

VAASAN YLIOPISTO

Humanistinen tiedekunta

Viestintätieteiden laitos

Mirja-Liisa Koski

Pääministerin salkku kiikarissa

Puolueiden puheenjohtajien blogikirjoitukset vuoden 2007

eduskuntavaalikampanjoissa

Viestintätieteiden pro gradu -tutkielma

Vaasa 2008

SISÄLLYS

KUVIOT	3
TAULUKOT	3
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tutkimuksen tavoite	8
1.2 Tutkimusaineisto	10
1.3 Tutkimusmenetelmät	12
2 VAALIKAMPANJAVIESTINTÄ	15
2.1 Vaalikampanjaviestintä vuosituhannen vaihteessa	16
2.2 Kannanotto vaalikampanjointitaktiikkana	18
2.3 Internet poliittisessä viestinnässä	20
3 BLOGIT	24
3.1 Blogien tyypillisiä piirteitä	24
3.2 Blogit vaalikampanjaviestinnän välineenä	26
4 VAKUUTTAMINEN POLITIIKASSA	30
4.1 Retoriikka	31
4.2 Argumentaatio	32
4.3 Argumentaation analyysi	34
4.4 Vakuuttamiseen pyrkivän argumentaation keinoja	36
4.4.1 Argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävät keinot	38
4.4.2 Esitetyn argumentin vakuuttavuutta lisäävät keinot	39

5 PÄÄMINISTERIEHDOKKAIDEN BLOGIARGUMENTAATIO	45
5.1 Pääministeriehdokkaiden bloggaustavat ja kirjoitustyyli	45
5.2 Pääministeriehdokkaiden blogien sisältö	47
5.2.1 Asiakysymykset ehdokkaiden blogeissa	49
5.2.2 Kilpailuasetelmakysymykset ehdokkaiden blogeissa	53
5.2.3 Muut kysymykset ehdokkaiden blogeissa	56
5.2.4 Muita huomioita ehdokkaiden blogien sisällöistä	59
5.3 Pääministeriehdokkaiden esittämät suorat kannanotot	61
5.3.1 Henkilökohtaisesti osoitetut kannanotot	63
5.3.2 Molemmille kilpaileville puolueille osoitetut kannanotot	64
5.3.3 Toiselle kilpailevalle puolueelle osoitetut kannanotot	65
5.3.4 Yhteenvedoa ja huomioita ehdokkaiden esittämistä kannanotoista	66
5.4 Argumentaation keinot ehdokkaiden kannanottojen perusteluissa	68
5.4.1 Konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistaminen kannanottojen perusteluissa	69
5.4.2 Argumentin faktuaalistaminen kannanottojen perusteluissa	71
5.4.3 Numeerinen määrällistäminen kannanottojen perusteluissa	72
5.4.4 Metaforien käyttö kannanottojen perusteluissa	73
5.4.5 Rinnastukset kannanottojen perusteluissa	74
5.4.6 Vasta-argumenttiin varautuminen kannanottojen perusteluissa	75
5.4.7 Ilman perusteluja esitetyt kannanotot	76
5.4.8 Yhteenvedoa ja huomioita kannanottojen perusteluista	77
5.5 Yhteenvedoa ja huomioita pääministeriehdokkaiden blogeista	79
6 PÄÄTELMÄ	81
LÄHTEET	87
AINEISTOLÄHTEET	91
LIITTEET	
Liite 1. Blogien sisältöjen luokitteluun käytetty analyysimalli.	92

KUVIOT

Kuvio1. Koodauskehyksen pää- ja alaluokat.	13
Kuvio 2. Argumentaation keinojen luokitus.	37

TAULUKOT

Taulukko 1. Ehdokkaiden käsittelemät aiheet koodauskehyksen mukaan.	48
Taulukko 2. Asiakysymysten määrä ehdokkaiden postauksissa.	49
Taulukko 3. Kilpailuasetelmakysymysten määrä ehdokkaiden postauksissa.	53
Taulukko 4. Muiden kysymysten määrä ehdokkaiden postauksissa.	57
Taulukko 5. Ehdokkaiden esittämien suorien kannanottojen määrä.	62
Taulukko 6. Argumentaation keinot ehdokkaiden kannanottojen perusteluissa.	69

VAASAN YLIOPISTO**Humanistinen tiedekunta**

Laitos:	Viestintätieteiden laitos
Tekijä:	Mirja-Liisa Koski
Pro gradu -tutkielma:	Pääministerin salkku kiikarissa. Puolueiden puheenjohtajien blogikirjoitukset vuoden 2007 eduskuntavaalikampanjoissa
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Oppiaine:	Viestintätieteet
Valmistumisvuosi:	2008
Työn ohjaaja:	Anita Nuopponen

TIIVISTELMÄ:

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka blogi toimii vaalikampanjaviestinnän välineenä. Tarkastelukohteena oli vuoden 2007 eduskuntavaalien pääministeriehdokkaiden vaalikampanjan aikainen bloggaus ja vaalikampanjointiin liittyvä argumentaatio ehdokkaiden blogeissa. Tutkimusaineistona olivat pääministeriehdokkaiden eli kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien tammi-, helmi-, ja maaliskuun aikana kirjoittamat blogimerkinnät. Tutkimuskysymyksistä ensimmäinen oli, mihin tarkoitukseen pääministeriehdokkaat käyttivät bloggausta vaalikampanjoinnissaan. Toinen tutkimuskysymys oli, näkyikö ja kuinka ehdokkaiden keskinäinen kilpailuasetelma, politiikan henkilöityminen ja pääministerikisan hiipuminen ehdokkaiden blogikirjoituksissa.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin sisällön luokitteluun tarkoitettua koodauskehystä, jonka avulla luokiteltiin blogeissa käsitellyt aiheet. Koodauskehyksessä oli kolme pääluokkaa; asiakysymykset, kilpailuasetelmakysymykset ja muut kysymykset. Alaluokkia asiakysymysluokassa oli kahdeksan, kilpailuasetelmakysymyksissä kolme ja muissa kysymyksissä kaksi. Lisäksi tutkimusmenetelmänä käytettiin argumentaation keinojen luokitusta, jonka avulla analysoitiin ehdokkaiden argumentaatiota heidän esittämiinsä kannanottoihin liittyen. Argumentaation keinoja oli luokituksessa yhteensä viisitoista, joista aineistossa esiintyi kuusi.

Bloggaus osoittautui hyödylliseksi kampanjaviestinnän välineeksi, sillä blogissa ehdokas saattoi tuoda esiin vaalikampanjaan liittyviä asioita haluamallaan tavalla. Ehdokkaat käyttivätkin blogeja vaalikampanjointitarkoituksessa, sillä blogien aiheet käsittelivät suurimmaksi osaksi vaalikampanjointia, ja ehdokkaat esittivät runsaasti kannanottoja perustellen niitä argumentaation keinoilla. Poliitiikan henkilöityminen hidastui ja pääministerikisa hiipui vuoden 2007 eduskuntavaaleissa, sillä ehdokkaat esittivät kannanottoja suurimmaksi osaksi puolueetasolla ja toivat esiin puolueen näkökulmia esittäen harvoin henkilökohtaisia mielipiteitä. Vaikka pääministeriehdokkaiden persoonat eivät nousseet blogeissa esiin, kertoo kannanottojen runsaus siitä, että suurimpien puolueiden puheenjohtajat ovat merkittävässä asemassa, kun puolueen tavoitteena on eduskunnan suurimman ryhmän asema ja kiikarissa pääministerin salkku.

AVAINSANAT Poliitiikka, vaalikampanja, eduskuntavaalit, pääministeri, argumentaatio, blogit, bloggaus

1 JOHDANTO

Vuonna 2000 voimaan tulleen uudistetun perustuslain mukaan eduskunnan suurimman ryhmän nimeämä henkilö aloittaa hallitustunnustelut ja eduskunta valitsee pääministerin, joka käytännössä on suurimman eduskuntaryhmän puheenjohtaja. Vuoden 2007 eduskuntavaaleissa pääministerin salkusta kilpailivat ennen kaikkea kolme suurinta puoluetta Keskusta, Kokoomus ja Sosiaalidemokraatit. Pääministeriehdokkaat olivat muihin kansanedustajaehdokkaisiin nähden haastavimman tehtävän edessä; puolue piti yrittää johtaa vaalivoittoon, hävitä ei olisi saanut. (Pernaa 2007.)

Vaalikampanjoinnin viestintävälineet ovat osittain muuttuneet internetin kehityksen myötä, ja esimerkiksi bloggaus vaalikampanjoinnin osana on lisääntynyt viime vuosien aikana nopeasti. Pernaa (2007) esittää, että bloggaus on tullut viestintävälineenä pysyvästi mukaan vaalikamppailuun politiikan huipulla myös Suomessa, sillä jo vuoden 2006 presidentinvaalien aikaan bloggaus oli vilkasta, ja vuoden 2007 eduskuntavaaleissa usealla tunnetulla poliitikolla ja politiikan seuraajalla oli blogi. Tunnettujen poliitikkojen lisäksi myös muut eduskuntavaaliehdokkaat tuntuivat liputtavan bloggauksen puolesta, sillä pikaisen kartoituksen jälkeen vaalien kahdestatuhannestaneljästä ehdokkaasta blogia kirjoitti paikoin lähes puolet (Ylen vaalisivusto 2007, Eduskunnan verkkosivut 2007). Osa ehdokkaista bloggaa muutenkin kuin vaalien yhteydessä, osa taas avasi sellaisen vaalien alla.

Bloggauksen ihanuus lienee siinä, että foorumilla pääsevät päivänvaloon nekin ajatukset, joita tiedotusvälineissä ei välttämättä julkaistaisi. Ihan kaikkea eduskuntavaaliehdokkaan ei ole kuitenkaan järkevää blogissaan kertoa, ainakaan kun tavoitteena on mahdollisimman suuren äänestäjäjoukon vakuuttaminen. Myös siis blogin tarkoituksesta ja tavoitellun lukijakunnan ominaisuuksista riippuu, millaisen sisällön se saa. Vuoden 2007 eduskuntavaalien seuratuimpia poliitikkoja olivat muun muassa kolmen suurimman puolueen puheenjohtajat, jotka olivat käytännössä pääministeriehdokkaita,

vaikka myös Perussuomalaisten puheenjohtaja nimitti itsensä yhdeksi heistä (Pernaa 2007).

Puolueiden puheenjohtajia ja pääministeriehdokkaita arvioitiin tiedotusvälineissä sekä hyvässä että pahassa. Bloggaus tarjosi heille mahdollisuuden oikoa esimerkiksi television suorissa lähetyksissä sanottuja ajattelemattomuuksia, korjata lehtien virheellisiä väittämiä tai ottaa kantaa kilpakumppaneiden vaalikampanjoihin. Samoin he saattoivat blogissaan vakuuttaa äänestäjiä perustelluilla kannanotoilla tai lähestyä heitä henkilökohtaiselta vaikuttavalla tavalla.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka blogi toimii vaalikampanjaviestinnän välineenä. Tarkastelukohteena on vuoden 2007 eduskuntavaalien pääministeriehdokkaiden vaalikampanjan aikainen bloggaus ja vaalikampanjointiin liittyvä argumentaatio ehdokkaiden blogeissa. Ensimmäinen tutkimuskysymys on, mihin tarkoitukseen vuoden 2007 eduskuntavaalien pääministeriehdokkaat käyttävät bloggausta vaalikampanjaviestinnässä. Toinen tutkimuskysymys on, näkykö ja kuinka pääministeriehdokkaiden keskinäinen kilpailuasetelma, politiikan henkilöityminen ja pääministerikisan hiipuminen ehdokkaiden blogikirjoituksissa.

Perelman (1996: 11) esittää, että aina, kun viestintä pyrkii vaikuttamaan yhteen tai useampaan henkilöön, sijoittuu se retoriikan alueelle. Jokinen (1999b: 130) esittää, että kaikessa ihmisten välisessä kielellisessä kanssakäymisessä suostuttelulla, vakuuttamisella, puolustamisella ja haastamisella on tärkeä osa. Viestiessään ihmiset käyttävät erilaisia retorisen argumentaation keinoja esimerkiksi puolustautuessaan syytöksiä vastaan (Jokinen 1999b: 130). Lisäksi retorisessa argumentaatiossa ja vakuuttamisessa on Kaakkuri-Knuutilan (1991: 11) mukaan usein tarkoitus muuttaa kuulijan mielipide esimerkiksi vastakkaiseksi tai vahvistaa kuulijan aikaisempaa uskomusta. Argumentaa-

tiolla vakuuttaminen ja kiinnostava puhuminen ovat Aristoteleen (1997: 5) mukaan esimerkiksi politiikassa pääasiallinen väline asioiden ajamisessa, ja ihmisiin ja asioita koskeviin arvostuksiin vaikuttamisessa.

Turun yliopiston poliittisen historian laitoksella työskentelevä dosentti Ville Pernaa (2007) seurasi blogissaan vaalikampanjointia lähinnä median ja politiikan suhteisiin keskittyen. Hän esittää, että maaliskuussa 2007 päättyneen vaalikauden suurin puolue Keskusta koki kauden alussa dramaattisia käännteitä pääministeripolitiikassa, kun silloinen pääministeri Anneli Jäätteenmäki joutui eroamaan. Jäätteenmäen tilalle valittiin nykyinen puheenjohtaja, pääministeri ja puolueen nimeämä pääministeriehdokas Matti Vanhanen. Pernaa (2007) toteaa, että Kokoomuksessa vuoden 2003 vaalit ja silloisen puheenjohtajan Ville Itälän jääminen sivuun pääministerikisasta oli vielä tuoreessa muistissa niin, että nykyinen puheenjohtaja Jyrki Katainen valittiin puolueen pääministeriehdokkaaksi eikä kisasta jääty ulos vuoden 2003 tapaan. Samoin Sosiaalidemokraattinen puolue (Sdp) valitsi syksyllä 2006 puolueen puheenjohtajan Eero Heinäluoman pääministeriehdokkaaksi kuten Paavo Lipposen vuonna 2002 (Pernaa 2007).

Ylen uutisten uutispäällikkö Riikka Uosukainen (2007), joka myös seurasi vaaleja blogissaan, esittää, että vuoden 2003 eduskuntavaalien pääministeritentit olivat silloin toimivampi formaatti kuin ymmärrettiinkään. Lipposen ja Jäätteenmäen välinen jännite oli suuremman mielenkiinnon kohteena kuin varsinaiset poliittiset asiat. Uosukainen (2007) toteaa, että vuoden 2007 vaaleissa yritys nostaa esiin pääministeriehdokkaiden persoonat ja poliittinen johtajuus näytti hämmentävän puolueita itseäänkin, joten siitä ikään kuin automaattisesti luovuttiin. Uosukainen (2007) esittää, että keskeisissä ehdokkaissa Vanhasessa, Heinäluomassa ja Kataisessa ei ehkä ollut riittävästi voittajakarismaa, joka voi olla yksi syy pääministerikisan hiipumiseen.

Kannanottojen esittäminen on Footin ja Xenosin (2005: 171) mukaan yksi vaalikampanjoinnin tärkeimmistä taktiikoista. Foot ym. (2005: 171) määrittelevät

kannanoton julkisuudessa esitetyksi argumentiksi yleisesti puhuttavien asioiden, kuten epäkohtien tai huolenaiheiden puolesta. Foot ym. (2005) tarkastelevat tutkimuksessaan kannanottojen ja vuorokeskustelun esiintymistä 200 satunnaisesti valitun ehdokkaan vaalikampanjasivuilla USA:n vuoden 2002 kongressivaaleissa.

Simon (2002: 165, 166) esittää, että tunnettujen poliitikkojen kesken käytävässä vaalikamppailussa kampanjaintensiteetti on tavallisesti suuri ja ehdokkaiden keskinäinen vuoropuhelu vilkasta varsinkin, jos odotettava vaalitulos on epävarma. Bloggaus tarjoaa perinteisen kampanjaviestinnän ohella nopean, suoran ja laajan lukijakunnan tavoittavan viestintäkanavan, joten oletan ehdokkaiden esittävän blogeissaan runsaasti kannanottoja, jotka ilmentävät ehdokkaiden keskinäistä kilpailuasetelmaa, politiikan henkilöitymistä ja pääministerikisää. Esittelen seuraavassa luvussa pääministeriehdokkaiden blogit, jotka olen valinnut tutkimusaineistoksi.

1.2 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineistoksi olen valinnut vuoden 2007 eduskuntavaalien pääministeriehdokkaiden eli kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien tammi-, helmi-, ja maaliskuun aikana kirjoittamat blogimerkinnät eli postaukset. Otin tarkasteluun kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien blogit, sillä kolme suurinta puoluetta kilpailevat ennen kaikkea toistensa kanssa (Aura 2000: 96), ja vain niillä on käytännössä mahdollisuus päästä eduskunnan suurimman puolueen asemaan ja saada pääministerin salkku itselleen. Pääministeriehdokkaiden blogikirjoitukset tarjonnevat vallitsevan kilpailuasetelman, vaalikampanjoinnissa käytettävien viestintävälineiden tarkastelun ja vakuuttamiseen pyrkivän argumentaation näkökulmasta mielenkiintoisen tutkimusaineiston.

Pernaa (2007) esittää, että Keskustan puheenjohtajan ja pääministeri Matti Vanhasen jo pidempään jatkunut bloggaus ei antanut Sdp:n ja Kokoomuksen pääministeriehdokkaille muuta vaihtoehtoa kuin kirjoittaa blogia, sujuisi se heiltä luonnollisesti tai ei.

Vanhanen on blogannut ehdokkaista pisimpään eli vuodesta 2005 lähtien, mutta muutaakaan ehdokkaat eivät bloggaa näissä vaaleissa ensimmäistä kertaa. Katainen aloitti säännöllisen bloggauksen syksyllä 2006, ja Heinäluoma aloitti blogin vaalikampanjoinnin yhteydessä tammikuun 2007 alussa, mutta on omien sanojensa mukaan blogannut aiemminkin:

(01.01.07) ”...Uuteen vuoteen kuuluvat myös uuden vuoden lupaukset. Valitsin tänä vuonna yhden, joka on haastava mutta ei ollenkaan mahdoton toteutettavaksi. **Pidän tästä uudenvuoden päivästä lukien nettipäiväkirjaa pari kertaa viikossa aina vaaleihin saakka. Tein saman myös viime eduskuntavaaleissa hyvillä kokemuksilla.** Päiväkirja antaa mahdollisuuden kertoa niin arjen kuin vaalienkin tapahtumista. Kurkistus ehdokkaan päivään voi myös valottaa ehdokkaana olon ja puoluejohtajan työn arkista puolta...”

Kolme ehdokasta kirjoitti vajaan kolmen kuukauden aikana 74 postausta ja noin 100 sivua. Postausten määrä ja bloggauksen ahkeruus vaihtelivat ehdokkaiden välillä. Kokoomuksen Jyrki Katainen kirjoitti ehdokkaista vähiten eli 13 postausta ja noin 15 sivua. Sdp:n Eero Heinäluoma kirjoitti 22 postausta ja noin 33 sivua. Keskustan Matti Vanhanen oli ahkerin, sillä hän kirjoitti vajaan kolmen kuukauden aikana 34 postausta ja noin 50 sivua. Vanhanen tosin sisällytti blogiinsa yli viisi sivua pitkän ilmastopuheensa, jonka jätän analyysin ulkopuolelle.

Kukaan ehdokkaista ei lisännyt postausta enää vaalipäivänä 18.03. Vanhanen ja Heinäluoma bloggasivat vielä vaalisunnuntaita edeltävänä päivänä, ja Katainen lisäsi postauksen viimeisen kerran perjantaina 16.03. Vanhanen reagoi vaalien jälkeen ehdokkaista ensimmäisenä heti seuraavana päivänä vaalien ratkeamisen jälkeen. Katainen lisäsi postauksen kolme päivää vaalien jälkeen, ja Heinäluoma viimeisenä vasta kuusi päivää vaalipäivän jälkeen. Esittelen aineiston analyysiin käyttämiä menetelmiä seuraavassa luvussa.

1.3 Tutkimusmenetelmät

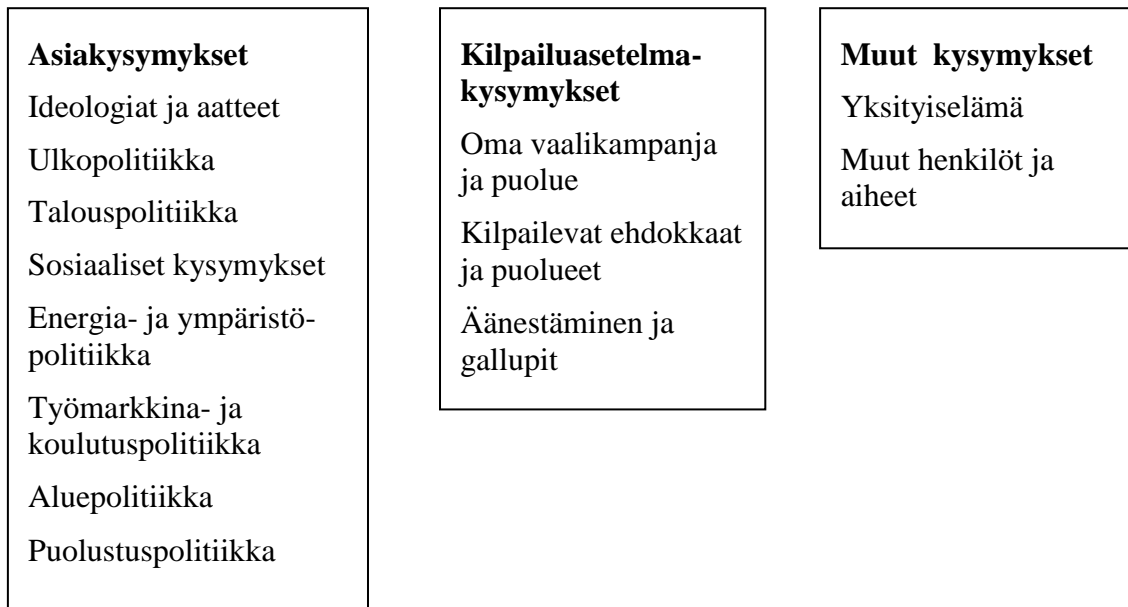
Analysoin ehdokkaiden postauksia jaottelemalla niissä käsitellyt aiheet koodauskehyksen avulla, erittelemällä ehdokkaiden esittämät suorat kannanotot ja kategorisoimalla kannanottojen perustelut argumentaation keinojen luokituksen avulla. Luokittelen pääministeriehdokkaiden blogien sisällöt, kannanotot ja kannanottojen perusteluissa käytetyt argumentaation keinot selvittääkseni ehdokkaiden bloggauksen tarkoitusta, blogeissa käytyä vaalikampanjointia ja ehdokkaiden keskinäistä kilpailuasetelmaa. Ehdokkaiden esittämiä kannanottoja analysoimalla tarkastelen myös pääministerikisää ja politiikan henkilöitymistä.

Luokittelen blogien sisältämät aiheet Auran (2000: 97) vaaliagendojen analyysissa käyttämän koodauskehyksen avulla. Aura (2000: 96) tarkasteli tutkimuksessaan kolmen suurimman puolueen vaaliagendoja Suomen vuoden 1999 eduskuntavaaleissa, jonka ilmentäjänä Aura analysoi puolueiden kirjallisia vaaliohjelmia. Aura (2000: 97) on jakanut kehyksen kolmeen pääluokkaan; kilpailuasetelma- ja mielikuvakysymyksiin, asiakysymyksiin ja muihin kysymyksiin.

Kilpailuasetelma- ja mielikuvakysymyksiin lukeutuvat sellaiset väittämät, jotka käsittelevät itse kampanjaa eli muun muassa taktiikoita, gallupeja, puolueen ja henkilöiden imagoja. Asiakysymysluokan Aura on jaotellut yhteentoista aihealueeseen. Asiakysymysluokan aihealueita ovat ideologiat ja aatteet, yhteiskunnan perusarvot, ulkopolitiikka, talouspolitiikka, sosiaaliset kysymykset, energiapolitiikka, työmarkkinapolitiikka, aluepolitiikka, ympäristökysymykset, maatalouspolitiikka ja puolustuspolitiikka. Muihin kysymyksiin sisältyvät toteamukset ehdokkaista, edustajista ja puolueesta sekä äänestämistä koskevat väittämät. (Aura 2000: 97, 101.)

Olen muokannut Auran koodauskehyksen tutkimusaineistooni sopivaksi. Muokkaamassani koodauskehysessä on kolme pääluokkaa; **asiakysymykset, kilpailuasetelmaky-**

symykset ja muut kysymykset. Olen jakanut kunkin pääluokan alaluokkiin. Asiakysymysluokassa on kahdeksan alaluokkaa, kilpailuasetelmakysymyksissä kolme ja muissa kysymyksissä kaksi alaluokkaa. Alla olevassa kuviossa 1 on koodauskehys pää- ja alaluokkiin jaoteltuna.



Kuvio 1. Koodauskehysten pää- ja alaluokat.

Postaukset, joissa pääaiheena ovat asiakysymykset, lukeutuvat asiakysymysten pääluokkaan, ja yhteen tai useampaan asiakysymysten alaluokkaan. Kilpailuasetelmakysymysten alaluokista ensimmäiseen lukeutuvat omaa vaalikampanjaa ja puoluetta käsittelevät postaukset. Toinen alaluokka muodostuu postauksista, jotka käsittelevät vastaehdokkaita ja -puolueita. Kolmanteen alaluokkaan kuuluvat äänestämistä ja gallepeja käsittelevät postaukset. Muiden kysymysten ensimmäiseen alaluokkaan lukeutuvat ehdokkaan yksityiselämää koskevat postaukset. Toiseen alaluokkaan kuuluvat muita henkilöitä ja aiheita käsittelevät postaukset. Muut henkilöt ja aiheet -

alaluokan postaukset käsittelevät sellaisia ihmisiä, aiheita ja tahoja, jotka eivät liity vaalikampanjoihin.

