

Telesioesiintyminen, mediaretoriikka ja poliittinen vaikuttaminen

AINO SALLINEN-KUPARINEN

ABSTRACT

Television, media rhetoric, and political influence: the role of speech communication in political telecasts.

The present article discusses the role and impact of television and candidates' speech communication skills on the electorate in political telecasts. The role of television in political elections is discussed and the constructs of political communication, presidential rhetoric and media rhetoric are introduced. The impact of telecasts on political attitudes, political learning and voting decision is analyzed and the role of television in the image-making of politicians is illustrated. To explain the relationship between delivery and effects of television, a series of applications of cognitive theories and attribution theory is proposed. Empirical data concerning President Mauno Koivisto's communicator style and the credibility of the chairmen of the Finnish parties in telecasts in the 1987 parliamentary election are reported. Findings on the effects of delivery are analyzed in the light of characteristics of television as a medium. Finally, the question of whether televised campaigns emphasize candidate imagery rather than political issues is discussed. Apart from Finland, the article provides examples from Sweden, Iceland, Great Britain, Italy, Egypt, Libya, Israel, the United States and the Soviet Union.

Telesio on ollut tärkeä poliittisen vaikuttamisen väline jo liki 30 vuoden ajan. Telesio vaikuttaa katsojien tietoon politiikasta, muokkaa heidän maailmankuvaansa, ihastuttaa ja vihasuttaa. Se nostaa esiin kyvykkäitä esiintyjä ja paljastaa armottomasti epäonnistumiset.

Telesion vaikutus huipentuu politiikassa vaalikampanjoihin. Äänestäjien valtaosa elää vaalit joukkoviestinten välityksellä: seuratessaan vaaleja edeltäviä keskusteluja ja vaalien jälkeisiä tulospalveluohjelmia. Voidaankin aiheellisesti kysyä, koetaanko politiikan sähköisimmät hetket nykyään telesiostudioissa.

Poliittisen viestinnän tutkimuksissa telesio-

la on voitu osoittaa olevan vaikutusta poliittisten asenteiden muotoutumiseen ja äänestyskäyttäytymiseen. Vaikutus johtui 1940-luvun lopulla ja 1950-luvun alussa etupäässä välineen uutuudesta. Millaisia vaikutuksia telesiossa on politiikkaan nykyään, jolloin sen uutuusarvo on laskenut ja jolloin siitä on tullut osa jokapäiväistä tiedonvälitystä? Kasvaako itse viestimen ja sen ilmaisukielen vaikutus, korostuuko sopivan esiintymisen merkitys ja jos korostuu, johtaako se yhä voimistuvaan imago-äänestämiseen?

Tämän artikkelin päätavoitteena on selvittää, mitä vaikutuksia poliitikkojen telesioesiintymisellä on vaalituloksiin ja äänestäjien poliittisiin

asenteisiin. Tarkastelen aihetta puheviestinnän ja osittain myös tiedotusopin tutkimusten valossa. Näkökulmani on näin ollen viestintätieteellinen. Keskityn pohtimaan esiintymisen merkitystä sosiaalisen vaikuttamisen ja television ilmaisukielen kannalta. Viitekehukseksi esittelen vaikutustutkimusten päälinjoja osoittaakseni, millaiseen monimuuttujakenttään televisioesiintymisen vaikutukset sijoittuvat.

Television tulo politiikkaan

Television tulo poliittisiin vaalikampanjoihin ajoittui useissa länsimaissa 1950- ja 1960-luvun taitteeseen. Englannin ensimmäiset televisiovaalit pidettiin 1959, Ruotsin ja Yhdysvaltojen 1960. Suomessa poliittiset puolueet aloittivat radioesiintymisensä jo Hella Wuolijoen pääjohtajakaudella, mutta ensimmäiset televisioesiintymiset nähtiin v. 1960. Kaksi vuotta myöhemmin televisiossa keskustelivat presidenttiehdokkaat Urho Kekkonen, Rafael Paasio ja Emil Skog sekä eduskuntavaaleihin valmistuvien puolueiden edustajat. Television katsotaan vakiinnuttaneen asemansa vaalikampanjavälineenä maassamme vuoteen 1966 mennessä. (Pesonen 1972 ja Sisätö 1977.) Television vaikutus maamme presidentinvaaleihin on sen sijaan vielä nuorta: ensimmäiset kiistattomat näytöt kirjattiin vuoden 1982 vaaleista.

Television poliittisten vaikutusten klassisimpiin esimerkkeihin kuuluu v. 1960 televisioitu neljän ohjelman sarja, jossa John F. Kennedy ja Richard Nixon väittelivät ensimmäisinä amerikkalaisina presidenttiehdokkaina suorassa televisiolähetyksessä. Väittelyiden vaikutus ulottui myös Yhdysvaltojen ulkopuolelle, sillä ohjelmat välitettiin Kanadaan ja paria päivää myöhemmin mm. Saksaan ja Japaniin (Freeley 1976). Ennen televisioväittelyitä Kennedy ja Nixon olivat mielipidemittausten mukaan miltei tasoissa. Väittelyiden jälkeen tehdyt tutkimukset osoittivat varsin yhdenmukaisesti, että Kennedyn voittoon vaikutti ratkaisevasti hänen taitava televisioesiintymisensä. Television tulkittiin vahvistaneen Kennedyn henkilökuvaa. Sen sijaan pelkästään äänen perusteella Kennedystä ei muodostunut yhtä myönteistä mielikuvaa: radiokuuntelijat pitivät väittelyitä tasapelinä (Katz & Feldman 1962).

Suoraava presidentinvaalikampanjaan kuulu-

va televisioväittely käytiin vasta 1976, silloin Jimmy Carterin ja Gerald Fordin välillä. On väitetty, että 16 vuoden tauon aikana presidenttiehdokkaat eivät uskaltaneet suoriin väittelyihin, koska niiden mahdista oli saatu näyttöä edellisten vaalien aikana. Presidenttiyttä tavoittelevilla Carterilla ja Fordilla ei kuitenkaan ollut mahdollisuutta kieltäytyä osallistumasta, sillä televisiosta oli jo tullut sivuuttamaton kampanjaväline. Jimmy Carterin ja Ronald Reaganin väittelyt 1980 osoittivat, että väittelyt ovat näkyvä ja pysyvä osa amerikkalaista presidentinvaalikampanjaa — jopa niin näkyvä, että kriittisimmät ovat luonnehtineet niiden vaikutuksia myyteiksi (esim. Auer 1981).

Amerikkalaismallista televisioväittelyä on yritetty kotiuttaa israelilaiseen politiikkaan. Israelin ensimmäiset televisioväittelyt käytiin 1977 ja 1981 Likudia edustaneen Menachem Beginin ja työväenpuolueiden edustajana olleen Simon Peresin välillä. Väittelyiden vaikutuksesta vaalien tuloksiin ei ole toistaiseksi käytettävissä arvioita; tähän mennessä on analysoitu Beginin ja Peresin väittelystrategioiden eroja (Caspi 1986). Väittely on dramaattinen viestintätilanne, jossa vaaleihin osallistuvien pääehdokkaiden konfrontaatio on mahdollisimman vahva. Siksi väittely sopii poliittisesti vahvasti polarisoituneisiin maihin — kuten Israeliin — sekä yhdysvaltalaiseen kaksipuoluejärjestelmään. Monipuoluejärjestelmissä vaihtoehtona on järjestää keskusteluja tai haastatteluja; niissä sähköisiä vastakkainasetteluja syntyy vain sattumoisin.

Television merkitys kasvoi myös Italian parlamenttivaaleissa 1983 (Mazzoleni 1987). Islannin tämänkeväisten eduskuntavaalien ehdokaskampanjoissa käytettiin näkyvästi televisiomainontaa. Aivan viime aikoina on ollut havaittavissa television tekevän entistä selvemmin tuloaan myös neuvostopoliitiikkaan. Osoitus Neuvostoliiton poliittisessa tiedonvälityksessä tapahtuneesta käänteestä saatiin Mihail Gorbatšovin lokakuussa 1985 Ranskaan tekemän vierailun yhteydessä. Gorbatšov esiintyi tuolloin ensimmäisenä neuvostojohtajana 25 vuoteen julkisessa lehdistötilaisuudessa, joka näytettiin myös neuvostoliittolaiselle televisioyleisölle. Puoluejohtajan ulkomaisen lehdistötilaisuuden televisiointi oli ensimmäinen Neuvostoliiton historiassa. (Helsingin Sanomat 6. 10. 1985.) Uutta tiedotuslinjaa

jatkoi Geneven huippukokouksen uutisointi sekä Reaganin ja Gorbatsšovin uudenvuodentervehdyksen vaihto viime vuonna.

Poliittinen viestintätutkimus, presidenttiretoriikka ja mediaretoriikka

Poliittinen viestintätutkimus alkoi muotoutua omaksi monitieteiseksi tutkimusalakseen 1970-luvun alkuvuosina. Vuosikymmenen loppupuolella tultaessa tutkimuksissa oli Sisätön (1977) mukaan keskitytty erittelemään viestinnän sisältöä, vaalikampanjoita ja äänestyskäyttäytymistä, joukkoviestinnän vaikutuksia sekä viestinten, poliittisten päätöksentekijöiden ja yleisen mielipiteen välistä vuorovaikutusta.

