

Vaalikeskustelu ylittää uutiskynnyksen:

Mitä sanomalehdet kirjoittavat television vaaliohjelmista?

PEKKA ISOTALUS

ABSTRACT
Election Debate Is
Always News: How
Political Television
Programmes Are
Reported in
Newspapers

The role of the media in political campaigns has rapidly become more and more significant. Television debates, in particular, have gained an important position. They are generally newsitems in newspapers of the following day. Therefore, the television debates not only create the agenda, but are an integral part of it. This article examines how the newspapers wrote about the political programmes in television during the 1995 parliamentary election campaign in Finland. In all, 90 articles dealing with these programmes were found from four different newspapers. The articles focused on the confrontations emphasizing the dramatic elements of the debate and concentrating on the personal character of the candidates. The reports focused on the television performances and images of the candidates – at the cost of the political issues which were discussed or the content of the arguments which were made during the debate. It can be argued that a reporting style such as this strengthens the political power of the media, because it obviously emphasizes the role of television in the political campaigns. Television is often accused of increasing the superficiality of the political culture, but as the results of this study indicate, the newspapers also have an important role in this process.

Johdanto

Vaalit ovat nykyisin mediatapahtuma. Vaalikampanjoinnin keskeinen osa käydään medioissa. Blumler ja Gurevitch (1995, 3) kiteyttävät asian toden, että aikaisemmin median rooli oli raportoida politiikasta, mutta nykyisin se on aktiivinen osallistuja politiikassa. Sekä poliitikot että kansalaiset ovat yhä riippuvaisempia medioista ja niiden välittämistä sanomista. Äänestäjät saavat suurimman osan äänestyspäätökseen vaikuttavista asioista tiedotusvälineiden kautta, ja poliitikot ovat yhteydessä äänestäjiinsä median välityksellä. Erityisen keskeiseen

asemaan ovat nousseet television vaaliohjelmat, joista itsestäänkin on tullut uutisaiheita.

Television vaaliohjelmat ovat nousseet uutisaiheiksi, koska ne keräävät hyvin suuren katsojakunnan. Ne ovat poliittisen keskustelun laajin foorumi. Vuoden 1995 eduskuntavaalien yhteydessä Yleisradion Suurta vaalikeskustelua katsoi 850 000 suomalaista. Toisaalta vaalikeskustelujen on myös havaittu vaikuttavan äänestyspäätökseen. Sekä ulkomaisissa että suomalaisissa tutkimuksissa on osoitettu, että osalle katsojista vaaliohjelmilla on vaikutusta äänestyspäätöksen teossa (esim. Oksanen 1984; Hellweg ym. 1992; Moring ja Himmelstein 1993;

Pesonen ym. 1993; Isotalus ja Pörhölä 1994). Tutkimusten perusteella on kuitenkin vaikea sanoa tarkasti, kuinka suurelle osalle katsojista vaaliohjelmilla on merkitystä äänestyspäättöksen teossa. Enemminkin television vaaliohjelmien merkitystä liioitellaan usein, sillä niillä näyttää olevan lähinnä aikaisempia käsityksiä vahvistava vaikutus. Vaaliohjelmilla on siis suoraa vaikutusta äänestäjiin, mutta myös niitä käsittelevät lehtijutut vaikuttavat äänestäjien mielipiteisiin vaalien luonteesta, ohjelmien merkityksestä ja keskustelijoiden menestymisestä.

Tässä artikkelissa tarkastelenkin sitä, miten lehdet kertovat television vaaliohjelmista; millaisia juttuja ohjelmista on, millaisia lehtien välisiä eroja on, mihin kirjoittelu keskittyy sekä millaisia imagoja ja mihin perustuen kirjoitukset vahvistavat. Tarkastelukohteena ovat vuoden 1995 eduskuntavaalit. Juuri eduskuntavaalien yhteydessä vaaliohjelmien uutisoinnin tarkastelu on mielekkäintä, sillä keskustelijoiden persoonan ei pitäisi painottua niin paljon kuin presidentinvaaleissa mutta vaalikeskustelut herättävät kuitenkin valtakunnallista mielenkiintoa. Lisäksi vuoden 1995 eduskuntavaalien yhteydessä television vaaliohjelmista tuli keskeinen keskustelunaihe kahden suurimman puolueen puheenjohtajien – Paavo Lipposen ja Esko Ahon – varsin erilaisten esiintymistyylien takia.

Vaaliohjelmat agendalla

Yksi poliittisen viestinnän tutkimuksen keskeisiä viitekehyksiä on agenda-teoria, joka tarkastelee puheenaiheiksi nousevia asioita. Teorian mukaan mediat nostavat esiin aiheita, joista tulee keskeisiä asiakysymyksiä esimerkiksi vaalikampanjan aikana. Ihmiset alkavat myös pitää medioissa usein esiintyviä aiheita keskeisinä (esim. McLeod ym. 1994). Agendaa muodostavat niin lehtien kirjoittelu kuin vaalikeskustelujenkin aiheet. Television vaaliohjelmat eivät enää ole pelkästään agendaa luovia, vaan ne ovat nousseet myös itse agendalle. Vaaliohjelmista tekevät uutisia sekä ohjelman tuottaneet televisioyhtiöt että seuraavan päivän lehdet. Vaaliohjelmien vaikutuksesta, niiden luonteesta, toimittajien kysymyksistä ja poliitikkojen televisioesiintymisestä on tullut uutisaihei-

ta. Saadessaan suurta huomiota medioissa vaaliohjelmien rooli muodostuu yhä keskeisemmäksi kampanjoinnissa. Lisäksi äänestäjät alkavat helposti pitää poliitikon keskustelussa pärjäämistä yleisestikin tärkeänä, sillä mistä uutisoidaan sitä myös äänestäjät pitävät tärkeänä (Patterson 1980, 98). Herääkin kysymys, miltä osin ohjelmat ovat uutisoinnin ja kommentoinnin arvoisia.

Yhdysvalloissa on tutkittu runsaasti, kuinka tiedotusvälineet kertovat vaaleista. Uutisoinnin on todettu keskittyvän vaalikamppailuun asiakysymysten kustannuksella (esim. Patterson 1980; Hall 1987; Morello 1991; Clayman 1995). Esimerkiksi television vaaliohjelmiä mediat uutisoivat kuin urheilukilpailuja. Keskeistä on, kuka voittaa ja kuka häviää. Kamppailun lisäksi uutisissa korostetaan esiintymistä. Keskeiseksi on myös muodostunut niin sanottu odotuskamppailu, jossa tavoitteena on saada omaan ehdokkaaseen kohdistuvat odotukset mahdollisimman alhaisiksi, jotta uutisointi korostaisi ehdokkaan odotettua parempaa menestystä. Jopa poliitikkojen avustajat yrittävät vaikuttaa väittelyistä käytyyn jälkikeskusteluun (Hellweg ym. 1992).