Sisällön luokittelun lisäksi poimin pääministeriehdokkaiden postauksista kilpakampanille esitetyt vaalikampanjaan liittyvät suorat kannanotot ja niiden perustelut. Keski-tyn tutkielmassani suoriin kannanottoihin, sillä niiden tarkastelu on tutkimukseni tavoitteen kannalta olennaista siitä näkökulmasta, miten ne ilmentävät pääministeriehdokkaiden keskinäistä kilpailuasetelmaa, politiikan henkilöitymistä ja pääministerikisaa.

Kategorisoin lisäksi ehdokkaiden esittämien suorien kannanottojen perustelut argumentaation keinojen luokituksen avulla. Lasken kannanoton perusteluiksi sen vakuuttavuuden lisäämiseksi tarkoitettua kannanottoa edeltävät tai seuraavat väittämät. Olen muokannut argumentaation keinojen luokituksen Jokisen (1999b: 132–155) kehittämän argumentaation keinojen jaottelun pohjalta aineistooni sopivaksi. Jokinen on kehittänyt luokituksen kielenkäytön konkreettisen analysoimisen työkaluksi (Jokinen 1999a: 9). Jokisen (1999a: 12) tekemä luokitus perustuu hänen itsensä mukaan useisiin empiirisiin tutkimuksiin, joista hän on tehnyt poimintoja ja koonnut jaottelun. Esittelen argumentaation keinoja tarkemmin luvussa 4.4. Tarkastelen seuraavassa luvussa vaalikampanjaviestintää sekä internetin kehitystä vaalikampanjoinnin välineenä.

2 VAALIKAMPANJAVIESTINTÄ

Vaalikampanjat ovat Mancinin ja Swansonin (1996: 3) mukaan mutkikkaita tutkimuskohteita. Mancini ym. (1996: 3) esittävät, että vaalikampanja on aina historian, olosuhteiden, perinteiden, persoonallisuuksien, poliittisen kulttuurin, mahdollisuuksien ja muiden asioiden muodostama kokonaisuus. Kampanjat eivät siksi ole koskaan täysin toistensa kaltaisia, ja myös kampanjointitavat elävät ja muuttuvat jatkuvasti (Mancini ym. 1996: 4).

Vaalikampanjat ovat Mancinin ym. (1996: 1) mukaan kriittisiä ajanjaksoja demokratian toteutumisessa, sillä niissä jaetaan valtaa ja hahmotellaan politiikkaa. Mancini ym. (1996: 1) esittävät, että sekä vaalien konkreettiset tulokset että symboliset merkitykset ovat tärkeitä terveen demokratian toteutumiselle; jos vaalitulokset ovat ristiriidassa annettujen lupauksen kanssa, seurauksena on tavallisesti yleinen kyynisyys ja tyytymättömyys hallituksen toimiin. Tavat, joilla vaalikampanjoita rakennetaan demokratioissa, ovat osittain yhtä merkityksellisiä kuin vaalien tulokset. Ajatus demokratian toteutumisesta perustuu pitkälti niihin menettelytapoihin, joilla edustajat valitaan ja poliittiset päätökset tehdään. (Mancini ym. 1996: 1.)

Tiedotusvälineiden merkitys yhteiskunnallisena vaikuttajana on kasvanut 1960-luvulta lähtien, mikä on Auran (2000: 95) mukaan osaltaan muuttanut vaalikampanjoiden luonnetta. Aura (2000: 95) esittää, että joukkotiedotusvälineiden leviäminen on siirtänyt valtaa puolueilta medialle, joista erityisesti televisio on vuosituhaten vaihteessa merkittävä vaalikampanjan ja sen agendan rakentaja. Myös Carey (1976: 50), joka tarkastelee tutkimuksessaan vuoden 1974 USA:n kongressivaalikampanjoiden esittämistä mediassa, toteaa 1960-luvulta alkaneen joukkotiedotusvälineiden yleistymisen johtaneen siihen, että tiedotusvälineet kontrolloivat puolueiden vaalikampanjoita enemmän kuin puolueet itse. Mancini ym. (1996: 2) esittävät, että 1990-luvun aikana

kampanjointitavat ovat muuttuneet nopeasti useissa demokratioissa, ja että esimerkiksi juuri tiedotusvälineiden rooli on tullut keskeisemmäksi vaalikampanjoiden rakentajana.

Viestintäteknologioiden nopea kehitys ja informaation vapaan kulun lisääntyminen etenkin 2000-luvulla ovat ainakin periaatteessa tarjonneet mahdollisuuden murtaa tiedotusvälineillä oleva valta vaalikampanjoiden rakentajina. Löfgren ja Smith (2003: 39) esittävät, että viestintäteknologioiden uusia kehitysaskelaita on aina seurannut ajatus niiden parantavasta vaikutuksesta demokratian toteutumiseen. Löfgren ym. (2003: 39) esittävät, että viime vuosina keskustelun kohteina ovat olleet internetissä tapahtuvan elektronisen demokratian mahdollisuudet. Tarkastelen alaluvuissa 2.1–2.3 vaalikampanjointia vuosituhanen vaihteessa, kannanottoa vaalikampanjointitaktiikkana sekä internetin kehitystä vaalikampanjaviestinnän välineenä.

2.1 Vaalikampanjaviestintä vuosituhanen vaihteessa

Vuosituhanen vaihteen tienoilla läntisten demokratioiden vaalikampanjointitavoissa tapahtuneet muutokset ovat Mancinin ym. (1996: 2) mukaan olleet samansuuntaisia huolimatta siitä, että poliittinen kulttuuri, historia ja instituutiot näissä maissa eroavat toisistaan paljonkin. Mancini ym. (1996: 2) esittävät kampanjointitapojen muutoksia tapahtuneen muun muassa poliittisessa mainonnassa; ammattilaisia palkataan yhä enemmän kampanjastrategian ja kampanjamateriaalin suunnitteluun, kampanjakustannukset ovat kasvaneet ja tiedotusvälineiden rooli on tullut keskeisemmäksi vaalikampanjoiden rakentajana. (Mancini ym. 1996: 2.)

Mancini ym. (1996: 14) esittävät, että vaalikampanjoinnissa tapahtuneisiin muutoksiin on vaikuttanut esimerkiksi se, että politiikka on henkilöitynyt ja vaalikampanjointi tieteellistynyt, mikä johtuu osaltaan siitä, että ammattilaiset hoitavat kampanjan suunnittelua ja toteutusta yhä useammin. Mancini ym. (1996: 14) esittävät, että puolueet ovat myös etäännyneet kansalaisista, koska moderni yhteiskunta on sosiaalisesti

pirstaloitunut, ja koska tiedotusvälineiden valta myös puolueiden julkisuuskuvan muodostamisessa on kasvanut.

Tiedotusvälineiden rooli on Mancinin ym. (1996: 11) mukaan muuttunut hallitsevaksi vaaliagendan muodostajaksi kampanjaprosesseissa, koska tiedotusvälineissä valitaan henkilöt ja aiheet, jotka nousevat julkisuudessa esiin. Mancini ym. (1996: 11) esittävät, että näin tiedotusvälineet muovaavat myös poliittisten johtajien julkisuuskuvaa. Mancinin ym. (1996: 11) mukaan tiedotusvälineistä erityisesti televisio on vaikuttanut politiikan henkilöitymiseen, sillä äänestäjät kohtaavat ehdokkaita ja virkamiehiä lähinnä television välityksellä.

Aura (2000: 95), joka tarkastelee tutkimuksessaan puolueiden vaaliagendojen muodostumista, esittää tuloksissaan, että Suomessa vuoden 1999 eduskuntavaaleissa kolmen suurimman puolueen eli Sdp:n, Keskustan ja Kokoomuksen vaaliagenda muodostui voimakkaimmin juuri tiedotusvälineissä. Auran (2000: 95) mukaan vuoden 1999 eduskuntavaaleissa tiedotusvälineet toivat esiin vain harvoja asiakysymyksiä, vaikka hallitusohjelman agenda muodostui lopulta pääasiassa arkipoliittisista kysymyksistä. Aura (2000: 95) esittää, että tiedotusvälineiden tulisi tarkastella vaalien asiakysymyksiä nykyistä monipuolisemmin.

Puolueiden vaaliagendojen muodostumisen tutkimuksessa oli Auran (2000: 96) mukaan tavoitteena selvittää, mikä merkitys puolueiden vaaliohjelmilla ja tiedotusvälineillä oli vaaliagendojen rakentumisessa. Tutkimuksen taustalla on Auran (2000: 96) mukaan kysymys siitä, muodostavatko puolueet itse vaaliagendansa vai muodostuuko agenda mediassa, joka vaalikampanjan aikana on hyvin keskeisessä asemassa, kun puolueet esittelevät vaalitavoitteitaan ja -teemojaan.

Bjørklund (1991: 279) esittää, että median vallan lisääntyminen on osaltaan vaikuttanut poliittisten puolueiden roolin muuttumiseen äänestäjiä kosiskeleviksi ”vaalipuolueiksi”.

Samalla, kun median valta on vaalikampanjoiden rakentajana lisääntynyt ja puolueiden kontrolli vähentynyt, itse vaalikampanjat ovat Auran (2000: 95) mukaan aiempaa ratkaisevampia vaalituloksen kannalta. Aura (2000: 96) esittää, että puolueiden roolin muuttumisen myötä myös käsiteltävät asiakysymykset ja Suomessa perinteinen oikeisto–vasemmisto-jaottelu ovat muuttuneet. Puolueilla ei Auran (2000: 96) mukaan ole useinkaan enää selkeitä toisistaan poikkeavia näkökulmia asiakysymyksiksi kutsuttuihin julkiseen keskusteluun nousseihin kiistakysymyksiin.

Aura (2000: 100) ja Foot ym. (2002: 172) esittävät, että ehdokkaat ja puolueet pyrkivät vaalikampanjoissa painottamaan niitä asiakysymyksiä, jotka ovat heille itselleen edullisia. Palazzolo ja Theriault (1996) (Ref. Aura 2000) esittävät, että puolueiden ja ehdokkaiden asiakysymyksiä koskevat kannanotot alkavat vaalien alla usein muistuttaa toisiaan, koska puolueet kilpailevat samoista äänistä ja haluavat miellyttää mahdollisimman suurta äänestäjäjoukkoa. Tarkastelen seuraavassa luvussa kannanottoa vaalikampanjoinnin välineenä.

2.2 Kannanotto vaalikampanjointitaktiikkana

Kannanotto on Footin ym. (2005: 171) mukaan yksi vaalikampanjoinnin tärkeimmistä taktiikoista. He määrittelevät kannanoton poliittisesti ajankohtaisiin asiakysymyksiin liittyväksi julkisuudessa esitetyksi argumentiksi. Kannanotto koskee usein yleisesti puhuttavia asioita kuten epäkohtia tai esimerkiksi taloudellisia huolenaiheita. Foot ym. (2005: 171) esittävät, että ehdokkaat oletettavasti lausuvat julkisuudessa sellaisia kannanottoja, joiden uskovat tuovan lisää ääniä. Foot ym. (2005: 172) jakavat kannanotot suoriin ja epäsuoriin väittämiin, joilla ehdokkaat argumentoivat toisiaan vastaan. Suorassa kannanotossa ehdokas esittää selkeästi vastaehdokkaan näkemyksestä eroavan mielipiteen. Esimerkiksi “unlike my opponent, Dale Democrat, I will not take your gun away”. Epäsuorassa kannanotossa ehdokas taas esittää vastaehdokkaan kanssa samansuuntaisia lausuntoja samoista aiheista. (Foot ym. 2005: 171, 172.)

Foot ym. (2005: 172) olettavat, että mahdollisimman suuren äänimäärän saamiseksi ehdokas valitsee tarkoin, millaisissa yhteyksissä ottaa kantaa äänestäjien mielipiteitä jakaviin asiakysymyksiin. Simon (2002: 168), joka tarkastelee ehdokkaiden käymää vuorokeskustelua usean vuoden ajalta USA:n vaalikampanjoissa, esittää, että oman näkyvyyden lisäämiseksi ehdokkaan on hyödyllistä nostaa julkiseen keskusteluun sellaisia kysymyksiä, joihin kilpailevat puolueet tai ehdokkaat eivät ole ottaneet kantaa. Simonin (2002: 168) mukaan ehdokkaat todennäköisesti ottavat runsaasti kantaa sellaisiin kysymyksiin, joissa nauttivat etua vastaehdokkaihin nähden, ja vastaavasti välttävät sellaisia asiakysymyksiä, joiden mainitseminen lisää vastaehdokkaan näkyvyyttä.

Simon (2002: 168) esittää, että ehdokkaan on järkevää välttää kaikkea vuorokeskustelua vastaehdokkaiden kanssa eli esittää mahdollisimman vähän sekä kilpakumppaneille osoitettuja suoria että epäsuoria kannanottoja, koska kilpakumppanin mainitseminen lisää tämän näkyvyyttä ja toimii vastoin ensisijaista tavoitetta oman näkyvyyden lisäämiseksi. Kannanottojen määrä vaalikampanjoissa on Simonin (2002: 166) mukaan kuitenkin yleensä suuri etenkin, jos ehdokkaat ovat tunnettuja poliitikkoja. Simon (2002: 166) esittää, että mitä yhtäläisemmässä asemassa ehdokkaat keskenään ovat, sitä todennäköisemmin he osoittavat kannanottoja toisilleen.

Foot ym. (2005: 5) ja Ward, Gibson ja Lusoli (2006: 3) esittävät, että suurimmat puolueet perinteisesti hallitsevat julkista vaalikeskustelua, ja pienempien puolueiden ehdokkaat ovat näkymättömissä usein lähes koko vaalikampanjan ajan. Esimerkiksi Foot ym. (2005) tarkastelevat tutkimuksessaan USA:n vaalikampanjoita, mutta myös Suomessa suurimpien puolueiden tunnetuimmat ehdokkaat, kuten puolueiden puheenjohtajat, saavat vaalien aikaan eniten näkyvyyttä tiedotusvälineissä.

Vaalien alla ja niiden aikana joukkotiedotusvälineet ja äänestäjät käyttävät enemmän aikaa poliitikkojen ja puolueiden lausuntojen seuraamiseen kuin muulloin (Albrecht,

Lübcke ja Hartig-Perschke 2007: 505, Aura 2000: 95). Aura (2000: 95) pitää eduskuntavaaleja demokraattisen prosessin tärkeimpänä vaiheena, koska vaaleissa toteutuu kansan tahto. Myös Albrechtin ym. (2007: 505) mukaan edustajavaaleilla on demokratian toteutumisen kannalta suuri merkitys, ja vaalikampanja on tässä mielessä poliittisen prosessin ydin. Albrecht ym. (2007: 505) esittävät, että vaalikampanjat suuren merkityksensä vuoksi toimivat usein edelläkävijöinä uusien poliittisten viestintämuotojen käyttöönotossa. Tarkastelen seuraavassa luvussa internetin kehitystä poliittisen viestinnän ja vaalikampanjoinnin välineenä.

2.3 Internet poliittisessä viestinnässä

Internetin käytön lisääntyminen vaalikampanjoinnin välineenä on Bimberin ja Davisin (2003: 4) mukaan herättänyt kysymyksiä siitä, onko internet mullistamassa vaalipoliitiikkaa ja tekemässä demokratiasta parempaa kuten sanomalehtien massatuotanto 1800-luvulla tai television tulo 1900-luvun puolivälissä sai ihmiset uskomaan. 1980-luvulta alkaneen modernin television aikakauden myötä yleisö on eriytynyt ja tiedon lähteet ovat monimuotoistuneet. Internet on jatkanut tätä kehitystä, ja Bimber ym. (2003: 5) esittävät, että politiikan tutkijoiden kiinnostuksen kohteena on muun muassa kysymys, vaikuttaako ja miten internetissä tapahtuva kampanjointi äänestyskäyttäytymiseen ja äänestäjien aktiivisuuteen. Bimber ym. (2003: 5) toteavat, että 2000-luvun mediaympäristö on kaukana USA:n vuoden 1960 presidentinvaalikampanjoista, joissa lähetyksiä Kennedyn ja Nixonin vaalitaistelusta lähetettiin kolmelta tv-kanavalta. (Bimber ym. 2003: 4, 5.)

Internetin vuorovaikutteisuus tarkoittaa Bimberin ym. (2003: 6) mukaan sitä, että informaatio kulkee ainakin osittain useaan suuntaan vapaasti ilman välikäsiä, mikä periaatteessa parantaa demokratian toteutumisen mahdollisuutta. Vapaa informaation kulku tekee internetistä erilaisen verrattuna perinteiseen mediaan. Bimber ym. (2003: 6) esittävät, että internet ainakin televisioon verrattuna on päämäärähakuisempi media, ja

vaatii aktiivisuutta käyttäjältä, sillä käyttäjä hakee internetistä tietoa, jota haluaa ja tarvitsee, eli käyttäjä on ikään kuin toimittaja. Bimber ym. (2003: 6) esittävät, että internetin vaikutus demokratian toteutumiseen, vaaleihin ja vaalikampanjoihin on osin vielä epäselvää. Yksi ratkaisevista kysymyksistä on Bimberin ym. (2003: 6) mukaan se, tavoittaako internet yhtä laajaa yleisöä kuin esimerkiksi televisio, koska verkkoyhteisö on verkkoviestinnän luonteen vuoksi eriytynyttä ja aktiivista, ja jos esimerkiksi ehdokkaan verkkosivuilla käyvät pääasiassa hänen kannattajansa, laajan verkkokampanjoinnin hyödyllisyys kyseenalaistuu. (Bimber ym. 2003: 6.)

Uusiin teknologioihin suhtaudutaan Löfgrenin ym. (2003: 39) mukaan usein turhan kriittikittömästi, ja niiden ajatellaan uudistavan poliittisia järjestelmiä niin, että ne parantavat demokratian toteutumisen mahdollisuutta huomattavasti, koska niiden avulla kaikilla ihmisillä on aiempaa tasaveroisempi osallistumismahdollisuus poliittisiin prosesseihin. Löfgren ym. (2003: 40) tarkastelevat tutkimuksessaan poliittisten puolueiden, demokratian ja viestintäteknologioiden keskinäistä suhdetta. Löfgren ym. (2003: 50) esittävät, että uusien ja kehittyvien viestintäteknologioiden, poliittisten puolueiden ja demokratian välinen asetelma on aina monimutkainen. Heidän mukaansa teknologia on kuitenkin kolmesta tekijästä pienimmässä roolissa, ja alisteinen kahdelle muulle. Vaikka teknologian kehittyminen mahdollistaa uusia viestintämuotoja, ei teknologiaa voi erottaa puolueen kokonaisstrategiasta, vaan se toimii kokonaisstrategian hyväksi ja sen yhtenä osana. (Löfgren ym. 2003: 50.)

Margolis ja Resnick (2000: 53) esittävät, että poliittinen viestintä ei ole juurikaan muuttunut internetin kehityksen myötä. Heidän mukaansa poliittinen viestintä ei toteudu verkossa yhtä laajamittaisesti kuin sitä toteutetaan perinteisten kanavien kautta. Margolisin ym. (2000: 53) mukaan internetin käyttömahdollisuudet kuitenkin vahvistavat ja laajentavat viestintämahdollisuuksia politiikassa. Myös muut internetissä tapahtuvaa politiikkaa tarkastelleet tutkijat kuten Bimber ja Davis (2003) ovat esittäneet samansuuntaisia tulkintoja internetissä tapahtuvan vaalikampanjoinnin kehityksestä. Esimerkiksi suurimpien puolueiden verkkosivujen samankaltainen ulkoasu ja sisältö

käyvät Bimberin ym. (2003) mukaan todisteena siitä, että internet muuttaa politiikkaa vähemmän kuin kehityksen alkuaikoina on ajateltu. Foot ym. (2005: 3) esittävät, että esimerkiksi kampanjavarojen suuruus on edelleen yksi ratkaisevimmista tekijöistä kampanjan näkyvyyden suhteen, vaikka internetissä tapahtuva kampanjointi kasvaakin jatkuvasti.

Ward ym. (2006: 1) esittävät, että vaikka internetiä on vuosituhannen alusta lähtien, ja jo sitä ennen, käytetty jossain määrin poliittisen viestinnän välineenä, on internetin merkitystä poliittisessa viestinnässä tutkittu melko vähän muualla kuin Yhdysvalloissa. Poliittinen viestintä ja vaalikampanjointi ovat Wardin ym. (2006: 1) mukaan muuttuneet viimeisen vuosikymmenen aikana yhteiskunnallisten ja teknologisten muutosten seurauksena. Erityisesti uusien mediateknologioiden kehitys ja mediaympäristön pirstaloituminen ovat Wardin ym. (2006: 1) mukaan vaikuttaneet poliittisessa viestinnässä ja vaalikampanjoinnissa tapahtuneisiin muutoksiin. Ward ym. (2006: 1) esittävät, että vaikka vaalikampanjoita koordinoidaan valtakunnallisella tasolla, on viime vuosina ollut havaittavissa keskustelun painotuksen siirtymistä valtakunnallisista asioista paikallisiin asioihin. Internet tarjoaa Wardin ym. (2006: 1) mukaan puolueille ja ehdokkaille mahdollisuuden yksilöllistää vaalikampanjointia, lähestyä äänestäjiä heille tärkeillä viesteillä sekä olla monipuolisemmin vuorovaikutuksessa äänestäjien ja kannattajien kanssa.

Ward ym. (2006: 1) tarkastelevat tutkimuksessaan verkkokampanjointia vuoden 2004 Australian liittovaltiovaaleissa ja Ison Britannian vuoden 2005 parlamenttivaaleissa. Vaalit olivat molemmissa maissa Wardin ym. (2006: 1) mukaan kolmannet, joissa ehdokkailla ja puolueilla oli mahdollisuus kampanjoida internetissä, mutta ensimmäiset, joissa äänestäjillä oli laajamittaisesti pääsy internetiin. Ward ym. (2006: 1) esittävät, että vuoden 2005 vaaleissa internetillä ajateltiin sen yleistyneen käytön seurauksena olevan kasvava merkitys vaalikampanjoinnin välineenä, joten puolueet ryhtyivät laajentamaan verkkokampanjointiaan. Wardin ym. (2006: 11) tutkimuksen tulosten

mukaan ehdokkaat käyttivät kyseisissä vaaleissa verkkokampanjoinnin mahdollisuuksia kuitenkin vain rajallisesti hyväkseen.

Strandberg (2006: 121) esittää, että Suomessa käytetään USA:n ja Saksan ohella internetiä poliittisessa viestinnässä laajemmin kuin muissa kehittyneen teknologian maissa. Strandberg (2006) tarkastelee tutkimuksessaan Suomen vuoden 2003 eduskuntavaalien ehdokkaiden verkkokampanjointia. Strandbergin (2006: 121) mukaan vuoden 2003 eduskuntavaaleissa nuoret äänestäjät käyttivät internetiä tiedon etsimiseen enemmän kuin perinteisistä tietolähteistä esimerkiksi televisiota tai sanomalehtiä. Suomalaiset eduskuntavaalit ovat Strandbergin (2006: 121) mukaan ehdokaskeskeisiä, sillä äännet annetaan ehdokkaalle eikä puolueelle. Ehdokaskeskeisyys on hänen mukaansa yksi tekijä, joka edistää internetin tarjoamien mahdollisuuksien hyväksikäyttöä vaalikampanjoinnissa, koska yksittäisen ehdokkaan täytyy erottua joukosta mahdollisimman hyvin. Strandberg (2006: 136) esittää tutkimuksensa tuloksissa, että vuoden 2003 eduskuntavaaleissa ehdokkaista vain pieni osa käytti internetiä kampanjoinnissaan, ja että ne joilla oli verkkosivut, eivät käyttäneet kaikkia internetin tarjoamia mahdollisuuksia hyväkseen. Tarkastelen seuraavassa luvussa blogien syntyä ja kehitystä sekä niiden käyttöä vaalikampanjoinnin välineenä.

3 BLOGIT

Blogi terminä ja bloggaaminen käsitteenä ovat syntyneet ja vakiintuneet käyttöön 1990-luvun lopulla. Ensimmäisen kerran termiä *weblog* käytti yhdysvaltalainen John Barger, joka vuonna 1997 alkoi kutsua Robot Wisdom -nimistä verkkosivuaan *weblogiksi*. Siitä lyhennetyn version ”*blog*” otti käyttöön Peter Merholz, joka leikitellen jakoi sanan *weblog* lauseeksi *we blog* keväällä 1999. Termi *blog* levisi englannin kielessä nopeasti käyttöön sekä substantiivina että verbinä (Kilpi 2006: 11). Kilpi (2006: 11) esittää, että näistä lähtökohdista termi blogi vakiintui myös suomen kieleen. Tarkastelen alaluvuissa 3.1–3.2 blogin tyypillisiä ominaisuuksia sekä bloggausta vaalikampanjoinnin osana.

3.1 Blogien tyypillisiä piirteitä

Kilven (2006: 12) mukaan blogi-tyyppisen kirjoittamisen juuret ovat 1700-luvulla, jolloin esimerkiksi Lontoossa *The Spectator*-nimisessä lehdessä julkaistiin henkilökohtaisia huomioita, ajankohtaisia asioita, muistelmia ja yhteiskunnallisia pohdintoja tavalla, joka muistuttaa enemmän nykypäivän blogia kuin sanomalehteä tai muuta mediaa. Kilven (2006: 12) mukaan nykyaikainen blogi kehittyi nettipäiväkirjasta, jossa ihmiset pitivät kirjaa henkilökohtaisesta elämästään. Kilpi (2006: 12) esittää, että monet nettipäiväkirjojen kirjoittajat kutsuivat itseään päiväkirjailijaksi, journalistiksi tai julkaisijaksi.

Kilpi (2006: 3) ja Nardi, Schiano ja Gumbrecht (2004: 222) esittävät, että tyypillinen blogi on verkkosivu tai -sivusto, johon tuotetaan ajankohtaista, päivämäärällä varustettua sisältöä. Blogit sisältävät usein linkkejä muille sivuille ja etenkin muihin blogeihin. Luonteenomaista blogille on, että vanhat merkinnät säilyvät luettavina ja muuttumattomina. Usein blogeja voi myös kommentoida, mikä tekee blogista vuorovaikutteisen. Blogi voi sisältää tekstin ja linkkien lisäksi kuvia ja mahdollisesti muita mediaelementtejä kuten esimerkiksi videota. (Kilpi 2006: 3, 11, Nardi ym. 2004: 222.) Kilven (2006:

3) mukaan blogimerkintä eli postaus on yleensä ajankohtainen, henkilökohtainen ja nopeasti aiheesta toiseen hyppelevä.