Nykyistä yhdysvaltalaista poliittisen viestinnän tutkimusta leimaa Meadowin (1985) mukaan viestinten, erityisesti television roolin ja vaikutusten tutkiminen. Tieteellinen mielenkiinto on lisäksi tapahtumakohtaista: se suuntautuu voittopuolisesti vaalikampanjoihin. Suomessa tähän tutkimusperinteeseen liittyvät saumattomimmin Oksasen v. 1982 pidettyjen presidentinvaalien sekä vuoden 1983 eduskuntavaalien vaaliohjelmien vaikutuksista tekemät selvitykset (Oksanen 1982 ja 1983).

Omaksi poliittisen kommunikaatiotutkimuksen alalajikseen on kehittynyt ns. presidenttiretoriikka.¹ Se tutkii presidenttien julkista vaikuttamista ja sen yhteyttä presidentin vallankäyttöön (Windt 1984 ja Windt & Ingold 1983). Tyypillinen esimerkki presidenttiretoriikan tutkimuskohteista ovat presidenttien puheet. On esimerkiksi analysoitu, minkälaisilla vetoimuksilla Anwar Sadat pyrki tavoittamaan kuulijansa Israelin parlamentissa v. 1977 pitämässään historiallisessa puheessa (Ross 1980).

Presidenttiretoriikan suosituimpia tutkimusaiheita ovat televisioväittelyt.² Varsinkin tuoreim-

¹ Suosituin yhdysvaltalaisen presidenttiretoriikan tutkimuskohde on ollut Nixonin retoriikka. Se johtunee osittain siitä, että hän käsitteli usein puheissaan poliittisesti tärkeitä teemoja, mm. Vietnamiin ja Watergateen liittyviä kysymyksiä. Myös Lyndon Johnsonin retoriikasta on tehty useita selvityksiä. (Windt 1984.)

² On laskettu, että väittelyistä oli ilmestynyt vuoteen 1984 mennessä yli 200 tutkimusta (ks. tarkemmin Work 1985). Pääosa Carterin ja Fordin väittelytutkimuksista on julkaistu Krausin (1979) toimittamassa kirjassa *The Great Debates*. Presidenttiretoriikan kysymyksenasetteluihin liikeisesti liittyviä

missa tutkimuksissa on havaittavissa yhä voimistuva pyrkimys selvittää, mikä osuus televisiolla viestimenä on havaittuihin yleisövaikutuksiin. On siis alettu tutkia television sopivaa ilmaisua ja sen yhteyksiä vaaliohjelmien vaikutuksiin. Nimitän mediaretoriikaksi viestimille ominaisia vaikuttamiskeinoja.³

Vaaliohjelmien vaikutustutkimusten päälinjoja

Kuten edellisessä luvussa todettiin, television vaikutusta politiikkaan on tutkittu etupäässä vaalikampanjoiden yhteydessä. Tutkimuksissa on selvitetty vaaliohjelmien kognitiivisia, affektiivisia ja behavioraalisia seurauksia. On kartoitettu, millaisia vaikutuksia ohjelmien katselulla on äänestäjien poliittisen tiedon tasoon, millaisia tunne- ja asennevaikutuksia ohjelmilla on sekä miten ne vaikuttavat vaaleihin osallistumiseen ja äänestyspäätökseen.

Suosituimman vaaliohjelmien vaikutuksia kuvaavan selityksen mukaan katselu vahvistaa äänestäjien poliittisia käsityksiä (esim. Chaffee 1978, Lichtenstein 1982 ja Sears & Chaffee 1979). Selitys juontuu Klapperin (1960) klassisesta ns. minimivaikutusten mallista, jonka mukaan poliittinen viestintä pikemminkin vahvistaa kuin muuttaa vaikuttamisen kohteena olevien mielipiteitä. Taustalla on klassinen homeostaattinen, tasapainoteorioihin perustuva näkemys siitä, että ihmisellä on pyrkimys ottaa vastaan omaa kantaa tukevia sanomia ja välttää ristiriidassa olevia. Mallin mukaan television katselu on valikoivaa: katselun motiivina on oman maailmankuvan vahvistaminen. Vaaliohjelmiin sovellettuna malli merkitsisi sitä, että mitä enemmän katsoja seuraa oman ehdokkaansa tai oman puolueensa edustajan televisioesiintymistä, sitä vankkumattomammaksi hänen äänestyspäätöksensä tulee.

Toisen yleisen selityksen mukaan katsojilla on tarpeita, joita he tyydyttävät katselemalla televisiota. Tämä ns. gratifikaatio- eli tarpeidentyydyttämismalli perustuu aktiiviseen ihmiskäsitykseen: katsojia pidetään omia tarpeita tyydyttä-

teemoja tapaa myös aikakauslehdessä *Presidential Studies Quarterly*.

³ Huomautettakoon, että tämänhetkisen mediatutkimuksen mielenkiinnon suuntaa kuvaa hyvin se, että Oksanen (1986) tarkastelee uusimmassa kirjassaan television ja radion kielioppia ja etsii televisio-ohjelmille tyypillistä kieltä.

vien sanomien aktiivisina etsijöinä (esim. Comstock ym. 1978 ja Sanders & Kaid 1981). Tämän mallin mukaan katsojan ohjaa vaalilähetysten pariin esimerkiksi tarve saada tietoa kampanjan teemoista ja ehdokkaiden mielipide-eroista — miksei myös tarve kokea jännitystä.

Vaaliohjelmien on havaittu lisäävän katsojien tietoa politiikasta (esim. Oksanen 1982 ja 1983, Meadow & Jackson-Beeck 1978 ja Miller & MacKuen 1979). Esimerkiksi joka viides Carterin ja Fordin väittelyiden katsoja ilmoitti saaneensa runsaasti uutta tietoa väittelyiden välityksellä (Sears & Chaffee 1979). Tosin tiedonvälitysvaikutukseen skeptisestikin suhtautuvia mielipiteitä on esitetty: presidentinvaalien edellä lähetettyjen televisioväittelyiden on arvioitu lisäävän entisestään eri katsojaryhmien tiedonmäärässä olevaa juoppaa (ks. Bishop ym. 1978). Tiedonvälityksen ja katselun välistä monimutkaista suhdetta ovat pohtineet hienojakoisesti mm. Patterson (1980) ja Oksanen (1982 ja 1984). Vaikutussuhteen tarkempi analyysi paljastaa informatiivisen vaikutuksen olevan yhteydessä useisiin taustamuuttujiin, mm. koulutuksen määrään, poliittisen mielenkiinnon asteeseen ja muiden tiedonlähteiden käyttöön.

Vaalikeskustelujen vaikutusta on mitattu myös kiinnostuksen määrällä. Eri maissa tehdyt tutkimukset osoittavat vaalikeskustelujen olevan katsottuja. Jo v. 1966 televisioituja ohjelmia oli mahdollisuus seurata 64 %:lla suomalaisista (Pesonen 1972). Viime presidentinvaalien aikana lähetettyjä presidenttiehdokkaiden haastatteluja seurasi ainakin osaksi 98 % äänestäjistä (Oksanen 1982). Vuoden 1983 eduskuntavaalikeskusteluja katsoi neljä viidestä (Oksanen 1983).

Poliittisten vaikutusten kannalta on ratkaisevaa, lisäävätkö vaaliohjelmat äänestysaktiivisuutta ja onko niillä vaikutusta äänestyspäätökseen. Tutkiessaan viime presidentinvaaleja Oksanen (1982) havaitsi, että joka 10. katsoja arvioi vaalikeskustelujen vaikuttaneen myönteisesti vaaleihin osallistumiseen; joka 20. arveli katselulla olleen osavaikutusta. Vuoden 1983 eduskuntavaaliohjelmien katselun vaikutuksesta Oksanen (1983) sai selville seuraavaa: 3 % ilmoitti äänestyshalukkuutensa lisääntyneen erittäin huomattavasti, 11 % jossain määrin; 1 % jätti äänestämättä ohjelmat nähtyään ja 3 % kertoi äänestyspäätöksensä vahvistuneen.

Maassamme tehdyt kartoitukset viittaavat siihen, että television vaaliohjelmilla on suoraa vaikutusta vajaan 15 %:n äänestyspäätökseen. Viime presidentinvaalien aikaisilla ohjelmilla oli 8 %:n mielestä yksinomainen ja 5 %:n mielestä jonkinvertainen vaikutus heidän äänestyspäätökseensä (Oksanen 1982). Vuoden 1983 eduskuntavaalien jälkeen valtaosa (87 %) äänestäjistä ilmoitti, etteivät vaalikeskustelut vaikuttaneet heidän äänestyskäyttäytymiseensä. Sen sijaan 3 % piti ohjelmien vaikutusta keskeisenä ja 11 % osittaisena (Oksanen 1983). Välitöntä vaikutusta vaaliohjelmilla on havaittu olevan mm. sellaisiin katsojiin, jotka ovat kannastaan epävarmoja, jotka eivät ole puolueuskollisia tai jotka eivät ole muun uutistarjonnan suurkuluttajia (Oksanen 1982).

