

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Yhteiskuntahistorian laitos	
Tekijä-Författare-Author Airaksinen, Iivari			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Politiikan henkilöityminen puolueiden eduskuntavaalimainonnassa 1975 - 2003			
Oppiaine-Läroämne-Subject Poliittinen historia			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2008-10-31	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 124
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Pro gradu -tutkielmassani tarkoitukseni oli tutkia politiikan henkilöitymistä puolueiden eduskuntavaalimainonnassa. Kartoittaessani tutkimusaluetta päädyin käsittelemään tutkielmassani eduskuntavaaleja vuosien 1975 - 2003 välillä. Tutkielmassani tarkasteltiin ainoastaan puolueiden vaalimainontaa, joten kaikki muu poliittinen mainonta oli rajattu tutkimuksen ulkopuolelle.</p> <p>Poliittista mainontaa ja politiikan henkilöitymistä ei ole tutkittu Suomessa kovinkaan paljon ja politiikan henkilöitymistä ei ole tutkittu mainonnan näkökulmasta Suomessa lainkaan. Myöskään kansainvälistä tutkimusta ei näyttäisi olevan lainkaan kyseisestä tutkimusalueesta. Poliittisen mainonnan tutkimuksessa on yhdistelty politiikan tutkimuksen, viestinnän ja elokuvatutkimuksen teorioita. Poliittisen mainonnan historian tutkimus on taas ollut pääosin kuvailevaa. Omassa tutkielmassani yhdistelin politiikan tutkimuksen, viestinnän ja mainonnan teorioita. Myös kuvailevalla tutkimusotteella oli merkittävä osa tutkielmassani.</p> <p>Pyrin tutkielmassani kartoittamaan sitä milloin henkilöityminen oli alkanut Suomen poliittisessa mainonnassa. Lisäksi tarkastelin sitä, miten henkilöityneet mainokset olivat muuttuneet vuosien saatossa, minkälaisia elementtejä henkilöityneissä mainoksissa oli ja ketkä esiintyvät henkilöityneissä mainoksissa.</p> <p>Poliittisen mainonnan henkilöityminen eduskuntavaaleissa alkoi suurilta osin kokeiluluonteisesti 1970-luvun puolella. Liberaalit tosin henkilöivät mainoskampanjansa voimakkaasti jo vuosien 1975 ja 1979 vaaleissa. Vasta 1980-luvulla mainoskampanjoissa alettiin käyttää laajemmin puolueen johtohenkilöitä. Tuolloin kaikki suuret puolueet esittelivät mainoskampanjoita, joissa esiintyi puoluejohtoa. Poliittinen televisiomainonta sallittiin 1990-luvun alkupuolella ja se mahdollisti uudenlaisen mainonnan toteuttamisen ja muutti jonkin verran henkilöityä mainontaa. Myös vuoden 2000 valtaoikeuksien muutoksella, joka lisäsi pääministerin valtaa, näyttäisi olevan vaikutusta henkilöityneisiin vaalimainoksiin, lisäten puheenjohtajakeskisyttä mainoksissa.</p> <p>Poliittisessa mainonnassa on Suomessa käytetty usein puheenjohtajan lisäksi myös muita puolueen johtohenkilöitä. Henkilöidyissä vaalimainoksissa onkin ollut nähtävissä sekä puheenjohtaja- että puoluejohtokeskistä mainontaa. Puoluejohtoa on valittu usein mukaan mainoksiin erilaisten virkojen, aseman ja erityisosaamisalueiden vuoksi.</p> <p>Mainonta voidaan jakaa kahteen lajityyppiin: demonstraatio- ja draamamainontaan. Henkilöidyt vaalimainokset olivat 1970- 1980-lukujen aikana pääosin demonstraatiomainontaa. Kuitenkin jo 1980-luvulla nähtiin muutamia kokeiluja, joissa nähtiin draamamainontaa. Tultaessa 1990-luvulle henkilöidyt vaalimainokset alkoivat muuttua draamamainonnan suuntaan ja mielikuvien merkitys mainonnassa korostui. Erityisesti tämä korostui televisiomainonnan puolella.</p> <p>Suomessa henkilöidyt poliittiset mainokset ovat seurannet kaupallisen mainonnan ja poliittisen kulttuurin kehityskulkuja. Sitä kautta niille on muovautunut suomalainen malli henkilöityneistä vaalimainoksista omalla kuvakielellä ja tyyliasuuntauksilla.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords poliittinen mainonta poliittinen viestintä mainonta eduskuntavaalit politiikka - henkilöityminen			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			