Hookway (2008: 92) määrittelee blogin tekstiä tai grafiikkaa sisältäväksi sähköiseksi julkaisuksi, joka esitetään päivämäärän mukaan niin, että uusin julkaisu näkyy verkkosivulla ensimmäisenä. Hookwayn (2008: 92) mukaan bloggauksen luonteen mukaista on, että lukijalla on mahdollisuus kommentoida kutakin postausta. Sweetser Trammel (2007: 1255) määrittelee blogin verkkosivuksi ja Lawson-Border & Kirk (2005: 548) määrittelevät blogin sähköiseksi päiväkirjaksi, jota päivitetään säännöllisesti niin, että uusimmat postaukset näkyvät sivulla ensimmäisenä.

Lawson-Border ym. (2005: 548) esittävät, että verkkopäiväkirjat ovat muuten perinteisen käsin kirjoitetun päiväkirjan kaltaisia, mutta ne ovat oletetun kommentointimahdollisuuden vuoksi vuorovaikutteisia toisin kuin perinteiset päiväkirjat. Lawson-Border ym. (2005: 553) esittävät, että kuten ennen viestintäteknologian kehitystä muiden ihmisten läsnäolo vuorovaikutustilanteen syntymiseksi oli välttämätöntä, ovat myös blogit luonteeltaan sosiaalisia. Lawson-Borderin ym. (2005: 553) mukaan blogiyhteisöt muodostuvat tyypillisesti jonkin aiheen ympärille.

Kaikkien blogien muodostamaa yhteisöä kutsutaan Kilven (2006: 17) mukaan *blogosfääriksi*. Kilpi (2006: 17) esittää, että blogosfäärille on tunnusomaista, että se epäilee omaa olemassaoloaan. Yksittäisissä blogeissa esiintyvät linkit ja kommentointimahdollisuus ovat blogosfäärin tärkeimpiä rakennuspalikoita. Linkittäminen on bloggaajalle tapa osoittaa, mitä blogeja hän arvostaa ja samalla kertoa, millaiseen viiteryhmään hän haluaa kuulua. (Kilpi 2006: 155.) Lawson-Border ym. (2005: 548) määrittelevät *blogosfäärin* kaikkien bloggaajien muodostamaksi määrittelemättömän kokoiseksi ja kasvavaksi yhteisöksi, jonka olemassa olo muodostuu siitä, että bloggaajat lisäävät linkkejä toisiin blogeihin ja muille sivuille, kuten esimerkiksi uutispalveluihin.

Blogosfääri on Kilven (2006: 18) mukaan kasvanut kolmessa vuodessa 60-kertaiseksi. Esimerkiksi yhdysvaltalainen Technorati -palvelu seurasi syyskuussa 2007 yli 160 miljoonaa blogia (Technorati 2007). Suomalaisen blogosfäärin perusta on Kilven (2006: 155) mukaan tällä hetkellä Blogilista, joka seurasi lokakuussa 2007 yli 12 tuhatta suomalaista tai suomalaisiin aiheisiin liittyvää blogia (Blogilista 2007).

Albrecht ym. (2007: 4) määrittelevät bloggaukseen kuuluvaksi neljä osa-aluetta. Ensimmäinen osa-alue on itse bloggaus eli se, kuka postaa ja kuinka usein. Toinen osa-alue on vuorovaikutus kirjoittajan ja lukijoiden välillä, eli lukijoiden kirjoittamien kommenttien määrä ja laatu. Kolmas osa-alue on blogin sijoittuminen blogosfäärissä eli se, mihin muihin blogeihin ja mille muille verkkosivuille bloggaaja on lisännyt linkkejä. Neljäs osa-alue on se, mitä blogityyppiä blogi edustaa, eli onko blogi esimerkiksi henkilökohtainen tai poliittinen blogi. (Albrecht ym. 2007: 4.) Tarkastelen seuraavassa luvussa blogeja vaalikampanjaviestinnän välineenä.

3.2 Blogit vaalikampanjaviestinnän välineenä

Albrecht ym. (2007: 505) esittävät, että viestintäteknologiassa tapahtunut kehitys on muuttanut vaalikampanjointia, mutta että esimerkiksi blogien vaikutuksesta vaalikampanjoihin on toistaiseksi vain vähän tietoa. Blogeja vaalikampanjoinnin välineenä on tutkittu Yhdysvalloissa vuodesta 2004 lähtien ja useissa muissa maissa vuodesta 2005 lähtien. Kilven (2006: 13) mukaan vuoden 2004 USA:n presidentinvaaleja pidetään monesti käännekohtana blogien nousemisessa vakavasti otettavaksi poliittisen viestinnän kanavaksi, ja vuodesta 2004 puhutaan jopa internetin läpimurtovuotena politiikassa. Albrechtin ym. (2007: 506) mukaan bloggauksesta tuli USA:ssa vuoden 2004 presidentinvaaleissa vakiintunut osa presidenttiehdokkaiden vaalikampanjointia, ja bloggaus ja blogien käyttö esimerkiksi uutislähteinä yleistyi mediassa ja politiikan asiantuntijoiden keskuudessa.

Blogeilla on Lawson-Borderin ym. (2005: 550) mukaan potentiaalia laajentaa vaalikampanjaviestinnän kenttää; niiden avulla on mahdollista vähentää esimerkiksi median valtaa vaalikampanjoiden kontrolloinnissa. Kerbelin ja Bloomin (2005: 2) mukaan blogeista tuli vaalikampanjaviestinnän osa USA:n vuoden 2004 presidentinvaaleissa, joissa ensimmäinen laajasti huomiota saanut blogi oli presidenttiehdokas Howard Deanin ja hänen taustajoukkojensa ylläpitämä blogi¹. Kerbel ym. (2005) tarkastelevat tutkimuksessaan Deanin kampanjablogia ja sen ympärille muodostunutta yhteisöä vuoden 2004 vaalikampanjan ajalta.

Myös Sweetser Trammel (2007: 1255, 1256) esittää, että vuoden 2004 presidentin vaalien aikaan verkkokampanjointi tuli USA:ssa laajassa mittakaavassa mukaan ehdokkaiden kampanjastrategioihin, ja suuri osa ehdokkaista ryhtyi bloggaamaan virallisten kampanjasivujen yhteydessä todettuaan Howard Deanin bloggauksen menestyksekkääksi. Sweetser Trammelin (2007: 1256) mukaan Deanin menestyksekkäs blogi oli ensimmäinen askel bloggauksen vakiintumisessa osaksi vaalikampanjointia USA:ssa. Sweetser Trammel (2007) tarkasteli tutkimuksessaan USA:n vuoden 2004 presidentinvaalien kahden pääpresidenttiehdokkaan bloggausta siitä näkökulmasta, millä tavalla ehdokkaat ovat huomioineet nuoria äänestäjiä blogeissaan.

Myös Lawson-Borders ym. (2005: 548) esittävät, että USA:n vuoden 2004 vaaleissa bloggauksesta tuli vakiintunut osa presidenttiehdokkaiden vaalikampanjointia, ja blogaus ja blogien käyttö esimerkiksi uutislähteinä yleistyi mediassa ja politiikan asiantuntijoiden keskuudessa. Lawson-Borders ym. (2005) tarkastelivat tutkimuksessaan viestintäteknologioiden käyttöä poliittisessä viestinnässä tutkimuskohteenaan vuoden 2004 USA:n presidentinvaalit. Lawson-Borderin ym. (2005: 548) mukaan bloggauksella ei ollut merkittävää vaikutusta esimerkiksi vuoden 2004 vaalituloksiin, mutta he esittävät, että blogien avulla on mahdollisuus monipuolistaa kampanjaviestintää ja saada lisää näkyvyyttä kampanjalle.

¹ www.blogforamerica.com

Viime vuosien aikana vaalikampanjabloggauksesta on tullut osa vaalikampanjointia muuallakin kuin Yhdysvalloissa. Tutkimuksia on tehty ainakin Kanadassa, Australiassa, Uudessa Seelannissa ja monissa Euroopan maissa. Edellä mainituissa maissa bloggausta on alettu tutkia vuoden 2005 vaalien jälkeen, Euroopassa muiden muassa Isossa Britanniassa, Tanskassa ja Saksassa. Blogien yleistymisestä huolimatta niiden käyttäminen poliittiseen tarkoitukseen laajan yleisön keskuudessa on Albrechtin ym. (2007: 4) mukaan marginaalista. Esimerkiksi amerikkalaisista vain 5% sanoi käyttäneensä blogia poliittiseen tarkoitukseen vuoden 2004 kampanjan aikana. Osuus on Albrechtin ym. (2007: 5) mukaan vielä pienempi maissa, joissa bloggauskulttuuri ei ole yhtä laajalle levinnyttä kuin USA:ssa. Esimerkiksi Isossa Britanniassa vuoden 2005 vaalien aikaan vain 312 blogissa käsiteltiin vaaleja. (Albrecht ym. 2007: 4, 5.)

Kanadassa Elmer, Malachy Ryan, Devereaux, Langlois, Redden ja Fenwick (2007) tutkivat blogeja vaalikampanjoinnin välineenä vuoden 2005 vaaleissa. Amerikkalaisen Howard Deanin vuonna 2004 julkisuuteen noussut blogi innoitti tutkijoiden mukaan myös Kanadassa, vaikka bloggauksen merkitys politiikassa ja mediakulttuurissa ei ole siellä levinnyt yhtä nopeasti ja laajalle kuin Yhdysvalloissa. Poliittinen bloggaus on tutkijoiden mukaan kuitenkin yleistymässä myös Kanadassa. (Elmer ym. 2007.)

Albrecht ym. (2007: 2) esittävät, että bloggaus yleistyi Saksassa vuoden 2005 parlamenttivaaleissa. Kaikilla suurimmilla puolueilla oli blogi ja myös useat ehdokkaat aloittivat bloggauksen kyseisissä vaaleissa. Albrecht ym. (2007: 14) toteavat tutkimuksensa tulosten olevan rajalliset, koska saksalainen poliittinen blogosfääri on vielä rakenteilla, mutta tuloksista voi heidän mukaansa päätellä sen, että blogien avulla on mahdollistaa rikastaa ja monipuolistaa vaalikampanjointia. Albrecht ym. (2007: 14) esittävät, että kampanjablogit saavuttivat saksalaisen yleisön vain rajoitetusti ainakin niiden synnyttämien kommenttien määrän perusteella, mutta että tutkimuksen tulokset vahvistavat aiemmista tutkimuksista tehdyn johtopäätöksen, jonka mukaan blogien avulla on mahdollista tehostaa vaalikampanjaviestintää. (Albrecht ym. 2007: 2, 14.)

Suomessa vuoden 2006 presidentinvaaleissa ehdokkaat bloggasivat ensimmäistä kertaa tosissaan. Bloggaus sai tuolloin suurta huomiota, koska se oli ensimmäistä kertaa laajasti kampanjaviestinnässä mukana. Bloggaus vahvisti asemansa ja tuli entistä laajempaan vaalikampanjointiin mukaan vuoden 2007 eduskuntavaaleissa. Reilusta kahdestatuhannesta ehdokkaasta joka kolmannella oli Jungellin (2007: 3) tietojen mukaan jonkinlainen blogi. Lisäksi helmikuun 2007 lopussa ainakin 77 istuvalta kansanedustajalta löytyi blogi eduskunnan virallisten verkkosivujen (Eduskunnan verkkosivut 2007) tai Googlen² kautta löytyneiltä edustajien omilta verkkosivuilta. Myös moni politiikan asiantuntija ja toimittaja seurasi vaaleja blogissaan (kts. esim. yle.fi/vaalit). Seuraavassa luvussa tarkastelen retoriikkaa ja argumentaatiota vakuuttamisen ja poliittisen viestinnän näkökulmasta.

² www.google.com

4 VAKUUTTAMINEN POLITIIKASSA

Tässä luvussa tarkastelen retoriikkaa ja argumentaatiota vakuuttamiseen tähtäävänä kielenkäyttönä sekä niiden merkitystä politiikalle. Retoriikka tarkoittaa Aristoteleen (1997: 10) mukaan kykyä havaita kunkin asian yhteydessä vakuuttava. Argumentaatio taas on Summan (1996: 52) mukaan tietoista vakuuttamiseen tähtäävää kielenkäyttöä, jonka tavoitteena on päätelmien uskottavuuden rakentaminen vakuuttavan kielenkäytön avulla. Vaalikampanjointiin liittyvällä viestinnällä, kuten bloggauksella, on edellä mainittu tavoite mahdollisimman suuren äänimäärän saavuttamiseksi.

Retoriikalla on Palosen ja Summan (1996: 11) mukaan monista näkökulmista merkitystä politiikalle. Esimerkiksi politikointiretoriikka tarkoittaa Palosen ym. (1996: 12) mukaan taitoa toimia poliittisesti vaihtuvissa tilanteissa, ja tämä taito on heidän mukaansa politiikassa toimimisessa asiakysymysten ratkaisemista tärkeämpää. Siksi tutkimukset muun muassa kampanjatilanteiden retoriikan erityispiirteistä on Palosen ym. (1996: 12) mukaan tärkeää.

Retoriikan ja politiikan välillä vallitsee Sigrellin (1999: 54) mukaan sekä käsitteellinen että historiallinen yhteys. Sigrell tarkastelee tutkimuksessaan piilotettuja retoriikkoja poliittisessa viestinnässä. Sigrell (1999: 54) esittää, että retoriikan tavoitteena on vakuuttaa kuulija niin, että tämä saadaan kannattamaan esitettyä näkemystä. Sigrell määrittelee politiikan tehtäväksi julkisten päätösten tekemisen vallan käytön muodoista poliittisessa toiminnassa. Sigrell (1999: 54) esittää, että tätä kautta retoriikka tulee politiikkaan mukaan ja politiikka välttämättömäksi retoriikalle.

Politiikan ensisijainen tavoite on Sigrellin (1999: 54) mukaan neuvottelemalla löytää ratkaisu, jolle saadaan kannatus kaikilta osapuolilta. Sigrell (1999: 54) esittää, että niin retoriikka kuin politiikkakin toimivat moniarvoisista lähtökohdista käsin. Näin Sigrellin (1999: 54) mukaan politiikan tehtäväksi muodostuu ristiriitaisten intressien välillä toi-

miminen ja yhteisymmärryksen löytäminen. Jos politiikka on keino saavuttaa konsensus ja sopia yhteisistä toimintatavoista, on retoriikka ensisijaisesti keino saavuttaa menestystä politiikassa ja täten se saa merkityksen ongelmanratkaisumenetelmänä (Sigrell 1999: 54). Retoriikka voidaan siis Sigrellin (1999: 55) mukaan nähdä vakuuttamisen välineenä politiikassa. Seuraavassa luvussa tarkastelen retoriikkaa vakuuttavan kielenkäytön näkökulmasta.

4.1 Retoriikka

Retoriikan traditiot ja käyttötavat ovat Palosen ja Summan (1996: 7) mukaan moninaiset, joten ei voida puhua yhdestä oppirakennelmasta tai metodista. Palonen ym. (1996: 10) esittävät, että retoriikkaa voi luokitella sen mukaan, mikä kielen käytön taso on halutun huomion kohteena. Heidän mukaansa voidaan erottaa puheiden tai esitysten retoriikka, argumentoinnin retoriikka ja trooppien tai kielikuvien retoriikka. Esitysretoriikassa tarkastellaan puheita, tekstejä ym. kokonaisina esityksinä arvioiden niiden vaikuttavuutta suhteessa yleisöön. Argumentoinnin retoriikalla taas pyritään muuttamaan tai vahvistamaan yleisön käsityksiä asioista. Kielikuvaretoriikkaa voidaan Palosen ym. (1996: 10) mukaan tarkastella myös argumentoinnin välineenä, mutta sen avulla voidaan kohdentaa huomio myös jonkin tietyn aikakauden tyypillisten ajatusmuotojen tai tyylien tutkimiseen. (Palonen ym. 1996: 10.)

Retoriikan taitamisessa on Aristoteleen (1997: 10) mukaan olennaista havaita kunkin asian yhteydessä vakuuttava. Aristoteles (1997: 11) esittää, että minkä tahansa muun alan taitaminen tarkoittaa taitoa sen alan asioiden osaamiseen sekä opettamiseen liittyviä taitoja, kuten esimerkiksi geometrian taitaminen tarkoittaa geometrinen suureiden ominaisuuksien hallitsemista ja kykyä niiden opettamiseen, mutta retoriikka taitona näyttää kykenevän havaitsemaan sen, mikä minkä tahansa alaan liittyvien asioiden yhteydessä on vakuuttavaa. Retoriikka käsittelee asioita, jotka ovat yleisiä ja

periaatteessa kaikkien ymmärrettävissä, siksi sen taito ei kohdistu pelkästään johonkin rajoitettuun erityisalaan (Aristoteles 1997: 7, 11).

Kun viestintä pyrkii vaikuttamaan ihmisiin, suuntamaan ajattelua, herättämään tai tynnyttämään tunteita tai ohjaamaan toimintaa, sijoittuu se Perelmanin (1996: 11) mukaan retoriikan alueelle. Retoriikka kattaa suostutteluun ja vakuuttamiseen tähtäävät esitykset yleisöstä ja käsitellyistä asioista riippumatta, se sisältää kaiken tyyppisiä ja kaiken tyyppisille yleisöille tarkoitettuja esityksiä. (Perelman 1996: 12, 118.) Aristoteles (1997: 12) esittää, että retoriikan keinoin tapahtuvalla vakuuttamisella on yhteistä etiikan tutkimuksen ja dialektiikan kanssa, joten retoriikan taitaminen kuuluu myös politiikan alaan. Dialektiikka eli kahdenvälisen keskustelun argumentaatio on Aristoteleen (1997: 7) mukaan retoriikan kanssa rinnakkainen, yleisiä asioita käsittelevä päättelyn laji. Seuraavassa luvussa tarkastelen argumentaatiota vakuuttamiseen tähtäävänä kielenkäyttönä.

4.2 Argumentaatio

Argumentaatio perustuu Summan (1996: 64) mukaan oletukseen, että on olemassa ainakin joitain yhteisymmärryksen edellytyksiä. Pohjimmiltaan argumentaatio on sosiaalista kommunikaatiota, ja oikeastaan se on läsnä kaikessa vuorovaikutuksellisessa toiminnassa. (Summa 1996: 66.) Perelman (1996: 28) esittää, että argumentoijan tulee sovittaa esitys yleisön mukaan, jotta sillä olisi vaikutusta. Sovittamisessa on kyse siitä, että argumentoija voi valita päättelynsä lähtökohdiksi vain väitteitä, jotka kuulijat hyväksyvät. Argumentaatiossa pyritään siirtämään lähtökohtaoletuksille osoitettu hyväksyntä koskemaan myös johtopäätöksiä. Hyväksynnän siirto edellyttää tietyn sidoksen luomista lähtökohtaoletuksien ja hyväksyttäviksi tarkoitettujen väitteiden välille. Onnistuakseen argumentoijan on lähdettävä liikkeelle riittävän hyväksynnän saaneista lähtökohtaoletuksista eli premisseistä. (Perelman 1996: 28.)

Argumentointitaito sisältää Kaakkuri-Knuutilan (1991: 6) mukaan kyvyn muodostaa tilanteen vaatimia eli ”yleisöön meneviä” argumentteja. Premissien täytyy olla hyväksyttävistä ja aluksi enemmän hyväksyttävistä kuin päättelyn avulla tehtyjen johtopäätösten. Näin päättely voi vakuuttaa yleisön johtopäätösten hyväksyttävyydestä. Tilanteen vaatimien argumenttien muodostaminen edellyttää kykyä arvioida yleisön taipumusta hyväksyä tietynlaisia lähtökohtaoletuksia ja tietynlaisia päättelyitä. Samoin argumenttien muodostaminen vaatii käsitystä siitä, mitkä premissit eli lähtökohtaoletukset ja päättelysuhteet purevat mihinkin yleisöön. (Kaakkuri-Knuutila 1991: 8, 9.)

Argumentoinnin tavoitteena on Summan (1996: 66) mukaan joko määritellyn tai määrittelemättömän yleisön hyväksynnän saavuttaminen. Määritellyn eli erityisyleisön koostumuksen puhuja tietää jo ennalta, joten sen erityisiin odotuksiin tai intresseihin hän voi näin ollen vedota. Määrittelemättömään eli universaaliyleisöön taas kuuluu kuka tahansa arvostelukykyinen ihminen. (Perelman 1979: 14.)

Argumentaatiota voi siis suunnata joko rajatulle kuulijajoukolle eli erityisyleisölle tai universaaliyleisölle eli periaatteessa rajattomalle joukolle ihmisiä. Argumentaation voi toisin sanoen jakaa yleisön mukaan vakuuttelevaan ja suostuttelevaan argumentaation. Universaaliin yleisöön vaikuttaminen edellyttää järkeen vetoavaa, vakuuttavaa argumentointia, kun taas tietyn joukon voi suostutella sitoutumaan johonkin väitteeseen vetoamalla sen erityisiin intresseihin tai taipumuksiin. Argumentoija voi myös tahallaan jättää osan yleisöstä huomiotta; esimerkiksi opposition edustajat keskustelussa, joka tähtää hallitusemmistön yhtenäisyyden lujittamiseen. (Perelman 1996: 20–21, 25–26.)

Rajattu eli eriytynyt yleisö ei ole universaaliyleisön vastakohta vaan se on avoin ja potentiaalisesti täydentyvä. Eriytyneelle yleisölle tarkoitettujen puheiden pitämiseen sopii tekninen puhetyyli, universaaliyleisö taas tarvitsee enemmän havainnollistavaa

puhetyyliä, mikä tarkoittaa tuttuja ilmaisuja ja esimerkkien runsautta. Teknisellä tyyllillä tarkoitetaan jonkin tieteenalan teknisen käsitteistön käyttöä, mikä sopii eriytyneelle, usein jonkin alan ammattilaisista koostuvalle yleisölle. Havainnollistaminen tarkoittaa kansankielistämistä, puheilmaisujen käyttöä ja ammattitermien välttämistä, jotta universaaliyleisö voi pysyä asiassa mukana ja säilyttää mielenkiinnon. (Blomstedt 2003: 140–142, 154–157.)

Jos edellä mainittua jaottelua soveltaa Suomen eduskuntavaaliehdokkaiden blogien lukijayleisöön, on yleisö pikemminkin universaali kuin rajattu, sillä jokaisen kansanedustajaehdokkaan todennäköinen päämäärä on mahdollisimman suuren äänimäärän saaminen, joten tavoiteltu lukijakunta on todennäköisesti Suomen koko äänioikeutettu kansanosaa. Toisaalta blogien yleisöstä tekee erityisen se, että suomen kieltä ei ymmärrä kuin rajattu joukko ihmisiä, vaikka periaatteessa blogia voi lukea kuka tahansa lukutaitoinen henkilö, jolla on pääsy internetiin.

Palonen ym. (1996: 11) esittävät, että argumentoinnin tutkimusta voi painottaa esimerkiksi retoriseen suuntaan, jolloin tutkimuskohteena ovat erilaiset retoriset keinot vakuuttavuuden lähteenä. Tutkimusmenetelmäni olennainen osa on ehdokkaiden esittämien kannanottojen vakuuttavuuden tarkastelu argumentaation näkökulmasta, joten tarkastelen seuraavassa luvussa argumentaation analyysin lähtökohtia ja vakuuttamiseen tähtäävän argumentaation keinoja.

4.3 Argumentaation analyysi

Argumentaation analyysissä liikutaan Summan (1996: 66) mukaan ”todennäköisyyksien maailmassa”. Argumentaation lähtökohtainen avoimuus johtuu siitä, että se perustuu luonnolliseen kieleen, ja luonnollisen kielen keinoin esitetyt väitteet ovat periaatteessa aina kiistanalaisia (Summa 1996: 66). Argumentaation analyysissä tarkastellaan merkitysten tuottamisen kielellisiä prosesseja siitä näkökulmasta, miten joku päätelmä

todellisuudesta pyritään saamaan vakuuttavaksi ja kannatettavaksi, ja kuinka kuulijat, lukijat tai keskustelukumppanit saadaan sitoutumaan siihen (Jokinen 1999a: 46).

Jokinen (1999a: 46) esittää, että argumentaatio ei koskaan voi tuottaa selviä totuuksia, eikä itsestäänselvyksiä voi kumota perusteluilla. Perelmanin (1996: 13) mukaan totuuden esittäjä uskoo, että se vakuuttaa jokaisen kuulijan; argumentaation vuoro tulee, kun totuudet kyseenalaistetaan. Argumentaation vuoro tulee myös silloin, kun kiista koskee esimerkiksi yleensä selvänä pidettyjä tieteen lähtökohtia, tai kun jokin määritelmä kyseenalaistetaan (Perelman 1996: 13).

Argumentaation analyysissä tutkitaan siis puhujan tai kirjoittajan argumentointia. Luonnollisen kielen avoimuudesta johtuen aiheutuu tarve vahvistaa argumentoinnin uskottavuutta ja vastaavasti vähentää sen kanssa kilpailevan argumentaation uskottavuutta (Jokinen 1999a: 46). Pääministeriehdokkaiden blogeista oletettavasti löytyy vaalikampanjan kilpailuasetelmasta johtuen paljon oman uskottavuuden lisäämiseen ja kilpakumppaneiden uskottavuuden vähentämiseen pyrkivää vakuuttamista. Jokinen (1999b: 126) esittää, että argumentaatioanalyysia voi tehdä monenlaisilla aineistoilla, esimerkiksi erilaisten kirjallisten dokumenttien lisäksi juuri poliitikkojen puheiden erilaisilla tallenteilla. Argumentaatiossa painotetaan Jokisen (1999a: 47) mukaan erityisesti lausumien muotoilua ja yleisösuhteen tarkastelua, joten se sopii muun muassa poliittisten blogien tarkasteluun.

