



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos – Institution – Department Politiikan ja talouden tutkimuksen laitos	
Tekijä – Författare – Author Puustinen, Petteri Jouni Mikael			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Verkkokauppaa politiikan mielikuvilla – blogit parlamentaarikkojen imagonrakennuksen työkaluina			
Oppiaine – Läroämne – Subject Poliittinen historia			
Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu -tutkielma	Aika – Datum – Month and year Syyskuu 2011	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 108	
Tiivistelmä – Referat – Abstract			
<p>Tutkielmassa tarkastellaan suomalaisten eturivin poliitikkojen blogiviestintää imagonrakennuksen näkökulmasta. Tarkoitus on selvittää, millä tavalla poliitikot käyttävät blogejaan osana imagonrakennusprosessia. Tutkimuskysymyksen taustalla on ajatus yhteiskunnan viestinnällistymisestä, ”medialisoitumisesta”. Mediavälineiden ja -sisältöjen kyllästävässä mielikuvayhteiskunnassa jokainen joutuu pitämään huolta siitä, millainen imago hänelle muiden mielissä muodostuu. Mielikuvayhteiskunnassa imagot kilpailevat toisiaan vastaan ideologioiden sijaan, ja poliitikot pyrkivät erottumaan toisistaan ja kauppaamaan itseään äänestäjille mielikuvien avulla. Koska poliitikot taustaryhmineen voivat kommunikoida yleisöille blogien avulla ilman perinteisten tiedotusvälineiden väliintuloa, blogien merkitys imagoiden rakentamisessa, muokkaamisessa ja ylläpitämisessä on huomionarvoinen.</p> <p>Tutkielma sijoittuu poliittisen viestinnän tutkimuksen kenttään ja siinä hyödynnetään myös retoriikan tutkimuksen perusteita. David Nimmon teoria jakaa imagoviestinnän kolmeen aspektiin: ajatteluun ja tulkintaan liittyvään kognitiiviseen puoleen, tunteisiin vetoavaan affektiiviseen osaan sekä konatiiviseen, eli toimintaan kehottavaan elementtiin. Ferdinand de Saussuren linjaamien semiotiikan käytäntöjen mukaan viestintä puolestaan koostuu semioottisista valinnoista. Blogeissa käytettyjen semioottisten valintojen perusteella imagoviestinnän eri aspektit korostuvat halutuilla tavoilla. Tutkielmassa tarkastellaan imagonrakennuksen näkökulmasta niitä retorisia keinoja ja valintoja, joita blogikirjoituksissa esiintyy.</p> <p>Tutkielman alkuperäislähteinä ovat 24:n näkyvässä asemassa olevan suomalaisen poliitikon blogit tai vastaavat verkkosivut syksyiltä 2009 ja keväältä 2010. Mukaan valittiin kaikki sellaiset eduskuntapuolueiden sekä valiokuntien puheenjohtajat, jotka päivittivät sisältöä blogeihinsa säännöllisesti. Tutkielman tärkeimpiä kirjallisuuslähteitä ovat muiden muassa Erkki Karvosen, David Nimmon, Risto Uimosen sekä Pekka Isotaluksen teokset.</p> <p>Tutkielman metodologisena apuvälineenä on sovellettu laadullisen sisällönanalyysin menetelmiä kuten palautesilmukkaa. Palautesilmukan induktiivisessa vaiheessa aineiston pohjalta on ensin toistuvien lukukertojen myötä muodostettu kategoriat, joihin varsinaiset sisällöt on sitten deduktiivisessa vaiheessa lajiteltu lopullista analyysia varten. Näin on saatu esiin erilaisia imagotyyppisiä, joihin poliitikot itsensä blogeissaan asemoivat sekä imagonrakennuskeinoja, joita he blogiviestinnässään käyttävät.</p> <p>Tutkimus osoittaa, että useimmat suomalaiset poliitikot pyrkivät rakentamaan imagojaan asiapitoisista lähtökohdista, riskittömästi ja hillitysti. Imagoviestit sisällytetään tiiviisti asia-aiheiden yhteyteen eikä imagotekijöitä tyrkytetä sisältöjen kustannuksella. Kognitiiviset elementit korostuvat affektiivisten kustannuksella. Vaikka provokatiivisia intohimopoliitikkojakin joukosta löytyy, suurin osa pyrkii profiloitumaan imagoltaan viileiksi ja osaaviksi asiantuntijoiksi.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords imago blogit mielikuvat poliittinen viestintä retoriikka			

Verkkokauppaa politiikan mielikuvilla –
blogit parlamentaarikkojen
imagonrakennuksen työkaluina

Petteri Jouni Mikael Puustinen

Helsingin yliopisto

Valtiotieteellinen tiedekunta

Poliittinen historia

Pro gradu -tutkielma

Syyskuu 2011

Sisällysluettelo

Sisällysluettelo.....	2
1. Johdanto	4
1.1 Imagot ja medialisoitunut mielikuvayhteiskunta	6
1.2 Imagon käsitteestä ja imagonrakennuksen keinoista.....	10
1.3 Imagonrakennusta Machiavellista Ahtisaareen.....	13
1.4 Tupailloista blogeihin: imagonrakennuksen areenat	16
1.5 Poliittisen viestinnän tutkimuksen kenttä	20
1.6 Aineisto, menetelmät ja esityksen rakenne	23
2. Imagonrakennustekniikat blogeissa	30
2.1 Oman aseman määrittäminen	30
2.2 Toisista erottautuminen.....	35
2.3 Yleisön määrittäminen ja oma suhde yleisöön.....	39
2.4 Korostettavat ominaisuudet.....	43
2.5 Lupaukset ja saavutukset	46
2.6 Historiaan vetoaminen ja tulevaisuusvisiot	52
2.7 Suhde muutokseen ja jatkuvuuteen	57
2.8 Yleiset affektiiviset ja konatiiviset elementit.....	63
3. Imagotyypit blogeissa	70
3.1 Osaava, aktiivinen asiantuntija.....	70
3.2 Intohimopoliitikko.....	75
3.3 Etäinen tarkkailija.....	79
3.4 Inhimillinen tekijä	83
3.5 Yksinäinen susi	87
4. Yhteenvedoa tutkimuksesta ja pohjaa jatkotutkimukselle	92

4.1 Varovaista ja riskitöntä imagonmuodostamista	92
4.2 Imagotyypeissä asiantuntijat enemmistönä.....	97
4.3 Mahdollisuuksia jatkotutkimukseen.....	100
5. Lähteet.....	103

1. Johdanto

"Puoluejohtajan saati pääministerin monta kertaa viikossa ilmestyvä nettipäiväkirja on tyhjänpäiväistä yksinpuhelua ja vie muutenkin latteaa poliittista keskustelukulttuuria entistäkin kummallisempaan suuntaan."

Erkki Pennanen, Helsingin Sanomat, 25.3.2006

"Joskus silloin kauan sitten maalla poliitikot niitättiin vaalien alla ladon seinään ja siinä he pysyivät, kunnes sade, tuuli ja vihamieliset katseet kauhduttivat heidät olemattomiin. -- Heistä pidettiin tai heitä vihattiin. Heitä äänestettiin tai sitten ei. He olivat hyvässä tai huonossa maineessa, mutta imagoa heillä ei ollut. He tekivät kaiken omana itsenään. Oi kultaisia vuosia. Oi imagottomia päiviä. -- Nyt ottavat toisistaan mittaa imagot, eivät enää ihmiset --."

Anneli Sundberg, Helsingin Sanomat, 2.7.1993

Kaikki uusi on aina hämmentävää. 1990-luvulla suomalaista mediaa, yleisöä ja poliitikkoja itseäänkin hämmensi uudenlainen puhe imagojen tärkeydestä osana politiikkaa. Vaikka imagon käsite itsessään ei ole sen puolin positiivinen kuin negatiivinenkaan, imagot ja johdonmukainen imagonrakennus käsitettiin usein epärehellisiksi ja vilpillisiksi asioiksi, joita olisi parasta pystyä välttelemään viimeiseen saakka. Todellisuudessa imagot ja politiikka ovat aina olleet käytännössä erottamaton parivaljakko, mutta ajatus vanhoista hyvistä ajoista, jolloin imagoilla ei olisi ollut politiikassa lainkaan merkitystä, viipyivät pitkään vahvoina monien mielissä. Jos poliitikolla oli imago, hän ei ollut oma itsensä, kuten Anneli Sundberg ilmaisi asian Helsingin Sanomien pääkirjoituksessa vuonna 1993. Viime

vuosikymmenelle tultaessa imagot oli jo hyväksytty kiinteäksi osaksi kotimaistakin politiikkaa, mutta uudeksi hämmennyksen aiheeksi nousivat blogit. Vuoden 2006 presidentinvaaleista vyörymään lähtenyt suuri blogi-innostus¹ saavutti lyhyessä ajassa niin suuret mittasuhteet, että seuraavan kevään eduskuntavaaleja kutsuttiin jo "blogivaaleiksi".² Vaikka osa alun blogihurmoksesta onkin haihtunut tiehensä, voidaan silti kiistatta sanoa, että poliitikkojen verkkopäiväkirjat eivät kuitenkaan jääneet pelkäksi trendi-ilmiöksi, vaan nykyisin ne ovat jo asettuneet pysyväksi osaksi poliittista viestintäkulttuuria. Tällä hetkellä suurin osa kansanedustajista ylläpitää ainakin jonkin muotoista blogia, ja poliitikkojen blogeissaan esittämät teemat ja ajatukset nousevat säännöllisesti esiin myös muussa mediassa. Blogien merkityksen ja näkyvyyden kasvu viime vuosien aikana on laaja ilmiö, joka ansaitsee tulla tarkastelluksi useasta eri näkökulmasta. Koska blogiviestintä on etenkin Suomessa ilmiönä niin tuore, sitä ei ole käsitelty tutkimuksissa kovinkaan paljon. Toistaiseksi blogien olemassaolo on lähinnä vain noteerattu ja sivuutettu ohimennen mielenkiintoisena kuriositeettina, mutta syvemmälle puretuvaa tutkimusta niistä on vasta vähän.

Niin imagot kuin blogitkin ovat joka tapauksessa tulleet jäädäkseen suomalaiseenkin poliittiseen kulttuuriin, joten on aiheellista tarkastella niitä myös osana poliittisen historian tutkimusta. Tämä pro gradu -työ pyrkii selvittämään poliitikkojen blogiviestinnän käytäntöjä uuden vuosituhaten toisen vuosikymmenen taitteessa ja tekemään sen ennen kaikkea imagonrakennuksen näkökulmasta käsin. Imagokysymykset ovat modernissa tietoyhteiskunnassa ja 2000-lukulaisessa politiikassa hyvin tärkeitä ja blogit uutena ilmiönä nivoutuvat yhteen paljolti imagoiden ympärillä pyörivän poliittisen kilpailun kanssa. Blogeissa käytettäviä retorisia keinoja tarkastelemalla ja blogitekstien sisältöjä analysoimalla haluan selvittää, miten tämänhetkiset kansanedustajat käyttävät blogejaan imagoidensa rakentamiseen ja muokkaamiseen. Tutkimuksen ensimmäisessä osassa tarkastellaan blogeissa esiintyviä imagonrakennuksen tekniikoita ja toisessa osassa blogeista

¹ Päivi Hovi-Wasastjerna mainitsee vuoden 2006 vaalien uutuutena "joidenkin ehdokkaiden vaaliblogit (Internet-päiväkirjat), joita erityisesti media seurasi ja joista se sai uutisaiheita". Hovi-Wasastjerna, Päivi: *Vaalikampanja visuaalisesti kirjava kokonaisuus*. Teoksessa Isotalus, Pekka – Borg, Sami (toim.): *Presidentinvaalit 2006*. WSOY, Helsinki 2007, 95.

² Pernaa, Ville: *Mistä nämä vaalit muistetaan*. Teoksessa Pernaa, Ville – Niemi, Mari K. – Pitkänen, Ville: *Mielikuvavaalit. Kevään 2007 eduskuntavaalien mediailmiöt*. Kirja-Aurora, Turun yliopisto 2007, 18.

välittyviä imagonrakennuksen lopputuloksia. Tarkastelukulma on siis imagoviestien lähettäjän: ”valmiiden” imagojen osalta ei tutkita vastaanottoa eli sitä, millaisina yleisö imagot kokee, vaan sitä, millaisiksi imagot muodostuvat blogeissa välitettyjen sanomien kautta lähettäjän toimien perusteella.

1.1 Imagot ja medialisoitunut mielikuvayhteiskunta

Imagoista väitöskirjansa kirjoittanut Erkki Karvonen kutsuu nykyisiä länsimaisia yhteiskuntia mielikuvayhteiskunniksi. Hänen mukaansa mielikuvayhteiskunnat syntyivät kaupallistumisen ja markkinoistumisen pohjalta etenkin television myötävaikutuksesta. Karvosen mukaan mielikuvayhteiskunnissa vallitsee ”medialisaation” nimellä kutsuttu kehityssuuntaus, joka johtaa siihen, että yhteiskunnalliset toimijat muokkaavat itseään ja toimintaansa median määrittämiin ehtoihin sopivaksi. Yhdysvalloissa medialisaatio alkoi saavuttaa jalansijaa jo 1950-luvulta lähtien, mutta Suomessa markkinatalous ja mediaympäristö kehittyivät tähän pisteeseen asti vasta 1980-luvulle tultaessa.³ Täten suomalainen tutkimus alkoi kiinnittää asiaan huomiota juuri 1980-luvulta eteenpäin ja varsinkin 1990-luvulla, vaikka etenkin anglosaksisissa maissa aiheesta on kirjoitettu paljon jo 1950-luvulta alkaen. Medialisoituneessa yhteiskunnassa jokainen ihminen on siis kaiken aikaa ainakin alitajuisesti tietoinen siitä, että hänen tulisi käyttäytyä ja toimia tavalla, joka ”näyttää hyvältä” mediassa. Karvonen korosti ennen kaikkea television merkitystä eikä voinut vielä omassa tutkimuksessaan huomioida internetin vaikutusta tämänhetkisessä mittakaavassa, mutta juuri internet on ehdottomasti kiihdyttänyt medialisaatiota entisestään. Esimerkiksi blogien, keskusteluforumien ja muiden niin kutsutun sosiaalisen median kanavien kautta aivan jokainen meistä voi olla ja on nykyisin eräänlainen mediaesiintyjä – halusimme sitä tai emme. Karvosen mukaan mielikuvayhteiskunnassa ideatasolla ilmenevät mielikuvat ohjaavat myös materiaalisen todellisuuden tuotantoa, joten siksi myös mielikuvat itsessään ovat

³ Karvonen, Erkki: *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Tampereen yliopisto, Tampere 1997, 18.

merkittävä osa yhteiskunnallista todellisuutta.⁴ Median kautta välittyvät mielikuvat ovat muodostuneet erottamattomaksi osaksi ihmisten jokapäiväistä toimintaa ja medialisoituneen mielikuvayhteiskunnan sääntöihin sopeutuminen on välttämätöntä käytännössä jokaiselle.

Medialisaation kanssa rinnakkainen yhteiskunnallinen muutosprosessi on 'julkisen' ja 'henkilökohtaisen' käsitteiden välisen eron hämärtyminen. Aiheesta melko pessimistiseen sävyyn kirjoittanut yhdysvaltalainen sosiologi Richard Sennet ruotii teoksessaan *The Fall of Public Man* (Faber and Faber, Lontoo 1974) julkisen ja henkilökohtaisen välistä jännitettä modernissa yhteiskunnassa. Sennetin mukaan länsimaisissa yhteiskunnissa vallitsee epätietoisuuden tila, jossa ihmiset yrittävät käsitellä julkisen sfäärin asioita yksityisten ja henkilökohtaisten tuntemusten kriteerien perusteella. Ihmiset kykenevät suhtautumaan intohimoisesti ainoastaan henkilökohtaisiin asioihin ja tämä johtaa siihen, että julkisia kysymyksiä pyritään henkilökohtaistamaan, jotta ne herättäisivät kiinnostusta.⁵ Julkisen ja yksityisen välinen ero siis sumenee ja samalla yksityistä ja henkilökohtaista aletaan yhteiskunnassa arvostaa korkeammalle kuin julkista. Tästä seuraa se, että kiinnostus julkisiin asioihin vähenee ja osallistuminen yhteiskunnalliseen toimintaan menettää suosiotaan, ellei yhteiskunnallisia asioita jollain tapaa "sokeroida" sellaisiksi, että niissä on enemmän henkilökohtaista tarttumapintaa. Tämä kehityskulku on rinnakkainen medialisoitumisen kehityskulun kanssa ja vaikuttaa osaltaan siihen, että yhteiskunta muuttuu entistä enemmän mielikuvayhteiskunnaksi.

Mediavälitteisten mielikuvien ja henkilökohtaisuuden korostuminen johtuu pohjimmiltaan siitä, että perinteiset yhteiskunnan rakenteet ovat muutostilassa. Esimerkiksi suuria massoja yhteisen identiteetin alle kokoavat yhteiskuntaluokat ovat käytännössä menettäneet vanhan merkityksensä. Työn, asuinympäristön ja perheen merkitysten muuttuessa ihmiset eivät enää samastu laajoihin liikkeisiin, vaan identiteetit sirpaloituvat pienempien ja spesifimpien alaryhmien välille ja yksilöllisyys valtaa alaa. Susanna Tainion mukaan modernin tietoyhteiskunnan immateriaalinen luonne johtaa siihen, että ideologioiden vaikutus kutistuu ja imagot

⁴ Karvonen, Erkki: *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Gaudeamus / Oy Yliopistokustannus University Press Finland, Tampere 1999, 17.

⁵ Sennet, Richard: *The Fall of Public Man*. Faber and Faber, London 1974, 5-6.

nousevat niiden tilalle.⁶ Ihmiset luovat tietoisuuttaan ja minäkuvaansa yhä enemmän median tarjoaminen mallien kautta peilaten ja kokoavat elämänsä sisällön ja suunnan mielikuvien avulla. Elämä nykyaikaisessa yhteiskunnassa on usein monimutkaista ja vaikeasti hahmotettavaa, joten mielikuvia käytetään selkeyttämään maailmaa ja helpottamaan valintoja.⁷ Identiteettien muutos ja murros on siis medialisaation ja yhteiskunnan henkilökohtaistumisen ohella jälleen yksi merkittävä taso kehityksessä, joka korostaa imagojen merkitystä.

