

 Artikkelit

# Mediapääoma poliitikkojen kokemana

Artikkelissa lähestytään nykyistä poliittista mediakulttuuria kysymällä millaiseksi poliitikot ymmärtävät mediajulkisuuden merkityksen työssään ja miten he sen henkilökohtaisesti kokevat. Artikkelin lähtökohtina ovat Bourdieun teoretisointeihin nojaava ajatus mediapääomasta sekä Pelsin idea poliittisesta tyylistä poliitikon yleisösuhteen perustana. Empiirisenä aineistona ovat kevättalvella 2011 tehdyt neljätoista poliitikkojen teemahaastattelua. Tulosten mukaan mediapääoma on tärkeä osa politiikan pääomaa, mutta sen kaikki muodot eivät ole yksiselitteisesti arvostettuja vaan voivat myös heikentää poliitikon asemaa politiikan kentällä. Mediajulkisuudessa viihtymisen tärkeimmiksi tekijöiksi poliitikkojen keskuudessa osoittautuvat julkisuuden älyllisyys ja autenttisuus.

**AVAINSANAT:** Mediapääoma, medioituminen, poliittinen julkisuus, poliittinen tyyli.

**M**edia on nykyisin olennainen osa yhteiskunnallista vaikuttamista, ja se on otettava toiminnassa huomioon, halusi tai ei. Kuten yksi suomalaispoliitikko totesi, media on tullut äänestäjän ja poliitikon väliin, eikä se siitä pois lähde (Kunelius ym. 2009, 374). Poliitikot myös pitävät mediaa ympäristönä, jossa toimitaan erilaisin pelisäännöin kuin päättäjien keskinäisessä kanssakäymisessä: mediassa asioita pitää pelkistää ja kärjistää, ja mediaa on osattava käyttää tarkoitushakuisesti hyväkseen (mts. 436–442).

Median ja politiikan kietoutuminen toisiinsa on osa medioitumiseksi kutsuttua ilmiötä, jossa media yhtäältä itsenäistyy instituutiona ja omaksuu oman toimintalogiikan sekä toisaalta nivoutuu osaksi toisten instituutioiden toimintoja (esim. Hjarvard 2008, 113; Strömbäck 2008; Kunelius ym. 2009, 48–75).<sup>1</sup> Medioituminen puolestaan kytkeytyy yhteiskunnan yleisempiin muutoksiin, kuten taloudellisen sääntelyn purkamiseen, kaupungistumiseen ja mediateollisuuden markkinaperustaisuuden kasvuun (Nieminen & Pantti 2004; Kunelius ym. 2009). Poliitikassa kehitys on kulkenut varhaisesta parlamentaarisesta demokratiasta puoluevetoisen demokratian kautta kohti niin sanottua yleisdemokratiaa, jossa kansalaisten identiteetit ovat aiempaa epäselvempiä ja poliittisten johtajien henkilökohtaisten ominaisuuksien ja mediajulkisuuden merkitys on korostunut (Borg & Paloheimo 2009, 14–16). Kehitystä on luonnehdittu myös modernin yhteiskunnan ja julkisuuden ”notkistumiseksi”: suhteellisen pysyvät yhteiskunnalliset jaot ovat muuttuneet epävakaammiksi, yksilön vastuu omasta elä-

mästään on kasvanut, ja koventunut kilpailu yleisöistä on tehnyt mediasta aiempaa aggressiivisempaa ja skandaalihakuisempaa (Kantola 2011).

Median kasvava rooli politiikassa kuvataan usein julkisuuden rapautumistarinaan, jossa asiakeskeinen ja informoiva julkisuus saa antaa tietä viihteelliselle, pinnalliselle ja henkilökeskeiselle julkisuudelle. Esimerkiksi Brantsin ja kumppaneiden (2010) kyselyyn vastanneista hollantilaisista kansanedustajista 65 prosenttia piti journalisteja liian sensaatiohakuksina, 80 prosenttia katsoi toimittajien kiinnittävän liian vähän huomiota politiikan sisältöihin ja 71 prosenttia katsoi mediajulkisuuden johtavan luottamuspuolaan politiikkaa kohtaan. Samalla 74 prosenttia vastaajista arvioi poliitikkojen tekevän ”mitä tahansa” saadakseen mediahuomiota. Suomalaisista poliitikoista taas 95 prosenttia katsoo, että ”asiajournalismi viihteellistyy ja ’vaikeat’ ja ’raskaat’ asiat jäävät syrjään” (Kunelius ym. 2009, 300). Brants ja kumppanit (2010, 31) tulkitsevat, että tällainen kehitys lisää poliitikkojen painetta esiintyä yleisdemokratiassa autenttisine, empaattisine, populistisine ja viihdyttävinä, ja mieluiten vielä tätä kaikkea yhtä aikaa. Samalla he olettavat poliitikkojen kokevan tämän ärsyttäväksi ja vastenmieliseksi.

Medioituminen viittaa ajalliseen muutokseen median ja muiden instituutioiden suhteissa. Ajallisesti vertailevia empiirisiä tutkimuksia medioitumisesta on kuitenkin vähän. Elmelund-Præstekær ja kumppanit (2011) vertasivat vuosina 1980 ja 2000 tanskalaisille kansanedustajille tehtyjä kyselyjä. Niiden mukaan edustajat esiintyivät vuonna 2000 mediassa useammin kuin vuonna 1980, ja aiempaa suurempi osa vastaajista piti mediaa itsenäisenä poliittisena toimijana. Sen sijaan median aiheuttamia politiikalle haitallisia piirteitä ei korostettu aiempaa enempää, ja omaan mediajulkisuuteen oltiin vuonna 2000 jopa tyytyväisempiä kuin kaksi vuosikymmentä aiemmin. Tulokset viittaavat siihen, että median ja politiikan suhde on jo pitkään ollut jännitteinen eikä media välttämättä ole poliitikoille nykyään sen huonompi kumppani kuin aiemminkaan. Poliitiikan journalismin henkilöityminen, viihteellistyminen ja pinnallistuminen ovat nekin varsin suhteellisia ilmiöitä. Journalismilla näyttää olevan aiempaa enemmän kykyä pitää esillä yksittäisiä skandaaleita, ja asioita tarkastellaan aiempaa useammin persoonien kautta. Kuitenkin suomalaisen politiikan journalismin valtavirta aamulehdissä ja televisiossa on edelleen hyvin asiakeskeistä. Esimerkiksi poliitikkojen yksityiselämää käsitellään niissä vain noin kahdessa prosentissa politiikan jutuista. Iltapäivälehdissä osuus on kuitenkin selvästi suurempi, noin kaksikymmentä prosenttia (Berg ym. 2009, 53).

Poliitikkojen toimintaympäristöä kutsutaan tässä poliittiseksi mediakulttuuriksi. Kyse on erityisesti poliitikkojen, median ja yleisön keskinäisyyksistä sekä niihin liittyvistä toimintatavoista ja käsityksistä. Poliittista mediakulttuuria lähestytään poliitikkojen kokemuksen näkökulmasta kysymällä millaiseksi poliitikot näkevät mediajulkisuuden merkityksen työssään ja miten he sen henkilökohtaisesti kokevat. Artikkelin lähtökohtina ovat Bourdieun teoretisointeihin nojaava ajatus mediapääomasta sekä Pelsin idea poliittisesta tyylistä poliitikon yleisösuhteen perustana. Artikkelin aluksi esitellään näitä teoreettisia lähtökohtia. Sen jälkeen kuvataan neljäntoista suomalaisen poliitikon teemahaastattelun<sup>2</sup> nojalla, miten poliitikot ymmärtävät mediajulkisuuden poliittisen toiminnan välineenä ja millainen asema mediapääomalla on poliitikkojen keskinäisessä arvostuksessa. Tätä havainnollistetaan erottamalla politiikan kentältä mediajulkisuus-

den ja asiaosaamisen ulottuvuudet ja määrittämällä niiden avulla neljä eri tavoin arvostettua poliittikotyyppiä. Tämän jälkeen kuvataan, miten suomalaispoliitikot viihtyvät nykyisessä poliittisessa mediakulttuurissa ja mitkä piirteet mediajulkisuudessa heidän mielestään ovat ärsyttäviä ja vastenmielisiä ja mitkä taas palkitsevia ja nautinnollisia.

## Mediapääoma ja erilaiset demokratiakäsitykset

Medioituneessa yhteiskunnassa mediajulkisuus on yksi olennainen henkilökohtaiseen vaikutusvaltaan vaikuttava tekijä. Esimerkiksi suomalaisille päättäjille suunnatussa kyselyssä 79 prosenttia vastaajia kertoi huomanneensa, että ”mediassa esiintyminen on lisännyt omaa tai organisaationi vaikutusvaltaa työryhmissä, neuvotteiluissa tai muissa vastaavissa tilanteissa” (Kunelius ym.2009, 383). Mediajulkisuus on tietysti myös tärkeä edellytys vaalimenestykselle.