Perelman (1996: 58) esittää, että argumentaatio on täydellisimmillään, kun se muodostaa esityksen, jonka perustana oleva yksimielisyys samoin kuin itse esitetyt argumentit voidaan esittää erilaisille yleisöille. Bloggaus mahdollistaa periaatteessa täydellisen argumentaation, koska sillä voi olla rajaton yleisöjen joukko. Yksimielisyys esitetyn argumentin lähtökohdista on poliittisessä argumentaatiossa epävarmaa, mutta siihen voi aina pyrkiä. Seuraavassa luvussa tarkastelen yleisön vakuuttamiseen tähtääviä

argumentaation keinoja, joiden avulla esimerkiksi poliittisten argumenttien uskottavuutta voi pyrkiä vahvistamaan.

4.4 Vakuuttamiseen pyrkivän argumentaation keinoja

Analysoin tutkimusaineistossani esiintyvien kannanottojen perusteluja argumentaation keinojen avulla. Argumentaation keinoja on jaotellut muun muassa Arja Jokinen, joka on osallistunut useiden konkreettiseen analysointiin keskittyvien laadullisen tutkimuksen teosten kirjoittamiseen. Jokinen on kehitellyt muun muassa retorisen argumentaation keinojen luokittelun kielenkäytön konkreettisen analysoimisen työkaluksi. Hänen tekemänsä luokittelu perustuu Jokisen itsensä mukaan useisiin empiirisiin tutkimuksiin, joista hän on tehnyt poimintoja ja koonnut jaotteluksi. (Jokinen 1999a: 9, 12.)

Jokinen (1999b: 131) esittää, että retorisen argumentaation keinojen analyysi ei ole itsetarkoituksellista, vaan olennaista on se, mitä niiden käytöllä saadaan aikaan osana aktuaalista argumentaatiota, oli se sitten kirjallista kommunikaatiota tai kasvokkaisviestintää. Tärkeää argumentaation analyysissä on hänen mukaansa argumentaation aktuaalinen käyttö, eivät retoriset strategiat. Argumentaatio ei myöskään koskaan tapahdu tyhjiössä, ja lisäksi yleisö ja vuorovaikutuskumppanit vaihtuvat, joten vakuuttamisen keinot toimivat eri tavalla eri tilanteissa ja käyttöyhteyksissä. Kussakin tutkimuksessa lähtökohtana on oma analysoitava aineisto, joten mahdollisesti jotkut keinot voivat toimia kyseissä aineistossa eri tavoin tai analyysin pohjalta voi löytyä muita retorisia keinoja. (Jokinen 1999b: 131, 132.)

Jokinen (1999b: 132) jakaa retorisen argumentaation keinot argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisääviin keinoihin ja esitetyn argumentin vakuuttavuutta lisääviin keinoihin. Esitetyn argumentin vakuuttavuuden lisääminen tarkoittaa Jokisen (1999b: 133) mukaan sitä, että ajettavaa asiaa vahvistetaan niin, että se näyttää totuudelliselta ja kannatettavalta. Argumentin esittäjän vakuuttavuuden lisääminen tarkoittaa sitä, että

sellaiselle argumentille on helpompi saada kannatusta, jonka esittäjä nauttii luottamusta kuin sellaiselle väitteelle, jonka esittäjää pidetään jollakin tavoin arveluttavana (Jokinen 1999b: 133).

Argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävät keinot	Esitetyn argumentin vakuuttavuutta lisäävät keinot
<ol style="list-style-type: none"> 1) Väitteen etäännyttäminen omista intresseistä 2) Puhujakategorioilla oikeuttaminen 3) Liittoutumisasteen säätely 4) Konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistaminen 	<ol style="list-style-type: none"> 1) argumentin faktuaalistaminen 2) kategorioiden käyttö vakuuttamisen keinona 3) yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen 4) numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen 5) metaforien käyttö 6) ääri-ilmaisujen käyttäminen 7) kolmen lista 8) kontrastiparien käyttö 9) havainnollistaminen esimerkkien ja rinnastusten avulla 10) toisto ja tautologia 11) vasta-argumenttiin varautuminen

Kuvio 2. Argumentaation keinojen luokitus.

Yllä olevassa kuviossa 2 on esiteltyä Jokisen tekemä jaottelu argumentaation keinoista. Jokisen (1999b: 132–155) jaottelussa väitteen esittäjän vakuuttavuutta lisääviä keinoja on neljä ja argumentin vakuuttavuutta lisääviä keinoja yksitoista. Otan Jokisen luokittelusta analyysiin mukaan ne kategoriat, joita aineistossani esiintyy. Esittelen argumentaation keinot alaluvuissa 4.4.1–4.4.2.

4.4.1 Argumentin esittäjän vakuuttavuutta lisäävät keinot

Väitteen etäännyttäminen omista intresseistä tarkoittaa sitä, että mikäli väitteen esittäjän oletetaan ajavan omaa tai edustamansa tahon etua, on yleisön vakuuttaminen vaikeaa. Vakuuttavuutta lisää esimerkiksi myös entisen kannattajan ja nykyisen vastustajan kategoriasta lausuttu puhe. Se on vakuuttavampaa kuin esimerkiksi aina asian vastustajana olleen puhe. Joskus kuitenkin omien intressien rehellisellä tunnustamisella voi pyrkiä herättämään yleisön luottamuksen. Silloin puhuja antaa itsestään vilpittömän kuvan ja ehkä jopa objektiivisen vaikutelman erittelemällä omia sitoumuksiaan. Omakohtaiseen kokemukseen perustuva argumentointi on vahvaa sen vuoksi, että sitä on vaikea kumota, koska puhujan kokemukseen ei toisella osapuolella ole pääsyä. (Jokinen 1999b: 133, 134.)

Puhujakategorioilla oikeuttaminen tarkoittaa sitä, että joistakin kategorioista lausuttu puhe oikeuttaa puhujalla olevan tietynlaista tietoa ja tietämystä. Arvostetusta kategoriasta lausuttu puhe voi siis saada helpommin vakuuttavan puheen statuksen kuin vähemmän arvostetusta kategoriasta lausuttu puhe, oli puheen varsinainen sisältö millainen tahansa. (Potter 1996: 114). Jokisen (1999b: 135) mukaan esimerkiksi professorin tai lääkärin kategoriat ovat varsin yleisesti hyväksytyjä tietäjän kategorioita. **Liittoutumisasteen säätelyllä** tarkoitetaan sitä, millä tavalla puhuja sitoutuu esittämäänsä argumenttiin tai sitä, etäännyttääkö puhuja itsensä siitä (Jokinen 1999b: 136). Etäännyttämällä itsensä väitteestä sen esittäjä toimii ainoastaan argumentin välittäjänä eikä ota väitettä omiin nimiinsä, eli ikään kuin raportoi esimerkiksi jonkun toisen sanomaa. Etäännyttämällä itsensä väitteestä puhuja voi tuottaa neutraalisuutta ja välttää joutumista selitysvelvolliseksi. (Potter 1996: 144.)

Konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistaminen tarkoittaa sitä, että argumentin uskottavuus lisääntyy, jos onnistutaan esittämään, että joku muu taho tai asiantuntija on tullut asian tiimoilta samankaltaisiin johtopäätöksiin. Vetoaminen siihen,

että joku toinen taho näkee asiat samoin kuin itse on erityisen tehokasta silloin, kun toista tahoja pidetään arvovaltaisena. (Jokinen 1999b: 138, 139.)

Myös me-retoriikan käyttö edustaa eräänlaista konsensuksella vahvistamista. Me-retoriikkaa käyttämällä annetaan ymmärtää, että väitteen esittäjä ei seiso väitteen takana yksin, vaan hän edustaa laajemman joukon näkemystä. Me-retoriikka on tyypillistä poliittiselle suostuttelevalle kielenkäytölle, jossa puhe ”meistä” luo kuvaa yhtenäisestä joukosta, joiden intressit ovat yhteiset. Monet instituutioiden edustajat käyttävät usein subjektia ”me”, jolloin väittämien ajatellaan olevan koko instituution hyväksymiä ja ajamia. (Jokinen 1993: 223, 224.)

Konsensuksen tuottaminen on vahvinta silloin, kun väitteen esittäjä vetoaa sellaisiin kulttuurisiin näkemyksiin, joiden ajatellaan olevan kaikkien tai suuren joukon jakamia itsestäänselvyksiä. Esimerkiksi väittämän aloitus sanoilla ”lapsikin sen tietää, että...” edustaa näkemystä, jonka annetaan ymmärtää olevan kaikkien yhteisesti hyväksymä totuus tai hyve. Tällainen argumentaatio ei anna vaihtoehtoisille äänille mahdollisuutta, koska kaikkien yhteisesti hyväksymänä pidettyä näkemystä on vaikea vastustaa. (Jokinen 1999b: 139.)

4.4.2 Esitetyn argumentin vakuuttavuutta lisäävät keinot

Argumentin faktuaalistaminen tarkoittaa sitä, että asiat yritetään saada näyttämään puhujasta ja tulkinnoista riippumattomilta tosiasioilta eli ”faktat” puhuvat puolestaan. Esimerkiksi tutkijan roolin häivyttäminen tutkimusprosessissa laittaa aineiston ikään kuin tuottamaan tietyt tulokset. (Jokinen 1999b: 140). Jokisen (1993: 220–222) mukaan poliittisessä argumentaatioissa on tyypillistä saada esimerkiksi ikävät asiat näyttämään tosiasioilta, jotka on vain hyväksyttävä. Wooffit (1992: 102, 103) esittää, että ”tosiasioista” puhuminen on vahvan seurauksellista siksi, että siinä toimijoiden rooli ja

vastuu asioiden kulusta syrjäytyy, ja asiat saadaan näyttämään tapahtuvaksi ilman, että ihmisten oma toiminta vaikuttaa niihin lainkaan.

Jokinen (1999b: 140) esittää, että toimijoiden tehtäväksi muotoutuu ”tosiasioista” puhuttaessa pelkästään niiden hyväksyminen ja sitä kautta ikään kuin oman rationaalisuuden tajun osoittaminen. Hänen mukaansa politiikassa tyypillisesti esimerkiksi talouden lainalaisuuksista tehdään itsestään selviä faktoja, joiden liikkeisiin ihmisten on vain sopeuduttava. Toimijuuden kadottaminen voi Jokisen (1999b: 141) mukaan tapahtua myös passiivimuotoa käyttämällä, jolloin lauseesta puuttuu aktiivinen tekijä. Jokinen (1999b: 141) pitää asioiden objektivointia kielenkäyttöön kietoutuvana vallankäytön muotona. Fairclough (1997: 147, 148) esittää, että toimijuutta voi hämärtää myös nominalisaation kautta, jolloin verbit käännetään substantiiviksi. Lasken analyysissäni tosiasiapuheeksi esimerkiksi sellaiset kannanotot, jotka esitetään totuudellisena, mutta jonka totuudellisuutta ei välttämättä perustella: Katainen (13.03.07) ”...Tämä ei yksinkertaisesti ole totta...”

Kategorioiden käyttöä voidaan Jokisen (1999b: 141) mukaan tarkastella vakuuttavan retoriikan osana, sillä usein asioita voi kuvailla erilaisilla kategorisoinneilla. Jokinen (1999b: 143) esittää, että kategorioiden käyttö on keskeinen argumentaation keino esimerkiksi juuri politiikassa tai tiedotusvälineissä. Myös tieteelliset käytännöt, kuten aineiston analyysi ja tulosten esittäminen perustuvat usein kategorioiden laatimiseen ja käyttöön (Jokinen 1999b: 144.) **Yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttamisessa** voidaan esimerkiksi yksityiskohtaisilla kuvauksilla tuottaa tapahtumista totuudenmukainen vaikutelma. Narratiivirakenteen voi saada näyttämään siltä, että tapahtumat alkavat näyttää yllätyksettömiltä eli odotettavissa olevilta tapahtumilta. Näin kuulijasta tulee ikään kuin tapahtumien todistaja, joka tekee mahdollisesti juuri puhujan toivomat tulkinnat esitetyistä asioista. (Potter 1996: 117, 118.)

Numeerisella tai ei-numeerisella määrällistämällä voi vakuuttaa joko numeerisesti eli esimerkiksi luvuilla, prosenteilla tai taulukoilla taikka kuvailemalla asiaa sanallisesti adjektiiveilla. Asioiden esittäminen numeerisessa muodossa luo Jokisen (1999b: 146) mukaan helposti mielikuvan selkeästä, mitattavissa olevasta yksiselitteisestä tiedosta, vaikka laadullisten asioiden numeerinen määrällistäminen on suhteellista ja siihen liittyvät käytännöt ovat itse aktiivisesti luomassa kyseisiä objekteja. Asioiden numeerisessa esittämisessä huomionarvoista on se, että siinä monesti sivuutetaan määrällistämiseen liittyvä tulkinnallisuus. Numeerista ja ei-numeerista määrällistämistä käytetään monenlaisissa tilanteissa, esimerkiksi tiedotusvälineissä, tieteellisessä ja poliittisessa argumentaatioissa. Lisäksi kun tutkimustulokset siirtyvät pois tieteellisestä ympäristöstä, jäävät määrällistämiseen liittyvät ratkaisut ja ongelmat helposti taka-alalle ja huomio kohdistuu lopputuloksiin eli lukuihin ja prosentteihin. (Jokinen 1999b: 146–148.)

Metaforien käyttö tarkoittaa sitä, että jotakin asiaa kuvataan käsitteillä, jotka eivät vastaa sen kirjaimellista määritelmää (Jokinen 1999b: 148). Klassisen määritelmän mukaan metafora on vertaus ilman kuin-sanaa. Toisaalta metafora värittää puhetta ja toisaalta tekee uuden asian ymmärrettäväksi jo tunnetulla tavalla (Kaakkuri-Knuuttila 2000: 259). Metaforien retorinen voima on Jokisen (1999b: 149) mukaan siinä, että ne voivat onnistuessaan ilman monipolvista argumentaatiota luoda halutun kaltaisia konnotaatioita. Metaforinen kielenkäyttö on ominaista kaikelle kielenkäytölle (Jokinen 1999b: 150).

Myös arkipäivän kielenkäytössä on usein uinuvia metaforisia ilmauksia kuten esimerkiksi ”korkea moraali”. Usein toistettuna metaforat kuluvat, joten unohdamme helposti, että kyse on metaforasta. Tutussa sanonnassa lukija ei välttämättä huomaa sen analogisuutta, vaan näyttää siltä kuin seuraus juontuisi itse asioiden luonteesta (Perelman 1996. 137.) Metaforien eli kielikuvien käyttö voi antaa esitykselle selkeyttä, miellyttävyyttä ja erikoisuutta, eikä niiden käyttöä voi omaksua keneltäkään muulta.

Toisaalta metaforien käyttö voi tuoda tyyliin jäykkyyttä, jos ne ovat liian kaukaa haettuja, sillä silloin ne vähentävät puheen selkeyttä. (Aristoteles 1997: 120, 122.)

Ääri-ilmaisuja ovat esimerkiksi joka kerta, ei koskaan, täysin tai ikuisesti. Ääri-ilmaisujen avulla voidaan korostaa tai vähentää niitä piirteitä, joita kuvauksen kohteena olevaan asiaan halutaan liittää. (Jokinen 1999b: 150, 151.) **Kolmen listalla** pyritään luomaan vaikutelma, että on kyse jostakin yleisemmästä piirteestä tai tavanomaisesta toiminnasta. Listan teho perustuu siihen, että se ikään kuin antaa asiasta riittävästi näyttöä. (Jokinen 1999b: 152.)

Jokinen (1999b: 153) esittää, että myös **kontrastiparien käyttäminen** on vakuuttamiseen pyrkivää retoriikkaa. Jokisen (1999b: 153) mukaan esimerkiksi Suomen EU-jäsenyyden vastustajat rakensivat aikanaan kontrastiparin ”EU:n ulkopuolelle jättäytyvää vapaasta itsenäisestä Suomesta” ja ”itsenäisyytensä menettävästä Suomesta”. **Havainnollistavien konkreettisten esimerkkien ja erilaisten rinnastusten avulla** voidaan esitettävää argumenttia pyrkiä tekemään helposti ymmärrettäväksi ja vastaanotettavaksi (Jokinen 1999b: 153.)

Toisto ja tautologia ovat erityisesti mainoksissa paljon käytetty vaikuttamisen keino. Tutkimuksessa toistoa voi tarkastella esimerkiksi siitä näkökulmasta, kuinka jonkun toisen henkilön esittämiä argumentteja sidotaan oman argumentaation osaksi. (Jokinen 1999b: 154.) **Oletettuun vasta-argumenttiin varautuminen** on Jokisen (1999b: 154) mukaan yleisesti käytetty retorinen keino. Sillä pyritään suojaamaan oma argumentti jo etukäteen oletetuilta vastaväitteiltä, jolloin toiselta osapuolelta viedään mahdollisuus käyttää kyseistä argumenttia. Esimerkiksi: ”En missään tapauksessa vastusta tasa-arvoa, mutta minusta...” Lauseen alkuosa on suojautumista mahdollista syytöstä vastaan ja ”vastustajan riisumista aseista”. (Jokinen 1999b: 154.) Varsinainen argumentti seuraa Kaakkuri-Knuutilan (2000: 257) mukaan vasta mutta-sanan jälkeen, jolloin sitä voidaan käyttää torjumaan mahdollisia vastaväitteitä tai vääriä johtopäätöksiä.

Vasta-argumenttiin varautumista voitaisiin tarkastella myös suostuttelevana retoriikkana, koska siinä puhuja yrittää suhteuttaa argumentaatiotaan oletettuun yleisöön ja sen ajamiin näkemyksiin. Puhuja voi tällä tavoin ensin liittoutua yleisön kanssa ja esittää riskialttiin argumentin vasta liittoutumisen jälkeen. Näin puhuja voi suojella itseänsä siltä, että tulisi luokitelluksi johonkin epäsuotavaan kategoriaan, kuten rasistiksi tai sovinistiksi. (Jokinen 1999b: 155.)

Pääministeriehdokkaat käyttävät Jokisen (1999b: 132–155) tekemästä retoristen argumentaation keinojen luokittelusta kuutta keinoa: konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistamista, argumentin faktuaalistamista, numeerista määrällistämistä, rinnastuksia, metaforia sekä vasta-argumenttiin varautumista.

Konsensuksella vahvistaminen tarkoittaa analyysissäni lähinnä me-retoriikan käyttöä tai asioiden ilmaisemista kaikkien pitämänä itsestäänselvyytenä. Asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen tarkoittaa tutkimuksessani tutkimustuloksilla perustelemista tai jonkun asiaa tuntevan tahon näkemyksen esittämistä kannanoton perusteluna. Argumentin faktuaalistamiseksi tulkiten esimerkiksi kannanoton perusteluksi esitetyn havainnollistuksen kuluneella vaalikaudella tapahtuneesta tosiasiasta. Havainnollistava väite on sellainen, jonka avulla esitetään, miten jokin asia ei ole esimerkiksi toiminut niin kuin sen olisi pitänyt:

Katainen (06.02.07) ”**Kannanotto:** Demareiden ajattelussa me päätämme sinun puolestasi. Tämä johtaa myös vahvaan järjestelmäuskoisuuteen, jossa erilaiset järjestelmät, kuten komiteat, kolmikannat ja muut neuvottelumekanismit ovat aina oikeassa, eikä niiden toimintaa saa häiritä edes silloin, kun lopputulos on väärä.”

Argumentin faktuaalistaminen: ”Valitettavan hyvä esimerkki järjestelmäuskoisuudesta on miesten ja naisten välisten palkkaerojen kasvaminen viimeisten neljän vuoden aikana...”

Aineistossani esiintyy määrällistämistä lähinnä numeerisena, joten olen ottanut kategoriasta mukaan numeerisen määrällistämisen. Havainnollistamisen ja rinnastusten kategoriasta olen muokannut luokitukseeni rinnastusten kategorian. Lasken rinnastukseksi sellaiset perustelut, joissa oman ja toisten puolueiden näkökannat rinnastetaan toisiinsa tai käsitelty asia rinnastetaan muuten perustellusti. Metaforat antavat kannanotolle lisää voimaa etenkin silloin, kun kannanotto on syyttävä:

Heinäluoma (02.02.07) ”**Kannanotto:** ”Kokoomus voitti veropolitiikan huutokaupan suurimmilla alennuslupauksilla, mutta huonoja eivät olleet muutkaan...”

Metafora: ”Miljardeja tuli ja meni iloisessa ilotulituksessa.”

Vasta-argumenttiin varautuminen tarkoittaa sitä, että esitetyn kannanoton yhteydessä kerrotaan oma näkemys asiaan niin, että kyseisessä asiassa kilpakumppanin on hankala hyökätä takaisin. Seuraavassa luvussa tarkastelen pääministeriehdokkaiden blogeja, joista luokittelen ja analysoin niissä käsitellyt aiheet, ehdokkaiden esittämät kannanotot ja vakuuttamiseen pyrkivän argumentaation keinot kannanottojen perusteluissa.

5 PÄÄMINISTERIEHDOKKAIDEN BLOGIARGUMENTAATIO

Tässä luvussa tarkastelen pääministeriehdokkaiden blogikirjoitusten sisältöjä, bloggauksen tarkoitusta ja blogeissa käytyä vaalikampanjointia. Keskustan puheenjohtaja Matti Vanhanen, Kokoomuksen puheenjohtaja Jyrki Katainen ja SDP:n puheenjohtaja Eero Heinäluoma eroavat toisistaan bloggaajina niin bloggaustapojen, osittain blogeissa käsiteltyjen aiheiden kuin vaalikampanjointityylinkin osalta. Luvussa 5.1 tarkastelen ehdokkaiden bloggaustapoja ja kirjoitustyyliä. Luvussa 5.2 luokittelen ehdokkaiden blogeissaan käsittelemät aiheet, ja luvussa 5.3 tarkastelen ehdokkaiden esittämiä kannanottoja ja niiden perusteluissa käytettyjä argumentaation keinoja.

5.1 Pääministeriehdokkaiden bloggaustavat ja kirjoitustyyli

Ehdokkaiden bloggaustavat vaihtelevat Vanhasen tunnollisen ahkerasta bloggauksesta Kataisen kiireisen tuntuiseen ja Heinäluoman vaihtelevaan kirjoitusrytmiin. Vanhanen lisää postauksia päiväkirjamaisesti useita kertoja viikossa, välillä lähes päivittäin: (18.01.07) ”...**Aktivoin myös tämän päiväkirjan. Viimeisen vuoden olen kirjoittanut noin viikon välein, mutta nyt tahti tiivistyy.**” Vain otoksen alussa Vanhasella on ensimmäisten postausten välissä noin kahden viikon tauko. Vanhasen postaukset ovat muutamaa, usean sivun mittaista postausta lukuun ottamatta melko tasaisesti noin yhden sivun pituisia. Vanhanen on asiallinen ja tosiasioissa pitäytyvä bloggaaja. Hänen kirjoitustyyliänsä on kuitenkin toisinaan huolimaton ja sanavalinnat ovat monimutkaisia:

(05.02.07) ”...Liikenteessä pitää suosia myös joukkoliikennettä. Työsuhdelipujärjestelmä on jo olemassa. Sain siihen liittyvästä aktiivisuudesta aikanaan YTV:ltä työsuhdelippu numeron 1:n. Se taitaa olla vieläkin tallessa. Nyt se perustuu yirysten aktiivisuuteen. Olisiko seuraavassa palkkaratkaisussa löydettävissä tahtoa liittää työsuhdelippu osaksi palkkaa. Se pitäisi antaa kevyemmin verotettuna maksukorttina, joka kelpaisi joukkoliikenteeseen ja takseihin ja jos sitä ei itse käytä sen voisi antaa perheenjäsenilleen tai myydä pois...”

Katainen kirjoittaa tasaisesti noin sivun mittaisia postauksia, kuitenkin melko epäsäännöllisesti välillä tiheästi, välillä jättäen pitkiäkin taukoja. Viimeisen viikon aikana hän lisää neljä postausta ottaen ikään kuin loppukirin vaalikampanjoinnissa. Toisinaan Kataisen lauseissa ei ole subjektia, vaikka hän kirjoittaa omista tekemisistään: (08.01.07) ”**Viikko sai hyvän avauksen, kun luki Helsingin Sanomien kulttuurisivuillaan julkaiseman Sitran Timo J. Hämäläisen kirja-arvostelun...**” Kataisen kirjoitustyyli on melko huoliteltu; tekstissä ei juuri esiinny kirjoitusvirheitä. Hän esittää asioita usein hieman idealistisesti ilman konkreettisia toimenpide-ehdotuksia:

Katainen (08.01.07) ”...Ajatukseni on, että kansalaisjärjestöjen vahvemmalla asemalla voimme vahvistaa yhteisöllisyyttä ja kansalaisyhteiskuntaa, joka puolestaan lisää välittämistä. Ajatukseni on ollut se, ettei välittämistä ja hyvinvointia voi ulkoistaa. Me tarvitsemme jatkossakin tasa-arvoa vahvistavia hyvinvointipalveluja, jotka ovat verorahoitteisia. Tämän lisäksi uskon, että vahva kansalaisyhteiskunta voisi olla nykyistäkin merkittävämpi toimija hyvinvoinnin lisäämisessä...”

Heinäluoman kirjoitustyyli on sujuvaa ja helppolukuista, vaikka tekstissä toisinaan esiintyykin kirjoitusvirheitä. Heinäluoman postaukset ovat otoksen alussa pitkiä, usein myös eri aiheita käsitteleviä päiväkirjamaisia pohdiskeluja. Heinäluoma on bloggaajana päiväkirjamainen kertoja: (14.01.07) ”...**Lauantaina Helsingissä. Lauantain vierailin soppatykeillä Malmilla ja Kalliossa. Soppatykit ovat mahtava keksintö. Niiden ympärille väki kerääntyy ja juttu luistaa...**” Hänen postauksensa muuttuvat kampanjan edetessä pohdiskelevista lyhyemmiksi ja kantaaottavammiksi, mutta kirjoitustyylin päiväkirjamaisuus säilyy. Analysoin ja vertailen ehdokkaiden blogien sisältöjä tarkemmin seuraavassa luvussa.