Television merkittävin vaikutus valitsijoihin lienee välillinen. Ns. agendahypoteesin (ks. esim. Bishop ym. 1978 ja Swanson & Swanson 1978) mukaan vaaliohjelmissa käsitellyillä teemoilla on taipumus muodostua katsojien poliittiseksi päiväjärjestykseksi. Ohjelmissa käsitelyjä aiheita pidetään tärkeinä ja niistä keskustellaan. Keskustelut taas käynnistävät sosiaalisen vaikutusprosessin (ks. esim. Lucas & Adams 1978), jonka aikana äänestäjät muokkaavat poliittisia mielipiteitään ja kypsyttävät äänestyspäätöstään. Tämä informaation suodatus- ja muokkausvaihe aiheuttaa viivettä viestinten vaikutuksiin.

Monimutkaisena ja pääsääntöisesti välillisen vaikutusprosessin lisäksi kausaalisuhteiden nimeämisen tekee vaikeaksi se, että useimmat television vaikutusta mittaavat tutkimukset on tehty vaaliohjelmien katsomisen jälkeen. Ne kuvastavat siis äänestyspäätöksen jälkeistä tilannetta (Roberts 1981). Varsin vähän on selvitetty sitä, mikä vaikutus joukkoviestimillä on ollut poliittisen kannan ja äänestyspäätöksen ehkä pitkälisenkin muotoutumisen aikana sekä sitä, miten eri viestimien vaikutukset kumuloituvat ja millä viiveellä. Vaaliohjelmien monisyinen vaikutus ei tule välittömästi esiin heti vaalien jälkeen tehdyissä poikkileikkaustutkimuksissa; vaikutuksen täydellinen vaihtelu ilmenee vasta ajan myötä.

Poliitikkojen esiintymistaidon merkitys

Useat tutkijat ovat nykyään sitä mieltä, että äänestämisen selitysteorioissa on otettava huomi-

oon sekä poliittis-ideologiset että affektiiviset tekijät. Äänestyspäätöksen määrää näin ollen äänestäjän sekä ehdokkaan ja puolueen välinen lyhin poliittis-ideologinen etäisyys sekä voimakkain tunnetasolla tapahtuva ehdokkaan ja puolueen hyväksyminen (Oksanen 1984). Tähän vaikutusprosessiin kietoutuu kiinteästi poliitikkojen esiintymistaito sekä sen perusteella tapahtuva mielikuvanmuodostus.

Esiintymistaidon tärkeyden tiedostamisesta kertoo se, että suurin vaalikampanjoihin kuuluu nykyään viestintästrategian suunnittelu. Esimerkiksi presidentti Reaganin valmensi televisioväittelyihin ryhmä, johon kuului myös viestinnän asiantuntijoita, mm. väittelyvalmentaja. Taustaryhmä loi televisioväittelyitä varten yksityiskohdallisen strategian, jonka mukaisesti valittiin mm. argumentointitaktiikat. Edward Kennedyn vaalikampanjan arvioitiin epäonnistuneen ennen kaikkea puutteellisen viestintästrategian takia (Devlin 1982).

Meidänkin maassamme koulutetaan suurimpien puolueiden ehdokkaita televisioesiintymiseen. SDP aloitti poliitikkojensa kouluttamisen televisioon jo v. 1958 (Vierikko 1985). Mainos-TV on ohjannut poliitikkojen televisioesiintymistä vuodesta 1969 lähtien.

Vuoden 1982 presidentinvaaleja seuranneiden mielipidetutkimusten mukaan eniten vaaliohjelmassa edukseen esiintyneeksi ehdokkaaksi osoitautui Kalevi Kivistö (Oksanen 1982). SKDL:n arveltiin välttyneen ennusteiden povaamasta suur tappiosta osittain Kivistön myönteisen esiintymisen ansiosta. Epäonnistuneina pidettiin sen sijaan Veikko Vennamo ja Raino Westerholmia. SMP:n ja SKL:n heikon vaalimenestyksen tulkittiin olleen yhteydessä puheenjohtajien esiintymiseen.

Myös vuoden 1983 eduskuntavaalikeskusteluissa mukana olleiden menestymisestä on käytävissä arvioita. KOK:n vaalitappion arveltiin osittain johtuneen Ilkka Suomisen epäonnistuneesta televisioesiintymisestä. Myönteisin mielikuva katsojille jäi Pekka Vennamosta. SMP:n äänistä 29 % oli peräisin vaalikeskustelujen jälkeiseltä ajalta, mikä selittynee suureksi osaksi Vennamon vakuuttavasta tv-esiintymisestä. (Oksanen 1983.)

Poliitikkojen televisioesiintymisellä on siis todettu olevan vaikutuksia vaalien tuloksiin. Ok-

sasen (1982) mukaan vaikutussuhdetta kuvaa se, että äänestäjien suhtautuminen esimerkiksi vaalikampanjassa käsitelyihin poliittisiin kysymyksiin ja keskustelunaiheisiin näyttää olevan yhteydessä valitsijoiden käsityksiin siitä, kuka esiintyi television vaaliohjelmassa edukseen. Oksasen havaintoja voi selittää kognitiivisten tasapainoteorioiden (ks. esim. Rainio & Helkama 1974) avulla: kuulijan myönteinen asennoituminen puhujaan lisää myönteisen asennoitumisen todennäköisyyttä myös puhujan esittämää asiaa kohtaan.

Kuka esiintyy edukseen, kuka voittaa väittelyn

Poliittisen viestinnän tutkijat ovat pohtineet, mitä televisionkatsojat tarkoittavat sanoessaan jonkun poliitikon onnistuneen tai epäonnistuneen vaaliohjelmassa tai nimetessään presidenttiehdokkaiden väittelyn voittajan. Arviointikriteerien tutkimista vaikeuttaa se, että katsojat eivät useinkaan tiedosta, mistä heidän vaikutelmansa muodostuvat. Tai vaikka tiedostaisivatkin, eivät välttämättä osaa pukea vaikutelmiaan sanoiksi.

Rowland (1986) on esittänyt kolme kriteeriä, joiden perusteella tv-väittelyn voittaja saataisiin selville. Hänen mukaansa taitavan väittelijän tunnistaa ensiksikin siitä, että tämä pystyy vastaamaan kysymyksiin tyhjentävästi. Yleisen käsityksen mukaan tehokas strategia olisi sellainen, että väittelijä sivuuttaa yksityiskohdat ja vastaa kysymyksiin vain hyvin yleisesti kampanjansa periaatteita esitellen.

Toinen arviointiperuste on evidenssin käyttö. Taitavaan poliittiseen argumentointiin kuuluu, että poliitikko ei pelkästään esitä väitteitä vaan pystyy tuomaan väitteittensä tueksi mahdollisimman vankkaa näyttöä.

Kolmas arviointiperuste on taito kumota vastapuolen väitteet. Tämäkin on osa argumentointitaitoa: kuulijoiden vaikuuttamiseen ei riitä pelkkä omien väitteiden perustelu. Ehdokkaan on osattava myös kumota toisten väitteet perustellusti.

Rowlandin esittämät arviointiperusteet nojaavat poliittiseen argumentointiin ja kuulijoiden sen perusteella ehdokkaasta tekemiin pätevyys- ja uskottavuuspäätelmiin. Teoreettisuutensa takia ne kuitenkin sopivat paremmin väittelytutkimuksiin kuin suuren yleisön käyttämiksi arviointiperus-

teiksi. Vancil ja Pendell (1984) suhteuttavat katsojien arviot huomattavasti laajempiin poliittis-ideologisiin yhteyksiin ja koko tiedonvälityksen kenttään. He olettavat seuraavien tekijöiden selittävän väittelyä voittoon:

1. Voittaja edustaa katsojien jo ennen väittelyä muodostamia ennakkokäsityksiä.
2. Voittaja on se ehdokas, jonka kanta vastaa parhaiten katsojan omia näkemyksiä.
3. Voittaja on se ehdokas, joka puolustautuu väittelyssä parhaiten.
4. Voittaja on se ehdokas, jonka persoonallisuus sopii parhaiten presidentiksi.
5. Voittaja on se, joka hyötyy enemmän vastapuolen kömmähdyksistä.
6. Voittaja on se, jonka tiedotusvälineet nimeävät voittajaksi.

Arviointiperusteista ensimmäinen edustaa jo aikaisemmin mainittua mielipiteen vahvistamis-hypoteesia. Kolmas taas viittaa väittelyssä paljastuviin taitoihin: taitoon analysoida vaaliteemoja, taitoon tehdä loogisia päätelmiä, taitoon esittää evidenssiä väitteiden tueksi, taitoon jäsentää sanottavansa johdonmukaisesti, taitoon kumota vastapuolen näkemyksiä ja taitoon esiintyä vakuuttavasti. Näihin taitokomponentteihin vaikuttaa sekä sisältö, esiintyminen että ehdokkaan persoonallisuus. Kuudes selitys lähtee siitä, että katsojien mielipide muokkautuisi ympäristön vaikutuksesta; katsojien uskotaan siis olevan manipuloitavissa.