Davis ja Seymour (2010) ehdottavat median ja politiikan suhteen analyysiin Bourdieun teorioihin nojaavaa *mediapääoman* käsitettä. Bourdieu hahmottaa yhteiskunnan toisistaan suhteellisen erillisiksi *kentiksi*, joilla ihmisten asemaa määrittää se, kuinka paljon kullakin kentällä arvostettuja pääomia he onnistuvat hankkimaan. Tällaisia pääomia ovat muun muassa taloudellinen, kulttuurinen, sosiaalinen ja symbolinen pääoma. Taloudellisessa pääomassa on kyse rahasta; kulttuurinen pääoma rakentuu muodollisesta koulutuksesta sekä sosiaalisesta tai ammatillisesta kokemuksesta; sosiaalinen pääoma koostuu sukulaisuussuhteista, tuttavuuksista ja kontaktiverkostoista. (Bourdieu 1986.) Symbolisen pääoman käsitettä Bourdieu käyttää eri yhteyksissä hieman eri tavoin. Kuitenkin *politiikan pääomaa* hän pitää yhtenä symbolisen pääoman muotona, joka perustuu muiden tunnustamaan uskottavuuteen ja hyväksyntään. Bourdieun teoriassa kentät toimivat osana laajempaa *vallan kenttää*, ja kullakin kentällä voi erottaa itsenäisempiä (autonomisia) ja vähemmän itsenäisiä (heteronomisia) alueita. (Davis & Seymour 2010.) Mediapääoman käsite tarjoaa yhden tavan muotoilla medioitumisteesi: medioitumisessa on kyse mediapääoman merkityksen kasvusta muilla kentillä ja niiden autonomisuuden vähenemisestä.

Bourdieu ei itse käytä mediapääoma-käsitettä, mutta Davis ja Seymour pitävät sitä välttämättömänä politiikan pääoman keräämiseksi ja poliittisen menestyksen saamiseksi (mts. 742). Poliitiikan pääoma muodostuu lukemattomissa yksittäisissä tilanteissa, joissa poliitikon uskottavuutta ja hyväksyntää arvioidaan. Media on tällaisten tilanteiden keskeinen areena ja näin myös keskeinen väline, jonka avulla politiikan pääomaa on mahdollista kerätä (Davis 2010, 86). Lisäksi myös medialla itsellään on valtaa. Tätä valtaa Couldry (2003) kutsuu median *metapääomaksi*. Media voi ensinnäkin vaikuttaa siihen, mitä kullakin kentällä pidetään merkittävänä pääomana, ja toiseksi se voi vaikuttaa niihin tulkinnallisiin kehyksiin, joissa kamppailuja eri kentillä käydään (mts. 668). Poliitikko voi käyttää median metapääomaa hyväkseen, jos hän kykenee ennakoimaan ja suuntaamaan mediahuomiota ja pystyy vaikuttamaan sen luonteeseen. Näin media vaikuttaa politiikassa yhtäältä siihen, kuinka uskotta-

viksi poliitikon muut valtaresurssit arvioidaan, ja toisaalta media voi itsekin olla poliitkolle valtaresurssi (ks. Kunelius & Reunanen 2012, 60).

Davis ja Seymour (2010, 742–745) tekevät eron yhtäältä politiikan kentällä ja toisaalta laajemmin kansalaisten keskuudessa muotoutuvan mediapääoman kesken. Ensimmäistä he kutsuvat sisäiseksi mediapääomaksi (*internal media capital*) ja jälkimmäistä ulkoiseksi mediapääomaksi (*media meta-capital*).<sup>3</sup> Sisäinen mediapääoma perustuu lähinnä median kanssa toimimiseen liittyviin taitoihin, toimittajasuhteisiin, journalistisen kulttuurin tuntemukseen ja ylipäätään kykyyn vaikuttaa mediajulkisuuteen. Ulkoinen mediapääoma puolestaan rakentuu medianäkyvyyden tuottamista mielikuvista laajemman yleisön parissa.

Sisäisen ja ulkoisen mediapääoman erottelu on intuitiivisesti houkutteleva, mutta olennaisempi kysymys on kuitenkin se, millä tavoin mediapääoma ylipäätään muuntuu politiikan kentällä hyväksytyksi *politiikan* pääomaksi, eli miten erilaiset mediapääomat (mediajulkisuuden tuoma tunnettuus, toimittajasuhteet, asijulkisuus vs. viihdejulkisuus, poliittisen mediakulttuurin tuntemus jne.) toimivat ja tunnustetaan politiikan kentällä.

Davisin ja Seymourin artikkelissa sisäisen mediapääoman ja politiikan pääoman suhde jää hieman epämääräiseksi. Voi olla, että he pitävät sisäistä mediapääomaa yhtenä politiikan pääoman muotona. Sisäistä mediapääomaa eivät siis olisi mediatuntemus ja mediasuhteet sinänsä vaan nimenomaan arvostus, vaikutusvalta ja hyväksyntä, jota ne mahdollisesti tuovat politiikan kentällä.<sup>4</sup> Teoreettisesti selkeämmältä tuntuu kuitenkin ajatella, että mediapääoma tarkoittaa arvostusta ja toimintakykyä nimenomaan *median* kentällä (siksi se on mediapääomaa), ja näin myös mediakulttuurin tuntemus ja mediasuhteet olisivat politiikan kentän näkökulmasta metapääomaa, kunnes ne politiikan kentän määrittämällä tavalla joiltain osin hyväksytään politiikan pääomaksi. Poliitikot ja journalistit toimivat samanaikaisesti sekä politiikan että median kentillä, ja molempien kenttien pääomia tulkitaan jatkuvasti kummallakin kentällä.

Bourdieuilainen lähestymistapa riisuu politiikan normatiivisista tarkasteluista ja hahmottaa sen valtapeliksi. Olennaista ei ole politiikan demokraattisuus vaan se, kuinka paljon erilaisia pääomia toimijat onnistuvat politiikan kentällä hankkimaan. Normatiivinen ulottuvuus saadaan mukaan kytkemällä tarkastelu erilaisiin demokraatiakäsityksiin. Kyse on muun muassa siitä, kuinka tärkeänä pidetään kansalaisten roolia päätöksentekijöinä (ks. Paloheimo & Borg 2009, 370–372).

Kansalaisten rooli voi korostua joko puoluepoliittisessa mallissa, jossa kansalaiset osallistuvat puolueiden kannanmuodostukseen tai sitten valistuneen kansalaisen mallissa, jossa kansalaiset seuraavat politiikan tapahtumia, muodostavat oman näkemyksensä ja äänestävät ehdokasta, jonka uskovat parhaiten ajavan niitä asioita joita itsekin pitävät tärkeinä. Kansalaisten rooli korostuu myös poliittisen koneiston ulkopuolisessa kansalaistoiminnassa ja erilaisissa osallistuvan demokratian muodoissa. Kansalaisten rooli taas on vähäisempi niin sanotussa häivedemokratiassa, jossa kansalaiset mieluummin jättäisivät päätöksenteon asiantuntijoiden huoleksi sen sijaan että itse osallistuisivat poliittisten kysymysten pohdintaan tai päättäjien toimien arviointiin.<sup>5</sup>

Suomalaisten keskuudessa sekä häivedemokratia että nykyistään laajempi kansalaisosallistuminen ovat saaneet kannatusta (Bengtsson & Mattila 2009).<sup>6</sup>

Pels (2003) pohtii politiikan mahdollisuutta häivedemokratian kaltaisessa tilanteessa. Hän mieltää poliitikot ikään kuin tuotteiksi, joista äänestäjät voivat valita itseään miellyttävän. Valinnan perustana on ehdokkaan *poliittinen tyyli*, joka rakentuu poliitikon persoonallisuudesta, ulkoisesta olemuksesta ja sellaisista arvolähtökohdista, jotka äänestäjä voi kokea omakseen. Tämän ajattelutavan mukaan on epärealistista, että kansalaisten näkemys voisi jotenkin autenttisesti heijastua poliitikkojen toiminnassa. Poliitiikan sisällöt muotoutuvat asiantuntijoiden välisessä kanssakäymisessä, eikä keskivertokansalaisen aika ja kiinnostus riitä näiden asioiden pätevään tiedolliseen arviointiin. Pelsin mukaan arvioinnin onkin perustuttava pikemmin kansalaisten intuitiiviseen kokemukseen ja tunneälyyn, joiden nojalla ”politiikaksi kutsuttua mediashowta” seuraavat kansalaiset voivat passiivisuudestaan ja jopa välinpitämättömyydestään huolimatta reagoida asianmukaisesti ja pätevästi edustajiensa tekemisiin (mts. 60). Tällöin tietysti on tärkeää, että poliitikot tuovat mediassa esiin myös persoonaansa ja antavat näin kansalaisille kiinnekohtia intuition ja tunneälyn tueksi.