5.2 Pääministeriehdokkaiden blogien sisältö

Luokittelen ehdokkaiden blogien sisällöt Auran (2000: 97) vaaliagendojen analyysissä käyttämän koodauskehyksen pohjalta muokkaamani luokituksen avulla. Käytän sisällön konkreettisesti luokittelussa analyysimallia, jonka olen kehittänyt Jungellin (2007) pro gradu-tutkielmassaan käyttämän mallin pohjalta. Analysoin mallin avulla yhden postauksen kerrallaan. Mallin alkuun merkitsen bloggaajan nimen ja postauksen päivämäärän. Malli sisältää luettelon koodauskehyksen pää- ja alaluokista, joista merkitsen punaisella värillä ja lihavoinnilla ne luokat, joihin tarkasteltu postaus lukeutuu. Jokainen postaus lukeutuu vähintään yhteen pää- ja yhteen alaluokkaan. Jos postaus sisältää kannanoton tai kannanottoja, merkitsen mallin lopussa olevan kysymyksen kannanotoista punaisella värillä. Käyttämäni analyysimalli on liitteessä 1. Analysoin sisältöjä ensimmäisen kerran joulukuussa 2007, ja tein tarkistusanalyysin tammikuussa 2008.

Jos postauksen sisältö jakautuu useampaan kuin yhteen luokkaan, lasken sen kuuluvaksi siihen luokkaan, johon lukeutuu postauksen sisällöstä yli puolet. Jos kuitenkin sisällöstä lukeutuu yhtä paljon useampaan kuin yhteen luokkaan, luen se kuuluvaksi niin moneen luokkaan kuin sisältö tasaisesti jakautuu. Seuraavalla sivulla olevassa taulukossa 1 on ehdokkaiden postaukset pää- ja alaluokkiin jaoteltuna. Taulukossa postausten määrä on suurempi kuin mitä niitä todellisuudessa on, koska yksi postaus saattaa olla enemmän kuin kerran luokituksessa mukana. Taulukon viimeisellä rivillä on kunkin ehdokkaan kirjoittamien postausten määrä yhteensä.

Taulukko 1. Ehdokkaiden käsittelemät aiheet koodauskehyksen mukaan.

Luokkien esiintyminen postauksissa			
	Vanhanen	Katainen	Heinäluoma
Asiakysymykset			
Ideologiat ja aatteet		2	
Ulkopolitiikka	5	2	3
Talouspolitiikka	11		
Sosiaaliset kysymykset	4	1	1
Energia- ja ympäristöpolitiikka	5		1
Työmarkkina- ja koulutuspolitiikka	6		1
Aluepolitiikka	1		
Puolustuspolitiikka	1		
Yhteensä	33	5	6
Kilpailuasetelmakysymykset			
Oma vaalikampanja ja puolue	6	6	11
Kilpailevat ehdokkaat, kampanjat ja puolueet	3	3	4
Gallupit ja äänestäminen	3		2
Yhteensä	12	9	17
Muut kysymykset			
Yksityiselämä	1		
Muut henkilöt ja aiheet	1	1	3
Yhteensä	2	1	3
Postaukset yhteensä	34	13	22

Matti Vanhasen käsittelemistä aiheista 70% lukeutuu asiakysymyksiin, 26% kilpailuasetelmakysymyksiin ja 4% muihin kysymyksiin. Jyrki Katainen käsittelee 33% asiakysymyksiä, 60% kilpailuasetelmakysymyksiä ja 7% muita kysymyksiä. Eero Heinäluoman käsittelemistä aiheista 23% lukeutuu asiakysymyksiin, 65% kilpailuasetelmakysymyksiin ja 12% muihin kysymyksiin.

Vanhasella on blogissaan yhteensä 34 postausta, joissa esiintyy koodauskehyksen alaluokkiin lukeutuvia aiheita yhteensä 47 kertaa. Kataisen 13 postauksessa aiheita esiintyy yhteensä 15 kertaa. Heinäluoman 22 postauksessa aiheita esiintyy 26 kertaa. Ehdokkaista Vanhanen käsittelee useimmin eri alaluokkiin lukeutuvia aiheita samassa

postauksessa. Vanhasen lisäksi myös Heinäluomalla etenkin pitkissä postauksissa aiheet saattavat vaihdella useimmiten kuitenkin saman pääluokan sisällä. Useampaan pääluokkaan lukeutuvia postauksia oli vain muutamia, ja ne olivat yleensä pitkiä, monen sivun mittaisia postauksia. Keskustan Matti Vanhanen ja Sdp:n Eero Heinäluoma kirjoittivat jonkin verran näitä pitkiä, eri pääluokkiin lukeutuvia postauksia, Kokoomuksen Jyrki Katainen sen sijaan kirjoitti melko lyhyesti ja yksiselitteisesti. Analysoin postauksia pääluokittain luvuissa 5.2.1–5.2.3.

5.2.1 Asiakysymykset ehdokkaiden blogeissa

Ehdokkaista Vanhanen käsittelee eniten asiakysymyksiä. Katainen ja Heinäluoma käsittelevät asiakysymyksiä huomattavasti vähemmän kuin Vanhanen, Katainen kuitenkin hieman Heinäluomaa enemmän. Alla olevassa taulukossa 2 on esitettyä asiakysymysten määrä ja jakautuminen ehdokkaiden postauksissa.

Taulukko 2. Asiakysymysten määrä ehdokkaiden postauksissa.

Luokkien esiintyminen postauksissa			
	Vanhanen	Katainen	Heinäluoma
Asiakysymykset			
Ideologiat ja aatteet		2	
Ulkopolitiikka	5	2	3
Talouspolitiikka	11		
Sosiaaliset kysymykset	4	1	1
Energia- ja ympäristöpolitiikka	5		1
Työmarkkina- ja koulutuspolitiikka	6		1
Aluepolitiikka	1		
Puolustuspolitiikka	1		
Yhteensä	33	5	6
Postaukset yhteensä	34	13	22

Katainen on ehdokkaista ainoa, jonka postauksia lukeutuu **ideologioihin ja aatteisiin**. Kaikilla ehdokkailla on sen sijaan **ulkopolitiikkaa** käsitteleviä postauksia. Ulkopoliittikkaa käsittelevissä postauksissa ehdokkaat eivät aseta puolueita vastakkain, vaan pohdiskelevat pääasiassa Euroopan Unioniin liittyviä asioita taikka henkilökohtaisia suhteitaan eri maiden poliitikoihin. Vanhanen on ainoa, jolla on postauksissa pääaiheena **talouspolitiikka**. Vanhanen käsittelee talouspolitiikkaa pääaiheena jopa yhdessätoista postauksessa. Myös Katainen ja Heinäluoma käsittelevät talouspolitiikkaa, josta erityisesti veropolitiikkaa vaaliteemoihin liittyen, mutta heidän talouspolitiikkaa käsittelevät postauksensa ovat niin vahvasti kilpailuasetelmaa korostavia, että ne lukeutuvat kilpailuasetelmakysymysten luokkaan.

Kaikki ehdokkaat käsittelevät **sosiaalisia kysymyksiä** vaalikampanjointiin liittyen. Vanhanen käsittelee niitä asiakysymysluokkaan lukeutuvissa postauksissa määrällisesti eniten, mutta hänellä on postausten määrä muutenkin huomattavasti suurempi kuin Kataisella tai Heinäluomalla. Lisäksi varsinkin Heinäluomalla sosiaalisia kysymyksiä käsittelevät postaukset lukeutuvat usein kilpailuasetelmakysymyksiin, koska hän nostaa postauksissa esiin sosiaalidemokraattien edustamia arvoja kilpailuasetelmaan liittyen. Vanhanen käsittelee myös **energia- ja ympäristöpoliittisia** kysymyksiä eniten. Katainen sivuaa toisinaan ympäristökysymyksiä, mutta ne eivät ole hänen postauksissaan pääteemana. Heinäluomalla energia- ja ympäristökysymykset ovat yhden postauksen pääaihe.

Vanhanen on ainoa ehdokas, joka käsittelee **työmarkkina- ja koulutuspoliittisia** asioita useassa postauksessa. Työmarkkina- ja koulutuspolitiikkaan liittyvistä teemoista hän keskittyy lähinnä työpoliittisiin asioihin. Heinäluomalla työmarkkinat ja koulutus ovat yhdessä postauksessa pääteemana, Katainen ei käsittele niitä pääaiheenaan lainkaan. Vanhanen on ehdokkaista ainoa, joka käsittelee **aluepolitiikka** ja **puolustuspolitiikka** kumpaakin yhdessä postauksessa. Niitä käsitellessään hän ei sivua vaaliteemoja, vaan pohdiskelee niitä yleisen yhteiskunnallisen tilanteen näkökulmasta.

Vanhanen käsittelee ehdokkaista eniten ja monipuolisimmin asiakysymyksiä. Hän käsittelee asiakysymyksiä laajasti ja pohtii niitä usein koko Suomen näkökulmasta yli puoluerajojen. Hän ei useinkaan tuo esiin vaalikampanjan mukaista puolueiden vastakkainasettelua:

(18.01.07) ”Viimeistään tämän jälkeen minusta puolueiden kannattaa unohtaa suunnitelmansa nostattaa vaaleissa perinteistä pääoma-ay-liike vastakkainasettelua. Se ei ole tästä maailmasta. Tässä maailmassa tarvitsemme aitoa yhteistyötä...”

Suurimman sijan asiakysymyksistä saavat Vanhasen bloggauksessa talouspoliittiset kysymykset:

(02.03.07) ”Hallituksen talouspoliittinen ministerivaliokunta antoi vihreän valon tänään Talvivaaran kaivoksen perustamiselle. Valtion pitää osallistua hankkeeseen mm. infrastruktuuria luoden... Näissä ei ole kyse enempää tempu- kuin pampputyöllistämisestäään vaan siitä, että taloutemme kasvu voi perustua aidon yritystoiminnan kehittämiseen...”

Vanhanen käsittelee melko paljon myös työmarkkinoihin liittyviä asioita. Lisäksi energia- ja ympäristöpolitiikka, ulkopolitiikka ja sosiaaliset kysymykset saavat tilaa Vanhasen postauksissa. Vanhanen keskittyy asiakysymyksissä konkreettisiin ja ajankohtaisiin ongelmiin etsien niihin kokonaisvaltaisia ratkaisuja.

Vaaleihin liittyviä asiakysymyksiä käsitellessään Katainen esittää kannanotot useimmiten puolueiden vastakkainasettelun näkökulmasta, joten vaikka postaus sisältääkin asiakysymyksiä, lukeutuu se useammin kilpailuasetelmakysymysten kuin asiakysymysten luokkaan kuten aiemmin tuli esiin. Asiakysymyksiä Katainen käsittelee pääteemana vain muutamassa postauksessa. Pääaiheinaan Katainen käsittelee asiakysymyksistä vain ideologioita ja aatteita, sosiaalisia kysymyksiä tai ulkopolitiikkaa. Asiakysymysluokkaan lukeutuvissa postauksissa hän useimmiten pohdiskelee ideologisesti yhteiskunnan hyvinvoinnin edellytyksiä tai ulkopoliittisia asioita:

(08.01.07) ”...Pohjoismainen hyvinvointiyhteiskunta on periaatteiltaan hyvä, ja sen olemassaolo täytyy turvata. Tämä on mahdollista vain jos korjaamme

ja uudistamme sitä. Jos hyvinvointiyhteiskunta passivoi, ei kannusta tekemään töitä tai ulkoistaa ihmisyyteen kuuluvan välittämisvastuun viranomaistoiminnaksi, se ei ole terve.”

(17.02.07) ”...Nykyinen meno, jossa Suomi on lähinnä ”moralistinen hissukka”, on tehnyt Suomesta täysin itsensä kokoisen pikkumaan Pohjolan perukoilta.”

Heinäluoma käsittelee asiakysymyksiin lukeutuvissa postauksissa useimmiten ulkopoliittikkaa, joskus myös työmarkkinapolitiikkaa tai sosiaalisia kysymyksiä sekä energia- ja ympäristökysymyksiä. Vaaliteemoihin liittyviä sosiaalisia kysymyksiä pohtiessaan Heinäluoma havittelee ääniä puolueelleen korostamalla sosiaalidemokraattien arvoja:

(06.03.07) ”...Ihmiset puhuvat tapaamisissa arjen asioista – eivät natosta tai gallupeista. Työn puute toisaalla ja työtahdin kireys toisaalla, pienituloisuuden ongelmat, vanhustenhoidon ja terveydenhoidon tarpeet. Siinä sunnuntain terveisiä. Sdp:n sanoma kohtaa hyvin ihmisten arjen tarpeet.”

(12.02.07) ”STT:n kysely tänään kertoo tärkeitä havaintoja kansalaisten vaalikäsityksistä. Ihmiset asettavat palveluiden parantamisen veronalennusten edelle. Tulos vastaa täysin sosialidemokraattien vaalilinjauksia.”

Käsitellessään vaalikampanjointiin liittyviä asiakysymyksiä Heinäluoman postaukset lukeutuvat Kataisen tapaan useimmiten kilpailuasetelmakysymysten luokkaan, koska hän yleensä asettaa niissä puolueiden näkökannat vastatusten. Vanhanen sen sijaan käsittelee asiakysymyksiä pääosin ilman kilpailuasetelman mukaista syytelyä ja vastakkainasettelua kuten jo aiemmin tuli esille. Siksi Vanhasen postaukset lukeutuvat niin suurelta osin asiakysymysten luokkaan, ja Kataisen ja Heinäluoman postaukset kilpailuasetelmakysymysten luokkaan. Tarkastelen seuraavassa luvussa kilpailuasetelmakysymyksiä ehdokkaiden blogeissa.

5.2.2 Kilpailuasetelmakysymykset ehdokkaiden blogeissa

Ehdokkaista Heinäluoma käsittelee eniten kilpailuasetelmakysymyksiä. Katainen käsittelee kysymyksiä lähes yhtä paljon kuin Heinäluoma. Vanhanen käsittelee kilpailuasetelmakysymyksiä huomattavasti vähemmän kuin muut ehdokkaat suhteessa postausten kokonaismäärään. Alla olevassa taulukossa 3 on esitetty kilpailuasetelmakysymyksiin lukeutuvien postausten määrä ehdokkaiden blogeissa.

Taulukko 3. Kilpailuasetelmakysymysten määrä ehdokkaiden postauksissa.

	Luokkien esiintyminen postauksissa		
	Vanhanen	Katainen	Heinäluoma
Kilpailuasetelmakysymykset			
Oma vaalikampanja ja puolue	6	6	11
Kilpailevat ehdokkaat ja puolueet	3	3	4
Gallupit ja äänestäminen	3		2
Yhteensä	12	9	17
Postaukset yhteensä	34	13	22

Omaa vaalikampanjaa ja puoluetta käsitteleviä postauksia esiintyy kilpailuasetelmakysymyksistä eniten kaikilla ehdokkailla. **Kilpailevien ehdokkaiden ja puolueiden** kampanjoita ehdokkaat käsittelevät huomattavasti vähemmän kuin omaa vaalikampanjaa. Vanhanen ja Heinäluoma käsittelevät **äänestämistä ja gallupeja** muutamaan otteeseen pääaiheenaan, Katainenkin käsittelee toisinaan gallupeja, mutta aihe ei ole hänen postauksissaan päteemana.

Vanhanen kirjoittaa omasta vaalikampanjastaan asiakysymysten lomassa harvakseltaan. Oma vaalikampanjaa käsitellessään hän useimmiten sivuaa kampanjatapahtumia ohimennen ja keskittyy kampanjatapahtumiin liittyvien asiakysymysten pohdiskeluun:

(04.03.07) ” Perjantaina ja eilen oli aktiiviset kampanjapäivät Lapissa ja Helsingissä. Pohjoisessa matkailuun ja kaivoksiin satsaaminen on tuonut tulevaisuuden näkymiä. Reitin varrella pysähdyin mm. Kolarin rautatieasemalla, jossa asemarakennus oli tupaten täynnä matkaansa odottavia turisteja. Sinäkin päivänä 1200 matkustajaa kulki aseman kautta. Jos vielä yhteiset jopa miljardin euron kaivoshankkeet Ruotsin Pajalan kanssa toteutuvat tulee radalle runsaasti lisäkäyttöä...”

Myös omaa puoluetta käsittelevissä postauksissa Vanhanen useimmiten pohtii vaaliteemoihin liittyviä asiakysymyksiä. Kerran hän joutuu korjaamaan omaa ja puolueen julkisuuskuvaa:

(04.03.07) ”... Aamun hesarissa Jyrki Katainen arvelee, että "Toisin kuin meillä ja demareilla, keskustalla ei ole EU:ssa aatesiskoja eikä -veljiä. Se hankaloittaa asioiden ajamista." Mielenkiintoinen väite kahdessa mielessä. Ensinnäkin komission 27 jäsenestä kymmenkunta on "aateveljeäni" eli eurooppalaisen puolueyhmäni jäseniä. Kataisen tiedot tuntuvat olevan puutteelliset...”

Edellä mainitun esimerkin jälkeen Vanhanen palaa vielä muutamaa otteessa Kataisen väitteeseen kertoen positiivisista suhteistaan sisarpuolueisiin ja Keskustan monipuolisesta yhteistyöstä eri maiden poliitikkojen kanssa. Ottaessaan kantaa kilpakumppanin vaalikampanjaan Vanhanen yleensä kritisoi kilpakumppanin asiakysymyksiin liittyviä kannanottoja tai kilpailevien puolueiden esittämiä näkökulmia:

(24.01.07) ”... Elintarvikkeiden arvonlisäverotuksen poittamiseen SDP, mutta ei paljoa Kokoomuskaan antanut ymmärtämystä. Tämä on outoa, sillä nyt on käytettävissä tuore tutkimus, joka kertoo, että valtaosa kevennyksestä menisi todella hintoihin ja kevennys työllistäisi enemmän ihmisiä kuin vastaavan suuruisen veronkevennysvaran käyttäminen tuloverojen keventämiseen...”

Omaa vaalikampanjaa ja puoluetta käsittelevissä postauksissa Katainen keskittyy Kokoomuksen eduskuntavaaliohjelmaan, puolueen imagoon tai esittää vastaargumentteja kilpakumppaneiden kannanottoihin. Kataisen postauksissa gallupit ja äänestäminen eivät esiinny pääaiheina, eivätkä pääaiheina esiinny myöskään omaan

kampanjaan liittyvät konkreettiset kampanjатаpahtumat, joihin hän viittaa harvakseltaan liittäen ne yleensä vaalikampanjan kilpailuasetelmaan:

(13.02.07) ”... Miljardikikkailijoiden mielestä ääniä voidaan ostaa, ja siksi on turvallisinta luvata mahdollisimman paljon. Viikonloppuna kiertäessäni juttelemassa Kuopiossa, Iisalmessa, Nilsissä ja Tuusniemellä tuli turvallinen olo. Moni tuli sanomaan, että ei noista miljardeista kukaan ymmärrä mitään...”

Kilpailevien puolueiden ja ehdokkaiden kampanjoihin Katainen ottaa säännöllisin väliajoin kantaa yleensä arvioiden annettujen vaalilupauksen realistisuutta ja varoitellen äänestäjiä tyhjästä lupauksista lähinnä talouspolitiikkaan liittyen. Hän ei kuitenkaan aina osoita kritiikkiä kenellekään tietylle henkilölle tai puolueelle:

(13.02.07) ”...Lukiessani uutisia vaalilupauksista, ei voi välttyä miellelyhtymältä, joka tulee lasten hiekkalaatikolta. "Meidänpä isä jakaa ainaskin kolme miljardia." Johon toinen vastaa, että "meidänpä isä jakaa ainakin vielä enemmän". Nyt odotan vain sitä, että joku jatkaa TV:stä tutulla tavalla kilpailua ja toteaa "mutta meidänpä äiti tienaa teidänkin isin jakovaran."

(15.02.07) ”Vaalien miljardipuheet heittävät nyt jo pahasti yli hilseen. Ei ole ihme, että ihmiset eivät tiedä mistä puhutaan. Lupausten melskeessä ja vääristelyjen viestien huiskinnassa on se vaara, että puolueiden todelliset tarkoitusperät hukkuvat. Kannattaa siis olla tarkkana...”

Kilpailuasetelmakysymyksiin lukeutuissa postauksissa Heinäluoma käsittelee eniten omaa kampanjaansa. Omasta kampanjasta kirjoittaessaan hän kuvailee yleensä kampanjатаpahtumia, aikatauluja ja kampanjan etenemistä:

(27.01.07) ”...Illaksi matka suuntautui vielä Vaasaan. Rengasvian vuoksi koneemme oli lähes kaksi tuntia myöhässä, mutta sinnikäs vaasalaisyleisö oli kuin olikin paikallaan vaasalaisessa ostoskeskuksessa...”

Kilpakumppaneiden kampanjoita kommentoidessaan Heinäluoma yleensä asettaa puolueet vastatusten verotus- ja työmarkkinapoliittisissa asioissa tai sosiaalisissa kysymyksissä:

(07.02.07) ”...Sosialidemokraatit haluavat voimakkaita työllisyyspanostuksia, mutta myös palveluiden parantamista sekä ympäristöstä huolehtimista... Sdp on valmis verotuksen keventämiseen, mutta emme ole jakamassa etukäteen isoja verolupauksia... Keskustan ohjelma sisältää mittavat lupaukset, mutta Vanhasen ilmoitus 1,5, miljardin euron jakovarrasta kertoo aivan muuta.”

Esittäessään vasta-argumentteja kilpakumppaneiden kannanottoihin Heinäluoman kirjoitustyyli on usein syyttävä: (07.02.07) ”...Pääministeri Matti Vanhanen tuli heti aamun uutisissa demarin kimppuun. Ei tuntunut ihan rehdiltä eikä oikeudenmukaiselta...” Heinäluoma viittaa toisinaan myös eri tahojen julkistamiin gallupeihin, mutta käsittelee aihetta pääteemanaan vain kerran.

Heinäluomalla kilpailuasetelmakysymysten käsittely painottuu enemmän oman kampanjan pohdiskeluun kuin Kataisella, vaikka myös Heinäluoma kilpakumppaneiden kampanjoita kommentoidessaan asettaa kilpakumppanit usein vastatusten. Vanhanen tuo ehdokkaista suhteessa vähiten esiin kilpailuasetelmaa, mutta myös hän selventää kilpailuasetelmakysymyksiin lukeutuvissa postauksissa puolueiden välisiä eroja ja pyrkii vakuuttamaan omaa ja puolueen paremmuutta suhteessa kilpailijoihin. Seuraavassa luvussa tarkastelen ehdokkaiden blogeissaan käsittelemiä muita aiheita.

5.2.3 Muut kysymykset ehdokkaiden blogeissa

Kaikki ehdokkaat käsittelevät koodauskehysten kategorioista vähiten muiden kysymysten luokkaan lukeutuvia aiheita. Seuraavalla sivulla olevassa taulukossa 4 on esitettyä muiden kysymysten määrä ehdokkaiden postauksissa.

Taulukko 4. Muiden kysymysten määrä ehdokkaiden postauksissa.

	Luokkien esiintyminen postauksissa		
	Vanhanen	Katainen	Heinäluoma
Muut kysymykset			
Yksityiselämä	1		
Muut henkilöt ja aiheet	1	1	3
Yhteensä	2	1	3
Postaukset yhteensä	34	13	22

Ehdokkaista Heinäluoma käsittelee eniten muihin kysymyksiin lukeutuvia aiheita. Kataisella ja Vanhasella on molemmilla vain yhdessä postauksessa pääteemana **muut henkilöt ja aiheet**. Vanhanen käsittelee lisäksi yhdessä postauksessa **yksityiselämänsä**. Katainen ei käsittele yksityiselämään liittyviä asioita lainkaan. Heinäluoma kirjoittaa yksityiselämästään useammin kuin kilpakumppaninsa, mutta teema ei ole hänellä yhdessäkään postauksessa pääaiheena, joten se ei näy muita kysymyksiä kuvaavassa taulukossa.

Vanhanen kirjoittaa yksityiselämästään kaiken kaikkiaan hyvin vähän, silloin yleensä vapaa-ajastaan:

(06.03.07) ”Aamupäivä vapaata. Keli sattui ulkoiluun sopivaksi. ... Ensimmäisen kerran ehdin tänä talvena vähän risusavottaan. Kaadoin pari puuta. Tuore havun tuoksu aurinkoisella hangella on niitä pieniä mutta tärkeitä asioita. Puuttui vain nuotio, makkara ja nokipannu...”

Muihin henkilöihin ja aiheisiin lukeutuvassa postauksessa Vanhanen kuvailee päivän tapahtumia tavoistaan poiketen ilman poliittisia pohdiskeluja:

(14.03.07) ”...Eilen valtiopäivien päättäjäsissä tehtiin historiaa. Vanhan protokollan mukaan Tasavallan Presidentti poistuu päätettyään valtiopäivät ja sen jälkeen puhemies puhuu työtovereilleen eduskunnassa ja varapuhemies vastaa. Sitä osiota varten hallituksen ministerikansanedustajat siirtyvät paikalleen presidentin poistuttua välittömästi riviin eli omille kansanedustajapulpeteilleen. Eilen puhemies pyysi kuitenkin presidenttiä istumaan korokeella olleelle tuolille, jossa ei koskaan istuta. Puhemiehellä oli siihen ilman muuta oikeus. Minulle tuli sillä sekunnilla

ongelma - johdanko ministerit omille paikoilleen salissa kuuntelemaan puhemiehemme puhetta ja kiitoksia työtovereille. Päätin, että siitä syntyy tarpeeton hälinä ja pysytään aitiiossa. Näin protokolla joustaa kun tarvitaan...”