Morello (1991) selvitti, kuinka kuusi suurta amerikkalaista sanomalehteä kommentoi presidentinvaalien televisioväittelyjä vuosina 1960–1988. Ensinnäkin hän havaitsi, että kommentteissa tyydyttiin yleensä toteamaan ehdokkaiden väliset näkemyserot ilman niiden laajempaa käsittelyä. Väittelyä arvioivien väitteiden pohjaksi ei myöskään esitetty perusteluja. Uutisoinnissa tilaa sai odottamaton käyttäytyminen, varsinkin kömmähdykset. Samoin ehdokkaiden persoonallista tyyliä ja esiintymistä arvioitiin runsaasti. Arviot ja vaikutelmat ehdokkaista perustuivat toimittajien henkilökohtaisiin näkemyksiin, mutta ne esitettiin faktoina. Kommentaattorit valittelivat usein sitä, kuinka esiintyminen saa kampanjoinnin aikana enemmän painoa kuin asiasisällöt. Samanaikaisesti he kuitenkin itse kirjoittivat esiintymiseen perustuvista vaikutelmistaan. Kaiken kaikkiaan tutkijan mielestä lehtien kommentaattorit epäonnistuivat tehtävässään, sillä he jättivät poliittiset kysymykset taka-alalle eivätkä palvelleet äänestäjiä. Clayman (1995) on lisäksi todennut, että lehdillä on tapana nostaa yksi televisioväittelyn tilanne kohokohdaksi, johon uutisointi

keskittyä. Tällöin uutisissa korostuvat dramaattiset konfliktit.

Ei ole kuitenkaan yhdentekevää, kuinka lehdet television vaaliohjelmista kirjoittavat. Lehtien uutisilla ja kommentilla on todettu olevan selvä vaikutus katsojien mielipiteeseen. Välitömästi väittelyn jälkeen ehdokaiden menestymisestä tehtyjen arvioiden sekä seuraavan päivän arvioiden välillä on todettu olevan suuria eroja. Televisioväittelyn uutisointi siis vaikuttaa siihen, kenen katsotaan voittavan (Patterson 1980). Vaaliohjelmien uutisoinnin vaikutuksia voidaan pohtia yhdistämällä tieto lehtien uutisoinnin vaikutuksista tuloksiin, joiden mukaan äänestyspäätökseen vaikuttaa se, kenen katsotaan pärjäävän televisiokeskusteluissa. Lehtikirjoitukset toimivat siis yleisen mielipiteen muokkaajina.

Suoraa vaikutusta kyseisillä lehtijutuilla on myös poliitikkojen imagoihin. Televisiota on perinteisesti pidetty tärkeänä imagon muokkaajana. Television voiman poliittisena vaikuttajana on katsottu perustuvan siihen, että televisiosta katsojat voivat näkemänsä perusteella tehdä päätelmiä siitä, millainen ehdokas todellisuudessa on. Mutta myös sanomalehdillä on tärkeä rooli imagojen luonnissa. Erityisesti vaaliohjelmien uutisointi keskittyy helposti henkilöihin (Birdsell 1994, 133). Lehdistä äänestäjät saavat tosin lukea toimittajan arvioita ja mielikuvia ehdokkaasta, jotka perustuvat yleensä vain hänen omiin näkemyksiinsä. Toimittajan kuvailut, vaikutelmat ja arviot ehdokkaasta ovat kuitenkin äänestäjälle rakennusaineita hänen muodostaessaan mielikuvaansa ehdokkaasta. Mielikuvista onkin tullut yhä tärkeämpi poliittisen vaikuttamisen väline, mikä kertoo myös laajemmasta poliittisen viestintäkulttuurin muutoksesta.

Suomalaisen poliittisen viestintäkulttuurin muutoksista onkin viime vuosina raportoitu ahkerasti: äänestäjien puoluesidonnaisuus on vähentynyt, television merkitys politiikassa on kasvanut, imagojen merkitys on korostunut äänestyspäätöksissä, politiikka henkilöityy yhä enemmän, poliittinen journalismi on kehittynyt konfrontaatiohakuisemmaksi, kampanjointi on muuttunut »amerikkalaisemmaksi» ja politiikan katsotaan pinnallistuneen (esim. Moring ja Himmelstein 1993; Kanerva 1994; Pekonen 1995). Useimmat näistä piirteistä ovatkin si-

doksissa toisiinsa. Kyseisiin muutoksiin liittyy kampanjoinnin uutisointikin, sillä myös meillä vaalikampanjointi saa huomattavan osuuden vaaleihin liittyvässä uutisoinnissa. Raportoidaanhan tiedotusvälineissä ahkerasti mielipidemittausten tuloksista, vaaliohjelmista, voittomahdollisuuksista ja kampanjatilaisuuksista (ks. esim. Suhonen 1996). Esimerkiksi television vaaliohjelmat saavat runsaasti palstatilaa ja juuri vaaleja edeltävien keskustelujen jälkeen puolueiden edustajat saavat värikuvansa lehtien kansiin.

Raportoidessaan television vaalikeskusteluista lehdillä olisi hyvät mahdollisuudet lisätä lukijoiden tietämystä asiakysymyksissä. Ne voisivat valottaa laajasti eri puolueiden näkemys-eroja ja pureutua argumentteihin, joita keskusteluissa esitetään. Ne voisivat myös arvioida esitettyjä argumentteja. Lehdillä voisi siis olla merkittävä tehtävä poliittisen keskustelun synnyttäjänä. Toisaalta vielä helpompaa niille on vahvistaa käsitystä politiikan pinnallisuudesta. Jättämällä asiakysymykset toissijaisiksi ja paneutumalla keskusteluiden voittajiin ja häviäjiin lehdet korostavat imagopolitikoinnin merkitystä poliittisten linjausten kustannuksella. Onkin mielenkiintoista tarkastella, millaisen roolin lehdet ovat tässä suhteessa valinneet.

Vaaliohjelmia uutisoidaan eri tavoin

Seurasin neljän sanomalehden – Helsingin Sanomien, Iltalehden, Ilta-Sanomien ja Keski-suomalaisen – kirjoittelua television vaaliohjelmita. Aineisto koostui siis yhdestä maakuntalehdestä, yhdestä valtakunnallisesta ja eri puolueiden kannattajien lukemasta lehdestä (Sänkiäho 1983) sekä iltapäivälehdistä, joita television vaalikeskustelut näyttävät kiinnostavan kaikkein eniten. Kirjoittelun seuraaminen aloitettiin kaksi kuukautta ennen vaaleja, ja sitä jatkettiin vielä viikko vaalien jälkeen. Aineistoon kerättiin kaikki jutut, jotka kokonaan tai edes osin käsittelivät television vaaliohjelmia. Aineistoon kertyi kaikkiaan yhdeksänkymmentä lehtijuttua, joita analysoitiin kvalitatiivisella sisällönanalyysillä.