Ehdokkaiden henkilökohtaisten ominaisuuksien ja persoonallisuuspiirteiden onkin todettu olevan tärkeitä perusteita äänestäjien valinnoissa. Esimerkiksi vuoden 2007 eduskuntavaalitutkimukseen vastanneista äänestäjistä 86 prosenttia sanoi ehdokkaan luotettavuuden ja 32 prosenttia ulkoisen tyylin ja olemuksen vaikuttaneen ratkaisevasti tai melko paljon ehdokasvalintaan. Toisaalta tärkeitä perusteita olivat myös ehdokkaan näkemykset ja kannanotot (82 % vastaajista), puoluekanta (76 %) ja aiempi kokemus politiikasta (60 %). (Paloheimo 2007.) Valintaperusteissa näytävät siten vaikuttavan sekä asiakysymyksiin liittyvät kannat että ehdokkaan persoonaan liittyvät ominaisuudet.<sup>7</sup>

Yllä esitetystä hahmottuu kaksi erilaista tapaa mieltää poliitikkojen ja kansalaisten suhde. Ensimmäisen ajattelutavan mukaan kansalaisilla on yhteiskunnallisia ratkaisuja koskevia näkemyksiä ja toiveita, ja he sitten valitsevat itselleen edustajan edistämään näitä tavoitteita. Tässä mallissa kansalainen seuraa aktiivisesti politiikan asiakysymyksiä, ja hänellä on niistä omat selkeät näkemyksensä. Jotta poliitikot ja media palvelisivat tällaista kansalaista hyvin, poliitikkojen olisi käytävä mediassa asiapitoista keskustelua kulloinkin ajankohtaisista poliittisista kysymyksistä. Toisen ajattelutavan mukaan kansalaiset taas ovat melko sivussa politiikan asiakysymyksistä, ja päätöksenteko perustuu asiantuntijatietoon sekä poliitikkojen kansalaisilta saamaan luottamukseen. Tällöin asiakysymyksiä tärkeämmäksi tulee Pelsin (2003) kuvaama poliittinen tyyli, jolla poliitikko kokonaisvaltaisesti persoonana vetoaa tiedotusvälineissä yleisöönsä.

Poliitikkojen näkökulmasta kyse on kahdesta erilaisesta tavasta kerätä politiikan pääomaa median avulla. Pääomaa voi hankkia joko 1) argumentoimalla asiantuntevasti asiakysymyksistä tai 2) ilmaisemalla poliittista tyyliään niin, että politiikan kentän toimijat ja suuri yleisö antavat poliitikolle luottamuksensa ja hyväksyntänsä. Kentällä vallitsevista kriteereistä riippuu, kummalla tavalla hankittua pääomaa arvostetaan enemmän.

## Mediapääoma politiikan kentällä

Poliitikkojen suhtautuminen mediaan on aiemman tutkimuksen mukaan ristiriitaista. Esimerkiksi Kuneliuksen ja kumppaneiden (2009) haastattelemat suomalaispäättäjät kuvasivat yleisellä tasolla median kehitystä tyypillisesti pinnallistumiseksi ja sensationalisoitumiseksi mutta luonnehtivat omaa kanssakäymistään median edustajien kanssa huomattavasti myönteisemmin. Arvioissa korostuivat ajatukset molemminpuolisesta hyödystä, luottamuksesta ja ammattimaisuudesta. Herkmanin (2008) haastattelemat presidenttiehdokkaat, kampanjatyöntekijät ja toimittajat taas suhtautuivat politiikan medioitumiseen, henkilöitymiseen ja viihteellistymiseen niin kriittisesti, hyväksyvästi kuin leikillisestikin. Hakala (2011) puolestaan erotti poliitikoista kolme sukupolvea, joista nuorimmat toimivat selvästi vanhempia kollegojaan yksilöllisemmin, panostavat tyyliinsä ja käyttävät julkisuutta luovasti.

Pitkänen ja kumppanit erottavat erilaisia politiikan journalismeja, jotka mahdollistavat poliitikoille erilaisia julkisuusprofileja. Poliittisen journalismin valtavirta on edelleen asiakeskeistä, politiikan tapahtumiin ja vireillä oleviin kysymyksiin liittyvää. Sen rinnalla erottuvat kuitenkin poliittinen seremoniajulkisuus ja viihdejulkisuus, joista ensimmäisessä korostuu symbolinen vallankäyttö (esim. presidentin puheet ja valtiovierailut) ja jälkimmäisessä poliitikkopersoonat ja heidän yksityiselämänsä. Poliitikot voivat eri tavoin osallistua näihin journalismin lajeihin ja vaikuttaa siten oman julkisuusprofilinsa muotoutumiseen. (Pitkänen ym. 2009, 231–236.)

Tämän tutkimuksen haastatteluissa poliitikot eivät kyseenalaistaneet mediapääoman merkityksen kasvua eivätkä myöskään poliittisen mediajulkisuuden muutosta henkilöivämmäksi ja viihteellisemmäksi. Esimerkiksi yhden haastattelun mukaan julkisuus on muuttunut kymmenen vuoden kuluessa ”enemmän iholle tulevaksi” ja kansanedustajat elävät nyt ”eri maailmassa” kuin ennen. Henkilökohtainen julkisuus on vaalimenestyksen takia tärkeää, ja siksi poliitikkojen keskuudessa julkisuuden suuren määrään sijaan ongelmaksi koetaan tyypillisemmin se, että mediajulkisuutta ei riitä kaikille. Johtaville poliitikoille sitä on tarjolla yllin kyllin, kun taas toimittajien kiinnostus rivikansanedustajia kohtaan on huomattavasti vähäisempää (vrt. Van Aelst ym. 2010).

Poliitikot joutuvat kamppailemaan itsensä kanssa myös siitä, esittääkö julkisessa keskustelussa näkemyksiä, jotka kokee oikeiksi, mutta joiden tietää herättävän tuohunutta vastustusta ja ehkä myös epäsuosiota oman äänestäjäkunnan keskuudessa. Tällöin houkutus kerätä ulkoista mediapääomaa puolitotuuksilla voi olla suurempi kuin halu ilmaista kantansa juuri niin kuin oikeasti ajattelee. Poliitiikan kentällä melko pitkälle hyväksytään julkisten puheenvuorojen pelkistykset ja tarkoitushakuisuus (Kunelius ym. 2009, 436–437). Nyt tehdyissä haastatteluissa tuli kuitenkin yllättävänkin selvästi esiin kriittisyys tällaista tarkoitushakuisuutta kohtaan. Yksi veteraanipoliitikko otti esimerkiksi blogikirjoituksensa, jossa hän perusteli, miksi tietyn sosiaalietuuden leikkaaminen köyhiltä ei välttämättä olekaan epäoikeudenmukaista. Odotettavissa oli kielteistä palautetta ja syytöksiä, mutta oikean kuvan esittämiseksi hän halusi kantansa julki. Nuorempi poliitikko puolestaan piti valitettavana, että aitoa julkista keskustelua on vain vähän.

*Siis mä ajattelin, että mulla on varaa kirjoittaa se totuus. (...) En halunnut missään nimessä provosoida. Ja jos mä olisin ollut ensimmäisen kauden kansanedustaja, niin mä en taatusti näin olisi kirjoittanut, vaan mä olisin saattanut kirjoittaa, miten kauheata se on, että tämmönen [etus] leikkaa toimeentulotukea. (poliitikko, yli 60v)*

*Aika vähän käydään semmoista ratkaisukeskeistä keskustelua mitä mä haluaisin. Esi-merkiksi nyt äsken puhuttiin tuolla välikysymyskeskustelussa perusturvasta. Ja sitten mä haluaisin keskustelua siitä, että mitä pitäisi jatkossa tehdä. (...) Niin meillä se on vaan sitä, että demarit oli pahempia kun demarit oli hallituksessa, ja tämä hallitus tekee näin ja näin ja näin. Et älyllinen perspektiivi on aika lyhyt, ja tutkijat osallistuu aika vähän siihen keskusteluun myös. (poliitikko, alle 40v)*

Lainauksissa piirtyy ihannekuva julkisesta keskustelusta eräänlaisena ”totuuden metsästyksenä” (Renvall & Reunanen 1999) tai deliberaationa (Habermas 1996; 2009), joskin samalla niistä käy selvästi ilmi myös se, että nykyisessä poliittisessa kulttuurissa nämä ihanteet eivät erityisen hyvin toteudu.

Kansanedustajien keskuudessa tuntui vallitsevan myös voimakas jaottelu ”meihin asiaosaajiin” ja ”niihin julkisuushakuisiin”. Asiaosaajia arvostetaan enemmän kuin edustajia, jotka ovat ”myyneet itsensä julkisuudelle”.

*No, on tämä trendi olemassa, että julkisuusvetoisuus on suurempaa. Mutta toisaalta koko poliittinen järjestelmä, mä luulen että reagoi sitä vastaan hiukan sillä, että ne jotka myyvät itseään eniten medialle, niin siis meidän kollegiaalisessa yhteisössä heitä ei arvosteta kauhean paljon, koska se osoittaa tietynlaista puutteellista harkintakykyä. Et yleensä semmoinen henkilö ei sitten pysy siinä pinnalla kauhean kauan, et se jota nostetaan kovasti, niin kyllä se sieltä alaskin tulee. Et asiaosaajia arvostetaan kuitenkin sitten politiikan sisällä. Niin et mä luulen, et se pitää tämän jollain tavalla balanssissa. Ja puolueet ehkä haluaa kuitenkin ministereiksi luotettavia puurtajia enemmän kuin näitä kaikkein tunnetuimpia julkisuuden henkilöitä. Vaikka se voi joskus aiheuttaa sitten tiettyä ristiriitaa, et miksi valittiin toi eikä toi, ja ei voi sanoa syytä ääneen. Mut et monet parhaimmat poliitikot, niinku joku Alexander Stubb, niin osaa tietysti yhdistää molemmat. (poliitikko, alle 40v)*

Kaikki haastatellut selvästikin katsoivat kuuluvansa asiaosaajiin, joskin yksi koki, että jotkut muut poliitikot ja erityisesti muutammat politiikan toimittajat suhtautuvat häneen väheksyvästi siksi, että hän esiintyy myös viihdejulkisuudessa. Poliitiikan toimittajien tällainen kriittisyys julkisuushakuisia poliitikkoja kohtaan tuli selvästi esiin myös Kantolan tekemissä toimittajahaastatteluissa. Kantola (2011, 131–132) arvelee asenteen voivan juontua osin siitä, että ”politiikan kovat journalistit” ovat ärsyntyneet menetettyään asemiaan naistenlehtien julkisuudelle sekä siitä, että toimittajat laatujournalismin perinteiden mukaisesti kokevat tehtäväkseen valvoa, etteivät poliitikot pääse pitkälle pelkin julkisuustempuin. Toisten poliitikkojen kitkeryydessä viihdejulkisuudessa esiintynyt poliitikko taas on aistinnut hiukan kateuttakin.

