

Analyysi

Niina Uusitalo & työryhmä*

Vaaliterveisiä olohuoneesta: Kuntavaaliehdokkaiden viestintä Ylen vaaligallerian videoissa

Yleisradio lanseerasi kevään kuntavaalien alla vaaligallerian, jossa kuntavaaliehdokkaat saivat julkaista omat vaalivideot. Yle mainosti galleriaa uudeksi, ainutlaatuiseksi tavaksi tuoda demokratia lähelle ihmistä ja kutsui sitä jopa "demokratiateoksi"¹ Video on nou-seva formaatti niin mediayhtiöiden sisällöntuotannossa, poliittisessa vaikuttamisessa kuin ihmisten omaehtoisessa viestinnässä. Esimerkiksi YouTube on noussut merkittäväksi vaaliviestinnän kanavaksi Yhdysvalloissa, sillä se tarjoaa ehdokkaille edullisen tavan tuoda itseään esille ja rekrytoida vapaaehtoisia (Guerguieva 2008, 288). YouTube on nähty tarjoavan poliittiselle viestinnälle uusia muotoja, jotka inspiroivat taval-listen kansalaisten osallistumista (Klotz 2010, 111). Videot on otettu käyttöön myös suomalaisessa vaaliviestinnässä: esimerkiksi YouTubesta löytyy hakusanalla "kuntavaa-lit 2017" runsaasti kuntavaaliehdokkaiden vaalivideoita.

Kuntavaalien ehdoksgallerian esiintyjät kuvasivat videot itse Ylen tuottamalle alustalle. Toteutus siis erosi vuoden 2015 eduskuntavaalien vaalitenttivideoista, joissa Ylen toimittaja esitti kysymyksiä ja kuvaustiimi kuvasi videot. Ylen vaaligalleriaan oli vuoden 2017 kuntavaalien päättyessä ladattu kaikkiaan 5430 videota, eli 16 prosenttia kuntavaalien ehdokkaista tuotti sinne oman videon.² Viikko kuntavaalien jälkeen galle-rian videoita oli käynnistetty yhteensä 733 000 kertaa.³ Vaalivideon tavoite on mark-kinoida potentiaalisille äänestäjille ehdokkaita, heidän mielipiteitään ja poliittisia ta-voitteitaan äänestyspäätöksen tekemiseksi (Huovinen 2013, 71).

Mitä uutta ehdokkaiden itse tuottamat, lyhyet videot tuovat vaaliviestintään? Ylen vaaligallerian lupauksen – tai toiveen – mukaan vaaligallerian "*videot näyttävät ehdok-kaista jotakin sellaista, mihin vaalikoneen tekstivastaukset eivät pysty*".⁴ Gallerialla Yle pyrki siis tarjoamaan kuntavaalien ehdokkaille uusia tapoja poliittiseen viestintään ja äänestäjille uusia tapoja saada tietoa ehdokkaista. Myös vaaligallerian tuottaja Juho Salminen korosti Ylen nettisivujen uutisessa, että vaalivideot antavat uudenlaisen alus-tan nimenomaan henkilön ilmaisulle: "*Se mitä sanotaan, on viesti, mutta myös se muu on viesti. Kuinka henkilö perustelee asiansa, mikä hänen ulosantinsa on? Eli tällaisia viestintään liittyviä asioita, joita äänestäjät tutkitusti pitävät myös tärkeinä.*"⁵ Videoil-

la ehdokkaat voivat oletettavasti tuoda esiin piirteitä, jotka eivät kirjoitetuissa vaalikonvastauksissa näy. Ehdokkaiden habitus, esiintymiskyky ja sanaton viestintä tulevat videolla esiin, mutta samalla video saattaa korostaa ehdokkaan puutteita.

Ehdokkaiden omien viestinnän kykyjen ja resurssien lisäksi demokratiakokeilun tuomaa uutta lisäarvoa rajasivat myös Ylen asettaman toimintamallin puitteet. Tässä tekstissä tarkastelemmekin erityisesti sitä, millaisia teknisiä, tyyllillisiä ja sisällöllisiä reunaehdot galleria asetti ehdokkaiden viestinnälle. Lisäksi erittelimme, miten ehdokkaat hyödynsivät ylipäätään videoilmaisun tarjoamia visuaalisen viestinnän mahdollisuuksia.

Olemme valinneet tarkasteluun 108 videota yhdeltä vaalipaikkakunnalta, Tampereelta. Aluksi käsittelemme videota poliittisen viestinnän muotona. Tämän jälkeen esittelemme tutkimusaineiston sekä käytetyt menetelmät. Tuloksissa esittelemme, miten vaaligallerian formaatti asetti tietynlaiset reunaehdot ehdokkaiden viestinnälle, ja miten ehdokkaat hyödynsivät vaalivideoita viestinnän keinona erityisesti visuaalisuuden osalta. Johtopäätöksissä pohdimme, toiko Ylen vaaligalleria uusia ulottuvuuksia vaaliviestintään. Taustaa näille pohdinnoille luovat Ylen vaaligalleriasta kirjoitetut uutisjutut ja Ylen vaaligallerian tuottajan Juho Salmisen sähköpostihaastattelu.

Poliittiset videot verkon aikakaudella

Internet-pohjainen viestintä (uudet mediat tai sosiaalinen media) on tullut yhä merkittävämmäksi kanavaksi politiikan tekemiselle ja poliittisten viestien välittämiseksi. Internetin on nähty tarjoavan mahdollisuuksia uudelle poliittiselle osallistumiselle (Bazerman 2002, 21). Teoriassa internetin viestintäverkosto tarjoaa niin puolueille, poliittisille liikkeille kuin tavallisille kansalaisille uudelleen pääsyn ”julkisuuteen” ja mahdollisuuden poliittisen agendansa välittämiseen jopa globaalille yleisölle. Yleisesti ottaen internet vetoaa viestintäkanavana, sillä se tarjoaa poliittisille ehdokkaille ja organisaatioille mahdollisuuden kontrolloida omaa viestintäänsä. (Kaid 2008, 510.) Toisaalta internetin sisällöntuotannon on havaittu toistavan perinteisten medioiden lojikkua. Esimerkiksi Robert Klotzin (2012, 117) tutkimus Yhdysvaltain senaatin vaalien YouTube-kampanjasisällöistä paljasti, että suurin osa ladatusta sisällöstä oli institutionaalisen poliittisen kulttuurin tuottamaa, eli esimerkiksi lyhyiden tv-mainosten uudelleenlatausta YouTubeen. Myös Andrew Chadwick on käsitellyt vanhojen mediologioiden ja institutionaalisten toimijoiden valtaa hybridissä mediaympäristössä (Chadwick 2008).