Aineistonkeruujakson aikana ilmestyi joka viikko television vaaliohjelmia käsitteleviä kirjoituksia. Kaksi kuukautta ennen vaaleja siis jo kirjoitettiin vaaliohjelmita. Kirjoituksia oli

jonkin verran enemmän ensimmäisten ohjelmien alkaessa eli noin puolitoista kuukautta ennen vaalipäivää. Varsinainen kirjoitteluhuippu sijoittui kuitenkin kahden viikon jaksolle ennen vaaleja. Vaalien jälkeen kirjoittelu loppui lähes kokonaan, mutta muutamassa jutussa käytiin vielä ohjelmien jälkipuintia.

Iltalehdessä oli eniten vaaliohjelmiä käsitteleviä juttuja (31 kpl), joka vastaa kolmannesta kokonaismäärästä. Keskisuomalaisessa kirjoituksia oli vähiten, kymmenen yhdeksästäkymmenestä. Ilta-Sanomissa analysoituja juttuja oli 25 ja Helsingin Sanomissa 24. Kaikissa lehdistä noin puolet jutuista oli uutisia. Erilaisia toimituksen kommentoivia puheenvuoroja oli neljännes. Kuudesosa jutuista oli televisiosivuilla kertomassa tulevista ohjelmista. Lisäksi joukossa oli muutama toimituksen ulkopuolelta tullut kirjoitus, pilapiirros tai yleisönosastokirjoitus.

Ainoa ohjelma, josta kaikki lehdet uutisoivat, oli Yleisradion Suuri vaalikeskustelu. Yleisradion keskustelut saivat muutenkin enemmän huomiota kuin MTV3:n, sillä MTV3:n varsinaisista keskusteluista kirjoitti ainoastaan Keskisuomalainen. Sen sijaan MTV3:n järjestämät kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien kaksinväittelyt saivat lehdistä runsaasti huomiota. Näistä kolmesta väittelystä Helsingin Sanomat, Iltalehti ja Ilta-Sanomat kirjoittivat enemmän kuin muista ohjelmista yhteensä. Sen sijaan Keskisuomalainen ei lainkaan huomioinut kaksinväittelyjä, vaikka vaalien alla päätoimittaja erikseen toivoi sellaisia televisioon. Muista ohjelmista Helsingin Sanomat uutisoi televisioidusta tasa-arvokeskustelusta ja Ilta-Sanomat Ahon ja Lipposen väittelystä Hyvät, pahat ja rumat -ohjelmassa. Puoluekohtaisista televisiotenteistä ei yksikään lehti uutisoinut. Lehdet siis ottivat huomioon molempien televisioyhtiöiden vaaliohjelmat. Lehtien strategia kuitenkin vaihteli sen suhteen, uutisoivatko ne MTV3:n keskusteluohjelmista vai väittelystä. Väittelysten saamasta suuresta huomiosta voidaan päätellä, että lehtiä kiinnostavat ohjelmat, joissa on enemmän draamatiikkaa ja konfrontaatiota.

Lehtien välillä oli selviä eroja vaaliohjelmien käsittelyssä. Keskisuomalaisessa vaaliohjelmien käsittely keskittyi muita lehtiä enemmän asiakysymyksiin. Keskisuomalaisessa ei myöskään ollut lainkaan kuvia uutisten yhteydessä.

Lisäksi uutisointi oli erittäin selvästi keskittynyt ainoastaan kolmen suurimman puolueen, eli SDP:n, Keskustan ja Kokoomuksen, kannanotoihin keskusteluissa. Myös Helsingin Sanomissa oli uutisten yhteydessä niukasti kuvia keskusteluista. Keskisuomalaisista enemmän Helsingin Sanomissa kiinnitettiin huomiota siihen, kuka pärjäsikin keskustelussa tai väittelystä. Helsingin Sanomille oli ominaista, että toimituksen kommentoivat kirjoitukset olivat usein tvisivuilla.

Iltapäivälehtien kirjoittelu television vaaliohjelmista oli selvästi värikkäämpää kuin kahden muun analysoidun lehden. Ilta-Sanomilla oli muihin lehtiin verrattuna suhteellisesti eniten omien toimittajien kommentoivia kirjoituksia. Ilta-Sanomien jutuissa korostuivat keskustelun tason kommentointi ja kulissien takaiset tapahtumat. Väittelyn asiakysymysten käsittely olikin varsin vaihtelevaa Ilta-Sanomissa. Iltalehdessäkin keskustelun kulusta ja kulissien takaisista tapahtumista kirjoittaminen oli tavallista. Iltalehdessä oli myös muita lehtiä enemmän etukäteisjuttuja vaaliohjelmista. Lisäksi esitettiin runsaasti kritiikkiä vaaliohjelmia kohtaan. Molemmissa iltapäivälehdissä oli usein kuvia televisioistudion tapahtumista.

Kirjoituksista muodostuu tarina

Television vaaliohjelmiin liittyvistä kirjoituksista löytyy selvä tarina, joka etenee kronologisesti. Ennen ensimmäistä vaalikeskustelua lehdistä oli juttuja, joissa kirjoitettiin, milloin ja millaisia vaaliohjelmiä nähdään. Merkittävää oli se, mitä uutta vaaliohjelmien ilmeessä on. Tarinan kannalta jännittävä kysymys oli, ketkä pääsevät vaaliohjelmiin, sillä asiaa käsiteltiin hyvin perusteellisesti. Vuoden 1995 erityishuoli tuntui olevan, pääsevätkö nuorsuomalaiset vaalikeskusteluihin. Pienen sivujuonen muodosti se, että Sauli Niinistö ei päässyt ensimmäisiin vaaliohjelmiin mukaan.

Tarinan ensimmäinen käännekohta oli ensimmäinen vaalikeskustelu. Kyseistä tapahtumaa näytti kuitenkin kovasti latistavan se, etteivät puolueiden puheenjohtajat olleet mukana ensimmäisessä keskustelussa vaan paikalla oli puolueiden »kakkosketju». Myös vaaliohjelmien kritiikki alkoi heti ensimmäisen vaaliohjelman jälkeen. Lehtien oman kritiikin lisäksi

alkoi myös yleinen vaaliohjelmien kritisointi. Ensin julkista kritiikkiä esitti Pertti Paasio ja pian hänen jälkeensä presidentti Martti Ahtisaari. Jo kaksi viikkoa ennen vaaleja lehtien omat kommentaattoritkin tuntuivat kyllästyneen vaaliohjelmiin, koska niitä oli paljon, ne olivat huonoja ja toistivat samoja asioita.

Uutta eloa tarinaan toivat MTV3:n järjestämät kolmen puolueen puheenjohtajien kaksinväittelyt. Väittelyt herättivät runsaasti mielenkiintoa lehdistössä. Tarinan teemaksi muodotui televisioesiintyminen. Ennen Ahon ja Lipposen kaksinväittelyä kolme lehdistä arvioi, että Keskusta saattaakin saada arvioitua pienemmän vaalitappion Esko Ahon televisioesiintymisten ansiosta. Ilta-lehti kirjoitti asiasta ensin, seuraavana päivänä Ilta-Sanomat ja kolmantena Helsingin Sanomat. Juonessa siis enakoitiin tapahtuvan käänne. Tarinan jännittävimmäksi huippuhetkeksi muodotui Ahon ja Lipposen kaksinväittely, josta lehdet rummuttivat runsaasti jo etukäteen jännitystä luoden.

