

Puoluejohtajista televisioitujen vaalikeskustelujen perusteella syntyvät mielikuvat

Carl Willandt

Puheviestinnän pro gradu -tutkielma

Kevät 2012

Tampereen yliopisto

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

Tampereen yliopisto

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

WILLANDT, CARL

Puoluejohtajista televisioitujen vaalikeskustelujen perusteella syntyvät mielikuvat

Pro gradu –tutkielma, 70 s., 1 liites.

Puheviestintä

Toukokuu 2012

Poliitikon ammattiosaamisen ytimessä ovat hänen taitonsa tulla toimeen ihmisten ja erilaisten julkisten toimijoiden kanssa. Tärkeimpiä näistä taidoista ovat viestintä- ja mediataidot. Erityisen tärkeää näiden taitojen hallinta on niille poliitikoille, jotka ovat puolueessaan tai muissa instituutioissa johtavassa asemassa, jolloin edellä mainittujen taitojen tarve korostuu merkittävästi. Tässä tutkielmassa keskitytään tarkastelemaan eduskuntapuolueiden puheenjohtajien viestintää televisioituissa vaalikeskusteluissa.

Televisoidut vaalikeskustelut ovat viestinnän kannalta erittäin mielenkiintoisia tutkimuskohteita, sillä niissä poliitikot joutuvat kohdistamaan viestintäänsä useille eri tahoille. Poliitikkojen on pystyttävä viestimään keskenään mutta samalla heidän on pyrittävä myös välittämään omaa sanomaansa television katsojille ja keskustelua arvioivalle medialle sekä luomaan itsestään mahdollisimman positiivista mielikuvaa, jonka perusteella äänestäjät useimmiten tekevät äänestyspäätöksensä. Tutkielman tarkoituksena on selvittää, millainen mielikuva eduskuntapuolueiden puheenjohtajista syntyi vuoden 2008 kunnallisvaalien alla käytyjen televisioitujen vaalikeskustelujen perusteella ja mitkä viestinnälliset seikat vaikuttivat näiden mielikuvien syntymiseen.

Tutkimusaineisto koostui kahdesta osasta. Sanomalehtiaineiston avulla tarkasteltiin sitä, miten media arvioi puoluejohtajien onnistumista vaalikeskusteluissa ja millaista mielikuvaa sanomalehdet kirjoituksillaan heistä loivat. Lehtiaineistoon kuuluivat neljä Suomen suurinta sanomalehteä, eli Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat, Aamulehti ja Iltalehti. Aineiston toinen osa koostuu puheviestinnän asiantuntijoiden vaalikeskusteluista tekemistä havainnoista. Tutkielmassa näitä kahta aineistoa analysoidaan rinnakkain sisällönanalyysin keinoin ja vertaillaan keskenään.

Sisällönanalyysi osoittaa, että tietyt poliitikkojen viestinnälliset piirteet luovat poliitikosta positiivista mielikuvaa. Tällaisia piirteitä ovat muun muassa rauhallisuus, asiaosaaminen, selkeys ja positiivisuus. Vastaavasti negatiivista mielikuvaa luovia piirteitä ovat esimerkiksi harmaus, passiivisuus tai aggressiivisuus.

Asiasanat: puheviestintä, poliittinen viestintä, poliittinen johtajuus, televisoidut vaalikeskustelut, mielikuvien rakentuminen

Ohjaaja: Pekka Isotalus

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO.....	1
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS.....	4
	2.1 Poliittinen johtajuus ja politiikan henkilöityminen.....	4
	2.1.1 Poliittinen johtajuus.....	4
	2.1.2 Poliitiikan henkilöityminen.....	7
	2.1.3 Vaalien henkilöityminen.....	9
	2.2 Aikaisempi kunnallisvaalitutkimus.....	14
	2.3 Poliitikkojen viestintätaidot.....	15
	2.4 Vaalikeskustelut ja median rooli mielikuvien rakentumisessa.....	18
3	TUTKIMUSONGELMA JA TUTKIMUSKYSYMYKSET.....	22
4	TUTKIMUSMENETELMÄT.....	24
	4.1 Menetelmän valinta.....	24
	4.2 Sanomalehtiaineisto.....	25
	4.3 Asiantuntijaraati.....	26
5	TULOKSET.....	28
	5.1 Tarja Cronberg.....	28
	5.2 Stefan Wallin.....	30
	5.3 Päivi Räsänen.....	32
	5.4 Martti Korhonen.....	35
	5.5 Timo Soini.....	37
	5.6 Jyrki Katainen.....	40
	5.7 Matti Vanhanen.....	43
	5.8 Jutta Urpilainen.....	46
	5.9 Onnistujat.....	51
	5.10 Puheenjohtajien onnistuminen vaalikeskusteluissa suhteessa vaalimenestykseen....	52
6	POHDINTA.....	54
	6.1 Tutkielman arviointi.....	61
	6.2 Jatkotutkimusaiheita.....	63
	KIRJALLISUUS.....	66
	LIITE	

1 JOHDANTO

Poliitikkojen viestintätaidot ovat olleet suurennuslasin alla käytännössä yhtä kauan kuin mitä politiikkaa on harjoitettu. Jo yli 300 vuotta ennen ajanlaskumme alkua Aristoteles (1997) määritteli tarkasti, millaisia puhetaitoja antiikin Kreikan poliitikkojen tuli hallita, ja vain muutama vuosisata myöhemmin poliittinen retoriikka oli keskeinen osa antiikin Rooman politiikkaa (ks. Cicero 2007). Erityisen tarkkaan poliitikkojen viestintätaitoja on perinteisesti tutkittu vaalien yhteydessä.

Kunnallisvaalit ovat Suomessa perinteisesti olleet valtiollisista vaaleista erilliset paikallisvaalit, mutta aika ajoin niillä on ollut myös yleispoliittista merkitystä (Oksanen & Pesonen 1985, 14). Vuoden 2008 kunnallisvaalit täyttivät selkeästi edellisen kuvauksen jälkimmäisen osan vaatimukset. Kyseiset vaalit olivat monella tapaa merkittävät, jopa historialliset. Kokoomus nousi ensimmäistä kertaa maan suurimmaksi kuntapuolueeksi, ”yhden miehen puolueeksi” haukuttu perussuomalaiset otti veret seisauttavan vaalivoiton nostaessaan kannatuksensa vuoden 2004 vaalien 0,9 prosentista kertaheitolla 5,4 prosenttiin ja perinteisesti kuntavaaleja hallinneet SDP ja keskusta kokivat merkittävät vaalitappiot.

Yhteistä kaikille edellä mainituille muutoksille oli se, että kyseisten puolueiden puheenjohtajien merkitystä tapahtuneille muutoksille pidettiin harvinaisen merkittävänä. Perussuomalaisten Timo Soini ja kokoomuksen Jyrki Katainen saivat runsaasti kiitosta kampanjatyöstään, kun taas SDP:n Jutta Urpilainen ja keskustan Matti Vanhanen joutuivat jo kampanjan aikana ajoittain ankarankin kritiikin kohteeksi. Myös media kiinnitti vuoden 2008 kuntavaaleissa huomionsa entistäkin tarkemmin juuri puolueiden puheenjohtajiin, mistä syystä vaalit profiloituivat julkisuudessa puheenjohtajien keskinäiseksi mittelöksi, jossa pääosassa eivät olleet puolueiden väliset aate-erot vaan puheenjohtajien poliittikopersonat (Niemi 2009, 75).

Televisiossa näytetyt vaalikeskustelut ja -väittelyt ovat nykyaikaisissa vaaleissa nousseet tärkeäksi osaksi vaalikampanjoita lähes kaikkialla maailmassa ja monissa maissa ne ovat kampanjoiden seuratuimpia tapahtumia, joiden on havaittu jossain määrin vaikuttavan äänestäjiin, ja jopa koko poliittiseen järjestelmään (Isotalus 2009, 191). Vuonna 2008 vaaliväittelyt nousivat myös metatasolla merkittävään rooliin, kun useat sanomalehdet ryhtyivät lähes kilpaa analysoimaan puolueiden puheenjohtajien esiintymistä eri kanavien televisioituissa vaalikeskusteluissa. Median vaikutus onkin politiikassa viime vuosina korostunut entisestään ja esimerkiksi Strömbäck, Ørsten

ja Aalberg (2008) ovat todenneet, ettei poliittista ympäristöä voida enää nykyään ymmärtää ilman mediaa.

Televisoidut vaalikeskustelut ovat puheviestinnän kannalta äärimmäisen kiinnostavia tapahtumia. Niissä poliitikoilla on harvinaisen otollinen tilaisuus saavuttaa ajatuksilleen ja mielipiteilleen mahdollisimman laaja yleisö, mutta toisaalta niissä piilee riski siitä, että muut esiintyjät saattavat pystyä vasta-argumenteillaan romuttamaan poliitikon esiintuomat asiasisällöt. Viestinnän asiasisältöjen lisäksi televisio korostaa siellä esiintyvien henkilöiden nonverbaalista viestintää (Isotalus 2000, 156), mikä puheviestinnän näkökulmasta tekee vaalikeskusteluista entistäkin mielenkiintoisempia viestintätapahtumia.

Vuosi 2012 on jälleen kunnallisvaalivuosi. Vuoden 2008 kunnallisvaalien jälkeen Suomen poliittisella kentällä on tapahtunut muutoksia, jotka ovat vaikuttaneet suomalaiseen politiikkaan jopa enemmän kuin kyseisten vaalien tapahtumat. Kokoomus on jatkanut voittokulkuaan nousten vuoden 2011 eduskuntavaaleissa pääministeripuolueeksi ja vakiinnuttuaan gallup-kannatuksensa yli 25 prosenttiin. Myös Sauli Niinistön valinta Tasavallan presidentiksi aikaisemmin tänä vuonna pönkitti osaltaan kokoomuksen asemaa Suomen suurimpana puolueena. Perussuomalaiset kasvattivat eduskuntavaaleissa kannatustaan peräti 15 prosenttiyksikköä nousten SDP:n kanssa tasoihin valtakunnan toiseksi suurimmaksi puolueeksi (19,1%). Tästä huolimatta perussuomalaiset eivät mahtuneet hallitukseen vaan jäivät oppositioon yhdessä tyrmäävän vaalitappion (-7,3 prosenttiyksikköä) kokeneen ja historiallisen matalan kannatuksen (15,8%) mittauttaneen keskustan kanssa. Myös puolueiden puheenjohtajistossa on tapahtunut muutoksia, kun neljän vuoden takaisista vaaleista vain kokoomuksen Jyrki Katainen, SDP:n Jutta Urpilainen sekä perussuomalaisten Timo Soini lähtevät tämänkin vuoden kunnallisvaaleihin puolueidensa johdossa. Nämä lähtökohdat huomioon ottaen syksyn kunnallisvaaleista voidaan odottaa vähintään yhtä jännittäviä kuin edellisistäkin. Varsinkin tulevista televisoiduista vaalikeskusteluista voidaan odottaa harvinaisen kiihkeitä.

Tässä tutkielmassa pyritään valaisemaan vuoden 2008 kunnallisvaaleissa tapahtuneita muutoksia poliittisissa valtasuhteissa tarkastelemalla kyseisten vaalien alla käytyjä televisioituja vaalikeskusteluja. Keskusteluja tarkastellaan kahdesta eri näkökulmasta. Ensimmäinen tarkastelun kohteena ovat vaalikeskusteluista koskevat sanomalehtiartikkelit. Isotalus (1998b, 98) on todennut, että sanomalehtien uutisilla ja kommentilla on selvä vaikutus ihmisten mielipiteisiin, mistä syystä tässäkin tutkielmassa on perusteltua selvittää, mitä ja miten lehdet kirjoittivat puolueiden

puheenjohtajista koskien heidän esiintymistään televisioituissa vaalikeskusteluissa sekä sitä, millaisia mielikuvia lehtikirjoitukset puheenjohtajista loivat. Triangulaation ja tutkielman luotettavuuden lisäämiseksi tutkimuskohdetta lähestytään myös toisesta näkökulmasta, asiantuntijaraadin avulla. Sanomalehtiartikkelien tarkastelemisen lisäksi tutkielmassa pyritään selvittämään, miten puheviestinnän asiantuntijat näkivät puoluejohtajien onnistuneen viestinnässään television vaalitentteissä ja millaisen mielikuvan he puheenjohtajista saivat tenttien perusteella. Koska on mielenkiintoista tarkastella myös sitä, näkevätkö puheviestinnän asiantuntijat puoluejohtajat eri tavalla kuin sanomalehtien artikkelien kirjoittajat, tutkielmassa vertaillaan näitä kahta näkökulmaa keskenään pyrkien selvittämään eroavatko sanomalehtien kirjoitukset puheviestinnän asiantuntijoiden saamista mielikuvista ja mikäli näin tapahtuu, millaisia eroja näkökulmien välille syntyy.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

McNairin (2003) mukaan poliittista viestintää ohjaavat poliitikkojen ja muiden politiikkaan liittyvien toimijoiden tavoitteet. Kirjoittaja toteaa poliittiseen viestintään kuuluvan kaikki ne viestinnän elementit, jotka kohdistuvat kyseisiin henkilöihin tai joita henkilöt itse käyttävät päästäkseen edellä mainittuihin tavoitteisiinsa. Näistä elementeistä McNair (2003) on määritelmässään maininnut verbaalisen viestinnän lisäksi useita nonverbaalisia viestintäkeinoja kuten pukeutumisen.

Semetko, de Vreese ja Peter (2000) ovat todenneet, että poliitikkojen itsensä lisäksi tärkeimpiä poliittisen viestinnän käyttäjiä ovat niin kutsutut välilliset viestijät, kuten media, poliittiset toimittajat ja mainostoimistot. Tässä tutkielmassa keskitytään nimenomaan median, tarkemmin sanomalehtien, rooliin poliittisessa viestinnässä.

2.1 Poliittinen johtajuus ja politiikan henkilöityminen

Suomen poliittinen järjestelmä on jatkuvasti kehittynyt parlamentaristisempaan suuntaan, jolloin puolueiden ja erityisesti hallituksen valta on lisääntynyt presidentin vallan vähentyessä. Puolueiden puheenjohtajien asema puolueiden politiikan suunnannäyttäjänä on vahvistunut ja heidän näkyvyytensä mediassa on sähköisen viestinnän myötä lisääntynyt. Kasvaneen medianäkyvyyden ja puolueiden kaventuneiden aate-erojen vuoksi politiikassa korostuvat entistä enemmän myös puoluejohtajien henkilökohtaiset piirteet. (Paloheimo 2007, 207–208)

Samantyyppiset ovat todenneet myös Borg ja Paloheimo (2009, 16), joiden mukaan samalla kun Suomen poliittinen järjestelmä on parlamentarisoitunut, se on siirtynyt puoluevetoisesta demokratiasta niin kutsuttuun yleisdemokratiaan. Juuri tämän muutoksen myötä ideologioiden merkitys poliittisen johtajuuden perustana on vähentynyt ja niiden sijasta poliittisten johtajien henkilökohtaiset ominaisuudet ovat korostuneet.

2.1.1 Poliittinen johtajuus

Johtajuuden määrittelemine on yleensäkin vaikeaa siitä syystä, että johtajuutta ei voida fyysisesti todentaa, koska se ilmenee vain sosiaalisissa rakenteissa (Elgie 1995). Tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettei poliittisen johtajuuden käsitettä olisi yritetty määritellä.

Blondelin (1987, 3) mukaan poliittisen johtajuuden määrittelemine on mahdollista ja että poliittinen johtajuus on yksinkertaisesti yhden tai useamman henkilön käyttämää valtaa, jolla valtion tai muun vastaavanlaisen yhteisön jäsenten käytöstä tai tekoja ohjataan haluttuun suuntaan. Tämä määritelmä jättää kuitenkin kokonaan huomiotta yhteisön jäsenten mahdollisuudet vaikuttaa omiin tekemisiinsä, eikä se sovi kovinkaan hyvin Suomen kaltaisiin länsimaisiin demokratioihin, joissa kansalaiset valitsevat tai jättävät valitsematta omat johtajansa. Samat ongelmat koskevat myös Hahin ja Bartolin (1983, 119–120) esittämää määritelmää, jonka mukaan poliittinen johtajuus on tiettyjen yksilöiden valtaa saada muut toimimaan haluamallaan tavalla siten, että tästä toiminnasta seuraa yhteisön sisäisten arvojen hallittu muutos (tai muutoksen estäminen) haluttuun suuntaan.

Edellä esitettyjä määritelmiä paremmin poliittista johtajuutta kuvaa niin sanottu interaktionistinen käsitys, joka sopii hyvin nykyaikaiseen demokratiakäsitykseen. Interaktionismin mukaan poliittinen johtajuus on poliittisen johtajan ja hänen poliittisen toimintaympäristönsä välisen vuorovaikutuksen tulos, johon vaikuttavat molempien osapuolten vaihtelevat ominaisuudet. Toisin sanoen poliittinen johtaja voi vaikuttaa ympäristöönsä, mutta vain mikäli ympäristö antaa siihen mahdollisuuden. Vastaavasti johtajan poliittinen toimintaympäristö väistämättä muokkaa hänen toimintaansa ja ominaisuuksiaan johonkin suuntaan. (Elgie 1995, 7–24).

Interaktionistisen käsityksen kaltaisia ajatuksia on esittänyt myös Elcock (2001, 17) todetessaan poliittisten johtajien olevan *sui generis*, ”ainoita lajissaan”. Tällä hän tarkoittaa jokaisen poliitikon uran ja persoonan olevan ainutlaatuisia, eikä näin ollen yhden, kaikkia poliittisia johtajia yhdistävän piirteen löytäminen ole mahdollista eikä edes tarkoituksenmukaista. Hänen mukaansa poliitikon tietyt kyvyt, kuten hyvät esiintymistäidot ja vakuuttavuus, ovat avuksi hänen hankkiessaan ja säilyttäessään suosiota, mutta siitä huolimatta nousu johtavaan asemaan tapahtuu useimmiten sellaisten sattumien ja tapahtumien kautta, joihin poliitikko itse ei voi vaikuttaa ja joilla ei ole mitään tekemistä hänen johtamiskykyjensä kanssa. Tällaisia sattumia ja tapahtumia voivat olla niin poliitikon persoonaa muokanneet vaikutteet kuin kansainvälistä politiikkaa ravisuttaneet kriisitkin.

Elgien (1995) ja Elcockin (2001) ajatuksista on löydettävissä paljon samaa. Molemmat nostavat esiin kaksi poliittista johtajuutta muokkaavaa tekijää: poliitikon itsensä sekä häntä ympäröivän poliittisen toimintaympäristön. Poliittinen johtajuus voidaan näin ollen nähdä jokaisen poliitikon kohdalla yksilöllisenä ilmiönä, joka syntyy edellä mainittujen tekijöiden välisestä vuorovaikutuksesta. Tärkeimpinä kyseistä vuorovaikutusta ylläpitävinä välineinä voidaan pitää poliitikon henkilökohtaista viestintää sekä mediaa, joka välittää ja muokkaa tavallisille yhteisön jäsenille välittyvää kuvaa poliitikosta.

Paloheimo (2007) on tarkastellut suomalaisten johtajuusodotuksia poliittisia johtajia kohtaan ja todennut, ettei Suomen kansalaisilla ole olemassa yhtä yhtenäistä mielipidettä eri poliittisten johtajien välisestä vallanjaosta tai vahvan poliittisen henkilöjohtajuuden tarpeesta. Hän toteaa artikkelissaan kuitenkin suomalaisten kohdistavan suuria odotuksia vahvaan poliittiseen johtajuuteen, ja näiden odotusten kohdistuvan ensisijaisesti presidenttiin, mikä näkyy presidentinvaaleissa äänestämisen ylivertaisena suosiona verrattuna esimerkiksi eduskunta- tai kunnallisvaaleissa äänestämiseen.

Samassa artikkelissa esitetään myös ajatus, jonka mukaan poliittinen johtajuus sitoutuu aina kansalaisten omaan poliittiseen osallistumiseen. Toisin sanoen poliittisen johtajuuden tarve riippuu siitä, kuinka paljon kansalaiset itse haluavat ja pystyvät osallistumaan poliittiseen päätöksentekoon. Tässäkin tapauksessa suomalaisten käsitykset poikkeavat hyvin paljon toisistaan. Osa näkee edustuksellisen demokratian, jossa vaaleilla valitut poliitikot päättävät asioista, olevan paras demokratian muoto, kun taas toinen ääripää kansalaisista haluaisi itselleen lisää vaikutusmahdollisuuksia esimerkiksi kansanäänestysten kautta. Osa kansalaisista haluaa sekä vahvoja poliittisia johtajia että paljon omia vaikutusmahdollisuuksia, ja osa pitää molempia vaihtoehtoja huonoina ja kannattaa puoluevetoista demokratiaa. Kaikki nämä demokratiakäsitykset kiteytyvät poliittiseen johtajuuteen ja kysymyksiin siitä, kenelle tai keille johtajuus kuuluu ja miten se tulisi eri toimijoiden kesken jakaa. (Paloheimo 2007, 217.)

Samansuuntaisia ajatuksia sekä Paloheimon (2007) että Elgien (1995) kanssa on esittänyt myös Gastil (1994), jonka mukaan poliittinen johtajuus ei ole sidoksissa mihinkään vakiintuneeseen virkaan tai yhteiskunnalliseen asemaan, vaan että se on ennen kaikkea toimintaa, jossa olennaisinta ovat poliittisen johtajan motiivit toimia jollakin tietyllä tavalla. Tutkija on luetellut useita eri johtajuuden muotoja kuten julkisen johtajuuden, arvojohtajuuden ja vastuullisen johtajuuden.

Kuten useista erilaisista määritelmistä voi huomata, poliittisella johtajuudella on olemassa useita erilaisia muotoja ja tyyppejä, mistä syystä on ensiarvoisen tärkeää määritellä, missä kontekstissa johtajuutta käsitellään missäkin tutkimuksessa. Tässä tutkielmassa tarkasteltaviksi poliittisiksi johtajiksi on valittu Suomen eduskuntapuolueiden puheenjohtajat, joita tarkastellaan institutionaalisessa viitekehyksessä. Tavoitteena on tarkastella puheenjohtajien viestinnällisiä piirteitä ja tutkia, millainen mielikuva ihmisille heistä muodostuu heidän viestintänsä pohjalta.

2.1.2 Poliitiikan henkilöityminen

Vanhan viisauden mukaan asiat riitelevät, eivät ihmiset. Nykyaikaista politiikkaa seurattaessa mieleen tulee väistämättä, ettei asia enää ole niin. Siinä missä ennen voitiin sanoa puolueiden riitelevän keskenään, nykyään niin median kuin politiikkaa seuraavien kansalaistenkin huomio kiinnittyy yksittäisiin poliitikkoihin ja heidän tekemisiinsä ja sanomisiinsa. Poliitikka on henkilöitynyt.

Suomen poliittisessa kulttuurissa poliitikon persoona nähdään yhtenä keskeisimmistä ja tärkeimmistä poliittisen johtajan ominaisuuksista. Poliittisen johtajan käytös, luonteenpiirteet ja henkilökohtaiset kyvyt ovat jatkuvasti tarkastelun kohteena, varsinkin mediassa, joka korostaa poliittisten johtajien persoona kohtelemalla heitä yksilöinä, joiden henkilökohtaisia piirteitä tarkastellaan erittäin tarkasti. (Isotalus & Almonkari 2011.)

Karvonen (2009, 95–96) on todennut politiikan henkilöitymisen olevan osa individualismia, jälkiteolliselle yhteiskunnalle ominaista yksilöitymistä. Lisäksi hän mainitsee henkilöitymiseen johtaneina syinä muun muassa kansalaisten heikentyneen yhteyden politiikkaan sekä median kasvaneen roolin poliittisessa ympäristössä, mistä johtuen kansalaisten samaistuminen puolueisiin on vaikeutunut ja yksittäisiin henkilöihin helpottunut. Hän nostaa esiin myös termin ”presidentialisoituminen”, jolla tarkoitetaan aiemmin vain presidentille tyypillisen vallan ja huomion keskittymistä muillekin poliitikoille, ensisijaisesti pääministerille. Presidentialisoitumista tapahtuu varsinkin parlamentaarisisissa järjestelmissä. Karvosen (2009) kanssa samanlaisia ajatuksia ovat esittäneet useat muutkin tutkijat (esim. Asp & Esaiasson 1996; Niemi 2006; Pekonen 1995; Pernaa, Pitkänen & Railo 2006).