Vancil ja Pendell arvelevat esittämiensä kriteerien toisaalta täydentävän toisiaan, toisaalta saatavan toimia täysin vastakkaisestikin. He korostavat arviointipäätösten monimutkaisuutta ja esittävät selvitetäväksi mm. seuraavia jatkokeskusteluyksiköksiä: Kuinka suuri osa katsojista päätyy arviointeihinsa milläkin perusteella? Jos kriteerit ovat ristiriidassa, asettaako äänestäjä ne johonkin hierarkkiseen järjestykseen. Syrjäyttääkö presidentti-imago väittelytaidot?

Attribuutioteoreettinen selitys esiintymisen vaikutuksiin

Jo pitkään on ollut tiedossa (ks. esim. Nimmo 1970), että äänestäjät tekevät päätelmiä poliitikkojen persoonallisista ominaisuuksista, esimerkiksi rehellisyydestä ja älystä. Päätelmät tehdään

— kuten yleensäkin sosiaalisessa kanssakäymisessä — lähinnä esiintymisen perusteella. Äänestäjä päättelee poliitikon äänenkäytön, kielenkäytön, sanattoman ilmaisun, käyttäytymisen ja ulkonäön — jopa pukeutumisen — perusteella, millainen tämä on luonteeltaan ja persoonallisuudeltaan. Päätelmät taas puolestaan kietoutuvat poliittisiin päätöksentekoprosesseihin.

Telesioesiintymisen vaikutusta katsojien poliitikoista tekemiin päätelmiin voidaan tarkastella Kelleyn (1967) attribuutioteorian valossa. Attribuutioteoria selittää, miten ihmiset tulkitsevat tietoa omasta ja muiden käyttäytymisestä tekemällä päätelmiä tapahtumien syistä. Attribuutiot eli toiminnan selitykset ovat erilaisia sen mukaan, ovatko ne toimijan eli aktorin vai toimintaa seuraavan eli observoijan tekemiä. Toimijoilla on taipumus selittää toimintaansa tilannetekijöillä; observoijat taas ovat taipuvaisia selittämään havaitsemansa toiminnan aktorin pysyvistä piirteistä johtuviksi (Street 1985). Televisionkatsoja on aina observoija. Toisaalta hän ei ole pelkkä passiivinen havainnoija, vaan hän reagoi esiintyjiin ja tekee päätelmiä heidän käyttäytymisensä perusteella.

Tutkittaessa poliitikkojen televisiohaastatteluja on havaittu katsojien selittävän poliitikkojen tilapäisetkin epäonnistumiset haastateltavista, ei niinkään haastattelijoiden tai haastattelutilanteesta johtuviksi. Yhtenä esimerkkinä ovat haastatteluisissa tapahtuneet puheenvuoronvaihtumisrikkereet, joiden voidaan tulkita heijastelevan vallankäytön jakautumista keskustelussa. Beattie (1982) analysoi puheenvuorojen vaihtumista Margaret Thatcherin ja Jim Callaghanin televisiohaastatteluisissa. Yleisen käsityksen mukaan Thatcher dominoi haastatteluja ja Callaghan on joviaali. Puheenvuorojen vaihtumisen seuraaminen paljasti kuitenkin, että haastattelijat keskeytti Thatcherin kaksi kertaa useammin kuin haastateltavat keskeyttivät hänet. Callaghan keskeytti haastattelijansa useammin kuin hänet keskeytettiin. Thatcherin ei siis voitu katsoa dominoineen haastattelua. Thatcheristä vallalla olevan hallitsevuusvaikutelman Beattie arvelee johtuvan siitä, että Thatcher pitää sinnikkäästi saamansa puheenvuoron ja voittaa päällekkäispuhumistilanteet.

Viime presidentinvaalimme yhteydessä julkisuudessa esitettiin runsaasti attribuutioita ehdok-

kaista: »näissä TV-aikakauden vaaleissa ihmisen luonne tulee selvästi esiin» (Seura 29. 1. 1982). Esimerkiksi Kalevi Kivistön ja Mauno Koiviston pääteltiin olevan rauhallisia ja harkitsevia poliitikkoja. Tuskin on sattuma, että heidän puheta-
pansa oli varkkaisempi kuin muiden televisiohaastatteluisissa esiintyneiden ehdokkaiden. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksella tehdyt reaktioaikamittaukset osoittavat, että Kivistö odotti keskimäärin 1,5 sekuntia, ennen kuin aloitti vastauksensa haastattelijoiden kysymyksiin. Toiseksi pisin odotusaika oli Mauno Koivistolla (0,9 sek) ja kolmanneksi pisin Jan Magnus Janssonilla (0,8 sek). Lyhimmät reaktioajat mitattiin Veikko Vennamon ja Johannes Viro-laisen haastatteluista. Puhe- ja reagointirytmiliene vaikuttanut persoonallisuuspäätelmiin.

Lehdistössä esitettiin runsaasti tulkintoja Mauno Koiviston persoonallisuudesta hänen esiintymistapansa perusteella. Koivistoa luonnehdittiin ujoksi (Seura 29. 1. 1982) ja vaatimattomaksi (Kansan Uutiset 20. 1. 1982) sekä vähäeleiseksi persoonaksi (Kouvola Sanomat 20. 1. 1982). Hänen esiintymisensä herätti kuitenkin luottamusta (Keski-suomalainen 20. 1. 1982). Koivistosta tehdyt havainnot näyttävät olevan ristiriidassa esiintymistaidon merkityksestä edellä esitettyjen huomioiden kanssa. Tarkastelen seuraavaksi tarkemmin tätä paradoksia.

Presidentti Koiviston esiintymistyylillä strategisen hiljaisuuden mysteeri?

Sekä mielipidetutkimusten (Oksanen 1982) että lehdistökommenttien mukaan televisiokatsojat eivät pitäneet Mauno Koiviston presidentinvaalien aikaista televisioesiintymistä onnistuneena. Kuitenkin hänet valittiin presidentiksi. Voidaan kysyä Vancilia ja Pendeliä (1984) mukaillen, syrjäyttääkö presidentti-imago esiintymistaidon.

Presidentti Koiviston viestintätyyliä havainnollistaakseni järjestin testin, jossa pyysin äidinkielen opettajia (N = 44) arvioimaan presidentin esiintymistä MTV:n henäkuussa 1984 lähettämän haastattelun perusteella. Käyttäen arviointiasteikkoa 1—5 opettajat pitivät presidentin viestintätyyliä lämpimähkönä ($\bar{X} = 3.5$) sekä enemmän avoimena kuin sulkeutuneena ($\bar{X} = 3.2$). Esiintyminen vaikutti lisäksi harkitsevalta ($\bar{X} = 4.5$). Esiintymistä leimasi ilmaisun niukkuus ($\bar{X} =$

2.1), vaivautuneisuus ($\bar{X} = 2.0$), innostamattomuus ($\bar{X} = 2.4$) sekä passiivisuus ($\bar{X} = 2.4$). Viestintätyyli herätti kuitenkin luottamusta ($\bar{X} = 3.8$). Vaikka otos oli hyvin pieni, arviointitulokset täsmäivät harkitsevuus- ja luottamusvaikutelmien osalta Oksasen (1982) laajan aineiston tulosten kanssa. Samoin ne myötäilevät presidentistä lehdistössä esitettyjä luonnehdintoja.

Koiviston esiintymistyylillä näyttää olevan täydellinen vastakohta amerikkalaisille esiintymisarvostuksille. Presidentti Reaganin esiintymistaidon vaikutusta on selitetty mm. ns. preesenshypoteesin avulla. Sen mukaan Reagan osaa esiintyä televisiolähetyksissä niin latautuneesti, että katsojalle tulee vahva tunne hänen läsnäolostaan (Blankenship ym. 1983). Täysin päinvastainen tyyli puhuttelee suomalaisia: poissaolevalta ja vaivautuneelta vaikuttava presidentti herättää luottamusta.

Presidentti Koiviston esiintymistyylillä esitettyjen arviointien voi tulkita heijastelevan sekä suomalaisessa puhokulttuurissa vallitsevia julkisen esiintymisen ihanteita että presidentin rooliin liittyviä odotuksia. Toisin kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa, puhumisen määrä ei Suomessa vaikuta lineaarisesti henkilöhavaintojen suopeuteen. Enemmän kuin puheen määrää meillä arvostetaan harkittua puhetta.

Presidenttiyteen kietoutuu niin monia vaikutusyhteyksiä, että niiden selittämiseen eivät riitä pelkästään ehdokkaan henkilökohtaiset ominaisuudet. Fisherin (1980) luonnehdinnan mukaan presidenttiyteen sulautuu retoriikkaa, poetiikkaa, politiikkaa, dialektiikkaa ja etiikkaa! Lieneekin niin, että mitä korkeammalle sosiaalisessa hierarkiassa mennään, sitä kauemmaksi loitonnutaan yksilön persoonallisista ominaisuuksista ja sitä enemmän vaikutusyhteydet abstrahoituvat. Julkisen esiintymisen kannalta tämä johtaa paradoksiin: toisaalta korkean statuksen haltijan pitäisi hallita esiintyminen — toisaalta esiintymistaidon heikkoudet kompensoituvat.

