeillä olevan väitöstyön tuloksia. Väitöstutkimus liittyy poliittiseen johtajuuteen ja poliittiseen viestintään sukupuolen näkökulmasta. Puheviestinnän alaan liittyvään työhön on haastateltu 18:aa suomalaista johtavaa poliitikkoa. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat ministereinä ja puolueiden puheenjohtajina toimineet naiset. Laadullisen tutkimuksen tuloksia lähestytään aineistolähtöisesti.

Sosiaalinen media on nähty areenana, joka mahdollistaa edustajien ja kansalaisten välisen

Mari Marttila

kommunikoinnin ennennäkemättömän suoralla ja rajoittamattomalla tavalla. Niin sanottu tasa-arvoistumisteoria näkee uusien verkkosovellusten luovan uusia mahdollisuuksia kansalaisten poliittiselle osallistumiselle, voimaannuttavan kansalaisia osallistumaan poliittiseen keskusteluun ja näin jyrsvän

voimassa olevia valtarakenteita. Toisaalta normalisaatioteorian mukaan digitaalisen maailman vallanjako pelkästään heijastelee todellisen maailman valtasuhteita. Vaikka jälkimmäinen teorioista vaikuttaakin aikaisemman tutkimuksen perusteella olevan lähempänä totuutta, on sosiaalinen media tästä huolimatta merkittävä poliittinen osajulkisuus.

Tutkimukseni käsittelee suomalaisten kansanedustajien Twitter-aktiivisuutta vaalikauden ulkopuolella. Poliittisten edustajien ja kansalaisten välinen kommunikaatio on olennaista demokraattisen edustustehtävän onnistumiseksi. Edustajien ja edustettavien välinen kontakti lisää kansalaisten luottamusta poliittista järjestelmää kohtaan ja näin vahvistaa poliittisen järjestelmän legitimizeettiä. Suomi on tältä osin hyvin kiinnostava tutkimuskohde uniikin vaalijärjestelmänsä, maan poliittisen järjestelmän erityisten legitimizeetti-ongelmien sekä aktiivisesti verkossa viihtyvien kansalaistensa vuoksi. Tutkimuksessani tarkastelun kohteena ovat niin Twitter-käyttäjätunnuksen omistaminen, julkaistujen twiittien määrä kuin @Käyttäjätunnus-ominaisuutta hyödyntävien eli keskustelutwiittien määräkin. Lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan tilastollisten menetelmien avulla, mitkä kansanedustajan tai hänen edustamansa puolueen ominaisuudet ovat yhteydessä tarkasteltaviin ilmiöihin.

Puolisot Jenni ja Antonio sanomalehdissä: Tutkimus politiikan privatisoitumisesta

Pekka Isotalus

Viime presidentinvaaleissa 2012 ehdokkaiden puoliset saivat runsaasti huomiota. Varsinkin vaalien toisella kierroksella Pekka Haaviston puoliso Antonio Flores ja Sauli Niinistön puoliso Jenni Haukion esiintyivät runsaasti eri medioissa. Poikkeukselliseksi tilanteen teki se, että toinen pari edusti samaa sukupuolta ja toinen oli heteropari. Tutkimuksessa puolisoitten julkisuutta analysoidaan politiikan privatisoitumisen ilmentymänä, eli poliitikon yksityiselämän muuttumisena yhä julkisemmaksi. Tutkimuksen aineisto on kerätty kolmesta sanomalehdestä vaalien toisen kierroksen ajalta. Lehtiartikkeleja ja kuvia analysoidaan laadullisesti. Huomiota kiinnitetään siihen, mitä puolisoista kirjoitetaan, onko raportointi puolisoista tasapuolisoista, miten puolisoita kuvaillaan ja kuinka intiimejä asioista parisuhteissa kerrottiin julkisuudessa. Tulokset osoittavat, että molemmat puoliset asetettiin varsin perinteiseen poliitikon puolison rooliin, ja myös miespuolison rooli näyttytyi enemmän feminiinisenä kuin maskuliinisenä. Antonio Floresin kohdalla lehdissä myös korostui enemmän hänen maahanmuuttajataustansa kuin homoseksuaalisuutensa. Analyysin perusteella privatisoitumisen taso näyttää korkealta, eli poliitikon yksityiselämä saa puolison kautta runsaasti mediahuomiota ja parien yksityiselämästä kerrotaan laveasti. Pariskunnilla oli kuitenkin erilaiset strategiat suojella yksityisyyttään. Esitelmässä myös pohditaan puolisoitten julkisuuden poliittista merkitystä.