Video on yksi nousevista formaateista niin poliittisessä viestinnässä, mediayhtiöiden sisällöntuotannossa kuin kansalaisten omaehtoisessa viestinnässä. Digitaalisesta videotuotannosta on tullut laajalle levinnyt käytäntö: tämän ovat mahdollistaneet videon äänittämisen, editoinnin ja levittämisen tekniikoiden ja alustojen saatavuus, jotka on suunniteltu ja hinnoiteltu amatöörien tarpeisiin (Ks. Fulwiler & Middleton 2012, 40). YouTube jakelukanavana on puolestaan mahdollistanut videoiden laajamittaisen julkaisemisen ja jakamisen.⁶ Kotz kirjoittaa, että teoriassa teknologinen kehitys motivoi poliittisten videoiden tuotantoa täysin uusista lähteistä, kun amatöörit voivat tuottaa vetoavaa ja helposti lähestyttävää viestintää. Samalla teknologinen muutos voi rikastaa poliittisen viestinnän muotoja. (Kotz 2010, 113.) Ylen vaaligallerian voi nähdä yrityksenä tuoda esiin näitä uusia, kansalaisten ja verkon käyttäjien luomia uuden poliittisen

viestinnän muotoja. Mutta samalla se on esimerkki siitä, miten uudet sosiaalisen median muodot ja innovaatiot otetaan ”vanhan” valtavirtamedian käyttöön ja sovitetaan osaksi niiden institutionaalista järjestystä (Chadwick, 2013).

Vaikka videotuotanto on teknisesti mahdollista yhä useammalle, poliittinen videoformaattissa asettaa esiintymiselle odotuksia, jotka ovat peräisin ”vanhan” median lajityypeistä ja niiden estetiikasta. Poliitikkojen perustaitoihin on kuulunut jo antiikin ajoilta puhetaito, televisio puolestaan edellyttää esiintymistaitoa ja verkkoviestintä vaatii uudenlaista esiintymisaitoa (Isotalus 2017, 226). Viestintävälineenä video vertautuu televisioon, sillä sitä kautta äänestäjä sekä näkee että kuulee poliitikon. Katsoja pääsee siis tekemään päätelmiä siitä, millainen poliitikko on henkilönä ja kuinka pätevältä hän vaikuttaa (ks. emt., 127–128). Pätevyyden ja asiakysymysten hallinnan lisäksi tärkeää on ehdokkaan hyväksyminen tunnetasolla (emt., 164). Video antaa äänestäjälle mahdollisuuden ehdokkaan miellyttävyyden arvioimiseen paremmin kuin kirjoitettu vaalikonevastaus. Itse esiintymisen lisäksi videoiden tuotanto asettaa odotuksia ehdokkaiden tekniselle osaamiselle ja käytössä olevalle laitteistolle.

Aineisto ja metodit

Tutkimusaineistomme on valittu Ylen vaaligalleriassa julkaistuista vaalivideoista. Valitsimme analyysin kohteeksi Tampereen ehdokasvideot, joita oli vaaligalleriassa yhteensä 244. Näistä valitsimme tutkimusaineistoksi 108 ensimmäistä videota aakkosjärjestyksessä.⁷ Valitsimme Tampereen vaalivideot, sillä aineistossa oli monipuolisesti eri puolueiden edustajia ja eri-ikäisiä ehdokkaita. Jokaisen videon koodasi 18 hengen työryhmästä kaksi henkilöä. Laadullisessa sisällönanalyysissä koodauksen tavoitteena ei ollut tuottaa yksiselitteisiä havaintoja tutkimusaineistosta vaan mahdollistaa etenkin ensimmäisellä koodauskierroksella erilaisten huomioiden esiintuominen. Alustavan koodauksen jälkeen koko tutkimusryhmä keskusteli koodien sisällöistä ja tulkinnoista. Tässä pohdinnassa kiinnostuksemme tarkentui kolmeen seikkaan: 1) gallerian formaatin asettamiin rajoituksiin, 2) ehdokkaiden käyttämiin retorisiin keinoihin sekä heidän 3) esiintymistään koskeviin havaintoihin. Tältä pohjalta toteutimme tarkennetun koodauksen, joka on kuvattu taulukossa 1 (ks. liite).

Ensinnä siis tarkastelimme, miten vaalivideoiden formaatti ohjasi ja rajasi ehdokkaiden viestintää. Teknologia ja konteksti työntävät ja manipuloivat meitä, eli pakottavat meidät tekemään asioita tietyillä tavoilla (ks. Miller 2014, ix). Voidaan puhua tarjoumista (*affordance*), jotka ohjaavat toimintaamme tekemällä tietyistä viestinnän ja retorisen toiminnan muodoista helppoja ja toisista vaikeita tai mahdottomia (emt. x). Kutsumme näitä rajaavia tekijöitä reunaehdoiksi, joilla Yle ohjasi ja kehysti ehdokasvideoiden tuottamista.