Paloheimon (2002, 214) mukaan Suomen kaltaisissa puolipresidentiaalisissa järjestelmissä puolueen toimintaa ohjaa ennen kaikkea valtakunnan kahden merkittävimmän poliittisen aseman, presidentin ja pääministerin virkojen, tavoittelu, mistä johtuen puoluejohtajuus on Suomessa

kehittynyt erityisen vahvasti henkilöityneeksi. Suomessa jo pitkään jatkunut keskustelu presidentin valtaoikeuksien vähenemisestä ja eduskunnan ja hallituksen vallan kasvamisesta on nostanut esiin kysymyksen siitä, kumpi todellisuudessa on valtakunnan todellinen päämies, presidentti vai pääministeri. Vuoden 2000 perustuslakiuudistuksella presidentin valtaoikeuksia kavennettiin tärkeimpänä päämääränä poliittisen vallan parlamentarisointi, eli vallan siirtäminen yksittäiseltä johtajalta (presidentti) laajemmalle instituutiolle (eduskunta). Näennäisesti tässä onnistuttiinkin, mutta jossain määrin lienee perusteltua kysyä, siirtyikö valta vain yksittäiseltä henkilöltä toiselle, kun käytännössä eduskunnalle siirrettyä valtaa käyttää pääministerin johtama hallitus. Kun samaan aikaan saamme päivittäin lukea lehdistä yksittäisten poliitikkojen tekemisistä ja sanomisista, voitaneen todeta presidentialisoitumisen olevan arkipäivää nyky-Suomen politiikassa: presidentti ei enää ole vallan eikä huomion keskipisteenä. Pääministeristä, joka lähes poikkeuksetta toimii samalla jonkin puolueen puheenjohtajana, on presidentialisoitumiskehityksen myötä tullut suomalaisen politiikan merkittävin yksittäinen henkilö.

Kaasen (1994) mukaan presidentialisoitumista tulee aina käsitellä osana laajempaa henkilöitymisen kokonaisuutta, ja näin tehdään tässäkin tutkielmassa. Useissa länsieurooppalaisissa parlamentaarisisissa demokratioissa presidentialisoitumisesta on viime aikoina tullut yksi tärkeimmistä poliittisen johtajuuden tutkimuskentän osa-alueista (Helms 2005, 430). Paloheimon (2007) mukaan Suomi ei tee tässä poikkeusta, vaan viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana tapahtuneen parlamentarisoitumisen myötä eduskunnan ja erityisesti hallituksen valta on lisääntynyt presidentin vallan vähentyessä. Poguntken (2000, 7) mukaan presidentialisoituminen kiteytyykin juuri tähän prosessiin, jossa poliittinen valta keskittyy koko ajan enemmän hallitusta johtavalle poliitikolle eli pääministerille. Aiheesta on tehty merkittävää tutkimusta eri maissa, mutta Suomessa presidentialisoitumisen, kuten politiikan henkilöitymisen yleensäkin, tutkimus on ollut melko vähäistä (Karvonen 2009, 96).

Paloheimo (2002) on yhtenä harvoista tutkinut pääministerin vallan kasvua Suomessa ja todennut pääministerin jo nousseen Suomen todelliseksi toimeenpanovallan johtajaksi, vaikka Suomen poliittinen järjestelmä ei vielä täysin täytäkään kaikkia parlamentaristisen järjestelmän piirteitä. Kehitykseen johtaneista syistä tärkeimpänä voidaan pitää vuoden 2002 valtiosääntöuudistusta, joka Paloheimon (2002, 218) mukaan johtui ennen kaikkea neljästä tekijästä; vahvan presidenttivallan tarpeen poistaneesta Neuvostoliiton hajoamisesta, hallituksen valtaoikeuksien tarvetta lisänneestä EU-jäsenyydestä, hallitusten vakautta lisänneestä ja presidentin puuttumisen tarvetta vähentäneestä puolueiden koalitiokyvyn kasvusta sekä Urho Kekkosen presidenttikauden päättymisen

aiheuttaneesta kritiikistä vahvaa presidentinvaltaa kohtaan. Näistä neljästä erityisesti kolmas kohta, puolueiden keskinäisen sietokyvyn parantuminen, eli aatteellinen lähentyminen, koskettaa läheisesti tässä kappaleessa esiteltyä henkilöitymisteemaa. Tärkeänä politiikan henkilöitymisen syynä on nimittäin pidetty puolueiden välisten aate-erojen kaventumista, jolloin ainoat havaittavat erot puolueiden välillä ovat puolueiden nimissä esiintyvät poliitikot ja ennen kaikkea puoluejohtajien henkilökohtaiset piirteet (esim. Niemi 2006; Paloheimo 2002; Paloheimo 2007).

Kaikkia tässä luvussa 2.1 esiin nostettuja teemoja koskevia tutkimuksia leimaa yksi yhteinen piirre. Poliittisen johtajuus, politiikan henkilöityminen ja presidentialisoituminen nousevat aina selvimmän esiin vaalien ja vaalikampanjoiden yhteydessä (esim. Asp & Esaiasson 1996; Kaase 1994; Moring & Mykkänen 2009; Paloheimo 2002;). Koska vaalien ja vaalikampanjoiden tärkeys nousee näinkin selvästi esiin, on paikallaan luoda katsaus nimenomaan näitä aiheita koskeviin tutkimuksiin.

2.1.3 Vaalien henkilöityminen

Niin politiikan kuin poliittisen viestinnänkin tutkimus näyttää kiihtyvän aina vaalien yhteydessä. Aarnion ja Isotaluksen (2000, 8) mukaan tämä on ymmärrettävää, koska usein vaalit tarjoavat tilaisuuden tutkia poliittisen kulttuurin tai poliittisen järjestelmän tapahtumia ja muutoksia. Myös Borg ja Paloheimo (2009, 17) ovat todenneet vaalien antavan aina arviointipohjaa poliittisen järjestelmän pitkäaikaisille kehityspiirteille. Mutta miten Suomen poliittinen kulttuuri on muuttunut viime aikoina?

Isotalus (1998a, 8–9) on todennut poliittisen viestintäkulttuurin muuttuneen usealla eri tapaa; politiikka on henkilöitynyt, poliitikkojen persoonat ovat korostuneet puolueen roolin vähetessä, imagot ovat nousseet keskeiseen asemaan ja vaalikampanjointi on muuttunut. Kymmenen vuotta myöhemmin Borg ja Paloheimo (2009, 17) ovat olleet varsin samoilla linjoilla todetessaan television merkityksen kasvun johtaneen huomion ja äänten keskittymiseen harvoihin ehdokkaisiin, varsinkin potentiaalsiin pääministeriehdokkaisiin. Moring ja Mykkänen (2009) ovat kiteyttäneet edellä mainitut muutokset viestinnällistymiseksi ja henkilöitymiseksi.

Yksi tärkeä presidentinvaalien ja -kampanjoiden henkilöitymistä edistävä tekijä on ollut Suomessa 1980- ja 1990-lukujen taitteessa tapahtunut vaalitapamuutos, jossa vaiheittain siirryttiin valitsijamieskäytännöstä suoraan kansanvaaliin. Vaalitavan muututtua ehdokkaiden on täytynyt pystyä miellyttämään ja vakuuttamaan puolelleen entistä suurempi äänestäjäjoukko. Myös

perustuslakimuutosten mukanaan tuomat presidentin valtaoikeuksien supistamiset ovat saaneet ehdokkaiden henkilökohtaiset piirteet, kuten arvojohtajuuden, nousemaan entistä tärkeämmäksi osaksi vaalikampanjoita. (Pitkänen 2006, 194.)

Viime vuosikymmenten aikana eurooppalaiset vaalikampanjat ovatkin muuttuneet merkittävästi poliittisten johtajien henkilöpiirteiden ja imagojen noustua kampanjoiden tärkeimmiksi keskustelunaiheiksi ohi asiakysymysten. Myös median merkitys vaaleissa on korostunut ennen kaikkea radio- ja televisiotoiminnan kaupallisen vapauttamisen myötä, mikä on keventänyt erityisesti television ohjelmistoa. Ilmiö sai aikaan myös sen, että esiintyminen sähköisissä joukkoviestimissä on korostunut osana vaalikampanjointia. Koska puolueiden itselleen saama aika tiedotusvälineissä on rajallinen eikä kaikkia ehdokkaita voida nostaa esiin, ovat puolueet alkaneet rakentaa kampanjoitaan entistä enemmän harvojen kärkiehdokkaiden varaan. Vaalien henkilöityminen on näkynyt myös äänestäjien valinnoissa yhä useampien painottaessa valinnassaan enemmän ehdokasta kuin puoluetta. (Moring & Mykkänen 2009.)

Selkeästi suosituin kohde vaalitutkimuksessa näyttävät olleen presidentinvaalit. Aihetta on tutkittu paljon ja useasta eri näkökulmasta niin Suomessa kuin muissakin maissa. Suomessa presidentinvaalit poikkeavat muista vaaleista siten, että niissä kyse on yksittäisen henkilön valinnasta eikä äänestäjä periaatteessa anna ääntään puolueelle. Tämän puolesta puhuu jossain määrin myös vakiintunut tapa, jonka mukaan presidentillä on ollut tapana luovuttaa puolueensa jäsenkirja valituksi tultuaan. Kuitenkin puolueilla on tärkeä osa myös presidentinvaaleissa, mikä näkyy jo siinä, että Suomen perustuslain (99/731) mukaan vain rekisteröityneet eduskuntapuolueet saavat asettaa ehdokkaita presidentinvaaliin (poikkeuksena vähintään 20 000 henkilön valitsijayhdistykset).

Koska tässä tutkielmassa on jo aiemmin todettu politiikan henkilöitymisen ja vaalikampanjoiden viestinnällistymisen olevan ennen kaikkea aivan viimeisimpien vuosikymmenten trendi, tarkastellaan seuraavaksi hieman sitä, mitä kaikkia osatekijöitä Suomessa järjestetyistä vaaleista voidaan löytää.

Koska presidentinvaaleja on tutkittu Suomessakin enemmän kuin muita vaaleja yhteensä, lienee tarpeen tarkastella ensimmäisenä kyseisistä vaaleista saatuja tuloksia, joista useiden voidaan uskoa pätevän myös muissa kuin presidentinvaaleissa. Muun muassa Aarnio ja Isotalus (2000, 10) ovat todenneet, ettei vaalikampanjoiden voida sanoa alkavan tai loppuvan tiettyinä päivinä. Borgin

(2007, 32) mukaan tämän ovat huomanneet myös puolueet, kun lähes kaikki eduskuntapuolueet katsoivat parhaaksi asettaa ehdokkaan vuoden 2006 presidentinvaaleihin, minkä ansiosta puolueet saivat yleistä huomioarvoa sekä mahdollisesti yleispoliittista hyötyä seuraavan vuoden eduskuntavaaleihin. Myös Isotalus (2007, 26) on todennut vuoden 2006 vaalien kampanjoinnin alkaneen jo edellisissä presidentinvaaleissa ja olleen osa tulossa olevien eduskuntavaalien kampanjaa. Verrattuna muihin vaaleihin, presidentinvaaleja on ymmärrettävästi jo pitkään leimannut erityisen vahva henkilökeskeisyys. Hovi-Wasastjerna (2007, 78) on todennut tämän koskevan kaikkia Suomessa järjestettyjä presidentinvaaleja siitä lähtien, kun vuoden 1956 presidentinvaaleissa oli ensi kertaa nähtävissä varsinaisen vaalikampanjan piirteitä. Presidentinvaalien henkilökeskeisyys ei liene kenellekään yllätys, onhan kyseessä kuitenkin tapahtuma, jossa valitaan vain yksi henkilö vain yhteen virkaan. Kun kuitenkin otetaan huomioon presidentin valtaoikeuksien kaventuminen ja koko ajan pienentyvä rooli niin sisä- kuin ulkopolitiikassakin, lienee tärkeämpää pohtia muidenkin vaalien henkilöitymistä ja siihen johtaneita syitä.

Isotaluksen (1998a, 11) mukaan nykyään koko politiikkaa ohjaa vaalivoiton tavoittelu. Toisin sanoen puolueiden ja poliitikkojen kaikkea tekemistä ohjaa pyrkimys saada seuraavissa vaaleissa puolueen ääniosuus nousemaan edellisistä vastaavista vaaleista eli saada vaalivoitto. Suomessa ehkä kaikkein tärkeimmät vaalit puolueiden näkökannalta ovat eduskuntavaalit. Eduskuntavaalien henkilöitymisestä onkin käyty paljon keskustelua.

Anttilan (2006, 159–160) mukaan hallituskausien vakiintuminen ja politiikan yleinen henkilöityminen on johtanut siihen, että eduskuntavaalit ovat muuttuneet niin kutsutuiksi pääministerivaaleiksi, joissa puolueet keskittyvät markkinoimaan puheenjohtajiaan mahdollisimman pätevinä pääministeriehdokkaina. Myös Borg ja Paloheimo (2009, 17) ovat todenneet huomion ja äänen keskittymisen varsinkin varteenotettaviin pääministeriehdokkaisiin olevan yksi politiikan henkilöitymisen piirre. Toisin kuin Borg ja Paloheimo (2009) sekä Anttila (2006), Moring ja Mykkänen (2009, 49–51) eivät täysin usko eduskuntavaalien muuttuneen pääasiassa pääministerivaaleiksi, vaan nostavat vaalien henkilöitymisen ensisijaiseksi osoitukseksi televisioesiintymisten kasvaneen merkityksen kansalaisten äänestyspäätöksissä.

Muissakin länsimaisissa demokratioissa on käyty paljon keskustelua puoluejohtajien merkityksestä parlamenttivaaleissa, eivätkä tulokset ole olleet täysin yhdenmukaisia. Johnston (2002) on tarkastellut puoluejohtajien merkitystä Kanadan parlamenttivaaleissa ja todennut puoluejohtajien

henkilökohtaisten ominaisuuksilla todella olevan merkitystä äänestäjien tekemiin äänestyspäätöksiin. Näistä ominaisuuksista hän nostaa esiin erityisesti puoluejohtajan kyvyn toimia pääministerinä, johtajuuden ja älykkyyden yhdistelmän sekä luonteen yleensä. Suunnilleen samalla aikajaksolla Johnstonin (2002) kanssa Bartle ja Crewe (2002) ovat tarkastelleet Ison-Britannian parlamenttivaaleja ja päätyneet huomattavasti varovaisempiin arvioihin. Heidän mukaansa puoluejohtajilla ei näyttäisi olevan suurta vaikutusta kansalaisten äänestyspäätöksiin, vaikka niin poliitikot ja toimittajat kuin kansalaisetkin uskovat asian olevan täysin päinvastoin. Suorastaan ainutlaatuisena länsimaiden joukossa voidaan pitää Saksan henkilöitymiskehitystä, tai pikemminkin sen puutetta, jota ovat tarkastelleet muun muassa Brettschneider ja Gabriel (2002). Heidän mukaansa Saksan parlamenttivaalit eivät olleet ainakaan vuoden 1998 vaaleihin mennessä henkilöityneet, eikä puoluejohtajien henkilökohtaisilla ominaisuuksilla ole merkitystä kyseisten vaalien lopputulokseen. Tutkijat kuitenkin myöntävät, että henkilöitymistä ei voida kokonaan vielä unohtaa Saksassakaan, sillä huolimatta maan puoluevetoisesta demokratiasta vaalikampanjat ovat kehittyneet koko ajan ehdokaskeskeisempään suuntaan. Reinemann ja Wilkes (2007) ovatkin tutkineet saksalaisten sanomalehtien vaaleja koskevia kirjoituksia aikavälillä 1949-2005 ja todenneet sanomalehtiartikkelien keskittyvän entistä enemmän ehdokkaisiin itseensä ja heidän käyttäytymiseensä televisioiduissa vaalikeskusteluissa. Kirjoittajat toteavatkin vaalikampanjoiden henkilöityneen 2000-luvulla merkittävästi sanomalehtien alettua julkaisemaan entistä enemmän ehdokkaita arvioivia artikkeleita varsinaisten poliittisten uutisten sijasta.

Vaikka länsimaisten parlamenttivaalien henkilöitymiskehitys näyttääkin etenevän eri maissa jonkin verran eri tavalla, on niiden väliltä löydettävissä myös selkeitä, kaikilla maille yhteisiä piirteitä. Puoluejohtajien näkyvyyden korostumista ei kiisteta yhdessäkään tutkimuksessa ja jopa ”epähenkilöitymisen” mallimaassa Saksassa tutkijat ovat todenneet muun muassa television viihdeohjelmissa esiintymisen vaikuttavan poliitikon suosioon enemmän kuin sadat poliittiset puheet (ks. Brettschneider & Gabriel 2002, 154). Tästä voitaneen vetää se johtopäätös, että puoluejohtajien merkitys puolueidensa keulakuvana ja niiden ajatusten ja periaatteiden esiintuojana on kasvanut, vaikka se ei kaikkialla vielä vaalituloksissa näkyisikään. Suomi näyttääkin olevan henkilöitymiskehityksessään useita muita länsimaita huomattavasti pidemmällä.

Karvonen (2009, 96) pitää Suomea politiikan ja henkilöitymisen tutkimuksen osalta mielenkiintoisena tutkimuskohteena johtuen maamme vaalijärjestelmästä, jossa äänestäjä tekee aina sekä puolue- että henkilövalinnan, eikä ääntä anneta esimerkiksi suljetulle, tietyn puolueen ehdokaslistalle. Tästä johtuen Suomessa voidaan selkeästi asettaa puolueiden puheenjohtajatin

järjestykseen heidän saamansa henkilökohtaisen äänimäärän mukaan, kun monissa muissa maissa joudutaan tyytymään puolueiden paremmuusjärjestykseen asettamiseen. Päinvastoin kuin Moring ja Mykkänen (2009) Karvonen (2009) uskoo vaalijärjestelmämme mahdolliseksi tekemän ”pääministeripelin” kasvattaneen puoluejohtajien merkitystä ja roolia eduskuntavaaleissa. Toisin kuin monet muut tutkijat (esim. Borg & Paloheimo 2009; Moring & Mykkänen 2009), Karvonen (2009, 101) ei ole ollut yhtä varovainen arvioidessaan ”henkilö vai puolue” -vastakkainasettelua ja todetessaan ehdokkaan merkityksen kansalaisten äänestyspäätöksissä selvästi korostuneen puolueiden kustannuksella. Lisäksi hän nostaa esiin nimenomaan puoluejohtajien kasvaneen merkityksen viimeisten vuosikymmenien eduskuntavaaleissa. Yhteenvetona Karvonen (2009) toteaa suomalaisten antavan puoluejohtajille entistä suuremman merkityksen niin puolueen menestymismahdollisuuksia arvioidessaan kuin perustellessaan omaa puoluevalintaansa eduskuntavaaleissa.

Anttila (2006) on tarkastellut vuoden 2003 eduskuntavaaleja ja löytänyt Suomen vaalijärjestelmän ohella muitakin syitä Suomen eduskuntavaalien henkilöitymiseen ja muuttumiseen niin kutsutuiksi pääministerivaaleiksi, joissa puolueet keskittyvät markkinoimaan puheenjohtajiaan mahdollisimman pätevinä pääministeriehdokkaina. Näistä syistä hän nostaa esiin Suomessa pitkällä olevan politiikan yleisen henkilöitymisen, hallituskausien vakiintumisen sekä vuonna 2000 voimaan tulleen uuden perustuslain, joka kasvatti pääministerin valtaa hallituskokoonpanon muodostamisessa, kun aikaisemmin hallituksenmuodostamisprosessin johtaminen oli kuulunut presidentille. Kuten monet muutkin tutkijat (esim. Moring & Mykkänen 2009; Paloheimo 2002; Poguntke 2000) myös Anttila (2006, 187) nostaa esiin kaksi havaitsemaansa poliittisen toiminnan trendiä. Ensinnäkin hän toteaa eduskuntavaalien pääministerikeskeisyyden heijastavan suomalaisen puoluepolitiikan hiipumista, ja toiseksi vaalien yleisen henkilökeskeisyyden kasvaneen. Molempia näitä teemoja yhdistää puoluejohtajien henkilökohtaisten ominaisuuksien pohjalta muodostuvien mielikuvien merkityksen korostuminen, joka suosii ennen kaikkea mediataidot hallitsevia ja yleiseltä ominaisuuksiltaan miellyttäviä poliitikkoja. Pääministeriteeman nousun Anttila (2006, 188) toteaa olleen nähtävissä jo vuoden 1991 eduskuntavaaleista lähtien ja korostaa tämän johtuneen ennen kaikkea median halusta yksinkertaistaa vaalikampanjointia keskittämällä puolueet niitä edustavien puheenjohtajien harteille. Pääministeriteeman häviäjiksi hän nimeää ennen kaikkea pienpuolueet, joilla ei ole mahdollisuutta kilpailla maan suurimman puolueen ja sen myötä pääministeripuolueen asemasta.

Eduskunta- ja erityisesti presidentinvaalit ovat olleet jo pitkään politiikan ja poliittisen viestinnän tutkimuksen huomion keskipisteenä (ks. esim. Gulati, Just & Crigler 2004, 247), ja samanlainen trendi näyttää vallitsevan myös suomalaisten äänestäjien keskuudessa, ainakin äänestysaktiivisuuden perusteella. Parlamenttivaaleja, tai suomalaisittain eduskuntavaaleja, näyttäisi olevan tutkittu vähemmän kuin presidentinvaaleja, ja vielä tätäkin vähemmälle ovat jääneet kunnallisvaalit. Tässä tärkeysjärjestykseen asettamisessa voidaan havaita olevan jonkinlainen ristiriita ajateltaessa vaalituloksen merkitystä yksittäiselle kansalaiselle. Presidentin valtaoikeudet ovat jatkuvasti kaventuneet ja eduskunnankin säätämät lait ja asetukset ovat enemmän tai vähemmän valtiollisen, tai jopa koko Euroopan tason päätöksiä, joilla usein on varsin vähäinen merkitys tavallisen suomalaisen arkipäiväiseen elämään. Sen sijaan kuntatasolla, jonka päättäjät valitaan neljän vuoden välein kunnallisvaaleissa, tehdään jatkuvasti nimenomaan kunnan tai kaupungin arkipäiväisiä asioita koskevia päätöksiä, kuten joukkoliikenne-, vapaa-aikarahoitus- tai asumispolitiikkaa.

Koska tässä tutkielmassa keskitytään tutkimaan nimenomaan kunnallisvaaleihin liittyviä ilmiöitä ja piirteitä, on perusteltua luoda tarkempi katsaus kunnallisvaaleja koskevaan aiempaan tutkimukseen.

2.2 Aikaisempaa kunnallisvaalitutkimusta

Bergin ja Niemen (2009, 13) mukaan suurin osa suomalaisia kunnallis- tai kuntavaaleja koskevasta tutkimuksesta on lähinnä tilastollisia selvityksiä äänestyskäyttäytymisestä ja vaalituloksista eikä näissä tutkimuksissa juurikaan keskitytä median osuuteen poliittisen järjestelmän muodostumisessa ja muokkaantumisessa. Selkeästi suurin osa kunnallisvaaleja koskevasta kirjallisuudesta näyttää keskittyvän edellä mainittuihin aiheisiin sekä vaalitulosten analysointiin, korkeintaan sivuten median roolia poliittisen järjestelmän kehityksessä.