Osittain juuri luokkaidentiteettien ja suurten ideologioiden rapautumisesta johtuen politiikka ei enää innosta ihmisiä samalla tavalla kuin menneisyudessa. Risto Sänkiäho näki merkkejä suomalaisten vieraantumisen politiikasta jo vuonna 1983, jolloin tutkimuksen mukaan liki puolet kansasta oli sitä mieltä, että tavallisen kansalaisen on usein vaikea ymmärtää monimutkaiseksi muodostunutta politiikkaa. Samansuuruinen joukko suhtautui kyynisesti myös kansanedustajiin ja katsoi, että useimmat kansanedustajat ovat vieraantuneita tavallisesta kansasta.⁸ Eräs merkittävä murroskohta poliittisten ideologioiden tärkeyden vähenemisessä on paikannettu myös 1980–90 -lukujen vaihteeseen, jolloin Neuvostoliiton johtama sosialistiblokki murtui ja vanhat poliittiset jakolinjat vedettiin uusiksi: kun reaaliosialismi oli epäonnistunut Neuvostoliitossa, vasemmisto – oikeisto -jaottelu menetti terävimmän kärkensä myös kapitalistisissa valtioissa. Tavallaan kyseessä on itseään ruokkiva kierre: kun suuret ideologiat eivät enää kosketa kansaa, puolueet joutuvat kosiskelemaan heterogeenistä ja fragmentoitunutta äänestäjäjoukkoa entistä ylimalkaisemmin keinoin – ja kun puolueiden keskinäiset erot näin vähenevät, politiikan kiinnostavuus kansan mielissä vain hupenee entisestään. Erääksi merkittäväksi tekijäksi tässä kehityksessä Suomen osalta on mainittu Paavo Lipposen niin kutsuttu sateenkaarihallitus, jonka kausi 1995–1999 osoitti, että puoluekirjon täysin vastakkaisetkin ääripäät pystyvät hyvällä menestyksellä toimimaan samassa hallituksessa ja olemaan yhtä mieltä suurimmasta osasta asioita.⁹ Tosin aivan kaikkea syytä politiikan kiinnostavuuden vähenemisestä ei voi vierittää

⁶ Tainio, Susanna: *"Täällä porukka ojentautuu kun kamerat tulee"*. Teoksessa Isotalus, Pekka (toim.): *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä 1998, 175.

⁷ Karvonen 1999, 19.

⁸ Sänkiäho, Risto: *Poliittinen vieraantuneisuus*. Teoksessa Sänkiäho, Risto (toim.): *Kun kansa valitsi Koiviston*. Lehtimiehet Oy, Jyväskylä 1983, 325.

⁹ Tainio 1998, 177.

sateenkaarihallituksen niskoille, sillä vakiintuneeseen suomalaiseen poliittiseen tasapainoon on joka tapauksessa jo 1980-luvulta asti kuulunut, että kolmesta pääpuolueesta kaksi muodostavat aina hallituksen keskenään ja kukin pääpuolue kykenee hallitusvastuuseen minkä tahansa toisen pääpuolueen kanssa ideologisesta jaottelusta riippumatta.

Kansalaisten vieraantuminen politiikasta näkyy selvästi esimerkiksi eduskuntavaalien äänestysaktiivisuutta tarkasteltaessa: kun vielä vuoden 1983 vaaleissa useampi kuin neljä viidestä äänioikeutetusta äänesti, vuoden 2007 vaaleihin mennessä äänestysprosentti oli pudonnut alle 68:aan.¹⁰ Kun äänioikeuttaan käyttävien kansalaisten joukko kutistuu ja marginaalit täten kapenevat, poliittiset puolueet ovat yhä suurempien paineiden alla kerätäkseen vaaleissa itselleen mahdollisimman suuren kannatuksen alati pienemmän ja liikkuvamman äänestäjäkunnan joukosta. Näiden paineiden seurauksena puolueiden toiminnan kärki suuntautuu nimenomaan vaaleihin ja puolueista tulee ennen kaikkea vaalikoneistoja.¹¹ Tässä toimintaympäristössä politiikasta tulee yhä enemmän kaupallisen toiminnan kaltaista ja poliittisen toiminnan käytäntöihin suodattuu ominaisuuksia markkinataloudellisesta ajattelusta. Susanna Tainio näki puolueet jo 1990-luvun lopussa hieman kärjistäen "P-Marketeina", mahdollisimman paljon "asiakkaita" tavoittelevina kauppoina.¹² Kaupan lainalaisuuksien mukaan toimivien P-Marketien on välttämätöntä markkinoida itseään luomalla itselleen viestinnän avulla houkutteleva ja hyvin myyvä imago. Kätevä keino selkiyttää puolueen imagoa on puolueen henkilöiminen tunnettuihin kasvoihin, esimerkiksi puheenjohtajaansa tai näkyviin kansaedustajiinsa. Erkki Karvonen jatkaakin markettianalogiaa kuvaamalla yksittäisiä poliitikkoja "samankaltaista pesujauhetta sisältävien pakkausten riviksi valintamyymälän hyllyllä".¹³ Kun poliitikkopakkausten ideologisten sisältöjen välille on vaikea tehdä merkittäviä eroja, itse pakkausten tekeminen mahdollisimman erottuviksi nousee pääasiaksi. Erottumisen keinona on imagonrakennus: poliitikko, jolla on kiinnostava ja toimiva imago, tulee

¹⁰ Vaalitulokset, Eduskuntavaalit 2007. Tilastokeskus.

< http://www.stat.fi/til/evaa/2007/evaa_2007_2007-03-22_tie_002.html >

¹¹ Sänkiäho, Risto: *The Social Basis for Party Support*. Teoksessa Borg, Sami – Sänkiäho, Risto (toim.): *The Finnish Voter*. The Finnish Political Science Association, Tampere 1995 teoksen Isotalus 1998, 179 mukaan.

¹² Isotalus 1998, 179.

¹³ Karvonen 1999, 33.

todennäköisemmin poimituksi P-Marketin hyllyltä äänestäjän ostoskoriin, kuin sellainen poliitikko, jonka imago ei vakuuta politiikan loppukuluttajaa.

Tiivistettynä voidaan siis sanoa, että useat päällekkäiset ja rinnakkaiset muutoksen tasot ovat korostaneet imagojen merkitystä viime vuosikymmeninä. Medialisaatio, henkilökohtaistuminen sekä identiteettien ja ideologioiden muutos ja pirstaloituminen ovat erikseen ja yhdessä vaikuttaneet siihen, että imagojen rooli yhteiskunnallisessa ja poliittisessa toiminnassa on kasvanut. Näiden kehityskulkujen ja muutosprosessien vaikutus ulottuu nykyisellään suomalaiseenkin yhteiskuntaan ja tehnyt siitä modernin mielikuvayhteiskunnan, jossa julkisen ja henkilökohtaisen ero on muuttanut merkitystään ja jossa imagojen ja mielikuvien tärkeys on korostunut perinteisten ideologioiden ja identiteettien menettäessä vaikutusvaltaansa.

1.2 Imagon käsitteestä ja imagonrakennuksen keinoista

Imago voidaan määritellä monella eri tapaa. Alun alkaen sana 'imago' esiintyi suomen kielen sanakirjoissa ainoastaan biologisten tunteina käsitteenä: imago nimittäin tarkoitti "täysimuotoista hyönteistä" eli siis esimerkiksi perhosta, josta kehittyi muna-, toukka- ja kotelovaiheiden jälkeen lopulta valmis "imago".¹⁴ Poliittikan imagoista keskusteltaessa hyönteisesimerkki saattaa kuulostaa aavistuksen verran huvittavalta, mutta oikeastaan se on hyvin havainnollistava: imagonrakennusta siis tarvitaan siihen, että vaatimaton toukka lopulta kasvaa kaikkeen potentiaaliinsa ja tulee tunnetuksi komeana perhosena. Tuoreemmissa sanakirjoissa imagoa selitetään jo hieman toisin: nykyisessä ymmärryksessä 'imago' on "*henkilön, liikeyrityksen tm. usein tietoisesti itsestään antama kuva*". Esimerkiksi poliitikon tapauksessa imago on siis sarja häneen liittyviä ominaisuuksia ja attribuutteja, joita hän pyrkii viestinnällä välittämään yleisön tajuntaan.¹⁵ Toteutunut imago on vuorovaikutuksen tulosta; yhteisvaikutus viestijän lähettämistä imagoviesteistä ja vastaanottajien niistä tulkitsemista havainnoista. Monesti yleisön

¹⁴ Vuokko, Pirjo: *Miten imago rakennetaan – entä miten sen voi tehdä Suomen luterilainen kirkko?* Teoksessa Jauhola, Päivi – Siipola, Päivi: *Viralliset imagot*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 32. Vaasa 1998, 61.

¹⁵ Karvonen, Erkki: *Semioottinen ja retorinen näkökulma imagoon*. Teoksessa Jauhola – Siipola 1998, 38.

havaitsema imago on itse asiassa paljon monipuolisempi ja rönsyilevämpi kuin se imago, jonka imagonrakentaja itse on yrittänyt yleisön mieliin luoda.¹⁶ Tämä johtuu siitä, että vastaanottajapuoli ei muodosta mielikuvia ainoastaan yhden lähteen perusteella, vaan yhdistelee niitä useilta eri puolilta. Imagoa ei voida siis rakentaa täysin kontrolloidusti, vaan imagonrakentaja voi ainoastaan antaa yleisöille aineksia, joiden perusteella imago sitten heidän mielissään muodostuu.¹⁷

Imagoja tutkitaan hyvin usein erityisesti imagoviestien vastaanottajien eli yleisön kannalta, mutta tässä tutkimuksessa keskitytään nimenomaan viestien lähettäjiin eli tässä tapauksessa blogeja kirjoittaviin kansanedustajiin. Tarkoitus on siis keskittyä imagonrakennusprosessin keinoihin eikä niinkään lopputuloksiin eli yleisöjen käsityksiin poliitikkojen imagoista. Aivan imagonrakennusprosessin ensimmäiselle alkulähteelle on kuitenkin tämänkaltaisessa tutkimuksessa melko vaikea päästä: ammattimainen imagonrakennus alkaa nimittäin siitä, että tuote (tässä tapauksessa poliitikko) pyritään harkitusti profiloimaan suhteessa muihin tuotteisiin esimerkiksi yleisötutkimusten avulla. Tällöin liikkeelle lähdetään kartoittamalla jo olemassa olevaa imagoa "asiakaskunnan" mielissä ja sen jälkeen harkitsemalla, millaiseen suuntaan imagoa tulisi viestinnällä kehittää.¹⁸ Tätä vaihetta poliitikot ja heidän julkisuuskuvaansa vastaavat taustajoukot eivät tietenkään paljasta eksplisiittisesti eikä tällaisia yleisötutkimuksia julkaista puolueiden sisäpiirien ulkopuolella, joten en tutkimuksessani kykene tarkastelemaan tätä alustavaa profiointivaihetta, vaan ainoastaan olettamaan, että tällaisia toimenpiteitä on hyvin todennäköisesti saatettu suorittaa. Se, mihin tässä tutkimuksessa pystytään konkreettisesti tarttumaan, ovat varsinaiset verkossa julkaistut blogitekstit, niissä esiintyvät imagonrakennuselementit ja niiden perusteella hahmottuvat imagonrakennuksen lopputulokset imagosanomien lähettäjän eli poliitikon itsensä kannalta.

Imagoja käsittelevässä kirjallisuudessa listataan useita eri tekijöitä, jotka yleisesti käsitetään tavoiteltaviksi ominaisuuksiksi poliitikon imagoa muodostettaessa: perinteisiä hyvän poliitikon piirteitä ovat mm. tehokkuus, aikaansaavus, kokeneisuus, pätevyys, inhimillisyys ja empaattisuus. Lisäksi yleisö toivoo poliitikon

¹⁶ Koenkytö, Heli: *"Kyllähän sitä pystyy silmäluomia leikkaileen ja menemään naimisiin..."* Teoksessa *Isotalus* 1998, 225.

¹⁷ Karvonen 1999, 44.

¹⁸ Karvonen 1999, 199.

tietysti edustavan jotenkin itseään eli olemaan ainakin jollain tapaa samankaltainen itsensä kanssa. Tämä voi liittyä esimerkiksi aatemaailmaan, asuinpaikkaan, ikään tai sukupuoleen. Erääksi hyvin keskeiseksi asiaksi imagon luomisessa myös mainittu annettujen lupauksen ja toteutettujen tekojen suhde:¹⁹ kenen tahansa imagostaan kiinnostuneen on syytä pitää antamansa lupaukset ja toisaalta antaa vain sellaisia lupauksia, jotka kykenee pitämään. Medialisoituneessa mielikuvayhteiskunnassa toimivan poliitikon kannalta tähän liittyy olennaisesti tietysti sekä lupauksista että niiden toteutumisesta viestiminen. Näiden lisäksi imagoviestintä voi koostua paljosta muustakin, esimerkiksi suorista imagoväitteistä tai sloganeista.

Nimmo listaa imagojen kolme eri ulottuvuutta: kognitiivisen, affektiivisen ja konatiivisen. Imagon kognitiivinen aspekti koskee ajattelua ja tulkintaa; sitä, miten imago vaikuttaa tietoon ja ymmärrykseen sekä tämänhetkisestä että tulevasta asioiden tilasta. Kognitiiviset imagoelementit siis pyrkivät lisäämään imagoviestin lähettäjistä välittyvää informaatiota niin, että informaatio tulisi vastaanotetuksi mahdollisimman positiivisessa valossa. Affektiiviset imagoelementit puolestaan koskevat tunteita, joita imago herättää: positiivisia tai negatiivisia, vahvoja tai laimeita. Affektiivisten elementtien tarkoituksena on sitouttaa lähettäjää ja vastaanottajaa tiiviimmin toisiinsa muodostamalla heidän välilleen jonkinlainen tunneside. Konatiivinen imagon osa taas kehottaa imagoviestin vastaanottajaa toimintaan – poliitikkojen tapauksessa käytännössä useimmiten äänestämään tai muuten tukemaan kyseistä poliitikkoo.²⁰ Nämä ovat siis imagon pääelementtejä, joiden keskinäinen painoarvo ja tärkeysjärjestys vaihtelevat viestintätilanteesta riippuen ja joita korostaakseen imagon muodostaja voi lähettää erilaisia viestejä. Konkreettisemmin Nimmo näkee imagon muodostuvan kahdesta eri puolesta: poliittisesta roolista ja poliittisesta tyylistä.²¹ Poliittinen rooli ei terminä ehkä kuvaa kaikkein parhaiten todellista merkitystään, mutta sen voi käsittää imagon "asiallisen" puolesta. Tähän asiapitoiseen puoleen kuuluvat poliitikon imagossa mm. hänen kokemuksensa, hänen johtajankykynsä, hänen näkemyksensä yhteiskunnallisista kysymyksistä (eli hänen ajamansa politiikka), hänen ideologiansa sekä hänen taustaintressinsä (esimerkiksi suhteet ammattiliittoihin). Poliitikon

¹⁹ Karvonen 1999, 22.

²⁰ Nimmo, Dan D. *Popular images in politics*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall 1974, 10.

²¹ Nimmo 1974, 124-125

imagon tyylipuolelle taas kuuluvat mm. hänen henkilökohtaiset ominaisuutensa kuten ulkonäkö, vakuuttavuus ja rehellisyys; hänen taustansa kuten ikä, varallisuus ja koulutus sekä hänen esiintyjänkykynsä. Poliittinen rooli ja poliittinen tyyli ovat läsnä myös blogeissa: niiden kautta tulevat esille niin poliitikkojen asiapuoli kuin henkilökohtaisiin ominaisuuksiinkin viittaavat sisällöt.

1.3 Imagonrakennusta Machiavellista Ahtisaareen

Imagonrakennus sinällään ei ole mitään uutta niin muualla maailmassa kuin Suomessakaan. Machiavelli kirjoitti näyttäytymisen tärkeydestä jo renessanssin aikana ja aurinkokuningas Ludvig XIV muodosti itselleen hovinsa avustuksella äärimmäisen harkitun suurmiesimagon 1600-luvun Ranskassa.²² Napoleonin suhtautui imagoasioihin tosissaan: hänellä oli oma lehdistötoimistonsa, jota hän kutsui "yleisen mielipiteen toimistoksi".²³ Yhdysvaltain sisällissodassa 1860-luvulla sekä pohjoinen että eteläinen osapuoli pyrkivät hallitsemaan julkisuutta järjestelmällisen PR-toiminnan avulla ja seuraavan vuosisadan ensimmäisellä puoliskolla Hitler ja Göbbels nojasivat vahvasti imagonrakennuksen keinoihin päämääriensä toteuttamiseksi.²⁴ 1900-luvun toisella puoliskolla järjestäytyneen imagonrakennuksen menestysesimerkit löytyivät USA:n presidenttien joukosta: Risto Uimonen ja Elisa Ikävalko kutsuvat John F. Kennedyn vaalivoitosta alkunsa saanutta kehitystä imagonrakennuksen ensimmäiseksi sukupolveksi. Ensimmäisen sukupolven imagonrakentajat kiinnittivät huomionsa ennen kaikkea ulkoisiin asioihin: poliitikkojen pukeutumiseen ja käyttäytymiseen sekä heidän esiintymisiään ympäröiviin elementteihin kuten vaikkapa perheen esille tuomiseen. Imagonrakennuksen toinen sukupolvi marssi puolestaan esiin Richard Nixonin voitettua presidentinvaalit vuonna 1968. Tätä vaihetta määrittivät etenkin television hyödyntäminen poliitikkojen imagonrakennuksen pääasiallisena välineenä sekä kaupallisen markkinoinnin ammattilaisten valjastamista politiikan palvelukseen. Kolmannen sukupolven imagonrakentajat ilmaantuivat puolestaan 1970-luvun

²² Uimonen, Risto – Ikävalko Elisa: *Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan?* Infoviestintä Oy, Helsinki 1996, 66.

²³ Karvonen 1999, 221.

²⁴ Uimonen – Ikävalko 1996, 19.

lopussa esimerkiksi Ronald Reaganin ja Margaret Thatcherin kampanjoiden tiimoilta ja nostivat ulkoisten ominaisuuksien ja kaupallisten keinojen sijaan keskeisimmäksi tekijäksi poliitikkojen arvovalintojen korostamisen. Bill Clintonin presidenttikampanjan myötä nousi esille 1990-luvun alussa imagonrakentajien neljäs polvi, jonka oppien mukaan poliitikkoja kehoitetaan entistäkin enemmän hakemaan näkyvyyttä televisiosta ja etenkin talk show- ja viihdeohjelmista.²⁵ Tämä trendi on jatkunut myös 1990-luvun jälkeen ja juuri internetin merkityksen kasvaessa pyrkinyt lisäämään valikoimaansa myös verkkopohjaista viestintää ja vuorovaikutusta.