Katainen käsittelee ainoassa muihin henkilöihin ja aiheisiin lukeutuvassa postauksessa tuttavuuttaan Ruotsin pääministerin kanssa. Postauksessa Katainen sivuuttaa tapojensa vastaisesti poliittiset kysymykset lähes kokonaan. Katainen ei käsittele varsinaisesti henkilökohtaisia tai yksityiselämään liittyviä asioita postauksissaan lainkaan, vaikka kirjoittaakin kampanjastaan välillä henkilökohtaiseen sävyyn: (15.03.07)”...Tätä kirjoittaessani istun kotona ja kuuntelen TV:stä Pinkin ”Nobody knows”- biisiä. Melodialtaan ja tunnelmaltaan sopii aika hyvin tähän tilanteeseen. ..”

Yksityiselämä ei ole Heinäluomalla yhdessäkään postauksessa pääteemana, joten niiden määrä ei näy blogien aiheita kuvaavassa taulukossa kuten aiemmin tuli esiin. Heinäluoma kuitenkin kirjoittaa ehdokkaista eniten yksityiselämästään:

(14.01.07) ”Vapaapäivä perheen parissa. Räntää tulee, mutta ulos pitää mennä ja sauvat tietysti mukana. Vapaapäivän rutiiniin on jo pitkään kuulunut vajaan tunnin sauvakävelylenkki yhdessä Sadun kanssa.”

Heinäluoma kirjoittaa ehdokkaista eniten myös muista henkilöistä ja aiheista:

(28.01.07) ”Hiihtäminen on muuten varsin demokraattinen liikuntamuoto. Mukaan pääsee varsin pienellä panostuksella ja suksilla osaa jokainen suomalainen kulkea...Paloheinän laduilla liikkuvat niin kaksivuotiaat kuin 80-kymppiset ja kaikki siltä väliltä... Kiitos Helsingin kaupungin päättäjille näistä hienoista laduista!”

Muita henkilöitä ja aiheita käsittelevissä postauksissa Heinäluoma kertoo muun muassa ulkomaille suuntautuvien työmatkojen vapaa-aikaan liittyvistä asioista tai Helsingin kaupungin hiihtoladuista kuten edellisessä esimerkissä tulee esiin. Muut kysymykset ehdokkaiden blogeissa käsittelevät sellaisia henkilöitä ja asioita, jotka eivät liity suoraan vaalikampanjoihin. Muista kysymyksistä kirjoittaessaan ehdokkaiden postaukset

muistuttavat perinteistä päiväkirjaa, sillä niissä kirjoitustyyli on henkilökohtaisempaa ja kertovampaa kuin vaaleihin liittyviä asioita käsittelevissä postauksissa. Seuraavassa luvussa tarkastelen ehdokkaiden blogeissa esiintyviä analyysin ulkopuolelle jääneitä vaalikampanjan kannalta mielenkiintoisia seikkoja.

5.2.4 Muita huomioita ehdokkaiden blogien sisällöistä

Vanhanen on pääministeriehdokkaista ainoa, joka ottaa kantaa median osoittamaan kiinnostukseen hänen yksityiselämäänsä kohtaan:

(22.02.07) ”Kävin illalla ostamassa pizzat Klaukkalan Kotipizzasta. **Yrittäjä kertoi kuinka innokkaasti eilen toimittaja oli yrittänyt onkia tietoonsa pizzamakuani...** Kaikesta ne jaksavat olla kiinnostuneita. Eli lähipäivien lehdissä luultavasti arvuutellaan pizzareseptiäni. Jotenkin itseäni kiinnostaa enemmän se miten menetellään valtion omistusten kanssa. Taidan olla erilainen nuori...”

Vanhanen korjaa blogissaan tarvittaessa virheellisiä kannanottojaan tai tiedotusvälineiden tekemiä virhetulkintoja:

(07.03.07) ”**MTV:n vaalitentissä tein lopussa yhden virheen**, josta sain samantien neljä oikaisua sähköpostiin...”

(29.01.07) ”Eilen uutisoitiin kantaani raskaan ulkomaalaisliikenteen tiemaksuista. Uutinen syntyi vastauksestani Länsi-Savo -lehdelle tiemaksukeskustelusta... **Toimitus oli tulkinnut sen dieselin polttoaineveroksi...** Eli ulkomaalaiset maksamaan samalla tavalla kuin kotimaiset nyt maksavat...”

Myös Katainen oikoo tarvittaessa median tekemiä virhetulkintoja:

(15.02.07) ”**Joidenkin lehtien uutisoinnista saattoi saada sellaisen kuvan, että pitäisin tuloerojen kasvua yksinomaan myönteisenä asiana.** Tämä ei pidä paikkansa. ... Hyvinvointia ei pidä nähdä nollasummapelinä, jossa kaverin onnistuminen on aina minulta pois.”

Kerran Katainen ottaa kantaa negatiivista julkisuutta saaneen puolueensa ehdokkaan bloggaukseen:

(16.03.07) ”**Eija-Riitta Korhola oli kirjoittanut blogissaan puheenjohtaja Vanhasen yksityisasioista...** Olen erityisen allerginen ihmisten yksityiselämään tai persoonaan menevän julkisuuden suhteen. Kun vierastan sitä tiedotusvälineiden toiminnassa, niin erityisen tyhmää se on poliitikkojen suusta kuultuna... Tällaiset yksityiselämän asiat eivät poliitikkojen suihin kuulu, saati sitten että joku tällaisilla kampanjaa tekisi. Olen asiasta Korholan kanssa puhunut ja se ei ole ollut hänen mukaansa missään nimessä tarkoitus. Hän pyytää anteeksi nettisivuiltaan...”

Heinäluoma ei oio blogissaan median tekemiä virhetulkintoja eikä korjaa julkisuudessa mahdollisesti tekemiään erehdyksiä, mutta ottaa yhdessä postauksessa kantaa puolueensa ehdokkaan vaalikampanjointiin:

(12.03.07) ”**Ministeri Leena Luhtanen on joutunut myrskyn silmään puolisonsa harmillisen toiminnan takia.** Juhani Luhtasen toiminta ei ole hyväksyttävää. Juhani Luhtanen on tänään pahoitellut tapahtunutta ja aiheuttamaansa sotkua. Aiheellinen anteeksipyyntö... Leena Luhtanen ei ollut tästä toiminnasta tietoinen, mutta joutuu nyt yksin kantamaan tapahtuneesta vastuuta... Luotan hänen sanomaansa, ettei hän ole tiennyt miehensä toiminnasta. Leena Luhtanen on kovan paineen alla, jolloin helposti vetäytyy siilipuolustukseen. Tänään tuntuu käyneen näin. Suurempi nöyryys saattaisi kuitenkin olla paikallaan.”

Vanhanen on ehdokkaista ainoa, joka pohtii bloggauksen merkitystä viestintävälineenä:

(26.01.07) "Tämä päiväkirja antaa mahdollisuuden kirjoittaa asioista, joista lehdet eivät kirjoita. Minusta nämä päiväkirjat lisäävät tarjontaa. Näistä toimittajat saavat poliitikkojen kannanottoja - ei tarvitse enää välttämättä lähettää referaatteja ja toisaalta ihmiset voivat myös lukea alkuperäisen tekstin ja ajatuksen, koska usein lehdistö luonnollisesti lyhentää tilan puutteen takia sanomaa. Suora tarkistusmahdollisuus on hyvä. Joskushan toimittajakin saattaa tulkita sanat väärin."

(26.01.07) "Minulle tämä on päiväkirja eikä blogi, koska katson, että blogissa pitäisi olla mahdollisuus samalla sivulla julkisiin kommentteihin. Pelkään, että aikani ei riittäisi niiden läpikäyntiin enkä myöskään ehtisi "vastaavana toimittajana" katsomaan, ettei sinne yht'äkkiä yöllä ilmaannu

tekstiä, josta sivun ylläpitäjä joutuisi juridisesti vastaamaan. Mutta sivuillani on viestipalvelu, jonka satoa seuraan."

Vanhasen lisäksi Heinäluoma sivuaa bloggauksensa tarkoitusta, mutta ei pohdi bloggauksen merkitystä laajemmassa yhteydessä:

(01.01.07) "...Päiväkirja antaa mahdollisuuden kertoa niin arjen kuin vaalienkin tapahtumista. Kurkistus ehdokkaan päivään voi myös valottaa ehdokkaana olon ja puoluejohtajan työn arkista puolta..."

Katainen ei kirjoita bloggauksensa tarkoituksesta lainkaan, vaan keskittyy kirjoittamaan pääasiassa vaaliteemoihin liittyvistä asioista. Vanhanen on siis ehdokkaista ainoa, joka ilmaisee pohtineensa bloggauksen merkitystä vaalikampanjoinnin välineenä. Kaikki ehdokkaat kuitenkin bloggaavat vaalikampanjointitarkoituksessa, sillä suurin osa postauksissa käsitellyistä aiheista lukeutuu asia- tai kilpailuasetelmakysymysten luokkaan. Seuraavassa luvussa tarkastelen blogeissa käytyä vaalikampanjointia keskittyen ehdokkaiden esittämiin suoriin kannanottoihin.

5.3 Pääministeriehdokkaiden esittämät suorat kannanotot

Tarkastelen tässä luvussa niitä pääministeriehdokkaiden postauksia, joissa he esittävät suoria kannanottoja kilpakumppaneilleen vaalikampanjan kilpailuasetelmaan liittyen. Ehdokkaiden kilpakumppaneita ovat kaksi muuta pääministeriehdokasta, mutta otan mukaan myös kannanotot, joissa ehdokas osoittaa kannanottonsa molemmille kilpaileville puolueille tai toiselle niistä, koska ehdokkaat esittävät suoria kannanottoja puoluetasolla huomattavasti enemmän kuin henkilökohtaisella tasolla.

Lasken suoriksi kannanotoiksi toteamukset, joissa ehdokas ottaa suorilla sanakäänteillä kantaa kilpakumppaninsa vaalikampanjaan tai esittää vasta-argumentin kilpailevan

ehdokkaan esittämään suoraan kannanottoon. Olen laskenut samassa postauksessa olevat samaan aiheeseen liittyvät kannanotot erikseen, joten kategorisoinnissa on mukana joissain tapauksissa kolmekin kannanottoa samasta postauksesta. Havainnollistan analyysitapaa esimerkkien avulla. Analysoin kannanottoja ensimmäisen kerran tammikuussa 2008, ja tein tarkistusanalyysin helmikuussa 2008.

Taulukko 5. Pääministeriehdokkaiden esittämien suorien kannanottojen määrä.

	Vanhanen	Katainen	Heinäluoma
Henkilökohtaisesti osoitetut kannanotot	6	2	6
Molemmille puolueille osoitetut kannanotot	5	3	2
Toiselle puolueelle osoitetut kannanotot	9	8	8
Kannanotot yhteensä	20	13	16

Taulukossa 5 on ehdokkaiden esittämien suorien kannanottojen määrä. Vanhanen esittää kannanottoja kahdessaatoista postauksessa, Katainen kuudessa ja Heinäluoma kymmenessä postauksessa. Katainen esittää kannanottoja suhteellisesti eniten, sillä hän kirjoittaa koko otoksen aikana ”vain” kolmetoista postausta, ja kannanottoja on yhtä monta. Heinäluoman blogissa on kaksikymmentäkaksi postausta ja kannanottoja on kuusitoista. Vanhanen lisää otoksen aikana postauksen kolmekymmentäneljä kertaa, ja hän esittää yhteensä kaksikymmentä kannanottoa. Heinäluoma esittää kannanottoja hieman runsaammin kuin Vanhanen suhteutettuna postausten määrään. Analysoin kannanottojen sisältöjä luvuissa 5.3.1–5.3.3.

5.3.1 Henkilökohtaisesti osoitetut kannanotot

Vanhanen esittää henkilökohtaisesti osoitettuja kannanottoja kuusi kertaa. Niistä yksi on osoitettu Sdp:n Eero Heinäluomalle ja viisi Kokoomuksen Jyrki Kataiselle. Alla on esimerkki Vanhasen esittämästä henkilökohtaisesti osoitetusta kannanotosta:

(28.02.07) ”...**Katainen ei muista sitä yksinkertaista asiaa**, että puuenergiaksi käytetään metsähaketta - ei kuitupuuta eikä sahaukseen kelpaavaa. SDP:n **Heinäluoma toteaa, että puu pitäisi saada 25 kilometrin etäisyydeltä jotta se kannattaisi** ja että hakkeen tuonti johtaisi valtavaan rekkaralliin Helsingissä. Samassa lehdessä VTT:n asiantuntija toteaa, että hake pitäisi saada 100 kilometrin säteeltä ja Fortumin edustaja toteaa, että Tukholmassa hake aiotaan tuoda rautateitä ja vesikuljetuksia hyödyntämällä. **Kataisen ja Heinäluoman vasta-argumenteista ei jäänyt asiantuntijakommentit lukemalla mitään jäljelle...**”

Katainen esittää henkilökohtaisia kannanottoja kummallekin kilpailijalle kerran. Hän ei oma-aloitteisesti esitä yhtään henkilökohtaisesti osoitettua kannanottoa, vaan ne ovat vasta-argumentteja kilpakumppaneiden esittämiin kannanottoihin. Alla on esimerkki Kataisen esittämästä henkilökohtaisesti osoitetusta kannanotosta:

(15.02.07) ”**Keskustan Matti Vanhanen sortui tänään pääministerille sopimattomaan epätarkkuuteen**. Keskustan vaalitoimiston avajaisissa hän oli STT:n mukaan todennut, että "He (kokoomuslaiset) keskittävät selvästikin voimavaransa lähinnä tuloverotuksen keventämiseen, joka ei kohdistu edes kaikkiin väestöpiireihin, hän arvosteli...”

Heinäluoma esittää henkilökohtaisia kannanottoja ehdokkaista suhteellisesti eniten, sillä kuudestatoista kannanotosta kuusi on osoitettu henkilökohtaisesti jommallekummalle kilpakumppanille. Heinäluoma on osoittanut kolme kannanottoa henkilökohtaisesti Kataiselle ja kolme Vanhaselle. Alla on kaksi esimerkkiä Heinäluoman henkilökohtaisista kannanotoista:

(07.02.07) ”**Pääministeri Matti Vanhanen tuli heti aamun uutisissa demarin kimppuun**. Ei tuntunut ihan rehdiltä eikä oikeudenmukaiselta. Keskustelu on sinällään tervetullut, sillä puolueiden vaaliohjelmien erot alkavat käydä esille...”

(15.02.07) ”Tämän päivän STT:n uutisotsikko kertoo, että **keskustan puheenjohtaja Matti Vanhanen suorii SDP:tä ja kokoomusta**. Eilen STT puolestaan otsikoi, että **kokoomuksen puheenjohtaja Jyrki Katainen haukkui SDP:n ja keskustan**. Poliittinen retoriikka ei valitettavasti hae nyt oikeaa suuntaa...”

Vanhanen kasvattaa nuorempaa aateveljeään henkilökohtaisissa kannanotoissa, sillä hän osoittaa ne suurimmaksi osaksi Jyrki Kataiselle. Katainen ja Heinäluoma puolestaan osoittavat kannanottonsa tasaisesti molemmille kilpaileville ehdokkaille. Vanhanen pyörittää kannanotoissaan kilpakumppaneiden kritiikit asiallisesti mutta tiukasti kyseenalaistamatta omien argumenttinsa oikeellisuutta. Katainen esittää vastaargumentit henkilökohtaisiin kannanottoihin syyttävästi, mutta kuitenkin asialliseen sävyyn. Myös Heinäluomalla kannanottojen sävy on syyttävä, mutta hyökkäävämpi kuin Kataisella. Seuraavassa luvussa tarkastelen molemmille kilpaileville puolueille osoitettuja kannanottoja.

5.3.2 Molemmille kilpaileville puolueille osoitetut kannanotot

Vanhanen esittää molemmille kilpaileville puolueille osoitettuja kannanottoja neljä kertaa. Alla on esimerkki Vanhasen kannanotoista:

(07.02.07) ”...**Suurten puolueiden julkistettua talouslinjansa olen erityisen huolestunut SDP:n muuttuneesta linjasta**. Sen esitys käyttää jopa 60 % jakovarasta valtion menojen lisäämiseen ei jätä yrittäjyyden ja kotimarkkinatyöpaikkojen kannalta välttämättömän verojen keventämiseen mitään varaa. Ohjelma uhkaakin puhaltaa talouskasvun edellytyksiltä liekin. **Kokoomuksen esitys vain miljardin menolisäyksistä taas ei tule riittämään...**”

Katainen esittää molemmille kilpaileville puolueille osoitettuja kannanottoja kolme kertaa. Alla on esimerkki Kataisen kannanotoista:

(11.03.07) ”**Lausuin eilen julkisesti sen huolen, että äänestäjiä ollaan jälleen kerran johtamassa harhaan punamultapuolueiden suunnalta**. Voit lukea eilisen kannanottoni täältä nettisivuilta, en ryhdy sitä tässä toistamaan.

Luin SDP:n ja Keskustan ohjelmia. Molemmat ovat niin ympäröivästi kaikille kaikkea lupailevia, etteivät puolueet pysty kertomillaan summilla niitä toteuttamaan...”

Heinäluoma esittää kaikkia puolueita koskevia kannanottoja kaksi: (08.02.07) ”**SDP:n ja porvaripuolueiden erot tulivat nekin näkyviin...**” ja (16.03.07) ”...Vaalien vaihtoehdot ovat tänään kristallinkirkkaat: **socialidemokraatit tai porvarit...**”

Vanhanen esittää kilpaileville puolueille osoitetut kannanotot isällisen huolestuneeseen sävyyn, Katainen varoittelee äänestäjiä kilpailevien puolueiden esittämistä tyhjistä lupauksista ja Heinäluoma asettaa puolueet perinteisen oikeisto–vasemmisto-jaottelun mukaan vastatusten. Seuraavassa luvussa tarkastelen toiselle kilpailevalle puolueelle osoitettuja kannanottoja.

5.3.3 Toiselle kilpailevalle puolueelle osoitetut kannanotot

Vanhanen esittää toiselle kilpailevalle puolueelle osoitetuista kannanotoista viisi Sdp:lle ja neljä Kokoomukselle. Alla on kaksi esimerkkiä Vanhasen kannanotoista:

(29.01.07) ”...Ajattelin lähettää television "myytinmurtajat" sarjaan Kokoomuksen sitkeästi viljelemän väitteen hallituksen "tempputyöllistämisestä". Selvästi parantuneet työllisyysluvut ovat nostattaneet opposition puolelta syytökset "tempputyöllistämisestä"...”

(14.03.07) ”...Eilisessä TV-Nelosen avalitentissä SDP:n Heinäluoma totesi kuulleni ensimmäistä kertaa, että SDP kannattaa kansaneläkkeiden nostamista 20 eurolla. Tämä oli tärkeä ilmoitus, koska SDP on ollut koko vaalikampanjan ajan tavattoman nihkeä perusturvan kehittämiseksi...”

Katainen esittää toiselle kilpailevalle puolueelle osoitetuista kannanotoista seitsemän Sdp:lle ja yhden Keskustalle. Alla on kaksi esimerkkiä Kataisen kannanotoista:

(13.03.07) ”SDP on ottanut viime metrien vaalitaktiikakseen Kokoomuksen tavoitteiden vääristelyn ja mustamaalauksen...”

(15.02.07) ”...Keskustan mielestä tuloveron alennuksista päätetään tupon yhteydessä. Juuri näin. Näinhän myös Kokoomus on ilmoittanut.”

Heinäluoma esittää viisi kannanottoa Kokoomukselle ja kolme kannanottoa Keskustalle.

Alla on kaksi esimerkkiä Heinäluoman kannanotoista:

(14.01.07) ”Kokoomus tuntui pahastuneen siitä, että SAK:n ja STTK:n sosialidemokraatteja oli keskiviikkona liikkeellä. Niinpä. Kiva olisi, jos sosialidemokraatit eivät tekisi vaalityötä ollenkaan. Olisi kokoomuksellekin pärjääminen helpompaa.”

(07.02.07) ”Keskustan ohjelma sisältää mittavat lupaukset, mutta Vanhasen ilmoitus 1,5 miljardin euron jakovarasta kertoo aivan muuta. Lupaukset ja talousraamit näyttävät kirjoitetun eri pöydissä. Näin keskusta tulee pettäneeksi vaalilupauksensa jo ennen vaaleja. Niin ylitsepursuavasti siinä on tavoitteita, joihin ei näytä olevan varattu rahoitusta...”

Kaikki ehdokkaat esittävät kannanottoja suurimmaksi osaksi puoluetasolla; Vanhanen 70%, Katainen 85% ja Heinäluoma 63%. Kaikki ehdokkaat esittävät kannanottoja lähinnä liittyen puolueiden vaaliohjelmien asiakysymyksiin. Henkilökohtaisia kannanottoja ja kolmen puolueen vastakkainasettelua on huomattavasti vähemmän. Teen seuraavassa luvussa yhteenvetoa ehdokkaiden esittämistä kannanotoista ja vertailen niitä toisiinsa.

5.3.4 Yhteenvetoa ja huomioita ehdokkaiden esittämistä kannanotoista

Vanhanen esittää toisinaan useamman kannanoton samassa postauksessa yhteen aiheeseen liittyen. Kannanotoissaan Vanhanen on useimmiten huolestunut kilpakumppaneiden esittämistä ajatuksista. Hän ikään kuin ohjaa muita ehdokkaita ylhäältä päin kertoen, milloin he ovat oikealla linjalla, milloin taas esittämässä

vääränlaisia ajatuksia. Vanhasen vahvempi asema pääministerinä ja vankempi kokemus politiikkona sekä maltillinen ja ohjaava tyyli esittää kritiikkiä voivat olla yksi syy siihen, miksi Katainen ja Heinäluoma osoittavat kärkkäät kannanotonsa useammin toisilleen jättäen Vanhasen joitain poikkeuksia lukuun ottamatta rauhaan. Vanhasen erityisasemasta kertoo myös se, että Vanhanen käy blogissaan vuorokeskustelua kilpailevien pääministeriehdokkaiden lisäksi muiden tunnettujen poliitikkojen kanssa lähinnä koskien kuluneella vaalikaudella tehtyjä ratkaisuja. Vanhasen kannanotot esimerkiksi Kokoomuksen entiselle valtiovarainministerille Sauli Niinistölle sisältävät enemmän vakuuttelua kuin Kataiselle tai Heinäluomalle esitetyt kannanotot.

Katainen esittää kannanotoissaan kritiikkiä sekä yleisellä tasolla että kohdistuen sen tiettyyn henkilöön tai puolueeseen. Nimetessään kriittisen kannanoton kohteen on se toisinaan myös hallitus; onhan Kokoomus loppuvan vaalikauden oppositiopuolue. Katainen pitäne Sdp:tä puolueena ja Heinäluomaa henkilökohtaisesti pahempana tai tasavertaisempana kilpakumppanina kuin Keskustaa ja Vanhasta, sillä hän esittää kahdeksasta toiselle kilpailevalle puolueelle osoitetusta kannanotosta seitsemän Sdp:lle ja vain yhden Keskustalle. Katainen tuo toisinaan esiin myös perinteistä porvaripuolueiden ja sosiaalidemokraattien vastakkainasettelua, sillä hän kritisoi Sdp:n vaaliohjelmua huomattavasti enemmän kuin Keskustan.

Kataisen tapaan myös Heinäluoma tuntuu ajattelevan perinteisen oikeisto-vasemmisto-jaottelun mukaisesti, sillä hän korostaa kyseistä vastakkainasettelua melko usein kuten jo aiemmin tuli esiin. Heinäluoma esittää kannanotonsa usein vahvoilla sanakäänteillä, etenkin henkilökohtaisissa kannanotoissa. Heinäluoma kuitenkin perustelee kannanotonsa paremmin kuin Katainen, mikä kertoo hänellä olevan Kataista vankempia näkemyksiä asioista. Heinäluoma jää kuitenkin Vanhaseen nähden altavastaajaksi, sillä hänen kannanotonsa ovat usein kovin hyökkäviä. Heinäluoma myös esittää asiat pelkästään oman puolueensa näkökulmasta, kun taas Vanhanen ottaa usein yli puoluerajojen menevän lähestymistavan ajankohtaisiin asioihin. Tarkastelen seuraavassa luvussa ehdokkaiden esittämien kannanottojen perusteluja.

5.4 Argumentaation keinot ehdokkaiden kannanottojen perusteluissa

Luokittelen ja analysoin tässä luvussa ehdokkaiden kannanottojensa perusteluissa käyttämiä argumentaation keinoja. Lasken kannanoton perusteluiksi sen vakuuttavuuden lisäämiseksi tarkoitettua kannanottoa edeltävät tai seuraavat väittämät. Teen tuloksista havainnollistavia taulukoita, annan esimerkkejä käytetyistä argumentaation keinoista ja kommentoin niitä sanallisesti. Analysoin kannanottojen perusteluissa käytettyjä argumentaation keinoja ensimmäisen kerran tammikuussa 2008, ja tein tarkistusanalyysin helmikuussa 2008.

Esitän käytetyistä argumentaation keinoista esimerkkejä havainnollistaakseni analyysitapaa. Ehdokkailla on käytössään Jokisen (1999b: 132–155) tekemästä retoristen argumentaation keinojen luokittelusta kuusi: konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistaminen, argumentin faktuaalistaminen, numeerinen määrällistäminen, metaforat, rinnastukset sekä vasta-argumenttiin varautuminen. Olen muokannut luokkia aineistooni sopiviksi. Lisäksi taulukoinnissa on mukana kohta ”ei perusteluja”, sillä joissain tapauksissa kannanotto on esitetty ilman perusteluja.

Kaikki ehdokkaat varautuvat kannanoton jälkeen usein ensiksi mahdolliseen vasta-argumenttiin. Varauduttuaan mahdolliseen vasta-argumenttiin ehdokkaat tavallisesti perustelevat kannanottoaan vielä jollain muulla argumentaation keinolla. Vaikka ehdokkaat käyttävät vasta-argumenttiin varautumista yleisimmin jonkin muun keinon kanssa yhdessä, käsittelen myös vasta-argumenttiin varautumista omassa luvussaan, koska muutamassa tapauksessa Vanhanen ja Heinäluoma perustelevat kannanottonsa pelkästään varautumalla vasta-argumenttiin. Seuraavalla sivulla olevassa taulukossa 6 näkyy ehdokkaiden käyttämien argumentaation keinojen määrä ja jakautuminen kannanottojen perusteluissa.