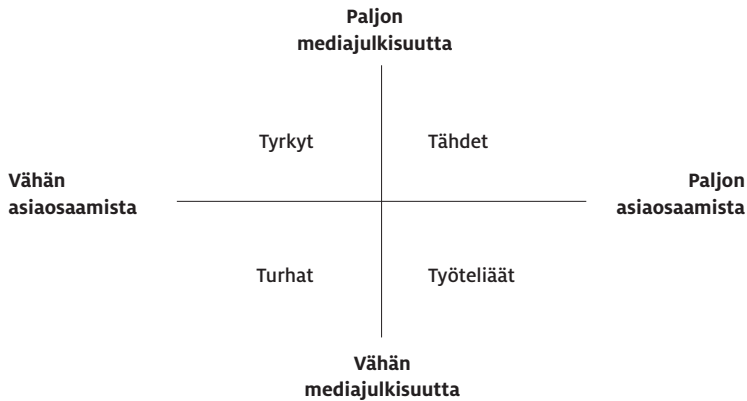
*Koska kaikki haluaisivat ja kaikki tarvitsivat sitä julkisuutta, ja sitten kun kaikki eivät sitä saa vaikka ne haluaisivat, tai niitä ei bongata, (...) niin sitten, totta kai, se aiheuttaa myös vähän semmoista kateellisuuttakin, mikä sitten jossain näkyy piikkeinä. Ja ehkä sitten on näitä, jotka korostavat kovasti, kollegatkin, että (...) eihän me kyllä mentäisi, ja no en ikinä ole ollut edes tommosissa jutuissa. No ok, mutta jos ei ole ikinä pyydettykään, niin silloin on ehkä ollut helpompi pysyä myös syrjässä. (poliitikko, alle 40v)*

Vallankäytön yhteydessä poliitikot pitivät torjuttavana houkutusena mediajulkisuuden myötäilyä päätöksenteossa (Kunelius ym. 2009, 409–412). Vastaava protestantismi näyttää liittyvän myös liian innokkaaseen median hyödyntämiseen. Poliitikan kentältä erottuu näin kaksi olennaista tekijää, joiden suhteen kansanedustajat arvioivat toisiaan: yhtäältä asiakysymyksistä neuvottelu ja niihin liittyvä osaaminen ja toisaalta mediajulkisuudessa esiintyminen. Mediajulkisuus on välttämätöntä vaalimeestyksen takia, mutta tehokkaampi – ja kunniallisempi – tapa ajaa omia tavoitteita on ahkera perehtyminen asioihin ja aktiivinen osallistuminen eduskunnan omissa toimitelmissä.

## Tyrkyt, tähdet, turhat ja työteliäät

Vaikka asiaosaajiin ja julkisuushakuisiin liittyvästä puheesta voi syntyä vaikutelma, että kyse olisi yhden ulottuvuuden ääripäistä (poliitikko on joko asiaosaaja tai julkisuushakuinen), asiaosaavuus ja julkisuushakuisuus ovat kuitenkin erillisiä ulottuvuuksia. Ne määrittävät osaltaan politiikan kentän rakennetta ja niitä kriteerejä, joilla mediapääomaa arvotetaan. Seuraavassa kuviossa on ulottuvuudet ristiintaulukoimalla luotu neljä politiikan ideaalityyppeä, joita kutakin luonnehditaan tarkoituksellisen kärjistäväällä nimityksellä. Nimitykset eivät ole peräisin haastateltavilta, mutta ne havainnollistavat haastatteluista välittynyttä tapaa, jolla kansanedustajat arvioivat toisiaan.

Kuva 1. Poliitiikan tyrkyt, tähdet, turhat ja työteliäät.





Näyttää siltä, että poliitikon hankkima ulkoinen mediapääoma ei välttämättä ker-  
rytä politiikan pääomaa, vaan se päinvastoin voi osoittautua rasitteeksi, jos sen tukena  
ei ole muita politiikan pääoman osatekijöitä, kuten esimerkiksi asiaosaamista, kyvyk-  
kyyttä ja politiikan kentän suhdeverkostoja.<sup>8</sup> Vähiten arvostettuja ovat *tyrkyt* ja *tur-  
hat*, kun taas *tähdet* ja *työteliiät* saavat enemmän hyväksyntää osakseen. Ratkaisevaa  
on asiaosaaminen. Jos sen katsotaan olevan kunnossa, niin viihteellinenkään media-  
julkisuus ei vie arvostusta. Päinvastoin, taitava mediajulkisuuden hyödyntäminen voi  
tällöin jopa lisätä poliitikon pääomaa ja nostaa hänet tähtikategoriaan. Tämä käy ilmi  
muun muassa edellä esitetystä lainauksesta, jossa haastateltu piti Alexander Stubbia  
tällaisena ”parhaimpien” joukkoon kuuluvana poliitikkona.

Poliitikot joutuvat hakemaan paikkaansa ja vaikutusvaltaansa paitsi julkisuudessa  
ja puolueiden välisissä väännöissä myös oman puolueensa sisällä. Vaikka politiikan  
viimeaikainen trendi on ollut puoluekeskeisyydestä kohti tietyillä asiakokonaisuuksilla  
profiloituvia poliittikopersoonia (Kunelius ym. 2009, 251; Hakala 2011), politikointi  
on kuitenkin edelleen tiimityötä, ja päätösten sisältöihin vaikutetaan ennen muuta  
neuvottelemalla ja osallistumalla päätösten valmisteluun. Niin kansanedustajien kuin  
toimittajienkin piirissä arvostetaan tällaisia joukkuepelaajia, ja myös asiaosaamisen  
arvostus liittyyne osaltaan juuri tähän. Liika ihanteellisuus ja joustamattomuus voi  
kuitenkin olla politiikan kentällä haitaksi.

*Et kaikissa [eduskunta]ryhmissä mun mielestä on tämmösiä [ihanteellisia] ja ideologi-  
sia tyyppejä ja sitten pelurityyppejä. Ja sitten on näitä johtajia ja puurtajia. (...) Yksi mitä  
politiikassa pitää just välttää, on tavallaan semmonen, että ajautuu siinä omissa ryh-  
mässä semmoseen persona non grata -lokeroon. Et jos on liian ihanteellinen ja sitten  
tekee vain niin kuin itsestä tuntuu, niin sitä helposti silleen marginalisoituu. Ja sitten  
sulla ei ole luottamusta siinä sun ryhmässä, ja sitten sulle ei uskota mitään tärkeitä teh-  
täviä, ja sä et saa suunvuoroa sitten julkisuudessa ja niin edelleen. Että tietyissä mielessä  
politiikassa on kaikkein helpointa olla silloin, jos pystyy (...) joustamaan omista periaat-  
teista ja olemaan sillä tavalla enemmän semmonen vallankäyttäjä ja neuvottelija. (polii-  
tikko, 40–60v)*

Mediapääoman arvostukseen vaikuttaa olennaisesti myös se, millaiseksi kansalais-  
ten suhde politiikkaan ajatellaan. Onko kansalaisten tarkoitus perehtyä syvällisesti  
asiakysymyksiin, vai riittääkö että äänestäjä löytää vaaleissa ehdokkaan, jonka hän  
kokee omakseen? Yhdestä näkökulmasta poliitikko on ikään kuin kansalaisen aset-  
tama edustaja, joka ajaa niitä asioita, jotka kansalainen on hänen ajettavakseen anta-  
nut. Poliitikon luonteenpiirteillä, ulkonäöllä tai mediaesiintymisten luontevuudella ei  
tällöin ole kovin suurta väliä. Toinen mahdollisuus on ajatella Pelsin (2003) tavoin  
poliitikot ikään kuin tuotteiksi, joista äänestäjät voivat valita itseään miellyttävän.

Tähän tutkimukseen haastatellut poliitikot suhtautuivat henkilökeskeiseen media-  
julkisuuteen paljon Pelsiä kielteisemmin vaikka tunnustivatkin sen merkityksen vaali-  
menestyksen kannalta. Haastateltujen demokratiakäsitystä ei suoraan kysytty, mutta  
asiapitoisen julkisen keskustelun arvostus ja epäluulo kevyttä pintajulkisuutta koh-

taan viittaavat siihen, että ihanteena pidetään demokratiaa, jossa myös kansalaiset arvioivat edustajia nimenomaan asiakysymysten ja niihin kytkeytyvän asiantunteumuksen perusteella. On ilmeistä, että edustajat eivät usko kansalaisten intuition ja tunneällyn (Pels 2003, 60) riittävän parhaiden ehdokkaiden valitsemiseen.