Berg ja Niemi (2009, 12) ovat teoksessaan *Kenen kuntavaalit?* esittäneet ensimmäistä kertaa nimenomaan kunnallisvaalien mediajulkisuuteen keskittyvän selvityksen. Selvityksessä kirjoittajat ovat todenneet, että vaikka kunnallisvaalit ovatkin pääasiassa paikallisvaalit, käydään ne pitkälti puoluejohtajavetoisesti ja valtakunnallisissa medioissa. Tutkijat käsittelevät teoksessaan vuoden 2008 kunnallisvaaleja mediajulkisuuden näkökulmasta tukeutuen laajaan sanomalehti- ja televisioaineistoon.

Niemen (2009, 76) mukaan vuoden 2008 kunnallisvaaleissa politiikan julkisuus oli henkilövetoista. Hän mukailee myös Paloheimoa (2002, 218) todetessaan toimittajien näkökannalta katsottuna olevan helpompaa löytää eroja ennemmin poliitikkojen henkilökohtaisista piirteistä kuin heidän poliittisista tavoitteistaan. Tutkija toteaa myös, että koska kunnallisvaaleissa ehdokkaiden määrä on poikkeuksellisen suuri, ei medialle ole luontevaa, tai edes mahdollista, nostaa kovinkaan monia yksittäisiä ehdokkaita valtakunnalliseen julkisuuteen, mistä johtuen laajaa mediajulkisuutta keränneiden ehdokkaiden joukko jäi suppeaksi. Näistä ehdokkaista kirjoittaja nostaa esiin erityisesti suurten puolueiden puheenjohtajat (Matti Vanhanen, Jyrki Katainen, Jutta Urpilainen) sekä perussuomalaisten puheenjohtaja Timo Soinin.

Henkilövetoisuuden puolesta puhuu myös se, että vuoden 2008 kunnallisvaaleissa television pääkanavien vaaliuutisointi oli 92-prosenttisesti valtakunnallista paikallis- (6%) ja alueellisen (2%) tason uutisoinnin jäädessä selvästi vähemmälle huomiolle. Paikallis- ja aluetason vaaliuutisoinnista vastasi pitkälti Yle, joka esitti muutamia edellä mainittuja tasoja käsitteleviä kunnallisvaaliohjelmiä. (Berg 2009, 51–52.)

Kuten Bergin ja Niemen (2009) tuloksista sekä muista edellä esitellyistä tutkimuksista voidaan päätellä, nousee todella monissa vaaliaiheisissä viestinnän tutkimuksissa (esim. Aarnio & Isotalus, 2000; Moring & Mykkänen, 2009; Karvonen, 2009) esiin kaksi merkittävää teemaa ylitse muiden: poliitikon viestintätaidot sekä median merkitys vaalikampanjoissa. Koska nämä kaksi näyttävät niin vahvasti hallitsevan vaalitutkimusta, on syytä perehtyä kyseisiin aiheisiin hieman tarkemmin.

2.3 Poliitikkojen viestintätaidot

Ilmiön nimeltä poliittinen johtajuus on sanottu syntyvän poliitikon henkilökohtaisesta suhteesta hänen poliittiseen toimintaympäristöönsä (Elgie 1995, 23; Elcock 2001, 17). Tähän poliittiseen ympäristöön kuuluu paljon erilaisia viestintätilanteita ja -välineitä. Myös vaalikampanjat ovat viestinnällistyneet ja henkilöityneet (esim. Aarnio & Isotalus 2000; Borg & Paloheimo 2009; Moring & Mykkänen 2009) muun muassa televisioinnin myötä. Koska viestintä ja media näyttävät olevan tärkeässä asemassa nykyaikaisessa politiikassa, on aiheellista tarkastella poliitikon viestintätaitojen suhdetta hänen kykyynsä toimia poliittisesti johtavassa asemassa.

Yksi varhaisimmista poliitikkojen viestintätaitoja käsitelleitä teksteistä on antiikin Roomassa vaikuttaneen Quintus Tullius Ciceron veljelleen kirjoittama ohje, jonka mukaan kaikki tämän

saavutukset perustuvat kaunopuheisuuden tuottamalle kunnialle ja että kaikesta tämän oli kiittäminen nimenomaan puhetaitoaan. Cicero kehotti veljeään myös valmistautumaan jokaiseen puheeseensa ajatellen, että juuri niiden perusteella yleisö tulee arvioimaan hänen lahjakkuutensa. Lisäksi Cicero antaa veljelleen ohjeen loistaa puhetaidossa jatkossakin, sillä sen avulla Roomassa voittaa puolelleen kansalaisten myötätunnon, vetää heitä puoleensa ja estää heitä asettamasta tielleen esteitä tai aiheuttamasta itselleen vahinkoa. (Cicero, 2007.)

Poliitikon viestintä- ja vuorovaikutustaidoilla on edelleenkin suuri merkitys hänen ammattitaitonsa ja toimintansa kannalta (Finstad & Isotalus 2005, 26). Brack (2007) on tutkinut Ison-Britannian kolmanneksi suurimman puolueen, liberaalidemokraattien, puheenjohtajia ja sitä, mikä johti joko heidän onnistumiseensa tai epäonnistumiseensa kyseisessä tehtävässä. Kuten Elgie (1995) ja Elcock (2001), myös Brack (2007, 78) on todennut jokaisen puheenjohtajan olevan erilainen sekoitus vahvuuksia ja heikkouksia, mutta edellisistä poiketen hän toteaa tiettyjen piirteiden ja kykyjen edesauttavan puheenjohtajana onnistumista. Näistä piirteistä hän mainitsee ensimmäisenä poliitikon viestintätaidot ja sen, että poliitikolla tulee olla jokin sellainen viesti, joka uudistaa puoluetta tai puolueesta vallalla olevaa julkisuuskuvaa.

Brack (2007, 78) toteaa artikkelissaan puolueen puheenjohtajan tarvitsevan viestintätaitoja kehittääkseen puoluettaan, parantaakseen puolueensa asemaa kansallisessa politiikassa sekä vakuuttaakseen olevansa kykenevä puolueenjohtaja ja potentiaalinen pääministeri. Näihin viestintätaitoihin kuuluvat niin kyky toimia erilaisissa viestintätilanteissa tilanteen vaatimalla tavalla kuin tietynlainen mediaystävällisyyskin. Samaan johtopäätökseen ovat tulleet myös Finstad ja Isotalus (2005, 12–13), joiden mukaan ei riitä, että poliitikko on hyvä pitämään puheita ja muuten viestinnällisesti lahjakas, vaan hänen tulee hallita useita muitakin viestintätaitoja, kuten medialisoituneen politiikan hallinta. Tutkimuksessaan Brack (2007, 78) toteaa Iso-Britanniassa puheenjohtajan viestintätaitojen merkityksen korostuvan Liberaalidemokraattisessa puolueessa, koska puolue jää usein maan suurimpien puolueiden, labourin ja konservatiivien varjoon ja useimmiten liberaalidemokraattien ainoa mediahuomiota saava jäsen on puolueen puheenjohtaja.

Suomessakaan puolueiden puheenjohtajat eivät ole sattumalta usein hyviä televisioesiintyjä, vaan puheenjohtajaksi on ennemminkin mahdotonta nousta ilman hyviä esiintymis-, viestintä- ja mediataitoja. Esimerkiksi Jyrki Kataisen valinnan kokoomuksen puheenjohtajaksi vuonna 2004 on nähty ratkenneen pitkälti Kataisen esiintymistaitojen ja mediakypsyyden perusteella. Katainen voitti puheenjohtajakilvassa heikkoon esiintymiseen kaatuneen ennakkosuosikki Marjo Matikainen-

Kallströmin sekä vahvan asiaosaajan ja moninkertaisen ministeri Ilkka Kanervan, jota moitittiin muun muassa koukeroisesta puhetavasta ja erikoisen kuvakielen käytöstä. Kataisen nähtiin nostaneen osakkeitaan erityisesti selkeällä ilmaisullaan, vakuuttavalla puheellaan ja hänen uskottavuuttaan lisänneellä matalalla äänellään. (Uimonen 2011, 35–36.)

Poliitikkojen viestintäosaaminen on muutenkin erittäin keskeinen yksilön poliittista menestystä selittävä tekijä, koska politiikassa tulokset ovat usein sidoksissa poliitikon kykyyn vakuuttaa kuulijat ja saada nämä pitämään poliitikosta ja hänen ajatuksistaan. Myös menestys vaaleissa riippuu pitkälti siitä, millaisia mielikuvia poliitikko pystyy viestinnällään itsestään välittämään ja koska median vallan kasvaessa yhä suurempi osa politiikasta on siirtynyt suorista ja välittömistä, politiikan osallistujien välisistä kontakteista tiedotusvälineiden välityksellä tapahtuvaksi, on mediaosaamisesta tullut kaikkien poliitikkojen viestintäosaamisen keskeinen tekijä. (Finstad & Isotalus, 2005, 16–17.) Tämän seurauksena poliitikot joutuvat tiukasti kamppailemaan keskenään tarjolla olevasta mediatilasta, ja tässä taistelussa vahvimilla ovat ne poliitikot, jotka näkyvät mediassa oman virka-asemansa puolesta (Hovi-Wasastjerna 2007, 79). Tällaisia poliitikkoja ovat luontevimmin hallitus, oppositiopuolueiden puheenjohtajat sekä eduskunnan puhemiehistö.

Almonkari ja Isotalus (2012) ovat tutkineet poliittisten johtajien viestintätaitoja sekä sanomalehtien että poliittisten johtajien itsensä näkökannalta. Tutkijoiden mukaan sanomalehdet arvostavat poliittisten johtajien media- ja julkisen puhumisen taidot erittäin korkealle ja vastaavasti odottavat heiltä paljon tällä osaamisalueella. Sanomalehtien mukaan esiintymistaidosta onkin tullut yhtä tärkeä poliittisen johtajan ominaisuus kuin poliitikon luonteesta tai asiaosaamisesta. Myös tutkimuksessa haastatellut puolueiden puheenjohtajat pitivät viestintätaitoja tärkeänä osana ammattiaan. Erityisen tärkeänä poliittisen johtajan ominaisuutena puheenjohtajat pitivät poliitikon mediataitoja, kuten suhdetta toimittajiin, julkisen imagon ylläpitämistä tai median roolin ymmärtämistä. Tutkijat nostavat esiin kolme poliittiselle johtajalle tärkeää viestintätaitoa: suullisen viestintäosaamisen, mediataidot sekä johtajuuden.

Kuten muukin politiikan tutkimus, myös poliitikkojen viestinnän tutkimus on keskittynyt erityisesti vaalien ympärille (esim. Moring & Mykkänen 2009; Mäki 2007; Tiittula, Nuolijärvi & Isotalus 2007). Nykyvaaleissa medialla on suuri merkitys sekä tiedon saattamisessa äänestäjille sekä poliitikoista muodostuvan imagon rakentamisessa. Muun muassa Isotalus (2007, 10) on todennut lähes kaikkien medioiden raportoivan nykyään vaaleista, minkä lisäksi eri tiedotusvälineet

uutisoivat myös muiden medioiden uutisista. Tämä näkyy ennen kaikkea siinä, miten sanomalehdet uutisoivat televisiossa esitetyistä vaaliohjelmista, kuten eri kanavien vaalikeskusteluista.

2.4 Vaalikeskustelut ja median rooli mielikuvien rakentumisessa

Televisioituja vaalikeskusteluja pidetään usein vaalikampanjoiden tärkeimpinä tapahtumina (esim. Chaffee 1979; McKinney & Carlin 2004). Paloheimon ja Wibergin (2008, 251–255) mukaan joukkotiedotusvälineitä voidaankin pitää puolueiden ja painostusryhmien kaltaisina poliittisina voimina, joilla on valtaa vaikuttaa kansalaismielipiteeseen ja jopa poliittiseen päätöksentekoon. Kirjoittajat toteavat sanomalehtien aseman mielipiteiden muokkaajina olleen jo 1700-luvulta alkaen niin vahva, että poliitikotkin alkoivat kiinnittää siihen huomiota. Noista ajoista lähtien tiedotusvälineiden merkitys poliittisena vallankäyttäjänä on vain lisääntynyt viime vuosikymmenten aikana, mitä myös Finstad ja Isotalus (2005, 17) pitävät merkittävänä yhteiskunnallisena kehityslinjana.

Länsimaisissa demokratioissa vaalikampanjoita on käyty pitkälti joukkoviestimien välityksellä, minkä seurauksena television valtakunnalliset vaalikeskustelut ovat vakiinnuttaneet asemansa tapahtumana, josta kansalaiset voivat oppia sen, mikä juuri kyseisissä vaaleissa on olennaista. Tutkimustulosten mukaan televisioitujen vaalikeskustelujen on myös havaittu jossain määrin vaikuttavan äänestäjien osallistumishalukkuuteen ja äänestyspäätöksiin. (Oksanen & Pesonen 1985b, 135.)

Myös poliitikkojen televisioesiintymistä on tutkittu suhteellisen paljon, mutta tutkimusten tulokset ovat yllättävänkin erilaisia. Sekä aggressiivinen tai hyökkäävä esiintymistyyli että poliitikkojen vakavuus ja ilmeettömyys on todettu negatiivisiksi piirteiksi poliitikkojen televisioesiintymistä koskien. Kuitenkin tutkimuksien tulokset osoittavat sen, että televisioesiintymisellä on suuri vaikutus siihen, millainen mielikuva esiintyjästä syntyy. Televisiossa esiintyessä, esiintyjien nonverbaalin viestinnän merkitys korostuu jopa samalle tasolle kuin kahdenkeskisessä, kasvokkain käytävässä viestinnässä, sillä televisio korostaa sanatonta viestintää. (Isotalus 2000, 156–159.)

Stephen ym. (2004) ovat tutkineet Yhdysvaltain presidentinvaaliehdokkaiden viestintätyylien merkitystä vaalien tuloksiin. Tutkijoiden mukaan joukkoviestinten luomalla mielikuvalla on suuri merkitys äänestäjien tekemiin ehdokasvalintoihin ja tulevaisuudessa nimenomaan television

merkityksen voidaan uskoa kasvavan kyseisten mielikuvien syntymisessä, minkä lisäksi poliitikkojen televisioesiintymiset antavat katsojille tietoa poliitikkojen persoonasta, minkä perusteella katsojat muodostavat yksityiskohtaisen mielikuvan kyseisistä henkilöistä viestijöinä.

Tiittula, Nuolijärvi ja Isotalus (2007) ovat tutkimuksessaan tarkastelleet Tarja Halosen ja Sauli Niinistön vuoden 2006 presidentinvaalien toisen kierroksen televisioväittelyitä analysoimalla ehdokkaiden keskinäistä vuorovaikutusta tavoitteenaan hahmottaa ehdokkaiden esiintymistyyliä. Tutkimuksessa todetaan katsojien muodostavan mielikuvansa ehdokkaista vaalikeskustelutilanteesta saatavan informaation perusteella yhdessä jo olemassa olevan ennakkotiedon perusteella.

Isotalus (2000) on tarkastellut Esko Ahon ja Tarja Halosen televisioesiintymisten nonverbaalista viestintää vuoden 2000 presidentinvaalien yhteydessä tarkoituksenaan selvittää ehdokkaiden esiintymistyylien lisäksi sitä, miksi Halosen esiintymistä pidettiin yleisesti parempana kuin Ahon, vaikka Ahon todettiin esiintyneen yleisesti hyvänä pidetyllä, normien mukaisella ja oppikirjoissa suositellulla tavalla. Tutkimuksessa Halosen eduksi luettiin viisi eri piirrettä: itseilmaisun visuaalisuus, myönteiset tunneilmaukset, spontaani viestintä, onnistuminen reaktio-otoksissa sekä ystävällisyyden ja tasavertaisen suhtautumisen viestiminen suhteessa katsojiin.

Vaalikeskustelut ovat usein myös merkittäviä mediatapahtumia, jotka jakautuvat yleensä kolmeen vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa, jo ennen vaalikeskusteluja, analysoidaan tulevaa väittelyä ennako-oletusten perusteella. Toisessa vaiheessa keskusteluun osallistuville poliitikoille asetetaan tavoitteita ja heihin kohdistetaan erilaisia ennako-odotuksia. Viimeisessä, vaalikeskustelun jälkeisessä vaiheessa mediassa analysoidaan, ketkä vaalikeskustelun osallistujista pystyivät täyttämään heihin kohdistetut odotukset, ketkä onnistuivat esiintymisessään ja ketkä yksinkertaisesti voittivat tai hävisivät keskustelun. Kolmannessa vaiheessa nostetaan usein esiin pienimmätkin keskustelun yksityiskohdat, erityisesti yksittäisten poliitikkojen tekemät virheet. (McKinney & Carlin 2004, 214–215.)

Nykyään televisioidut vaalikeskustelut ja muut television vaaliohjelmat eivät ole enää ainoastaan puheenaiheita luovia tapahtumia, vaan ne ovat itsekin nousseet puheenaiheiksi ja muiden joukkoviestintävälineiden tarkastelun kohteeksi. Erityisesti vaaliohjelmissä tällaisiksi puheenaiheiksi nousevat niissä esiintyvät poliitikot ja heidän persoonansa, eivät niinkään heidän ajamansa asiasisällöt. Sanomalehtien kertoessa television vaaliohjelmista ne samalla myös vahvistavat median asemaa poliittisena vaikuttajana ja ennen kaikkea korostavat nimenomaan

television poliittista valtaa. Näin ollen politiikan pinnallistumisessa ja imagojen keskeisyyden korostamisessa myös sanomalehdillä näyttää olevan keskeinen rooli, vaikka näiden kehityssuuntien onkin aiemmin todettu olevan lähinnä television syytä tai ansiota. (Isotalus 1998b.)

Zakahi (2004) on yhdistänyt vaalikeskustelut toiseen tämän tutkimuksen tärkeään teemaan tutkiessaan vaaliväittelyiden merkitystä presidentinvaaliehdokkaiden imagonmuodostuksessa. Tutkimuksessaan hän tarkasteli vuosien 1992, 1996 ja 2000 Yhdysvaltain presidentinvaalien alla käytyjä vaalikeskusteluja sekä verraten niitä toisiinsa että pyrkien löytämään keskustelujen tärkeimmistä hetkistä yhteyksiä ehdokkaista muodostuvaan imagoon. Vaikka vaaliväittelyillä ja niistä käytävällä keskustelulla onkin Zakahin mukaan suuri merkitys ehdokkaiden imagojen muodostumisessa, ei hän kuitenkaan väitä vaalikeskustelujen olevan imagonmuodostuksen ainoa osa, vaan muistuttaa myös ennakkotiedoilla olevan suuri merkitys kyseisessä prosessissa.

Suomessa Karvonen (2007) on tutkinut ehdokkaiden imagonrakennusta vuoden 2006 presidentinvaaleissa. Karvonen keskittyi tutkimuksessaan tarkastelemaan vaalien toiselle kierrokselle päässeiden Tarja Halosen ja Sauli Niinistön imagon rakentamista ja heidän kampanjaretoriikkaansa sekä niitä keinoja, joilla ehdokkaat pyrkivät vakuuttamaan yleisölle omaa paremmuuttaan. Tutkija toteaa varsin suoraan, että imago todella ratkaisee vaalit, jos sillä tarkoitetaan äänestäjien ehdokkaasta muodostamaa kuvaa, käsitystä ja arviota ja uskotaan äänestyspäätöksen syntyvän tämän käsityksen pohjalta.

Muullakin kuin Suomessa poliitikkojen imagoja on tutkittu valtavasti, ja kuten poliitikkojen viestinnän, myös heidän imagojensa tutkimus keskittyy vahvasti vaalien tiimoille (esim. Hacker 2004; Hellweg 2004; Niemi 2006). Kuitenkin, vaikka vaaliehdokkaiden imagoja onkin tutkittu eri tieteenaloilla jo yli 40 vuoden ajan (Hellweg 2004, 22), ei tutkimuksissa ole tarkemmin perehdytty ehdokkaiden viestinnän merkitykseen poliittisen johtajuuskuvan muodostumisessa. Lisäksi tälläkin sektorilla nimenomaan kunnallisvaalien saama huomio on jäänyt erittäin vähäiseksi, melkein pä olemattomaksi.

Imago voidaan käsittää usealla eri tapaa. Ensinnäkin imago on esitys tai ilmiäsu, muistakin kuin visuaalisista tekijöistä rakentuvaa viestintää. Toisaalta imago on myös tulkintaan perustuva mielikuva, jonka ihmiset muodostavat kaikista saamistaan tiedoista ja viesteistä. Poliittisen viestinnän tutkimuksessa imago käsitetään näillä kahdella perustavalla tavalla, mutta myös niiden yhdistelmänä. (Karvonen 2007, 115–116.)

Uimonen ja Ikävalko (1996, 189) toteavat samansuuntaisesti imagon olevan lopputulos, johon vaikuttavat niin poliitikon pyrkimykset kuin äänestäjien tekemät havainnotkin. Nämä havainnot syntyvät yhä harvemmin henkilökohtaisissa kohtaamisissa ja yhä useammin erilaisten medioiden, kuten sanomalehtien ja esimerkiksi television vaalikeskusteluiden, välityksellä. Tässä tutkielmassa käsitteen imago synonyymina käytetään sanaa *mielikuva*, ja sitä tarkastellaan Karvosen (2007, 115–116) määritelmän mukaisesti kuvana, jonka ihmiset muodostavat mediasta saamiensa tietojen ja viestien perusteella.

3 TUTKIMUSONGELMA JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tämä tutkielman tarkoituksena ja tutkimusongelmana on selvittää, millainen mielikuva eduskuntapuolueiden puheenjohtajista muodostui vuoden 2008 kunnallisvaalien televisioitujen vaalikeskustelujen pohjalta. Tutkielmaan haetaan laajempaa näkökantaa tarkastelemalla tutkimusongelmaa sekä sanomalehtiartikkelien että puheviestinnän asiantuntijoiden mielipiteiden pohjalta.

Tutkimusongelmaan haetaan vastauksia kolmen tutkimuskysymyksen avulla.

1. Millaisia piirteitä puheviestinnän asiantuntijat löysivät puoluejohtajien televisioitujen vaalikeskustelujen viestinnästä?

Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä pyritään selvittämään, miten puheviestinnän ammattilaiset näkevät ja kokevat puoluejohtajien onnistuvan vaalikeskusteluissa. Toisin sanoen kysymyksellä pyritään löytämään vastauksia siihen, millainen mielikuva puoluejohtajista syntyy heidän televisioituissa vaalikeskusteluissa käyttämänsä viestinnän perusteella. Syntyneiden mielikuvien perusteella pyritään löytämään vastauksia siihen, millainen viestintä luo poliitikosta positiivista mielikuvaa ja millaista viestintää poliitikon tulisi vaalikeskusteluissa välttää.

2. Mitä sanomalehdet kirjoittivat puoluejohtajien esiintymisestä vaalikeskusteluissa ja millaista mielikuvaa kirjoitukset rakensivat eri puolueiden johtajista?

Syksyn 2008 kuntavaalien aikana käytyjä, televisioituja vaalikeskusteluja koskevien artikkelien perusteella pyritään saamaan selville, miten Suomen neljä suurinta sanomalehteä kuvasivat eduskuntapuolueiden puheenjohtajien viestintäkäyttäytymistä vaalitesteissä sekä sitä, millaista mielikuvaa kirjoitukset loivat tai korostivat kunkin puheenjohtajan osalta.

3. Mitä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia oli sanomalehtien luomien mielikuvien ja asiantuntijoiden tekemien havaintojen välillä?

Kolmannella ja viimeisellä tutkimuskysymyksellä haetaan vastausta siihen, erosivatko sanomalehtien puoluejohtajista luomat ja puheviestinnän ammattilaisten heistä saamat mielikuvat toisistaan ja millaisia eroja näiden kahden näkökulman välille mahdollisesti syntyi. Tavoitteena on

näin selvittää, kannattaako poliitikon pyrkiä suuntaamaan viestintänsä selvästi medialle ja tavalliselle kansalaisille vai pyrkiä joka tapauksessa viestimään tavalla, jota puheviestinnän asiantuntijat pitävät hyvänä.

Varsinaisten, tutkimusongelmaa ratkaisemaan pyrkivien tutkimuskysymysten lisäksi esiin nostetaan vielä neljäs tutkimuskysymys.