Taulukko 6. Argumentaation keinot ehdokkaiden kannanottojen perusteluissa.

	Vanhanen	Katainen	Heinäluoma
Konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistaminen	12	5	
Argumentin faktuaalistaminen	8	4	5
Numeerinen määrällistäminen	3	1	
Metaforien käyttö			4
Rinnastukset	4		1
Vasta-argumenttiin varautuminen	15	4	10
Ei perusteluja		3	2
Yhteensä	42	18	22

Ehdokkaista Vanhanen perustelee kannanottojaan monipuolisimmin, sillä hän on käyttänyt 20 kannanoton perusteluissa argumentaation keinoja yhteensä 42 kertaa. Katainen on käyttänyt 13 kannanoton perusteluissa 18 ja Heinäluoma 16 kannanoton perusteluissa 22 kertaa argumentaation keinoja. Tarkastelen alaluvuissa 5.4.1–5.4.7 kannanottojen perusteluissa käytettyjä argumentaation keinoja kategorioittain.

5.4.1 Konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistaminen kannanottojen perusteluissa

Ehdokkaista Vanhanen ja Katainen käyttävät kannanottojen perusteluissa konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistamista. Keino on Kataisen perusteluissa yleisin ja Vanhasen perusteluissa toiseksi yleisin. Alla oleva postauksen osa on esimerkki analyysitavasta ja havainnollistus Vanhasen tyylistä esittää kannanotto, varautua sen jälkeen vasta-argumenttiin ja jatkaa perusteluja konsensuksen vahvistamisella:

(25.02.07) **Kannanotto:** ”...Muistutan nyt Jyrkiä kuitenkin siitä, että Suomi antoi kansainvälisen lupauksen luopua jalkaväkimiinoista siinä hallituksessa, jossa Kokoomus oli mukana. ...”

vasta-argumenttiin varautuminen: ”...Aikataulu oli kymmenen vuotta nopeampi. Kyseinen hallitus ei varannut enempää aikaa kuin euroakaan erillisrahoitusta korvata jalkaväkimiinat uusilla aseilla...”

Konsensuksella vahvistaminen: ”...Kun hallitukseni aloitti asetimme puolustusministeri Seppo Kääriäisen kanssa tavoitteeksi saada järkeä tähän päätökseen. Lykkäsimme uudessa selonteossa luopumisaikataulua tuntuvasti ja varasimme korvaaviin aseisiin rahat. ...”

Alla oleva esimerkki on Havainnollistus Kataisen tavasta varautua vasta-argumenttiin ja käyttää konsensusta kannanoton vahvistamisessa:

(11.03.07) **Kannanotto:** ”Lausuin eilen julkisesti sen huolen, että äänestäjiä ollaan jälleen kerran johtamassa harhaan punamultapuolueiden suunnalta. Voit lukea eilisen kannanottoni täältä nettisivuilta, en ryhdy sitä tässä toistamaan. Luin SDP:n ja Keskustan ohjelmia. Molemmat ovat niin ympäröiväisesti kaikille kaikkea lupailevia, etteivät puolueet pysty kertomillaan summilla niitä toteuttamaan.

Vasta-argumenttiin varautuminen: Aina joku petetään. Kokoomus on taas ohjelmassaan kertonut konkreettisesti mitä, ja kuinka paljon, teemme sekä paljonko kokonaisuus maksaa.

Konsensuksella vahvistaminen: Sen mitä lupaamme, myös pidämme. Emme ole sellaisessa hallituksessa, joka ei niitä toteuta.”

Puoluetasolla esittämiensä kannanottojen jälkeen Katainen muiden ehdokkaiden tapaan varautuu yleensä ensiksi vasta-argumenttiin ja perustelee kantaansa lisäksi jollain muulla retorisella keinolla. Katainen ottaa usein kantaa puolueensa näkökulmasta käyttäen argumentaation vahvistuksena me-retoriikkaa. Heinäluoma on ehdokkaista ainoa, joka ei käytä konsensuksella tai asiantuntijalausunnolla vahvistamista kannanottojensa perusteluissa. Seuraavassa luvussa tarkastelen argumentin faktuaalistamisen käyttöä kannanoton perusteluissa.

5.4.2 Argumentin faktuaalistaminen kannanottojen perusteluissa

Argumentin faktuaalistaminen on kaikilla ehdokkailla toiseksi tai kolmanneksi yleisin keino kannanottojen perusteluissa. Alla oleva esimerkki on havainnollistus Vanhasen tavasta faktuaalistaa argumenttia:

(29.01.07) **Kannanotto:** ”Ajattelin lähettää television "myytinmurtajat" sarjaan Kokoomuksen sitkeästi viljelemän väitteen hallituksen "tempputyöllistämisestä". Selvästi parantuneet työllisyysluvut ovat nostattaneet opposition puolelta syytökset "tempputyöllistämisestä”.

Argumentin faktuaalistaminen: ” Kokoomuksen ollessa hallituksessa tukityöpaikkoja oli enemmän valtiolla ja kunnissa, nykypäivän aikana tukityöpaikkojen painopistettä on siirretty yksityisen sektorin työpaikkoihin. Minusta kehitys on viety oikeaan suuntaan. Työmarkkinatuen työharjoittelussa olevien määrä on noussut 9400 tasolta 12 000:en, mutta sitä tavoiteltiin.”

Alla oleva esimerkki on havainnollistus Kataisen tyylistä käyttää argumentin faktuaalistamista:

(11.03.07) **Kannanotto:** ”En jaksakaan ihmettelemästä sitä, kuinka demarit aina vaalien alla laittavat palvelut ja verot vastakkain.”

Vasta-argumenttiin varautuminen: ”...Kaikkihan me haluamme kehittää hyvinvointipalveluja. Me vain haluamme sanoa suoraan, että oikein kohdennetuilla veroratkaisuilla voimme saada aikaan parempaa työllisyyttä ja lisätä yrittäjyyttä. Nämä ovat ne aidot keinot, joilla voimme luoda myös huomisen hyvinvointipalvelujen ja toimeentulon rahoituksen...”

Argumentin faktuaalistaminen: ”...Verotus on väline paitsi verotulojen keräämiseksi, myös hyvinvoinnin kasvun synnyttämiseksi. Sellaisia veronkevennyksiä ei pidä tehdä, jotka johtavat huonompaan. Mutta myöskään sellaisia veronkevennyksiä ei pidä jättää tekemättä, jotka johtavat parempaan.”

Alla oleva esimerkki on Heinäluoman tavasta faktuaalista argumenttia:

(07.02.07) **Kannanotto:** ”Pääministeri Matti Vanhanen tuli heti aamun uutisissa demarin kimppuun. Ei tuntunut ihan rehdiltä eikä oikeudenmukaiselta. Keskustelu on sinällään tervetullut, sillä puolueiden vaaliohjelmien erot alkavat käydä esille.”

Vasta-argumenttiin varautuminen: ”Sosialidemokraatit haluavat voimakkaita työllisyyspanostuksia, mutta myös palveluiden parantamista sekä ympäristöstä huolehtimista.”

Argumentin faktuaalistaminen: Vanhustenhoito ja terveydenhoito vaativat lisää hoitajia eikä tämä ole mahdollista ilman rahaa...”

Vanhanen faktuaalista argumentteja kuvailemalla esimerkiksi kuluneella vaalikaudella tapahtuneita tosiasioita tai esittämällä konkreettisia toimenpide-ehdotuksia. Katainen taas faktuaalista argumenttia ihanteellisilla totuuksilla, joissa ei ole kytköstä arkitodellisuuteen tai konkreettisiin ratkaisuihin. Kataisen tosiasiapuhetta on siksi hankala vastustaa. Myös Heinäluoma faktuaalista argumenttia ihanteellisilla tavoitteilla, vaikkakin hänen väitteensä koskettavat hieman konkreettisempia asioita kuin Kataisen. Vanhanen on ehdokkaista ainoa, joka esittää todellisia tosiasioihin pohjautuvia perusteluja kannanottoihinsa. Seuraavassa luvussa tarkastelen numeerista määrällistämistä kannanottojen perusteluissa.

5.4.3 Numeerinen määrällistäminen kannanottojen perusteluissa

Ehdokkaista Vanhanen ja Katainen käyttävät numeerista määrällistämistä argumentaation vahvistamisessa. Alla on esimerkki Vanhasen tavasta määrällistää numeroilla:

(28.02.07) **Kannanotto:** ”Kataisen ja Heinäluoman vasta-argumenteista ei jäänyt asiantuntijakommentit lukemalla mitään jäljelle.”

Numeerinen määrällistäminen: ”Iltasanomien faktalaatikossa on hyvä taulukko lämmityksen jakaumasta: maakaasu 33 %, kivihiili 29 %, turve 19 %, puu 11 % ja jätteet 4 %. Taulukko kertoo sen, että maailman metsävaltaisimmassa maassa pitää metsähakkeen paremmasta energiakäytöstä puhua suurin kirjaimin.”

Alla oleva esimerkki on Kataisen tavasta käyttää numeerista määrällistämistä:

(13.03.07) **Kannanotto:** ”Demarit siis pyrkivät määrittelemään sen mitä kilpailijat ovat.”

Numeerinen määrällistäminen: ”Kokoomus on ainoa, joka on hintalaputtanut tarkalleen jokaisen lupauksensa. Siksi ne on helppo laskea yhteen. Vaaliohjelmassa erikseen suomalaisille luvatut lisäykset palveluihin ja tulonsiirtoihin ovat 1mrd. Näihin kuuluvat esimerkiksi hallituskysymyksiksi nostamamme lupaukset: eläkeläisten verotuksen laskeminen palkansaajien tasalle, sekä kansaneläkkeen ylimääräinen 20 euron korotus, opintorahan 15% ja opiskelijoiden tulojen 20% korotukset, sekä lapsilisten kasvun sitomisen elinkustannusindeksiin ja yksinhuoltajakorotuksen nostamisen 30%:lla 45 euroon...”

Vanhanen ja Katainen esittävät argumentin vahvistamiseksi tarkkoja prosentteja ja lukuja. Jos numeerinen määrällistäminen perustuu tutkittuun tietoon tai tosiasioihin kuten edellä mainituissa esimerkeissä, on numeerinen määrällistäminen vakuuttava argumentaation keino. Seuraavassa luvussa tarkastelen metaforien käyttöä kannanottojen perusteluissa.

5.4.4 Metaforien käyttö kannanottojen perusteluissa

Heinäluoma on ehdokkaista ainoa, joka käyttää metaforia selkeästi kannanottojensa vahvistamiseen. Alla oleva esimerkki on havainnollistus Heinäluoman tavasta käyttää metaforaa argumentin vahvistamisessa:

(02.02) **Kannanotto:** ”Kokoomus voitti veropolitiikan huutokaupan suurimmilla alennuslupauksilla, mutta huonoja eivät olleet muutkaan...”

Metafora: ”Miljardeja tuli ja meni iloisessa ilotulituksessa.”

Vasta-argumenttiin varautuminen: ”Tähän huutokauppaan en todellakaan halua lähteä. Ennen verolupauksia pitäisi katsoa, mitkä ovat esim. terveydenhoidon ja vanhustenhoidon tarpeet.”

Argumentin faktuaalistaminen: ”Tosiasia on, että ikäihmisten palveluissa ja vanhustenhoidossa mitataan ihmisyytemme mitta - ei verolupauksissa...”

Heinäluoman tapaan myös Katainen käyttää toisinaan metaforia vahvistaakseen argumentointiaan. Hän kuitenkin esittää metaforia sellaisten kannanottojen yhteydessä, joita ei ole osoittanut kenellekään nimetylle henkilölle tai puolueelle. Ehdokkaista Vanhanen käyttää kielikuvia hyvin vähän, ja varsinkin kannanottojen perusteluissa hän pitäytyy tosiasiallisessa puheessa. Seuraavassa luvussa tarkastelen rinnastusten käyttöä kannanottojen perusteluissa.

5.4.5 Rinnastukset kannanottojen perusteluissa

Vanhanen käyttää rinnastuksia muutaman kerran, Heinäluoma kerran ja Katainen ei laisinkaan. Alla on esimerkki Vanhasen tavasta käyttää rinnastusta kannanoton perusteluissa:

(28.02.07) **Kannanotto:** ”Katainen ei muista sitä yksinkertaista tosiasiaa, että puuenergiaksi käytetään metsähaketta – ei kuitupuuta eikä sahaukseen kelpaavaa. SDP:n Heinäluoma toteaa, että puu pitäisi saada 25 kilometrin etäisyydeltä jotta se kannattaisi ja että hakkeen tuonti johtaisi valtavaan rekkaralliin Helsingissä.”

Asiantuntijalausunnolla vahvistaminen: ”Samassa lehdessä VTT:n asiantuntija toteaa, että hake pitäisi saada 100 kilometrin säteeltä ja Fortumin edustaja toteaa, että Tukholmassa hake aiotaan tuoda rautateitä ja vesikuljetuksia hyödyntämällä.”

Rinnastus: ”Oman käsitykseni mukaan Tukholman tulevan 25 %:n tavoitteessa olisi Helsingin kohdalla jo paljon tekemistä. Lisäksi Tukholmahan tuottaa parhaimmillaan 20 %:n lämmöstä merilämmöllä.”

Alla on esimerkki Heinäluoman tavasta käyttää rinnastusta argumentin vahvistamisessa:

(11.03.07) **Kannanotto:** ”Katainen asetti päivällä "kovia" reunaehdot hallitusneuvotteluihin.”

Rinnastus: ”Tarkemmin katsottuani huomasin, että nämä ehdot olivat suurelta osin sellaisia, että ne vastaavat SDP:n ja mahdollisesti myös keskustankin ehdotuksia.”

Vanhasen rinnastus ei liity vaalikampanjointiin, kuten eivät yleensä liity muutkaan hänen perustelunsa. Heinäluoma puolestaan rinnastaa kolme kilpailevaa puoluetta. Esimerkit ilmentävät ehdokkaiden keskinäistä kilpailuasetelmaa, jossa Vanhanen suurimmaksi osaksi pysyttelee kilpailuasetelman ulkopuolella ja Heinäluoma taas tuo kilpailuasetelmaa useasti esiin. Seuraavassa luvussa tarkastelen vasta-argumenttiin varautumista kannanottojen perusteluissa.

5.4.6 Vasta-argumenttiin varautuminen kannanottojen perusteluissa

Kaikki ehdokkaat varautuvat mahdolliseen vasta-argumenttiin lähes aina kannanoton yhteydessä. Vanhasella ja Heinäluomalla vasta-argumenttiin varautumien on yleisin keino kannanottojen perusteluissa. Myös Katainen käyttää sitä melko usein, mutta se ei ole hänen argumentaatioissaan yleisin keino. Vanhanen ja Heinäluoma eivät joissain tapauksissa perustele kannanottoaan muulla keinolla kuin vasta-argumenttiin varautumisella. Alla on esimerkki Vanhasen kannanotosta, jossa ainoana perusteluna on vasta-argumenttiin varautuminen:

(31.03.07) **Kannanotto:** ”Palkansaajajärjestöjen järjestämässä veropaneelissa yllätys oli, että Kokoomuksen Jyrki Katainen ilmoitti kannattavansa ns. ryhmäkanneoikeutta.”

Vasta-argumenttiin varautuminen: ”Asia oli tälläkin vaalikaudella pitkään kiistan koteena, mutta hallitus ei asiasta esitystä antanut. Keskusta ei ole suostunut siihen. Vihreät ja vasemmistopuolueet ovat kannattaneet perinteisesti ajatusta. Muutoin keskustelu sujui yllätyksetöntä tietä...”

Alla on esimerkki Heinäluoman kannanotosta, jossa ainoa perustelu on vasta-argumenttiin varautuminen:

(07.02.07) **Kannanotto:** ”Keskustan ohjelma sisältää mittavat lupaukset, mutta Vanhasen ilmoitus 1,5, miljardin euron jakovarasta kertoo aivan muuta. Lupaukset ja talousraamit näyttävät kirjoitetun eri pöydissä. Näin keskusta tulee pettäneeksi vaalilupauksensa jo ennen vaaleja.

Vasta-argumenttiin varautuminen: ”...Niin ylitsepursuavasti siinä on tavoitteita, joihin ei näytä olevan varattu rahoitusta. Kaikkien puolueiden

pitäisi nyt löysien puheiden sijaan esittää myös rahoitus lupauksilleen. Silloin joudutaan tekemään niitä kuuluisia arvovalintoja...”

Varautuessaan mahdolliseen vasta-argumenttiin Katainen käyttää lisäksi aina jotain muuta argumentaation keinoa. Joskus Katainen ei kuitenkaan perustele kannanottoaan lainkaan. Tarkastelen seuraavassa luvussa kannanottoja, joita ei ole perusteltu.

5.4.7 Ilman perusteluja esitetyt kannanotot

Ehdokkaista Katainen ja Heinäluoma jättävät silloin tällöin kannanotonsa perustelematta. Alla on esimerkki Kataisen kannanotosta ilman perusteluja:

(27.02.) **Kannanotto:** ”Järjestimme maanantaina demarien kanssa seminaarin, jossa puhuimme puolueitamme yhdistävistä ja erottavista tekijöistä. Yhdistäviä asioita löytyi, mutta erottavia vielä enemmän.”

Ei perusteluja.

Alla on esimerkki Heinäluoman kannanotosta ilman perusteluja:

(14.01.07) **Kannanotto:** ”Kokoomus tuntui pahastuneen siitä, että SAK:n ja STTK:n sosialidemokraatteja oli keskiviikkona liikkeellä. Niinpä. Kiva olisi, jos sosialidemokraatit eivät tekisi vaalityötä ollenkaan. Olisi kokoomuksellekin pärjääminen helpompaa.”

Ei perusteluja.

Ehdokkaista Vanhanen on ainoa, joka ei esitä kannanottoja perustelematta niitä. Katainen ja Heinäluoma esittävät edellä mainituissa kannanotoissa vahvoja mielipiteitä, mutta eivät perustele niitä niin, että kannanotto olisi vakuuttava tai vaikuttaisi tosiasialliselta. Seuraavassa luvussa vertailen ehdokkaiden kannanottoja toisiinsa.

5.4.8 Huomioita ja yhteenvetoa kannanottojen perusteluista

Kokoomuksen Katainen ja Sdp:n Heinäluoma ottavat kantaa yleensä puolueensa näkökulmasta käsin, eivätkä esitä kannanottoja esimerkiksi henkilökohtaisina mielipiteinä missään vaiheessa. Ainoastaan Keskustan Vanhanen esittää kannanoton joskus omasta, ei Keskusta-puolueen näkökulmasta käsin:

(26.02.07) ”...Minun kokemukseni vanhempainoiminnasta on ollut se, että totta kai vanhemmatkin tajuavat sen, että ei kaikilla perheillä ole mahdollisuutta maksaa osallistumismaksuja... Tämä kaikki on mielestäni saatu sujumaan melko mutkattomasti ilman ongelmia...”

Heinäluoma ja Katainen esittävät useassa postauksessa, kuinka puolueiden erot alkavat tulla esiin, mutta he eivät välttämättä tarkenna näitä eroja, vaan selventävät ainoastaan oman puolueensa tavoitteita tai jättävät perustelut kokonaan pois:

Heinäluoma (08.02.07) ”SDP:n ja porvaripuolueiden erot tulivat nekin näkyviin. Sosiaalidemokraatit haluaisivat nyt panostaa hyvinvointimme aukkopaiikkojen poistamiseen. Puhuin erityisesti vanhustenhoidon kuntoon laittamisesta...”

Katainen (27.02.07) ”Järjestimme maanantaina demarien kanssa seminaarin, jossa puhuimme puolueitamme yhdistävistä ja erottavista tekijöistä. Yhdistäviä asioita löytyi, mutta erottavia vielä enemmän.”

Vanhanen perustelee näkemyksensä, jos hän ottaa kantaa puolueiden välisiin näkemyseroihin:

Vanhanen (24.01.07) ”... Perintö- ja lahjaveron kohdalla eroja jo on. Veroonhan ei ole tehty varmaan kahteenkymmeneen vuoteen edes inflaatiotarkistusta. Lipposen I hallitus kiristi perintöveroa jonkin verran, mutta muuten se on jäänyt ajasta jälkeen... Varsinkin Kokoomus kiertelee tämän kysymyksen kanssa ja SDP:llä on samaa vikaa...”

Puolueiden ollessa samoilla linjoilla kampanjan kannalta olennaisesta asiasta kaikki ehdokkaat pyrkivät kääntämään asetelman omalle puolueelle edulliseksi:

Vanhanen (14.03.07) ”...Heinäluoma totesi kuulleni ensimmäistä kertaa, että Sdp kannattaa kansaneläkkeiden nostamista... Kun kokoomuskin taipui kannallemme jo noin kuukausi sitten alkaa varmistua se, että...”

Katainen (15.02.07) ”Keskustan mielestä tuloveron alennuksista päätetään tupon yhteydessä. Juuri näin. Näinhän myös Kokoomus on ilmoittanut. Olemme vain ennakoineet tämänkin kohdan ensi vaalikauden jakovarasta ja kertoneet siitä suoraan toisin kuin keskusta ja sdp.”

Heinäluoma (11.03.07) ”Katainen asetti päivällä "kovia" reunaehtoja hallitusneuvotteluihin. Tarkemmin katsottuani huomasin, että nämä ehdot olivat suurelta osin sellaisia, että ne vastaavat SDP:n ja mahdollisesti myös keskustankin ehdotuksia. Tällaisiin kynnyskysymyksiin kuuluvat mm. kansaneläkkeiden nostaminen, eläkeläisten verotuksen... Saas nähdä, mitä muita sosialidemokraattien tavoitteita Katainen ehtii pitämään kynnyskysymyksinä ennen kuin vaalit on pidetty.”

Kannanottojen esittäjänä Vanhanen on uskottava, koska hän useimmiten taustoittaa sekä kannanottonsa että vasta-argumenttinsa, sekä viittaa kannanottojen perusteluissa konkreettisiin asioihin ja ratkaisuihin mitä etenkin Katainen ei välttämättä tee. Katainen on lisäksi niin idealistinen ajatuksissaan, että hänen kannanotoillaan ei aina ole kosketusta todellisuuteen ja käytännön ratkaisuihin. Kataisen idealistisuus vähentää kannanottojen vakuuttavuutta ja hänen uskottavuuttaan poliitikkona. Heinäluoma perustelee Vanhasen tapaan kannanottonsa yleensä melko laajasti, vaikka ei taustoitakaan niitä yhtä syvästi kuin Vanhanen. Heinäluoman tyyli on lisäksi usein niin syyttävä ja hyökkäävä, että kokemuksellakin esitettyihin kannanottoihin jää altavastaajan kaiku.

Kataisella ja Heinäluomalla on keskenään samansuuntainen tapa esittää kannanottoja usein melko jyrkästi ja aggressiivisesti, oman puolueen näkökantoja korostaen. Heillä tuntuu olevan Vanhasta suurempi tarve vakuutella omaa asiantuntemustaan. Vanhanen puolestaan esittää kannanottonsa suurimmaksi osaksi maltillisesti opettajamaisella ja ohjaavalla äänensävyllä. Hän ei ota esiin puolueensa näkökulmaa yhtä usein kuin kilpakumppaninsa, mikä kertoo hänen tavastaan pohtia ratkaisuja yli puoluerajojen

kuten aiemmin tuli esiin. Seuraavassa luvussa teen yhteenvetoa pääministeriehdokkaiden blogeista ja kannanotoista.

5.5 Yhteenvetoa ja huomioita pääministeriehdokkaiden blogeista

Vanhanen on bloggaajana asiallinen ja itsevarma, sillä hän keskittyy kampanjabloggauksessaan asiakysymyksiin lähtemättä mukaan kilpakumppaneiden hyökkäävään tyyliin. Vanhanen on asiallinen ja perusteellinen myös kannanottajana, sillä hänen perustelunsa ovat useimmiten pitkiä, ja hän käyttää yleensä enemmän kuin yhtä keinoa kannanottonsa perusteluissa. Vanhanen perustelee esittämiään kannanottoja yleensä laajoista näkökulmista, ja hänen tyyliinsä esittää perusteluja on pääosin asiallinen. Kilpakumppaneiden esittämiin kannanottoihin Vanhanen saattaa kuitenkin joskus esittää vasta-argumentin kärjistäen puolueiden vastakkainasettelua: (25.02.07) ”...Tässä asiassa Kokoomus nukkui silloin kun päätöksiä tehtiin sen omassa hallituksessa ja Keskusta sai vastuulleen vääntää päätöksen edes jotenkin järkeväksi...” Puolueiden vastakkainasettelu on kuitenkin poikkeuksellista Vanhasen argumentaatioissa.

Katainen on bloggaajana ja poliitikkona ehdokkaista epävarmin, sillä hän on jatkuvasti puolustuskannalla, ja esittää melko usein kriittisiä kannanottoja suhteessa vähäiseen postaustensa määrään. Katainen käyttää kannanottojen perusteluina usein tosiasiapuhetta sekä konsensuksella vahvistamista, joilla hän ikään kuin pyrkii vetoamaan lukijan oikeellisuuden ja totuudellisuuden tajuun. Katainen käyttää kannanotoissaan usein vahvoja ilmaisuja, mutta ei aina esitä perusteluja vahvoille kannanottoilleen. Kataisen tapa kritisoida perusteettomasti osoittaa hänen olevan hieman kokemattomampi poliitikko kilpaileviin pääministeriehdokkaisiin verrattuna.

Myös Heinäluoma esittää kilpaileville puolueille usein hyökkääviä ja jyrkkiä kannanottoja. Hän kuitenkin yleensä perustelee ne vakuuttavasti niin, että perusteluista

huokuu hänen pitkä kokemuksensa poliitikkona toimimisesta. Hänen hyökkäävä tyyliinsä kuitenkin heikentää uskottavuutta ja vakuuttavuutta tarpeettomasti. Heinäluoma on bloggaajana Kataisen tapaan kriittinen ja hyökkäävä, mutta asioiden esittämisessä hänellä on Kataista varmempi ote.