Monet haastatelluista pitivät suomalaisen henkilövaalijärjestelmän huonona puolena sitä, että se lisää yksittäisten ehdokkaiden julkisuuspaineita ja pakottaa puolueet asettamaan listoilleen julkisuudesta jo valmiiksi tunnettuja henkilöitä. Kritiikin perustana oli yhtäältä se, että julkisehdokkaalla ei välttämättä ole riittävää asiaosaamista ja toisaalta se, ettei hän tunne puolueen toimintatapoja eikä sen tekemien linjausten taustoja. Henkilövaali voi myös houkutella ehdokkaita kosiskelemaan yleisöä kansoilla, jotka eivät vastaa puolueen linjaa. Ruotsissa ja monissa muissa maissa kansalaiset äänestävät puoluekohtaisia ehdokaslistoja, joissa puolueet ovat etukäteen määrittäneet ehdokkaidensa järjestyksen. Yhden haastatellun mukaan Ruotsissa politiikkaan valikoituukin taitavia substanssiosaajia ja aatteellisia ajattelijoita, kun taas Suomessa vaarana on, että politiikkaan tulee liikaa taitavia julkisuudenhallitsijoita mutta liian vähän substanssiosaajia ja aatteellisia osaajia.

Ainoastaan yksi haastatelluista poliitikoista selvästi puolusti viihdejulkisuudessa esiintymistä ja kritisoi käsitystä, että viihdejulkisuus tekisi poliitikosta kevytsarjalaisen tai osaamattoman. Hän piti tällaista leimaamista kiusallisena ja loukkaavana. Poliitikot voivat osallistua viihteellisiin ohjelmiin ja tapahtumiin ja silti hoitaa varsinaisen edustajatyönsä hyvin. Haastatellun mukaan politikointi yksinkertaisesti on nykyään aiempaa henkilökeskeisempää eikä paluuta vanhaan ole. Ihmiset äänestävät hänen mukaansa entistä useammin pikemminkin hyviä tyyppejä kuin puoluetta ja siksi he tarvitsevat myös poliitikkojen persoonaa luonnehtivaa julkisuutta.<sup>9</sup>

*Me eletään aivan erilaisessa maailmassa. Ihmiset vaatii avoimuutta. (...) Persoonan kautta tehdään kauhean paljon politiikkaa. Et se niinku ajatus siitä, että me voitaisiin jättäytyä johonkin kivikautisiin toimintatapoihin, niin ei vaan enää päde. Ja mä itse koen, että mä olen ollut yksi esitaistelija tässä. En todellakaan ainoa, mutta joka ehkä on hakenut sitä rajaa. Ja nyt kun puoluejohtajat ja muutkin esiintyvät paljon enemmän tämmösessä kevyemmässä maailmassa, myös viihdemaailmassa tällä hetkellä (...), niin se tulee varmaan löytymään se viiva mihin se tulee asettumaan johonkin tähän keskivaiheille. Mutta missään nimessä se ei palaa sinne, minkä mukaisesti jotkut poliittiset toimijat kokevat että pitäisi toimia. (poliitikko, alle 40v)*

Sama poliitikko piti kevyttä julkisuutta myös aidosti hyvänä tapana saada yhteys kansalaisiin ja nostaa esille asiakysymyksiä. Suuri osa ihmisistä ei jaks seurata politiikan sisältöjä, eivätkä he välttämättä esimerkiksi tiedä, mitkä puolueet ovat hallituksessa ja mitkä oppositiossa. Yhteyden saamiseksi tällaisiin ihmisiin viihteellinen julkisuus voi olla ainoa keino, ja luultavasti se tukee myös vaalimenestystä.

Mediajulkisuuden viihteellisyys ja henkilöivyyys ovat monivivahteisia ilmiöitä. Julkisuus ei ole yksioikoisesti joko tiukkaa poliittista asiaa tai sitten parisuhdepohdintoja ja kevätmuotia. Henkilöivissä jutuissa käsitellään usein yhteiskunnallisia kysymyksiä

siltä kannalta, miten niihin liittyvät arvot ja kokemukset ovat osa haastateltavan persoonaa (Ruoho & Saarenmaa 2011). Tällainen lähestymistapa voi hyvinkin olla poliittisesti relevantti, ja tällaisessa julkisuudessa menestyminen vaatii poliitikolta jälleen omanlaistaan harkintaa ja osaamista. Poliitiikan julkisuuden muutosta on myös hieman harhaanjohtavaa kutsua henkilöitymiseksi, koska politiikkaa on aina tarkasteltu johtavien poliitikkojen tekojen ja pyrkimysten kautta. Muutoksessa on enemmänkin kyse henkilöivän tarkastelutavan lavenemisesta koskemaan laajemmin poliitikkojen persoonaa ja yksityiselämää. Kuten Herkman (2011, 34) ehdottaa, kehitystä olisikin ehkä osuvampaa kutsua intimisoitumiseksi. Tosin tällaisenkin muutoksen osalta tutkimustulokset ovat ristiriitaisia (Van Aelst ym. 2012).

## Mediajulkisuuden suosikit ja inhokit

Poliitikkojen pyrkimys saada itseään ja tavoitteitaan esiin asiamediassa ja hieman ristiriitaisempi suhtautuminen viihdemediaan on aiemmankin tutkimuksen havaitsema ilmiö. Esimerkiksi keväällä 2009 tehtyyn kyselyyn (Kunelius ym. 2009, 288) vastanneista poliitikoista 60 prosenttia piti myös viihteellisessä ja henkilökeskeisessä julkisuudessa esiintymistä itselleen tai organisaatiolleen hyödyllisenä, kun taas 40 prosenttia oli tästä toista mieltä. Vähemmän tietoa on siitä, miten poliitikot kokevat esiintymisensä erilaisissa yhteyksissä ja missä määrin he suostuvat sellaiseenkin julkisuuteen, joka tuntuu heistä epämuikavalta.

Harva haastatelluista oli juurikaan ajatellut mediajulkisuutta poliitikoksi tullessaan. Osalla se myös oli edelleen melko vähäistä, eikä tarvetta sen erityiseen sääteilyyn tai hallintaan siksi ollut. Toiset taas kertoivat henkilökohtaisen mediajulkisuuden tulleen suorastaan järkytyksenä. Suurimmalla osalla se oli kuitenkin lisääntynyt vähitellen. Alkuvaiheessa mediaesiintymisiin oli liittynyt jännitystä, mutta kokemuksen karttuessa siitä oli tullut päivittäistä rutiinia. Silti myönteinen mediajulkisuus ja omat onnistumiset tuottavat mielihyvää konkareillekin:

*Kyllähän (...) tietysti mieliala oli erittäin korkealla aamulla, kun luin [oman alueen lehteä]. Viisi palstaa tulee siitä kampanja-avauksesta. Ja sitten vielä paremmin, jos saa sen asiansikin siihen mukaan. Että saa oikeasti sanottua, niin silloin: jess. (poliitikko, 40–60v)*

Osalle poliitikoista ja aktivisteista julkisuudessa esiintyminen on helppoa ja mieluista, kun taas toisille julkisuudessa selviäminen on opeteltu taito. Esimerkiksi yksi julkisuudesta jo pitkään tunnettu haastateltu totesi ykskantaan, että hän ei esiinny milloinkaan mielellään julkisuudessa.

*[Julkisuus] on ollut se kaikkein kiusallisoin osa mun elämästä. Mä olen kuitenkin luonteeltani aika ujo, toisin kun varmaan monet luulee. Jotenkin se on mulle tosi hankalaa. (poliitikko, yli 60v)*

Kyseinen poliitikko on kuitenkin ollut paljon esillä eri yhteyksissä ja sanoo osallistuvansa melko rajoituksetta silloin, kun kyse on asioista joihin hän haluaa olla vaikuttamassa. Toinen konkaripoliitikko puolestaan sanoi kokevansa helpotukseksi sen, että voi julkisuudessa esiintyä puolueensa edustajana ja pitää omat mielipiteensä taustalla. Hän ei erityisemmin halua kameroiden eteen muttei myöskään koe sitä kovin kiusalliseksi.

Kaikki mediajulkisuus ei ole yhtä houkuttelevaa, ja haastatteluissa toistuivat paljolti samat suosikit ja inhokit. Esiintymisten miellyttävyyttä näyttäisi lisäävän niiden älyllisyys ja asiapitoisuus. Poliitikot mainitsivat lähes järjestään suosikeikseen poliittiset keskustelut ja väittelyt, joissa pääsee argumentoimaan omien näkemystensä puolesta. Väittelyissä poliitikko voi esittää nokkeluuttaan ja perustella näkemyksiään. Haastatteluissa poliitikoilta taas kysytään usein jo moneen kertaan kaluttuja asioita. Kiinnostavuutta lisää, jos toimittaja keksii tuoreen, älyllisesti haastavan näkökulman, joka panee poliitikon itsensäkin miettimään, mitä mieltä hän asiasta oikein on.

