

## Kirja-arvio

Juha Herkman

### Poliittisen viestinnän oppikirja

Isotalus, Pekka (2017). *Mediapoliitikko*. Helsinki: Gaudeamus, 247 s.

Politiikan ja median suhteista on kirjoitettu vinot pinot kirjoja, mutta mikäli poliittinen viestintä (*political communication*) ymmärretään angloamerikkalaisittain, Pekka Isotaluksen *Mediapoliitikko* lienee ensimmäinen suomenkielinen akateeminen oppikirja aiheesta. Tässä näkökulmassa poliittinen viestintä liittyy ennen muuta poliittiseen kampanjointiin ja poliitikkojen esiintymistaitoihin niin mediassa kuin erilaisten sidosryhmien kanssa. Tampereen yliopiston puheviestinnän professori Isotalus on tutkinut suomalaisten poliitikkojen ”mediataitoja” parinkymmenen vuoden ajan ja koonnut näkemyksensä nyt oppikirjamuotoon.

Kirjan nimen mukaisesti *Mediapoliitikon* rajaus paaluttaa näkökulman yksittäiseen politiikkoon ja institutionaaliseen politiikkaan. Kirjassa keskitytään siis kaikille mediasta tuttuihin puoluejohtajiin, ministereihin ja kansanedustajiin eikä esimerkiksi kansalaisjärjestöjen edustajiin tai kansalaisten poliittiseen osallistumiseen. Isotalus ottaa lähtökohdaksi politiikan medioitumisen, jonka hän ymmärtää median lisääntyneenä vaikutuksensa politiikassa ja jatkuvana muutosprosessina poliitikkojen ja median suhteissa.

Tarkemmin kirjassa syvennytään politiikan henkilöitymiseksi ja privatisoitumiseksi nimitettyihin ilmiöihin sekä poliitikkojen viestintäosaamiseen. Viestintäkanavista erityishuomiota saavat televisio ja internet. Jokaisen luvun alkupuolella Isotalus määrittelee kohteena olevan ilmiön ja esittelee aiheen keskeisimpiä tutkimuksia. Esimerkiksi politiikan henkilöitymistä käsittelevä luku esittelee Van Aelstin, Sheaferin ja Stanyerin (2011) meta-analyysiin perustuvan mallin, jossa henkilöityminen jaetaan privatisoitumiseen ja individualisoitumiseen. Privatisoitumista käsittelevässä luvussa pohjataan puolestaan niin ikään Stanyerin ja muiden tutkijoiden vertaileviin analyyseihin (Stanyer 2013; Herder 2013; Langer 2011).

Merkittävä osa poliittisen viestinnän tutkimuksesta on lähtöjään angloamerikkalaisista, koska yksittäisen politiikon esiintymisellä ja retorilla taidoilla on pitkään ollut suuri rooli angloamerikkalaisessa poliittisessa kulttuurissa. Isotalus tunnistaa vinouman ja käsittelee amerikkalaisia mallia innoittajana, jota Euroopan monipuoluejärjestelmissä seurailaan mutta myös muokataan omiin kulttuureihin sopivaksi. Jokainen luku päättyykin Isotaluksen omiin tutkimuksiin tai ”lähikuviin”, joiden kautta käsillä olevaa ilmiötä tarkastellaan suomalaisessa kontekstissa.

Vahvimmillaan kirja on juuri osuuksissa, joista kirjoittajalla on vankka omakohtainen tutkijakokemus. Esimerkiksi poliitikkojen televisioesiintymisten tarkastelusta muo-

dostuu monipuolinen amerikkalaisten vaaliväittelytutkimusten ja suomalaisten tv-keskustelututkimusten vertailu. *Mediapoliitikko* on myös hyvin ajan hermolla. Siinä käsitellään esimerkiksi Pekka Haaviston Facebook-kampanjaa vuoden 2012 presidentinvaaleissa sekä Donald Trumpin twiittailua 2016 presidentinvaaleissa. Tosin aiheena varsin ajankohtainen populistinen poliittinen viestintä saa kirjassa yllättävän vähän huomiota, vaikka muun muassa italialaisen Beppe Grillon verkkoviestintätaidot mainitaankin.