Blogeista ja kannanotoista päätellen Vanhanen hallitsee kolmen ehdokkaan kilpailuasetelmaa maltillisella tiedolla, kun taas Katainen ja Heinäluoma ovat Vanhaseen nähden altavastaajan asemassa. Heinäluoma ja Katainen pitävät toisiaan pahimpina kilpailijoinaan, sillä he osoittavat syyttävistä kannanotoista suurimman osan toistensa puolueille. Keskusta ja Vanhanen jäävät ikään kuin tämän kaksintaistelun yläpuolelle. Seuraavassa luvussa teen päätelmiä analyysin tuloksista ja pohdin tutkimustani kokonaisuutena.

6 PÄÄTELMIÄ

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka blogi toimii vaalikampanjaviestinnän välineenä. Tarkastelukohteina olivat vuoden 2007 eduskuntavaalien pääministeriehdokkaiden vaalikampanjan aikaiset blogikirjoitukset ja vaalikampanjointiin liittyvä argumentaatio ehdokkaiden blogeissa. Tarkastelin ehdokkaiden käsittelemiä aiheita, blogeissa esitettyjä suoria kannanottoja ja kannanottojen vakuuttavuuden lisäämiseksi esitettyjä argumentaation keinoja selvittääkseni ehdokkaiden bloggauksen tarkoitusta, blogeissa käytyä vaalikampanjointia ja ehdokkaiden keskinäistä kilpailuasetelmaa. Ehdokkaiden esittämiä kannanottoja analysoimalla tarkastelin, näkyikö ja kuinka politiikan henkilöityminen ja pääministerikisan hiipuminen ehdokkaiden blogikirjoituksissa. Tutkimusaineisto koostui pääministeriehdokkaiden eli kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien tammi-, helmi-, ja maaliskuun aikana kirjoittamista postauksista.

Jaottelin ehdokkaiden käsittelemät aiheet asiakysymysten, kilpailuasetelmakysymysten ja muiden kysymysten luokkiin. Luokittelu perustui Auran (2000) vaaliagendojen analyysissa käyttämään koodauskehukseen. Tarkastelin lisäksi ehdokkaiden blogeissa esittämiä suoria kannanottoja, jotka jaottelin henkilökohtaisesti osoitettuihin sekä molemmille puolueille että toiselle puolueelle osoitettuihin kannanottoihin. Analysoin myös ehdokkaiden esittämien kannanottojen perustelut Jokisen (1999b: 132–155) argumentaation keinojen jaottelun pohjalta muokkaamani luokituksen avulla.

Keskustan puheenjohtaja Matti Vanhanen käsitteli blogissaan eniten asiakysymyksiä. Kokoomuksen puheenjohtaja Jyrki Katainen ja Sdp:n puheenjohtaja Eero Heinäluoma puolestaan käsitelivät blogeissaan eniten kilpailuasetelmakysymyksiä. Asiakysymyksiä käsitellessään puolueet esittivät usein samansuuntaisia kannanottoja asiakysymyksiin, mikä on Auran (2000: 98) mukaan tyypillistä viime vuosien vaalikampanjoinnille.

Ehdokkaat esittivät kannanottoja suurimmaksi osaksi puoluetasolla. Kokoomuksen Katainen kohdisti puoluetasolla esitetyt kannanotot suurimmaksi osaksi Sdp:lle. Myös Heinäluoma kohdisti kriittisiä kannanottoja enemmän Kokoomukselle kuin Keskustalle. Katainen ja Heinäluoma osoittivat henkilökohtaiset kannanotot Vanhaselle useimmiten silloin, kun Vanhanen oli ensin esittänyt henkilökohtaisen kannanoton. Vanhanen osoitti henkilökohtaisista kannanotoista suurimman osan Kokoomuksen Kataiselle. Puoluetasolla esitetyistä kannanotoista hän kohdisti hieman enemmän Sdp:lle kuin Kokoomukselle, kritisoiden kuitenkin melko tasaisesti molempia puolueita.

Ehdokkaat varautuivat kannanottojen perusteluissa eniten vasta-argumenttiin, vahvistivat argumentteja tosiasioilla tai pyrkivät saamaan argumentille vakuuttavuutta konsensuksen avulla tai lainaamalla asiantuntijan esittämää lausuntoa. Ilman perusteluja kannanotto jää helposti epäuskottavaksi, ja etenkin vaalikampanjan aikana poliitikon ei olettaisi esittävän perusteettomia kannanottoja. Silti Kokoomuksen Katainen ja Sdp:n Heinäluoma eivät aina esittäneet kannanottoihinsa perusteluja.

Auran (2000) vaaliagendojen analyysissä käyttämä koodauskehys toimi pääministeriehdokkaiden blogien sisältöjen luokittelussa melko hyvin, sillä ehdokkaat käsittelivät blogeissaan suurimmaksi osaksi vaaleihin liittyviä asiakysymyksiä ja kilpailuasetelmäkysymyksiä. Puutteita koodauskehysten toimivuudessa aiheutti se, että blogit eroavat tutkimusaineistona vaaliohjelmista melko paljon. Toisin kuin puolueiden vaaliohjelmissä blogissa tulee esiin ehdokkaan persoonallisuus ja henkilökohtainen tyyli esittää asioita, siksi toin analyysissä esiin myös varsinaisten analyysimenetelmien ulkopuolelle jääneitä huomioita ja seikkoja. Kannanottojen tarkastelu oli tutkimuksen tavoitteen kannalta hyödyllistä, sillä suoria kannanottoja tutkimalla selvisi olennaisia asioita pääministeriehdokkaiden keskinäisestä kilpailuasetelmasta, pääministerikisasta ja politiikan henkilöitymisestä. Kannanottojen perusteluissa käyttämäni argumentaation keinojen luokittelu jätti tulkinnalle runsaasti sijaa, sillä Jokisen (1999) luokittelu on melko väljä ja se on tarkoitettu monenlaisen argumentaation analyysiin. Argumentaation keinot sopivat kuitenkin kannanottojen analyysiin, sillä pääministeriehdokkaat

argumentoivat kampanjoinnissaan runsaasti ja käyttivät vakuuttavuuden lisäämiseen pyrkiviä keinoja argumenteissaan.

Simon (2002: 166–168) esittää, että ehdokkaan on järkevää välttää vuorokeskustelua vastaehdokkaiden kanssa, mutta kannanottojen määrä on etenkin tunnettujen poliitikkojen vaalikampanjoissa kuitenkin yleensä suuri. Lisäksi Simon (2002: 166) esittää, että yhtäläisessä asemassa olevat ehdokkaat osoittavat yleensä runsaasti kannanottoja toisilleen. Otoksessani ehdokkaiden esittämien suorien kannanottojen määrä oli suuri, mikä kertoo siitä, että suuren puolueen puheenjohtajan asema on merkittävä, kun puoluetta pyritään johtamaan vaalivoittoon.

Ehdokkaiden esittämistä kannanotoista voi päätellä myös sen, että kolmen pääministeriehdokkaan keskinäinen asetelma ei ole tasavahva. Kokoomuksen Katainen ja Sdp:n Heinäluoma esittivät eniten toisilleen suunnattuja kannanottoja vaalikampanjan kilpailuasetelmaan liittyen, joten he ovat keskenään samankaltaisessa asemassa. Vanhanen oli Kataista ja Heinäluomaa enemmän omassa rauhassaan. Myös Vanhanen oli vahvimasta asemastaan huolimatta jossain määrin mukana ehdokkaiden välisessä vuorokeskustelussa. Kaikilla ehdokkailla oli toisilleen ja toistensa puolueille suunnattuja kannanottoja siinä määrin, että kolmen suurimman puolueen puheenjohtajat pitivät selkeästi toisiaan pahimpina kilpailijoinaan, kun tavoitteena oli pääministerin salkku. Muut eduskuntavaaliehdokkaat jäivät pääministeriehdokkaiden bloggauksessa muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta lähes kokonaan rauhaan.

Vanhanen oli ehdokkaista jo lähtökohtaisesti vahvimmassa asemassa, koska hän on istuva pääministeri ja eduskunnan suurimman ryhmän puheenjohtaja. Kaksi muuta pääministeriehdokasta olivat hänelle kuitenkin todellisia uhkia, sillä puolueiden kannatukset olivat koko vaalikampanjan ajan melko lähellä toisiaan. Vanhasen asemasta vahvempana ja kokoneempana poliittikkona kertoo kuitenkin esimerkiksi se, että Vanhanen keskittyi blogissaan pääasiassa asiakysymyksiin pohtien ratkaisuja ajankohtaisiin

ongelmiin koko kansakunnan näkökulmasta sivuuttaen puolueiden perinteisen vastakkainasettelun. Kataisen ja Heinäluoman heikommasta asemasta kertoo se, että he pyrkivät lähinnä vahvistamaan puolueidensa asemaa ja keskittyivät blogeissaan puolueiden vaaliohjelmiin ja vaalikampanjan mukaiseen kilpailuasetelmaan.

Ehdokkaista Vanhanen kävi blogissaan toisinaan vuorokeskustelua myös muiden kuin toisten pääministeriehdokkaiden kanssa. Vanhanen joutui esittämään vasta-argumentteja esimerkiksi Kokoomuksen entisen valtiovarainministerin Sauli Niinistön ja Sdp:n entisen pääministerin Paavo Lipposen esittämiin kriittisiin kannanottoihin. Näissä vasta-argumenteissa Vanhasen asema suhteessa kannanoton esittäjään ei ollut yhtä vahva kuin suhteessa varsinaisiin kilpaileviin pääministeriehdokkaisiin. Henkilökohtaisesti politiikona Vanhasen todellisia haastajia ovat mieluummin entiset arvostetut poliitikot kuin eduskuntavaalien kilpailevat pääministeriehdokkaat. Kokoomuksen Katainen ja Sdp:n Heinäluoma olivat Vanhasen haastajia lähinnä siksi, että koko puolueen kannatus ratkaisee käytännössä sen, kenestä tulee pääministeri.

Myös Perna (2007) on samoilla linjoilla kolmen pääministeriehdokkaan keskinäisestä asetelmasta. Hän esittää, että kolmen suurimman puolueen vaalikamppailussa istuvalla pääministerillä on suuri etu puolellaan, koska lähes neljän vuoden pääministerikauden ja vastikään päättyneen EU-puheenjohtajuuden ansiosta Vanhanen on niin hyvin perillä maan ja maailman asioista, että häntä on huomattavan vaikeaa haastaa vaalikeskusteluissa. Todellinen pääministerin ja hänen johtamansa hallituksen politiikan haastaminen on senkin takia olematonta, että toiseksi suurimman puolueen johtaja eli Sdp:n Heinäluoma on ollut samassa hallituksessa tekemässä samaa onnistuneena pidettyä politiikkaa, ja monet päättyvän vaalikauden suurimmista ministerin salkuista ovat olleet sosiaalidemokraattien hallussa.

Heinäluoman oli Pernaan (2007) mukaan siksi vaikeaa haastaa Vanhasta, koska hän itse asiassa vastaa vaalikamppailussa virkansa puolesta sosiaalidemokraattivetoisesta

hallituspolitiikasta. Haastaminen on hallituksen sisältä hankalaa, mutta hankalaa se on oppositioistakin käsin, koska maan asioita on monien kriteerien mukaan hoidettu viime vuosina hyvin. Erityisen vaikeaksi haastamisen oppositiojohtaja Jyrki Kataiselle tekee sisäpiiritieto ja kokemus, jota hallituksessa oleminen on tuonut Vanhaselle ja Heinäluomalle. Siksi esimerkiksi television vaalitentteissä Katainen paikoitellen esittää kritiikkiä kilpakumppaneilleen, mutta ne jäävät faktojen puuttuessa ilmaan. (Pernaa 2007.) Opposition ja hallituksen vastakkainasettelu tuli kannanotoissa toisinaan esiin lähinnä oppositiojohtaja Kataisen toimesta.

Johdannossa oli esillä Uosukaisen (2007) näkemyksiä siitä, että vuoden 2007 eduskuntavaaleissa politiikan henkilöityminen ei jatkunut ja pääministerivaalit hiipuivat, koska pääministeriehdokkaissa ei ehkä ollut riittävästi voittajakarismaa. Tutkimukseni vahvisti Uosukaisen näkemystä, sillä henkilöityminen ei myöskään pääministeriehdokkaiden blogiargumentaatiosta tehtyjen johtopäätösten perusteella jatkunut, koska pääministeriehdokkaiden kannanotot eivät nostaneet heidän persooniaan millään tavalla esille. Varsinkin kokoomuksen Katainen ja Sdp:n Heinäluoma pitäytyivät puoluekeskeisessä argumentoinnissa. Keskustan Vanhanen nousi kolmesta ehdokkaasta jossain määrin henkilöityneeksi poliitikoksi esittäessään mielipiteitä silloin tällöin omissa nimissään, käydessään vuorokeskustelua muiden tunnettujen poliitikkojen kanssa ja pohtiessaan asioita yli puoluerajojen.

Pääministeriehdokkaiden kampanjoinnin puoluekeskeisyys johtui todennäköisesti osittain myös siitä, että puolueen kokonaiskannatus pääministerin valinnassa on ratkaiseva. Vaikka henkilöityminen ei tutkimukseni mukaan jatkunut vuoden 2007 eduskuntavaaleissa eivätkä pääministeriehdokkaiden persoonat nousseet puoluekeskeisen kampanjoinnin ohi, oli kampanjaintensiteetti ehdokkaiden blogiargumentaatiossa suuri ja ehdokkaiden keskinäinen vuoropuhelu vilkasta, mikä kertoo siitä, että etenkin suurimpien puolueiden puheenjohtajat ovat joka tapauksessa merkittävässä asemassa ja tärkeitä poliitikkoja, vaikka eivät olisikaan valovoimaisia persoonallisuuksia.

Tutkimukseni onnistui kokonaisuudessaan melko hyvin, vaikka tutkimukselle asettamastani tavoitteesta johtuen analyysistä rajautui jossain määrin pois blogien tarjoamien mahdollisuuksien arviointi. Blogit voivat tutkimukseni tulosten perusteella toimia vaalikampanjaviestinnän välineenä oivallisesti, sillä niiden avulla ehdokkaalla on mahdollisuus ilman muiden tahojen kontrollointia ja subjektiivista tulkintaa tehdä kampanjointia haluamallaan tavalla. Blogissa ehdokkaalla on esimerkiksi mahdollisuus esittää perusteltuja näkemyksiä puolueen ajamiin asioihin liittyen, tarvittaessa parantaa omaa ja puolueen julkisuuskuvaa tai oikoa julkisuudessa tekemiään virheitä. Lisäksi blogissa on mahdollisuus tarvittaessa käydä vuorokeskustelua kilpailevien ehdokkaiden kanssa, vaikka vuorokeskustelua oman näkyvyyden nimissä olisikin syytä välttää. Tutkimukseni tulokset vahvistavat muun muassa Lawson-Borderin ym. (2005: 550) näkemystä siitä, että blogeissa on potentiaalia viestinnän kentän laajentamiseen, ja niiden avulla on mahdollista vähentää esimerkiksi median valtaa vaalikampanjoiden rakentamisessa.

Suomessa vuoden 2007 eduskuntavaaleissa bloggaus oli ehdokkaiden keskuudessa yleistä. Tutkimukseni tuloksia voi bloggauksen suosion perusteella yleistää niin, että blogien harkitulla käytöllä on mahdollista parantaa ja monipuolistaa vaalikampanjaviestintää. Jatkotutkimushaasteita blogien käytöstä vaalikampanjaviestinnän välineenä tarjoavat esimerkiksi kysymykset, onko ehdokkaiden bloggauksella vaikutusta äänestäjien ehdokasvalintoihin, tai ovatko blogit muuttaneet ihmisten mielipiteitä bloggaavista poliitikoista.

LÄHTEET

- Albrecht, Steffen, Lübcke, Maren & Rasco Hartig-Perschke (2007). *Weblog Campaigning in the German Bundestag Election 2005*. Social Science Computer Review, Volume 25 Number 4, Winter 2007. Sivut 504–520. Lainattu 12.02.2008: <http://ssc.sagepub.com/cgi/reprint/25/4/504>.
- Aristoteles (1997). *Retoriikka, Runousoppi*. Suomentanut Paavo Hohti, selitykset laatinut Juha Sihvola. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Aura, Vappu (2000). *Puolueiden ja joukkotiedotusvälineiden vaaliagenda eduskunta-vaaleissa*. Sivut 95–117. Teoksessa: Vaalista vaaliin. Vaalit, puolueet ja kansalaiset vuosituhatosen vaihteessa. Toim. Hellsten, Villiina, Martikainen, Tuomo & Kyösti Pekonen. Saarijärvi: Gummerus.
- Bimber, B. & Davis, R. (2003). *Campaigning online. The Internet in U.S. Elections*. New York: Oxford University Press.
- Bjørklund, Tor (1991). *Election Campaigns in Postwar Norway (1945-1989). From Party-controlled to Media-Driven Campaigns*. Scandinavian political studies 14:3. Sivut 279–301.
- Blogilista (2007). *Luettelo suomalaisista julkisista blogeista*. Lainattu 31.10.2007: <http://www.blogilista.fi/>.
- Blomstedt, Jan (2003). *Retoriikkaa epäilijöille*. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Carey, John (1976). *How Media Shape Campaigns*. Journal of Communication, vol 26: 2. Sivut 50–57.
- Elmer, Greg, Malachy Ryan, Peter, Devereaux, Zach, Langlois, Ganaele, Redden, Joanna & Fenwick McKelvey (2007). *Election bloggers: Methods for determining political influence*. First Monday, Volume 12, Number 4–2 April 2007. Lainattu 12.02.2008: <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1766/1646>.

- Eduskunnan verkkosivut (2007). *Kansanedustajaehdokkaat*. Lainattu 10.04.2007:
[http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/hex3000.sh?LAJITNIMI=\\$](http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/hex3000.sh?LAJITNIMI=$).
- Fairclough, Norman (1997). *Miten media puhuu*. Suomentanut Virpi Blom ja Kaarina Hazard. Tampere: Vastapaino.
- Foot, Kirsten A. & Xenos, Michael A. (2005). *Politics As Usual, or Politics Unusual? Position Taking and Dialogue on Campaign Websites in the 2002 U.S. Elections*. *Journal of Communication*. Lainattu 17.10.2007:
<http://www.blackwell-synergy.com/doi/pdf/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02665.x>.
- Hookway, Nicholas (2008). *'Entering the blogosphere': some strategies for using blogs in social research*. *Qualitative Research* 2008; 8; 91. Lainattu 20.03.2008:
<http://qrj.sagepub.com/cgi/content/abstract/8/1/91>.
- Jokinen Arja (1993). *Poliitikkojen puheet puntarissa: Kaupunginvaltuutettujen asunnottomuuspuheiden retoriikka*. Sivut 189–226. Teoksessa: *Diskurssianalyysin aakkoset*. Toim. Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Eero Suoninen. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, Arja (1999a). *Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin*. Sivut 37–53. Teoksessa: *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Toim. Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Eero Suoninen. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, Arja (1999b). *Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen*. Sivut 126–159. Teoksessa: *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Toim. Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Eero Suoninen. Tampere: Vastapaino.
- Jungell, Johanna (2007.) *Partiedarbloggar och deras genomslag i tidningsbevakningen inför riksdagsvalet i Finland 2007*. Pro gradu –tutkielma. Turku: Åbo Akademi.
- Kaakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa 1991. *Argumentaatiotaito Aristoteleella*. Työpapereita. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.

- Kaakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (2000). *Retoriikka*. Teoksessa: Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot. Toim. Kaakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Kerbel, Matthew R. & Joel David Bloom (2005). *Blog for America and Civic Involvement*. *The International Journal of Press/Politics* 2005; 10(4):3–27. Lainattu 12.02.2008: <http://hij.sagepub.com/cgi/content/abstract/10/4/3>.
- Kilpi, Tuomas (2006). *Blogit ja bloggaaminen*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lawson-Borders, Gracie & Rita Kirk (2005). *Blogs in Campaign Communication*. *American Behavioral Scientist*, Volume 49 Number 4, December 2005: 548–559. Lainattu 18.10.2007: <http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/49/4/548>.
- Löfgren, Karl & Colin Smith (2003). *Political parties and democracy in the information age*. Teoksessa: Political parties and the internet. Net gain? Toim. Gibson, Rachel, Nixon, Paul & Stephen Ward. New York. Routledge.
- Mancini, Paolo & Swanson, David L. (1996). *Politics, Media and Modern Democracy: An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Westport (CT): Praeger.
- Margolis, M. & Resnick, D. (2000). *Politics as usual: the cyberspace" revolution"*. Thousand Oaks: Sage.
- Nardi, Bonnie A., Schiano, Diane J. & Michelle Gumbrecht (2004). *Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?* Lainattu 10.10.2007: <http://delivery.acm.org/10.1145/1040000/1031643/p222-nardi.pdf?key1=1031643&key2=4202002911&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=2273637&CFTOKEN=79783386>.
- Palazzolo, Daniel J. & Sean M. Theriault (1996). *Candidate Announcement Addresses: Campaign Strategies and Voting Behavior*. *Presidential Studies Quarterly* 26: 2, 350–364.

- Palonen, Kari & Hilikka Summa (1996). *Johdanto: Retorinen käänne?* Teoksessa: Pelkkää retoriikkaa. Toim. Palonen, Kari & Hilikka Summa. Tampere: Vastapaino.
- Perelman, Chaim (1996). *Retoriikan valtakunta*. Tampere: Vastapaino.
- Perelman, Chaim (1979). *The new rhetoric and the humanities. Essays on rhetoric and its applications*. Dordrecht, Holland: D. Reidel Publishing Company.
- Pernaa, Ville (2007). *Kaikkien aikojen blogivaalit - nyt iskee päivystävä dosentti. Vaalit 2007 - tutkijan norsunluutorni*. Lainattu 02.4.2007: <http://blogit.yle.fi/tutkijannorsunluutorni>.
- Potter, Jonathan (1996). *Representing reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London: Routledge.
- Simon, Adam F. (2002). *The winning message: Candidate behavior, campaign discourse, and democracy*. Port Chester, NY, USA: Cambridge University Press. Lainattu 20.03.2008: <http://site.ebrary.com/lib/tritonia/Doc?id=10019061&ppg=168>.
- Sigrell, Anders (1999). *Att övertyga mellan raderna. En retorisk studie om underförstådda inslag i modern politisk argumentation*. Umeå: Universitetets Förlag.
- Summa, Hilikka (1996). *Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan*. Teoksessa: Pelkkää retoriikkaa. toim. Palonen, Kari & Hilikka Summa Tampere: Vastapaino.
- Strandberg, Kim (2006). *Parties, Candidates and Citizens On-Line. Studien of Politics on the Internet*. Turku: Åbo Akademi Förlag.
- Sweetser Trammell, Kaye D. (2007). *Candidate Campaign Blogs. Directly Reaching Out to the Youth Vote*. American Behavioral Scientist, Volume 50 Number 9, May 2007: 1255–1263. Lainattu 14.02.2007: <http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/50/9/1255>.
- Technorati (2007). *The recognized authority on what's happening on the World Live Web, right now*. Lainattu 31.10.2007: <http://technorati.com/>.

Uosukainen, Riikka (2007). *Vaaliblogi*. Lainattu 08.5.2007: <http://blogit.yle.fi/riikkauosukainen>.

Ward, Stephen, Gibson, Rachel & Lusoli, Wainer (2006). *The Same the World Over? Candidate Campaigning Online in the UK and Australia*. Paper Prepared for the 2006 Elections, Parties and Opinion Polls [EPOP]. Conference, University of Nottingham, 7-9th September. Lainattu 10.02.2008: http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/ward_et_al_2006_epop.pdf.

Wooffit, Robin (1992). *Telling Tales of Unexpected. The Organization of Factual Discourse*. Herfordshire: Harvester Wheatsheaf.

Ylen vaalisivusto (2007). *Ehdokkaiden verkkosivut ja blogit*. Lainattu 15.03.2007: <http://www.yle.fi/vaalit/2007/vaaliehdokkaat.html>.

AINEISTOLÄHTEET

Heinäluoma, Eero (2007). *Blogi*. Lainattu 03.4.2007: <http://www.heinaluoma.net/sivu.php?id=3>.

Katainen, Jyrki (2007). *Päiväkirja*. Lainattu 03.4.2007: <http://www.jyrkikatainen.net/main.site?action=siteupdate/view&id=10>.

Vanhanen, Matti (2007). *Päiväkirja*. Lainattu 03.4.2007: <http://www.mattivanhanen.net/index.php?sivu=mvpvakir>.

Liite 1. Blogien sisältöjen luokitteluun käytetty analyysimalli.

Bloggaaja: Jyrki Katainen

Päivämäärä: 13.03.07

Pääloukka:

Asiakysymykset **2) Kilpailuasetelmakysymykset** 3) Muut kysymykset

(Punaisella boldattuna ne luokat, johon postaus lukeutuu. Myös lomakkeen viimeinen kohta punaisella boldattuna, jos postaus sisältää kannanoton/kannanottoja.)

Asiakysymysten alaluokat:

- 1) Ideologiat ja aatteet
- 2) Yhteiskunnan perusarvot
- 3) Ulkopoliittikka
- 4) Talouspolitiikka
- 5) Sosiaaliset kysymykset (vanhustenhoito, tuet, julkinen terveydenhuolto etc.)
- 6) Energiapolitiikka
- 7) Työmarkkinapolitiikka
- 8) Aluepolitiikka
- 9) Ympäristökysymykset
- 10) Maatalouspolitiikka
- 11) Puolustuspolitiikka

Kilpailuasetelmakysymysten alaluokat:

- 1) Oma vaalikampanja ja puolue**
- 2) Kilpailevat ehdokkaat ja puolueet
- 3) Gallupit ja äänestäminen

Muiden kysymysten alaluokat:

- 1) Henkilökohtaiset asiat ja yksityiselämä
- 2) Muut henkilöt ja aiheet

Kannanottojen ja niiden perustelujen analyysia varten:

Sisältääkö postaus kannanoton/kannanottoja koskien kilpailevia pääministeriehdokkaita tai heidän puolueitaan?