Älyllisyyden ohella myös autenttisuus tuntui lisäävän julkisuuskokemuksen miellyttävyyttä. Ensiksikin haastateltavat kokivat tärkeäksi, että heidän ajatuksensa välittyvät julkisuuteen sellaisina kuin he ovat tarkoittaneet. Tämä toteutuu parhaiten suorissa lähetyksissä. Toimittajat ja lähteet kamppailevat siitä, miten tekeillä oleva juttu kehystetään ja millainen näkökulma siihen valitaan. Lähteet voivat vaikuttaa lopputulokseen sillä, mitä he haastattelussa sanovat, mutta lopulliset muotoilut tekee toimittaja (ks. Strömbäck & Nord 2006). Joskus lopputulos on haastatellun näkökulmasta turhauttava (ks. Kunelius 2000).

Myös esimerkit epämiellyttävästä julkisuudesta olivat haastatelluilla samantapaisia. Monet mainitsivat viestinten jostain toisarvoisesta asiasta tekemät kiertokyselyt. Niissä usein pyydetään kommentoimaan toisten tekemisiä, mikä sekin koettiin epämiellyttäväksi. Poliitikoilla on kuitenkin tarve osallistua sellaiseenkin julkisuuteen, jota he eivät arvosta tai joka on heille vastenmielistä, koska julkisuus tuo tunnettuutta ja tunnettuus tuo ääniä. Joskus yhteistyöstä kieltäytymisestä voi myös seurata ikävää julkisuutta ja imago tappioita. Yksi haastatelluista esimerkiksi mietti pitkään, voiko olla vastaamatta iltapäivälehdessä kyselyyn siitä, ovatko edustajat joskus elämänsä aikana saaneet tuomion rikoksesta:

*No mulla ei oo mitään, mutta silti päätin että en vastaa, koska se on niin hölmö kysymys. Mutta tarkoitus on tietysti se, että tehdään otsikoita: "Nää ja nää kansanedustaja eivät vastanneet. Nämä ja nämä kansanedustajat olivat rehellisiä ja kertoivat ja me etsimme nämä tapaukset itse." Et nyt (...) mietin taas avustajan kanssa vielä tänään, että pitäisiköhän minun vastata. (poliitikko, 40–60v)*

Esimerkki kuvaa hyvin median ja politiikan valtasuhdetta. Poliitikon on mietittävä, onko hänellä varaa olla vastaamatta kyselyyn. Asetelmaa mutkistaa vielä poliitikkojen keskinäinen kilpailu. Ne edustajat hyötyvät, jotka ajattelevat omaa lyhyen tähtäimen etuaan ja vastaavat kyselyyn. Ne taas kärsivät, jotka jättävät edustajien yhteisen pitkän tähtäimen edun nimessä vastaamatta. Voi myös olettaa, että ulkoisen mediapä-

oman kerryttämiseksi viisainta olisi vastata kyselyyn mutta politiikan kentällä arvostusta saisi enemmän olemalla vastaamatta.

Mediajulkisuudessa esiintymisen miellyttävyyteen vaikuttaa luonnollisesti se, onko julkisuus myönteistä vai kielteistä. Erityisen hankalalta tilanne tuntuu silloin, jos syytökset ovat epäoikeudenmukaisia ja mahdollisuudet puolustautua vähäisiä. Tällaiseksi tilanteensa ovat kokeneet erityisesti skandaalien kohteeksi joutuneet poliitikot. Kohun silmässä olleiden poliitikkojen tarinoissa toistuvat ajojahdin ja voimattomuuden kokemukset (Saari 2010). Virheiden oikomisyrietykset tuntuvat vain ruokkivan julkisuusmyllyä ja pahentavan tilannetta. Ja vaikkei varsinaisen skandaalin kohteeksi joutuisikaan, mediassa muotoutuva imago vaikuttaa siihen, miten poliitikon tekemisiin suhtaudutaan. Kuten kansanedustaja Eero Heinäluoma Saaren kirjassa toteaa, ”oikea ihminen voi tehdä vääriä asioita, mutta väärä henkilö ei saa tehdä oikeitakaan asioita” (mt., 146). Tässä kyse on erityisesti sisäisestä mediapääomasta. Jos poliitikko on onnistunut luomaan hyvät suhteet keskeisiin politiikan toimittajiin ja nauttii tässä yhteisössä arvostusta, tämä suojaa myös hänen ulkoista mediakuvaansa. Toisaalta jos toimittajien tulkintayhteisö kollektiivisesti kääntyy poliitikkoa vastaan, tällä mediapääoman menetyksellä voi olla huomattava vaikutus poliitikon kokonaispääomaan politiikan kentällä (Davis 2010, 96).

Useimmilla tämän tutkimuksen haastatelluilla ei ollut omakohtaista kokemusta suuren mittaluokan skandaaleista. Edustajatovereihin tai kansanedustajiin kollektiivisesti kohdistuneet kohut koettiin kuitenkin yleisesti raskaiksi ja työskentelyilmapiiriä masentaviksi. Kokemukset olivat samantapaisia kuin Saaren haastattelemissa poliitikoilla. Yksi haastatelluista mainitsi vaalirahakohun yhteydessä sananmukaisesti voimattomuuden tunteen ja epäoikeudenmukaisuuden ja sanoi jossain vaiheessa julkisuuden äityneen niin massiiviseksi, että myönteisetkin jutut tekivät olon huonoksi.

Kaikkiaan poliitikkojen omakohtainen kokemus mediasta oli kuitenkin pikemmin myönteinen kuin kielteinen. Kielteiset kokemukset olivat poikkeuksia, tai ne liittyivät yleisemmin median kielteisiin poliitikko- ja aktivistimielikuviiin tai sen vinoutuneeksi koettuihin tapoihin kehystää yhteiskunnallisia kysymyksiä. Haastateluissa toistui siis samantapainen kaksijakoinen suhtautuminen mediajulkisuuteen kuin taannoisessa median valtaa koskevassa tutkimuksessa (Kunelius ym. 2009): yhtäältä todettiin median muuttuneen sensaatiohakuiseksi ja tulleen aiempaa enemmän ”iholle”, mutta kuitenkin omat kokemukset toimittajien kanssa työskentelystä ja omista media-esiintymisistä olivat pääosin myönteisiä ja asiallisia.

## Lopuksi

Edellä kuvattiin suomalaisten poliitikkojen kokemusta nykyisestä poliittisesta media-kulttuurista tarkastelemalla medioitumista bourdieulaisittain mediakentän ja politiikan kentän suhteen muutoksena, kuvailemalla tästä näkökulmasta poliitikkojen näemyksiä omasta ja toistensa mediasuhteesta sekä liittämällä poliitikkojen tulkinnat kahteen erilaiseen demokratiakäsitykseen: 1) käsitykseen poliitikosta äänestäjien

mielipiteiden edustajana tai 2) persoonana, jonka äänestäjä valitsee häntä miellyttävän poliittisen tyylin perusteella. Haastateltujen keskuudessa ensimmäinen ajattelu-tapa vaikutti vallitsevalta. Ainoastaan yksi neljästätoista haastatellusta selvästi puolusti henkilökeskeisempää lähestymistapaa, jossa äänestäjien ja poliitikkojen suhteessa on olennaista myös poliitikon henkilön tuominen yleisölle läheiseksi. Hän perusteli tätä sillä, että suuri osa ihmisistä ei jaksaa perehtyä puoluepoliittisiin astelemiin tai asiaky-symysten yksityiskohtiin. Hänkään ei pitänyt tilannetta ihanteellisena, vaan katsoi sen olevan tosiasia, johon poliitikkojen on sopeuduttava.

Haastatteluissa nousi yllättävänkin selvästi esiin ihannekuva sellaisesta julkisesta keskustelusta, jossa erilaiset poliittiset näkemykset aidosti ottavat mittaa toisistaan ja jossa etsitään ratkaisuja yhteiskunnallisesti tärkeisiin kysymyksiin. Vaikutelma poik-keaa siitä itsestäänselvyydestä, jolla päättäjät median valtaa koskevassa tutkimuksessa (Kunelius ym. 2009) kertoivat käyttävänsä mediaa tarkoitushakuisesti omien tavoit-teidensa edistämiseen. Ero voi johtua siitä, että mainitussa tutkimuksessa tarkasteltiin haastateltujen mediasuhdetta konkreettisten poliittisten kysymysten yhteydessä ja haastateltujen henkilökohtaiset ihanteet jäivät taustalle. Tässä tutkimuksessa taas keskiössä oli nimenomaan haastateltujen henkilökohtainen motivaatio poliittiseen toi-mintaan ja siihen liittyvät kokemukset. Näin haastateltujen arvot ja ihanteet nousivat selvemmin esiin.

Haastattelut vahvistavat aiemman tutkimuksen tuloksia politiikan medioitumi-esta, viihteellistymisestä ja intimisoitumisesta. Media on poliitikoille tärkeä tekijä niin yhteiskunnallisten tavoitteiden kuin oman aseman ja imagon edistämisessä. Aineisto ei kuitenkaan ensisijaisesti todista viihteeseen ja intiimiin kytkeytyvän mediajulkisuuden suuresta määrästä tai määrän kasvusta. Sen sijaan se todistaa viihde- ja intiimijulkisuu-den olevan tärkeä tekijä siinä, miten poliitikot arvioivat toisiaan ja keräävät politiikan pääomaa kollegiaalisessa yhteisössään. Pelkästään viihde- ja intiimijulkisuuden avulla yleisöä kosiskelevia kansanedustajakollegoita ei arvosteta, ja tutkimushaastatteluissa edustajat korostivat toistuvasti asiantuntemusta arvostuksen kestäväenä perustana.