Toiseksi tutkimme ehdokkaiden käyttämää retoriikkaa, lähtien liikkeelle perinteisestä kolmijaosta. Siinä argumentin asiasisällön (*logos*) lisäksi *eetos* viittaa puhujan tapaan ilmentää omaa luonnettaan tai uskottavuuttaan. Paatos tarkoittaa yleisön vastaanottokykyä, mielentilaa tai tunteita, jotka vaikuttavat argumentin vastaanottamisen tapaan ja arviointiin. (Ks. Kakkuri-Knuuttila 1998.) Eetokseen paneudumme kysymällä, miten ehdokkaat videoilla sanallisesti ja visuaalisesti ilmaisivat omaa **pätevyyttään**. Paatoksen tulkitsimme tässä kysymykseksi siitä, miten ehdokkaat pyrkivät vetoamaan yleisöön tuomalla esiin **identiteettiään**. Tämä tarkoittaa esimerkiksi oman persoonan tai luonteenpiirteiden esiintuomista sanallisesti tai kuvallisesti. Lisäksi tutkimme, mil-

laisia **poliittisia tavoitteita** ehdokkaat esittivät videoissa ja kenen asialla he sanoivat olevansa. Tavoitteet voi tulkita esitysten logoksen ilmentymänä mutta niitä ei kokonaan voi erottaa eetoksen tai päätöksen ulottuvuuksista, joilla sekä rakennetaan suhdetta yleisöön että vedotaan yleisön tunteisiin.

Retoriikan avaama näkökulma tarkentui lopuksi vielä siihen, miten ehdokkaat tulivat hyödyntäneeksi videon visuaalisia mahdollisuuksia pätevyyden, identiteetin ja poliittisten tavoitteiden ilmaisemisessa.⁸ Tätä selvittääksemme koodasimme videoissa näkyviä **visuaalisia elementtejä**, joita olivat tila, jossa video oli kuvattu, ehdokkaiden valitsema tausta sekä esineet ja eläimet, jotka näkyivät videolla. Lisäksi teimme huomioita ehdokkaiden esiintymisestä. HavaitSIMME videoiden ensimmäisessä koodauksessa, että vaaligallerian videoiden toteutuksessa oli usein teknisiä vaikeuksia, joten lisäSIMME koodaukseen **videokuvauksen toteutusta** koskevan osion, jossa tarkastelemme kuvauksen suuntaa, vakautta tai värinää, valaistusta, ehdokkaan näkymistä videolla, kuvauksen toteutusta sekä ajastusta ja sen ongelmia. Seuraavaksi esittelemme empiirisen analyysimme tuloksia.

Vaaligallerian reunaehdot

Ylen tuottamaa vaaligalleriaa voi tulkita yhdenlaisena kommunikatiivisena toimintamuotona, joka määrittää, millaisessa viestinnällisessä tilanteessa osallistujat ovat sekä millaisia ovat osallistujien ja yleisön odotukset siitä, mitä tapahtuu – mikä tilanteessa (tekstityypissä) on normaalia, sallittua ja mikä kiellettyä (Kroon & Eriksson 2016, 1019). Monessa mielessä vaaligalleria oli formaattina rajatumpi kuin esimerkiksi toimittajan tekemä haastattelu. Yle asetti teknisiä, tyyllillisiä ja sisällöllisiä reunaehdot vaaligallerian videoille.

Yleisenä sisällöllisenä ohjeena oli, että videoissa ei saanut pilkata mitään ihmisryhmiä, mainostaa tuotteita tai esiintyä alasti.⁹ Videoilla ei saanut käyttää musiikkia ja ehdokkaiden piti ilmaista itseään ymmärrettävällä suomella, ruotsilla, saamalla, viittomakielellä tai näiden yhdistelmällä. Ohjeissa pyydettiin varmistamaan, että luvat ovat kunnossa, mikäli videolla esiintyi muita ihmisiä. Yle kertoi myös tarkistavansa kaikki videot ennen niiden julkaisua. Esiintymiseen tai visuaaliseen viestintään Yle ei tarjonnut yksityiskohtaisia ohjeita.

Ehdokkaat tallensivat videovastauksensa samalla, kun he vastasivat vaalikoneen muihin kysymyksiin Ylen palvelussa. Ylen verkkosivuilla oli yksityiskohtaiset ohjeet vaaligalleriavideon tekemiseen ja videoiden tallentamiseen.¹⁰ Videoiden tekemiseen tarvittiin kameralla varustettu tietokone tai mobiililaitte. Ehdokkaita pyydettiin lataamaan älypuhelimiin ja tabletteihin tätä varten oma sovellus. Tietokoneella kuvattavan videon osalta Yle ohjeisti sopivista selaimista ja mahdollisista kameravaihtoehdoista (sisäänrakennettu tai erillinen kamera). Mobiililaitteella kuvatessa neuvottiin resoluution valinnassa. Ohjeissa oli lisäksi tietoa eri painikkeiden funktiosta ja sekuntilaskurista, josta näkyi paljonko aikaa kullekin videolle oli käytettävissä.¹¹

Videoissa ehdokkaat vastasivat enimmillään kolmeen vaaligallerian *arpomaan* kysymykseen. Kysymykset olivat samankaltaisia kuin vaalikoneessa. Tuottaja Juho Salmisen mukaan vaaligallerian kysymyksen valikoituivat yhteisen pohdinnan ja testauksen perusteella. Tarkoituksena oli tuoda esille ehdokkaan ”arvoja, ajatuksia ja motiiveja”. Lisäksi videoiden ideana oli tuoda ehdokas esille vaalikonevastausten rinnalle. Kysy-

mysten arvonnalla haluttiin Salmisen mukaan välttää videoiden liikaa samankaltaisuutta. Ehdokas pääsi vaaligalleriaan, jos hän vastasi vähintään yhteen videokysymykseen.¹²

Kysymykset oli jaettu kolmeen eri ryhmään, joista kustakin arvottiin yksi kysymys vastattavaksi. Ensimmäisen ryhmän kysymykset ohjasivat ehdokkaita kertomaan omasta pätevyystään ja soveltuvuudestaan tehtävään. Toisessa ryhmässä oli kysymyksiä siitä, kenen asioita ehdokas ajaa, mitkä ehdokkaan elämänarvot olivat ja kuka oli hänen tärkein esikuvansa. Kolmannen ryhmän kysymykset ohjasivat käsittelemään politiikan asiakysymyksiä, eli kertomaan asioista, joita ehdokas muuttaisi ja korjaisi kunnassaan.