Paikoin verkkoviestinnästä tulee ehkä liian ruusuinen kuva vuorovaikutteisena kanavana poliitikkojen ja kansalaisten välillä. Poliitikot eivät myöskään aina ole kovin aktiivisia uusien viestintämuotojen käyttäjiä. Esimerkiksi Tom Carlsonin (2007) tutkimus Suomen ”blogivaaleiksi” nimitetyistä vuoden 2006 presidentinvaaleista osoitti, että vain puolet ehdokkaista piti blogia, eikä suuressa osassa blogeista ollut vuorovaikutusta. Timo Soinin ”plokissa” ei edelleenkään ole kommentointimahdollisuutta. Poliitikot käyttävät verkkoviestintää usein itsensä ja omien näkemystensä markkinointiin journalistisen kontrollin ohi eivätkä vuorovaikutukseen äänestäjien kanssa – siihen tuskin olisi edes aikaa. Tällaisia kriittisiä havaintoja tulee esille vasta verkkoviestintää käsittelevän luvun loppupuolella.

Isotalus onkin selvästi vähemmän kotonaan, kun sivutaan kriittisen yhteiskuntatieteen teemoja, jotka on tietoisesti rajattu paljolti kirjan ulkopuolelle. Teoksen alussa todetaan, että siinä ei ole tavoitteena ”ymmärtää yhteiskuntaa tai kulttuuria rakenteellisesti, vaan sitä, miten poliitikko yksilönä käyttäytyy” (s. 17). Mikrotason näkökulma poliittiseen viestintään on toimiva rajaus, mutta ongelmallinen esimerkiksi silloin, kun kirjassa tarkastellaan medioitumisen kaltaista laajalti yhteiskunnan rakenteisiin nivoutuvaa ilmiötä. Syntyy jonkinlainen kehäpäätelmä: ei ole yllättävää, että julkisuudessa esillä olevan poliitikon näkökulmasta mediaan on syytä kiinnittää jatkuvasti enemmän huomiota.

Politiikassa on edelleen paljon alueita, joissa medialla ei ole juurikaan roolia. Esimerkiksi Anu Kantolan (2002), Risto Kuneliuksen ynnä muiden (2009) ja Juho Vesan (2016) tutkimukset osoittavat, että päätöksenteko ei välttämättä ole tälläkään vuosituhannella Suomessa kovin medioitunutta. Mikäli asiaa kysytään puolueiden puheenjohtajilta, tulokset ovat erilaisia kuin vaikkapa median edustajilta kysyttäessä tai varsinaisia poliittisia prosesseja tutkittaessa. Vaikka poliitikkojen mediaesiintymisissä medialla on suuri vaikutus (sic), muista medioitumisen vaikutuksista tutkijat ovat varsin erimielisiä, ja koko medioitumisen käsite – puhumattakaan medialogiikan käsitteestä – ovat jossain määrin kiisteltyjä, kuten kirjassakin tuodaan esille (esim. Ampuja ym. 2014).

Vastaavasti poliittisen viestinnän demokratiaulottuvuuksien pohdinnat jäävät teoksessa melko ohuiksi. Esimerkiksi verkkoviestinnän mahdollisuuksia demokratian ja julkisen keskustelun kannalta avataan lyhyesti, mutta muuten julkisuusteoreettista tarkastelua ei juuri harjoiteta eikä kriittistä huomiota verkkojulkisuuden kuplautumisesta tai fragmentoitumisesta pohdita. Isotaluksen ote poliittiseen viestintään onkin hyvin pragmaattinen. Verkkoviestintä ei ole hänen mukaansa saanut aikaan vallankumousta mutta ei liioin ole merkityksetöntä politiikan kannalta. Merkittävintä on havainto jatkuvasta muutoksesta median ja poliittisen viestinnän muodoissa.