Suomessa systemaattisen poliittisen imagonrakennuksen historia on hieman lyhyempi. Vaikka jo marsalkka Mannerheim kiinnitti huomiota ulkoiseen imagoonsa tummentamalla hiuksiaan²⁶ ja presidentti Kekkonen muodosti itselleen vankkumattoman valtiomiesimagon pitkän valtakautensa aikana²⁷, laajemmassa mittakaavassa ja tarkemmalla pietetillä imagonrakennusta alettiin toteuttamaan vasta 1980-luvulla. Pekka Isotalus mieltää vuoden 1982 presidentinvaalit ensimmäisiksi varsinaisiksi imagovaaleiksi Suomessa.²⁸ Vaaleissa koettiin niin kutsuttu "Koivisto-ilmio", jossa Mauno Koivistoon liittyvillä imago-ominaisuuksilla oli myös suuri merkitys.²⁹ Kun presidentti valittiin vuonna 1994 ensimmäistä kertaa suoralla kansanvaalilla, imagokysymysten tärkeys nousi aivan uudelle tasolle: esimerkiksi keskustan ehdokas Paavo Väyrynen panosti imagonkohotusprojektiinsa taloudellisestikin suuren summan, kolme miljoonaa markkaa³⁰ (nykyrahassa yli 600 000 euroa) ja vaalissa toisen kierroksen ulkopuolelle jäätyään sälytti huonon menestyksensä "mediapelin" syyksi. Väyrysen toiminta toi hyvin kiertelemättömällä tavalla esiin sen, miten imagojen tärkeys oli alkanut korostua huomattavasti suomalaisessakin politiikassa. Vaalien toisen kierroksen ehdokkaat Martti Ahtisaari ja Elisabeth Rehn puolestaan kävivät keskenään kiivasta imagotaistelua etenkin television viihdeohjelmissa.³¹ Presidentinvaali on luonteensa mukaisesti totta kai mitä suurimmassa määrin henkilövaali ja äänestysprosentilla mitattuna kansaa eniten

²⁵ Uimonen – Ikävalko 1996, 55-56.

²⁶ Uimonen, Risto: *Julkisuuspelejä. Imagonrakennus politiikassa*. WSOY, Helsinki 1992, 83.

²⁷ Risto Uimonen erittelee Kekkonen imagonrakennuksen keinoiksi mm. Kekkonen urheilullisuuden ja kovan fyysisen kunnan korostamisen sekä Kekkonen vahvat kannanotot asiakysymyksiin esimerkiksi ns. "myllykirjeiden", haastattelujen ja muiden kommenttien kautta. Uimonen 1992, 249-254.

²⁸ Isotalus 1998, 8.

²⁹ Sänkiaho 1983, 347.

³⁰ Uimonen – Ikävalko 1996, 128.

³¹ Isotalus 1998, 70.

kiinnostavana vaalina selvä osoitus siitä, miten henkilökohtaisuuden ja yksilöllisyyden korostuminen näkyvät yhteiskunnassa ja politiikassa. Puolueet ovat presidentinvaaleista saamiensa kokemusten perusteella havainneet, että poliittisten linjojen henkilöiminen yksittäisiin poliitikkoihin on tehokas keino puolueen kannatuspohjan laajentamiseksi. Poliitiikan henkilöityminen kiinnittyy imagonrakennukseen juuri siksi, että yksittäisille poliitikoille on tärkeää luoda erottuvia imagoja, jotta he pärjäävät poliittisilla markkinoilla.

Imagonrakennus pelkästään vaaleja varten ei kuitenkaan riitä, vaan poliitikkojen täytyy nykyisin pitää imagokysymykset kirkkaina mielissään myös vaalien välillä. Uimonen menee jopa niin pitkälle, että sanoo kaikkien nykyajan poliitikkojen olevan imagonrakentajia.³² Poliitikkojen on käytännössä pakko kilpailla imagoilla: jos joku ei tähän kisaan suostu, hän antaa automaattisesti etumatkaa muille.³³ Modernin mielikuvayhteiskunnan piirissä tapahtuvassa poliittisessa toiminnassa imagot eivät siis ole enää mitään turhanpäiväisiä koristeita ja krumeluureja, vaan aivan konkreettisia instrumentteja, joiden avulla politiikkaa toteutetaan.³⁴ Koska ihmiset hahmottavat maailmaa mielikuvien ja imagojen avulla, imagot osallistuvat todellisuuden tuottamiseen ja niillä on todellista vaikutusta.³⁵ Uimonen ja Ikävalko näkevät jopa kommunismin romahduksen johtuneen mielikuvakysymyksistä: kun Itä-Euroopan sosialistivaltioiden kansalaiset lakkasivat uskomasta kommunistisen puolueen tarjoamiin valheellisiin mielikuviin, koko järjestelmä alkoi hiljalleen rapautua.³⁶ Poliitiikan todellisuus on siis imagojen kamppailua toisia imagoja vastaan ja imagokysymykset parhaiten hallitseva taho on niskan päällä sen suhteen, miten maailmaa määritellään.³⁷ Imagojen vaikutus esimerkiksi lopullisiin vaalituloksiin ja sitä kautta politiikan käytännön toimiin on tunnustettu tosiasia³⁸. Uimosen esittämien arvioiden mukaan imagon vaikutus voisi olla kannatusluvuissa 5-10 prosentin

³² Uimonen 1992, 225.

³³ Uimonen 1992, 47.

³⁴ Uimonen 1992, 125.

³⁵ Karvonen 1999, 316.

³⁶ Uimonen – Ikävalko 1996, 23.

³⁷ Uimonen – Ikävalko 1996, 73.

³⁸ Susan A. Hellweg, George N. Dionisopoulos ja Drew B. Kugler listaavat artikkelissaan lähes kaksi tusinaa tutkimusta, joissa osoitetaan imagotekijöiden vaikuttaneen eri vaalien lopputuloksiin.

Hellweg, Susan A. – Dionisopoulos, George N. – Kugler, Drew B. *Political Candidate Image: A State-of-the-art Review*. Teoksessa Dervin, Brenda – Voigt, Melvin J. (toim.) *Progress In Communication Sciences, Volume IX*. ABLEX Publishing Corporation, Norwood NJ 1989, 45.

luokkaa³⁹ – hän tosin esitti näkemyksensä vuonna 1992, joten voidaan olettaa, ettei imagojen merkitys tästä ole ainakaan vähentynyt. Tarkan luvun määrittäminen ei silti varmasti ole mahdollista tai tarpeellistakaan.

Poliitikot eivät rakenna imagojaan pelkästään silmälasimallia vaihtamalla tai sulavasanaista televisioesiintymistä opettelemalla, vaan medialisoituneessa mielikuvayhteiskunnassa jokainen poliitikon tekemä teko on viestintää, joka vaikuttaa myös hänen imagoonsa. Asiakysymyksiin keskittyminen on poliitikon taholta aivan yhtä vahva imagosignaali kuin vaikkapa hyväntekeväisyysgolfturnaukseen osallistuminen. Se, millä tavoin ja millaisin painotuksin poliitikko suorittaa jokapäiväistä työtään, muokkaa hänen imagoaan ja profiloi hänen pakkauksensa poliittisten tuotteiden hyllyllä tietynlaiseksi. Imagot ja asiakysymykset ovat ehdottomasti suhteessa toisiinsa ja niiden välillä vallitsee vahva vuorovaikutus: poliitikon kanta asiakysymyksiin määrittelee häntä myös hahmona.⁴⁰ Imagojen ja asiakysymysten tiivis suhde tuli esille myös omassa tutkimuksessani.

1.4 Tupailloista blogeihin: imagonrakennuksen areenat

Kuten sanottu, poliitikon jokainen toimi on osaltaan myös imagoon vaikuttavaa viestintää. Poliitikko voi toteuttaa viestintäänsä monin tavoin: perinteisin tapa on suora, kasvokkainen viestintä, jossa poliitikko tapaa kansalaisia esimerkiksi kampanjakiertueella tai muissa tilaisuuksissa. Etenkin ennen television yleistymistä laajat kiertueet olivat poliitikolle käytännössä ainoa tapa levittää tunnettuneisuuttaan ihmisten keskuudessa – esimerkiksi vuonna 1948 USA:n presidenttiyttä tavoitellut Harry S. Truman kiersi kampanjansa aikana 31 000 mailin matkan ja kätteli henkilökohtaisesti puoli miljoonaa äänestäjää.⁴¹ Henkilökohtaisen yhteydenpidon tärkeys poliitikon ja äänestäjien välillä ei ole täysin kadonnut mediavälineiden kehityksenkään myötä: esimerkiksi Veikko Vennamo loi itselleen kuvan "unohdetun

³⁹ Uimonen 1992, 47.

⁴⁰ Loudon, Allan – McCauliff, Kristen: *The "Authentic Candidate": Extending Candidate Image Assesment*. Teoksessa Hacker, Kenneth L. (toim.), *Presidential Candidate Images*. Rowman & Littlefield, Oxford 2004, 88.

⁴¹ Diamond, Edwin - Bates, Stephen: *The Spot. The Rise of Political Advertising. Revised edition*. The Cambridge Press, London 1988, xi. Teoksen Karvonen 1999, 222 mukaan.

kansan" asiamiehenä intensiivisen henkilökohtaisen kiertämisen tuella,⁴² Pertti Salolainen profiloitui 1970-luvulla säännöllisesti järjestämillään "mummokahveilla"⁴³, Martti Ahtisaari tapasi kansaa 1990-luvulla presidentin maakuntakerroksilla ja tällä vuosikymmenellä kokoomus on pyrkinyt kartoittamaan ihmisten mielialoja "Korvakiertueilla" pitkin Suomea.

Henkilökohtaisen kontaktinpidon ohella myös radio ja televisio ovat tietenkin olleet tärkeitä kanavia viestinnän kautta tapahtuvalle imagonmuodostukselle. Esimerkiksi Woodrow Wilson havaitsi radion potentiaalin henkilökohtaisten mielikuvien rakentajana vuonna jo 1919, jolloin hän puhui radion kautta kansalle ensimmäisenä USA:n presidenttinä.⁴⁴ 1960-luvulla John F. Kennedy otti seuraavan kehitysaskeleen mediavälineiden hyödyntämisessä aloittamalla säännölliset suorana televisioidut presidentin lehdistötilaisuudet.⁴⁵ Teatteriesityksen logiikalla toimivat presidentin televisioesiintymiset ovat sittemmin saavuttaneet USA:ssa epävirallisen institutionalisoituneen aseman ja Kennedyn jälkeen jokainen myöhempi presidentti on käyttänyt television välittämiä lehdistötilaisuuksia vahvana osana imagonrakennuspyrkimyksiään. Television suhteen Suomessa seurattiin nopeasti Yhdysvaltojen kannoilla, kun Yleisradio aloitti Kennedyn innoittamana säännölliset pääministerin haastattelutunnit vuonna 1962 Ahti Karjalaisen ollessa pääministerinä.⁴⁶ Eräistä suomalaisista poliitikoista kehittyikin hyvin nopeasti kovan tason taitureita television kautta tapahtuvassa imagonrakennustyössä: esimerkiksi Mauno Koivisto valjasti tv-dramatiikan ensiluokkaisella tavalla imagonsa tueksi⁴⁷ ja Esko Aho ylläpiti korkeaa imagoprofiilia olemalla pääministerikaudellaan koko maan ahkerin tv-esiintyjä.⁴⁸ Televisio on poliitikolle imagonrakennuksen kannalta hyvin kätevä väline, sillä sen kautta hän pystyy tuomaan itsestään esille useita erilaisia puolia: yksi ja sama henkilö voi esiintyä esimerkiksi kiivaan kriittisenä oppositiopoliitikkona Yleisradion televisioimalla eduskunnan kyselytunnilla tai rennon lempeänä juttukaverina kaupallisen kanavan viihdeohjelmassa. Television kautta tapahtuva imagoviestintä on kuitenkin usein vaarassa lipsahtaa nimenomaan

⁴² Uimonen 1992, 52.

⁴³ Uimonen 1992, 79.

⁴⁴ Uimonen – Ikävalko 1996, 54.

⁴⁵ Uimonen 1992, 198.

⁴⁶ Uimonen 1992, 139.

⁴⁷ Uimonen 1992, 296-302.

⁴⁸ Uimonen – Ikävalko 1996, 127.

viihteen puolelle, sillä etenkin eduskunnan rivijäsenille on tarjolla vain harvoja mahdollisuuksia esiintyä asiakysymysten yhteydessä esimerkiksi uutislähetyksissä.

Viime vuosikymmenellä vahvasti radion ja television rinnalle noussut internet onkin imagoviestintää toteuttaville poliitikoille ainakin teoriassa tasa-arvoisempi pelikenttä, sillä verkossa jokaisella on yhtäläinen mahdollisuus ja tila tuoda itseään kansan tietoisuuteen. Verkossa poliitikko pääsee kertomaan sanomansa yleisölle suoraan ilman perinteisen median julkisuusportteja vartioivien toimittajien vaikutusta. Radio, televisio ja lehdistö toimivat journalistiseen toimintaan muodostuneiden, usein melko kankeidenkin pelisääntöjen mukaan ja niissä pääsevät esille vain sellaiset aiheet ja henkilöt, jotka täyttävät perinteiset uutiskriteerit mm. kiinnostavuuden, yllättävyyden ja vaikuttavuuden osilta. Vaikka journalistien enemmistö varmasti vakuuttaa kriteerien olevan kaikkien toimijoiden osalta samat ja yhtäläiset, totuus on kuitenkin se, että esimerkiksi kansanedustajista vain melko rajattu joukko pääsee toistuvasti esiintymään mediassa. Näkyvyysongelman lisäksi perinteisen median haittapuoli erityisesti imagonrakennuksen kannalta on se, että viestintävälineiden luonteesta johtuen poliitikon sanomaa yleensä editoidaan, lyhennetään, muutetaan tai esitetään epäsuotuisassa kontekstissa. Täysin omilla ehdoilla esiintyminen on perinteisessä mediassa hyvin harvinaista.⁴⁹ Tätä estettä ovat yrittäneet kiertää esimerkiksi clintonilaiset neljännen polven imagonrakentajat siirtämällä poliitikkojen viestinnän painopistettä politiikan toimittajien kansoittamista tiedotustilaisuuksista pehmeämpiin ja vähemmän kriittisiin talk show -ohjelmiin⁵⁰ tai kotimaiset poliitikot esittelemällä perheonneaan iltapäivälehtien viikonloppunumeroiden kansissa.⁵¹ Tuoreemmassa kehitysvaiheessa internet tarjoaa esteettömän imago vaikutuskanavan myös asiallisempien aiheiden kannalta. Vuorovaikutteisuutensa ansiosta internetviestintä voisi parhaimmillaan yhdistää vanhanaikaisten kättelykiertueiden ja tupailtojen henkilökohtaisuuden uudempien joukkotiedotusvälineiden mahdollistamaan laajalle ulottuvaan tavoitettavuuteen. Henkilökohtaisen kontaktin kannalta esimerkiksi juuri blogit voisivat toimia tavallaan taaksepäin kohti menneitä aikoja. Verkkomedian tarjoamien mahdollisuuksien saattelemana Kekkonenkin vyöryttäisi varmasti tulta ja tappuraa

⁴⁹ Uimonen – Ikävalko 1996, 204.

⁵⁰ Uimonen – Ikävalko 1996, 100.

⁵¹ Uimonen 1992, 116.

hönkyviä kommenttejaan blogikirjoituksiin lehtien palstojen sijaan (tai ainakin niiden lisäksi).

Koska poliitikon on verkon kautta mahdollista antaa itsestään juuri haluamansa kaltainen kuva ilman imagoviestejä vääristäviä toimituksellisia välikäsiä, internetin potentiaali imagonrakennuksen työkaluna on kiistaton. Suurin haaste liittyy kuitenkin siihen, minkälaista yleisöä verkon kautta on mahdollista tavoittaa. Ville Pernaa, Mari K. Niemi ja Ville Pitkänen näkevät internetin olevan poliitikoille hieman perinteisiä puoluelehtiä vastaava media: verkkosivut tavoittavat parhaiten ennen kaikkea sitä joukkoa, joka on jo ennestään kiinnostunut puolueesta tai poliitikosta.⁵² Täysin uuden yleisön houkutteleminen voi siis olla vaikeaa. Monesti poliitikkojen verkkosivut tai blogit tulevatkin laajempaan tietoisuuteen siten, että niistä kerrotaan perinteisessä mediassa, esimerkiksi lehdistössä. Näin ollen vanhan median portinvartijat vaikuttavat myös internetin puolella ja ohjaavat ihmisiä verkossakin sellaisten poliitikkojen luokse, joilla on jo ennestään näkyvyyttä muussa mediajulkisuudessa. Perinteisen median rakenteet ja käytännöt vaikuttavat siis myös uusien medioiden puolella. Jonathan Levyn, Michael Margolisin ja David Resnickin mukaan internetiin pohjautuva viestintä voi potentiaalisesti tehdä suuria ja pieniä puolueita keskenään tasaveroisemmiksi, mutta käytännössä suuret puolueet päätyvät dominoimaan näkyvyyttä myös verkossa, sillä niillä on verkon ulkopuolella käytössään enemmän resursseja ohjata yleisöä internetsivuilleen.⁵³ Kim Strandberg kutsuu tätä ilmiötä normalisoitumisteoriaksi⁵⁴: puolueiden voimasuhteet verkossa siis vain toisintavat verkon ulkopuolista asioiden tilaa. Saman voi olettaa pätevän puolueiden lisäksi myös yksittäisiin poliitikkoihin: sellaiset henkilöt, jotka pääsevät runsaasti esille esimerkiksi lehdistössä tai televisiossa, saavat todennäköisesti paljon kävijöitä myös verkkosivuilleen ja blogeihinsa. Poikkeuksiakin tietysti on: esimerkiksi perussuomalaisten paljon polemiikkia nostattanut kaupunginvaltuutettu Jussi Halla-Aho saavutti tunnettuutensa ensin verkossa ja vasta sitten muussa mediassa. Kenties tällaiset poikkeukset muuttuvat ajan mittaan vallitsevaksi

⁵² Pernaa – Niemi – Pitkänen 2007, 178.

⁵³ Levy, Jonathan – Margolis, Michael – Resnick, David: *Major parties dominate, minor parties struggle. US elections and the internet*. Teoksessa Gibson, Rachel – Nixon, Paul – Ward, Stephen (toim.) *Political parties and the Internet: net gain?* Routledge, London 2003, 58.