Presidentti Koiviston viestintätyylin paradoksia voi selittää myös vaikenemisen ja hiljaisuuden mystiikka. Brummet (1980) on kuvaillut ns. strategisen hiljaisuuden käyttöä politiikassa. Hänen mukaansa poliittista valtaa pidetään usein yllä tavalla, johon kuuluu vaikeneminen; vaikeneminen taas liittyy tavallisesti ns. matalaan profiiliin. Vaikeneminen synnyttää määrämerkityk-

siä. Sille annetaan mm. seuraavia selityksiä: mysteeri, epävarmuus, passiivisuus ja luopuminen. Strategista vaikenemisesta tulee silloin, kun puhetta olisi odotettu, mutta poliitikko pysyy hiljaa. Presidentin viestintätyylin paradoksaaliutta voitaisiin tutkia selvittämällä, minkä verran hänen esiintymisessään on strategisen hiljaisuuden retoriikkaa. Toisaalta hänen retoriseen profiiliinsa piirtynee suomalaisessa kulttuurissa syvällä olevaa hiljaisuuden ja vaikenemisen arvostusta. Kuten Lehtonen (1986) on sanonut, tietäjä saa vaieta. Tästä paradoksista syntyy luottamusta.

Poliitikon eetos

Yksi vanhimpia, jo Aristoteleen retoriikasta peräisin olevia käsitteitä on eetos, kuulijan muodostama käsitys puhujan luotettavuudesta. Luotettavuusvaikutelma syntyy monien tekijöiden, ennen kaikkea asiantuntemuksen ja esiintymisen perusteella (ks. tarkemmin Sallinen-Kuparinen 1986). Poliittisen viestinnän tutkimuksissa on esitetty oletus, jonka mukaan presidentin eetos eroaisi sekä muusta poliittisen viestinnän että henkilökohtaisen viestinnän eetoksesta (ks. Fisher 1980 ja Windt 1984). Edellinen presidentti Koiviston viestintätyylin tarkastelu tuki tätä oletusta epäsuorasti.

Luotettavuus näyttää olevan keskeisimpiä poliittisen vaikuttamisen selittäjiä. Se liittyy erottamattomasti politiikan vaikutusvoimaan. Esiintyjän luotettavuuden lisääntyminen ja väheneminen ovat yhteydessä televisio-ohjelman vaikutuksiin (Baggaley & Duck 1976). Paneelitutkimuksissa on voitu havaita äänestäjien tekevän ensin arvionsa ehdokkaan luotettavuudesta ja mukautuvan sen jälkeen luotettavana pitämänsä politiikan mielipiteisiin (Roberts 1981). Tutkiessaan radion ja television vaaliohjelmien perusteella syntyviä puolue mielikuvia Wiio ja Nordenstreng (1972) havaitsivat, että luotettavuus- ja miellyttävyysfaktorin selitysosuus yhteisvariassista oli n. 40 %. Puolueiden luotettavuusvaikutelmiin vaikutti ennen kaikkea televisio.

Viime presidentinvaalien aikaan televisioidussa suuressa vaalikeskustelussa arvioitiin Mauno Koiviston jälkeen luotettavimmiksi Harri Holkeri ja Johannes Virolainen (Oksanen 1982). Vuoden 1983 eduskuntavaalien luotettavimmaksi esiintyjäksi osoittautui Kalevi Sorsa (Oksanen 1983).

Millainen luotettavuusprofiili oli maaliskaalien aikaan television vaaliohjelmissa esiintyneillä ehdokkailla?

Saadakseni pohjaa myöhemmille tutkimuksille järjestin esikokeen. Pyysin koehenkilöitä (N = 35)⁴ arvioimaan, kuinka luotettavana he pitivät ennen suurta vaalikeskustelua televisioituja puoluejohtajien puheenvuoroja. Luotettavuutta mitattiin kolmella eri tavalla: ennakkomielikuvana, katselun aikaisena jatkuvana arviointina yleisöreaktioiden tutkimiseen kehitetyn pientietokoneverkon avulla⁵ sekä katselun jälkeisenä yleisvaikutelmana. Menettelyllä haluttiin testata sitä, muuttuuko luotettavuusvaikutelma esiintymisen perusteella. Mittauksessa käytettiin asteikkoa 1—7.

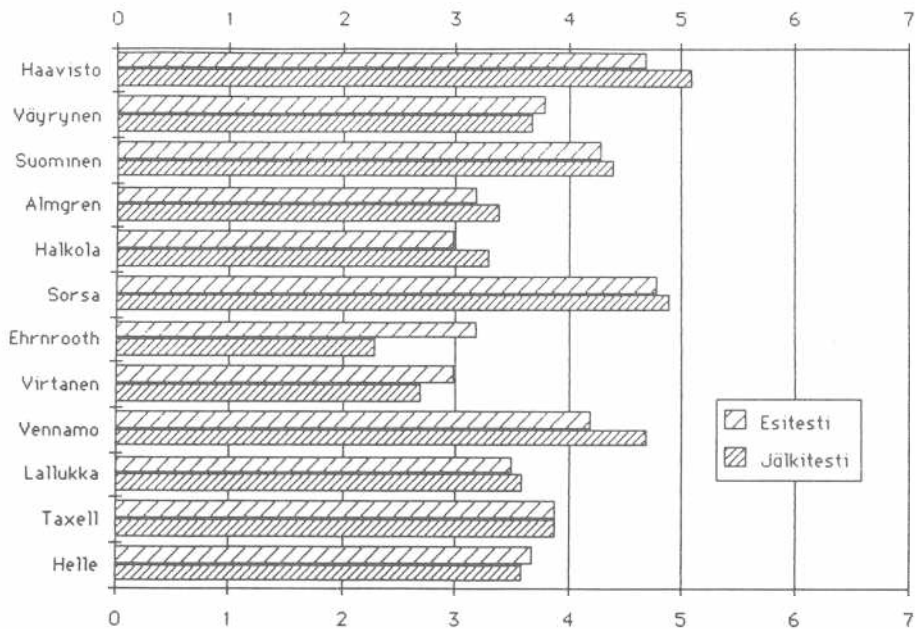
Kuviosta I käyvät ilmi esi- ja jälkitestin tulokset. Kuten on havaittavissa, luotettavimpana pidettiin ennakkoon Kalevi Sorsaa. Lähes yhtä luotettava mielikuva oli vihreiden Pekka Haavistosta. Seuraavaksi luotettavimpina pidettiin Ilkka Suomista ja Pekka Vennamo. Vähiten luotettaviksi osoittautuivat Kristiina Halkola, Yrjö Virtanen, Esko Almgren ja Georg C. Ehrnrooth.

Jälkitestistä osoitti, että eniten luottamusta onnistuivat lisäämään lyhyen puheenvuoronsa aikana Pekka Vennamo ja Pekka Haavisto. Ha-

⁴ Arvioijien ikä vaihteli välillä 20—54; keskimäärin he olivat 35-vuotiaita. Arvioijista oli naisia 20 ja miehiä 15. Useimmat olivat ylioppilastutkinnon tai korkeakoulututkinnon suorittaneita, mutta joukossa oli myös opisto- ja ammattikoulutuksen saaneita. Televisio-ohjelman katselu tapahtui kuukausi vaalien jälkeen.

Arvioijista n. 70 % oli sitä mieltä, että puolueet ovat viime aikoina lähentyneet toisiaan. Yhtä moni arvioi television vaikuttavan valitsijoiden käsityksiin poliitikoista enemmän kuin radion ja lehdistön. Televisioesiintymisen vaikutusta vaalitulokseen liioitellaan joka kolmannen mielestä, kahden kolmasosan mielestä ei. Noin 80 % uskoi puoluejohtajan vakuuttavan esiintymisen televisiossa saattavan lisätä puolueen äänimäärää. Televisioesiintymisen arveli vaikuttavan äänestyspäätökseen joka toinen. Noin 40 % oli sitä mieltä, että televisioesiintyminen voi vaikuttaa ehdokkaan mutta ei puolueen valintaan.