Yhden videovastauksen pituus oli enimmillään 30 sekuntia.¹³ Ehdokkaat näkivät videovastauksensa heti sen kuvattuaan ja saivat kuvata jokaisen vastauksen halutessaan uudelleen. Kaikissa valmiissa videoissa oli myös sama alku- ja loppugrafiikka sekä vaaligallerian tunnusmusiikki. Valmiit videot olivat enintään kahden minuutin mittaisia koosteita, joissa ehdokkaille arvotut kysymykset näkyivät kirjoitettuna ruudussa ennen kutakin videovastausta. Vastausten julkaisun jälkeen videota ei voinut enää muuttaa, eivätkä ehdokkaat pystyneet tarkistamaan lopullista kokonaisuutta ennen julkaisua.¹⁴

Yllä kuvatut tuotantoehdot rajasivat merkittävästi vaaligallerian videoiden muotoa ja tyyliä verrattuna esimerkiksi YouTubeen, jossa käyttäjä voi luoda 10 minuutin pituisia videoita ilman sisällöllisiä rajoituksia. Seuraavaksi esittelemme, millaista visuaalista viestintää ehdokkaat tuottivat Ylen vaaligallerian videoissa.

Visuaalista viestintää vaalivideoissa

Vaaligallerian kysymykset ohjasivat hyvin perinteiseen poliittiseen puheeseen, etenkin pätevyuden ja poliittisten tavoitteiden osalta. Ehdokkaat korostivat osaamistaan työkokemuksensa, poliittisen kokemuksensa ja aikaisempien luottamustehtäviensä avulla. Osa korosti pätevyyttään tamperelaisuuden ja paikallistuntemuksen kautta. Myös koulutustaustalla, perhetilanteella ja siviilisäädillä rakennettiin vaikutelmaa pätevydestä. Moni nosti esiin myös kunnallispoliitikolle sopivia luonteenpiirteitään: ne vaihtelivat ahkeruudesta ja empaattisuudesta aktiivisuuteen. Poliittisten tavoitteiden osalta ehdokkaat nostivat osin esiin perinteisiä ja yleiselle tasolle jääviä tavoitteita: koulutus ja sivistys, terveys ja hyvinvointi sekä talouskasvu. Osa tavoitteista kytkeytyi paikallisiin aiheisiin: Eteläpuiston säilyttämiseen, kaupunkitalouteen ja koiraveron lopettamiseen. Myös arvot nousivat esiin poliittisina tavoitteina: kristilliset arvot, rakkaus, tasa-arvo ja parissa videossa kansallismielisyys. Ehdokkaat vetosivat myös laajasti eri väestöryhmiin (lapsiperheet, vanhukset, opiskelijat, nuoret). Elämänarvoja ja esikuvia koskevat kysymykset saattoivat tuottaa yllättäviä ja kiinnostavia vastauksia: esimerkiksi Mahatma Gandhi, Jeesus ja Pekka Haavisto nousivat esiin ehdokkaiden esikuvina.

Ehdokkaiden vaalivideoiden sisältö ei ollut poliittisen retoriikan näkökulmasta kovin yllätyksellinen. Gallerian videoformaatti tarjosikin – periaatteessa – tilaa nimenomaan uudenlaiseen visuaaliseen ilmaisuun. Tutkimissamme vaaligallerian videoissa visuaalinen viestintä jäi kuitenkin melko niukaksi.¹⁵ Kuvallinen kerronta rajoittui videon taustan valitsemiseen ja rekvisiitan käyttämiseen osana vaalivideota. Usein video oli kuvattu sisätilassa, kuten olohuoneessa ja -työhuoneessa. Ehdokkaat siis esiintyivät kotioloissaan, eivätkä niinkään ammatillista pätevyyttä tai poliittista kokemusta korostavassa yhteydessä. Kotikuvausten taustaksi oli usein valittu valkoinen seinä, mutta

myös kirjahyllyt ja taulut olivat suosittuja lavastuksia. Joukosta erottuivat Tampereen valtuustosalissa kuvatut videot, joilla ehdokkaat korostivat aiempaa kokemustaan kaupunginvaltuustosta.

Ulkotaustojen valinnoilla ehdokkaat toisinaan ilmaisivat sekä pätevyytään että poliittisia tavoitteitaan. Pätevyyden ilmaukset liittyivät usein ehdokkaiden ammatteihin: maatalousyrittäjä seisoj vaalivideoissaan navetassa yllään tummanvihreät työhaalarit. Varhaiskasvatuksen puolesta puhuva lastentarhanopettaja kuvasi videonsa päiväkodin leikkipuistossa. Ehdokkaana ollut erityisopettaja esiintyi luokkahuoneessa. Lisäksi taustat liittyivät suoraviivaisesti ehdokkaan arvoihin. Eräs ehdokas kertoi lenkkipolulla kuvatussa osiossa haluavansa taistella kaupungin vehreyden ja ulkoilumahdollisuuksien säilyttämisen puolesta. Koskimaisemissa esiintynyt ehdokas kertoi haluavansa edistää yritystoiminnan edellytyksiä, jotta Tampereelle tulisi lisää työpaikkoja, työpaikkojen myötä lisää verotuloja ja edelleen parempia palveluja kuntalaisille. Taustalla näkyivät Tammerkoski ja vanhoja tehdasrakennuksia. Luonnonsuojelua sekä ulkoilumahdollisuuksien ja puutalorakentamisen lisäämistä kannattava ehdokas oli kuvannut videonsa ulkona punaisen puutalon edessä.

Eräs tapa visuaaliseen ilmaisuun videolla oli vaatetuksen valinta. Useimmilla ehdokkailla vaatetus oli siisti ja hillitty. Yhdellä ehdokkaalla oli yllään "Make America Great Again" -lippalakki, jolla ehdokas ilmaisi tukensa Donald Trumpin politiikalle. Toisella ehdokkaalla oli päässään MV-lehden lippalakki. Muutama ehdokas oli pukeutunut puolueensa väreihin tai valinnut asuunsa jonkin puolueensa väriä edustavan yksityiskohdan.