4. Miten puolueiden menestys vaaleissa korreloi puolueiden puheenjohtajien vaalikeskusteluissa käyttämän viestinnän sekä tämän viestinnän perusteella muodostuvien mielikuvien kanssa?

Neljännellä tutkimuskysymyksellä pyritään löytämään vastaus siihen, vaikuttaako puolueiden puheenjohtajien tv-esiintyminen vaalitulokseen, eli toisin sanoen onko puolueen puheenjohtajan tv-esiintymistaidoilla merkitystä hänen puolueensa vaalimenestykseen.

4 TUTKIMUSMENETELMÄT

4.1 Menetelmän valinta

Kuten tämän tutkielman teoreettisesta viitekehuksesta käy ilmi, on poliitikoista syntyvien mielikuvien rakentumista useimmiten lähestytty kvantitatiivisesta näkökulmasta. Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, millainen mielikuva eduskuntapuolueiden puheenjohtajista muodostui vuoden 2008 kunnallisvaalien televisioitujen vaalikeskustelujen pohjalta. Koska tutkielmassa halutaan vertailla kahta varsin erilaista aineistoa keskenään, ei kvantitatiivinen vertailu näiden kahden välillä todennäköisesti olisi kovinkaan hedelmällistä.

Laadullisen tutkimusotteen valintaa tukee myös tässä tutkielmassa välttämättä esiin nouseva tarve tulkita aineistoja. Kvantitatiivinen tutkimus ei juurikaan tarjoa mahdollisuutta tutkimustuloksien tulkitsemiseen, vaan tulkinnallinen tutkimus on käytännössä aina kvalitatiivista ja osa fenomenologis-hermeneuttista tutkimusfilosofiaa. Vaikka tässäkin tutkimuksessa käytettyä luokittelua pidetään jossain määrin kvantitatiivisena analyysitapana, on se osa laajempaa sisällönanalyysia, joka on laadullisen tutkimuksen perusanalyysimenetelmä. (Tuomi & Sarajärvi 2009.)

Kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillisiä piirteitä ovat muun muassa laadullisten metodien käyttö aineistohankinnassa, kohdejoukon valitseminen tarkoituksenmukaisesti ja tapauksien käsittely ainutlaatuisina sekä jo edellä mainittu aineiston tulkinta sen mukaisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009). Nämä kaikki piirteet ovat nähtävissä myös tämän tutkielman eri osissa. Aineisto on kerätty sisällönanalyysin keinoin ja tutkimuksen kohdejoukoksi valittiin vain eduskuntapuolueiden puheenjohtajat jättäen ulkopuolelle muut merkittävät poliittiset päättäjät. Lisäksi jokaista puheenjohtajaa ja hänen viestintäänsä tutkitaan uniikkina tutkimuskohteena, mistä johtuen tulosten tulkinta elää vahvasti tutkielman eri osissa muun muassa poliitikkojen ominaispiirteiden määrittelyn muodossa.

Laadullinen analyysi voidaan tutkimuksen lähtökohtien mukaan jakaa kolmeen eri alakategoriaan: aineistolähtöiseen, teoriasidonnaiseen ja teorialähtöiseen analyysiin. Aineistolähtöisen analyysin keskeinen ajatus on, etteivät analyysiyksiköt ole etukäteen sovittuja tai ennalta harkittuja (Eskola 2001). Tästä syystä aineistolähtöinen analyysi sopii tähän tutkielmaan hyvin, sillä aihetta koskevaa aikaisempaa tutkimusta ja teoriaa on olemassa varsin vähän. Lisäksi tässä tutkielmassa aineisto on

erityisen vahvasti esillä määritellen samalla koko tutkimuksen suunnan. Analyysiyksiköksi tutkimuksen edetessä määriteltiin yksittäinen, ketä tahansa eduskuntapuolueen puheenjohtajaa koskeva kuvaus.

Tuomen ja Sarajärven (2009, 108) mukaan Miles ja Huberman ovat jakaneet aineistolähtöisen analyysin kolmivaiheiseksi prosessiksi, joista ensimmäisenä on aineiston pelkistäminen, jota seuraa aineiston ryhmittely ennen lopullista abstrahointia eli teoreettisten käsitteiden luomista. Tässä tutkielmassa noudatetaan näitä prosessivaiheita, eli aineistojen sisältöön perehtymisen jälkeen aineistoista etsitään tutkimuksen kannalta merkittävät kuvaukset, jotka listataan pelkistettyinä avainsanoina. Tämän jälkeen samaa asiaa tarkoittavat avainsanat ryhmitellään alaluokiksi, joista muodostetaan laajempia yläluokkia. Lopuksi yläluokista yhdistellään selkeät pääluokat, joille muodostetaan kokoavat käsitteet.

Aineistolähtöinen analyysi tuo mukanaan puolueettomuuden ja objektiivisuuden ongelman. Tuomen ja Sarajärven (2009, 142–143) mukaan tätä tiukkojen objektiivisuusvaatimusten mukanaan tuomaa luotettavuusongelmaa voidaan parantaa erilaisilla keinoilla, joista tärkeimpänä kirjoittajat nostavat esiin triangulaation, joka yksinkertaistettuna tarkoittaa erilaisten metodien, tutkijoiden, tietolähteiden tai teorioiden yhdistämistä tutkimusta tehtäessä. Tässä tutkielmassa käytetään aineistoon liittyvää triangulaatiota eli tietoa kerätään kahdelta eri tiedonantajaryhmältä. Nämä ryhmät ovat sanomalehtiaineisto sekä puheviestinnän ammattilaisista koostuva asiantuntijaraati.

4.2 Sanomalehtiaineisto

Tutkielmassa käytettiin sanomalehtiaineistoa, joka kerättiin neljästä sanomalehdestä, jotka olivat vuonna 2008 levikiltään Suomen suurimmat, eli Helsingin Sanomista (412 421 kappaletta), Ilta-Sanomista (161 165), Aamulehdestä (139 130) ja Iltalehdestä (122 548) (Levikintarkastus Oy 2008). Aineistoon kerättiin kaikki edellä mainituissa lehdissä julkaistut artikkelit, joissa käsiteltiin vuoden 2008 kunnallisvaalien alla käytyjä, televisioituja vaalikeskusteluja, joihin osallistui yksi tai useampi eduskuntapuolueen puheenjohtaja. Aineistoon kuului kaikkiaan 64 artikkelia, joista kerättiin yhteensä yli 700 kenen tahansa eduskuntapuolueen puheenjohtajan viestintää, käyttäytymistä tai olemusta koskevaa kuvausta. Eniten televisioituja vaalikeskusteluja käsitteleviä artikkeleita julkaisi Aamulehti (21 kpl). Helsingin Sanomissa ja Iltalehdessä kirjoituksia julkaistiin 16 kummassakin. Vähiten kirjoituksia oli Ilta-Sanomissa (11 kpl).

Ajallisesti sanomalehtiaineiston artikkelit julkaistiin vuoden 2008 syys- ja lokakuussa. Aikaisimmat aineistoon kuuluneet kirjoitukset julkaistiin Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä 19. syyskuuta, mutta pääasiassa artikkelit keskittyivät lokakuulle. Aamulehti oli lehdistä ainoa, joka jatkoi vaalikeskustelujen analysointia myös 26. lokakuuta järjestettyjen vaalien jälkeen ja peilasi edes jotenkin puheenjohtajien televisioesiintymistä vaalitulokseen. Suurimmat artikkelipiikit osuivat 1. lokakuuta järjestetyn, kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien välisen, MTV3:n *Kunnallisvaalit 2008* -vaalikeskustelun sekä 23. ja 24. lokakuuta pidettyjen MTV3:n ja YLE:n *Suurten vaalikeskustelujen* ympärille. Näiden kolmen vaalikeskustelun lisäksi artikkeleissa käsiteltiin myös 18. syyskuuta järjestettyä, ensimmäistä kuntavaalitenttiä (YLE).

Sanomalehtiaineistoon kuuluneista artikkeleista kirjattiin ylös jokaista kahdeksaa eduskuntapuolueen puheenjohtajaa koskevat kuvaukset, minkä jälkeen kuvaukset pelkistettiin korkeintaan muutamien sanojen pituisiksi ”avainsanoiksi”. Pelkistyksen jälkeen kuvaukset ryhmiteltiin ensin alaluokkiin, sitten yläluokkiin. Jos esimerkiksi Jutta Urpilaista kuvailtiin jossakin artikkelissa maininnalla ”Valtiovarainministeri Urpilainen hyökkäili jatkuvasti hallitusta vastaan”, pelkistettiin kuvaus muotoon ”hyökkäili jatkuvasti hallitusta vastaan” ja ryhmiteltiin alaluokkaan ”hyökkäävä hallitusta kohtaan” ja yläluokkaan ”hyökkäävä”. Lopuksi yläluokat yhdisteltiin kattaviksi pääluokiksi ja näille määriteltiin teoreettiset käsitteet aineistolähtöisen analyysin prosessin viimeisen vaiheen mukaisesti (esimerkiksi ”aggressiivinen”).

4.3 Asiantuntijaraati

Isotalus (2000, 161) on käyttänyt tutkimuksessaan asiantuntijaraatia selvittäessään vuoden 2000 presidentinvaalien pääehdokkaiden Esko Ahon ja Tarja Halosen televisioidussa vaaliohjelmassa käyttämää nonverbaalista viestintää. Isotaluksen tutkimuksessa asiantuntijoita pyydettiin kuvailemaan ehdokkaiden nonverbaalista viestintää sekä kertomaan, minkälaisia vaikutelmia heille ehdokkaasta muodostui. Lisäksi raatia pyydettiin arvioimaan, mitä hyvää ja mitä huonoa ehdokkaiden esiintymisessä oli.

Asiantuntijaraadin käyttäminen sopii tähänkin tutkielmaan hyvin. Se ensinnäkin laajentaa tutkimuksen näkökulmaa, minkä lisäksi raadin käyttäminen sanomalehtiaineiston rinnalla lisää triangulaation myötä tutkielman luotettavuutta.

Raatiin valittiin seitsemän Tampereen yliopiston Puheopin laitoksen henkilökuntaan kuuluvaa, vähintään maisterin tutkinnon suorittanutta puheviestinnän asiantuntijaa. Seitsemästä raadin jäsenestä kuusi oli naisia ja yksi mies. Raati jaettiin kahteen ryhmään, joista toinen arvioi puolueiden puheenjohtajien viestintää MTV3-kanavalla 1. lokakuuta 2008 esitetyn, noin 50-minuuttisen *Kunnallisvaalit 2008* -vaalikeskustelun pohjalta. Toiselle ryhmistä näytettiin 23. lokakuuta 2008 käyty *YLEn Suuren vaalikeskustelu*, josta ryhmä teki havaintoja puoluejohtajien viestinnästä. Vaalikeskustelut näytettiin asiantuntijoille nauhalta vuoden 2009 syksyllä. Katselut järjestettiin Tampereen yliopistolla Puheopin laitoksen kirjastossa.

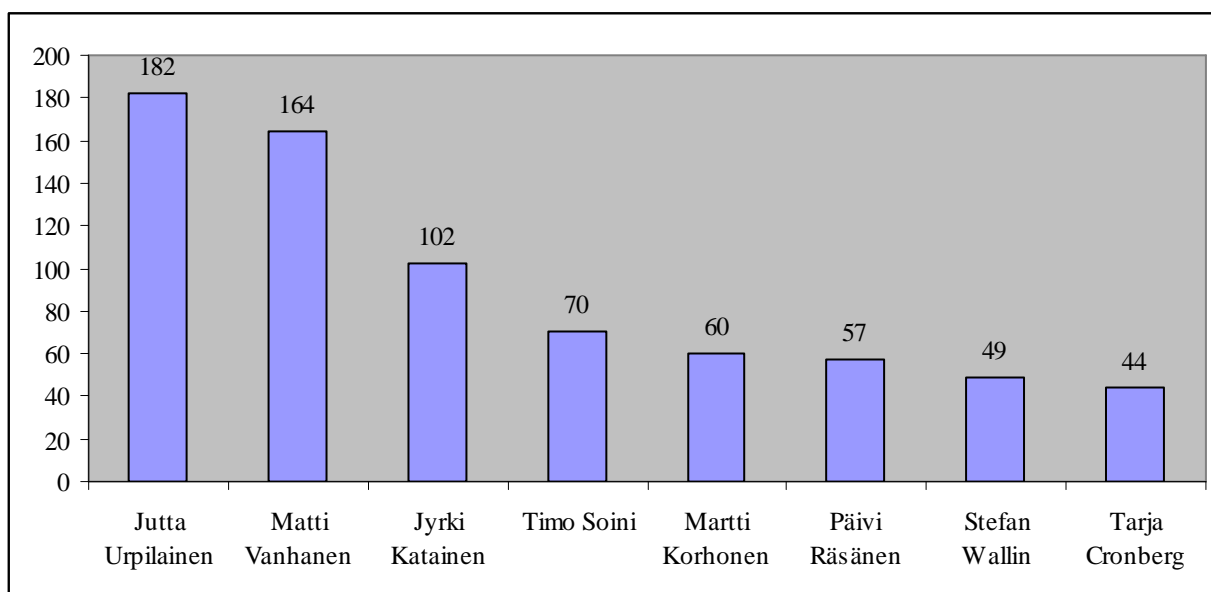
Asiantuntijoita pyydettiin tekemään havainnoistaan muistiinpanoja, joita varten ei luotu varsinaisia kysymyksiä, vaan ainoastaan tutkielman tutkimuskysymysten pohjalta laadittu yleinen ohjeistus (LIITE 1), jossa selvitettiin tutkielman perustarkoitus sekä ohjeistettiin asiantuntijoita siitä, mitä katseltavista ohjelmista tulisi etsiä, tarkastella ja arvioida.

Asiantuntijoiden havaintojen suhteen noudatettiin samaa aineistolähtöisen analyysin kolmivaiheista prosessia kuin sanomalehtiaineistoakin analysoitaessa. Aluksi asiantuntijoiden ylös kirjaamat asiat pelkistettiin avainsanoiksi ja -lauseiksi. Pelkistyksen jälkeen avainsanat luokiteltiin ensin pieniin alaluokkiin, joista yhdisteltiin ensin yläluokat ja lopulta pääluokat ennen lopullista abstrahointia.

Tulosten analysoinnin jälkeen asiantuntijaraadin tekemiä havaintoja verrattiin sanomalehtiaineistosta saatuihin tuloksiin tarkastelemalla, olivatko asiantuntijat löytäneet katsomistaan vaalikeskusteluista samanlaisia ominaispiirteitä, kuin mitä sanomalehdet olivat kunkin puheenjohtajan kohdalla nostaneet esiin. Vertailussa tarkasteltiin myös sitä, millaisia mielipideeroja asiantuntijaraadin ja sanomalehtien välille muodostui.

5 TULOKSET

Sanomalehtiaineiston 64 artikkelissa eduskuntapuolueiden puheenjohtajien viestintää, viestintäkäyttäytymistä tai olemusta kuvailtiin yhteensä 728 kertaa. Maininnat jakautuivat varsin epätasaisesti eri puoluejohtajien kesken (Kuvio 1). Eniten mainintoja keräsi Jutta Urpilainen ja vähiten Tarja Cronberg. Tässä tulokatsauksessa puolueiden puheenjohtajia koskevia tuloksia tarkastellaan järjestyksessä pienimmästä mainintamäärästä suurimpaan.



Kuvio 1. Mainintojen määrä sanomalehtiaineistossa.

5.1 Tarja Cronberg

Vihreiden puheenjohtaja Tarja Cronbergia kuvailtiin lehtiaineistossa yhteensä 44 kertaa. Suurin osa kuvauksista oli sävyiltään negatiivisia. Tarkemman tarkastelun perusteella Cronbergia koskevat kuvailut jaettiin luokkiin, joiden pohjalta löytyi kolme hallitsevaa ominaisuutta; *passiivisuus*, *sekavuus* ja *pehmeys*. Näiden pääominaisuuksien lisäksi mainittavina Cronbergin ominaisuuksina voidaan pitää halua tehdä eroa muihin hallituspuolueisiin sekä kykyä perustella puheenvuoronsa hyvin.

Cronbergia koskevista maininnoista peräti neljäsosa kuvaili hänen aktiivisuuttaan vaalikeskusteluissa negatiiviseen sävyyn. Cronbergia kuvailtiin muun muassa ulkopuoliseksi ja

hänen todettiin jääneen muiden varjoon. Hänen kuvailtiin myös olleen vaisu, ponneton tai jopa ”puolueensa heikoin lenkki”.

”Joku ihme siinä on, että hän jää tenteissä muiden varjoon, vaikka puheenvuorot olisivat kuinka perusteltuja.” IL 23.10.2008

”Hoiti homman rutiinilla, jäi melko näkymättömäksi.” IS 24.10.2008

”Ainoa puheenjohtaja, joka ei ole ehdokkaana. Olisiko tämä syy jonkinlaiseen ponnettomuuteen? Vihreiden puheenjohtajan osaksi jäi seinäruusuna oleminen.” HS 23.10.2008

Vaikka Cronbergin todettiin olleen vaalikeskusteluissa passiivinen eikä hänen nähty ottaneen kovinkaan paljon osaa keskusteluun, löytyi aineistosta myös mainintoja hänen viestintätyylistään. Näistä maininnoista esiin nousi erityisesti hänen vaikeaselkoisuutensa ja korkeintaan keskinkertainen ymmärrettävyytensä. Hänen viestintätyyliään ja yleistä esiintymistään kuvailtiin usein sekavaksi ja hänen viestintänsä sisältöä epäolennaiseksi.

”Yhä hukassa ja sivuraiteella. Täysin epäolennaisia puheenvuoroja ja kannanottoja.” IL 24.10.2008

”Vaikeaselkoinen, lauseiden viimeistelyssä vaikeuksia.” HS 8.10.2008

Kolmantena Cronbergin ominaisuutena sanomalehtiaineistosta esiin nousi pehmeys ja hänen vaikeutensa saada sanomaansa ja asiaansa läpi vaalikeskusteluissa.

”Pehmeää puhetta, pehmeitä arvoja.” IL 23.10.2008

”Sai (silti) kovin huonosti vihreitä ajatuksia eetteriin.” IL 23.10.2008

Puheviestinnän asiantuntijoiden arviot Cronbergin onnistumisesta vaihtelivat suuresti. Moitteita Cronberg sai lähinnä puheenvuorojen hallinnasta ja vakuuttavuuden puutteesta.

”Isoimpana ongelmana dominanssin ja varmuuden vaikutelman jääminen hennoksi.”

”Ponnettomia puheenvuoroja, ”selittelyä”. Ei kovin vakuuttava eikä selkeä.”

”Ei kovin aktiivinen vaikutelma.”

”Ei puheenvuoron tai tilanteen hallintaa, pehmeä.”

Positiivisista ominaisuuksista asiantuntijat mainitsivat useimmin Cronbergin yleisen viestintäkäyttäytymisen sekä puhetyylin. Myös Cronbergin kokemuksen nähtiin näkyvän positiivisesti hänen viestinnässään.

”Puhuu harvoin, mutta muut puheenjohtajat selvästi kuuntelevat ja arvostavat häntä.”

”Täyteläinen, ”kokemuksen syvä rintaääni”.”

”Kokemus näkyy myönteisellä tavalla.”

Sanomalehtien ja puheviestinnän asiantuntijoiden näkemykset Tarja Cronbergista vaihtelivat jonkin verran. Molemmista aineistoista on nähtävissä käsitys, jonka mukaan Cronberg oli vaalikeskusteluissa liian passiivinen eikä pystynyt kovinkaan vakuuttavasti hallitsemaan puheenvuorojaan. Siinä missä sanomalehdet arvioivat Cronbergin viestintää lähinnä negatiiviseen sävyyn, löysi osa asiantuntijoista myös hyvää sanottavaa hänestä ja erityisesti hänen tyynestä, kokemuksen rauhoittamasta viestintätyylistään.

5.1 Stefan Wallin

RKP:n puheenjohtaja Stefan Wallin keräsi sanomalehtiaineistossa yhteensä 49 mainintaa, joista suurimmassa osassa hänen käyttäytymistään tai viestintäänsä vaalikeskusteluissa kuvailtiin negatiiviseen sävyyn. Yli puolet kuvauksista koski Wallinin tylsyyttä, näkymättömyyttä tai heikkoa ymmärrettävyyttä. Wallinin ominaisuuksien ryhmäjaottelun perusteella määriteltiin hänelle kaksi pääominaisuutta, jotka nimettiin *värittömyydeksi* ja *näkymättömyydeksi*.

Lähes puolet kaikista Wallinia koskevista maininnoista koskivat hänen värittömyyttään tai sulautumistaan joukkoon. Suurin osa kirjoituksista piti tätä ominaisuutta puoluejohtajalle sopimattomana, negatiivisena piirteenä.

”Tylsä virkamiesmäinen byrokraatti.” IL 23.10.2008

”Vaikutti vähän kyllästyneeltä.” IS 24.10.2008

Samalla kun lehdet kuvailivat Wallinia värittömäksi, mainittiin usein hänen ja hänen puolueensa rooli hallituksessa. Maininnat loivat vahvasti Wallinista ja RKP:sta kuvaa suurempien hallituspuolueiden ja erityisesti kokoomuksen alempiarvoisena kollegana.

”Tapansa mukaisesti hallituksen isojen poikien väritön taustatuki.” AL 23.10.2008

”Kuin Kataisen totisempi ja hiukan heikkolahjaisempi kaksoisveli.” IL 23.10.2008

”Kataisen kaiku.” IL 24.10.2008

Vaikka suurin osa lehtiaineiston maininnoista olikin sävyltään negatiivisia, pidettiin osassa kirjoituksista Wallinin viestintätyyliä ja olemusta hänelle sopivana ja sopivan hillittynä. Usein Wallinin esiintymisessä nähtiin samanaikaisesti sekä hyviä, että huonoja piirteitä.

”Ei ärsytä, mutta ei erotukaan.” HS 8.10.2008

”Puolueensa näköinen mies, eli ympäripyöreä, kohtelias, hajuton ja mauton.”
IL 23.10.2008

”RKP:n joukkue oli hillityn tyylikästä bättere folkia.” IL 24.10.2008

Värittömyyden lisäksi Wallinia moitittiin usein Cronbergin tavoin näkymättömyydestä tai sivuosaan jäämisestä vaalikeskusteluissa. Tämä ominaisuus keräsi osakseen noin kolmasosan kaikista Wallinia koskeneista maininnoista.

”Olemassaolo unohtui heti kun televisiokamera kääntyi muualle.” IL 23.10.2008

”Ohjelman toimittajat unohtivat alussa enteellisesti esitellä...pääsi myöhemminkin näkyviin heikonlaisesti.” IS 24.10.2008

”Huhuu, oliko hän paikalla ollenkaan? Ei näkynyt eikä juuri kuulunutkaan.”
IL 24.10.2008

Myös puheviestinnän ammattilaisilta Wallin sai lähinnä negatiivista palautetta. Hänen ongelmiinsa nähtiin ennen kaikkea passiivisuus sekä värittömät ja sekavat puheenvuorot.

”Puheen nauhamaisuus ja vaihtelemattomuus tekevät puheenvuorosta tylsän.”

”Puhuu ympäröivä.”

”Kuivanoloinen ja väritön.”

”Passiivinen vaikutelma. Vähän tilaa puhua. Ei mieleenpainuva.”

Vaikka Wallin saikin viestintäkäyttötymisestä lähinnä negatiivista palautetta, hänen yleinen olemuksensa sai myös positiivisia kommentteja osakseen.

”Nuori ja rauhallinen.”

”Selkeä, rauhallinen olemus ja ääni.”

”Aika vakuuttava persoonana, mutta takaa puuttuu iso puolue.”

Kuten Tarja Cronberg, Stefan Wallinkaan ei pystynyt televisioituissa vaalikeskusteluissa vakuuttamaan sanomalehtikirjoittajia tai puheviestinnän asiantuntijoita. Molemmista aineistoista voidaan tehdä johtopäätös, jonka mukaan Wallin jäi liiksi sivuun keskustelusta ja oli muutenkin olemukseltaan liian väritön. Vaikka osa asiantuntijoista pitikin Wallinin olemuksesta ja rauhallisesta viestintätyylistä, kuvailtiin häntä ja hänen käytöstään lähes pelkästään negatiivisesti.