⁵⁴ Strandberg, Kim: *Internet vaalikampanjassa – etulinjassa vai marginaalissa?* Teoksessa Borg, Sami – Paloheimo, Heikki (toim.) *Vaalit yleisdemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Tampere University Press, Tampere 2009, 62.

säännöksi, mutta ainakin toistaiseksi internet on suurimmalle osalle poliitikoista kuin esiintymislava ilman yleisöä, kuten Pernaa, Niemi ja Pitkänen asian ilmaisevat.⁵⁵ Tämän tutkimuksen kannalta olennaista on etenkin se, että blogit toimivat vain yhtenä osa-alueena poliitikon imagonrakennusprosessin kokonaisuudessa. Poliitikko ja hänen taustajoukkonsa saattavat painottaa blogissa erityyppistä viestintää kuin esimerkiksi lehdissä tai soppatykkitapaamisissa: jokaisella erityyppisellä esiintymisellä voi olla oma roolinsa imagonrakennuksen kannalta.

1.5 Poliittisen viestinnän tutkimuksen kenttä

Blögeja ja imagoita käsittelevä tutkimukseni sijoittuu poliittisen viestinnän tutkimuksen kenttään. Poliittisen viestinnän tutkimus on moniulotteinen ja poikkitieteellinen tutkimuksenala, jolla on useita lähtökohtia ja valtavasti erilaisia kiinnostuksen kohteita. Poliittisen viestinnän tutkimus kumpuaa käytännössä jo antiikin sofisteista saakka: nämä poliittisen puheen asiantuntijat olivat perehtyneet ateenalaisessa demokratiassa hyödyllisiin viestinnän keinoihin ja jakoivat oppejaan vapaille miehille maksua vastaan. Myös esimerkiksi Aristoteles käsittelee teksteissään viestinnän merkitystä poliittisessa toiminnassa. Myöhemmin historiassa viestinnän ja politiikan yhteispeli on herättänyt muiden muassa Machiavellin kiinnostuksen, mutta näistä varhaisista esimerkeistä huolimatta voimme silti sanoa poliittisen viestinnän tutkimuksen olevan yhä vasta nuoruusvaiheessaan. Jo pelkkä 'poliittisen viestinnän' käsitteen määrittäminen tuo esille monia erilaisia tulkintoja riippuen tutkijasta, tarkasteltavasta ilmiöstä ja näkökulmasta. Richard R. Fagen määrittelee poliittisen viestinnän olevan "viestinnällistä toimintaa, jota pidetään poliittisena niiden aktuaalisten ja potentiaalisten seurausten perusteella, joita sillä on poliittisen järjestelmän toimimisen kannalta".⁵⁶ Steven Chaffee puolestaan ilmaisee asian hieman tiiviimmässä muodossa: hänelle poliittinen viestintä tarkoittaa "viestinnän roolia poliittisessa prosessissa".⁵⁷ Hyvin olennaisena piirteenä poliittisessa

⁵⁵ Pernaa – Niemi – Pitkänen 2007, 188.

⁵⁶ Fagen, Richard R. *Politics and communication*. Little, Brown, Boston 1966, 20, teoksen Nimmo, Dan D. – Sanders, Keith R. *Handbook of political communication*. Sage Publications, Beverly Hills 1981, 27 mukaan.

⁵⁷ Chaffee, Steve (toim.): *Political communication*. Sage Publications, Beverly Hills 1975, teoksen Nimmo – Sanders, 1981, 27 mukaan.

viestinnässä voidaan joka tapauksessa nähdä sen pyrkimys vaikuttamiseen⁵⁸: poliittisen viestinnän ydintarkoitus on useimmiten vaikuttaa viestin vastaanottajiin viestijän poliittisten päämäärien edistämiseksi.

Poliittista viestintää on tutkittu hyvin erilaisten tieteenalojen piirissä ja hyvin erilaisista näkökulmista tarkastellen. Esimerkiksi antropologia ja sosiologia ovat tutkineet poliittisen viestinnän lingvistiikkaa ja symbolismia, psykologia ja sosiaalipsykologia puolestaan asenteita, puheviestinnän tutkimus on keskittynyt poliittisen viestinnän retoriikkaan, valtio-oppi on tarkastellut viestinnän vaikutuksia äänestyskäyttäytymiseen ja filosofit ovat tutkineet eksistentiaalisia ja fenomenistisia kysymyksiä poliittisen viestinnän piirissä.⁵⁹ Edellä mainitut tieteenalat eivät suinkaan ole ainoita, jotka ovat tarkastelleet poliittista viestintää omista näkökulmistaan. Poliittisen viestinnän tutkimuksen keinoja ja painotuksia voidaan täten hyvin soveltaa myös poliittisen historian piiriin. Yksittäisistä poliittisen viestinnän ilmiöistä tutkimuksen kohteena ovat olleet muiden muassa poliittinen mainonta, propaganda, paneelikeskustelut, poliittiset liikkeet sekä poliittiset symbolit.⁶⁰ Näin ollen voidaan sanoa, että poliittista viestintää voidaan nähdä tapahtuvan todella erilaisissa toiminnoissa ja että poliittinen viestintä koskettaa yhteiskuntaa erittäin vaihtelevin tavoin. Eräs tuorein esimerkki tästä ovatkin juuri blogit, joita tämä tutkimus käsittelee.

Varhaisin hallitseva kiinnostuksen kohde poliittisen viestinnän tutkimuksessa oli retoriikan tutkimus. Kuten jo mainitsin, poliittinen retoriikka kiinnosti jo muinaisen antiikin ajattelijoita, mutta retoriikan tutkimus säilytti vankan jalansijan myös modernimman tieteen aikakaudella: esimerkiksi *Quarterly Journal of Speech* on Nimmon ja Sandersin mukaan käsitellyt poliittista puhetta lähes jokaisessa numerossaan aina perustamisvuodestaan 1915 saakka.⁶¹ Ensimmäisen maailmansodan myötä kiihkein kiinnostus poliittisen viestinnän tutkimuksen alalla siirtyi retoriikan tarkastelemisesta propagandan tutkimiseen. Propagandan tutkimuksen suureksi nimeksi nousi yhdysvaltalainen Harold Laswell, joka suoritti

⁵⁸ Nimmo, Dan D. – Sanders, Keith R. *Handbook of political communication*. Sage Publications, Beverly Hills 1981, 30.

⁵⁹ Nimmo – Sanders, 1981, 17.

⁶⁰ Nimmo – Sanders, 1981, 14.

⁶¹ Nimmo – Sanders, 1981, 18.

merkittäviä tutkimuksia sekä ensimmäisen että toisen maailmansodan aikojen propagandatekniikoista.⁶² Kun poliittisen retoriikan tutkimus oli keskittänyt huomionsa enimmäkseen viestijään itseensä eli poliittista retoriikkaa käyttävään henkilöön, propagandaa tutkittaessa huomiota kiinnitettiin ennen kaikkea viestijän motiiveihin sekä viestien sisältöihin. Propagandan tutkimuksen kehitys oli poliittisen viestinnän tutkimuksen saralla merkittävä kehitysaskel myös siksi, että sen parissa kehitettiin edelleen sisällönanalyysin tekniikoita.⁶³

Retoriikan tutkimuksessa poliittinen viestintä oli kenties nähty ainakin jollain tapaa ylevänä ja kunnioitettavana toimintana, eräänlaisena taiteena tai taitona, mutta propagandan tutkimuksessa suhtautuminen viestintään oli ymmärrettävästi hieman kyynisempää: propagandahan on kylmän laskelmoivaa toimintaa viestijän omien, kovienkin päämäärien edistämiseksi. Voidaan varmasti sanoa, että jos klassinen retoriikka oli eräällä tapaa taidetta, propaganda oli vastaavasti peliä tai taloudellista kilpailua. Seuraava suuntaus poliittisen viestinnän tutkimuksessa veikin tarkastelun näkökulmaa yhä enemmän markkinamuotoisen toiminnan suuntaan: mediateknologian kehittyessä tutkimus alkoi tarkastella etenkin sähköisissä tiedotusvälineissä tapahtuvaa poliittista viestintää⁶⁴. Ottaessaan tiedotusvälineet tarkastelunsa kohteeksi, poliittisen viestinnän tutkimuksen on täytynyt alkaa huomioida myös median kaupallinen luonne yhä enenevässä määrin. Yhdysvalloissa etenkin television kontekstissa tapahtuvan poliittisen viestinnän tutkimus on ollut suuressa roolissa jo vuosikymmenten ajan. Television tapauksessa on tutkittu ennen kaikkea poliittista mainontaa vaalikampanjoiden aikana sekä ehdokkaiden paneelikeskusteluja. Mediavälitteisen poliittisen viestinnän tutkimuksella on selviä yhteyksiä myös tähän tutkimukseen, sillä blogit, kuten televisiokin, ovat joukkoviestimiä, vaikkakin luonteeltaan hyvin erilaisia. Ja vaikka tässä tutkimuksessa tarkastellaan blogeja ajankohtana, jolloin varsinaisia vaalikampanjoita ei ole käynnissä, imagonrakennus on tavallaan alati jatkuvaa kampanjointia⁶⁵, joten

⁶² Nimmo – Sanders, 1981, 19.

⁶³ Nimmo – Sanders, 1981, 19.

⁶⁴ Nimmo – Sanders, 1981, 24.

⁶⁵ Tom Morningin ja Hal Himmelsteinin mukaan länsimaisissa poliittisissa järjestelmissä ollaan mm. mielipidetiedustelujen vaikutusten seurauksena siirrytty "jatkuvaan kampanjointiin" jo 1990-luvulla. Moring, Tom – Himmelstein, Hal: *Politiikkaa riisuttuna*. Oy Yleisradio Ab, Helsinki 1993, 24.

tiettyjä yhteisiä piirteitä myös varsinaisen kampanjaviestinnän kanssa on havaittavissa.

1.6 Aineisto, menetelmät ja esityksen rakenne

Tutkimuksen tarkoitus on siis selvittää, millä tavalla suomalaiset poliitikot käyttävät blogejaan imagonrakennukseen: millaisia imagonrakennustekniikoita blogeissa käytetään ja millaisia imagoita niiden avulla lopulta luodaan. Tutkimuksen lähdeaineistona ovat 24:n näkyvässä asemassa olevan kotimaisen poliitikon blogit tai vastaavat verkkosivut syksyltä 2009 ja keväältä 2010. Tarkastelussa ovat seuraavien henkilöiden blogit:

- Janina Andersson (vihreät, Varsinais-Suomi, 4. kauden kansanedustaja) – lakivaliokunnan puheenjohtaja⁶⁶
- Paavo Arhinmäki (vasemmistoliitto, Helsinki, 1. kauden kansanedustaja) – puoluejohtaja⁶⁷
- Tarja Filatov (SDP, Häme, 4. kauden kansanedustaja) – eduskuntaryhmän puheenjohtaja (2/2010 asti), II varapuhemies (2/2010 alkaen)⁶⁸
- Susanna Huovinen (SDP, Keski-Suomi, 3. kauden kansanedustaja) – ympäristövaliokunnan puheenjohtaja⁶⁹
- Bjarne Kallis (kristillisdemokraatit, Vaasa, 5. kauden kansanedustaja) – eduskuntaryhmän puheenjohtaja⁷⁰
- Jyrki Katainen (kokoomus, Pohjois-Savo, 3. kauden kansanedustaja) – puoluejohtaja, valtiovarainministeri⁷¹
- Martti Korhonen (vasemmistoliitto, Oulu, 5. kauden kansanedustaja) – liikenne- ja viestintävaliokunnan puheenjohtaja⁷²
- Annika Lapintie (vasemmistoliitto, Varsinais-Suomi, 4. kauden kansanedustaja) – eduskuntaryhmän puheenjohtaja⁷³

⁶⁶ Janina Andersson: <http://janina.vuodatus.net/>

⁶⁷ Paavo Arhinmäki <http://www.punajuuri.net/index.php?id=all&tmp=1>

⁶⁸ Tarja Filatov: <http://blogit.demari.fi/filatov/>

⁶⁹ Susanna Huovinen: <http://www.susannahuovinen.fi/index.php?sivu=blogi>

⁷⁰ Bjarne Kallis: <http://www.bjarnekallis.net/blogi.html>

⁷¹ Jyrki Katainen: http://www.kokoomus.fi/jyrkin_sivut/paivakirja/

⁷² Martti Korhonen: <http://marttikorhonen.vas.fi/>

⁷³ Annika Lapintie: <http://lapintie.vuodatus.net/blog/> (lokakuun 2009 tarkastelussa), <http://lapintie.vas.fi/> (tammikuusta 2010 alkaen)

- Hannes Manninen (keskusta, Lappi, 4. kauden kansanedustaja) – valtiovarainvaliokunnan puheenjohtaja⁷⁴
- Ville Niinistö (vihreät, Varsinais-Suomi, 1. kauden kansanedustaja) – eduskuntaryhmän puheenjohtaja⁷⁵
- Päivi Räsänen (kristillisdemokraatit, Häme, 4. kauden kansanedustaja) – puoluejohtaja⁷⁶
- Pekka Ravi (kokoomus, Pohjois-Karjala, 2. kauden kansanedustaja) – eduskuntaryhmän puheenjohtaja⁷⁷
- Juha Rehula (keskusta, Häme, 4. kauden kansanedustaja) – sosiaali- ja terveysvaliokunnan puheenjohtaja⁷⁸
- Kimmo Sasi (kokoomus, Pirkanmaa, 7. kauden kansanedustaja) – perustuslakivaliokunnan puheenjohtaja⁷⁹
- Arto Satonen (kokoomus, Pirkanmaa, 2. kauden kansanedustaja) – työelämä- ja tasa-arviovaliokunnan puheenjohtaja⁸⁰
- Anni Sinnemäki (vihreät, Helsinki, 3. kauden kansanedustaja) – puoluejohtaja, työministeri⁸¹
- Jouko Skinnari (SDP, Häme, 8. kauden kansanedustaja) – talousvaliokunnan puheenjohtaja⁸²
- Timo Soini (perussuomalaiset, 1. kauden euroedustaja; sitä ennen 2. kaudelle Suomen eduskunnassa) – puoluejohtaja, Euroopan parlamentin jäsen⁸³
- Erkki Tuomioja (SDP, Helsinki, 8. kauden kansanedustaja) – suuren valiokunnan puheenjohtaja⁸⁴
- Tapani Tölli (keskusta, Oulu, 2. kauden kansanedustaja) – hallintovaliokunnan puheenjohtaja⁸⁵
- Jutta Urpilainen (SDP, Vaasa, 2. kauden kansanedustaja) – puoluejohtaja⁸⁶

⁷⁴ Hannes Manninen: <http://www.hannesmanninen.fi/5>

⁷⁵ Ville Niinistö: <http://villenniinisto.blogspot.com/>

⁷⁶ Päivi Räsänen: <http://kd.multiedition.fi/KD/www/fi/ajankohtaista/blogit/paivirasanen/index.php>

⁷⁷ Pekka Ravi: <http://www.pekkaravi.fi/fi/?ID=1333>

⁷⁸ Juha Rehula: <http://www.juharehula.com/7/Paivakirja>

⁷⁹ Kimmo Sasi: <http://www.kimmosasi.net/?x103997=Select/List>

⁸⁰ Arto Satonen: <http://www.satonen.fi/>

⁸¹ Anni Sinnemäki: <http://www.annisinnemaki.net/ajankohtaista.html>

⁸² Jouko Skinnari:

http://www.joukoskinnari.com/index.php?option=com_content&task=category§ionid=1&id=32&Itemid=65

⁸³ Timo Soini: <http://timosoini.fi/>

⁸⁴ Erkki Tuomioja: <http://www.tuomioja.org/>

⁸⁵ Tapani Tölli: <http://www.tapanitolli.fi/henkilokuva/paivakirja/>

- Raija Vahasalo (kokoomus, Uusimaa, 3. kauden kansanedustaja) – sivistysvaliokunnan puheenjohtaja⁸⁷
- Stefan Wallin (RKP, Varsinais-Suomi, 1. kauden kansanedustaja) – puoluejohtaja, kulttuuri- ja urheiluministeri⁸⁸
- Ulla-Maj Wideroos (RKP, Vaasa, 4. kauden kansanedustaja) – eduskuntaryhmän puheenjohtaja⁸⁹

Tarkasteltavaksi on siis valittu suomalaisia eturivin poliitikkoja. Oletuksena oli, että merkittävässä asemassa olevat poliitikot kirjoittaisivat blogeihinsa aktiivisesti ja että imagonrakennus olisi heille selvästi tärkeää. Tarkoitus oli ottaa mukaan kaikkien puolueiden ja eduskuntaryhmien puheenjohtajat sekä lisäksi kaikkien valiokuntien puheenjohtajat. Joukosta puuttuu kuitenkin puolueiden puheenjohtajista keskustan Matti Vanhanen, jonka blogia ei teknisen ongelman vuoksi saatu tallennettua. Perussuomalaisten eduskuntaryhmän puheenjohtajalla Raimo Vistbackalla ei puolestaan ollut lainkaan blogia tai edes verkkosivua. Poissa tarkastelusta ovat myös maa- ja metsätalousvaliokunnan Jari Leppä (kesk.), ulko- ja turvallisuusvaliokunnan Pertti Salolainen (kok.), tulevaisuusvaliokunnan Marja Tiura (kok.), tarkastusvaliokunnan Matti Ahde (sd.) sekä puolustusvaliokunnan Juha Korkea-aho (kesk.), sillä heidän blogeissaan oli joko tutkimuksen kannalta liian vähän sisältöä tai sisältö oli liian vanhaa ja siten sopimatonta vertailuun muiden kanssa. Lopullinen 24 blogin tai verkkosivun tarkastelujoukko sisälsi kuitenkin kattavan valikoiman eri puolueita, eri sukupuolia, eri alueita, erilaisia taustoja ja erilaisia tehtäviä edustavia poliitikkoja. Tarja Filatov siirtyi SDP:n eduskuntaryhmän puheenjohtajan paikalta eduskunnan II varapuhemieheksi kesken tutkimuksen tarkastelujaksoa, mutta hänen tilalleen ryhmänjohtajaksi tullutta Eero Heinäluomaa ei otettu tutkimukseen mukaan, vaan tarkastelussa pysytään johdonmukaisuuden vuoksi alusta loppuun Filatovissa, sillä hän oli ryhmänjohtajana tutkimuksen alkaessa.