Joillain ehdokkailla näkyi videolla rekvisiittana esineitä tai eläimiä. Eräs kertoi työskennelleensä paljon kehitysmaissa, mikä oli vaikuttanut hänen elämänarvoihinsa. Hänen videollaan näkyi seinälle ripustettu maailmankartta. Osa esiintyi taidetaulujen tai julisteiden edessä. Joissakin videoissa näkyi huonekasveja tai muita kodin sisustuksellisia elementtejä, kuten kissojen kipeilypuu tai verhot. Myös eläimet olivat päässeet avustajiksi: eräs ehdokas piti sylissään rotukissaa vastatessaan kysymykseen "Mitkä ovat tärkeimmät elämänarvosasi". Hän puhui suvaitsevaisuudesta, ja siitä kuinka hyväosaisten on pidettävä huolta vähempiosaisista. Kissa kuitenkin rimpui sylissä, joten lopputulos oli hiukan teennäinen ja koominen. Toisessa videossa statistiksi oli päässyt siperianhusky, ehdokkaan puhuessa ulkoilualueiden ja riittävien liikuntamahdollisuuksien säilyttämisestä Tampereen kaupungissa. Yhden ehdokkaan videolla mukana koira osallistui vaatimukseen koiraveron lopettamisesta.

Kaiken kaikkiaan ehdokkaiden mahdollisuudet omaperäiseen visuaaliseen viestintään olivat melko rajatut. Taustojen ja rekvisiitan valinnassa ehdokkaat olivat melko sovinnaisia, ja suurelta osin vaaligallerian videot esittivät kuvia puhuvista päistä taustanaan valkoisia seiniä tai ulkomaisia. Visuaalisen kerronnan mahdollisuudet rajoituivat poliittisiin tavoitteisiin tai kohderyhmiin liittyvien taustojen valintaan. Osa ehdokkaista laajensi tätä repertuaaria vaihtamalla kuvauspaikkaa eri kysymykseen vastatessaan. Visuaalisten elementtien hillitty käyttö ja kuvausmaisemien neutraalius voi tavallaan myös olla pyrkimys pätevyyden ilmaisemiseen. Ehdokkaat halusivat ehkä korostaa asiallisuuttaan ja ammattimaisuuttaan juuri sillä, että mitään ylimääräistä ei ole mukana.

Haavoittuvuuden hetkiä

Ylen yksityiskohtaisista teknisistä ohjeista huolimatta ehdokkaiden videoiden teknisen toteutuksen laatu vaihteli tutkimusaineiston videoissa.¹⁶ Valtaosa ehdokkaista oli kuvannut vaalivideoinsa itse joko älypuhelimella tai tietokoneella. Osa videoista oli ulkopuolisen kuvaajan kuvaamia, jolloin ehdokas ei pidellyt itse kameraa, vaan saattoi keskittyä asiansa esittämiseen. Videokuvauksen tekninen haaste oli esimerkiksi kuvan värinä etenkin, jos ehdokkaat olivat kuvanneet videon itse käsivaralta. Valaistuksen tavallisia ongelmia olivat esimerkiksi voimakas vastavalo, liian hämärä huone tai valon voimakas keltaisuus. Suurimmassa osassa videoita ehdokas esiintyi joko kasvokuvassa tai puolilähikuvassa, mutta muutamissa videoissa ehdokkaan päälaki tai leuka rajautuivat pois kuvasta. Näistä haasteista huolimatta suurimmassa osassa videoita ehdokkaan viesti välittyi ja oli ymmärrettävä.¹⁷

Videovastausten pituus (30 sekuntia) tuotti myös ehdokkaille ongelmia. Osa ei selvästi ollut miettinyt sanottavaansa etukäteen, jolloin vastauksista saattoi jäädä sekava kuva. Osassa videoita oli pitkä tyhjä osio ennen kuin ehdokas alkoi vastata kysymykseen, ja joissakin videoissa vastaus katkesi kesken lauseen. Osa ehdokkaista turvautui muistilappuihin tai käsikirjoitukseen puhuessaan kameralle, mikä tuotti melko jähmeää esiintymistä.

Video korostaa viestintävälineenä esiintymistaitoja ja vaatii vaaligallerian formaattissa napakkaa ilmaisua, suunnitelmallisuutta ja luontevaa esiintymistä kameran edessä. Ehdokkaista erottuivat esiintymistaitojen puolesta ne, jotka puhuivat sujuvasti ja selkeästi ja esiintyivät itsevarmasti ja rennosti. Toisaalta esiintymisen epävarmuus, jännittyneisyys ja tekninen osaamattomuus tulevat näkyväksi videossa, ja tältä osin videoformaatti voi olla epäsuotuisa epävarmoille ehdokkaille. Ylen tarjoamasta perusohjeistuksesta huolimatta video formaattina saattoi tuottaa ehdokkaille viestinnällisen haavoittuvuuden hetkiä (ks. Kroon & Eriksson 2016, 1017), jotka aiheutuivat teknisen osaamisen ja esiintymiskokemuksen puutteesta.

Ylen vaaligalleriaan oli vaalien jälkeen lisätty tieto siitä, ketkä ehdokkaista oli valittu kunnan- tai kaupunginvaltuustoon. Katsoimme oman aineistomme osalta, millaisia vaaligalleriavideoita läpimenneet ehdokkaat olivat tuottaneet. Havaitimme, että videon katselukerrat eivät korreloineet valituksi tulemisen kanssa, eivätkä läpimenneiden videot eivät poikenneet merkittävästi muista vaaligalleriavideoista. Omassa aineistossamme valittujen ehdokkaiden videot olivat hillittyjä ja asiallisia. Suurin osa valittujen videoista oli suhteellisen hyvälaatuisia, valaistus oli hyvä, tausta selkeä, ja ehdokkaan ulosanti selkeää ja pukeutuminen siistiä. Monet läpimenneistä ehdokkaista tulivat uudelleen valituksi valtuustoon. Voikin olettaa, että politiikan konkareilla on enemmän esiintymiskokemusta ja -varmuutta, joka välittyi myös vaaligallerian videoissa. Näitä tulkintoja yhdistää ajatus siitä, että perinteiset poliittisen pääoman ja vaikutusvallan tuottamat taidot ja asema painoivat niin gallerian esiintymisessä kuin äänestyskopissa samaan suuntaan. Ylen institutionaalinen ote, yleiset politiikkaan liittyvät kulttuuriset odotukset ja vaaliviestinnän perinteet pitivät gallerian ilmaisun perinteisissä uomissa.