Tarinan loppuratkaisun alkaessa viimein hämmöttää lehdet informoivat siitä, millaisia vaalitulohjelmia oli tulossa. Tarinan kliimaksi oli Yleisradion Suuri vaalikeskustelu kolme päivää ennen vaaleja. Tässä vaiheessa kirjoituksissa oli myös mukana hallituskavaailua eli tähtäilyä tulevaisuuteen. Tarinan lopetti vaalivalvojaisten kritiikki.

Tärkeintä on show

Edellä esitetty tarina kertoo jonkin verran uutisoinnin sisällöstä. Uutisoinnin perusteella keskusteltavilla asioilla ei näytä olevan juurikaan merkitystä. Useimmiten kyseisissä uutisissa käsiteltiin jonkin verran sitä, mistä keskusteltiin, mutta keskustelun sisältö nousi harvoin tärkeimmäksi asiaksi jutussa. Ainoastaan neljässä uutisessa itse keskustelun asiasisältö oli tärkein uutisoinnin aihe. Vaaliohjelmita uutisoitiin toisinaan myös niin, ettei asiasisällöstä ollut mainintaakaan. Varsinkin Ilta-Sanomat uutisoi niukasti ohjelmissa käsiteltäviä asioita.

Määrällisesti eniten uutisia oli siitä, ketkä ovat mukana vaaliohjelmissa. Myös ehdokkaiden menestyminen televisio-ohjelmissa nostettiin usein uutisen kärjeksi. Toisinaan uutisoitiin selvästi, kuka voitti keskustelun, mutta useimmiten arviointi oli ympärilyöreämpää.

Uutisissa kuvailtiin paljon myös sitä, miten keskustelu eteni, millainen se oli sävyllään, miten keskusteltiin ja millaisia vaiheita keskustelussa tai ohjelmassa oli. Näyttää myös siltä, että kritisoidulla vaaliohjelmita saa mukavasti palstatilaa, sillä lehdissä oli useita uutisia, joissa käsiteltiin jonkun henkilön vaaliohjelmita esittämää kritiikkiä. Toisinaan televisioesiintyminen nousi uutisen kärjeksi. Mielellään kerrottiin myös siitä, mitä tapahtuu kulissien takana. Jutussa kerrottiin, mitä tapahtui ennen ja jälkeen keskustelun, millainen tunnelma studiossa oli ja miten keskustelijat suhtautuivat toisiinsa. Varsinkin iltapäivälehdet kertoivat mielellään keskustelijoiden omista näkemyksistä keskustelusta ja pyysivät heitä arvioimaan menestymistään tai kommentoimaan lukijaraadin arvioita. Useita juttuja oli myös siitä, millaisia ohjelmat tulevat olemaan ja mitä uutta niissä on.

Myöskään toimittajien kommentoivissa kirjoituksissa ei käsitelty keskusteluissa esitettyjä argumentteja. Vaaliohjelmita kommentoivissa kirjoituksissa vaalikeskusteluja arvioitiin lähinnä televisio-ohjelminä. Niissä käsiteltiin jonkin verran televisioesiintymistä ja television merkitystä vaaleissa. Muut kommentoitavat asiat jäivät yksittäisiksi.

Television vaaliohjelmien uutisoinnissa keskusteluissa käsitellyt asiat eivät siis nouse ensisijaisiksi, vaan tärkeämmäksi nousee itse »show» ja siinä menestyminen. Tätä havaintoa tukee myös otsikkojen analyysi. Otsikkojen osalta tarkasteltiin niitä uutisia, jotka selvästi raportoivat jostakin ohjelmasta jälkikäteen. Näiden juttujen otsikoista kolmasosa oli sisältökeskeisiä, esimerkiksi »Puoluejohtajat eivät leikkaisi lapsilisiä». Vastaavasti kaksi kolmasosaa keskittyi keskusteluun tai esiintymiseen, esimerkiksi »Löysä puhe pelasti Paavon». Ilta-lehdessä ei ollut lainkaan asiakeskeisiä otsikoita. Ilta-Sanomat vuorostaan oli herkin myymään lehteä vaaliohjelmita eli nostamaan ne kanteensa.

Suppeaksi jääneestä asiasisältöjen uutisoinnista tarkasteltiin vielä lähemmin sitä, millaiset asiat pääsevät juttuihin. Selvästikin kolmen suurimman puolueen puheenjohtajien, Ahon, Lipposen ja Niinistön, mielipiteet olivat muita tärkeimpiä, sillä osa uutisista keskittyi ainoastaan näiden kolmen puheenjohtajan puheenvuo-

roihin. Varsin usein keskustelluista asioista kerrottiin ainoastaan aihe, mutta aiheen käsittelystä ei kerrottu enempää. Muutamassa jutussa valotettiin kuitenkin laajemminkin aiheesta käytyä keskustelua. Erittäin helposti uutisoitiin erimielisyyksistä eli aiheista, joista puolueet olivat selvästi eri mieltä. Muutenkin aiheet, joista syntyi terävää sanailua, pääsivät juttuihin. Lähes poikkeuksetta uutisoitiin myös mahdollisesta hallituskuvioista käsittelemisestä keskustelusta sekä aiheista, jotka liittyivät joihinkin henkilöihin. Hyvin usein uutisissa kerrottiin myös, mitä keskustelijat vastasivat heille esitettyihin hupikysymyksiin, jotka yleensä olivat joko keskustelun alussa tai lopussa. Vaikka keskusteltujen aiheiden käsittely olikin niukkaa, niin uutisten perusteella keskustelluimpia aiheita tuntuivat olleen valtion säästöt ja turvallisuuspolitiikka. Lisäksi oli havaittavissa, että käsitellessään ohjelmien aiheita lehdet nostivat usein samasta keskustelusta aivan eri aiheita esille.

Lehdet eivät siis näe television vaaliohjelmissä keskusteltavia asioita juurikaan uutisoinnin arvoisina. Lisäksi uutisoitavien asioiden luonne paljastaa aiheiden valinnassa keskeisintä olevan mielenkiinnon herättäminen, henkilösidonnaisuus ja aiheesta käydyn keskustelun dramaattisuus. Asiasisältöjen relevanttiudella ei ole juurikaan merkitystä.

Aho vastaan Lipponen

Vaalien asetelma on varsin usein hallitus vastaan oppositio. Vaalikeskustelutkin tuntuvat rakentuvan tämän asetelman ympärille. Kun asioita henkilöidään, niin asetelma muuttuu puolueiden puheenjohtajien väliseksi. Niin tapahtui näidenkin vaalien aikana. Erittäin keskeiseen asemaan television vaaliohjelmiä käsittelevissä jutuissa nousi Ahon ja Lipposen vastakkainasetelma, josta tehtiin vaalien kannalta tärkeä jännitysmomentti. Lehdillä oli näyttävä rooli tämän dramaattisen kahden miehen vastakkainasetelman rakentamisessa.