Analyysissä erottui kaksi poliitikon asemaa politiikan kentällä määrittävää ulottu-vuutta: mediajulkisuuden ulottuvuus ja asiaosamisen ulottuvuus. Näiden ulottuvuu-ken suhteen nimettiin neljä poliitikkojen ideaalityyppiä, joista paljon asiaosaamista omaavat *tähdet* ja *työteliäät* nauttivat enemmän arvostusta kuin vähän asiaosaamista omaavat *tyrkyt* ja *turhat*. Nämä ulottuvuudet ja ideaalityypit liitettiin artikkelissa yllä mainittuihin kahteen demokratiakäsitykseen. Jos poliitikon ajatellaan ikään kuin suo-raan edustavan äänestäjän mielipiteitä, henkilökeskeinen julkisuus voi vaikuttaa pyr-kyryydeltä ja äänten kalastelulta epäolennaisin keinoin. Tilanne on toinen demokratiakäsityksessä, jossa poliitikon suhde äänestäjään on symbolinen ja esteettinen. Muiden julkisten tavoin poliitikko on tällöin ”yksi meistä” mutta kuitenkin ”eri maailmasta” (Pels 2003, 59), ja hänen kuuluukin tuoda esiin nimenomaan persoonallista tyyliään. Tämäkin lähestymistapa vaikutti politiikan kentällä hyväksytyltä, jos poliitikko hoitaa tonttinsa myös asiakysymyksissä. Näytti jopa siltä, että poliitikkojen arvostamaan tähti-kategoriaan nouseaan nimenomaan yhdistämällä vankka asiapolitikointi taitavaan julkispolitikointiin ja poliittisen tyylin rakentamiseen.

Bourdieuun teoretisointeihin nojaava mediapääoman käsite osoittautui käyttökelpoiseksi kuvattaessa medioitumista mediakentän ja politiikan kentän suhteen muutoksena. Mediapääoma määriteltiin artikkelissa mediakentällä saavutetuksi arvostukseksi ja toimintakyvyksi perustuva se mediajulkisuuteen (ulkoinen mediapääoma) tai toimittajasuhteisiin ja mediakulttuurin tuntemukseen (sisäinen mediapääoma). Poliitiikan kentän näkökulmasta nämä kaikki mediapääoman muodot määriteltiin metapääomaksi, joka yhtäältä vaikuttaa politiikan pääoman muotoutumisen ehtoihin ja toisaalta voi muuntua politiikan kentällä hyväksytyksi politiikan pääomaksi.

Haastatteluaineisto suhteellistaa viimeaikaista keskustelua median skandaalihakuisuudesta ja poliitikoista mediajahdin kohteina. Poliitikot kyllä tunnistivat mediassa kyynistä tarkoitushakuisuutta ja epäluuloa poliitikkoja kohtaan. Kuitenkin omalla kohdallaan he kokivat mediakäsittelyn olleen pääasiassa asiallista ja reilua. Ikävät kokemukset olivat poikkeuksia. Mieluisimpana julkisuutena he pitivät selaista, jossa pääsee esittämään omia näkemyksiään asiakysymyksistä niin, että toimittaja mahdollisimman vähän valikoi ja muokkaa sanomisia. Myös esiintymisten älyllisyys koettiin palkitsevaksi. Haastatellut kertoivat pitävänsä väittelyistä ja kysymyksistä, joihin vastatessa joutuu itsekin pohtimaan omaa kantaansa.

Teemahaastatteluissa on mahdollista, että haastateltavat tulkitsevat asioita omalta kannaltaan parhain päin ja sanovat arvostavansa asioita joiden uskovat olevan yleisesti arvostettuja. Tässä tutkimuksessa tällaiseen viittasi erityisesti se, että haastatellut tyypillisesti kritisoivat oman toimintansa sijasta toisten poliitikkojen toimintaa. Myös asiapitoisen julkisen keskustelun arvostus ja vastenmielisyys viihdejulkisuutta kohtaan saattoivat joiltain osin juontua ihannekuvien myötäilystä. Silti tässä artikkelissa lähdettiin siitä, että haastateltavien puhe kuvaa heidän käsityksiään. Jos haastateltava sanoo, että hän pitää asiapitoisesta väittelystä, tähän on syytä uskoa, ellei puheen ristiriitaisuus tai jokin muu osoitettavissa oleva seikka todista päinvastaisesta.

## Viitteet

- 1 Hjarvard käyttää yllä lainatussa määritelmässään mediatization-sanaa ja viittaa sillä pitkäkestoiseen prosessiin, jossa median vaikutusvallan kasvu muuttaa yhteiskunnallisia ja kulttuurisia instituutioita sekä vuorovaikutuksen tapoja (mts. 114). Altheide ja Snow (1988) puolestaan viittaavat tällaiseen kehitykseen mediation-sanalla. Myös tässä artikkelissa medioituminen ymmärretään pelkän mediavälitteisyyden kasvun sijaan tähän kasvuun liittyviksi yleisemmiksi institutionaalisten suhteiden ja toimintatapojen muutoksiksi. Suomenkieliseksi termiksi on tässä valittu medioituminen, koska mediatisaatio olisi ilmauksena kankeampi ja koska englannin kielessäkään mediation ja mediatization -termien käyttötavat eivät ole vakiintuneet (ks. Kunelius ym. 2009, 54–59).
- 2 Haastattelut tehtiin kevättalvella 2011 osana Helsingin Sanomain Säätiön rahoittamaa ja Tampereen yliopiston COMET-tutkimuskeskuksen toteuttamaa hanketta *Kokemuksellisuus politiikan julkisuudessa*. Haastattelua ehdotettiin kaikkiaan 19 poliitikolle, joista haastatteluun suostui 14. Puolet haastatelluista oli puolueen tai eduskuntaryhmän puheenjohtajia. Toinen puoli oli muita kansanedustajia. Haastateltavat valittiin niin, että mukaan saatiin erikäisiä, kaikkien eduskuntapuolueiden edustajia, joista puolet hallituspuolueista ja puolet oppositiosta sekä puolet naisia ja puolet miehiä. Haastatelluista neljä oli alle 40-vuotiaita, kuusi 40–60-vuotiaita ja neljä yli 60-vuotiaita. Jokaisen haastateltavan kanssa käytiin noin tunnin mittainen keskustelu motivoitumisesta poliittiseen toimintaan, poliittisesta mediakulttuurista

- ja sen muutoksista, politiikan työn rasiuksista ja palkitsevuudesta, tunteiden roolista politiikassa sekä yleisöltä tulevasta palautteesta. Haastatteluissa pyrittiin omakohtaisuuteen ja konkreettisuuteen. Haastateltaville luvattiin, että haastattelut raportoidaan anonyymisti. Osa haastatelluista vaikutti jossain määrin varautuneilta, kun taas toiset vaikuttivat hyvinkin avoimilta kertoessaan kokemuksistaan ja tunnoistaan. Monet myös intoutuivat kiitettävästi pohtimaan esitettyjä kysymyksiä ja pinnistelemaan aivan itsestään selvimpien tulkintojen tuolle puolen. Joka tapauksessa on muistettava, että haastateltavat puhuvat omista käsityksistään ja kokemuksistaan, ja puhe on siten institutionaalisesti sijoittunutta, osittaista ja näkökulmaista. Tutkimuksesta laajemmin, ks. Reunanen & Harju 2012.
- 3 Davis ja Seymour (2010) erottavat lisäksi henkilökohtaisen mediapäätöksen institutionaalisesta mediapäätöksestä. Henkilökohtaisella mediapäätöksellä he tarkoittavat henkilökohtaisen imagon tai poliittisen tyylin vetovoimaisuutta, kun taas institutionaalinen mediapäätös viittaa henkilön institutionaalisen aseman tuomaan asemaan mediassa. (Ks. myös Davis 2010, 89.)
  - 4 Suorasanaisesti Davis (2010, 88) muotoilee asian seuraavasti: "[Media capital] generated within a [political] field, linked to individual political actors, contributes to the total symbolic (or political) capital within that specified political field. As media and journalists have a part to play in the raising of symbolic capital within a political field it might be thought of as a field-specific form of media capital or, in simpler terms, 'internal media capital'."
  - 5 Ajatus häivedemokratiasta perustuu tutkimuksiin siitä, mitä Yhdysvaltojen kansalaiset odottavat poliittiselta järjestelmältä ja miten he mieluiten siihen itse osallistuisivat tai olisivat osallistumatta. Tulosten mukaan kiinnostus osallistua tai perehtyä poliittisiin kysymyksiin ei ole järin suurta, mutta siitä huolimatta kansalaiset haluavat säilyttää mahdollisuuden tarvittaessa puuttua päättäjien toimintaan (Hibbing & Theiss-Morse 2002, 1–2).
  - 6 Suomalaisille keväällä 2007 tehdyssä kyselyssä (Bengtsson & Mattila 2009) kolmannes vastaajista oli samaa ja reilu puolet eri mieltä väitteestä, että "Suomen asiat hoituisivat paremmin, jos päätöksenteko annettaisiin riippumattomille asiantuntijoille poliitikkojen ja kansalaisten asemasta". Kansanäänestysten lisäämistä tärkeistä yhteiskunnallisista kysymyksistä taas kannatti yli kaksi kolmasosaa vastaajista.
  - 7 On kuitenkin huomattava, että kyse on vastaajien omista luonnehdinnoista, ja kuten Bengtsson ja Grönlund (2005, 246) huomauttavat, vastaajat voivat liioitella sellaisten tekijöiden merkitystä, joita he pitävät sosiaalisesti hyväksyttävimpinä ja vastaavasti vähätellä tekijöitä, joita pidetään vähemmän suotavina. Näin on mahdollista, että esimerkiksi ehdokkaan näkemysten merkitys olisi tosiasiaa pienempi kuin mitä tulokset antavat ymmärtää.
  - 8 Davis (2010, 95) teki saman havainnon brittipoliitikkojen keskuudessa.
  - 9 Suomalaisen kyselyjen mukaan ehdokkaan merkitys puolueeseen verrattuna on kasvanut äänestyspäätöksissä parin viime vuosikymmenen aikana, mutta muutos on ollut vähäinen. Vuonna 2007 48 prosenttia vastaajista piti puoluetta ehdokasta tärkeämpänä äänestyspäätöksensä kannalta. Trendi kuitenkin taittui vuoden 2011 vaaleissa, joissa osuus kasvoi 55 prosenttiin (Bengtsson 2012, 144). Osasyynä puolueen merkityksen korostumiseen oli todennäköisesti Perussuomalaisten saama laaja kannatus. Myös usko puolueiden merkitykseen päätöksenteossa näyttää hieman kasvaneen 2000-luvulla. Vuonna 1998 kaksi kolmasosaa vastaajista katsoi, että on samantekevää, mitkä puolueet ovat hallituksessa. Vuonna 2007 tätä mieltä oli enää kaksi viidesosaa vastaajista. (Paloheimo & Borg 2009, 359.)