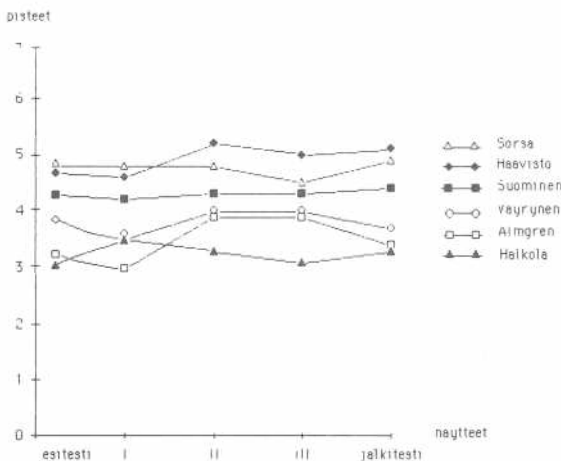
⁵ Testi järjestettiin Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen tietokonelaboratoriossa. Se on yleisöreaktioiden tutkimiseen suunniteltu laboratorio, jossa interaktiivisen pientietokoneverkon avulla voidaan koota, käsitellä ja tulostaa yleisöreaktioita automaattisesti. Työasemilla (N = 12) toimivat koehenkilöt antavat arvionsa liikuttamalla potentiometriä. Järjestelmän isäntäkone kokoaa tiedot ja tulostaa ne muutaman sekunnin viiveellä sekä numeerisesti että graafisesti. Aineisto voidaan myös tallentaa jatkoanalyysijä varten. (Ks. tarkemmin Sallinen-Kuparinen 1987.)



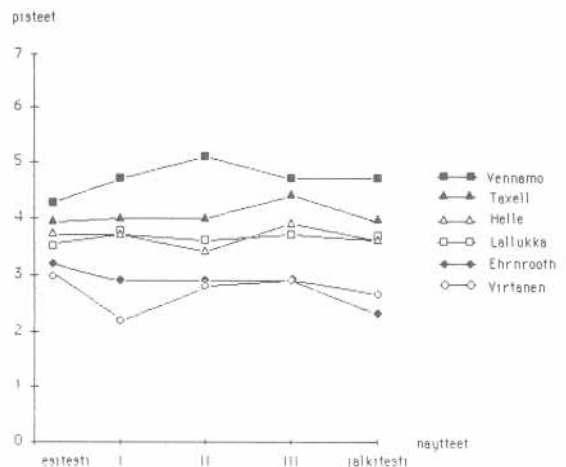
Kuvio 1. Poliitikkojen luotettavuus arvioituna esitestin ja jälkitestin perusteella.

jontojen tarkastelu osoitti arviointien yhdenmukaisuutta. Mielikuvat Ikka Suomisesta, Kalevi Sorsasta, Christoffer Taxellista ja Kyösti Lallukasta pysyivät kutakuinkin samoina. Paavo Väyrysen ja Esko Helteen esiintyminen laski hienoisesti heistä etukäteen ollutta mielikuvaa. Eniten televisioesiintyminen vähensi Ehrnroothin ja Virtasen luotettavuutta.

Katselun aikaisesta luotettavuuden arvioinnista liipastiin näyte kolmesta kohdasta: 35 sekunnin, 1 minuutin 10 sekunnin ja 1 minuutin 50 sekunnin päässä puheenvuoron alusta. Kuvioista 2 ja 3 ilmenee, millaisia arvioita annettiin näillä kohdilla. Verrattaessa esitestin ja ensimmäisen näytteenottokohdan tuloksia havaitaan, että puheenjohtajista vain Pekka Vennamo ja Kristiina Hal-



Kuvio 2. Luotettavuusvaikutelman kehittyminen puheenvuoron aikana.



Kuvio 3. Luotettavuusvaikutelman kehittyminen puheenvuoron aikana.

kola onnistuivat parantamaan heistä koehenkilöillä ennakkoon ollutta mielikuvaa. Toiseen näytteenottoon tultaessa Halkolan arviot olivat kääntyneet laskuun. Sen sijaan Haaviston arviot jatkoivat nousuaan, samoin Vennamon. Mielikuvat Suomisen ja Lallukan luotettavuudesta eivät muuttuneet heidän televisioesiintymisensä perusteella.

Siitä huolimatta, että Kalevi Sorsan luotettavuusarviot laskivat hienoisesti hänen esiintymisensä aikana, kokonaisvaikutelma pysyi korkealla. Sen sijaan Vennamon ja Almgrenin luotettavuus jäi alle esitystenaikaisten arvioiden. Nämä havainnot viittaavat siihen, että heidän luotettavuudesta saamansa kokonaisarvio on suhteutettu moniin esiintymisen ulkopuolisiin taustatekijöihin. Tuloksista on nähtävissä lisäksi sama trendi, joka tuli esiin Oksasen (1984) tekemissä mielikuvatutkimuksissa: pienten puolueiden johtajista ei jäänyt kovin selkeitä mielikuvia, ja keskiryhmien puheenjohtajista muodostuneet mielikuvat olivat neutraaleja.

Esitettiin tuloksia on tulkittava varoen: tulokset ovat parhaimmillaankin vain suuntaa antavia. Lisäksi on otettava huomioon, että koska arvioitujen puheenvuorojen kesto oli runsaat kaksi minuuttia, dramaattisia muutoksia ei ehtinyt tapahtua. Kuitenkin Pekka Haaviston esimerkiksi osoittaa, että esiintymällä taitavasti poliitikko pystyy lyhyenkin puheenvuoron aikana lisäämään luotettavuuttaan.

Jatkotutkimuksissa olisi kiintoisaa selvittää, mitkä sisällölliset ja esitystekniset seikat nostivat ja mitkä laskivat luotettavuutta. Luotettavuutta kannattaisi tutkia myös suuresta vaalikeskustelusta, jossa käytettyjä puheenvuoroja ei ollut voinut valmistella siten kuin nyt analysoitavana oleita. Lisäksi luotettavuusvaikutelmia kannattaisi rekisteröidä heti televisioinnin päätyttyä. Tämän esitettiin tuloksissa heijastuu itse televisio-ohjelman lisäksi myös muiden viestintien sekä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa suodattuneiden mielipiteiden vaikutus.⁶

Television vaikutus: omaa ilmaisukieltä, indoktrinaatiota vai teknologista determinismiiä?

Television vaikutusten syitä voidaan etsiä esiintyjien lisäksi myös itse viestimestä. Vaikuttamisen kannalta on olennaista tietää, millaisen esiintymisen on havaittu sopivan televisioon ja saavan aikaan myönteisiä yleisöreaktioita sekä millaista piilovaikutusta televisioilmaisulla voi olla.

Viestintien ominaispiirteiden korostaminen on peräisin 1960-luvulla syntyneestä teknologisesta determinismistä, joka väittää viestimen määräävän viestinnän muodon ja luonteen (ks. Rudd 1986). Viestintien välisten erojen tutkimuksissa on havaittu viestimen vaikuttavan vahvasti siihen, millaiseksi vastaanottajat arvioivat sanoman lähettäjän ja viestinnän (ks. esim. Furnham 1986). Nykynäkemyksen mukaan televisio omine ilmaisukeinoinen on osa kommunikaatiotapahtumaa. Se ei siis ole pelkästään kanava, jota pitkin sanomat välitetään.

Televiokameran kuva on rajattu, visuaalinen kenttä. Kamera on selektiivinen: se valikoi kuvauskohteita, rajaa, korostaa ja häivyttää. Näin ollen se pystyy muokkaamaan mm. kielellisen sanoman intensiteettiä. Esimerkiksi lähikuva vangitsee katsojan huomion ja korostaa yksityiskohdita; zoomauksella tai kamera-ajolla voidaan lisätä tai pitää yllä otoksen kiinnostavuutta. Kuvaruudussa olevien elementtien järjestys, liikkeen dynamiikka ja kuvakompositio sekä ääni saavat aikaan vahvan audiovisuaalisen yhteisvaikutuksen, jolle katsoja antaa määrämerkityksiä. (Bagaley & Duck 1976 ja Tiemens 1978.)

Poliittisen viestinnän kannalta on kiintoa tarkastella, millaisia kuvia televisio välittää poliitikoista. Carterin ja Fordin väittelyjen televisiotuotuksesta tehty tutkimus osoittaa väittelyjen kuvauksen suosineen Carteria. Carterista nähtiin enemmän lähikuvia kuin Fordista. Analysoitaessa kuvakompositiota — kuvauskohteen muotoa, suuntaa ja sijaintia — kävi ilmi, että Carterista välitettyjen kuvien balanssi oli valtaosin hyvä; Fordia kuvattiin usein niin, että hän näytti olevan ikävästi kallellaan. Myös kuulijan reagointia puhujaan osoittavat välähdyksenomaiset välikuvat suosivat Carteria. Hänet näytettiin niissä hymyilevänä, Ford taas vihaisena. (Tiemens 1978.)

⁶ Koehenkilöistä 10 oli katsonut ohjelman aikanaan kokonaan, 14 osittain; 11 arvioijaa näki sen nyt ensimmäisen kerran. Useimmat olivat keskustelleet vaali-ohjelmien jälkeen puoluejohtajien televisiolähetysissä menestymisestä. Miltei jokainen oli myös lukenut lehdistä arviointeja menestymisestä.