Vastakkainasetelmaa alettiin rakentaa edellisen syksyn Ahon ja Lipposen tv-väittelyn pohjalta. Tuossa A-Studio ohjelmassa Ahon katsottiin »pyörittäneen Lipposta». Tuohon väittelyyn viitattiin eri lehdissä usein. Sen katsottiin luoneen jännitystä Ahon ja Lipposen välille. Lisäksi siihen viittaamalla pohjustettiin tu-

levia kohtaamisia. Jutuissa pohdittiin, tuleeko yhteenotosta yhtä kova ja häviääkö Lipponen väittelyn yhtä selvästi kuin edellisenä syksynä. Ensimmäinen viittaus Ahon ja Lipposen vastakkainasetelmaan oli jo kaksi kuukautta ennen vaaleja, kun kerrottiin tulevasta vaaliohjelmista.

Keskeiseksi keskustelunaiheeksi muodostuikin Ahon ja Lipposen esiintymistyylin suuri ero ja miten se vaikuttaa vaalien lopputulokseen. Useissa kirjoituksissa Esko Aho, silloinen pääministeri, alettiinkin nähdä haastajana, joka hyvällä televisioesiintymisellään saattaisi pelastaa Keskustan vaalitappiolta ja olla täten jopa seuraava pääministeri. Sen sijaan Paavo Lipposen katsottiin huonolla televisioesiintymisellä koko ajan pienentävän SDP:n varmana pidettyä vaalivoittoa. Ahon mahdolliseksi kompastuski-veksi tosin nähtiin, että hän saattaa toisinaan osoittaa liikaa yliveritaisuuttaan. Toimittajien mielestä Aho oli kuitenkin itsekin oivaltanut tämän vaaran.

Ahon ja Lipposen ensimmäinen keskinäinen kohtaaminen vaalien alla oli Hyvät, pahat ja rumat -ohjelmassa. Ilta-Sanomien mukaan kyseisestä väittelystä tuli pannukakku, koska Aho ja Lipponen väittelivät vaisusti. Samassa jutussa jopa politiikan tutkija ennakoivat vastaavien laimeiden väittelyiden laskevan äänestysintoa. Lehti siis odotti ärhäkkäämpää väittelyä ja arvioi sopuisan väittelyn epäonnistumiseksi.

MTV3:n järjestämästä Ahon ja Lipposen kaksinväittelystä lehdet kirjoittivat jo etukäteen. Jutuissa selvästi lisättiin jännitystä väittelyä kohtaan. Kyseessä oli »ratkaisun paikka», sillä jännittävää on »päihittääkö Aho toistamiseen Lipposen». Iltalehti esimerkiksi kirjoitti: »Rohkeimpien arvioiden mukaan Ahon hyvä menestys illalla voi taata Keskustalle vaaleissa 19–20 prosentin kannatuksen. Toisaalta jos Lipponen floppaa jälleen tänään, SDP:n vaalitulokset jatkanevat vapaata pudotustaan.»

Väittely ei kuitenkaan vastannut lehtien odotuksia. Seuraavan päivän lehdistä saimme lukea muun muassa seuraavaa: »Lipponen väisti Ahon miinat», »Aho ei yrittänyt selkävoittoa» tai »ei jälkeäkään edellisistä kovanpuoleisista yhteenotoista». Toimittajat olivat siis selvästi pettyneitä väittelyyn, kun siitä ei tullut heidän mielestään riittävän rajua. Laimean väittelyn katsottiin myös olevan tarkoituksellista sopui-

lua, jotta puheenjohtajat mahtuisivat samaan hallitukseen. Lisäksi Ilta-Sanomien uutisointi keskittyi Ahon ja Lipposen suhteiden kuvailuun. Se kertoi, kuinka »jää sulii vain hetkeksi Lipposen ja Ahon välillä» ja kuinka »kylmä tunnelma» vallitsi heidän välillään.

Muutkin kuin Ahon ja Lipposen keskinäiset väittelyt nähtiin toisinaan juuri näiden kahden välisinä taisteluina. Vaalikeskustelujen uutisointi saattoi ensisijaisesti kohdistua Ahon ja Lipposen vastakkainasetelmaan. Esimerkiksi Yleisradion Suuri vaalikeskustelu nähtiin osassa lehdistä Ahon ja Lipposen keskinäisenä kohtaamisena. Esimerkiksi Ilta-Sanomien otsikoi »Aho hallitsi – Lipponen möhli».

Ahon ja Lipposen vastakkainasetelmaa rakennettiin siis edellisen syksyn väittelyn pohjalle. Heidän väittelyidensä katsottiin olevan koko vaalien tuloksen kannalta keskeisiä. Heidän ei katsottu ainoastaan väittelevän asioista televisiokameroiden edessä, vaan heidän henkilökohtaisia välejänsäkin pidettiin tulehtuneina. Jos väittely oli rauhallinen, sitä pidettiin tarkoituksellisen hallituspohjan rakentamisena. Kyseinen vastakkainasetelma on jatkanut olemassaoloaan lehtien sivuilla vaalien jälkeenkin. Siitä on keskusteltu toistuvasti. Esimerkiksi eduskunnan kyselytunnilla toukokuussa 1996 Ahon ja Lipposen sanaillessa terävästi keskenään nousi sama asetelma jälleen näyttävästi esille. Samaan asetelmaan rakentui myös kunnallisvaalien ensimmäisen vaaliväittelyn ennakkomainonta elokuussa 1996.

Imagojen luontia

Lehtien kirjoittelu oli hyvin henkilökeskeistä, ja se keskittyi kolmen suurimman puoleen puheenjohtajiin: Ahoon, Lipposeseen ja Niinistöön. Muiden puolueiden puheenjohtajat saivat heihin nähden minimaalisesti palstatilaa television vaaliohjelmia käsiteltäessä. Lehtien kirjoittelussa oli erittäin paljon arvioita ja kuvailuja Ahosta, Lipposesta ja Niinöstä. Lehtien pohjalta syntyi myös varsin yhdenmukainen kuva kyseisistä puheenjohtajista. Lehdet siis aivan selvästi loivat tietynlaisen imagon kustakin kolmesta puheenjohtajasta.

Lehtiä lukemalla Keskustan puheenjohtajasta Esko Ahosta muodostuu mielikuva, että hän on erinomainen esiintyjä, sujuva, asiantunteva ja

sanavalmis. Hän on myös nopea, jopa niin nopea, että joutuu jarruttelemaan. Lisäksi hän on hallitseva ja ylimielinen. Lehtien luoma kuva Ahosta on yhdenmukainen. Kyseinen kuva on vahvasti positiivisesti väritynyt. Hänen ainoaksi huonoksi puolekseen nähdään taipumus ylimielisyyteen toisinaan.