5.3 Päivi Räsänen

Kristillisdemokraattien puheenjohtaja Päivi Räsänen mainittiin lehtiaineistossa 57 kertaa. Suurin osa häntä koskeneista kuvauksista oli sävyllään positiivisia. Räsästä kiiteltiin muun muassa kansantajuudesta, selkeydestä ja aktiivisuudesta. Parhaiten esiin nousivat kuitenkin hänen asiaosaamisensa, ärhäkkyytensä ja halunsa haastaa hallituspuolueiden puheenjohtajia sekä kykynsä hallita tilannetta. Räsänen pääominaisuuksiksi nimettiin ryhmäjohtamisen perusteella *viestintäosaaminen, asiantuntijuus ja ärhäkkyys*.

Lähes kolmasosa sanomalehtiaineiston Räsästä koskeneista kuvauksista kehui hänen kykyään toimia vaalikeskustelun kaltaisessa vaativassa viestintätilanteessa. Ennen kaikkea maininnat nostivat esiin hänen kykynsä hallita puheenvuorojaan ja niiden kautta koko viestintätilannetta.

”Erinomainen ottamaan puheenvuoroja ja pitämään puheenvuorot itsellään.”

HS 8.10.2008

”Onnistui hiljentämään hallituilla kommentailla muun kaartin, joka mölysi kuin kuriton luokka.” HS 23.10.2008

”Piti puolensa kakofonisessa keskustelussa.” IL 23.10.2008

”Jos mahdollista, vielä edellisiltäkin ärhäkämpä ”pallonriistoissa”.” IL 24.10.2008

Puheenvuorojen hallinnan lisäksi aineistosta nousi esiin myös Räsäsen selkeä ymmärrettävyys ja konkreettisuus, joita keuhuttiin useassa aineiston maininnassa. Myös hänen yleistä esiintymistään keuhuttiin.

”Sujuvaa tekstiä.” HS 8.10.2008

”Selkeää ja kansantajuista.” IS 24.10.2008

”Pirteä esiintyminen, erityisesti tentin alkupuolella.” IL 23.10.2008

Noin viidesosassa kaikista Räsästä koskevista kommentaista keuhuttiin hänen asiaosaamistaan tai hänen kykyään haastaa hallituspuolueiden puheenjohtajia nimenomaan asialinjalla. Kuvaukset olivat poikkeuksetta positiivisia.

”Pesi valtiovarain- ja pääministerit budjetinnumeroissa.” IL 24.10.2008

”...asiat osaava luottopelaaja ehdottomasti.” IL 24.10.2008

Vaikka Räsäsen asiaosaamista kiiteltiin, osassa lehtiaineiston kommentaissa sen pelättiin jäävän hänen viestintätyylinsä varjoon. Myös Räsäsen jäämistä vaalikeskustelujen sivuosaan harmiteltiin useammassa kuvauksessa.

”Räksyttävä ulosanti peitti alleen mahdollisen tietämyksen ja pätevyyden...”

IL 23.10.2008

”Asiatietoa ja omaa näkemystä, mutta pääsi nyt turhan vähän esille.”

IL 24.10.2008

Suurin osa Räsäsen viestintätyyliä kuvailleista kommentteista kuvasivat hänen olevan ärhässä, räksyttävä tai pirteä viestijä. Suurin osa näistä maininnoista oli sävyltään positiivisia, mutta samoja adjektiiveja ja termejä käytettiin myös kuvailtaessa Räsästä negatiivisempaan sävyyn.

”Ilmeikäs ja sopivan ärhässä.” IL 23.10.2008

”Opposition puheenjohtajista ärhäkin.” AL 23.10.2008

”Ärhäkkyyks ja voimakas ääni voivat olla sekä hyvä että huono asia.”

IL 24.10.2008

Puheviestinnän asiantuntijat näkivät Räsäsen viestintäkäyttäytymisessä paljon niin hyviä kuin huonojakin ominaisuuksia. Negatiivisista asioista esiin nousi erityisesti Räsäsen liiankin aktiivinen viestintätyyli.

”Äkäinen – ei vakuuta.”

”Vähän puolustautuva ote samalla kun hyökkää. Menettää melkein malttinsa.”

”Puhenopeus liiankin nopeaa.”

”Aggressiivisia piirteitä.”

Kehuja Räsänen sai puheidensa sisällön selkeydestä sekä aktiivisuudesta.

”Verbaali sanoma ajatuksellisesti selvää, itsevarmaa, jopa jankkaavaa.”

”Sisältö konkreettista ja selkeää.”

”Tarttuu rata-asiaan topakasti. Tiukka kysymys pääministerille.”

Räsäsen nonverbaali viestintä sai paljon huomiota asiantuntijoiden arvioissa. Suurin osa nonverbaalia viestintää koskevista arvioista oli sävyltään negatiivisia tai korkeintaan neutraaleja.

”Kädet tukevat näyttävästi puhetta.”

”Verbaali ja nonverbaali viestintä välillä ristiriitaista, eivät tue toisiaan.”

”Ei näytä poliittiselta johtajalta kultakutreissaan.”

”Erotuu pukeutumisellaan (hame) muusta joukosta.”

Päivi Räsänen sai sekä sanomalehdissä että puheviestinnän asiantuntijoiden arvioissa negatiivista palautetta lähinnä liiankin aggressiivisesta viestintätyylistä. Vastaavasti Räsänen sai molemmissa aineistoissa positiivisia arvioita selkeästä puhetyylistään ja asiaosaamisestaan. Räsänen kohdalla selkeä ero aineistojen väliltä löytyy hänen nonverbaalista viestinnästään. Sanomalehdissä Räsänen nonverbaaliikkaan ei kiinnitetty suurtakaan huomiota, mutta puheviestinnän asiantuntijaraadista moni nosti esiin hänen elekielensä ja ulkomuotonsa.

5.4 Martti Korhonen

Vasemmistoliiton puheenjohtaja Martti Korhosta tai hänen viestintäänsä kuvailtiin lehtiaineistossa yhteensä tasan 60 kertaa. Lähes kaikki kommentit olivat luonteeltaan positiivisia ja koskivat suurimmaksi osin Korhosen asiaosaamista, rauhallista olemusta ja miellyttävyyttä. Suurin osa harvoista negatiivisista kuvauksista liittyi jollakin tapaa Korhosen olemuksen värittömyyteen. kuvauksien ryhmäjaottelun pohjalta Korhosen pääominaisuuksiksi määriteltiin *asiantuntijuus*, *rauhallisuus* ja *harmaus*.

Kuten Päivi Räsänen, Korhonenkin erottui lehtiaineiston mukaan edukseen asiaosaamisellaan. Yli puolet kaikista Korhosta koskevista maininnoista koski hänen asiantuntijuuttaan, analysointikykyään tai vakuuttavuuttaan, ja kaikki maininnat olivat poikkeuksetta sävyllään positiivisia.

”1990-luvun laman aikainen kuntaministerin pesti antoi vähän yllättäen asiantuntijan viitan.” HS 23.10.2008

”Näytti yllättäen opposition valtiomieheltä...” IL 23.10.2008

”Edelleen opposition ainoa todellinen haastaja hallituksen suuntaan. Vankka fakta- ja numerotietämys, jolla pystyi vastaamaan Vanhasen ja Kataisen yliolkaisiin heittoihin.” IL 24.10.2008

”Otti tilaa ja aikaa sekä hallitsi numerot. Ei tullut enää katsomossakaan Suvi-Anne Siimestä ikävä.” IL 24.10.2008

Toisena Korhosen positiivisena ominaisuutena aineistosta nousi esiin hänen rauhallinen esiintymisensä, jota keuhuttiin useassa eri lehtiaineiston maininnassa. Korhosen esiintymistyyliä ei kuitenkaan pidetty liian puuduttavana, vaan hänen todettiin myös osaavan olla tarvittaessa ärhäkkä ja terävä haastaja.

”Rauhallisin oppositiojohtaja.” IS 24.10.2008

”Leppoisa tyyli, mutta särmääkin löytyy. Vasemmistoliiton vaalitulos ei ainakaan puheenjohtajan esiintymiseen kaadu.” IL 24.10.2008

”Rauhallinen, mutta myös ärhäkkä. Piti puolensa ja antoi iskuja hallituspuolueille.” IL 24.10.2008

Asiantuntijuuden ja rauhallisuuden vastapainoksi Korhosta moitittiin aineiston kuvauksissa harmaaksi tai värittömäksi esiintyjäksi. Usein asia todettiin samassa lauseessa toisen Korhosen positiivisen ominaisuuden kanssa ja ikään kuin pahoillaan siitä, että osaaminen saattaa jäädä sanojan värittömän olemuksen rinnalla taustalle.

”Väritön. Olisi tärkeää tehdä itsensä tunnetuksi ja jäädä yleisön mieleen.” HS 8.10.2008

”(Silti) keskustelussa yhtä värikäs – tai harmaa – kuin moottoritien meluaita.” HS 23.10.2008

”Vakuuttava, mutta harmaa kuntatalouden tuntija, mutta byrokraattien ammattitermit häiritsivät.” IL 23.10.2008

”Valitettavan harmaa kokonaisuus, sillä asiantietämys ja analysointikyky kohdallaan.” IL 23.10.2008

Puheviestinnän asiantuntijat löysivät sanomalehtien tapaan Korhosen viestinnästä paljon positiivista, mutta siitä huolimatta yleisvaikutelma hänen viestintäkäyttäytymisestään jäi negatiiviseksi. Eniten moitteita Korhonen sai värittömyydestä ja vakuuttavuuden puutteesta.

”Vähän tylsä ja väritön. Yritti ottaa puheenvuoroja mutta ei vakuuttanut.”

”Tasapaksua puheen juoksutusta, jossa liikaa tavaraa.”

”Leppoisa, mutta ei oikein vakuuta.”

”Kuivanoloinen puhuja.”

Korhosen saamista positiivisista kommenteista ei noussut yhtään ominaisuutta ylitse muiden, vaan hän sai paljon yksittäisiä kiitoksia eri viestintätavoistaan.

”Nonverbaalisti itsevarman oloinen.”

”Ottaa tilansa puhuessaan. Uskottavan kuuloinen.”

”Sanasto aika kansanomainen...samaistumismahdollisuus tavallisella kansalla.”

”Kysyy Kataiselta tiukasti.”

Korhosen kohdalla sanomalehtien ja asiantuntijoiden tekemien arvioiden sävy erosi selkeästi. Siinä missä sanomalehdissä Korhosen värittömän olemuksen ei nähty häiritsevän liikaa hänen asiantuntijamaista osaamistaan, arvioivat puheviestinnän asiantuntijat Korhosen asiaosaamisen ja uskottavuuden nimenomaan jääneen hänen värittömyytensä varjoon. Sanomalehtien mukaan Korhonen onnistui vaalikeskusteluissa hyvin, mutta asiantuntijoista kukaan ei nostanut häntä tenttien onnistujien joukkoon.

5.5 Timo Soini

Perussuomalaisten puheenjohtaja Timo Soinia kuvailtiin lehtiaineistossa 70 kertaa. Suurin osa kuvauksista ja maininnoista oli sävyltään negatiivisia vaikka positiivisiakin piirteitä hänen viestinnästään löydettiin. Valtaosassa kuvauksista todettiin, ettei Soini yltänyt vaalikeskusteluissa totutulle tasolle tai että hänen sanomisestaan puuttui konkretia. Myös muiden perussuomalaisten

ulkomaalaisvastaisten julkitulojen nähtiin vaikuttaneen Soinin esiintymiseen. Avainsanojen ryhmäjaottelun perusteella Soinin tärkeimmiksi ominaisuuksiksi määriteltiin *kansanomaisuus ja populistisuus* sekä *vaisuus*.

Yli puolet Soinia koskevista kuvauksista liittyi jollakin tapaa hänen kansanomaiseen tai populistiseen viestintätapaansa ja olemukseensa. Erityisesti hänen tapansa viestiä erilaisten iskulauseiden tai sloganien avulla kritisoihin ajoittain voimakkaastikin.

”Populistisen retoriikan lausuntoautomaatti, jonka vennamolainen sanakikkailu söi asiasisältöä.” IL 23.10.2008

”Pyöritti tuttuun tapaan pikkuleiskautuksia ja alkusointuja, mutta olisi jo kiva kuulla perussuomalaisten poliittista agenda.” HS 23.10.2008

”Timo Soini luulee, että politiikka on iskulausekilpailu.” AL 25.10.2008

Soinin viestintätyyli ei kuitenkaan saanut osakseen pelkästään negatiivista huomiota, vaan osassa kirjoituksista Soinin kansanomaista viestintää myös keuhuttiin.

”Osaa käyttää huumoria ja kielikuvia. Kiteyttää pääasiat ytimekkäästi.” HS 8.10.2008

”Suomalaisen politiikan kieli on yhä enemmän hallinnon kieltä ja on selvää, että siitä poikkeaminen koetaan virkistäväksi.” HS 12.10.2008

Yli kolmasosa Timo Soinia koskevista maininnoista käsitteli Soinin yleistä esiintymistä, jota kuvailtiin usein vaisuksi tai pettymykseksi. Lähes poikkeuksetta nämä kuvaukset olivat sävyltään negatiivisia ja vain harvassa kommentissa Soinin mainittiin onnistuneen televisioituissa vaalikeskusteluissa.

”Timo Soinin letkeä kone ei käynnistynyt.” IS 19.9.2008

”Odotuksiin nähden täysi romahdus. Yliyrittäminen johti populistisiin kömpelyyksiin.” IL 23.10.2008

”Edelleen väsyneen oloinen eikä saanut itsestään parasta irti.” IL 24.10.2008

Osassa kuvauksista pohdittiin myös syitä Soinin heikkoon esiintymiseen. Varsinkin perussuomalaisten maahanmuuttovastaisuuden käsittelyn nähtiin aiheuttaneen Soinille vaikeuksia tv-tenteissä.

”Oli jämäkästi näkemystensä ja puolueensa takana, vaikka hiillostettiin välillä epäreilustikin.” IL 23.10.2008

”Ei saanut puoluettaan puhtaaksi maahanmuuttajien kritisointia koskevasta kritiikistä. Näkyi, että aihe sattui.” IS 23.10.2008

”Timo Soini joutui grilliin puolueensa ehdokkaiden ulkomaalaisvastaisista mielipiteistä.” AL 23.10.2008

Puheviestinnän asiantuntijoiden arviot Timo Soinin viestintäkäyttäytymisestä televisioiduissa vaalikeskusteluissa olivat poikkeuksetta positiivisia. Soini sai kiitosta niin nonverbaalista viestinnästään kuin puheidensa sisällöstäkin.

”Puheenvuorot mieleen jääviä. Hyvää verbaalia ilmaisua, ei häiritseviä piirteitä nonverbaalissa.”

”Järkevän kuuloinen, luottamusta herättävä ja karismaattinen.”

”Pohdiskeleva positiivisella tavalla. Rauhallinen.”

”Rauhallinen olemus, selkeä ääni ja puhetyyli.”

Erityisen paljon positiivista palautetta Soini sai kansanomaisuudestaan ja tavallisuudestaan.

”Arkipuheen tapaista puhetta, tuskin lainkaan poliittista jargonia.”

””Kadun miehen” ääni. Eroaa ulkonäöllisesti kataisista ja vanhasista (jotka näyttävät herroilta). Näyttää Itä-Helsingin kasvatilta, tavalliselta ihmiseltä.”

”Jämäkän oloinen ”kansanmies”.”

”Kognitiivisesti kompleksi kansanmies.”

Sanomalehtien ja puheviestinnän asiantuntijoiden arviot Timo Soinista erosivat toisistaan merkittävästi. Sanomalehtien mukaan Soini epäonnistui vaalikeskusteluissa pahasti sortuen populistiseen ja sisällöltään kevyeen retoriikkaan. Asiantuntijat puolestaan näkivät Soinin olleen yksi vaalikeskustelujen onnistujista ja kehuivat vuolaasti hänen kansanomaista viestintätyyliään ja hänen puheenvuorojensa sisältöä. Sanomalehtien ja asiantuntijoiden arviot poikkesivatkin toisistaan eniten juuri Soinin kohdalla.

5.6 Jyrki Katainen

Kokoomuksen puheenjohtaja Jyrki Kataista ja hänen käyttäytymistään vaalikeskusteluissa kuvailtiin sanomalehtiaineistossa yhteensä 102 kertaa. Kommenttien sävy vaihteli paljon, mutta hieman suurempi osa kommenteista oli luonteeltaan positiivisia kuin negatiivisia. Maininnat eivät keskittyneet selkeästi mihinkään tiettyyn Kataisen ominaisuuteen, vaan häntä kuvailtiin monisanaisesti ja usealta eri näkökannalta. Ryhmäjaottelun perusteella Kataisen tärkeimpinä ominaisuuksina nousivat esiin hänen *asemansa mukanaan tuoma asiaosaamisensa, rauhallisuutensa, positiivisuutensa* sekä *passiivisuutensa*.

Useassa Kataista koskeneessa kirjoituksessa mainittiin hänen tietotaitonsa, jonka moni toimittaja koki olevan lähtöisin hänen asemastaan valtiovarainministerinä. Pääosin ministeriyden nähtiin olevan Kataiselle eduksi, mutta osassa maininnoista hänen todettiin pitäytyneen liikaakin asemansa mukaisessa roolissa.

”Valtiovarainministeri Katainen otti hyödyn irti kamreerin roolistaan.”
HS 2.10.2008

”On asemansa vuoksi hyvin perillä asioista.” HS 8.10.2008

”Osasi käyttää valtiovarainministerinä keräämäänsä asiantuntijuutta hyväksi selittäessään talouskriisin vaikutuksia kuntatalouteen.” HS 23.10.2008

”Valtiovarainministerinä vankka numerotietämys.” IL 24.10.2008

”Esiintyi enemmän valtiovarainministerinä kuin puheenjohtajana.” IS 24.10.2008

Kataisen rauhallinen olemus mainittiin useissa sanomalehtiaineiston häntä koskevissa kommenteissa. Suurimmassa osassa kommenteista kiiteltiin hänen rauhallisuuttaan ja kykyään säilyttää malttinsa televisioituissa vaaliväittelyissä. Käytännössä kaikki tällaiset maininnat olivat sävyltään positiivisia. Tämänkin ominaisuuden nähtiin joissakin maininnoissa olevan peräisin Kataisen valtiovarainministerin toimesta.

”Ministerivuodet ovat tuoneet Jyrki Kataiseen (kok) rauhallisuutta.”

AL 2.10.2008

”Valtiomiesmäistä rauhallisuutta, tosin paikoin tiukasti hammasta purren.”

IL 23.10.2008

”Vakava, mutta osasi hyvin rauhoittaa kimitykseksi menevää intämistä ja sai näin sanomiselleen painoa.” IL 23.10.2008

Kataisen positiivinen olemus ja varsinkin hänen hymynsä mainittiin sanomalehtiaineistossa useasti. Suurimmassa osassa aiheeseen liittyvistä kommenteista positiivisuus linkitettiin vahvasti odotettavissa olleeseen vaalimenestykseen.

”Jutta Urpilainen..., jonka kritiikkiä Jyrki Katainen (kok) torjui lempeästi hymyillen.” HS 2.10.2008

”Rento mielipidetiedustelujen menestyjän olemus.” HS 23.10.2008

”Levollinen ja hyväntuulinen.” IL 24.10.2008

”Kannatusmittauksia johtavan kokoomuksen Jyrki Katainen puolestaan myhäili tyytyväisenä.” HS 24.10.2008

”Vaalivoittajan hymy” IS 24.10.2008

Suurin osa Kataista koskevista negatiivisista arvioista kohdistui hänen passiivisuuteensa, minkä nähtiin lisääntyneen vaalien ja odotetun kokoomuksen vaalivoiton lähestyessä. Näin ollen odotetun vaalivoiton ei nähty heijastuvan Kataisen esiintymiseen ainoastaan positiivisesti, vaan myös negatiivisesti.

”Kannatusluvut taisivat passivoida.” AL 23.10.2008

”...varoi, ettei vain sössisi viime metreillä odotettavissa olevaa vaalivoittoa.”
IL 24.10.2008

”On helppo olla ”nöyrä”, kun gallupit lupaavat vaalivoittoa.” IS 24.10.2008

Kuten Timo Soini, myös Jyrki Katainen sai puheviestinnän asiantuntijoilta viestintäkäyttämisen lähinnä positiivista palautetta. Erityisen paljon kiitosta Katainen sai asiantuntevuudesta, rauhallisuudesta ja puheenvuorojen hallinnasta.

”Hallintaa, dominanssia. Puhe suuntautuu ulospäin, muille.”

”Paljon itseluottamusta ja kokemusta. Uskottava.”

”Rento ja asiantunteva, tilannetajuinen.”

”Kuunteleva ja asiantunteva.”

Useat asiantuntijoista nostivat sanomalehtien tapaan Kataista koskevissa arvioissaan joko suorasti tai epäsuorasti esiin hänen valtiovarainministerin asemansa mukanaan tuoman talousosaamisen. Samaisen asiaosaamisen arvioitiin myös tuovan mukanaan luotettavuutta.

”Vakuuttava, rauhallinen, selkeä talousalan mies.”

”Tuo esille tilastolukuja terveydenhuollosta. Luotettava ja tietävä siis.”

”Rakentaa johtajuutta tarkalla numerotuntemuksella.”

”Opettava, ”luennoi” taloudesta ja hänelle annetaan aikaa.”

”Täsmälliset tiedot talouskasvusta ja siitä, mitä kansalaiselle jää käteen, (mistä syntyy) ”talous hallussa” -vaikutelma.”

Katainen sai varsin vähän negatiivisia arvioita viestintäkäyttämisen ja ne kaikki koskivat hänen puheensa sisältöä. Toisaalta osa asiantuntijoista näki tämänkin asian täysin eri tavalla.

”Verbaalisanoma ei kovin mieleenpainuvaa, jopa tylsää.”

”Voisi ehkä vähän elävöittää puhetta, värittää.”

”Perustelee ja argumentoi näkemyksiään laajalla skaalalla: faktalla ja tunteeseen vetoamalla.”

Jyrki Katainen sai sanomalehdiltä ja puheviestinnän asiantuntijoilta varsin samankaltaista palautetta. Molemmat kiittelivät hänen rauhallista viestintätyyliään ja ministeriyden tuomaa asiaosaamistaan. Puheviestinnän asiantuntijat nostivat Kataisen vaalikeskustelujen suurimmaksi onnistujaksi ja myös sanomalehdet näkivät hänen onnistuneen keskusteluissa suhteellisen hyvin.

5.7 Matti Vanhanen

Keskustan puheenjohtaja Matti Vanhanen mainittiin sanomalehtiaineistoissa yhteensä 164 kommentissa. Vanhanen sai osakseen sekä moitteita että kehuja, mutta selkeästi suurin osa kommenteista oli kuitenkin sävyltään negatiivisia. Ryhmäjaottelun perusteella Vanhasen negatiivisiksi pääominaisuuksiksi nimettiin *harmaus*, *passiivisuus* ja *kireys*. Vanhasen positiivisista ominaisuuksista mainittiin useimmiten *asiaosaaminen*.

Yleisin Vanhasta koskeva kommentti sanomalehtiaineistossa käsitteli hänen tylsyyttään tai harmauttaan. Myös hänen kylmää tyyliään moitittiin aineistossa useasti. Suurin osa Vanhasen varsinaista esiintymistä koskevista kommenteista oli sävyltään negatiivisia.

”Vanhanen jätti kylmän olon.” IS 2.10.2008

”Ei suurten joukkojen hurmaaja, ei innostava esiintyjä.” HS 8.10.2008

”Vanhasen ongelma on, että häneltä puuttuu räväkkyyttä ja karismaa.”
IS 10.10.2008

”Tylsä ja harmaa esiintyjä...Karisma puuttuu.” IL 23.10.2008

”Totinen ja harmaa, puolustelevala asenne.” IS 24.10.2008

Vaikka valtaosa Vanhasen esiintymistyyliä koskevista kommenteista olikin sävyiltään negatiivisia, nähtiin hänen viestintätyyliinsä osassa kommenteista myös positiivisessa valossa.