Jokaista blogia tutkittiin kolmena eri näytteenotokertana. Kolmen kuukauden välein 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010 tallennettiin kukin blogi sellaisenaan kuin se kyseisenä päivänä näkyi internetissä. Poikkeuksena olivat Korhosen, Satosen ja Töllin blogit, joiden ainoa tallennuskerta oli teknisistä vaikeuksista johtuen

⁸⁶ Jutta Urpilainen: <http://www.juttaurpilainen.fi/index.php?sivu=paivakirja>

⁸⁷ Raija Vahasalo: <http://www.vahasalo.fi/blog/>

⁸⁸ Stefan Wallin: <http://stefanwallin.blogspot.com/>

⁸⁹ Ulla-Maj Wideroos: <http://bloggen.fi/umw/>

25.10.2010. Näistäkin blogeista tarkastellaan silti nimenomaan syyskuun 2009 sekä tammi- ja huhtikuun 2010 kirjoituksia. Kaikista blogeista otetaan analyysin kohteeksi noin kuusi kunakin tallennuskertana tuoreinta blogikirjoitusta. Jos kirjoitukset olivat hyvin lyhyitä, kuten esimerkiksi Wideroosin blogissa, niitä otetaan mukaan hieman useampia, jotta saataisiin riittävän laaja kuva blogin yleisestä sisällöstä. Jos taas uusia kirjoituksia ei tallennusajankohtana ollut saatavilla kuutta kappaletta, tarkastellaan niin montaa kuin vain on mahdollista. Kaikki blogit ovat joka tapauksessa edustettuina mahdollisimman tasapuolisesti ja kattavasti. Blogeja tarkasteltaessa otetaan huomioon se mahdollisuus, että niiden sisällöt voivat olla osin tai jopa kokonaan muiden henkilöiden kuin poliitikon itsensä tuottamia. On mahdollista, että blogista voi olla vastuussa esimerkiksi eduskunta-avustaja tai puolueen käyttämä viestintätoimisto. Blogit kuitenkin julkaistaan poliitikkojen omissa nimissä, joten imagonrakennuksen kannalta ne edustavat heitä itseään, vaikka sisältöjen alkuperä voisikin olla lähtöisin muualta. Blogien sisällöissä keskitytään lähes yksinomaan tekstimuodossa olevaan materiaaliin. Kuvasisällöt huomioidaan ja niitä käsitellään, jos ne ovat blogin kokonaisuuden kannalta vahvasti edustettuina tai muuten suorassa yhteydessä tiettyihin tekstisisältöihin.

Blogien tarkastelun metodina sovelletaan laadullisen sisällönanalyysin keinoja sellaisina, kuin Philipp Mayring niitä selvittää vuonna 2000 julkaistussa artikkelissaan *Qualitative Content Analysis*.⁹⁰ Mayringin mukaan menetelmän tarkoituksena on käyttää perinteisen kvantitatiivisen sisällönanalyysin parhaita puolia, mutta kehittää niitä edelleen tulkitsevampaan suuntaan. Tällainen sisällönanalyysi ei tarkastele pelkästään tutkimansa sanoman pääpuolista sisältöä, vaan myös sen piilotettuja sisältöjä. Myös kvalitatiivinen sisällönanalyysi käyttää kategorioita ja luokitteluja kuten kvantitatiivinen metodikin, mutta kvalitatiivisessa tutkimustavassa luokittelut ovat joustavia ja niitä voidaan muuttaa sen mukaan, millaisia piirteitä tutkimusaineistosta tutkimuksen aikana ilmenee. Kategoriat ja luokat siis muodostetaan induktiivisesti aineiston perusteella ja niitä muokataan ja tarkennetaan toistuvien tarkastelukertojen avulla. Mayring kutsuu tällaista tekniikkaa palautesilmukan (*feedback loop*) käyttämiseksi. Kun kategoriat on näin saatu

⁹⁰ Mayring, Philipp *Qualitative Content Analysis* julkaisussa Forum: Qualitative Social Research, 1. vuosikerta, 2. numero, kesäkuu 2000 < <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2386> >

selville tutkimusaineiston perusteella, seuraa deduktiivinen vaihe, jossa aineisto luokitellaan aiemmassa induktiivisessa vaiheessa muodostettuihin kategorioihin. Näilläkin kategorioilla voi olla vielä esimerkiksi eri tasoja ja nekin voivat olla muokattavissa yhä tässä analysointi- ja tulkintavaiheessakin. Tässä tutkimuksessa palautesilmukan luominen tarkoitti sitä, että blogitekstit luettiin useaan kertaan ja niiden sisällöistä muodostuvia laajempia kokonaisuuksia hahmoteltiin edelleen ja tarkennettiin yhä uudelleen uusien lukukertojen myötä. Ensimmäisellä, alustavalla lukukerralla pyrittiin yleisesti hahmottamaan blogeista välittyviä imagonrakennustekniikoita ja imagotyyppejä. Seuraavalla lukukerralla aineistoa tarkasteltiin tämän alustavan tyypittelyn mukaan ja tehtiin laajempia muistiinpanoja. Tästä seuraavalla kerralla pyrittiin tarkistamaan ensimmäisten tarkastelukertojen luoman luokittelun paikkansapitävyys ja lisäämään tai tarkentamaan imagoelementtien ja tyyppien ryhmiä ja kategorioita. Tämän jälkeen kirjoitettiin ensimmäinen varsinainen versio tutkimuksesta, jonka jälkeen aineistot luettiin vielä uudestaan tämän version perusteella saadun palautteen valossa ja tarkennettiin analyysin rakennetta. Palautesilmukkaa käyttämällä aineistoa tarkasteltiin siis useaan kertaan ja saatiin lopulta hyvin kattava kuva sen eri puolista.

Poliittisen viestinnän tutkimuksen perustava osa, retoriikan analyysi, oli olennainen tekijä tässä tutkimuksessa, sillä kuten Erkki Karvonen asian ilmaisee: *"Imago on -- esitys, ilmiasu, ei välttämättä vain visuaalinen ilmentymä vaan muistakin merkkilajeista koostuvaa viestintää tai retoriikkaa."*⁹¹ Retoriikan, poliittisen vaikuttamisen ja imagotekijöiden yhteys esitetään jo Aristoteleen klassisissa teksteissä: *"Koska retoriikka on olemassa päätöksen tekemisen vuoksi, -- on välttämätöntä, ettei kiinnitetä huomiota vain puheen todistavuuteen ja vakuuttavuuteen, vaan myös siihen, että puhuja antaa itsestään tietyn kuvan ja saattaa kuulijat tiettyyn tilaan; sillä on näet suuri merkitys erityisesti poliittisissa kokouksissa, -- että puhuja näyttää tietynlaiselta ja että kuulijat ajattelevat hänen suhtautuvan heihin tietyllä tavalla ja vielä näiden lisäksi että he itsekkin ovat tietyssä tilassa."*⁹² Poliittinen puhuja luo siis itsestään retoriikan keinoin tietynlaisen kuvan yleisön mieliin, jotta hänen kantansa tulisivat päätöksentekotilanteessa edustetuksi

⁹¹ Karvonen, Erkki: *Halosen ja Niinistön imagonrakennus - Kampanjaretoriikan analyysi*. Teoksessa *Isotalus – Borg 2006*, 115.

⁹² Aristoteles: *IX Retoriikka*. Gaudeamus Kirja, Tampere 1997, 60.

menestyksekkäästi. Poliitikon oman kuvan luomisen lisäksi Aristoteleen sitaatti korostaa myös retoriikan toista tärkeää puolta, yleisön omakuvan luomista ja rakentamista. Sen lisäksi, että poliitikko korostaa retorisiin keinoin tiettyjä puolia itsessään, hän voi korostaa tiettyjä puolia myös yleisössä, jotta hänen viestinsä lankeasi suopeampaan maaperään. Yhdysvaltalainen retoriikan tutkija Kenneth Burke näkeekin tähän liittyen kaiken retorisen toiminnan samanaikaisesti sekä samastumisen että erottautumisen tuottamisena.⁹³ Retoriset keinot voivat olla imagoiden muodostamisessa tärkeitä työvälineitä, sillä imagokin perustuu aina nimenomaan samastumisen ja erottautumisen periaatteisiin: esimerkiksi poliitikon tapauksessa hyvä imago luo eroa muihin kilpaileviin poliitikkoihin ja samastumista äänestäjäkuntaan. Retorisessa esityksessä luotavien samastuksien ja erottelujen perusta pohjautuu valintoihin; siihen, mitä elementtejä viestiin sisällytetään ja mitä siitä jätetään pois. Karvonen listaa "retoriikan muistilistassaan" joukon valittavana olevia elementtejä: alkuoletukset, näkökulmat, metaforat, käytetyt erottelut, tyylit ja sanat.⁹⁴

Osansa retoristen valintojen tekemisessä on myös semioottisilla jaotteluilla. Semiotiikan pioneerin Ferdinand de Saussuren mukaan juuri valinnoissa piilee kaiken viestinnän olemus: eri paradigmoista eli merkkien joukoista on aina valittavissa yksiköitä, jotka sitten liitetään yhteen muiden yksiköiden kanssa, jolloin ne muodostavat kokonaisuuden eli syntagman. Näin ollen esimerkiksi virke on sanojen paradigmasta valittu syntagma tai asukokonaisuus on kenkien, takkien, housujen ja paitojen paradigman joukosta koostettu syntagma.⁹⁵ Imagonrakentajan on oikeiden valintojen tekemiseksi olennaista tuntea paradigmat mahdollisimman laajasti; vain tällöin voi tietää, mitä kannattaa viestiinsä valita mukaan ja mitä jättää siitä pois. Myös yllättävät yhdistelmät erilaisten paradigmojen piireistä voivat tuottaa tehokkaasti erottuvia imagoja: esimerkiksi Timo Soinin "maisterisjätjän" imago on luotu valitsemalla viestinnällisiä elementtejä sekä "sivistyneen väen" että "tavallisen kansan" paradigmoista.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan niitä retorisia keinoja ja semioottisia valintoja, joita poliitikot blogiviestinnässään harjoittavat imagojaan rakentaakseen.

⁹³ Karvonen 1997, 222.

⁹⁴ Karvonen 1997, 247.

⁹⁵ Karvonen 1997, 71-72.

Yksittäisistä teksteistä nostetaan esiin elementtejä, jotka ovat muodostamassa suurempia kokonaisuuksia ja päästään näin kiinni niihin osatekijöihin, jotka ovat blogiteksteissä mukana luomassa poliitikkojen imagoja. Luvussa 2 esitellään imagon rakennusvaihetta, eli niitä tekniikoita, joita blogeissa käytetään imagojen muodostamiseen ja niitä imagoelementtejä, joita blogikirjoitukset sisältävät. Luvussa 3 tarkastellaan imagonrakennuksen lopputuloksia ja havaitaan, millaisia imagoja tutkituille parlamentaarikoille rakentuu heidän blogiensa kautta. Luku 4 sisältää yhteenvetoa tutkimuksen tuloksista ja pohjaa mahdolliselle jatkotutkimukselle.

2. Imagonrakennustekniikat blogeissa

Tässä luvussa tarkastellaan kansanedustajien blogeissa ilmenneitä imagonrakennustekniikoita. Retorisin keinoin ja semioottisia erotteluja käyttämällä edustajat rakensivat imagoaan muun muassa määrittelemällä omaa asemaansa, sijoittamalla itsensä suhteeseen blogiensa oletettujen yleisöjen kanssa, tekemällä eroja toisiin poliitikkoihin tai puolueisiin sekä antamalla lupauksia ja kertomalla aiempien lupauksen toteutumisesta. Myös historiaan vetoamista sekä oman itsen sijoittamista jatkuvuus–muutos -akselille voitiin käyttää imagonrakennuksen elementteinä. Useimpia tässä tarkastelluista imagonrakennustekniikoista hyödynnettiin jokaisessa tutkituista blogeista, mutta tietyt tekniikat olivat silti selvästi suositumpia kuin toiset.

2.1 Oman aseman määrittelyminen

Eräs selvimmin esille nousevista imagonrakennustekniikoista blogeissa on kirjoittajan oman aseman ja roolin määrittely. Retoriikan perusoppeihin kuuluu identifikaatio; se, että puhuja – tai tässä tapauksessa blogin kirjoittaja – asettuu jonkinlaiseen rooliin ja valitsee itselleen jonkinlaisen aseman, josta käsin hän lähtee omaa sanomaansa kertomaan. Kyse on siis semioottisista valinnoista: edustajan on usein mahdollista valita laajasta erilaisten mahdollisten roolien muodostamasta paradigmasta, korostaako hän esimerkiksi rooliaan paikallispoliitikkona tai valiokunnan johtajana, vai pyrkiikö hän jopa häivyttämään varsinaista poliittista rooliaan. Juuri erilaiset valinnat, painotukset, korostukset tai häivytykset ovat aseman määrittelyn tekniikoita. Valitsemalla halutunlaisia painotuksia laajoista roolien ja asemien paradigmoista, blogin kirjoittaja muodostaa ajan myötä itsensä asemoivan syntagman, joka tukee hänen tavoiteimagoaan. Blogiteksteissä kirjoittajan eksplisiittisesti itse esille tuoma asema tai rooli saattaa tietysti poiketa laajemmassa katsannossa siitä roolista, jonka hänen tekstinsä implisiittisesti lukijoiden mielissä muodostavat. Kuten sanottua, imago on aina kaksisuuntainen luomus, jossa imagoviestin lähettäjällä ja sen vastaanottajalla on aina oma

vaikutuksensa. Tässä alaluvussa käsitellään nimenomaan bloginkirjoittajien itsensä esiin tuomia aseman määrittelyjä – blogitekstien kautta epäsuorasti esiin nouseviin määrittelyihin keskitytään enemmän seuraavassa pääluvussa.

Tarkastelemistani kahdestakymmenestä neljästä kansanedustajasta suurin osa määritteli omaa rooliaan ja statustaan ainakin ajoittain. Vain kuusi edustajaa (Paavo Arhinmäki, Tarja Filatov, Annika Lapintie, Ville Niinistö, Päivi Räsänen ja Ulla-Maj Wideroos) eivät varsinaisissa blogiteksteissään tarkastelujakson aikana korostaneet mitään virallista rooliaan kertaakaan. Heistäkin kuitenkin kaikki paitsi Filatov määrittelivät esimerkiksi blogin sivupalkissa tai otsikkokuvassa tai kotisivujensa etusivulla olevansa kansanedustajia, puolueen puheenjohtajia (Arhinmäki, Räsänen), eduskuntaryhmän puheenjohtajia (Lapintie, Niinistö ja Wideroos) tai kaupunginvaltuutettuja (Arhinmäki). Filatov ei liittänyt itseensä missään kohtaa minkäänlaista virallista statusmäärittelyä, titteliä tai muuten asemasta kertovaa viittausta edes sivupalkissa tai otsikossa. Tätä kuusikkoa kuitenkin yhdisti se, että heistä kukaan ei määrittellyt asemaansa eksplisiittisesti varsinaisissa blogiteksteissä. Heidän teksteistään totta kai kävi ilmi, että he ovat kansanedustajia, eivätkä he tietenkään tätä faktaa mitenkään yrittäneet salailla, mutta joka tapauksessa he olivat valinneet olla korostamatta asiaa suoraan. On mahdollista, että he pitivät omia roolejaan niin itsestään selvinä, etteivät vaivautuneet niitä erikseen korostamaan. Kaikkein eniten tästä joukosta erottui Wideroos, jonka pelkkien blogikirjoitusten perusteella olisi toisinaan hyvin vaikea tietää, että hän on kansanedustaja, Rkp:n eduskuntaryhmän puheenjohtaja ja kokenut ex-ministeri. Sen lisäksi, ettei Wideroos tuonut asemaansa eksplisiittisesti esiin, ei hän tehnyt sitä toistuvasti edes implisiittisesti kirjoitusten aiheiden kautta.

Itsensä määrittelyä vältäneestä kuusikosta neljä (Filatov, Lapintie, Niinistö ja Wideroos) olivat puolueidensa eduskuntaryhmien puheenjohtajia. Kenties siis ryhmän puheenjohtajuutta ei koeta niin vahvasti suoran korostamisen arvoiseksi asiaksi imagoa rakennettaessa – tai ehkä tietoisuus ryhmän puheenjohtajuudesta on tärkeää vain oman puolueen kansanedustajille, joten se ei ole yleisessä, laajaa lukijakuntaa palvelevassa blogissa tarpeelliseksi koettu imagoelementti. Ainoa

eduskuntaryhmän puheenjohtaja, joka nosti tämän puolen omasta asemastaan bloginsa teksteissä näkyvästi ja suoraan esille, oli kokoomuksen Pekka Ravi.⁹⁶

Suurin osa tarkastelussa olleista edustajista siis kuitenkin asemoi itsensä selkeästi blogikirjoituksissaan: 18 edustajan kirjoituksista löytyi suoraa oman roolin ja statuksen määrittelyä. Toiset muistuttivat lukijaa omasta roolistaan lähes jatkuvasti, toiset taas hieman harvemmin. Siinä, mitä asemaa kukin valitsi korostavansa, löytyi pieniä eroja. SDP:n Susanna Huovinen ja keskustan Hannes Manninen painottivat ennen kaikkea maakunnallisuutta: Huovinen toisteli usein olevansa ”keskisuomalainen kansanedustaja”⁹⁷ ja Manninen puolestaan ”Lapin kansanedustaja”.⁹⁸ He siis halusivat korostaa imagossaan erityisesti alueellisuutta ja omaa vaalipiiriään. Myös kokoomuksen Arto Satonen määritteli rooliaan kotimaakuntansa avulla: sen lisäksi, että hän korosti olevansa ”pirkanmaalainen kansanedustaja”⁹⁹, hän antoi alueellisuudelle vielä ennestäänkin korkeampaa lisäarvoa kertomalla lisäksi olevansa ”Pirkanmaan kansanedustajien neuvottelukunnan puheenjohtaja”.¹⁰⁰

Tutkitun joukon kaikki ministerit korostivat ministeriyttään auliisti: esimerkiksi valtiovarainministeri Jyrki Katainen sekä kulttuuriministeri Stefan Wallin mainitsivat ministeriydestään tiheään tahtiin.¹⁰¹ Työministeri Anni Sinnemäki puolestaan kierrätti blogissaan muualla julkaistuja lehdistötiedotteita, joissa Sinnemäestä puhuttiin usein kolmannessa persoonassa ”työministeri Sinnemäkenä”.¹⁰² Tämä kenties hiukan etäiseltä ja jäykältä vaikuttava tapa toisaalta

⁹⁶ Ravi 17.9.2009, *Viikko 38*; 12.3.2010, *Viikko 10*; 19.3.2010, *Viikko 11*; 26.3.2010, *Viikko 12*; 9.4.2010, *Viikko 14*.