Myös lehtien näkemys SDP:n puheenjohtajasta Paavo Lipposesta on hyvin yhdenmukainen. Kyseinen näkemys on kielteisesti väritynyt. Ainoana myönteisenä piirteenä nähdään rauhallisuus, joka sekun usein kääntyy kielteiseksi. Lipposta nimittäin kuvaillaan hitaaksi, ponnottomaksi, helposti ärtyväksi, kankeaksi ja jähmeäksi. Hän esiintyy huonosti, hänellä on kankea kieli ja huonot mediataidot. Hän ei saa sanotuksi, mitä haluaa, ja puhuu liian yleisellä tasolla. Häntä kuvaillaan myös usein hänen itsensä keksimällä nimityksellä Mooses.

Kokoomuksen puheenjohtaja Sauli Niinistöstä kirjoitetaan selvästi vähemmän kuin kahdesta edellä mainitusta puheenjohtajasta. Erilaisia luonnehdintoja hänestä on vähemmän, ja ne eivät muodosta niin selkeää mielikuvaa. Esimerkiksi Keskisuomalaisen jutuista ei löydy lainkaan kuvailua Niinöstä. Niinistön katsotaan olevan ihan hyvä esiintyjä, johdonmukainen ja nopea. Hänen sanotaan matkivan Ahoa. Hänet kuvataan ärhäkäksi terrieriksi. Niinistön voidaan katsoa voittaneen odotuskamppailun (ks. Hellweg ym. 1992), sillä ennako-odotukset hänestä eivät olleet kovin korkealla ennen keskusteluja. Sen sijaan hän näytti menestyvän keskusteluissa varsin hyvin, joten uutisissa saivat tilaa havainnot, että hän menestyi odotettua paremmin. Tällainen odotusten myönteinen kumoaminen vahvistaa myönteistä imagoa.

Suurin osa puheenjohtajien arvioista ja kuvailuista perustui yksittäisen toimittajan mielipiteeseen. Toimittajat näyttivät vahvistavan vuoron perään toistensa näkemyksiä. Muutaman kerran kuvailut perustuivat puhelinraadun tai enemmän tai vähemmän asiantuntevien henkilöiden arvioihin.

Mielikuvia ehdokkaista luovat myös valokuvat. Eri lehdet kuvittivat juttujaan varsin eri tavoin. Selvästi eniten kuvia kyseisten juttujen yhteydessä oli Iltalehdellä. Vähiten kuvia oli Keskisuomalaisella. Erityisesti iltapäivälehdillä oli paljon itse tapahtumasta otettuja kuvia. Usein kuvat olivat kuitenkin kasvokuvia vaka-

vista miehistä. Kuvat siis korostivat vaalikeskusteluja miehisinäittelöinä, sillä naisia kuvissa näkyi hyvin harvoin. Havainnot vastaavat aikaisempia tuloksia, joiden mukaan politiikkaa käsittelevissä lehtikuvissa on yleensä miehiä, poliitikot usein kättelevät ja mediakuvissa on mukana tiedotusvälineiden edustajia (Oksanen 1992). Vaalikeskustelujen yhteydessä suosittu kuvauskohde oli myös esiintyjien puuterointi kuvausta varten.

Myös lehtikuvissa kolmikko – Aho, Lipponen ja Niinistö – näkyi selvästi muita enemmän. Niinistöstä oli kuitenkin vähemmän kuvia kuin Ahosta ja Lipposesta. Keskisuomalaisessa ei ollut kyseisten juttujen yhteydessä yhtään kuvaa Niinistöstä, ja vastaavasti Iltalehdellä oli hänestä kuvia muita lehtiä enemmän. Kuvat Niinistöstä olivat varsin neutraaleja. Suosituimmista kuvauskohteista Ahosta ja Lipposesta muodostui myös lehtikuvien perusteella osittain erilaisia vaikutelmia. Ahosta oli selvästi enemmän kuvia, joissa hänellä on positiivinen kasvojen ilme, esimerkiksi hymy. Ahosta ei ollut lainkaan kuvia, joissa hänellä olisi jotenkin negatiivinen ilme. Sen sijaan Lipposesta oli jonkin verran tällaisia kuvia. Hän saattoi näyttää kuvissa kiukkuiselta tai hänen suupielensä olivat alaspäin. Kuvissa oli myös vastakkainasetelman aineksia. Varsin usein kaksi puheenjohtajaan oli samassa kuvassa, ja toisinaan he olivat asettuneet selvästi toisiaan vastaan. Myös kahden tai kolmen puheenjohtajan erillisten kasvokuvien asetelmista muodostui toisinaan vastakkaisasetelman vaikutelma.

Keskustelujen saama kritiikki

Kirjoitukset television vaaliohjelmista sisälsivät paljon kritiikkiä nykyisiä vaaliohjelmiä kohtaan sekä mielipiteitä siitä, millaisia vaalikeskustelujen pitäisi olla. Lehtitoimittajien mielestä vaaliohjelmat olivat poikkeuksetta tylsiä. Syitä ohjelmien pitkävetisyyteen annettiin lukuisia. Lehtien kritiikiltä ei oikeastaan säästynyt mikään, sillä ohjelmia kritisoitiin aivan kaikesta. Kritiikkiä saivat niin poliitikot kuin toimittajatkin, sekä kysymykset että vastaukset. Moitteita annettiin myös esimerkiksi lavastuksesta, studiotekniikasta, lähetyksajasta ja ulkopuolisista asiantuntijoista.

Eniten arvosteltiin sitä, että vaaliohjelmissa

oli yhtä aikaa niin paljon puolueita mukana. Lehtien mielestä tällaisesta parlamentaarista tasapuolisuudesta pitäisi luopua ja siirtyä puolueiden ohjelmiin valinnassa journalistisiin periaatteisiin. Erityisesti tästä kritisoitiin Yleisradion ohjelmia, joita tasapuolisuussitoumukset ensisijaisesti koskevat.

Hyvinä piirteinä pidettiin sitä, että vaaliohjelmat ovat tulleet hyvin katselu-aikoihin, niissä on puhuttu säästöistä ja niihin on etsitty uudenlaisia muotoja. Toiveet tulevien keskustelujen uudistuksista olivat varsin ympäröityjä. Saatettiin toivoa harkittuja kysymyksiä, taitavia juontajia, lisää hauskuutta tai tulevaisuudesta puhumista.

Lehdet kuitenkin näkivät television vaaliohjelmilla edelleen olevan suuren merkityksen. Vaaliohjelmissa menestymisellä katsottiin usein olevan suoria vaikutuksia vaalien lopputulokseen. Joskus saatettiin esittää hyvin voimakkaakin väitteitä siitä, että televisiokeskustelut viime kädessä ratkaisevat vaalit. Erityisesti televisioesiintymistä pidettiin tärkeänä. Lisäksi mielipidemittausten tuloksia selitettiin nimenomaan televisio-ohjelmien perusteella. Myös yksittäisen ohjelman merkitystä korostettiin toisinaan paljon. Varsinkin Ahon ja Lipposen väittelyllä sanottiin olevan erittäin suuria vaikutuksia vaalien lopputuloksen kannalta. Toisaalta esitettiin myös kriittisiä kannanottoja television vaaliohjelmien vaikutuksista. Niissä todettiin, että television vaaliohjelmien vaikutusta usein liioitellaan tai että juuri tänä vuonna vaaliohjelmilla ei ole niin paljon vaikutusta kuin aikaisemmin. Tällaisia näkökantoja esittivät toimittajat, poliitikot ja tutkijat, mutta nämä kriittiset näkemykset jäivät vähemmistöön.