*Mediapoliitikko* onkin varsin käytännönläheinen kirja. Vaikka teos perustuu akateemiseen tutkimukseen, tekijä on omien sanojensa mukaan suunnannut kirjan ennen muuta poliitikoille, median edustajille ja kansalaisille. Kirjassa annetaan selkeitä ohjei-

ta, kuinka poliittinen viestintä onnistuu parhaiten vaikkapa televisiossa tai verkkoym-päristössä. Lähestyttävyyttä lisää se, että vaikka moniin tutkimuksiin viitataan nimeltä mainiten ja kirjassa on merkittävä lähdeluettelo, tekstiä ei raskauteta lähdeviitteillä. Jokaisen luvun tärkeimmät lähteet on mainittu erillisissä luetteloissa. Kirja on hyvin sujuvasti kirjoitettu, sen rakenne on järjestelmällinen ja esimerkit suomalaisesta poliittisesta kulttuurista elävöittävät lukukokemusta.

Aivan teoksen lopussa Isotalus pohtii kriittistä keskustelua, jota käydään median ja politiikan suhteista. Useimmiten mediaa syytetään politiikan pinnallistumisesta ja viih-teellistymisestä. Toisinaan myös itse poliitikkoja ja jopa kansalaisia arvostellaan samas-ta syystä. Joskus muutos nähdään myös kehityksenä, joka lisää politiikan kiinnostavuutta ja ihmisten toimintamahdollisuuksia. Isotalus suhtautuu itse asiaan ”neutraalis-ti, sillä politiikan medioitumisen vastustaminen olisi kuin kamppailemista tuulimyllyjä vastaan” (s. 232–233). Lääkkeeksi politiikan ongelmiin Isotalus tarjoaa kirjassaan poliit-tikkojen viestintäosaamisen lisäämistä. Hän jopa ehdottaa erillisen poliittisen viestin-nän oppiaineen tai opintolinjan perustamista Suomeen.

Olen Isotaluksen kanssa samaa mieltä siitä, että politiikan ja median muuttuvia suhteita on syytä tutkia ja ilmiöön kannattaa suhtautua kiihkottoman analyttisesti. Sen sijaan en usko, että politiikan ongelmat ovat ensisijaisesti viestinnällisiä, joten ne eivät ratkea myöskään viestinnän ammattilaisia kouluttamalla. Voi myös pysähtyä kriit-tisesti pohtimaan, missä määrin me viestinnän tutkijat osaltamme tuotamme käsitystä politiikasta medioituneena imagopelinä. Olisiko tärkeä vahvistaa pikemminkin sellaista tulkintaa, jossa politiikka nähdään ensisijaisesti ideologioiden ja asiakysymysten aree-nana? Toki myös tähän lähestymistapaan media-ajan poliitikkojen analyttinen tarkas-telu sopii: ideologiat ja asiat täytyy tuoda aina jollain tapaa esille, jotta niistä tulee po-liittisia kysymyksiä.

## Kirjallisuus

- Ampuja, Marko; Koivisto, Juha & Väliaverronen, Esa (2014). Medioituminen: Iskusana, analytt-  
tinen työkalu vai uusi paradigma? *Media & viestintä* 37:2, 22–37.
- Carlson, Tom (2007). Kandidatbloggar i det finländska presidentvalet 2006: strategier och ef-  
fekter. *Politiikka* 49:2, 61–75.
- Herder, Bas den (2013). Personal questions, political answers. Personalization in political  
newspaper interviews in Great Britain, France, and the Netherlands, 1990–2010. *Journa-  
lism Practice* 7:4, 465–480.
- Kantola, Anu (2002). *Markkinakuri ja managerivalta*. Helsinki: Loki-kirjat.
- Kunelius, Risto; Noppari, Elina & Reunanen, Esa (2009). *Media vallan verkoissa*. Tiedotusopin  
laitoksen julkaisuja, sarja A112/2009. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Langer, Ana Inés (2011). *The personalisation of politics in the UK: mediated leadership from  
Attlee to Cameron*. Manchester: Manchester United Press.
- Stanyer, James (2013). *Intimate politics: publicity, privacy and the personal lives of politicians  
in media-saturated democracies*. Cambridge: Polity Press.
- Van Aelst, Peter; Sheaffer, Tamir & Stanyer, James (2011). The personalization of mediated  
political communication: a review of coincepts, operationalizations and key findings.  
*Journalism* 13:2, 203–220.
- Vesa, Juho (2016). *Päätöksenteon avoimuus ja medioituminen Suomen konsensusdemokratias-  
sa*. Helsinki: Helsingin yliopisto.