⁹⁷ Huovinen 4.10.2009, *Terveisiä maakuntaristeilyltä!*; 11.10.2009, *Kannusta kaverial!*; 7.4.2010, *Politiikan vaalirahanäytelmä ei ota päätyäkseen*.

⁹⁸ Manninen 24.9.2009, *Rajaesteet matalaksi*; 4.3.2010, *Lappi valokeilassa*.

⁹⁹ Satonen 3.3.2010, *TV2 pysyköön Tampereella*.

¹⁰⁰ Satonen 7.4.2010, *Lehdistötiedote 7.4.2010: Olkiluoto 4:n rakentaminen toisi elinvoimaa myös Pirkanmaalle*.

¹⁰¹ Katainen 13.5.2009, *Osaajat talteen*; 2.6.2009, *Asioistasi päätetään Euroopassa*; 30.8.2009, *Veroratkaisut hyödyttävät pienituloisia*;

Wallin 17.11.2009, *Flaggan i topp för södra alternativet!*; 20.11.2009, *O heliga enfald*; 17.12.2009, *Punkt för upphovsrättsförslaget*; 19.1.2010, *Överraskningarnas man slog till igen!*; 12.3.2010, *Kringkastning runt YLE*; 13.4.2010, *Hon kommer igen*; 20.4.2010, *I askmolnets skugga*.

¹⁰² Sinnemäki 27.8.2009, *Sinnemäki budjettineuvotteluista: Nuorisotyöttömyyttä ratkotaan lisärahoituksella*; 15.10.2009, *Pitkän aikavälin päästötavoite historiallinen edistysaskel*; 15.4.2010, *Uusiutuvan energian edistämispaketin nopea toteuttaminen välttämätöntä*.

tuo vahvasti esille Sinnemäen ministeriyden ja auttaa luomaan hänelle uskottavaa ministeri-imagoa.

Myös valiokuntien puheenjohtajat asemoivat itsensä hyvin vahvasti tämän roolin kautta. Yhdestätoista valiokunnan puheenjohtajasta lähes jokainen toi ainakin jossain määrin esiin juuri tätä aspektia omasta asemastaan. Esimerkiksi lakivaliokunnan Janina Andersson, talousvaliokunnan Jouko Skinnari, hallintovaliokunnan Tapani Tölli sekä liikenne- ja viestintävaliokunnan Martti Korhonen nostivat toistuvasti esiin asemiansa valiokuntien puheenjohtajina.¹⁰³ Omaa rooliaan keskisuomalaisena kansanedustajana korostanut Susanna Huovinen asemoi itsensä tämän lisäksi hyvin vahvasti myös ympäristövaliokunnan puheenjohtajaksi.¹⁰⁴

Valiokunnan puheenjohtajuus näyttäytyi siis tärkeänä elementtinä oman aseman esittämisessä ja tätä kautta imagon rakentamisessa. Se on luultavasti juuri blogien oletettua kohdeyleisöä ajatellen hyödyllisempi statustekijä kuin esimerkiksi eduskuntaryhmän puheenjohtajuus. Eduskuntaryhmän puheenjohtajuus ei ehkä tavallisen lukijan mielestä vaikuta niin hohdokkaalta ja vastuulliselta puuhalta kuin konkreettisempi valiokunnan puheenjohtajuus. Oma merkityksensä on myös sillä, että eduskunnan sisällä valiokuntien toiminta koetaan hyvin tärkeäksi ja niiden puheenjohtajuudet ovat tavoiteltuja tehtäviä, joten niistä halutaan varmasti myös kertoa yleensä.¹⁰⁵ Varsinkin tärkeimpien valiokuntien puheenjohtajuuden arvostus saattaa lähennellä jopa ministerin statuksen arvostusta, mikä on etenkin oppositiopuolueiden edustajille erittäin merkityksellistä. Hallituspuolueiden osalta

¹⁰³ Andersson 9.10.2009, *Lopullisesti vanhentuneet velat poistuvat maksuhäiriörekisteristä*; 8.12.2009, *Aamuseminaariin suoraan linnan juhlista*; 19.3.2010, *Lakivaliokunnan maailmassa*; 25.3.2010, *Valiokuntamatkalla Japanissa*.

Skinnari 8.7.2009, *Työ, työ, työ*; 4.9.2009, *Kuuma syksy*; 17.1.2010, *Haitin maanjäristys*; 19.4.2010, *Välitön ero Reuman vuoksi Ortonin hallituksesta*.

Tölli 15.9.2009, *Politiikan syksy on käynnistynyt*; 21.9.2009, *Viikon tapahtumia*.

Korhonen 22.8.2009, *Liikenne- ja viestintävaliokunnan puheenjohtaja Martti Korhonen: Pohjanmaan radan rahoitus turvattava lisäbudjetissa*; 6.9.2009, *Liikenneverkko on suomalaisten kansallisuusomaisuutta*; 14.1.2010, *Martti Korhonen: Finnair-kiistaan tarvitaan nopea ratkaisu*.

¹⁰⁴ Huovinen 4.10.2009; 7.10.2009, *Aluehallinto ei hosumisella selkiydy*; 25.2.2010, *Väläkysymys ei kiinnostanut kokoomusta*

¹⁰⁵ Voitto Helanderin ja Kyösti Pekosen mukaan valiokuntatyön arvostus on kasvanut suuresti erityisesti 1990-luvulta lähtien. Heidän haastattelemansa eduskunnan apulaispääsihteeri Jouni Vainio jopa totesi, että ”Varsinainen työ tehdään, ei niinkään eduskuntaryhmissä, vaan valiokunnissa.” Helander, Voitto – Pekonen, Kyösti: *Eduskunnan vahvistuva valiokuntalaitos*. Teoksessa Helander, Voitto – Pekonen, Kyösti – Vainio, Jouni – Kunttu, Tapani: *Suomen eduskunta 100 vuotta. 7. Valiokunnat lähikuvassa*. Teossarjan päätoimittaja: Mylly, Juhani. Edita Publishing Oy, Helsinki 2007, 134.

eduskuntaryhmän rooli voi olla merkittävämpi ja lähennellä vaikutusvaltaisimmillaan jopa eräänlaista ”varjohallitusta”.¹⁰⁶ Ehkä eduskuntaryhmän puheenjohtajuuden korostamisen suhteen oltiin kuitenkin varovaisia myös siksi, että ei liikaa leimauduttaisi pelkästään puolueen kuormaratsuksi, vaan näyttäytyttäisiin enemmän henkilökohtaisen taidon ja johtajuuden kautta. Imagollisesti tällainen on riskin välttelyä: jos puolueen suosio kääntyy laskuun, omakin julkikuva saattaa tahriutua, jos sen pääelementteihin kuuluu nimenomaan puolueen yhteyteen asemoituminen. Esimerkiksi valiokunnan johtajuutta korostettaessa tällainen riski on pienempi, sillä valiokunnat saavat harvoin yhtä konkreettista kritiikkiä osakseen kuin puolueet.

Pääasialliset eksplisiittisesti määritellyt omat roolit olivat tutkitun joukon kansanedustajilla siis kansanedustajuus ylipäätään, ministeriys sekä valiokunnan puheenjohtajuus. Myös hieman ympärilyöreyttä rooleja, kuten ”päätöksentekijä”¹⁰⁷, ”päättäjä”¹⁰⁸ tai ”puuhamies”¹⁰⁹ esiintyi. Jos omaa tämänhetkistä asemaa ei koettu imagon kannalta tarpeeksi arvokkaaksi, saatettiin viitata myös aiempiin rooleihin: esimerkiksi Susanna Huovinen muistutti lukijoita olevansa ”entinen ministeri”¹¹⁰ ja jopa ”entinen sairaanhoitopiirin valtuuston puheenjohtaja”.¹¹¹

Kristillisdemokraattien eduskuntaryhmän puheenjohtaja Bjarne Kallis sekä perussuomalaisen puoluejohtaja Timo Soini puolestaan rakensivat itselleen asemia, jotka olivat melko suuressa kontrastissa verrattuna valtaosaan muusta tutkimusjoukosta. Niin Kallis kuin Soinikin asemoivat itsensä nimittäin jollain tapaa politiikan ulkopuolelle, aivan kuin he eivät itse olisi poliitikkoja lainkaan. Kallis viittasi ”poliitikkoihin” muodossa ”nämä”¹¹² ja Soini ”eliitteihin” muodossa ”ne”.¹¹³ Näin Kallis siis määritteli oman asemansa ”poliitikkojen” ulkopuolelle ja Soini puolestaan jättäytyi erilliseksi ”eliiteistä”. Tällainen melko suora mustan valkoiseksi

¹⁰⁶ Helena Honka-Hallila käsittelee eduskunnan historiategoksen kuudennessa osassa eduskuntaryhmien roolia kautta historian ja kertoo hallituspuolueiden eduskuntaryhmien suhteesta varsinaiseen hallitukseen. Honka-Hallila, Helena: *Eduskunta sosiaalisena työyhteisönä*. Teoksessa Hidén, Mikael – Honka-Hallila, Helena: *Suomen eduskunta 100 vuotta. 6, Miten eduskunta toimii*. Teossarjan päätoimittaja: Mylly, Juhani. Edita Publishing Oy, Helsinki 2006, 309.

¹⁰⁷ Katainen 7.12.2009, *Luottamusta tarvitaan*.

¹⁰⁸ Ravi 4.12.2009, *Viikko 49*.

¹⁰⁹ Rehula 9.9.2009, *Rajoja, ”piiskaa” ja historiaa* /viikko 36.

¹¹⁰ Huovinen 20.1.2010, *Lehtomäen vaikea ratkaisu*.

¹¹¹ Huovinen 4.10.2009.

¹¹² Kallis 19.10.2009, *Älkää myykö Suomea pois*.

¹¹³ Soini 4.10.2009, *Tässä EU, missä demokratia?*; 31.3.2010, *Raakaa peliä reumasairailta*.

väittäminen tuskin onnistuisi aivan kaikilta, mutta Kallis ja Soini ovat ehkä saavuttaneet vuosien saatossa teoillaan ja sanomisillaan sellaisen aseman, että he voivat yrittää asemoitua rohkeasti vastarannankiiskiksi, vaikka todellisuudessa politiikan eliitin piirissä toimivatkin.

Keskimäärin roolin määrittely oli melko häilyväistä. Enemmistö tarkastelluista edustajista ei halunnut kiinnittää itseään erottamattoman tiiviisti mihinkään tiettyyn asemaan tai rooliin, vaan jätti suoran määrittelyn joko kokonaan tekemättä tai esitti useita erilaisia määrittelyjä. Näin syntyvä imago pysyy monipuolisena ja avoimena erilaisille tulkinnoille ja tarkastelukulmille. Kun edustaja ei ole juuttunut vain yhdenlaiseen rooliin, pienenee riski siitä, että tämä rooli muodostuisi joskus tulevaisuudessa imagon kannalta haitalliseksi. Oman aseman määrittelyä imagonrakennuksen elementtinä käytettiin siis varovaisesti ja varman päälle pelaten. Seuraavaksi tarkastellaan sitä, miten edustajat määrittelivät yleisöjään, ja jatkuiko varovainen linja myös tämän imagonrakennustekniikan suhteen.

2.2 Toisista erottautuminen

Kuten todettua, imagoa rakennettaessa on tärkeää kertoa maailmalle, kuka on ja millaisena itsensä näkee. Yhtä lailla tärkeää on kuitenkin myös tehdä eroa muihin: määritellä, millainen ei ole ja mitä arvoja ei edusta. Jos haluaa tehdä itsestään haluttavan tuotteen politiikan verkkokaupan virtuaalisilla hyllyillä, täytyy siis pyrkiä erottautumaan toisista tuotteista. Juuri erottautuminen on eräs koko imagon käsitteen perustavimmista tarkoituksista. Erottautumiseen pyritään tietysti useimmiten pitkäjänteisesti: blogien tapauksessa kirjoittamalla säännöllisesti itse tärkeiksi kokemistaan aiheista ja itse valitsemallaan persoonallisella tyyllillä. Eroja toisiin on mahdollista tehdä kuitenkin myös suoraviivaisemmin: kertomalla suoraan, missä suhteessa on itse erilainen kuin muut. Tässä alaluvussa käsitellään sitä, miten tällainen suoraviivainen erottautumiseen pyrkiminen näkyi tarkastelluissa blogeissa. Suoraakin erottautumista voi tehdä oikeastaan kahdella tavalla: eksplisiittisesti linjaamalla, että ”En ole niin kuin nuo ja nuo siksi, että...” tai implisiittisesti

antamalla hieman vihjaten ymmärtää, että itse toimii ja ajattelee eri tavalla kuin muut.

Erojen korostaminen imagonrakennuksen tekniikkana oli kuitenkin tarkastelluissa blogeissa melko varovaista. Kahdestakymmenestä neljästä tutkitusta edustajasta vain yhdentoista (Andersson, Arhinmäki, Filatov, Huovinen, Kallis, Katainen, Niinistö, Räsänen, Sinnemäki, Skinnari, Soini) blogeista oli havaittavissa erontekopyrkimyksiä. Muista pyrittiin erottautumaan kahdella tavalla: joko itsenäisesti tekemällä eroa toisiin poliitikkoihin tai puolueen osana tekemällä eroa oman ja muiden puolueiden välille. Henkilökohtaiset erottautujat harrastivat enimmäkseen epäsuoraa, implisiittistä erottautumistapaa. Tyypillistä oli vihjata melko siististi, että toiset politiikan toimijat ovat vähemmän rehellisiä tai moraalisia kuin itse. Esimerkiksi Paavo Arhinmäki kertoi Helsingin kaupungin budjettineuvotteluista, että hänen mielestään ”-- (t)ärkeintä oli huolehtia työntekijöistä ja palveluista, ei pelata poliittista peliä.”¹¹⁴ ja Anni Sinnemäki vihjasi, että ”-- politiikassa on mukana myös asialleen omistautuneita tavallisia ihmisiä. Ei se ole mitään artomerisalopeliä.”¹¹⁵ Näin Arhinmäki ja Sinnemäki siis antoivat ymmärtää, etteivät he itse ei ole poliittisia pelureita, vaan keskittyvät olennaisimpaan, eli yhteiskunnan hyvinvoinnista huolehtimiseen. Tällaista epäsuoraa erottautumistekniikkaa käytti myös esimerkiksi Tarja Filatov ilmaistessaan turhautumisensa siihen, miten ”-- Suomen päätöksenteko on rapautunut vaikutelmapoliitikaksi, jossa vain puheet merkitsevät, koska kukaan ei jaks seurata piilotettuja tekoja.”¹¹⁶ Tällä tavoin Filatov käytännössä ilmoitti, että hän on todellinen ”piilotettujen tekojen” tekijä, eikä ainoastaan puheenlahjoilla ratsastava vaikutelmapoliitikko. Eräs mielenkiintoinen henkilökohtaisten, epäsuorien erontekijöiden ryhmä olivat ne edustajat, jotka halusivat etäännyttää itsensä toisten poliitikkojen lisäksi oikeastaan koko politiikan kentästä. Janina Andersson kuvasi itseään ”amatööriksi” erotuksena ”ammattipoliitikoista”¹¹⁷ ja Bjarne Kallis vain ihmetteli ulkopuolisena poliitikkojen lausuntoja, tekemisiä ja tekemättä jättämisiä aivan kuin ei itse olisi poliitikko lainkaan.¹¹⁸ Epäsuorien vihjausten lisäksi myös

¹¹⁴ Arhinmäki 13.10.2009, *Vasemmistoliitto turvasi kaupungin työpaikkoja*.

¹¹⁵ Sinnemäki 17.4.2010, *Vihreiden tie tulevaisuuteen*.

¹¹⁶ Filatov 10.9.2009, *Outoa logiikkaa – voi olla*.

¹¹⁷ Andersson 29.3.2010, *En glad politisk amatör*.

¹¹⁸ Kallis 19.10.2009; 18.1.2010, *Järkevää vai raukkamaista?*; 17.4.2010, *Koiraverro huudossa*.

suoraa henkilökohtaista erottautumista esiintyi: esimerkiksi Ville Niinistö teki suoraa pesäeroa niin kutsuttuihin maahanmuuttokritikoihin korostamalla ajattelevansa sananvapaudesta eri tavalla kuin nämä¹¹⁹ ja Susanna Huovinen irtisanoutui Raha-automaattiyhdistykseen liittyvästä vaalirahoitusotkusta linjaamalla, ettei ole koskaan pyytänyt vaalitukea itselleen tai jakanut sellaista muille.¹²⁰

Eron tekeminen puolueen kautta oli linjaten suurempaa kuin henkilökohtaisten erojen esiin tuominen. Eri puolueiden edustajat kritisoivat ristiin toisia puolueita eri asioissa ja korostivat oman puolueensa – ja samalla tietysti itsensä – paremmuutta. Esimerkiksi kristillisdemokraattien Kallis kritisoi suoraan keskustaa, kokoomusta ja RKP:tä vaaliraha-asiassa¹²¹, vihreiden Sinnemäki keskustaa luonnonsuojelussa sekä SDP:tä ja kokoomusta sosiaalipolitiikassa¹²² ja SDP:n Skinnari kokoomusta taantuman hoidossa.¹²³ Kokonaan oma lukunsa erojen tekemisessä muihin puolueisiin verrattuna oli tietysti perussuomalaisten Timo Soini, joka kritisoi ”vanhoja puolueita” suoranaisella sarjatulella. Soinille RKP oli ”*piru paratiisissa*” ja kokoomus ”*raharikkaiden puolue*”¹²⁴; vihreät tukevat hallituksessa ”*rappiota*” keskustan rinnalla, kun vasemmisto ”*istuu hiljaisena naama nurkkaan päin*”¹²⁵ ja SDP on pelkkä ”*näennäisoppositiopoolue*”.¹²⁶ Perussuomalaiset on siten Soinin antaman kuvan mukaan täysi vastakohta korruptoituneille ja intonsa menettäneille vanhoille puolueille. Myös epäsuorempia viittauksia voitiin tehdä kohdistamalla moitteet sen enempää tarkentamatta kaikkiin muihin puolueisiin, paitsi omaan. Kokoomuksen Katainen esimerkiksi linjasi, että ”*(s)uomalaiset ovat saaneet liian kauan tottua siihen, että puolueet mutisevat ympäröivänsä ja päättävät asioista suljetuissa kabineteissa. Me haluamme kansalaiset keskustelemaan ja arvioimaan asioita.*”¹²⁷ ja Sinnemäki korosti, että hänen puolueensa ”*ei ole lobbareiden talutusnuorassa eikä gallupien vietävissä!*”¹²⁸ Näiden hieman epämääräisten vihjausten valossa kokoomus siis olisi ainoa puolue, joka ei mutise

¹¹⁹ Niinistö 25.2.2010, *Ajatuspoliisista, päivää*.