Vaaliohjelma uutisena

Sanomalehdet kirjoittavat siis varsin paljon television vaaliohjelmista. Erityisesti vaaliohjelmat näyttävät olevan iltapäivälehtien suosiossa, eli ne ovat aiheita, joiden avulla iltapäivälehdet pystyvät päivittäin myymään itseään. Ne siis myös kiinnostavat lukijoita. On ymmärrettävää, että sanomalehdet kirjoittavat vaalikeskusteluista, koska ne ovat merkittäviä tapahtumia vaalikampanjan aikana ja niillä saattaa olla vaikutusta vaalien lopputulokseen. Toisaalta kirjoittamalla ohjelmista lehdet samanaikaisesti

lisäävät niiden painoarvoa, mikä taas tekee entistä tärkeämmäksi niiden uutisoinnin lehdissä. Kyseessä on siis eräänlainen noidankehä. Sanomalehtikirjoitusten perusteella voi olla varma, että vaaliohjelmat on nostettu agendalle. Ne ovat siis yksi keskeisimmistä kysymyksistä, joista vaalien alla keskustellaan. Vaaliohjelmaa myös pidetään tärkeinä, sillä selitettiinhan mielipidetutkimusten muutoksia niiden perusteella. Varmastikin lehtien tapa nostaa vaaliohjelmat uutisiksi vaikuttaa myös äänestäjän suhtautumiseen niihin. Todennäköisesti äänestäjätkin pitävät vaaliohjelmaa tärkeinä kampanjapahtumina, koska lehdissäkin ne saavat niin suurta huomiota. Television vaaliohjelmien tärkeäksi kokeminen varmasti lisää myös niiden katsomista, mikä lisää niiden mahdollisuuksia vaikuttaa äänestäjiin.

Onkin syytä kysyä, mikä vaaliohjelmista tekee niin tärkeitä, että ne ylittävät uutiskynnyksen. Analyysi osoittaa varsin selvästi, että sanomalehtijuttujen perusteella tärkeää niissä on itse ohjelma, siinä mukana olevat henkilöt, heidän televisioesiintymisensä, keskustelijoiden väliset erimielisyydet ja keskustelun eteneminen. Keskustelun kohteena olevilla asioilla ei ole juurikaan merkitystä. Tällaisella uutisoinnilla lehdet ikään kuin viestivät sitä, etteivät television vaaliohjelmat ole foorumi, josta äänestäjä saisi uutta tietoa äänestyspäätöksensä tueksi tai jossa tehtäisiin merkittäviä poliittisia linjauksia. Sen sijaan ne korostavat, että television vaaliohjelmissa merkitystä on ehdokkaan esiintymisellä, näppäryydellä ja toisen päihittämällä. Lehdet siis implisiittisesti pitävät television vaaliohjelmaa pelkkänä imagovaikuttamisvälineinä. Vaaliohjelmaa kommentoivissakin kirjoituksissa nostetaan imago asiasisältöjä tärkeämmäksi asiaksi.

Nyt saadut tulokset lehtien kirjoittelusta muistuttavat varsin paljon vastaavia amerikkalaisia tuloksia. Uutisointi on keskittynyt henkilöihin, tärkeää on, kuinka keskustelussa menestyy, asiakysymykset jäävät toissijaisiksi, ehdokkaiden näkemuserot jäävät toteamisen asteelle, arviot keskusteluista perustuvat toimittajien omiin käsityksiin ja esiintyminen saa paljon palstatilaa. Samoin dramaattiset piirteet pääsevät suomalaisissakin lehdissä esille, sillä esimerkiksi ehdokkaiden väliset terävät sanailut ja erimielisyydet, huonot henkilösuhteet,

selvät vastakkainasetelmat ja muutokset vaali-asetelmissa saavat helposti huomiota. Lehdet myös pyrkivät luomaan draamaa nostamalla uutiseksi esimerkiksi sen, ketkä pääsevät vaaliohjelmiin tai ratkeako vaalitulos Ahon ja Lipposen väittelyssä. Lisäksi näyttää siltä, etteivät ainoastaan televisioyhtiöt halua kanavalleen dramaattisia ohjelmia, vaikka juuri televisiota pidetään dramaattisena mediana (esim. Esslin 1982). Myös lehtien mieleen näyttää olevan, jos vaaliohjelmissa on dramaattisia piirteitä. Laimeita vaalikeskusteluja ja -väittelyitä pidetään epäonnistuneina. Erona amerikkalaiseen uutisointiin on, että meillä ei aina pyritä löytämään keskustelun selvää voittajaa, vaikka sellaisiakin uutisia on. Kaiken kaikkiaan vaaliohjelmista uutisointi näyttää varsin »amerikkalaiselta», mikä osaltaan vahvistaa käsitystä poliittisen viestintäkulttuurimme amerikkalaistumisesta (ks. Moring ja Himmelstein 1993).

Sanomalehti television kriitikkona

Televisiota syytetään usein siitä, että se on nostanut imagoit niin tärkeiksi poliittisessa vaikutamisessa ja pinnallistanut politiikkaa. Vaaliohjelmien uutisointi kuitenkin osoittaa, ettei politiikan pinnallistuminen ole ainakaan yksin television syy, sillä analysoidut kirjoitukset saavat politiikanteon näyttämään hyvin pinnalliselta. Lehdillä näyttäisi olevan merkittävä rooli imagojen keskeisyyden korostamisessa. Lisäksi lehdet näyttävät tehokkaasti luovan imagoja. Voi olla toki niin, että uutisoidessaan televisio-ohjelmista lehdet ovat omaksuneet television tavan kertoa tapahtumista. Ne ovat omaksuneet televisiolle ominaisia muotoja, logiikkaa uutisointiinsa (ks. Altheide ja Snow 1979). Imago-kampanjoinnin juuret eivät kuitenkaan ole televisiossa, vaikka se ehkä onkin tehokkain välittämään poliittisia imagoja. Onkin syytä huomata, että imagokampanjoinnin juuret ovat poliittisessa todellisuudessa ennemminkin kuin medioissa, joiden kautta kampanjoinnista kerrotaan (Rudd 1986).