”Onko tosiaan niin, että kun puhuu rauhallisesti ja asiaa, niin aletaan pitää värittömänä ja ylimielisenä?” IS 13.10.2008

”Tasavahva, rauhallinen esitys, mutta eihän hän mikään kansan villitsijä ole.”
IL 23.10.2008

”Välillä nähtiin lähes valtiomiesmäistä esiintymistä.” IL 24.10.2008

Toinen paljon kritiikkiä osakseen saanut osa Vanhasen viestintäkäyttäytymistä oli hänen passiivisuutensa televisioituissa vaalikeskusteluissa. Useissa kommentteissa Vanhasen nähtiin joko jätetyn tai jääneen keskusteluissa sivuosaan. Tätä ominaisuutta pidettiin lähes poikkeuksetta negatiivisena.

”Matti Vanhasen (kesk) murina...kuului keskustelun taustalla ja herätti kysymyksen, onko mies hereillä.” AL 2.10.2008

”Puheenjohtajat Urpilainen ja Katainen veivät keskustelua, puhuivat toisilleen ja toisiinsa päin kääntyneinä. Vanhanen jäi ja jätettiin kuin ulkopuolelle.”
IS 2.10.2008

”Matti Vanhanen (kesk) pysyi faktavetoisena sivustakatojana, jonka ilmekään ei värähtänyt lukuun ottamatta lievää otsanrypistelyä.” HS 2.10.2008

”Vanhanen asettautuu keskustelun ulkopuolelle.” IS 10.10.2008

Harmauden ja passiivisuuden lisäksi Vanhasta syytettiin useassa kommentissa kireäksi, ärtyneeksi tai turhautuneeksi. Nämä kommentit olivat poikkeuksetta sävyltään negatiivisia.

”Matin mökötyks keskusteluissa ja epäkohteliaat sanavalinnat ovat aikamoinen riskinotto vaalien lähestyessä.” IS 13.10.2008

”Hermostui ensimmäisestä kysymyksestä, kun puheenjohtajilta pyydettiin yhden lauseen iskulausetta.” HS 23.10.2008

”Oliko noussut väärällä jalalla?” IL 24.10.2008

”Teflon-Matti oli taas tosikko, joka ärsyyntyi helposti.” IL 24.10.2008

Niistä positiivisista kommentteista, joita Vanhanen sai osakseen, selvästi suurin osa koski hänen asiaosaamistaan ja tietotaitoaan. Myös Vanhasen toimintaa pääministerinä kiiteltiin yleisesti.

”Pääministerin aseman kautta valtava tietomäärä, jyrää asiantuntemuksella. Voi antaa konkreettisia esimerkkejä.” HS 8.10.2008

”Vanhanen on ollut mielestäni todella pätevä ja asiallinen pääministeri. Pääministerin toimessa ei tarvitse olla iloinen klovni tai median mielistelijä. Minulle riittää, että hän on tehnyt työnsä hyvin.” IS 13.10.2008

”Asiatietämyksessä ei valittamista.” IL 23.10.2008

Monissa kommentteissa nostettiin esiin myös Vanhasen asiaosaamisen ja hänen esiintymistyyliinsä välillä oleva ristiriita. Moni kirjoittaja piti Vanhasta älykkäänä, mutta huonosti esiintyvänä poliitikkona.

”Pääministerin julkikuva on etäinen, kylmä ja iloton, vaikka asiaosaaminen onkin hallussa.” IS 10.10.2008

”Vanhasella on tarve terästäytyä. Hän osaa asiansa erittäin hyvin, mutta julkitulossa on toivomisen varaa.” IS 10.10.2008

”Eihän se Vanhanen esiintyessään mikään kansanvillitsijä ole, pikemminkin päinvastoin. Asiaosaamisessa hän on kuitenkin ylivertainen Kataiseen verraten.” IS 13.10.2008

”Karisma lopullisesti kadoksissa. Asiatietämys kohdallaan, mutta pysyi taktisesti hiljaa.” IL 24.10.2008

Puheviestinnän asiantuntijat arvioivat Matti Vanhasta lähes poikkeuksetta negatiiviseen sävyyn. Eniten kritiikkiä Vanhanen sai etäisyydestään, jäykkyydestään ja ponnettomuudestaan.

”Kuivanoloinen ja vähän ponneton...vähän ”virkamiesmäiset” kommentit.”

”Penseä, jäykkä, loukkaantumisherkkä.”

”Etäinen ja kylmä byrokraatti.”

”HYVIN VAKAVA, ei hymyn häivää.”

Vanhasta kritisoitiin usein myös ylimielisyydestä ja muiden yläpuolelle asettumisesta.

”Suhtautuu Urpilaiseen vähättelevän rauhallisesti.”

”Paatunut ja hieman ylimielinen.”

”Koulumestari – negatiivista dominanssia.”

”Vaikutelma etäisestä, yläpuolelle asettuvasta.”

Vanhasen positiivisina ominaisuuksina mainittiin erityisesti hallittu ja rauhallinen esiintymistyyli, puheenvuorojen hallinta sekä asiantuntevuus.

”Puhuu rauhassa ja suhteellisen rauhallisesti.”

”Pystyy pitämään puheenvuorot”

”On faktatietämystä.”

”Esittää näkemyksiä varman tuntuisesti.”

Niin sanomalehdet kuin puheviestinnän asiantuntijatkin kuvasivat Matti Vanhasta pääasiassa negatiiviseen sävyyn. Molemmista aineistoissa arvioitiin Vanhasen olleen vaalikeskusteluissa jäykkä, passiivinen ja kireä. Sanomalehdet ja muutamat asiantuntijat nostivat kuitenkin esiin hänen asiaosaamisensa, joka nähtiin vakuuttavana, mutta huonon esiintymisen vuoksi vaikeasti huomattavana ominaisuutena.

5.8 Jutta Urpilainen

Tutkimuksen kohteena olevista puolueiden puheenjohtajista eniten sanomalehtiaineiston mainintoja keräsi SDP:n Jutta Urpilainen, joka mainittiin aineistossa yhteensä 182 kertaa. Urpilaista koskevien kommenttien sävy vaihteli suuresti. Aineistosta löytyi suunnilleen yhtä paljon negatiivisia ja positiivisia mainintoja, mutta vain harvoja sävyiltään neutraaleja arvioita. Urpilaista kiiteltiin hänen aktiivisuudestaan ja kehittyneestä esiintymisestään, mutta vastaavasti hänen aggressiivisuuttaan ja sanavalintojaan moitittiin useassa kommentissa. Sanomalehtiaineiston

avainsanojen jaottelun perusteella Urpilaisen pääominaisuuksista esiin nousivat *ailahteleva esiintyminen, haastajuus* sekä *aggressiivisuus ja yritteliäisyys*.

Jutta Urpilaisen esiintymistä kuvailtiin sanomalehtiaineistossa useasti ja varsin vaihtelevasti. Osa kommenteista kuvaili Urpilaisen onnistuneen hyvin televisioiduissa vaalikeskusteluissa kun taas osa totesi varsin suoraan hänen esiintymisensä olleen suorastaan huonoa. Positiivisista piirteistä erityisesti nousi esiin Urpilaisen kehittyminen vaalikampanjan ja lyhyen puheenjohtajakauden aikana.

”Jutta Urpilainen oli kerännyt itseluottamusta ja väitteli hetkittäin pirteämpunaisessa etukenossa.” AL 2.10.2008

”Loppusuoran aukeaminen sai oppositiojohtajaan vauhtia.” HS 23.10.2008

”Petraa juoksuaan päivä päivältä...” IL 24.10.2008

Urpilainen keräsi kehuja myös yleisemmällä tasolla. Erityistä kiitosta hän sai aktiivisuudestaan ja energisyydestään.

”Oppositiojohtaja Urpilainen oli sijoitettu kolmikon keskelle, mitä asemaa hän käyttikin oivasti hyväkseen – välillä pää heilui kuin kiivaan tennisottelun katsomossa.” AL 2.10.2008

”Urpilaisen luontevan ja eloisan tv-esiintymisen perusteella voisi ajatella, että ilman häntä sdp olisi vieläkin ahtaammalla.” AL 3.10.2008

”Aika sanavalmis, sujuva, energinen.” HS 8.10.2008

”Pysyi paljon keskustelun keskipisteenä.” IS 23.10.2008

”Kotiläksyt tehty ja asiantuntevia argumentteja löytyi luontevasti.” IL 24.10.2008

Moitteita Urpilainen sai ennen kaikkea jonkinasteisesta asiaosaamisen puutteesta, minkä nähtiin usein ilmenevän kyvyttömyytenä tai haluttomuutena vastata esitettyihin kysymyksiin ja kysymyksien kiertelynä. Myös Urpilaisen poliittinen kokemattomuus nousi esiin useasti.

”Toveri Jutan esiintyminen on ollut epävarmaa, ja lausunnoista paistaa, että uusi puheenjohtaja ei ole opiskellut politiikan asiakysymyksiä.” AL 5.10.2008

”Miten pystyy perustelemaan näkökantansa ja väitteensä uskottavasti?”
HS 8.10.2008

”Ei pystynyt vastaamaan yhteenkään kysymykseen selkeästi ja napakasti.”
IL 23.10.2008

”Jakopolitiikkaan keskittynyt Urpilainen ei ole ollut kovin vakuuttava.”
IS 24.10.2008

Toisena Urpilaisen esiintymisen negatiivisena piirteenä nousi vahvasti esiin hänen tapansa viljellä erilaisia kliseitä ja fraaseja puheessaan. Tämä nousi esiin erittäin monessa sanomalehtiaineiston kommentissa.

”Täytyy sanoa, että kun Urpilaiselle annettiin puheenvuoro, se alkoi vääjäämättä sanoilla ”täytyy sanoa, että”, ja täytyy sanoa, ettei kenellekään paras imagovalinta ole takakireä, vainoharhainen kirjailija.” IL 23.9.2008

”Toisteli teatraalista ”me sosiaalidemokraatit”-fraasia.” IL 23.10.2008

”Kova sana jatkossa, jos pääsee eroon demarikliseistä.” IL 23.10.2008

”Keneen vetoaa 2000-luvulla fraasi ”me sosiaalidemokraatit”?” HS 23.10.2008

Koko vaalikampanjan ajan sanomalehtiaineistossa todettiin Urpilaisen esiintyneen televisiossa haastajan roolissa. Vaalikeskusteluissa hänen nähtiin haastaneen erityisesti pääministeri Matti Vanhasta ja valtiovarainministeri Jyrki Kataista, mikä nähtiin lähes poikkeuksetta positiivisena asiana.

”Urpilainen...pääsi kyseenalaistamaan hallituksen aselakitoimia niin Jokelan tragedian jälkeen kuin talouspolitiikan valintoja.” IS 2.10.2008

”Onnistui haastamaan hallituksen.” IL 23.10.2008

”Haastoi Vanhasta ja oli nyt se, joka hymyili ”ymmärtäväisesti” Kataiselle.”
IS 23.10.2008

”Haastoi ponnekkaasti Vanhasta.” IL 24.10.2008

Huolimatta siitä, että Urpilaisen koettiin haastaneen hallituspuolueiden edustajia vaalikeskusteluissa onnistuneesti, mainittiin lehtiaineistossa usein haastamisen olleen liian aggressiivista tai hyökkäävää.

”Jatkuvat keskeytysyritykset ja päälle puhumiset alkoivat loppua kohden kuitenkin rasittaa tv-katsojaa.” HS 2.10.2008

”Urpilaisen aggressiiviset hyökkäykset keskusteluissa taas vaikuttavat pelkästään koomisilta.” IS 13.10.2008

”Besserwisserpissis, joka kailotti muiden päälle.” IL 23.10.2008

”Vaalikeskusteluissa Urpilainen pystyi osoittamaan vain sen, että hänen silmilleen ei hypitä. Äänestäjien mielestä tyyli tosin saattoi olla hieman liian energinen ja vuolassanainen.” AL 27.10.2008

Vaikka Urpilaisen yritteliäisyyttä kiiteltiin, nähtiin hänen usein sortuneen ylyrittämiseen. Kuitenkin yritteliäisyyden ja ylyrittämisen raja näytti olleen varsin vaikea määriteltäväksi.

”Urpilainen oli eloisa, hieman ylyrittävä haastaja.” HS 2.10.2008

”Ylyrittäminen hieman häiritsi Urpilaisen kokonaisvaikutelmaa...” HS 3.10.2008

”Urpilainen yrittää urheasti ja hymyilee hampaat irvessä televisiossa, lehdissä ja toreilla.” AL 12.10.2008

”Menikö välillä jo ylyrittämisen puolelle?” IL 23.10.2008

”Jos gallupien povaama tappio tulee, ei se ainakaan ylyrittämisen puutteesta johdu.” IL 24.10.2008

Urpilainen sai myös puheviestinnän asiantuntijoilta varsin vaihtelevaa palautetta. Positiivisista ominaisuuksista useimmiten mainittiin hänen selkeä puheensa ja äänenkäyttönsä. Lisäksi Urpilaista kiiteltiin hallituspuolueiden puheenjohtajien haastamisesta ja puheenvuorojen hallinnasta.

”Selkeä ja ”sanoja painottava” tyyli.”

”Äänen selkeys – osaa pitää puheenvuoron vaikka toiset yrittävät keskeyttää.”

”Kuuluva ja selkeä äänenkäyttö, jäykkä puhetyyli.”

”Eloisa äänenkäyttö: painotuksia, vauhdituksia.”

”Keskeyttää/kommentoi lyhyesti Kataisen ja Vanhasen puheenvuoroja → aktiivinen, haastava, tarttuva vaikutelma.”

Negatiivisia arvioita Urpilainen sai erityisesti liian hyökkäävästä tai aggressiivisesta tyylistään, yliyrittämisestä sekä äänenkäytöstä tietyissä viestintätilanteissa. Toisaalta osa asiantuntijoista näki Urpilaisen viestintätyylin viestivän ennemminkin myönteisesti johtajuudesta kuin liiasta hyökkäävyydestä.

”Nasaalisointuinen, melko kova ääni – aggressiivisuutta, keveyttä.”

”Nonverbaalilla tasolla ylilyöntejä ja äkkinäisiä liikkeitä.”

”Liian innokas ja ärhökkä, ei luota asiaansa ja karismaansa.”

”Yrittää liikaa. Ylikierroksilla. Ei rento.”

”Täsmällinen artikulaatio – napakka rytmitys → dominantti viestintätyyli.”

”Assertiivinen vähän aggressiivisella tavalla oppositioasemansa takia.”

Urpilainen sai sanomalehdiltä ja puheviestinnän asiantuntijoilta varsin samankaltaista palautetta. Molemmat totesivat Urpilaisen käyttäytyneen vaalikeskusteluissa liian aggressiivisesti mutta toisaalta hänen aktiivisuuttaan ja energistä viestintäänsä kiiteltiin. Molempia aineistoja leimasi Urpilaisen kohdalla vahva kaksijakoisuus, jopa ristiriitaisuus. Monissa asiantuntija-arvioissa ja sanomalehtiartikkeleissa ei osattu muodostaa selvästi positiivista tai negatiivista mielikuvaa Urpilaisen viestintätyylistä.

5.9 Onnistujat

Henkilökohtaisten arvioiden lisäksi puheviestinnän asiantuntijoita pyydettiin nimeämään yksi tai useampi vaalikeskusteluissa parhaiten onnistunut puoluejohtaja. Eniten näitä mainintoja keräsi Jyrki Katainen. Kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien (Vanhanen, Katainen, Urpilainen) välistä tenttiä arvioineet asiantuntijat arvioivat yksimielisesti Kataisen onnistuneen kyseisessä vaalikeskustelussa parhaiten.

”Katainen onnistui viestinnällisesti parhaiten. Hyvä, myönteinen, asiallinen, lämmin, läheinen, viisas, tietävä ja inhimillinen henkilövaikutelma. Osoitti hyvää kuuntelu- ja esiintymistaitoa. Luotettava, selkeä ja ymmärrettävä.”

”Hän otti jo alussa johtajuuden haltuun ja ilmensi sitä koko keskustelun ajan.”

”Ei provosoitunut. Ei puhunut päälle. Pystyi uskottavimmin perustelemaan ideologiset näkemyksensä kansankielellä. Perusteli laajimmalla skaalalla.”

Kaikkien eduskuntapuolueiden puheenjohtajien välisessä tentissäkin Katainen sai eniten valintoja onnistujien joukkoon (3). Yksittäiset asiantuntijat nostivat vaalikeskustelun onnistujien joukkoon myös Tarja Cronbergin, Timo Soinin, Matti Vanhasen ja Jutta Urpilaisen.

”Katainen hallitsi tilannetta ja puheenvuoroja.”

”Kataisen esiintyminen oli selkeintä ja johdonmukaisinta koko porukasta. Rauhallinen olemus, selkeät lauseet ja muut huomioiva viestintä oli tässä keskustelussa uskottavinta.”

”Cronberg puhui harvoin, mutta asiaa. Ei lähtenyt huutokilpailuihin mukaan. Olemus on kokenut, viisas ja rauhallinen. Herättää luottamusta.”

”Timo Soinin puheenvuorot olivat lyhyitä ja ydinasiaan keskittyneitä.”

”Vanhanen välttyi joutumasta kaikkien maalitauluksi.”

”Urpilainen oli aktiivinen ja selkeä, vaikkakin viestintä hetkittäin vähän ristiriitaista. Hän kuitenkin piti ja otti puheenvuoroja.”

Myös sanomalehtiaineistosta saaduista tuloksista voidaan erottaa, keiden puoluejohtajien nähtiin onnistuneen television vaalikeskusteluissa. Eniten positiivisia kommentteja esiintymisestään saivat kokoomuksen puheenjohtaja Jyrki Katainen ja hieman yllättäen vasemmistoliiton Martti Korhonen. Myös kristillisdemokraattien puheenjohtaja Päivi Räsänen keräsi paljon positiivisia arvioita.

Kuten henkilökohtaistenkin arvioiden osalta, myös mielikuvat siitä, ketkä onnistuivat vaalikeskusteluissa, vaihtelivat suuresti vertailtaessa sanomalehtien ja puheviestinnän ammattilaisten tekemiä huomioita. Vaikka Jyrki Katainen nousikin esiin molempia aineistoja tutkiessa, poikkesivat muut onnistujien listan nimet toisistaan. Itse asiassa sanomalehtien mukaan keskusteluissa onnistuivat juurikin kaksi niistä kolmesta puheenjohtajasta, joita puheviestinnän asiantuntijat eivät olleet maininneet lainkaan listatessaan tenttien onnistujia ja päinvastoin asiantuntijat mainitsivat sellaisten henkilöiden onnistuneen mielestään hyvin, jotka saivat lehdistä osakseen ajoittain kovaakin kritiikkiä. Sama koskee jopa osaltaan Jyrki Kataista, joka keräsi sanomalehdiltä paljon myös negatiivista palautetta, vaikka puheviestinnän asiantuntijoiden mielestä hänen esiintymisessään ei ollut juuri mitään moitittavaa.

5.10 Puheenjohtajien onnistuminen vaalikeskusteluissa suhteessa vaalimenestykseen

Vuoden 2008 kunnallisvaaleissa puolueiden voimasuhteet heilahtivat poikkeuksellisen rajusti. Kokoomus nousi 23,5 prosentin ääniosuudellaan ensimmäistä kertaa maan suurimmaksi puolueeksi kasvattaen kannatustaan 1,7 prosenttiyksikköä verrattuna vuoden 2004 kunnallisvaaleihin. SDP (21,2%, -2,9) ja keskusta (20,1%, -2,7) kokivat suhteellisen suuret vaalitappiot perussuomalaisten kasvattaessa ääniosuuttaan merkittävästi (5,4%, +4,5). Keskikokoisista puolueista vihreät (8,9%, +1,5) ja kristillisdemokraatit (4,2%, +0,2) kasvattivat hieman äänimääräänsä vasemmistoliiton (8,8%, -0,8) ja RKP:n (4,7%, -0,5) menettäessä muutamia prosenttiyksikön kymmenyksiä kannatuksestaan. (Vaalit 2008.)

Tarkasteltaessa puolueiden vaalimenestystä verrattuna puolueiden puheenjohtajien onnistumiseen televisioiduissa vaalikeskusteluissa näyttää siltä, että mitään johdonmukaista kaavaa näiden kahden muuttujan välille ei voida muodostaa.

Sekä sanomalehtien että puheviestinnän ammattilaisten mielestä vaaliteissa onnistuneen Jyrki Kataisen kokoomus oli yksi vaalien voittajista ja vastaavasti molempien aineistojen mukaan

heikosti keskusteluissa pärjänneen Matti Vanhasen keskusta koki vaalitappion. Timo Soinin perussuomalaiset oli vaalien suurin voittaja huolimatta siitä, että sanomalehtiaineiston mukaan Soini epäonnistui vaalikeskusteluissa ja myös vihreiden kannatus nousi Tarja Cronbergin saamasta kritiikistä huolimatta. Vastaavasti sanomalehdiltä paljon kehuja esiintymisestään saaneen Martti Korhosen vasemmistoliitto menetti suhteellisen paljon ääniä.

Puheviestinnän asiantuntijoiden arviot vaalikeskustelujen onnistujista mukailevat hieman sanomalehtiä tarkemmin vaalitulosta, sillä vaalivoittajista Jyrki Katainen ja Timo Soini saivat asiantuntijoilta parhaat palautteet. Vaalitappion kokeneista puolueista vasemmistoliiton Martti Korhonen ja keskustan Matti Vanhanen saivat asiantuntijaraadilta enemmän negatiivista kuin positiivista palautetta. Molemmissa aineistoissa varsin vaihtelevaa palautetta saaneen Jutta Urpilaisen SDP koki vaaleissa suhteellisen merkittävän vaalitappion pystyen kuitenkin pysymään toiseksi suurimpana puolueena.

6 POHDINTA

Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää, millaisia mielikuvia eduskuntapuolueiden puheenjohtajista muodostui vuoden 2008 kunnallisvaalien televisioitujen vaalikeskustelujen pohjalta. Tavoitetta lähdettiin lähestymään kahdelta eri näkökannalta. Ensimmäkin tarkastelun kohteena olivat Suomen neljä suurinta sanomalehteä, joista etsittiin kaikki vuoden 2008 kunnallisvaalien alla käytyjä, televisiossa esitettyjä vaaliväittelyitä koskevat artikkelit, joiden perusteella pyrittiin löytämään vastauksia siihen, millaisia mielikuvia sanomalehdet ja niiden palveluksessa olevat toimittajat pyrkivät eduskuntapuolueiden puheenjohtajista heidän viestintäkäyttäytymisensä perusteella luomaan. Toiseksi näkökannaksi, jolta vaalikeskustelujen perusteella syntyneitä mielikuvia lähestyttiin, valittiin puheviestinnän ammattilaisista koostunut asiantuntijaraati, jota pyydettiin arvioimaan eduskuntapuolueiden puheenjohtajien viestintää televisioituissa vaalikeskusteluissa.