### Kirjallisuus

- Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1988). Toward a theory of mediation. *Communication Yearbook* 11, 194–223.
- Bengtsson, Åsa (2012). Väljarnas kandidatval: rörlighet och motiv. Teoksessa: Borg, Sami (toim.). *Muutosvaalit 2011*. Oikeusministeriön julkaisu 16/2012. Helsinki: Oikeusministeriö. Saatavilla: [http://www.vaalitutkimus.fi/documents/Muutosvaalit2011\\_finalversion20120319.pdf](http://www.vaalitutkimus.fi/documents/Muutosvaalit2011_finalversion20120319.pdf) (luettu 31.3.2012)
- Bengtsson, Åsa & Grönlund, Kimmo (2005). Ehdokasvalinta. Teoksessa: Paloheimo, Heikki (toim.) *Vaalit ja demokratia Suomessa*. Helsinki: WSOY, 229–251.
- Bengtsson, Åsa & Mattila, Mikko (2009). Suoran demokratian ja häivedemokratian kannatus Suomessa. Teoksessa: Borg, Sami & Paloheimo, Heikki (toim.). *Vaalit yleisdemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Tampere: Tampere University Press, 303–324.



- Berg, Laura & Niemi, Mari K. & Pernaa, Ville & Pitkänen, Ville & Railo, Erkki (2009). Poliitiikan julkisuuden perusvirta. Teoksessa: Pernaa, Ville & Niemi, Mari K. & Pitkänen, Ville (toim.) *Poliitiikan journalismin tila Suomessa*. Turku: Kirja-Aurora, 33–78.
- Borg, Sami & Paloheimo, Heikki (2009). Johdanto. Teoksessa: Borg, Sami & Paloheimo, Heikki (toim.). *Vaalit yleisdemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Tampere: Tampere University Press, 13–27.
- Bourdieu, Pierre (1986). *The forms of capital*. Englanniksi kääntänyt Richard Nice. Alkuperäisteksti "Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital" teoksessa: Kreckel, Reinhard (toim.) (1983). *Sociale ungleichheiten (Soziale Welt, Sonderheft 2)*. Göttingen: Otto Schartz & Co., 183–198. Saatavilla: <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm> (luettu 27.12.2011)
- Brants, Kees & de Vreese, Claes & Möller, Judith & van Praag, Philip (2010). The real spiral of cynicism? Symbiosis and mistrust between politicians and journalists. *International Journal of Press/Politics* 15: 1, 25–40.
- Couldry, Nick (2003). Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's field theory. *Theory and Society* 32: 5/6, 653–677.
- Davis, Aeron (2010). Celebrity politics, symbolic communication and media capital in the political field. Teoksessa: Davis, Aeron: *Political communication and social theory*. London & New York: Routledge.
- Davis, Aeron & Seymour, Emily (2010). Generating forms of media capital inside and outside a field: The strange case of David Cameron in the UK political field. *Media, Culture & Society* 32: 5, 739–759.
- Elmelund-Præstekær, Christian; Hopmann, David Nicolas & Nørgaard, Asbjørn Sonne (2011). Does mediatization change MP–media interaction and MP attitudes toward the media? Evidence from a longitudinal study of Danish MPs. *International Journal of Press/Politics* 16: 3, 382–403.
- Habermas, Jürgen (1996). *Between facts and norms. Contributions to discourse theory of law and democracy*. Englanniksi kääntänyt William Rehg. [Alkuteos: Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats (1992).] Cambridge: Polity Press & Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Habermas, Jürgen (2009). Poliittinen viestintä mediayhteiskunnassa: Voiko demokratia yhä iloita episteemisestä ulottuvuudesta? Veikko Pietilän suomenos artikkelista Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? [2006]. *Media & viestintä* 32:3, 31–44.
- Hakala, Salli (2011). Notkistuva politiikka. Teoksessa: Kantola, Anu (toim.). *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus, 89–114.
- Herkman, Juha (2008). Poliitiikan viihteellistymistä vai professionalisoitumista? Haastattelututkimus vuoden 2006 presidentinvaaleista. *Politiikka* 50: 2, 87–99.
- Herkman, Juha (2011). *Politiikka ja mediajulkisuus*. Tampere: Vastapaino.
- Hibbing, John R. & Theiss-Morse, Elizabeth (2002). *Stealth democracy. Americans' beliefs about how government should work*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hjarvard, Stig (2008). The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review* 29: 2, 105–134.
- Kantola, Anu (2011). Notkean journalismin nousu. Teoksessa: Kantola, Anu (toim.). *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus, 115–141.
- Kunelius, Risto (2000). *Hyvä journalismi? Keskusteluja kiinnostuneiden ja kokeneiden kansalaisten kanssa*. Mediakriittinen julkaisusarja 5. Helsinki: Suomen journalistiliitto.
- Kunelius, Risto & Noppari, Elina & Reunanen, Esa (2009). *Media vallan verkoissa*. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja A 112. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Kunelius, Risto & Reunanen, Esa (2012). Media in political power: A Parsonian view on the differentiated mediatization of Finnish decision makers. *The International Journal of Press/Politics* 17: 1, 56–75.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004). *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Paloheimo, Heikki (2007). *FSD 2269. Eduskuntavaalitutkimus 2007. Koodikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla: <http://www.fsd.uta.fi/aineistot/luettelo/FSD2269/cbF2269.pdf> (luettu 2.11.2011).
- Paloheimo, Heikki & Borg, Sami (2009). Eduskuntavaalit yleisdemokratian aikakaudella. Teoksessa: Borg, Sami & Paloheimo, Heikki (toim.). *Vaalit yleisdemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Tampere: Tampere University Press, 357–374.

- Pels, Dick (2003). Aesthetic representation and political style: Re-balancing identity and difference in media democracy. Teoksessa: Corner, John & Pels, Dick (toim.). *Media and the restyling of politics. Consumerism, celebrity and cynicism*. London etc.: Sage.
- Pitkänen, Ville; Pernaa, Ville & Niemi, Mari K. (2009). Poliitiikan journalismin tulevaisuus? Teoksessa: Pernaa, Ville; Niemi, Mari K. & Pitkänen, Ville (toim.). *Politiikan journalismin tila Suomessa*. Turku: Kirja-Aurora, 229–244.
- Renvall, Mika & Reunanen, Esa (1999). Yhteisö totuutta metsästäessä. Journalismi julkisen keskustelun kehiksenä. *Tiedotustutkimus* 22: 3, 76–91.
- Reunanen, Esa & Harju, Auli (2012) Media iholla. Poliitiikan julkisuus kansanedustajien ja aktivistien kokemana. Tampere: Tampere University Press.
- Ruoho, Iiris & Saarenmaa, Laura (2011). *Edunvalvonnasta elämänpolitiikkaan. Naistenlehdet journalismina ja julkisuutena*. Viestinnän, median ja teatterin yksikön julkaisuja. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Saari, Heikki (2010). *Median jahtaamat*. Vantaa: Kustannusosakeyhtiö Moreeni.
- Strömbäck, Jesper (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics* 13: 3, 228–246.
- Strömbäck, Jesper & Nord, Lars W. (2006). Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns. *European Journal of Communication* 21: 2, 147–164.
- Van Aelst, Peter; Sheafer, Tamir & Stanyer, James (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13:2, 203–220.
- Van Aelst, Peter; Shehata, Adam & Van Dalen, Arjen (2010). Members of parliament, equal competitors for media attention? An analysis of personal contacts between MPs and political journalists in five European countries. *Political Communication* 27: 3, 310–25.