Kömpelyydestä virtuaaliseen vaaliteltaan - kohti uuden vaalivideon aikakautta?

Olemme tarkastelleet, millä tavalla kuntavaaliehdokkaat hyödynsivät Ylen vaaligalleri-aa poliittisessa viestinnässä ja millaisia reunaehtoja Yle tuotti viestinnälle. Havaitsimme, että sekä vaalivideoiden tiukasti rajattu formaatti että ehdokkaiden tekninen osaaminen rajoittivat viestintää. Ylen Vaaligallerian tuottaja Juho Salminen perusteli Vaaligallerian tuottamista sillä, että äänestäjät pitävät tärkeänä myös ehdokkaiden viestintää, ulosantia ja kykyä perustella asioita. Tamperelainen analyysimme panee pohtimaan, tarjosiko Vaaligallerian nyt valittu formaatti mahdollisuuksia näiden puo-lien näyttämiseen. Yle rajasi vaaligallerian muuttia useilla eri keinoilla. Ehdokkaat eivät saaneet valita heille esitettyjä kysymyksiä ja vastausten mitta oli hyvin rajattu (30 sekuntia). Ehdokkaat kuvasivat videonsa itse tai avustajan kanssa, jolloin vuorovaikutusti-lannetta esimerkiksi toimittajan kanssa ei synny. Lopputuloksena ehdokkaat lähinnä kertasivat videomuodossa samoja vastauksia, joita he ovat kirjanneet itse vaalikonee-seen.

Tuottaja Juho Salminen perusteli Vaaligalleri-aa myös sanomalla, että *“se mitä sa-notaan on viesti, mutta myös se muu on viesti”*.¹⁸ Tämän tarkoituksen Vaaligallerian videot täyttävät parhaiten: ne tarjoavat kurkistusaukon siihen, millainen ehdokas on istuessaan omassa olohuoneessaan puhumassa omalle tietokoneelleen. Toisaalta mo-nelle ehdokkaalle Ylen vaaligalleria on voinut olla ensiaskel videoiden tekemiseen. Yle luotettavana julkaisijana ja yksityiskohtainen ohjeistus ovat voineet rohkaista uuden viestintämuodon kokeilemiseen. Tässä mielessä kansalaisosallistumisen projektina vaaligalleria on siis onnistunut.

Demokraattisen osallistumisen edellytyksenä on luotettava tiedonvälitys, ja tätä tehtävää Ylen vaaligalleria täyttää. Ylen moderoima vaaligalleria oli tunnistettava ja luotettava ja tarjosi – periaatteessa – kaikille ehdokkaille samat osallistumisen mahdol-lisuudet. Se oli myös uudenlainen vaaliviestinnän muoto siinä mielessä, että se tarjoaa äänestäjälle mahdollisuuden nopeaan silmäykseen ehdokkaista. Vaaligallerian voi aja-tella olevan “uuden ajan virtuaalinen vaalitelta”, jossa verkon välityksellä saa jonkin-laisen käsityksen ehdokkaan olemuksesta ja viestinnästä. Ylen foorumille pääseminen edellytti kuitenkin tiettyjen sääntöjen noudattamista. Osaltaan juuri nämä säännöt tuottivat tutkimissamme vaaligallerian videoissa yhdenmukaista ja perinteistä viestin-tää. Vaaligalleria ei myöskään muuttanut valtasuhteita siinä mielessä, että se olisi suo-sinut uudenlaisia ehdokkaita. Videot eivät myöskään rikastaneet vaaliviestintää uuden-laisilla viestinnän tyyleillä.

Ehdokkaiden osallistumisen osalta vaaligalleriassa on vielä kehittämisen varaa: vain 16 prosenttia kuntavaalien ehdokkaista tuotti ehdokasvideon vaaligalleriaan. Osalle ehdokkaista videolla esiintyminen ja videon kuvaaminen ylipäänsä saattoivat tuntua ylivoimaiselta tekniseltä haasteelta. Kyse voi olla myös yksityisyydestä. Omia kasvoja ei haluta tuoda videon kautta potentiaalisesti kenen tahansa nähtäväksi. Vaali-galleria suosiikin ehdokkaita, joilla on tietoteknisiä valmiuksia ja esiintymiskokemusta. Tämä voi olla jossain määrin sukupolvikysymys, sillä iäkkäämmät kansalaiset eivät vält-tämättä käy tekemässä tai katsomassa vaalivideoita.

Poliittisen viestinnän välineenä Ylen vaaligallerian videot tarjosivat siis melko ra-jatun ilmaisukanavan kuntavaaliehdokkaille. Ylen tiukka ohjeistus vaaligalleriavideoi-

den tekemiseen ohjasi kuntavaaliehdokkaita tietynlaiseen poliittiseen viestintään, eikä vaaligalleria siksi formaattina tarjoa mahdollisuuksia kovin monimuotoiseen sisältöön tai itseilmaisuuksiin. Vaaligallerian suorat vaikutukset poliittiseen viestintään saattavatkin olla vähäisempiä kuin Ylen tuotantotiimi antoi lausunnoissaan ymmärtää. Galleria oli 2017 vaaleissa vielä jokseenkin kömpelö, ajoittain tahattoman koominen ja amatöörimäinen katalogi ihmisiä. Sen perusteella ei saa kovin vakuuttavaa kuvaa suomalaisesta kuntademokratiasta. Tämä on toki palvelus demokratialle: ihmisillä on oikeus tietää ja nähdä, millaiset ihmiset heitä pyrkivät edustamaan, sekä arvioida heidän pätevyytään yhteisten asioiden hoitamiseen. Toisaalta juuri videoiden kotikutoisuus voi olla niiden valttikortti: ne luovat autenttisen kuvan ehdokkaista kiillotettujen ja editoitujen vaalimainosten sijaan. Parhaimmillaan vaalivideot voivat siis uudistaa poliittista viestintää ja raikastaa sitä, mutta pahimmillaan tyypistää viestintää entisestään. Kuntapoliittiset asiat eivät ole niin yksinkertaisia, että niitä pystyisi tiukasti rajatussa ajassa käsittelemään kattavasti.