Ensimmäisenä tämän tutkielman tuloksia tarkasteltaessa huomio kiinnittyy eri puolueiden puheenjohtajien sanomalehdissä keräämiin mainintamääriin, jotka poikkeavat toisistaan rajusti. SDP:n puheenjohtaja Jutta Urpilainen ja keskustan puheenjohtaja Matti Vanhanen keräsivät kahdestaan 48 prosenttia kaikista maininnoista, kun viisi vähiten mainintoja kerännyttä puheenjohtajaa (Tarja Cronberg (vihr), Stefan Wallin (rkp), Päivi Räsänen (kd), Martti Korhonen (vas) ja Timo Soini (ps)) jäivät yhteensä 38 prosenttiin. Kokoomuksen puheenjohtaja Jyrki Katainen keräsi huomattavasti vähemmän mainintoja kuin Urpilainen ja Vanhanen, mutta kuitenkin selvästi enemmän kuin viisi vähemmälle huomiota jäänyttä kollegaansa. Näiden erojen voidaan kuitenkin nähdä johtuvan yleisestä medianäkyvyydestä, sillä kolmen suurimman puolueen puheenjohtajat olivat television vaalikeskusteluissa huomattavasti enemmän esillä kuin pienempien puolueiden puheenjohtajat. Lisäksi Urpilaisen saaman huomion laajuutta selittänee hänen erittäin lyhyt aikansa SDP:n puheenjohtajana ennen vuoden 2008 kunnallisvaaleja, mistä syystä uuteen puheenjohtajaan kohdistui mediassakin tavallista enemmän mielenkiintoa. Urpilaisen saaman huomion suurta määrää pohdittaessa voidaan toki myös kysyä, paljonko hänen saamastaan julkisuudesta johtui siitä, että hän nuorena naisena oli varsin merkittävä poikkeus SDP:n aikaisempiin puheenjohtajiin, jotka lähes järjestäen olivat olleet keski-ikäisiä miehiä.

Tutkimuksen kannalta muutaman puheenjohtajan erottuminen niinkin selvästi muista on jossakin määrin ongelmallista. On vaikea vertailla esimerkiksi Jutta Urpilaisen ja Tarja Cronbergin saamia

kommentteja keskenään, kun toinen on saanut osakseen yli neljä kertaa enemmän mediahuomiota kuin toinen. Vaikka kolmen suurimman puolueen puheenjohtajat saivatkin mainintamäärien perusteella joukkoonsa perussuomalaisten Timo Soinin, on perusteltua edelleen väittää suomalaisten eduskuntapuolueiden jakautuvan melko selvästi kahteen eri kastiin.

Isotaluksen (1998b, 102–103) mukaan sanomalehtien uutisoidessa television vaalikeskusteluista tärkeimmäksi anniksi eivät yleensä nouse keskustelun aiheena olleet asiasisällöt, vaan uutisointi keskittyy ennemminkin siihen, keitä ohjelmassa on mukana, miten keskustelu on edennyt, millaista keskustelu on ollut sävyltään, millaisia vaiheita keskustelussa oli tai miten poliitikot onnistuivat televisioesiintymisessään. Asiakysymysten sijaan vaaliohjelmien uutisoinnissa pääosaan nousee siis keskustelu itse, siis ”show”, sekä eri osallistujien menestyminen kyseisessä showssa, mikä oli nähtävissä myös analysoitaessa vuoden 2008 kunnallisvaalien alla käytyjä televisioväittelyitä. Lehdet näyttivät keskittyneen arvioimaan ennen kaikkea puolueiden puheenjohtajien välisiä suhteita ja heidän viestintäänsä, eivät niinkään tarkastelemaan keskusteluiden asiasisältöjä, mikä palveli tämän tutkielman tarkoitusta enemmän kuin hyvin.

Eri sanomalehtien välillä ei ollut suuria mielipide-eroja siitä, miten kukakin puheenjohtaja televisiokeskusteluissa menestyi. Sanomalehtien arviointien perusteella vaalikeskusteluissa parhaiten pärjäivät Jyrki Katainen (kok) ja Martti Korhonen (vas). Myös Jutta Urpilaisen (sd) ja Päivi Räsänen (kd) katsottiin ainakin ajoittain onnistuneen keskusteluissa. Matti Vanhasen (kesk), Timo Soinin (ps), Stefan Wallinin (rkp) ja Tarja Cronbergin (vihr) sanomalehdet arvioivat vaalitenttien epäonnistujiksi.

Onnistujiksi arvioituja Jyrki Kataista ja Martti Korhosta yhdistävinä piirteinä sanomalehdet nostivat esiin erityisesti rauhallisuuden ja asiaosaamisen, joita kiiteltiin molempien puheenjohtajien kohdalla. Varsinkin asiaosaaminen nousi tutkielmassa muutenkin esiin piirteenä, jota arvostettiin useiden puheenjohtajien kohdalla. Tämä tulos ei ole mitenkään yllätyksellinen, onhan selvää, että poliitikkojen, jotka käytännössä johtavat valtiota, tulee hallita poliittiset asiat perusteellisesti. Rauhallista ja selkeää viestintätyyliä pidettiin niin ikään positiivisena, puolueen puheenjohtajille kuuluvana piirteenä. Sanomalehtien artikkelien perusteella Kataisesta muodostui mielikuva (varsinkin talous-) asiat hallitsevasta valtiovarainministeristä, jonka rauhallisuus ja hymyilevä olemus loivat kuvaa positiivisesti ajattelevasta poliitikosta. Hymyn kautta syntynyt kuva positiivisesta ihmisestä näyttikin tässä tutkielmassa luovan ihmisille lähinnä positiivisia mielikuvia, varsinkin sanomalehtiaineiston perusteella. Tämä näyttäisi olevan jossain määrin ristiriidassa

Almonkarin ja Isotaluksen (2012) saamien tulosten kanssa, joiden mukaan poliittinen johtaja ei saisi näyttää liikaa tunteitaan esimerkiksi hymyilemällä liian paljon. Tätä tutkielmaa tehtäessä tällaista ei kuitenkaan ollut havaittavissa, vaan puoluejohtajien hymyily tuotiin poikkeuksetta esiin nimenomaan positiivisena piirteenä. Martti Korhonen puolestaan profiloitui sanomalehtien artikkelien perusteella rauhalliseksi ja vakuuttavaksi poliitikoksi, jolla on paljon kokemuksen tuomaa tietoa ja asiaosaamista, joka tosin valitettavan usein jäi harmaan kokonais kuvan taakse.

Jutta Urpilainen ja Päivi Räsänen saivat sanomalehdiltä osakseen sekä positiivista että negatiivista palautetta. Heitä yhdisti aggressiivisuus ja hallituspuolueiden puheenjohtajien haastaminen, mikä nähtiin toisaalta positiivisena, mutta ajoittain yliampuvana piirteenä. Urpilaisen esiintymistä arvioitiin erittäin laajalla skaalalla ja hänen nähtiinkin olevan varsin ailahteleva esiintyjä. Räsästä kiiteltiin hänen asiaosaamisestaan ja haastavassa viestintätilanteessa toimimisesta. Sanomalehtiartikkelien perusteella hänestä syntyi helposti mielikuva oppositiopoliitikosta, jonka asia- ja viestintäosaaminen jäivät usein liiankin ärhäkkään viestintätyylin varjoon. Urpilaisesta syntyi artikkelien perusteella varsin samankaltainen mielikuva kuin Räsäsestä. Urpilainen jäi helposti mieleen innokkaana ja tuoreena oppositiojohtajana, joka mielellään yritti haastaa hallituspuolueiden puheenjohtajia, mutta jonka asiaosaaminen ja esiintymistaidot eivät aivan tähän riittäneet. Varsinkin Jutta Urpilaisen ja Päivi Räsäsen kohdalla oli nähtävissä se, että Suomessa on totuttu konsensushakuiseen politiikkaan ja keskustelutyylisiin. Vaikka Urpilaisen ja Räsäsen innokkuus nähtiinkin positiivisena piirteenä, saivat he paljon kritiikkiä liiasta, suomalaisen keskustelukulttuuriin sopimattomasta aggressiivisuudesta.

Stefan Wallin ja Tarja Cronberg saivat sanomalehdiltä varsin samankaltaista palautetta. Molempia moitittiin näkymättömyydestä, passiivisuudesta ja pehmeystä. Vaikka molempien viestintätyyliä kiiteltiin, syntyi näistä kahdesta puoluejohtajasta kuva taka-alalla pysyttelevistä hallituksen ”kakkosketjulaisista”, jotka eivät tuoneet käytännössä minkäänlaista lisäarvoa television vaalikeskusteluihin. Nämä tulokset mukailevat vahvasti Almonkarin ja Isotaluksen (2012) saamia tuloksia, joiden mukaan poliittisten johtajien viestinnän tulee olla mukaansatempaavaa ja herättää yleisön huomion.

Timo Soini sai sanomalehdiltä viestintätyylistään kaksijakoista palautetta. Toisaalta Soinin nähtiin olevan virkistävä poikkeus poliittista jargonia viljeleviin kollegoihinsa verrattuna, mutta toisaalta häntä myös moitittiin populismista ja konkreettisen poliittisen agendan puutteesta. Soinin kohdalla moni negatiivinen arvio johtui korkeista odotusarvoista. Lehdistö oli selvästi odottanut Soinilta

parempaa tv-esiintymistä, kuin mitä nyt nähtiin. Artikkelien perusteella Soinista syntyikin kuva sloganeita viljelevästä populistista, jonka esiintyminen television vaalikeskusteluissa oli pettymys. Soiniin kohdistuneita odotuksia voidaan pitää jossakin määrin mahdottomina täyttää. Almonkarin ja Isotaluksen (2012) saamien tulosten mukaan lehdistö arvostaa poliitikoilta huumorin käyttöä, värikästä ja selkeää puhetyyliä sekä ymmärrettävyyttä. Soinin kohdalla kuitenkin näytti siltä, että sanomalehdet kritisoivat häntä juuri kyseisistä tavoista. Pohdittavaksi jää se, miksi näin tapahtui vain Soinin kohdalla, sillä muita puheenjohtajia kritisoitiin usein juuri niiden piirteiden puutteesta, jotka nousivat esiin Soinin viestintää arvioitaessa.

Istuva pääministeri Matti Vanhanen sai ehkäpä eniten negatiivista palautetta sanomalehdiltä. Vanhasen esiintymistä vaalikeskusteluissa kuvattiin jäykäksi, ylimieliseksi ja passiiviseksi. Näistä varsinkin passiivisuus nousi tutkielmassa usein muidenkin puheenjohtajien kohdalla esiin nimenomaan negatiivisena piirteenä. Osa kirjoittajista piti Vanhasen rauhallisuudesta ja monet totesivat pääministerin asiaosaamisen olevan todella hyvällä tasolla, mutta vain hyvin harvassa artikkelissa todettiin Vanhasen onnistuneen kokonaisvaltaisesti vaalikeskusteluissa. Vanhanen profiloituikin sanomalehtiartikkelien perusteella kireäksi, harmaaksi ja ylimieliseksi pääministeriksi, joka näytti siltä kuin olisi halunnut olla missä tahansa muualla kuin käynnissä olevassa vaalikeskustelussa.

Puheviestinnän asiantuntijoiden arviot puheenjohtajien viestintäkäyttäytymisestä vaalitenteissä vaihtelivat laajasti, mikä aiheutti tutkijalle ajoittain kohtalaisen paljon ongelmia. Vaikka vaihtelua tapahtui sekä raadin sisäisesti, että vertailtaessa sanomalehtiartikkelien perusteella muodostuneisiin mielipiteisiin, on tuloksista kuitenkin löydettävissä myös jonkin verran yhtäläisyyksiä.

Sanomalehtiaineistoon verrattaessa puheviestinnän asiantuntijat esittivät samankaltaisia arvioita suurimmasta osasta puheenjohtajista. Suurimmat erot puheviestinnän asiantuntijoiden ja sanomalehtiartikkelien arvioissa syntyivät käsiteltäessä Timo Soinin ja Martti Korhosen esiintymistä vaalikeskusteluissa.

Jyrki Kataisen kohdalla puheviestinnän asiantuntijoiden arviot mukailivat vahvasti sanomalehtiaineistosta syntyneitä mielipiteitä. Asiantuntijoiden mielestä Katainen oli vaalikeskustelujen suurin onnistuja, josta hänen viestintänsä perusteella muodostui kuva rauhallisesta ja luotettavasta, asiat osaavasta poliitikosta, jonka ainoaksi miinukseksi katsottiin tylsäkö verbaali ilmaisu.

Jutta Urpilainen sai puheviestinnän asiantuntijoilta varsin ristiriitaista palautetta, aivan kuten sanomalehdiltäkin. Asiantuntijaraati kiitteli Urpilaisen selkeää puhetyyliä sekä hänen haluaan haastaa Vanhasta ja Kataista. Negatiivista palautetta Urpilainen sai ennen kaikkea liian aggressiivisesta viestintätyylistään, minkä nähtiin myös heijastuvan huonossa mielessä hänen äänenkäyttöön. Yleisesti asiantuntijat näkivät Urpilaisen selkeäsanaisena haastajana, jonka yliyrittäminen ja nonverbaalin tason ylilyönnit kuitenkin saivat ajoittain näyttämään liiankin hyökkäävältä ja innokkaalta.

Asiantuntijat näkivät myös Matti Vanhasen viestintätyylin luovan pitkälti samanlaista mielikuvaa, kuin mitä sanomalehdetkin olivat hänestä kirjoittaneet. Vaikka Vanhasen asiaosaamista ja rauhallista tyyliä kiiteltiin, sai hän paljon kritiikkiä ylimielisyydestä, jäykkyydestä ja liiallisesta vakavuudesta. Vanhanen nähtiin etäisenä ja kylmänä byrokraattina, joka halusi asiaosaamisellaan asemoida itsensä muiden yläpuolelle.

Kuten suurimpien puolueiden puheenjohtajat, myös sanomalehtiaineistossa vähälle huomiolle jääneet Päivi Räsänen, Stefan Wallin ja Tarja Cronberg saivat asiantuntijoiltakin pitkälti samanlaista palautetta kuin lehtiartikkeleista. Wallinia ja Cronbergia moitittiin passiivisuudesta ja huonosta tilanteen hallinnasta ja Räsästä liiasta aggressiivisuudesta. Wallin sai kehuja rauhallisesta olemuksestaan, Cronberg kokemuksestaan ja Räsänen aktiivisuudestaan sekä selkeästä puheestaan. Näin ollen asiantuntijoiden vaalikeskustelujen perusteella muodostamat mielikuvat vastasivat käytännössä varsin tarkasti sanomalehtiaineistosta saatuja mielikuvia.

Martti Korhosen viestintäkäyttäytymistä arvioitaessa puheviestinnän asiantuntijat nostivat esiin samoja piirteitä kuin sanomalehdetkin, mutta näiden piirteiden painotuksessa oli havaittavissa merkittävä ero aineistojen välillä. Siinä missä sanomalehtiaineiston perusteella Korhosesta muodostui kuva kokeneesta, asiaosaavasta ja rauhallisesta poliitikosta, nostivat puheviestinnän asiantuntijat Korhosesta esiin ensisijaisesti hänen värittömän esiintymisensä ja vakuuttavuuden puutteensa. Vaikka asiantuntijatkin mainitsivat Korhosen olevan itsevarma ja uskottavan kuuloinen, jäivät nämä positiiviset piirteet harmaan kokonaisuuden varjoon. Puheviestinnän asiantuntijoiden arvioiden perusteella Korhosesta muodostuu kuva leppoisasta poliitikosta, jonka viestintä on tylsää ja kuivanoloista.

Timo Soinin viestintäkäyttäytymistä arvioitaessa puheviestinnän asiantuntijat puolestaan näkivät hänet huomattavasti positiivisemmassa valossa kuin sanomalehdet. Soini sai asiantuntijoilta kiitosta

niin verbaalista kuin nonverbaalista viestinnästään, kansanomaisesta viestintätyylistään sekä yleisestä olemuksestaan. Siinä missä sanomalehdet näkivät Soinin epäonnistuneen vaalikeskusteluissa, olivat asiantuntijaraadin jäsenet saaneet Soinista kuvan rauhallisena ja selkeästi puhuvana kansanmiehenä, jonka olemus oli karismaattinen ja sanoma mieleenpainuva.

Näin suurta eroa kahden eri aineiston välillä on vaikea selittää muulla kuin sillä, että sanomalehtitoimittajien odotukset Soinin esiintymistä kohtaan ovat olleet liian korkealla. Tässä on nähtävissä varsin samankaltaisia piirteitä kuin Zakahin (2004, 160) *Odotuksien peliksi* nimittämässä kampanjastrategiassa, jossa ehdokkaiden kampanjat pyrkivät nostamaan vastaehdokkaisiin kohdistuvia odotuksia kehumalla tämän viestintätaitoja ja vastaavasti laskemaan itseensä kohdistettuja odotuksia. Tämän seurauksena kohtalaisen heikko esiintyminenkin vaalikeskustelussa voidaan nähdä voittona, mikäli ehdokkaan esiintymiseen ei ole juuri kohdistettu ennako-odotuksia.

Kunnallisvaalien 2008 alla tällaista peliä ei kuitenkaan näytetty pelaavan niinkään ehdokkaiden kampanjojen toimesta, vaan media tuntui luovan Timo Soinin kohdalle niin korkeat odotukset, että niiden saavuttamisesta tuli käytännössä mahdotonta. Esimerkiksi Helsingin Sanomissa todettiin 8. lokakuuta 2008, eli ennen kuin Soini oli osallistunut yhteenkään televisioituun vaalitenttiin, Timo Soinin ”osaavan käyttää huumoria ja kielikuvia” ja ”kiteyttävän pääasiat ytimekkäästi”. Kun Soini ei sitten ollutkaan vaalikeskusteluissa parhaimmillaan, näkivät sanomalehdet hänen epäonnistuneen keskusteluissa.

Vaikka puheviestinnän asiantuntijatkin olivat varmasti osanneet odottaa Soinilta hyvää esiintymistä, arvioivat he kuitenkin vaalikeskustelua irrallisena tapahtumana mahdollisimman objektiivisesti. Näin ollen he eivät analysoineet Soinin tai muiden puheenjohtajien esiintymistä ennako-odotusten perusteella, vaan ainoastaan yksittäisten televisioitujen keskustelujen pohjalta. Tällaista objektiivisuuden vaatimusta sanomalehdillä ei ole, vaan toimittajien tehtävänäkkin on suhteuttaa tapahtumat niihin kohdistettuihin odotuksiin ja omiin sekä lukijoidensa ennakkotietoihin.

Osaltaan Martti Korhosenkin osakseen saamia arvioita voidaan tarkastella ”Odotuksien pelin” perusajatuksen pohjalta. Koska lehdistö ei ollut missään vaiheessa luonut suuria ennako-odotuksia Korhosen viestintäkäyttäytymisen suhteen, saattoi monelle toimittajallekin tulla yllätyksenä hänen asiaosaamisensa hyvä taso tai hänen kokenut ja rauhallinen olemuksensa. Sen sijaan häntä oli yleisesti pidetty värättömänä ja harmaana esiintyjänä jo ennen vaalikeskusteluita, joten nämä hänen

negatiiviset piirteensä tuskin enää yllättivät yhtäkään toimittajaa, toisin kuin hänen positiiviset puolensa.

Tässä tutkielmassa saatujen tuloksien perusteella näyttää selvältä, että tietyt viestinnälliset piirteet muokkaavat poliitikosta saatavia mielikuvia positiiviseen suuntaan ja vastaavasti tietyt toiset piirteet luovat poliitikosta negatiivisia mielikuvia. Positiivisista piirteistä esiin nousivat selkeimmin esiin asiaosaaminen, rauhallisuus, selkeä puhe sekä positiivisuus. Negatiivista mielikuvaa luovia piirteitä näyttäisivät olevan ennen kaikkea harmaus, passiivisuus ja aggressiivisuus. Varsin samankaltaisia huomioita ovat tehneet myös Almonkari ja Isotalus (2012), jotka ovat tutkineet suomalaisten poliittisten johtajien viestintätaitoja. Tutkijoiden mukaan poliittisten johtajien tulee olla muun muassa avoimia, karismaattisia ja värikkäitä henkilöitä. Tämän tutkielman tulokset näyttäisivät mukailevan näitä tuloksia.

Uimosen (2011) mukaan puolueen puheenjohtajaksi on lähes mahdotonta nousta ilman hyviä esiintymis-, viestintä ja mediataitoja. Tässä tutkielmassa saatujen tulosten valossa näyttää kuitenkin siltä, että puolueiden puheenjohtajienkin esiintymis- ja viestintätaidoissa on paljon parannettavaa. Suuri osa puheenjohtajien saamasta kritiikistä voi kuitenkin johtua nousseista odotusarvoista. Puolueiden puheenjohtajilta odotetaan selvästikin erittäin paljon. Saatujen tuloksien perusteella poliittisen johtajan tulisi olla samaan aikaisesti rauhallinen ja innostava, innokas mutta ei aggressiivinen ja selkäsänainen mutta asiaosaava.

Poliitikoista syntyvien mielikuvien lisäksi toinen tämän tutkielman mielenkiintoisimmista tarkastelun kohteista oli eduskuntapuolueiden puheenjohtajien tv-esiintymisen mahdollinen suhde heidän puolueidensa vaalimenestykseen. Puolueiden puheenjohtajilla on todettu olevan ainakin jonkinasteinen merkitys heidän puolueidensa menestykseen vaaleissa (ks. esim. Johnston 2002; Stephen & kumpp. 2004), mutta puheenjohtajien vaalikeskustelu esiintymisten merkitystä puolueen menestykseen ei ole tutkittu aikaisemmin.

Vaalivoittajista kokoomuksen Jyrki Katainen sai vaalikeskustelujen viestintäkäyttäytymisestään lähes poikkeuksetta positiivista palautetta. Sekä sanomalehdet että puheviestinnän ammattilaiset pitivät Kataista vaalitenttien voittajana ja onnistujana. Perussuomalaisten Timo Soini sai puheviestinnän ammattilaisilta lähes yhtä hyvää palautetta kuin Katainen, mutta sanomalehtien mukaan Soini ei ollut onnistunut vaalikeskusteluissa niin hyvin, kuin oli odotettu. Muista vaalivoittajista kristillisdemokraattien puheenjohtaja Päivi Räsänen sai molemmilta arviointitahoilta

ristiriitaisia kommentteja tv-esiintymisestään kun vihreiden Tarja Cronbergia arvioitiin lähinnä negatiiviseen sävyyn.

Vaalien häviäjistä Matti Vanhanen (kesk) ja Stefan Wallin (rkp) saivat tv-tenttien esiintymisestään lähes pelkästään moitteita. SDP:n Jutta Urpilaisen esiintymistä arvioitiin paljon ja monelta kantilta. Vaikka Urpilainen saikin niin sanomalehdiltä kuin puheviestinnän asiantuntijoilta positiivistakin palautetta, oli hänestä syntyvä mielikuva kuitenkin lievästi negatiivissävytteinen. Vasemmistoliiton Martti Korhonen oli sanomalehtien mukaan yksi vaalitenttien suurimmista onnistujista, mutta puheviestinnän asiantuntijoiden arviot eivät tukeneet tätä käsitystä.

Vaikka saatuja tuloksia onkin mielenkiintoista verrata puolueiden vaalimenestykseen, ei tämän tutkielman perusteella voida aukottomasti sanoa puolueiden puheenjohtajien vaalikeskustelu-esiintymisen vaikuttaneen heidän puolueidensa saamiin äänimääriin. Joitakin tämänsuuntaisia viitteitä tuloksista on löydettävissä, mutta mitään yleistettävissä olevia johtopäätöksiä saaduista tuloksista ei voida tehdä.

6.1 Tutkielman arviointi

Televisioitujen vaalikeskustelujen tutkiminen on varsin mielenkiintoinen ja ajankohtainen tutkimusaihe, sillä niiden merkitys osana vaalikampanjaa on kasvanut jatkuvasti ja monet tutkijat ovatkin nähneet keskustelujen olevan vaalikampanjoiden tärkeimpiä tapahtumia (esim. Chaffee 1979; McKinney & Carlin 2004). Myös kunnallisvaalien tutkimiselle on Suomessa selvästi tarvetta, sillä huolimatta kyseisten vaalien lähivaali-statuksesta, eivät ne jostakin syystä saa ihmisiä uurnille eivätkä tutkijoita liikkeelle. Varsinkin tänä vuonna, kun edessä ovat jälleen kunnallisvaalit, ovat edelliset vastaavat vaalit jälleen erittäin ajankohtainen aihe, sillä kuten muissakin vaaleissa, myös kunnallisvaaleissa vaalien tapahtumia ja tuloksia peilataan väistämättä edellisten, neljän vuoden takaisten vaalien tapahtumiin ja tuloksiin.