¹²⁰ Huovinen 4.10.2009.

¹²¹ Kallis 13.10.2009, *Katto vaalikampanjakustannuksille*.

¹²² Sinnemäki 17.4.2010.

¹²³ Skinnari 6.8.2009, *Porvarihallitus näpertelee*.

¹²⁴ Soini 13.10.2009, *Tarastin file on nyt pöydällä*.

¹²⁵ Soini 14.4.2010, *Dementikkojen demokratia*.

¹²⁶ Soini 13.10.2009.

¹²⁷ Katainen 8.2.2010, *Perustuslain uudistus ei ole pelin politiikkaa*.

¹²⁸ Sinnemäki 17.4.2010.

ympäripyöreys suljetuissa kabineteissa ja vihreät puolestaan ainoa, johon lobbarit eivät vaikuta ja jota gallupit eivät kiinnosta.

Etenkin henkilökohtaisia erottautumisyriytyksiä leimasi se, että niitä ei ollut perusteltu kovin vahvasti. Toisten mollaaminen ja näyttäminen huonossa valossa eivät saaneet yhdessäkään tapauksessa tuekseen kosketeltavan konkreettisia näyttöjä, vaan jäivät enimmäkseen vain irrallisiksi väitteiksi ja vihjauksiksi. Uskottavan imagon kannalta olisi varmasti ollut hyödyllisempää, jos esimerkiksi Filatov olisi maininnut jokusen esimerkin suomalaista päätöksentekoa rapauttavasta ”vaikutelmapolitiikasta” tai omista ”piilotetuista teoistaan”, tai jos Arhinmäki olisi yksilöinyt tarkemmin, millaista ”poliittista peliä” muut hänen mielestään pelaavat. Jos erottumiselle ei ole esittää positiivisia perusteluita ja esimerkkejä, saattaa se päinvastaisista yrityksistä huolimatta tulla tulkituksi pelkästään katkeruutena tai tyhjänä puheena, jotka eivät tietenkään ole sellaisia asioita, joita kukaan haluaisi imagoonsa yhdistää. Räikeä vastapuolen mustamaalaaminen ei perinteisesti kuulu suomalaiseen poliittiseen kulttuuriin ja saattaa herättää yleisössä vieroksuntaa. Eroavaisuuksien linjaaminen puolueiden kautta oli toteutettu blogeissa hieman syväluotaavammin: esimerkiksi Sinnemäki ja Kallis listasivat aivan konkreettisia asioita, joissa heidän puolueensa eroaa muista myönteisellä tavalla. Tässä on kenties nähtävissä jälleen kerran se useiden eri imagonrakennuselementtien kohdalla toistunut trendi, jonka perusteella rohkeampia ja terävämpiä väittämiä tehtiin helpommin puoluekontekstin yhteydessä kuin täysin itsenäisesti. Imagohyökkäykseen käyminen puolueen riveistä käsin on – kuten todettua – riskittämpi ja turvallisempi, mutta samalla ehkä myös uskottavampi vaihtoehto kuin näkyvä henkilökohtainen profiloituminen. Yleisesti katsoen suora eron tekeminen muihin poliitikkoihin tai puolueisiin oli blogeissa melko vähän käytetty imagonrakennustapa. On mahdollista, että tämä kuvastaa laajemmin suomalaista arvomaailmaa: on parempi vain keskittyä omaan tekemiseen ja antaa imagon muodostua sitä kautta, kuin lähteä kovaan ääneen linjaamaan, millä tavalla on erilainen ja parempi kuin toiset. Toisaalta: onhan toki myös mahdollista, että poliitikot tällä tasolla vain ovat keskenään niin samankaltaisia, etteivät he itsekään löydä seikkoja, joissa he erottuisivat selkeästi muista. Vastausta tähän olisi kuitenkin kysyttävä edustajilta itseltään.

2.3 Yleisön määrittelyminen ja oma suhde yleisöön

Oman aseman ja roolin määrittelyn ohella myös yleisön määrittelyminen on tärkeä osa imagonrakennusta. Jos poliitikko todellakin on nykyisin tuote, täytyy tuotteelle löytää potentiaalinen asiakaskunta, kohderyhmä. Kun edellisessä alaluvussa tarkasteltiin sitä, mistä asemasta käsin kansanedustajat blogejaan kirjoittavat ja imagojaan rakentavat, tässä keskitytään siihen, kenelle he viestinsä suuntaavat. Ja kuten edelläkin, myös tässä keskitytään vain suoriin ja eksplisiittisiin yleisön määrittelyihin; sellaisiin tapauksiin, joissa blogin kirjoittaja selvästi luo teksteilleen yleisöä viittaamalla suoraan oletettuihin lukijoihin. Yleisöjen luomista tapahtuu myös epäsuorasti muun muassa blogiin valittujen aiheiden ja blogin yleisen olemuksen kautta, mutta näitä piirteitä tarkastellaan lähemmin luvussa 3. Yleisön määrittelymisen lisäksi tässä alaluvussa tutkitaan myös sitä, miten kansanedustajat suhteuttavat oman itsensä yleisöönsä: kuinka vahvasti he korostavat itse olevansa osa yleisöään ja sitoutuvat yleisön oletettuihin yhteisiin arvoihin ja tavoitteisiin.

Tarkastelujoukon blogeissa selvimmän nousi esille ruotsinkielisten kansanedustajien valinta kirjoittaa tekstejään ainoastaan ruotsiksi. Rkp:n Stefan Wallinin ja Ulla-Maj Wideroosin blogit olivat pelkästään ruotsiksi, mikä tietysti rajaa yleisön ruotsinkieliseen kansanosaan tai ruotsia tarpeeksi hyvin ymmärtäviin muunkielisiin. On mahdollista, että valinta johtuu yksinkertaisesti siitä, että blogin kirjoittajan persoonallisuus tulee paremmin esille hänen äidinkielellään ja blogeille yleensä tyypillinen suoruus ja välittömyys toteutuu näin paremmin. Lisäksi voidaan tietysti huomauttaa, että Wallin ja Wideroos noudattivat vain tarkastelujoukon yleistä linjaa: myös suomenkieliset edustajat kirjoittivat ainoastaan suomeksi. Kuitenkin kun koko maassa ja näiden ruotsinkielisten edustajien omissa vaalipiireissäkkin (Wallinilla Turku, Wideroosilla Vaasa) käytännössä kaikki ruotsia äidinkielenään puhuvat ymmärtävät myös suomea, mutta läheskään kaikki suomenkieliset eivät ymmärrä ruotsia, on valinta kirjoittaa yksinomaan ruotsiksi ilman muuta vahva profiloitumiskeino. Wallin jopa mainitseekin suoraan toimivansa suomenruotsalaisessa kulttuurikokonaisuudessa, ”Svenskfinlandissa”, jonka muille

jäsenille hän ilmeisesti viestinsä suuntasi.¹²⁹ Ainoat kaksikielisyyden huomioon ottaneet kansanedustajat olivat Janina Andersson ja Pekka Ravi, jotka kirjoittivat blogiaan enimmänsä aikaa suomeksi, mutta osan teksteistä myös ruotsin kielellä.¹³⁰ Varsinkin Ravin edustamassa Pohjois-Karjalan vaalipiirissä ruotsinkielisen väestöosan osuus on melko pieni¹³¹, joten ruotsiksi kirjoittaminen voidaan nähdä selvänä yrityksenä monipuolistaa imagoa ja tavoitella laajempaa yleisöä sekä antaa itsestä kuvaa hallituspuolueen johtohenkilönä eikä vain tavallisena maakuntapoliitikkona.

Kielivalintaa lukuun ottamatta yleisön suoraa rajaamista tai määrittelyä esiintyi tutkituissa blogeissa vain melko vähän. Yleinen oletamus kansanedustajien parissa oli ilmeisesti, että blogien yleisö on samanlainen laaja massa, kuin muidenkin mediaväylien kautta tavoitettava yleisö. Hyvin yleistä oli, ettei yleisöä huomioitu lainkaan: kahdestakymmenestä neljästä tutkitusta blogista kahdessaatoista (Arhinmäellä, Kalliksella, Niinistöllä, Räsäsellä, Sasilla, Satosella, Soinilla, Tuomiojalla, Töllillä, Urpilaisella sekä Vahasalolla) ei ollut oikeastaan minkäänlaisia suoria viittauksia siihen, ketkä blogin yleisön mahdollisesti muodostavat. Yleisö, johon useimmin viitattiin, ei ollut tarkkaan rajattu, vaan päinvastoin mahdollisimman laaja: ”ihmiset” tai ”suomalaiset” yleensä. ”Ihmisille” viestinsä kohdensivat Tarja Filatov ja Annika Lapintie¹³², ”suomalaisille” puolestaan Jyrki Katainen, Martti Korhonen, Pekka Ravi ja Anni Sinnemäki.¹³³ Niissä tapauksissa, joissa yleisö kohdennettiin ”suomalaisiksi”, osoitettiin myös blogin kirjoittajan itsensä kuuluvan ilmeisellä tavalla suomalaisten joukkoon. Esimerkiksi Sinnemäki korosti muun muassa, miten ”*Saimaannorppa elää vain Suomessa, joten olemme yksin vastuussa norpan säilymisestä.*”¹³⁴ ja Ravi toivotti ”*Oikein hyvää itsenäisyyspäivää meille*

¹²⁹ Wallin 14.10., *Också SFP kräver respekt: ”Relationer mellan media och politik – inte minst i Svenskfinland – är speciell. Vi lever nära varann, på gott och på ont.”*

¹³⁰ Andersson 21.8.2009, *Härliga arbetskamrater*; 29.3.2010; Ravi 27.11.2009, *Viikko 48*.

¹³¹ Vuoden 1999 tilastoissa ruotsia äidinkielenään puhuvien osuus Pohjois-Karjalan maakunnan väestöstä oli vain 0,0782%. <http://www.fennica.net/f/512/6.htm>

¹³² Filatov 9.9.2009, *Ihmisarvoista hoivaa*; Lapintie 15.10.2009, *Vaalirahat julki ennen vaaleja*.

¹³³ Katainen 18.5.2009; 2.6.2009; 8.3.2010, *Raskas päätös*; Korhonen 9.12.2009, *Ympäristöministeriö – lajinsa viimeinenkö?* Ravi 4.12.2009; Sinnemäki 6.11.2009, *Kuka päättää yhteisistä metsistä?*; 13.11.2009, *Vihreä talous työllistää*; 1.4.2010 *Kolme ehdotusta luonnon monimuotoisuuden turvaamiseksi*.

¹³⁴ Sinnemäki 1.4.2010.

kaikille!”¹³⁵ Eniten ”meistä suomalaisista” puhui Jyrki Katainen: hän tuli jopa sellaiseen loppupäätelmään, että *”Jokainen meistä suomalaisista on kotoisin jostakin.”*¹³⁶

Paikallisuus ja alueellisuus nousivat elementteinä esiin edustajien oman aseman määrittelemisessä, mutta yleisön asemaa määriteltäessä niitä ei tuotu kovin vahvasti esille. Juha Rehula pohti UusiKunta-hankkeen vaikutuksia *”meidän alueellamme”* Hollolaan viitaten¹³⁷, mutta muuten yleisön suora asemoiminen suhteessa tiettyyn paikkaan tai alueeseen oli käytännössä olematonta. Alueellisiin aiheisiin keskityttiin kyllä monissa blogikirjoituksissa, mutta näissä tapauksissa viestiä ei kohdennettu ainoastaan kyseessä olevan alueen ihmisille, vaan ne tuotiin esille yhtä tärkeinä ja laajoja yleisöjä koskettavina kuin mitkä tahansa muutkin aiheet.

Ne edustajat, jotka määrittelivät yleisöään edes jollain tapaa, mutta kohdistivat tekstinsä hieman rajatummalta joukolle kuin ”ihmisille” tai ”suomalaisille”, tekivät paikoin yllättäviäkin valintoja. Juha Rehula otti blogitekstissään huomioon paradoksaalisesti myös sellaiset ihmiset, jotka eivät hallitse internetin käyttöä: *”-- tietoa on löydettävissä www.uusikunta.fi -sivuilta ja mikäli internetin käyttäminen ei onnistu voi olla yhteydessä henkilöihin, jotka ovat kunnan päätöksenteossa mukana.”*¹³⁸ Stefan Wallin puolestaan suuntasi toisinaan kirjoituksensa suoraan median edustajille: syksyllä 2009 kiihkeää keskustelua aiheuttaneen Ylen MOT-ohjelman paljastaman ”lautakasajutun” tiimoilta hän tivasi *”Var är bevisen för de hårda anklagelserna, YLE?”*¹³⁹ ja RKP:n tilaisuuksiin hetkellisen porttikiellon saaneelle STT:n toimittaja Maria Gestrin-Hagnerille hän huikkasi *”Vi syns, Maria!”*¹⁴⁰ Myös Paavo Arhinmäki kohdensi erään blogitekstinsä suoraan nimellä liikenneministerille: *”Vehviläinen, älä ole niin naiivi!”*¹⁴¹ ja Timo Soini suorastaan määräsi peruspalveluministeri Paula Risikkoja hoitamaan Reumasairaalan asiat kuntoon.¹⁴² Tällainen suoraan nimellä tietylle henkilölle kirjoittaminen ei kenties rakenna kansanedustajalle kovin laajoihin joukkoihin vetoavaa imagoa, mutta on

¹³⁵ Ravi 4.12.2009.

¹³⁶ Katainen 8.3.2010.

¹³⁷ Rehula 12.4.2010, *Huhuja, puheita ja luottamuksen arviointia/viikko 14.*

¹³⁸ Rehula 2.2.2010, *Asiasta ja asian vierestä/viikko 4.*

¹³⁹ Wallin 3.10.2009, *Hektisk vecka med festligt slut.*

¹⁴⁰ Wallin 14.10.2009.

¹⁴¹ Arhinmäki 11.12.2009, *Vehviläinen, älä ole naaivi.*

¹⁴² Soini 31.3.2010.

ainakin omiaan korostamaan sitä, että hän on periaatteessa suorassa keskusteluyhteydessä vaikutusvaltaisten tahojen, kuten median edustajien tai ministerien kanssa. Toisaalta taas nimellä mainitun yksittäisen ”vastustajan” esiintuominen on mahdollinen tapa koota omaa yleisöään yhteen ja luoda tiiviimpää yhteyttä omien kannattajien kanssa.

Niistä kahdestatoista kansanedustajasta, jotka asemoivat yleisönsä jollain tapaa, lähes kaikki eli yksitoista, ilmaisivat myös itse kuuluvansa samaan joukkoon yleisönsä kanssa – ainoastaan Janina Andersson ei suoraan samastanut itseään oletusyleisöönsä. Tämä on tietysti poliittisen imagonrakennuksen perustekniikoita: suosion tavoittelun kannalta on aina hyödyllistä osoittaa olevansa yhtä oman yleisönsä ja potentiaalisen äänestäjäkuntansa kanssa. Koska yleisö oli useimmissa tapauksissa rakennettu epämääräisesti ”ihmisiksi” tai ”suomalaisiksi”, myös oman itsen samastaminen yleisöön oli hieman epämääräistä. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että edustaja pyrki olemaan mahdollisimman tavallinen ”ihminen” tai ”suomalainen”. Esimerkiksi Sinnemäki muistutti siitä, miten ”*Metsähallituksen omaisuus on meidän kaikkien omaisuutta.*”¹⁴³ ja Rehula vakuutteli: ”*Meistä kukaan ei veroja ihanno.*”¹⁴⁴ Paikoitellen tämä tavallisuushakuisuus vaikutti jo hieman mielitelevältä. Ainakin oletettavaa on, että valtiovarainministeri Katainen itse tunsi taloustermistöä hieman paremmin kuin olettamansa yleisö: ”*2007 elokuussa moni meistä oppi sanan subprime.*”¹⁴⁵

Kuten oman aseman määrittelyssä, myös yleisön määrittelyssä oltiin siis enimmäkseen melko varovaisia ja liiallista lokeroimista välttäviä. Blogin kohderyhmää ei joko haluttu rajata laisinkaan tai sitten viestien kohteeksi valittiin löyhästi kaikki ”ihmiset” tai ”suomalaiset”. Laajaa kannatusta havittelevan politiikan ei tietenkään kannata rakentaa itselleen imagoa, joka puhuttelee vain pientä osaa kaikista äänestäjistä. Siinä mielessä yleisön määrittelyminen ”ihmisiksi” tai ”suomalaisiksi” on jälleen kerran varma ja riskitön valinta. Voidaan kuitenkin pohtia, olisiko nimenomaan blogi sellainen viestintäkanava, jossa voisi olla hyödyllistä kohdentaa sanoma nimenomaan hieman rajatummalta joukolle. Onhan ainakin mahdollista, että blogeissa kontaktin kansanedustajaan saa hieman erilainen

¹⁴³ Sinnemäki 6.11.2009.

¹⁴⁴ Rehula 23.9.2009, *Päivällä on hintaa, velka ei ole omaa rahaa / viikko 38.*

¹⁴⁵ Katainen 13.5.2009.

joukko kuin muiden tiedotusvälineiden kautta. Tietenkään kansanedustaja ei voi blogiyleisön silmissä luoda erilaista imagoa kuin muulle yleisölle – onhan juuri johdonmukaisuus eräs imagonrakennuksen tärkeimpiä ohjenuoria. Ja kenties blogien yleisöt eivät ole niin erilaisia kuin muut yleisöt, joten ehkä erikoistuminen ei kannata. Olemmehan kuitenkin kaikki ”ihmisiä” ja useimmat meistä myös ”suomalaisia”. Imagonrakennuksessa ei siis yleisöjenkään suhteen oteta riskejä.

2.4 Korostettavat ominaisuudet

Kansanedustajan imagonrakennukseen kuuluu oman ja yleisön aseman määrittämisen lisäksi myös omaan itseen liittyvien ominaisuuksien ja piirteiden esiin nostaminen. Blogeissa tätä tekniikkaa voi käyttää suoraan kirjoittamalla ”Olen tällainen ja tällainen...” tai epäsuoraan sisällyttämällä kirjoituksiinsa viittauksia, joista käy ilmi, millainen kansanedustaja haluaa esittää olevansa ja mitä piirteitä hän haluaa itsessään ja omassa toiminnassaan nostaa esiin. Usein suotavia ja toivottuja piirteitä poliitikoissa voivat olla esimerkiksi luotettavuus, ahkeruus, oikeudenmukaisuus, empaattisuus, kokeneisuus tai kyvykkyys. Tässä alaluvussa tarkastellaan, mitä ominaisuuksia kansanedustajat itse tuovat blogeissaan esiin, ja löytyykö korostettavien ominaisuuksien joukosta näitä poliitikon ”ihannepiirteitä”.

