

## Tutkimusesittely

### Poliittiset kuplat totuudenjälkeisessä ajassa

Poliittinen viestintä on kokenut voimakkaan muutoksen viimeisen kymmenen vuoden aikana. Paitsi kansalaiset, myös poliittiset päätöksentekijät ovat viime vuosina ottaneet sosiaaliset verkostopalvelut, erityisesti Twitterin ja Facebookin, keskeisiksi poliittisen viestinnän ja vaikuttamisen areenoiksi. Nykyään länsimaissa valtaosa poliitikoista hyödyntää sosiaalista mediaa omassa työssään, mikä myös mahdollistaa viestimisen suurille ihmisjoukoille irrallaan perinteisistä median toimijoista. Vielä kymmenen vuotta sitten olisi tuntunut lähes uskomattomalta ajatukselta, että esimerkiksi Yhdysvaltojen presidentti Donald Trump voi lähes päivittäin itse jakaa enemmän tai vähemmän pohdittuja mielipiteitään politiikasta suoraan kansalaisille. Vaikka Suomessa ei ole vielä tapahtunut täysin vastaavaa, on selvää, että *neljännen valtiomahdin* asema on muuttunut myös täällä ja erilaiset vaihtoehtoiset mediat ovat saaneet jalansijaa. Nimenomaan populististen puolueiden on väitetty tuntevan kaikkein suurinta epäluottamusta suurilla mediatoimijoita kohtaan. Tätä epäluottamusta perinteistä mediaa kohtaan kylvetään ja levitetään erityisesti vaihtoehtomedian ja poliitikkojen sosiaalisen median toiminnan kautta.

Tutkimme Poliittiset kuplat ja media -hankkeessa eri puolueiden kannattajien ja jäsenten mediakäyttämistä ja luottamusta mediaan. Kattavien aineistojemme avulla pystymme identifioimaan keitä ovat mediakriittiset ihmiset ja selvittämään heidän puoluekantansa sekä poliittiset asenteensa. Hanke on ainutlaatuinen, koska se pohjautuu laajoihin ja edustaviin kyselyaineistoihin, joita ei ole koskaan aikaisemmin ollut suomalaisten yhteiskunta- tai viestintätieteilijöiden käytössä. Hanke jakaantuu kahteen osaan, joista ensimmäinen on selkeämmin kuvaileva ja yleistä tietoa tuottava. Tässä osiossa tutkimme neljää teemaa: 1) puolueiden kannattajien ja jäsenten median käyttö, 2) media-ammattilaiset puolueiden jäseninä ja kannattajina, 3) eri puolueiden kannattajien ja jäsenten luottamus mediaan, 4) median muuttuvat teknologiset käytännöt kansalaisten sekä politiikan näkökulmasta. Toisessa osassa pyrimme selittämään puolueiden välisiä eroja erilaisilla mittareilla ja menetelmillä. Osion alla on neljä erilaista teemaa: 5) mediakriittisten toimijoiden verkostot 6) sosiaalisen median käyttö poliittisiin tarkoituksiin 7) tiedekriittisyyden ja mediakriittisyyden yhteys ja 8) tiedon ja osaamisen merkitys politiikassa.

Jäseniä tutkimme vuoden 2016 aikana kuudelta suurimmalta eduskuntapuolueelta kerätyn yli 12 000 vastaajan aineiston avulla. Toisena tutkimusaineistona käytämme

keväällä 2017 kerättyä väestötasolla edustavaa kyselytutkimusta. Kyselyaineistojen lisäksi käytämme aineistona myös poliittisten toimijoiden sosiaalisen median verkostotietoja, jotka on kerätty keväällä 2017 kansanedustajien Twitter-tileistä. Twitterin seuraaja- ja seuraamistiedot tarjoavat erinomaisen aineiston puolueiden välisten mediasuhteiden analysoimiseen.

Hanketta johtaa dosentti Arttu Saarinen. Tutkimusryhmässä mukana ovat VTM Aki Koivula, VTM Ilkka Koiranen, FT Sanna Malinen ja VTT Teo Keipi. Varsinaisen tutkimusryhmän lisäksi mukana on eri taustan omaavia yhteistyökumppaneita eli sosiaalitieteilijöitä, viestinnän tutkijoita ja politiikan tutkijoita. Projektin toteuttamispaikkana on Turun yliopiston taloussosiologian oppiaine. Hanketta rahoitti aiemmin Kunnallisalan kehittämissäätiö ja tällöin teemana oli poliittisten puolueiden jäsenten verkostot. Nyt rahoittajana hankkeessa on HS-säätiö. Hanke toteutetaan syyskuun 2017 ja elokuun 2019 välisenä aikana.

**Lisätietoa ja julkaisulista:** <https://blogit.utu.fi/poliittisetkuplat/>.