Tutkimusmenetelmistä sanomalehtiaineiston sisällönanalyysi tuotti selvästi tarkempia ja syvempiä tuloksia kuin asiantuntijaraadilta kerätyt huomiot vaalikeskusteluista. Sanomalehtiaineisto oli kattava ja suhteellisen laaja, joten sen perusteella muodostettuja johtopäätöksiä voidaan hyvällä syyllä pitää vähintäänkin jossain määrin yleistettävänä, sillä aineistoista nousi esiin selkeitä teemoja muun muassa sen suhteen, millaisia viestinnällisiä piirteitä pidetään poliitikoille sopivina ja millaiset viestintätavat ja -tyylit luovat poliitikosta negatiivisia mielikuvia.

Asiantuntijaraadin käyttäminen toisena aineistonhankintamenetelmänä jätti tutkijalle hieman ristiriitaiset tuntemukset. Toisaalta puheviestinnän asiantuntijoiden vaalikeskustelujen perusteella tekemät havainnot ja arviot toivat tutkimukseen lisäsyvyyttä ja tutkimuksen luotettavuuden kannalta välttämätöntä triangulaatiota, mutta toisaalta raadin sisäiset, ajoittain erittäin suuret mielipide-erot aiheuttivat jonkin verran vaikeuksia tulosten analysoinnissa. Asiantuntijaraadin tekemistä havainnoista saatujen tulosten ongelmaksi muodostuu niiden luotettavuus ja yleistettävyys, jotka liittyvät tiiviisti asiantuntijaraadin suhteellisen vähäiseen jäsenmäärään. Asiantuntijaraadiin kuului seitsemän jäsentä, mistä johtuen yhdenkin jäsenen selkeästi muiden mielipiteistä poikkeavat havainnot heilauttivat tuloksia rajusti johonkin suuntaan. Vaikka asiantuntijat olivat joidenkin poliitikkojen onnistumisesta lähes yksimielisiä, oli joidenkin toisten poliitikkojen arviointien kohdalla havaittavissa niin suuria eroja, että tulosten yleistettävyys jää kohtuullisen alhaiselle tasolle.

Myös asiantuntijaraadilta saatujen arvioiden laadullinen taso oli tutkijalle pettymys. Arviot jäivät usein, ja yllättäen, varsin pinnallisiksi koskien esimerkiksi keskusteluun osallistuneiden puolueiden puheenjohtajien ulkoista olemusta tai vaatetusta. Erityisesti tämä ongelma koski arvioinnin kohteena olleita naispuolisia puoluejohtajia, mikä saattaa olla jäänne suomalaisen politiikan perinteisesti vahvasta patriarkalisesta luonteesta. Odotuksena oli saada asiantuntijaraadilta puheenjohtajien viestintää syvällisesti luotaavaa analyysia, mutta nämä odotukset jäivät selvästi täyttymättä. On perusteltua sanoa, että sanomalehdet olivat arvioineet vaalikeskustelujen sisältämää viestintää perusteellisemmin ja viestinnällisestä näkökulmasta mielenkiintoisemmin kuin asiantuntijaraadin jäsenet.

Vaikka asiantuntijaraadin rooli tässä tutkielmassa jäikin oletettua vähäisemmäksi, ei kyseistä aineistonhankintamenetelmää kuitenkaan kannata unohtaa. Laajempi raati ja selkeämpi ohjeistus voivat jatkossa antaa eri tutkimuksille varsin merkittävän mausteen. Varsinkin raadille annettavaa ohjeistusta tulee pohtia ja arvioida huolellisesti jo ennen tutkimuksen toteuttamista. Myös vaalikeskustelutallenteiden näyttämisaikakohtaa tulee pohtia uudelleen. Nyt vaalikeskustelut näytettiin raadille vasta vuosi keskustelujen todellisen ajankohdan jälkeen. Tämän ajan kuluessa oli suomalaisessa politiikassa tapahtunut niin paljon, että asiantuntijoiden ennako-odotukset olivat varmasti muuttuneet siitä, mitä ne olivat näytettyjen vaalikeskustelujen aikaan. Tärkeimpänä näitä muutoksia aiheuttaneena tapahtumana voidaan tietenkin pitää kyseisiä vaaleja ja niiden lopputuloksia. Keskustelut nähdessään asiantuntijoilla oli jo tiedossaan kyseisten vaalien tulokset ja

se, keiden puheenjohtajien puolueet olivat menestyneet kyseisissä vaaleissa. Tulevaisuudessa näen tärkeänä, että asiantuntijaraadinkin tulee arvioida keskustelujen tapahtumat jo ennen kyseisten vaalien vaalipäivää, mieluiten suorana lähetyksenä, jolloin saadaan minimoitua raadin jäsenten ennakoasenteiden ja -odotuksien kehittymisen merkitys. Tulee kuitenkin muistaa, että asiantuntijaraati on tutkimusmenetelmänä suhteellisen harvinainen menetelmä ja tarvitsee vielä paljon kehitystä vakiinnuttaakseen asemansa osana laadullista tutkimusperinnettä.

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi sopi tutkielman aineistoanalyysiin hyvin. Aineistolähtöinen analyysi varmisti sen, että tutkielman keskiössä olivat nimenomaan aineistot, eivät esimerkiksi aikaisemmat teoriat. Aineistolähtöinen analyysi antoi halutusti mahdollisuuden luoda uusia yleistyksiä ja teorioita sekä määrittellä tutkielman analyysiyksiköt tutkielman edetessä sen sijaan, että ne olisivat olleet alusta saakka valmiiksi määriteltyjä.

Tutkielma tuotti sekä selkeitä että epävarmoja tuloksia. Näyttää selvältä, että sanomalehdet luovat kirjoituksillaan varsin yhdenmukaisia mielikuvia eri poliitikoista. Lehtiartikkelien analyysin perusteella on myös mahdollista määrittellä puolueiden puheenjohtajille sekä sopivia että sopimattomia piirteitä. Hyvä puoluejohtaja näyttäisi olevan rauhallinen ja selkeästi puhuva asiaosaaja, joka osallistuu aktiivisesti keskusteluun käyttäen sellaista kieltä, jota tavallisetkin kansalaiset ymmärtävät. Vastaavasti puoluejohtaja ei saisi olla passiivinen tai väritön osallistuja, joka asettaa itsensä muiden yläpuolelle. Myös liika aktiivisuus ja aggressiivisuus ovat puoluejohtajalle sopimattomia piirteitä. Tältä osin tulokset mukailevat aikaisempaa tutkimusta (ks. esim. Isotalus 2000, Almonkari & Isotalus 2012).

Puolueiden puheenjohtajien televisioesiintymisien ja heidän puolueidensa vaalimenestyksen välille ei sen sijaan voida vetää selkeää linjaa. Toisaalta tämä tulos oli jossain määrin odotettavissa, sillä vaikka vaalikeskustelujen onkin todettu jossain määrin vaikuttavan äänestäjien äänestyskäyttäytymiseen (esim. Oksanen & Pesonen 1985b; Stephen et al. 2004), ei niiden ole todistettu olevan ratkaisevassa asemassa äänestyspäätöksen tekemiseen.

6.2 Jatkotutkimusaiheita

Tämän tutkielman pohjalta on helppo sanoa, että television vaalikeskusteluja kannattaa tutkia jatkossakin. Erityisen mielenkiintoinen lähestymistapa vaalikeskusteluihin olisi niiden todellinen vaikutus kansalaisten äänestyskäyttäytymiseen, josta on jo olemassa jonkin verran tutkimusta.

Vaikka tämän tutkielman ote olikin laadullinen, myös kvantitatiivinen tutkimusote ja tilastolliset tutkimusmenetelmät saattaisivat sopia aiheeseen muun muassa valottaen sitä, perustavatko ihmiset äänestyspäätöstään televisiosta näkemilleen asioille. Myös poliitikon imagon vaikutusta äänestyskäyttäytymiseen olisi mielenkiintoista tarkastella lähemminkin.

Sanomalehtiaineiston laatu yllätti tutkijan positiivisesti, ja sitä voi lämpimästi suositella myös jatkotutkimuksessa. Tulevaisuudessa kuitenkin myös muiden medioiden analysointi voisi olla erityisen hedelmällistä. Erityisen kiinnostavana tutkimuskohteena näkisin sosiaalisen median ja televisioitujen vaalikeskustelujen välisen suhteen. Vuoden 2012 presidentinvaaleissa tämä suhde otti jo aimo harppauksen eteenpäin, kun useissa vaalikeskusteluissa katsojille annettiin mahdollisuus osallistua ohjelmaan esimerkiksi Twitter-yhteisöpalvelun mikroblogikirjoituksillaan. Vaikka sanomalehdet kirjoittavatkin vaalikeskusteluista ja niihin osallistuneiden poliitikkojen onnistumisista runsaasti, kasvattavat internetin lukuisat keskustelupalstat ja blogit tällaisten arviointien määrän suorastaan käsittämättömiin lukemiin. Sosiaalisessa mediassa päästään suoraan sinne, missä poliittiset päätökset viime kädessä tehdään, eli äänestäjien luokse.

Myös kunnallisvaalit kaipaavat lisätutkimusta. Poliittisen viestinnän tutkimus on keskittynyt erittäin vahvasti presidentinvaalien ja jossain määrin myös eduskuntavaalien ympärille. Kunnallisvaalit ovat lähivaalit, joiden perusteella määritellään kaupunkien ja kuntien lähipalvelut seuraavien neljän vuoden ajaksi. Miksi tästä huolimatta kunnallisvaalien äänestysprosentit ovat huomattavasti eduskunta- ja presidentinvaalien vastaavia prosentteja matalammalla? Viestinnän näkökannalta syynä tähän saattaa hyvinkin olla kunnallisvaalien huono ”mediaseksikkyys” tai paikallisten poliitikkojen epäonnistuminen kunnallisvaalien merkityksen kertomisesta tavallisille äänestäjille. Näiden molempien ilmiöiden tutkiminen tulevaisuudessa voisi olla hyvinkin hedelmällistä.

Tämä pro gradu -tutkielma on omistettu Ninalle ja tulossa olevalle lapsellemme.

Tuesta ja motivaatiosta kiittäen,

Carl

KIRJALLISUUS

- Aarnio, E. & Isotalus, P. 2000. Miten presidentti on tehty? Teoksessa P. Isotalus & E. Aarnio (toim.) *Presidentti 2000. Mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: SoPhi, 5–21.
- Almonkari, M. & Isotalus, P. 2012. Two perspectives on the communication skills of political leaders. *International Journal of Strategic Communication*. In press.
- Anttila, T. 2006. Eduskuntavaaleista pääministerivaaleiksi. Teoksessa V. Pernaa & V. Pitkänen (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo*. Jyväskylä: Gummerus, 159–192.
- Aristoteles 1997. *Aristoteles IX. Retoriikka*. Runousoppi. Helsinki: Gaudeamus.
- Asp, K. & Esaiasson, P. 1996. The modernization of Swedish campaigns: Individualization, professionalization, and medialization. Teoksessa D. L. Swanson & P. Mancini (toim.) *Politics, media, and modern democracy*. Westport: Praeger, 73–90.
- Bartle, J. & Crewe, I. 2002. The impact of party leaders in Britain: strong assumptions, weak evidence. Teoksessa A. King (toim.) *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: University Press, 70–95.
- Berg, L. 2009. Kampanjajulkisuus. Teoksessa Berg, L. & Niemi, M. K. 2009. *Kenen kuntavaalit?* Helsinki: Kunnallisalan kehittämissäätiö, 21–61.
- Berg, L. & Niemi, M. K. 2009. *Kenen kuntavaalit?* Sastamala: Vammalan Kirjapaino Oy.
- Blondel, J. 1987. *Political leadership. Towards a general analysis*. London: Sage.
- Borg, S. 2007. Vaalitulokset ja äänestyspäätökset. Teoksessa P. Isotalus & S. Borg (toim.) *Presidentinvaalit 2006*. Helsinki: WSOY, 32–55.
- Borg, S. & Paloheimo, H. 2009. Johdanto. Teoksessa S. Borg & H. Paloheimo (toim.) *Vaalit yleisdemokratiassa*. Tampere: Tampere University Press, 13–26.
- Brack, D. 2007. Leaders and led. Liberal democrat leadership: the cases of Ashdown and Kennedy. *The Political Quarterly* 78, 78–88.
- Brettschneider, F. & Gabriel, O. W. 2002. The nonpersonalization of voting in Germany. Teoksessa A. King (toim.) *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: University Press, 127–157.
- Chaffee, S. H. 1979. Approaches of U.S. scholars to the study of televised political debates. *Political Communication Review* 5, 19–33.
- Cicero, Q. T. 2007. *Commentariolum petitionis*. Vaaliehdokkaan opas. Teoksessa Q. T. Cicero et al. *Aura Popularis*. Jyväskylä: Gummerus, 34–84.
- Elcock, H. 2001. *Political leadership*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Elgie, R. 1995. *Political leadership in liberal democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Eskola, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen tutkimuksen analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittavalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus, 133–157.
- Finstad, M. & Isotalus, P. 2005. Näkökulmia politiikan viestintäosaamiseen. Prologi. Puheviestinnän vuosikirja 2005. Jyväskylä: Prologos ry, 12–30.
- Gastil, J. 1994. A definition and illustration of democratic leadership. *Human Relations* 47, 953–975.
- Gulati, G. J., Just, M. R. & Crigler A. N. 2004. News Coverage of Political Campaigns. Teoksessa L. L. Kaid (toim.) *Handbook of Political Communication Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 237–256.
- Hah, C. & Bartol, F. C. 1983. Political Leadership as a Causative Phenomenon: Some Recent Analyses'. *World Politics* 36 (1), 100–120.
- Hacker, K. L. 2004. A dual-processing perspective of candidate image formation. Teoksessa K. L. Hacker (toim.) *Presidential candidate images*. Lanham: Rowman & Littlefield publishers, 105–132.
- Hellweg, S. A. 2004. Campaigns and candidate images in american presidential elections. Teoksessa K. L. Hacker (toim.) *Presidential candidate images*. Lanham: Rowman & Littlefield publishers, 21–48.
- Helms, L. 2005. The presidentialisation of political leadership: british notions and german observations. *Political Quarterly* 76, 430–438.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hovi-Wasastjerna, P. 2007. Vaalikampanja visuaalisesti kirjava kokonaisuus. Teoksessa P. Isotalus & S. Borg (toim.) *Presidentinvaalit 2006*. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy, 77–97.
- Isotalus, P. 1998a. Johdanto: Poliittinen viestintäkulttuuri lähtökohtana. Teoksessa P. Isotalus (toim.) *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Jyväskylä: Atena, 7–16.
- Isotalus, P. 1998b. Vaalikeskustelu ylittää uutiskynnyksen – Mitä sanomalehdet kirjoittavat television vaaliohjelmista? Teoksessa P. Isotalus (toim.) *Kaveri vai peluri? Poliitikko mediassa*. Jyväskylä: Atena, 95–113.
- Isotalus, P. 2000. Tunteita ja reaktioita televisiossa. Ahon ja Halosen nonverbaalinen viestintä. Teoksessa P. Isotalus & E. Aarnio (toim.) *Presidentti 2000. Mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: SoPhi, 155–173.
- Isotalus, P. 2007. Presidentinvaalien 2006 juonenpiirteet ja kampanjan ominaispiirteet. Teoksessa P. Isotalus & S. Borg (toim.) *Presidentinvaalit 2006*. Helsinki: WSOY, 10–31.

- Isotalus, P. 2009. Agreement and disagreement in focus: a cultural perspective on televised election debates. Teoksessa R. Wilkins & P. Isotalus (toim.) *Speech Culture in Finland*. Lanham: University Press of America, 191–208.
- Isotalus, P. & Almonkari, M. 2011. Current Trends in Political Communication and Criteria for Political Leaders. Perspectives of the Finnish Press and Party Leaders. Teoksessa E. De Blasio, M. Hibberd & M. Sorice (toim.) *Leadership and New Trends in Political Communication. Selected Papers*. Rome: CMCS Working Papers, 111–122.
- Johnston, R. 2002. Prime ministerial contenders in Canada. Teoksessa A. King (toim.) *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford: University Press, 158–183.
- Kaase, M. 1994. Is there personalization in politics? Candidates and voting behavior in Germany. *International Political Science Review* 15, 211–230.
- Kaid, L. L. & Chanslor, M. 2004. The effects of political advertising on candidate images. Teoksessa K. L. Hacker (toim.) *Presidential candidate images*. Lanham: Rowman & Littlefield publishers, 133–150.
- Karvonen, E. 2007. Halosen ja Niinistön imagonrakennus – kampanjaretoriikan analyysi. Teoksessa P. Isotalus & S. Borg (toim.) *Presidentinvaalit 2006*. Helsinki: WSOY, 115–136.
- Karvonen, L. 2009. Poliitiikan henkilöityminen. Teoksessa S. Borg & H. Paloheimo (toim.) *Vaalit yleisödemokratiassa*. Tampere: Tampere University Press, 94–125.
- Levikintarkastus Oy 2008. Levikkihaku. <http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/index.php>. Viitattu 17.4.2012.
- McKinney, M. S. & Carlin, D. B. 2004. Political Campaign Debates. Teoksessa L. L. Kaid (toim.) *Handbook of Political Communication Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 203–234.
- McNair, B. 2003. *An introduction to political communication*. London: Routledge.
- Moring, T. & Mykkänen, J. 2009. Vaalikampanja. Teoksessa S. Borg & H. Paloheimo (toim.) *Vaalit yleisödemokratiassa*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy, 28–59.
- Mäki, E. 2007. Halosen ja Niinistön perustelutaito – puheiden argumentaation analyysia. Teoksessa P. Isotalus & S. Borg (toim.) *Presidentinvaalit 2006*. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy, 137–154.
- Niemi, M. K. 2006. Onko yksityiselämästä presidentintekijäksi? Teoksessa V. Perna & V. Pitkänen (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo*. Jyväskylä: Gummerus, 228–271.
- Niemi, M. K. 2009. Kuntavaalijulkisuus – puoluejohtajapersoonien kisa? Teoksessa Berg, L. & Niemi, M. K. 2009. *Kenen kuntavaalit?* Helsinki: Kunnallisan alan kehittämissäätiö, 75–84.

- Oksanen, M. & Pesonen, P. 1985. Vuoden 1984 kunnallisvaalien tulos ja niiden poliittiset muutokset. Vaalin tulos. Teoksessa Grönholm, C., Hoikka, P., Koivula, S., Oksanen, M., Pesonen, P. & Rönkkö, P. Kunnallisvaalit Suomen poliittisessa järjestelmässä. Vantaa: Kunnallispaino Oy, 14–17.
- Oksanen, M. & Pesonen, P. 1985b. Vaalikampanja. Vuoden 1984 kunnallisvaalien tulos ja niiden poliittiset muutokset. Vaalin tulos. Teoksessa Grönholm, C., Hoikka, P., Koivula, S., Oksanen, M., Pesonen, P. & Rönkkö, P. Kunnallisvaalit Suomen poliittisessa järjestelmässä. Vantaa: Kunnallispaino Oy, 104–142.
- Paloheimo, H. 2002. Pääministerin vallan kasvu Suomessa. *Politiikka* 44(3), 203–221.
- Paloheimo, H. 2007. Kansalaisten johtajuusodotukset. Teoksessa P. Isotalus & S. Borg (toim.) *Presidentinvaalit 2006*. Helsinki: WSOY, 207–224.
- Paloheimo, H. & Wiberg, M. 2008. *Politiikan perusteet*. Porvoo: WSOY.
- Pekonen, K. 1995. Finnish voters and the personification of politics. Teoksessa S. Borg & R. Sänkiahö (toim.) *The Finnish voter*. Tampere: The Finnish Political Science Association, 187–207.
- Pernaa, V., Pitkänen, V. & Railo, E. 2006. Poliitiikan peleistä mediapeleihin. Teoksessa V. Pernaa & V. Pitkänen (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo*. Jyväskylä: Gummerus, 272–281.
- Pitkänen, V. 2006. Kun ylivoimainen kansansuosikki haastetaan presidentinvaaleissa. Teoksessa V. Pernaa & V. Pitkänen (toim.) *Poliitikot taistelivat – media kertoo*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 193–227.
- Poguntke, T. 2000. The presidentialization of parliamentary democracies: a contradiction in terms? *Esitelmä pidetty ECPR:n workshopissa huhtikuussa 2000. Kööpenhamina*.
- Semetko, H. A., de Vreese, C. H. & Peter, J. 2000. Europeanised politics – Europeanised media? *European integration and political communication*. *West European Politics* 23:4, 121–141.
- Stephen, T., Harrison T. M., Husson, W. & Albert, D. 2004. Interpersonal communication styles of political candidates: predicting winning and losing candidates in three U.S. presidential elections. Teoksessa K. L. Hacker (toim.) *Presidential candidate images*. Lanham: Rowman & Littlefield publishers, 177–196.
- Strömbäck, J., Ørsten, M. & Aalberg, T. 2008. *Communicating Politics: Political Communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom.
- Suhonen, P. 2000. Mieliäpidetutkimusten rooli presidentinvaaleissa. Teoksessa P. Isotalus & E. Aarnio (toim.) *Presidentti 2000. Mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: SoPhi, 63–87.
- Tiittula, L., Nuolijärvi, P. & Isotalus, P. 2007. Halosen ja Niinistön esiintymistyylit television vaalikeskusteluissa. Teoksessa P. Isotalus & S. Borg (toim.) *Presidentinvaalit 2006*.

Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy, 155–177.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Uimonen, R. 2011. Pääministerin puhuva pää. Juva: Bookwell Oy.

Uimonen, R. & Ikävalko, E. 1996. Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? Helsinki: Inforviestintä.

Vaalit 2008. Kunnallisvaalit 26.10.2008. Tulos puolueittain.

http://192.49.229.35/K2008/s/tulos/tulos_kokomaa.html. Viitattu 24.4.2012.

Zakahi, W. R. 2004. Presidential debates and candidate image formation: 1992, 1996, 2000.

Teoksessa K. L. Hacker (toim.) Presidential candidate images. Lanham: Rowman & Littlefield publishers, 151–176.

Suomen perustuslaki 99/731

KATSELUOHJEET

Katsottava ohjelma

MTV3:n Kunnallisvaalit 2008 -vaalikeskustelu (1.10.2008) / YLEn ”Suuri vaalikeskustelu”
(TV1:ssä 23.10.2008)

Tarkasteltava ominaisuus

Tarkoitukseni on tarkastella poliittista johtajuutta interaktionistisesta näkökulmasta, jonka mukaan poliittisen johtajuuden muodostumiseen vaikuttaa kaksi seikkaa: poliitikko itse sekä hänen poliittinen toimintaympäristönsä. Poliittinen johtajuus voidaan nähdä jokaisen poliitikon kohdalla yksilöllisenä ja ainutlaatuisena ilmiönä, joka syntyy näiden kahden tekijän välisestä vuorovaikutuksesta. Tärkeimpinä kyseistä vuorovaikutusta ylläpitävinä välineinä voidaan pitää poliitikon henkilökohtaista viestintää sekä mediaa, joka välittää ja muokkaa tavallisille yhteisön jäsenille välittyvää kuvaa politiikosta. (Esim. Elgie 1995, Elcock 2001.)

Mitä keskustelusta etsitään?

Tarkoituksena on tarkastella jokaisen puoluejohtajan viestintää (verbaali ja nonverbaali) ja pyrkiä löytämään kaikkien puoluejohtajien viestinnästä poliittista johtajuutta ilmentäviä piirteitä. Katselijoiden tulee kiinnittää huomiota niin puoluejohtajien väliseen kuin heidän mediayleisölle kohdistamaansaakin viestintään.

Katselijoille ei anneta minkäänlaista listaa etsittävästä piirteistä, vaan tarkoituksena on, että katselijat itse löytävät ja nimeävät havaitsemansa piirteet. Havainnoille ei myöskään anneta minkäänlaisia rajoituksia sen suhteen, mitkä piirteet ilmentävät tai eivät ilmennä poliittista johtajuutta, vaan jokainen katselija voi itse tehdä nämä rajoitukset.