Tulevaisuudessa on kiinnostavaa nähdä, millä tavalla vaaligalleria muuttaa muotoaan. Jos ehdokkaat hyödyntävät sosiaalisen median palveluita videolinkin jakamiseen, voi vaaligalleria toimia ehdokkaiden muun vaaliviestinnän tukena. Ensimmäisessä vaaligalleriassa Yle tarjosi jo videoiden jakomahdollisuuden Facebookiin ja Twitteriin. Ensimmäisellä kerralla Ylen vaaligallerian sisältö oli vielä melko sovinnainen, eivätkä ehdokkaat ottaneet suuria riskejä viestinnässään. Pekka Isotaluksen mukaan Suomessa näytetään arvostavan poliitikkojen esiintymisessä rauhallista puhetta, sujuvuutta ja jopa tiettyä muodollisuutta (Isotalus 2017, 165). Tämä näytti olevan myös vaaligallerian ehdokkainen mielestä toimiva vaaliviestinnän tapa. Myös YouTubeen vaaliviestintä näyttää Kotzin tutkimuksen perusteella vakiintuneen muotoon, joka suosii vakiintuneita poliittisia osanottajia ja perinteisiä viestinnän muotoja (Kotz 2012, 121).

Näyttääkin siltä, että vanhat medialogiikat ja vakiintuneet mediayhtiöt muovaavat voimakkaasti uusia media-alustoja ja niiden sisällöntuotantoa (Chadwick 2008, 208). On kuitenkin mahdollista, että vaaliehdokkaat ottavat oppia ensimmäisen vaaligallerian tuotoksista ja kehittävät jatkossa mielikuvituksellisempia tapoja hyödyntää videoformaattia erottuakseen muista ehdokkaista. Visuaalisesti kekseliäs ehdokas tai ehdokas, jolla on visuaalisen alan ammattilaisia taustajoukoissaan, pystyy hyödyntämään vaaligallerian mahdollisuuksia muita tehokkaammin. Chadwickin (2008, 208) sanoin erilaiset medialogiikat ovat jatkuvassa muutoksessa ja alttiita halkeamille.

 * Työryhmä koostui Tampereen yliopiston viestintätieteiden tiedekunnan opiskelijoista: Noora Hapuli; Saana Huhtala; Ida Kannisto; Paula Kaskimaa; Minea Koskinen; Petra Kotro; Aino-Maija Kupias; Valteri Kykkänen; Sirkka Laine; Mira Mannersola; Jannika Melkko; Säde Mäkipää; Jenni Niemelä-Nyrhinen; Reetta Rönkä; Sara Salmi; Tuija Siltamäki; Salla Syvänen ja Milla Talassalo.

Kirjallisuus

Bazerman, Charles (2002). *Genre and Identity: Citizenship in the Age of the Internet and the Age of Global Capitalism*. Teoksessa Coe, Richard; Lingard, Lorelei & Teslenko, Tatiana (toim.) *The Rhetoric and Ideology of Genre: Strategies for Stability and Change*. New Jersey: Hampton Press.

- Carlson, Tom & Strandberg, Kim (2007). Riding the web 2.0 wave: Candidates on YouTube in the 2007 Finnish National Elections. *Journal of Information Technology & Politics*, 5:2, 159-174, DOI: 10.1080/19331680802291475
- Chadwick, Andrew (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press.
- Fulwiler, Megan & Middleton, Kim (2012). After digital storytelling: Video composing in the new media age. *Computers and Composition*, 29(1), 39–50.
- Guerguieva, Vassia (2018). Voters, MySpace, and Youtube: The impact of alternative communication channels on the 2006 election cycle and beyond. *Social Science Computer Review*. Volume 26, number 3, 288-300.
- Huovinen, Annamari (2013). *Poliittinen kansalaisuus intersektionaalisena identiteettinä vaaliesitteissä*. Helsinki: Aalto yliopisto.
http://epub.lib.aalto.fi/pdf/diss/Aalto_DD_2013_175.pdf
- Isotalus, Pekka (2017). *Mediapoliitikko*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kaid, L. L. (2008). *Handbook of Political Communication Research*. New York: Taylor & Francis.
- Kakkuri-Knuuttila, M. (1998). *Argumentti ja kritiikki: Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. Helsinki: Gaudeamus.
- Klotz, Robert J. (2010). The sidetracked 2008 YouTube senate campaign. *Journal of Information Technology & Politics*, 7:110-12.
- Kroon, Åsa & Eriksson, Göran (2016). Messy interviews: Changing conditions for politicians' visibility on the web. *Media, Culture & Society* 2016, Vol 38(7), 1015–1033. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443716635865>
- Miller, Carolyn M. (2014). Foreword: Rhetoric, technology and the pushmi-pullyu. Teoksessa: Selber, Stuart A. (toim.): *Rhetorics and Technologies: New Directions in Writing and Communication*. Columbia: University of South Carolina Press.
- Vesnic-Alujevis, Lucia & Van Bauwel, Sofie (2014). YouTube: A Political Advertising Tool? A Case of the Use of YouTube in the Campaign for the European Parliament Elections 2009. *Journal of Political Marketing*, 13: 195-212.

Tausta-aineisto

Blencowe, Annette: "Ylen vaalivideoita katsottu jo yli puoli miljoonaa kertaa", Yle 03.04.2017. <http://yle.fi/uutiset/3-9543972>.