Sanomalehtien kirjoitukset television vaaliohjelmissa ovat myös oiva esimerkki siitä, kuinka tiedotusvälineet kasvavassa määrin uutisoivat toinen toisiaan. Tällä tavoin ne esimerkiksi pönkittävät tiedotusvälineiden asemaa poliittisina vaikuttajina. Ne osoittavat olevansa ak-

tiivisia poliittisia vaikuttajia eivätkä vain raportoi politiikasta (ks. Blumler ja Gurevitch 1995, 3). Lehtien tapa kirjoittaa vaaliohjelmista korostaa entisestään television poliittista valtaa. Jos ohjelmien käsittelyssä painopiste olisi poliittisissa asiakysymyksissä, silloin television merkitys ei olisi niin suuri. Tuolloinhan keskustelut voitaisiin käydä missä tahansa. Mutta kirjoituksissa korostetaan itse televisiota, televisio-ohjelmaa ja televisioesiintymistaitoa, mikä antaa painoarvoa itse medialle. Lehtikirjoituksista myös paljastuu toimittajien vankka usko television vaaliohjelmien suureen vaikuttavuuteen. Lisäksi tulokset kertovat, että vaaliohjelmista kirjoittaminenkin saattaa olla poliittista vaikuttamista. Kirjoitukset luovat ehdokkaista selkeitä luonnehdintoja. Myös lehtien välillä on eroja siinä, mistä ohjelmista ne kirjoittavat, kenen valokuvia ja millaisia niiden sivuilla on sekä kenen mielipiteet ne nostavat keskustelusta uutisiin. Jutut vaaliohjelmista eivät kohtele puolueita tasapuolisesti.

Lehdissä on toki myös vaaliohjelmien kritiikkiä. Se on kuitenkin keskittynyt ohjelmien muotoon. Vaaliohjelmaa kritisoidaan samalla tavalla kuin televisio-ohjelmaa yleensäkin. Kriittikillä olisi mahdollisuus olla syvällisempää. Lisäksi voidaan kysyä, että vaikka lehdet kritisoiivatkin television vaaliohjelmaa, niin kuka kritisoiisi lehtien vaalikirjoittelua. Ovathan vaaliohjelmaa käsittelevät jutut vain pieni osa niistä kirjoituksista, joita lehdissä on vaaleista.

Lopuksi voi todeta, että televisio itse käsittelee ohjelmiaan pitkälti samoin kuin lehdet. Esimerkiksi televisioyhtiöt ottavat omat vaalikeskustelunsa lähes poikkeuksetta iltauutistensa aiheiksi. Saattaakin osittain olla kyse siitä, että television uutiskriteerit heijastuvat myös lehdistön puolelle. Lisäksi vuoden 1995 eduskuntavaalien yhteydessä olleet MTV3:n kaksinäytellyt päättyivät kysymykseen, kuinka ehdokkaat menestyivät väittelyssä. Televisio siis itsekin etsii keskustelujen voittajia. Vuoden 1995 vaaleille oli myös ominaista, että televisio oli katsovinaan itseään kriittisesti niiden aikana. Yleisradiolla oli ohjelmasarja television poliittisesta vallasta, ja MTV3 käsitteli aihetta Mediauutisissa. Kyseiset ohjelmat jäivät kuitenkin näennäiskriittisiksi.

LÄHTEET

- Altheide, David and Robert Snow (1979): *Media Logic*. Sage, Beverly Hills.
- Birdsell, David (1994): What Should Debates Be? Standards of Public Discourse. Teoksessa Arthur Miller and Bruce Gronbeck (eds.), *Presidential Campaigns and American Self Images*. Westview Press, Boulder. s. 128–142.
- Blumler, Jay and Michael Gurevitch (1995): *The Crisis of Public Communication*. Routledge, London.
- Clayman, Steven (1995): Defining Moments, Presidential Debates, and the Dynamics of Quotability. *Journal of Communication* 45:3, s. 118–146.
- Esslin, Martin (1982): *The Age of Television*. W. H. Freeman and Company, San Francisco.
- Hall, Jon (1987): The Scribes of Texas: Newspapers Coverage of the 1984 U.S. Senate Campaign. Teoksessa Jan Pons Vermeer (ed.), *Campaigns in the News: Mass Media and Congressional Elections*. Greenwood Press, New York. s. 91–107.
- Hellweg, Susan, Michael Pfau and Steven Brydon (1992): *Televised Presidential Debates*. Praeger, New York.
- Isotalus, Pekka ja Maili Pörhölä (1994): Mikä presidenttiehdokkaiden televisiokeskustelussa kiinnostaa nuoria? *Politiikka* 36:4, s. 272–282.
- Kanerva, Jukka (1994): »Ryvettymisen hyvä puoli»: *Suomalainen politiikka ja poliittikot televisiossa*. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikkö, Jyväskylä.
- McLeod, Jack, Gerald Kosicki and Douglas McLeod (1994): The Expanding Boundaries of Political Communication Effects. Teoksessa Jennings Bryant and Dolf Zillman (eds.), *Media Effects Advances in Theory and Research*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale. s. 123–162.
- Morello, John (1991): »Who Won?»: A Critical Examination of Newspaper Editorials Evaluating Nationally Televised Presidential Debates. *Argumentation and Advocacy* 27:1, s. 114–125.
- Moring, Tom ja Hal Himmelstein (1993): *Politiikkaa riisuttuna: Kampanjakulttuuri murroksessa televisoidun politiikan aikaan*. Yleisradio, Helsinki.
- Oksanen, Annukka (1992): *Hillityt ja harmaat suomalaispoliittikot: Poliittikoja esittelevien lehtikuvien semioottista analysointia*. Tampereen yliopisto, Poliittikan tutkimuksen laitoksen tutkimuksia 118.
- Oksanen, Matti (1984): Television vaikutus vuoden 1983 eduskuntavaalien tuloksiin. *Politiikka* 26:2, s. 145–162.
- Patterson, Thomas (1980): *The Mass Media Election: How Americans Choose Their President*. Praeger, New York.
- Pekonen, Kyösti (1995): Finnish Voters and the Personification of Politics. Teoksessa Sami Borg and Risto Sänkiäho (eds.), *The Finnish Voter*. The Finnish Political Science Association, Helsinki. s. 187–207.

Pesonen, Pertti, Risto Sänkiäho ja Sami Borg (1993): *Vaalikansan äänivalta: Tutkimus eduskuntavaaleista ja valitsijakunnasta Suomen poliittisessa järjestelmässä*. WSOY, Porvoo.

Rudd, Robert (1986): Issues as Image in Political Campaign Commercials. *The Western Journal of Speech Communication* 50:1, s. 102–118.

Suhonen, Pertti (1996): Mieliäpidetutkimukset, journalismi ja politiikka. *Tiedotustutkimus* 19:2, s. 36–51.

Sänkiäho, Risto (1983): Sanomalehdet ja ehdokasvalinta. Teoksessa Risto Sänkiäho (toim.), *Kun kansa valitsi Koiviston*. Lehtimiehet Yhtymä, Jyväskylä, s. 231–243.

PSYKOLOGIA

32. vuosikerta

julkaisija:
Suomen psykologinen seura

tilaushinnat:

- jäsentilaus 220 mk
- opiskelijat 110 mk
- (sisältävät jäsenmaksun)
- muut (Suomi ja Pohjoismaat) 250 mk
- yhteisöt 300 mk
- muut maat 300 mk
- irtonumerot 40 mk

tilaukset:
 Psykologia-lehti
 Mariankatu 7C, 00170 Helsinki
 puh / fax (09) 608 586
 PS-tili 800017-95442



1997