Katsoja tuskin useinkaan tiedostaa television visuaalisia keinoja. Siksi niillä on indoktrinoivaa vaikutusta. Piilovaikutusta voi olla esimerkiksi kuvakulmalla. Tavallisesti televisiokamera kuvaa kohdettaan silmäntasolta, mutta vaaliohjelmassa näkee joskus käytettävän myös ylä- ja alakulmaa, joiden avulla kuvauskohte saadaan näyttämään heikommalta tai vahvemmalta (Baggaley & Duck 1976). Seuraava esimerkki valaisee asiaa. Viime presidentinvaalien edellä televisio toteutti ohjelmasarjan, jossa ennen presidenttiehdokkaan tv-haastattelua nähtiin välähdyksiä hänen maakuntakiertueestaan. Muiden ehdokaiden kuvauksista poiketen KOK:n esittelyohjelman alku oli kuvattu alakulmasta: kamera kuvasi alhaalta päin Harri Holkeria seuralaisineen astumassa portaita. Kameratekniikka korosti kuvattavien mahtia ja tilaisuuden juhlavuutta.

Kuvauskohteen visuaalisen taustan analysointi semioottiselta kannalta voisi paljastaa poliittisen viestinnän tutkijoille uusia viestinten indoktrinoivia vaikutuksia. Havainnollinen esimerkki taustan indoktrinoivasta vaikutuksesta nähtiin Yhdysvaltojen Libyaan v. 1986 tekemän pommiskun jälkeen. Tilanteessa, jolloin tiedot Muammar Gaddafin kohtalosta olivat ristiriitaisia, Libyan televisio välitti Gaddafista välähdyksiä, jotka oli kuvattu askeettisessa toimistossa. Kuvissa Gaddafi istui kääre päässä täysin tyhjän seinään nojaten ja lähes tyhjä pöytä edessään. Asetelma sai hänet näyttämään toisaalta säälittävältä, toisaalta arvoitukselliselta.

Toinen esimerkki: presidentti Reaganin esittäessä historiallista uudenvuodentervehdystään neuvostoliittolaisille hänen taustallaan näkyi mm. perhekuvia ja kukka. Sen sijaan Gorbatšovin tervehdys amerikkalaisille oli kuvattu suurikuvioista taustaa vasten. Rekvisiittana oli vain mikrofoneja ja papereita. Erään opiskelijaryhmän tulkintojen mukaan Reaganin kuvaus symboloi läheisyyttä, Gorbatšovin virallisuutta.

Presidenttiretoriikan tutkimuksissa on sivuttu sitä, millainen esiintyminen sopii televisioon. Koska televisio on intiimi viestin, se asettaa erityisvaatimuksia äänenkäytölle. Mikrofoniiin on puhuttava sopivan välimatkan päästä ja sopivalla intensiteetillä. On sanottu presidentti Reaganin hallitsevan mikrofonipuhunnan — ilmeisesti varhaisen radiouransa perusteella; äänenkäytöllään hän osaa minimoida viestimestä aiheutuvan vä-

limatkan ja maksimoida läheisyyden tunnun (Woodward 1983). Lisäksi Reaganin hieman käheän äänen ja lievästi hengästyneen puhettavan on arvioitu emotionaalisuutensa takia sopivan televisioon (Blankenship ym. 1983). Sen sijaan yhdeksi Edward Kennedyn kompastuskiveksi on väitetty hänen äänenkäyttöönsä: Kennedy huutaa mikrofoniiin ja herättää televisiokatsojissa mielikuvan aggressiivisesta poliitikosta (Devlin 1982). Samoin John Andersonin puheen vahva intensiteetti on epäedukseen kuvaruudussa (Blankenship ym. 1983).

Kuvaruutu korostaa ilmeitä ja eleitä. Osa ilmeistä ja eleistä on sellaisia, jotka sopivat välitömiin viestintätilanteisiin, mutta eivät televisioon (Berquist & Golden 1981, ks. myös Bull 1986). Esimerkiksi George Bushin staccato-eleet kuvaruudussa nähtyinä rikkovat intiimisyvaikutelman (Blankenship ym. 1983). Myös katseen säätely on tärkeää: suora katsekontakti lisää uskottavuutta. Arvioitaessa Reaganin ja Gorbatšovin uudenvuodentervehdysten vastaanottoa havaittiin amerikkalaisten saaneen Gorbatšovista epäluotettavan vaikutelman. Tämä selittynee osittain siitä, että Gorbatšov joutui tervehdystä lukiessaan painamaan katseensa usein alas. Presidentti Reagan sen sijaan käytti tapansa mukaan teleprompteria eli lukulaitetta, jonka avulla teksti heijastetaan kuvaavan kameran objektiivin edessä olevalle levyllä. Näin saadaan syntymään mielikuva katsekontaktista, mikä lisää yleisöreaktioiden suopeutta.

Lisääkö televisio imago-äänestämistä?

Varsinkin maalivaalien aikaan lehdistössä ilmaistiin usein huoli television emotionaalisuuden ja henkilökeskeisyyden vaikutuksista politiikkaan. Television kuvallisen ilmaisun väitettiin jättävän sanat toissijaiseksi ja estävän syvällisen ajattelun sekä hämärtävän vakavan keskustelun ja viihteen rajaa (Helsingin Sanomat 1. 3. 1987). Televisiota pidettiin nopeutensa ja pinnallisuutensa vuoksi vaikeana välineenä poliittisten ja muiden abstraktien aiheiden käsittelyyn (Helsingin Sanomat 10. 3. 1987). Johtaako television kasvava merkitys vaalikampanjoissa siihen, että poliittis-ideologisten kysymysten sijaan korostuvatkin itse poliitikot? Estyvätkö äänestäjien ra-

tionaaliset valinnat puolueiden ja ehdokkaiden välillä henkilökuvien korostuessa? Lisääkö televisio imago-äänestämistä?

Yhdysvalloissa on esitetty kirpeää kritiikkiä siitä, että presidenttiehdokkaiden televisioväittelyt korostavat esiintyjien tyyliä ja vähentävät sisällön merkitystä. Tällaisia arvioita on kuultu erityisesti Reaganin ja Carterin väittelyiden jälkeen (esim. Berquist & Golden 1981 ja Rowland 1986). Carterin luonnehdittiin väitelleen tehtäväkeskeisesti. Hän analysoi poliittisia teemoja ja käytti rationaalisia argumentteja väitteittensä tukena. Reaganin arvioitiin vahvistaneen henkilökuvansa ja vaikuttaneen sitä kautta ennen kaikkea afektiivisesti.

Vaalikampanjoiden muuttuminen entistä enemmän henkilökampanjoiksi havaittiin myös Italiassa v. 1983 pidettyjen parlamenttivaalien aikana (Mazzoleni 1987). On esitetty väitteitä, joiden mukaan poliitikkojen henkilökuvan luonti eli profilointi olisi saanut alkunsa televisiosta. Rudd (1986) kuitenkin torjuu tällaiset väitteet ja huomauttaa henkilökohtaisten vaalikampanjoiden olevan peräisin pikemminkin poliittisesta todellisuudesta kuin televisiosta. Profilointia kuitenkin vahvistanee se, että televisio on joukkoviestimistä tehokkain henkilökuvan luontiin.

Imago-äänestämisen on arveltu lisääntyvän puolueuskollisuuden vähentyessä ja vaalikampanjateemojen monimutkaistuesssa (Lucas & Adams 1978). Voidaan olettaa, että imago-äänestämisen on yleistä esimerkiksi Yhdysvaltojen kaltaisessa kaksipuoluejärjestelmässä, jossa puolueiden väliset erot eivät ole suomalaisen mitapuun mukaan kovinkaan suuria. Toisaalta voidaan ennustaa imago-äänestämisen lisääntyvän myös omassa maassamme, mikäli puoluesidonaisuus vähenee nykyisestään ja mikäli äänestäjät kokevat puolueiden lähentyvän toisiaan. Juuri tällaisessa tilanteessa poliitikkojen persoonallisuuden ja heistä joukkoviestimistä välittyneiden käsitysten merkitys kasvaa.

Aihe—imago -kahtiajako on poliittisen viestinnän tutkimuksissa klassinen. Monet tutkijat pitävät dikotomiaa ongelmallisena. Esimerkiksi Hart (1982) näkee poliitikon teemavalinnat imago-kysymyksinä: »The issue is always the image!» Chaffee (1978) korostaa monien eri tekijöiden yhteisvaikutusta poliittisessa mielipiteenmuodostuksessa: esimerkiksi puoluekanta, vaa-

likampanjan teemat ja poliitikon henkilökuva korreloivat, mutta saattavat yksittäistapauksissa vaikuttaa hyvinkin eri suuntiin. Vaikka televisiolla on henkilökuva korostavia ominaisuuksia, aihe ja imago vaikuttavat televisioesiintymisessä toisiinsa. Perinteisesti on totuttu painottamaan asiaa ja sisältöä. Nykyisessä viestintäyhteiskunnassa pelkkä asianhallinta ei kuitenkaan enää riitä. Menestyvien poliitikkojen on osattava luoda itsestään myönteisiä mielikuvia vakuuttavalla esiintymisellään. Tämä asettaa televisioaikakauden poliitikot uusien haasteiden eteen.