Ehdokaskone, Yle. <https://ehdokaskone.yle.fi/#/public/faq>

Mäntymaa, Eero: "Vaaligalleria tulee taas - Yle avaa kymmenille tuhansille vaaliehdokkaille mahdollisuuden omaan videoon" Yle, 01.02.2017 <http://yle.fi/uutiset/3-9434896>

Salminen, Juha, Ahonen, Marika, Ryynänen, Jarkko ja Pokkinen, Paula: "Toimittajalta: Kolme kysymystä Ylen vaalikoneen ja Vaaligallerian kulisseista" Yle, 05.04.2017. <http://yle.fi/uutiset/3-9495798>

Tilastokeskus: "Kunnallisvaalit 2017, ehdokasasettelu ja ehdokkaiden tausta-analyysi" http://tilastokeskus.fi/til/kvaa/2017/01/kvaa_2017_01_2017-03-31_tau_001_fi.html

Liite**1.****Taulukko 1.** Vaalivideoista koodatut retoriset elementit

Pätevyyden ilmaukset	Pätevyyden sanallinen kuvaus (ammatti, koulutus, perhetausta, kokemus)	Pätevyyden kuvallinen ilmaisu				
Identiteetin ilmaukset	Identiteetin sanallinen ilmaiseminen	Identiteetin kuvallinen ilmaisu				
Poliittiset tavoitteet	Mikä tässä vaalissa on tärkeää (sanallisesti ilmaistuna)?	Mikä tässä vaalissa on tärkeää (kuvallisesti ilmaistuna)?	Kenen asialla ehdokas sanoo olevansa?	Kenen asialla ehdokas ilmaisee kuvallisesti olevansa?		
Kuvauksen toteutus	Kuvauksen suunta (yläviisto, vaakataso, alaviisto)	Kuvauksen vakaus tai tärinä	Valaistus (Vastavalo, pimeä huone, ulkova-laistus, keltauisuus)	Ehdokkaan näkyminen (Kasvot, lähikuva, puolilähikuva jne.)	Kuvaaja ja väline (kännykkä, tietokone, käsivara, toinen kuvaaja)	Ajastus (esim. tyhjää alussa tai aika loppuu kesken)
Visuaaliset elementit	Tila, jossa kuvattu (ulkona, sisällä, parvekkeella)	Tausta (Puisto, tori, kirjahylly, valkoinen seinä)	Esineet, jotka näkyvät videossa	Eläimet, jotka näkyvät videossa		

Viitteet

¹ Eero Mäntymaa, "Vaaligalleria tulee taas - Yle avaa kymmenille tuhansille vaaliehdokkaille mahdollisuuden omaan videoon" Yle, 01.02.2017. (<http://yle.fi/uutiset/3-9434896>)

² Tilastokeskus: *Kunnallisvaalit 2017, ehdokasasettelu ja ehdokkaiden taustanalyysi*, (http://tilastokeskus.fi/til/kvaa/2017/01/kvaa_2017_01_2017-03-31_tau_001_fi.html) (Luettu 10.4. 2017)

³ Tieto on saatu Ylen vaaligallerian tuottajalta Juho Salmiselta.

⁴ Juho Salminen, Marika Ahonen, Jarkko Rynänen ja Paula Pokkinen. "Toimittajalta: Kolme kysymystä Ylen vaalikoneen ja Vaaligallerian kulisseista" Yle, 05.04.2017 <http://yle.fi/uutiset/3-9495798>. (Luettu 11.4.2017)

⁵ Eero Mäntymaa, "Vaaligalleria tulee taas - Yle avaa kymmenille tuhansille vaaliehdokkaille mahdollisuuden omaan videoon" Yle, 01.02.2017 (<http://yle.fi/uutiset/3-9434896> , luettu 10.4.2017)

⁶ Vaaliviestinnästä YouTubessa ovat kirjoittaneet Lucia Vesnic-Alujevis & Sofie Van Bauwel 2014; Tom Carlson & Kim Strandberg 2007.

⁷ Valitsimme aineistomme ennen vaaleja 27.3.2017 alkaen, jonka jälkeen vaaligalleriaan ilmaantui vielä uusia videoita vaalipäivään 11.4.2017 saakka. Uusia videoita emme kuitenkaan ottaneet mukaan tutkimusaineistoon.

⁸ Koodauksen ensimmäisessä vaiheessa tarkastelimme myös vaaligallerian videoiden narratiivisuutta, mutta päädyimme rajaamaan tämän pois lopullisesta analyysistä, sillä narratiivisuutta rajoitti voimakkaasti vaaligalleriaformaatin kysymys-vastaus-muoto ja vastausajan lyhyys.

⁹ Eero Mäntymaa, "Vaaligalleria tulee taas - Yle avaa kymmenille tuhansille vaaliehdokkaille mahdollisuuden omaan videoon" Yle, 01.02.2017 (<http://yle.fi/uutiset/3-9434896>, Luettu 10.4.2017).

¹⁰ Ehdokaskone, Yle (<https://ehdokaskone.yle.fi/#/public/faq> Luettu 12.4.2017)

¹¹ Ehdokaskone, Yle (<https://ehdokaskone.yle.fi/#/public/faq> Luettu 12.4.2017)

¹² Lähde: Juho Salmisen sähköpostihaastattelu.

¹³ 30 sekuntia on vakiintunut formaatti, joka dominoi amerikkalaista politiikkaa institutionaalisella media markkinoilla. Ongelmana on, että 30 sekuntia mahdollistaa erittäin niukan selityksen politiikasta (Klotz 2012, 113)

¹⁴ Lähteet: Ylen ehdokaskoneen ohjeet (<https://ehdokaskone.yle.fi/#/public/faq> Luettu 12.4.2017) ja Juho Salmisen sähköpostihaastattelu.

¹⁵ Hyödynnämme analyysissä koodauksia videoiden **visuaalisista elementeistä** kuvaustilat, taustat ja rekvisiittaa (*esineet ja eläimet*) (Taulukko 1). Tarkastelimme lisäksi hyödynsivätkö ehdokkaat visuaalista kerrontaa ilmaistessaan pätevyyttään, identiteettiään tai poliittisia tavoitteitaan.

¹⁶ Teknistä toteutusta kartoitimme **videoiden toteutuksen** koodauksessa, jossa tarkastelimme kuvauksen suuntaa, kuvauksen vakautta tai tärinää, valaistusta, ehdokkaan kehon näkymistä, kuvaajaa ja väli-
nettä sekä ajastusta (ks. Taulukko 1).

¹⁷ Myös vaaligalleriaa tuottanut Ylen tiimi raportoi teknisistä ongelmista, joita ehdokkaat olivat kohdanneet. <http://yle.fi/uutiset/3-9495798> (Luettu 11.4.2017)

¹⁸ Eero Mäntymaa, "Vaaligalleria tulee taas - Yle avaa kymmenille tuhansille mahdollisuuden omaan videoon" Yle, 01.02.2017 <http://www.yle.fi/uutiset/3-9434896> (Luettu 21.4. 2017)