LÄHTEET

- Auer, J.: Great myths about the great debates. *Speaker and Gavel*, 18/1981, 14—21.
- Baggaley, J. & Duck, S.: *Dynamics of television*. Saxon House, Guildford, 1976.
- Beattie, G.: Turn-taking and interruption in political interviews: Margaret Thatcher and Jim Callaghan compared and contrasted. *Semiotica*, 39/1982, 93—114.
- Berquist, G. & Golden, J.: Media rhetoric, criticism and the public perception of the 1980 presidential debates. *Quarterly Journal of Speech*, 67/1981, 125—137.
- Bishop, G., Oldendick, R. & Tuchfarber, A.: Debate watching and the acquisition of political knowledge. *Journal of Communication*, 28/1978, 99—113.
- Blankenship, J., Fine, M. & Davis, L.: The 1980 republican primary debates: The transformation of actor to scene. *Quarterly Journal of Speech*, 69/1983, 25—36.
- Brummett, B.: Towards a theory of silence as a political strategy. *Quarterly Journal of Speech*, 66/1980, 289—303.
- Bull, P.: The use of hand gesture in political speeches: Some case studies. *Journal of Language and Social Psychology*, 5/1986, 103—118.
- Caspi, D.: Electoral rhetoric and political polarization: The Begin-Peres debates. *European Journal of Communication*, 1/1986, 447—462.
- Chaffee, S.: Presidential debates — are they helpful to voters? *Communication Monographs*, 45/1978, 330—346.
- Comstock, G., Chaffee, S., Katzman, N., McCombs, M. & Roberts, D.: *Television and human behavior*. Columbia University Press, New York, 1978.
- Devlin, P.: An analysis of Kennedy's communication in the 1980 campaign. *Quarterly Journal of Speech*, 68/1982, 397—417.
- Fisher, W.: Rhetorical fiction and the presidency. *Quarterly Journal of Speech*, 66/1980, 119—126.
- Freeley, A.: *Argumentation and debate: Rational decision making*. Wadsworth, Belmont, 1976.
- Furnham, A.: Assertiveness through different media. *Journal of Language and Social Psychology*, 5/1986, 1—11.
- Hart, R.: A commentary on popular assumptions about po-

- litical communication. *Human Communication Research*, 8/1982, 366—389.
- Helsingin Sanomat, 6. 10. 1985: »Gorbatshev tv-tentti nähtiin myös Neuvostoliitossa».
- Helsingin Sanomat, 6. 10. 1985: »Lehdistötilaisuus Moskovan televisiossa».
- Helsingin Sanomat, 1. 3. 1987: »Uhkaako viihde tietoa».
- Helsingin Sanomat, 10. 3. 1987: »TV-journalismin aluevaltausta».
- Kansan Uutiset, 20. 1. 1982: »Ranska piirtää Koiviston henkilökuvaa. 'Rehellisen maineessa'».
- Katz, E. & Feldman, J.: The debates in the light of research: A survey of surveys. — Kraus (ed.) 1962, 173—223.
- Kelley, H.: Attribution theory in social psychology. — Levine (ed.) 1967, 192—237.
- Keskisuomalainen, 20. 1. 1982: »Koivistoa verrattiin Brateliin».
- Klapper, J.: *The effects of mass communication*. Free Press, Glencoe, 1960.
- Kouvolan Sanomat, 20. 1. 1982: »Koivisto-ilmiö — mikä se on?»
- Kraus, S. (ed.): *The great debates*. Indiana University Press, Bloomington, 1962.
- Kraus, S. (ed.): *The great debates*. Indiana University Press, Bloomington, 1979.
- Lehtonen, J.: Sprechkultur und Sprechnormen. Konsequenzen für die Sprecherziehung. — Varwig (hrsg.) 1986, 65—81.
- Levine, D. (ed.): *Nebraska symposium on motivation*. University of Nebraska Press, Lincoln, 1967.
- Lichtenstein, A.: Differences in impact between local and national televised political candidates' debates. *Western Journal of Speech Communication*, 46/1982, 291—298.
- Lucas, W. & Adams, W.: Talking, television, and voter indecision. *Journal of Communication*, 28/1978, 120—131.
- Löfman, L. (ed.): *FINLANCE*. The Finnish journal of language learning and language teaching, VII/1987 (tulossa).
- Mazzoleni, G.: Media logic and party logic in campaign coverage: The Italian general election of 1983. *European Journal of Communication*, 2/1987, 81—103.
- Meadow, R.: Political communication research in the 1980s. *Journal of Communication*, 2/1985, 157—175.
- Meadow, R. & Jackson-Beeck, M.: Issue evolution: A new perspective on presidential debates. *Journal of Communication*, 28/1978, 84—92.
- Miller, A. & MacKuen, M.: Informing the electorate: A national study. — Kraus (ed.) 1979, 67—84.
- Nimmo, D.: *The political persuaders: The techniques of modern election campaigns*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1970.
- Oksanen, M.: *Televisio ja radion vaalikeskustelut ja niiden vaikutus presidentinvaaleissa 1982*. Sarja B 4. Oy Yleisradio Ab, Helsinki, 1982.
- Oksanen, M.: *Televisiovaalit 1983*. Television ja radion vaalikeskustelut sekä niiden vaikutus eduskuntavaaleissa 1983. Sarja B 10. Oy Yleisradio Ab, Helsinki, 1983.
- Oksanen, M.: Television vaikutus vuoden 1983 eduskuntavaalien tuloksiin. *Politiikka*, 2/1984, 145—162.
- Oksanen, M.: *Viestintäkulttuuri, televisio ja radio*. Sarja B 5. Oy Yleisradio Ab, Helsinki, 1986.
- Patterson, T.: *The mass media election*. Praeger, New York, 1980.
- Pesonen, P. (toim.): *Protestivaalit Nuorisovaalit*. Ylioppilastuki ry, Tampere, 1972.
- Pesonen, P.: Valitsijain vaalikiinnostus. — Pesonen (toim.) 1972, 67—100.
- Rainio, K. & Helkama, K.: *Sosiaalipsykologian oppikirja*. WSOY, Helsinki, 1974.
- Roberts, C.: From Primacy to the presidency: A panel study of images and issues in the 1976 election. *Western Journal of Speech Communication*, 45/1981, 60—70.
- Ross, D.: The projection of credibility as a rhetorical strategy in Anwar el-Sadat's address to the Israeli parliament. *Western Journal of Speech Communication*, 44/1980, 74—80.
- Rowland, R.: The substance of the 1980 Carter-Reagan debate. *Southern Speech Communication Journal*, 51/1986, 142—165.
- Rudd, R.: Issues as image in political campaign commercials. *Western Journal of Speech Communication*, 50/1986, 102—118.
- Sallinen-Kuparinen, A.: Ethos as a process: Combining computerized and qualitative analyses of credibility perceptions. — Sallinen-Kuparinen, A. (ed.) 1986, 1—26.
- Sallinen-Kuparinen, A. (ed.): *Jyväskylä studies in speech communication*. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 2. Jyväskylä, 1986.
- Sallinen-Kuparinen, A.: Applying a computerized audience response system to the teaching of speech communication. — Löfman, L. (ed.) 1987 (tulossa).
- Sanderds, K. & Kaid, L.: Political rallies: Their uses and effects. *Central States Speech Journal*, 32/1981, 1—11.
- Sears, D. & Chaffee, S.: Uses and effects of the 1976 debates: An overview of empirical studies. — Kraus, S. (ed.) 1979, 104—132.
- Seura, 29. 1. 1982: »Suomalaisen on helppo samaistua Manuun».
- Sisättö, S.: *Televisio ja vaalit*. Tutkimus Suomen television esittämien eduskunta- ja kunnallisvaaliohjelmien seuraimesta vuosina 1960—1975. Valtiotieteellisen yhdistyksen julkaisusarja 17. Helsinki, 1977.
- Street, R.: Participant-observer differences in speech evaluation. *Journal of Language and Social Psychology*, 4/1985, 125—130.
- Swanson, L. & Swanson, D.: The agenda-setting function of the first Ford-Carter debate. *Communication Monographs*, 45/1978, 347—353.
- Tiemens, R.: Television's portrayal of the 1976 presidential debates: An analysis of visual content. *Communication Monographs*, 45/1978, 362—370.
- Vancil, D. & Pendell, S.: Winning presidential debates: An analysis of criteria influencing audience response. *Western Journal of Speech Communication*, 48/1984, 62—74.
- Varwig, F. (hrsg.): *Sprechkultur im Medienzeitalter*. Sprache und Sprechen, Bd. 16. Scriptor, Frankfurt am Main, 1986.
- Vierikko, E.: *Teeveestä tuttu*. Televisioesitynjän opas. MTV Oy, Helsinki, 1985.
- Wiio, O.A. & Nordenstreng, K.: Radio ja televisio poliittisen mielikuvien välittäjänä. — Pesonen (toim.) 1972, 101—128.
- Windt, T.: *Presidential rhetoric: Definition of a field of study*.

- Central States Speech Journal*, 35/1984, 24—34.
- Windt, T. & Ingold, B. (ed.): *Essays in presidential rhetoric*. Kendall/Hunt, Dubuque, 1983.
- Woodward, G.: Reagan as Roosevelt: The elasticity of pseudo-populist appeals. *Central States Speech Journal*, 34/1983, 44—58.
- Work, W.: Television debates. ERIC report. *Communication* 34/1985, 369—375.