Jälleen kerran, blogeissa tapahtuva imagonrakennus osoittautui tämänkin tekniikan osalta melko varovaiseksi. Kahdestakymmenestä neljästä tarkastelussa olleesta edustajasta yksitoista vältti henkilökohtaisten ominaisuuksiensa esilletuontia niin suoraan kuin epäsuorastikin. Korhosen, Lapintien, Mannisen, Räsäsen, Sasin, Satosen, Sinnemäen, Skinnarin, Urpilaisten, Tuomiojan ja Vahasalon blogeista ei löytynyt johdonmukaista ominaisuuksien kuvailua. Ne edustajat, jotka joitain ominaisuuksia korostivat, nostivat useimmiten tärkeimmäksi piirteeksi ahkeruuden ja tehokkuuden. Viittauksia ahkeruuteen löytyi Anderssonin, Arhinmäen, Rehulan, Töllin, Wallinin ja Wideroosin blogeista. Heistä Rehula ilmoitti selvimmin olevansa ahkera viittaamalla vanhaan sananlaskuun: ”*Laiska töitään luettelee – enkä täten sitä tee.*”¹⁴⁶ Yleisempää oli kertoa omista kiireistään vielä tätäkin epäsuoremmin.

¹⁴⁶ Rehula 27.10.2009, *Unohduksia, parannuksia, oman tekemisen riittäminen* / viikko 43.

Esimerkiksi Andersson mainitsi, miten ”-- kaikki päivät menee kokouksissa istuen ja vapaa-ajat kokousasioihin perehtyen”¹⁴⁷ ja Arhinmäki lupaili, että ”Pitää yrittää ottaa itseään niskasta kiinni ja alkaa varata kalenteriin tapaamisten lisäksi aikaa myös kirjoittamiselle.”¹⁴⁸ Useissa blogeissa toistui tällainen tapa korostaa omaa ahkeruutta ja tehokkuutta hieman kierrellen. Imagoväittämät tietysti tarvitsevat aina tuekseen todisteita, joten kiireestä valittaminen on uskottavampaa, kuin pelkkä ahkeruudella rehenteleminen. Kuten kiireinen Stefan Wallinkin kirjoitti: ”Jag har inget behov att lyfta min egen svans.”¹⁴⁹

Ahkeruuden ja aktiivisuuden jälkeen seuraavaksi eniten korostettu ominaisuus oli empaattisuus, heikompien puolella oleminen ja oikeudenmukaisuus. Tätä korostivat Arhinmäki, Filatov, Niinistö, Soini ja Wallin. Heikompien puolustamista ja oikeudenmukaisuutta voitiin tuoda esiin konkretian kautta, kuten esimerkiksi Arhinmäki kertomalla vasemmistoliiton saavutuksista Helsingin kaupungin budjettineuvotteluissa¹⁵⁰ tai Filatov haastamalla ihmisiä ulkoiluttamaan vanhuksia.¹⁵¹ Konkreettisten esimerkkien lisäksi omaa oikeudenmukaisuutta voitiin tuoda esille myös ilman syvempiä todisteluita, kuten esimerkiksi Niinistö teki ilmoittamalla kannattavansa ”muiden perusoikeuksien ohella myös laajaa sananvapautta” maahanmuuttokeskustelun tiimoilta.¹⁵²

Heikompien ymmärtäminen ja yleinen reiluus ovat kenen tahansa poliitikon imagossa perustekijöitä, joten niiden kohtalaisen vähäinen esiintyminen tutkitussa joukossa oli tässä suhteessa yllättävää. Voisiko taas olla niin, että empaattisuus ja oikeudenmukaisuus koetaan omassa persoonassa niin itsestään selviksi elementeiksi, ettei niitä viitsitä erikseen korostaa? Myös perinteinen rehellisyys kuuluu kenties tähän liian itsestään selvien imagotekijöiden joukkoon: sitä toivat esille ainoastaan Huovinen¹⁵³ sekä Soini¹⁵⁴ ja hekin vain kertaalleen tutkimusjakson aikana. Tämä saattaa olla harkittua imagonrakennuksen kannalta: ehkä rehellinen imago syntyy helpommin, kun ei pidä liikaa meteliä omasta rehellisyydestään - tai sitten

¹⁴⁷ Andersson 9.10.2009.

¹⁴⁸ Arhinmäki 12.10.2009, *Wamma-park ennallistettava*.

¹⁴⁹ Wallin 14.10.2009.

¹⁵⁰ Arhinmäki 13.10.2009.

¹⁵¹ Filatov 9.9.2009.

¹⁵² Niinistö 25.2.2010.

¹⁵³ Huovinen 4.10.2009.

¹⁵⁴ Soini 28.12.2009, *Puheenjohtajan osa*.

suomalaista poliittista keskustelua tutkimusaikana hallinnut vaaliraha-aihe oli tehnyt edustajat varovaisiksi rehellisyyden korostamisen suhteen.

Kokeneisuuskaan ei noussut merkittävästi esiin tutkittujen edustajien imagoelementtinä. Monilla oli kyllä verkkosivuillaan erillinen CV, josta kävivät ilmi kaikki vuosienkin takaiset luottamustoimet, mutta varsinaisissa blogiteksteissä pitkällä kokemuksellaan kehuskeli vain yksi henkilö. Timo Soini sanoi asian äärimmäisen suoraan ja konkreettisten esimerkkien kautta: ”*Olen kokenut poliitikko. Olen ollut monen herran ja rouvan kanssa marjassa. Olen pitänyt ihmisen puolta ja tehnyt tuhansia päätöksiä.*”¹⁵⁵ Moni muukin olisi varmasti voinut sanoa samalla tavalla, mutta jostain syystä kokemus ei näyttäytynyt tällä hetkellä ainakaan tarkastelujoukon parissa houkuttelevana osana imagoa. Voi olla niin, että paremman vaikutelman antaa, kun keskittyy ottamaan kantaa ajankohtaisiin asioihin eikä katselemaan liikaa taaksepäin, vaikka kokemuksen korostaminen varmasti lisäisikin vaikutelmaa luotettavuudesta.

Edellä mainittujen lisäksi positiivisiksi imagoelementeiksi blogeissa nostettiin vielä naiseus ja isänmaallisuus. Suinkaan kaikki tutkimusjoukon yhdeksästä naisesta eivät korostaneet naiseuttaan, mutta Janina Anderssonin ja Tarja Filatovin blogiteksteissä sukupuoli esitettiin nimenomaan myönteisenä ja edustajan kompetenssia korottavana asiana. Anderssonin teksteissä naiseus esimerkiksi toi hänelle jonkinlaista erityistä asiantuntijuutta seksuaaliterveyttä käsittelevässä kansainvälisessä konferenssissa¹⁵⁶ ja Filatovin tapauksessa naiseus sai hänet omasta mielestään näkemään valtionyhtiöiden myynnin hallitusta järkevämmässä valossa.¹⁵⁷ Tarkastellun joukon miesedustajista kukaan ei korostanut miehuuttaan vastaavalla tavalla. Isänmaallisuus puolestaan näyttäytyi tärkeänä ja positiivisena osana tavoiteltua imagoa Bjarne Kalliksella ja Pekka Ravilla.¹⁵⁸ Isänmaallisuus oli varmasti tärkeämpi imagotekijä menneinä vuosina (ja kenties yhä edelleen esimerkiksi presidenttiehdokkaiden tapauksessa), mutta ehkä 2010-luvun alun mielipidekentässä ja mediailmastossa isänmaallisuuden käsite oli tullut niin kutsuttujen ”maahanmuuttokriitikoiden” liialti omimaksi, joten maltillisen poliitikon kannatti liittää se imagoonsa vain hyvin

¹⁵⁵ Soini 27.3.2010, 11 323 päivää politiikkaa.

¹⁵⁶ Andersson 16.11.2009, 3. päivä Istanbulissa.

¹⁵⁷ Filatov 10.9.2009.

¹⁵⁸ Kallis 19.10.2009; Ravi 4.12.2009.

pieninä annoksina. Tässä tutkimuksessa tarkastelluissa blogikirjoituksissa isänmaallisuuden käsitteen sisällöstä ei käydy minkäänlaista kamppailua, vaan isänmaallisuus ja suomalaisuus näyttäytyivät hyvin yhtenäisenä, kansallisesta historiallisesta narratiivista kumpuavana kokonaisuutena.

Myös henkilökohtaisten imago-ominaisuuksien suhteen nähtiin siis, että tarkastellut edustajat eivät pyrkineet profiloitumaan kovin vahvasti. Lähes puolet eivät tuoneet omasta itsestään korostetusti esille yhtään minkäänlaisia piirteitä, ja niillekin, jotka toivat, yleisin alleviivattu asia oli kiireisyys ja ahkeruus. Ahkeran aktiivisuuden ohella korostettu heikompien ymmärtäminen, oikeudenmukaisuus ja empaattisuus ovat myös hyvin riskittömiä ja turvallisia valintoja kansanedustajan imagon osasina. Sekä ahkeruutta että empaattisuutta pyrittiin osoittamaan enimmäkseen konkreettisten toimien ja tekojen kautta: imagoja rakennettiin siis näkyvien todisteiden varaan eikä vain yleismaailmallisten heittojen perusteella. Yhdenkään edustajan teksteistä ei välittynyt sellainen kuva, että imagonrakennusmielessä olisi tutkittu jonkinlaista ominaisuuksien ”toivelistaa”, jolta löytyviä piirteitä olisi sitten pudoteltu tasaiseen tahtiin blogikirjoituksissa.

2.5 Lupaukset ja saavutukset

Merkittävä osa imagonrakennusta on myös omaan toimintaan liittyvien lupauksen tekeminen sekä lupauksen toteutumisesta kertominen. Tätä tekniikkaa käytetään kaikenlaisten tuotteiden yhteydessä ja politiikkaan se sopii varsin mainiosti. Johdonmukainen imago rakentuu esittämällä selviä lupauksia: ”tämä astianpesuaine pesee kaikki tiskisi puhtaiksi” tai ”tämä kansanedustaja hoitaa nämä kysymykset paremmalle tolalle”. Tällaisten brändi- tai imagolupauksen antamiseen liittyy myös lupauksen toteutumisen seuraaminen: imagon kannalta on aina hyvä, jos on antaa näyttöjä siitä, että aiemmat lupaukset on pidetty. Lupauksen tekeminen toimii osaltaan myös konatiivisena imagonrakennuselementtinä: ennen kaikkea lupaukset velvoittavat edustajaa itseään toimintaan, mutta aktivoivat myös yleisöä kehottamalla näitä seuraamaan edustajan pyrkimyksiä lupauksen toteuttamiseksi ja parhaassa tapauksessa myös tukemaan edustajaa yrityksissään. Koska tutkimukseni

tarkkailuaika oli poliittisen päätöksenteon mittakaavalla melko lyhyt, ei tälle aikajanelle useinkaan mahtunut kokonaista lupaus- ja toteutusprosessia, esimerkiksi jonkin yksittäisen lain säätämistä alusta loppuun. Tässä luvussa on silti seurattu, millä tavalla uusien lupausien tekeminen ja vanhempien lupausien toteutumisesta kertominen toimi imagonrakennuksen osana seuraamieni edustajien blogikirjoituksissa.

Lupausien antaminen ja niiden toteutumisesta kertominen näyttöyksi tutkitun joukon parissa hyvin yleisenä imagonrakennustekniikkana: käytännössä kaikki edustajat tekivät blogeissaan jonkinlaisia lupauksia tai kertoivat aiempien lupausien ja tavoitteiden toteutumisesta. Lupausien sisällöissä oli kahta laatua: lupauksia pyrkiä johonkin sekä lupauksia toteuttaa jotakin. Se, että lupaa pyrkiä johonkin, on tietysti paljon helpompaa kuin se, että lupaa toteuttaa jotakin. Pyrkimislupausien epäonnistuessa voi aina vedota siihen, että on ainakin yrittänyt, mutta toteuttamislupausien osalta voidaan mitata aivan konkreettisia tuloksia. Konkreettiset toteuttamislupaukset olivatkin paljon harvinaisempia kuin pyrkimislupaukset. Myös politiikan käytännön rajoitukset estävät useimpia poliitikkoja tekemästä konkreettisia toteuttamislupauksia: monista asioista on sovittu esimerkiksi hallitusohjelmassa tai budjettikehyksissä jo pitkälti etukäteen.

Lupausien antamisessa oli kontekstin osalta kaksi koulukuntaa: henkilökohtaiset lupaukset ja puolueen – tai muun laajemman ryhmittymän – puolesta annetut lupaukset. Henkilökohtaisten lupausien sisältönä oli useimmin aloitteen tekeminen eduskunnassa tai selvityksen saaminen johonkin tiettyyn kysymykseen. Esimerkiksi vasemmistoliiton Annika Lapintie lupasi tehdä aloitteen toimeentulotukea saavien perheiden lasten aseman parantamiseen¹⁵⁹ ja sosiaalidemokraattien Susanna Huovinen kertoi aikovansa kysellä nuorisotyön valtionapupäätösten perään.¹⁶⁰ Opposition edustajien on ehkä siis helpompi tehdä henkilökohtaisia lupauksia, sillä eduskunnalle tehtävä aloite on kätevä henkilökohtainen työkalu. Hallituspuolueiden edustajat voivat puolestaan käyttää kontaktejaan oman puoleensa sisällä, jotta saisivat omia toiveitaan kenties esille hallituksen esitysten kautta. Hallituspuolueiden edustajista ainoastaan kokoomuksen Arto Satonen kertoi käyttävänsä aloitetta

¹⁵⁹ Lapintie 18.9.2009, *Kataisen ontto rakkaudentunnustus*.

¹⁶⁰ Huovinen 8.3.2010, *Hyvää naistenpäivää!*

henkilökohtaisesti annettavan lupauksen välineenä: hän oli tehnyt aloitteen omaishoitajien asemasta.¹⁶¹

Henkilökohtaisesti annettujen lupauksen sijaan yleisempi tekniikka oli antaa lupauksia osana laajempaa kokonaisuutta. Tarkastelluista edustajista yhdeksän teki lupauksia puolueensa kautta: tätä tekniikkaa käyttivät Arhinmäki, Filatov, Katainen, Niinistö, Räsänen, Ravi, Sinnemäki, Urpilainen ja Wallin. Puolueen kautta luvatut asiat olivat hyvin moninaisia: esimerkiksi vasemmistoliiton Paavo Arhinmäki lupasi puolueensa taistelevan lähikirjastojen puolesta¹⁶², Tarja Filatov kertoi SDP:n haluavan parantaa työttömien asemaa¹⁶³, vihreiden Anni Sinnemäki ilmoitti puolueensa tavoitteeksi luoda ”50000 uutta valkokaulustyöpaikkaa vuoteen 2017 mennessä”¹⁶⁴ ja Jyrki Katainen vakuutti kokoomuksen korostavan parlamentarismia periaatetta kysymyksessä presidentin valtaoikeuksista¹⁶⁵ sekä lisäävän uusiutuvien energiamuotojen käyttöä lähivuosina.¹⁶⁶ Kansalaisyhteiskuntaan laajalti vaikuttavien konkreettisten tavoitteiden lisäksi voitiin myös tehdä lupauksia, jotka koskivat lähinnä puolueen omaa olemusta: SDP:n puheenjohtaja Jutta Urpilainen vannotti puolueensa uutta, avointa järjestökulttuuria¹⁶⁷ ja Päivi Räsänen asetti kristillisdemokraattien haasteeksi politiikan moraalin kohottamisen.¹⁶⁸ Puolueen kautta tehdyissä lupauksissa ei millään tapaa korostettu, mikä kirjoittajan oma rooli olisi näiden toteutumisessa eikä myöskään ilmoitettu, oliko lupaus ollut kirjoittajan oma vai alun perin jonkun muun idea. Puolueen puolesta lupauksia eivät antaneet pelkästään puoluejohtajat tai eduskuntaryhmien puheenjohtajat, vaan myös muissa rooleissa toimineet edustajat.

Henkilökohtaisten tai puolueen joukoissa tehtyjen lupauksen lisäksi oli mahdollista luvata myös osana muita, vielä laajempia kokonaisuuksia: Pekka Ravi lupasi Pohjois-Karjalan kansanedustajien olevan aktiivisia¹⁶⁹, Jutta Urpilainen lupasi, ettei

¹⁶¹ Satonen 23.12.2009, *Omaishoitajille joululahja SATA-komitealta.*

¹⁶² Arhinmäki 25.11.2009, *Kansanliike lähikirjastojen puolesta.*

¹⁶³ Filatov 15.9.2009, *Budjetti pureskeltava palasina – kitkeriä paloja, herkkuja harvoille;* 27.11.2009, *Työtä ja oikeudenmukaisuutta!*

¹⁶⁴ Sinnemäki 13.11.2009.

¹⁶⁵ Katainen 8.2.2010.

¹⁶⁶ Katainen 26.3.2010, *Uusiutuvia ja ydinvoimaa.*

¹⁶⁷ Urpilainen 18.1.2010, *Pohjoismaisella voimalla työttömyyttä vastaan.*

¹⁶⁸ Räsänen 17.4.2010, *Äänestäjät ratkaisevat, arvostetaanko rehellisyyttä.*

¹⁶⁹ Ravi 18.12.2009, *Viikko 51.*

Euroopan sosialistisen puolueen kongressi anneta tyhjiä lupauksia¹⁷⁰ ja Bjarne Kallis puhui jopa kaikkien poliitikkojen suulla määritellessään taistelun työttömyyttä vastaan poliitikkojen tärkeimmäksi tehtäväksi.¹⁷¹ Koko hallituksen puolesta lupauksia uskalsi tehdä vain kaksi kolmestatoista hallituspuolueisiin kuuluvasta edustajasta: kokoomuksen Katainen ja keskustan Rehula.¹⁷²

Kuten pian havaitsemme, lupauksen antaminen hallituksen nimissä ei ollut läheskään niin suosittua, kuin hallituksen saavutuksista kertominen. Kenties voimme siis havaita lupauksen tekemisessä imagonrakennuksen keinona jonkinlaisen halun löytää juuri sopiva ”etäisyys”: kaikkein yleisintä oli lupauksen tekeminen puolueen osana. Omaan itsensä tehdyt lupaukset olisivat tulleet liian ”lähelle” ja hallituksen tai opposition osana tehdyt lupaukset olisivat puolestaan lipuneet liian ”kauas” itsestä. Puolueen nimissä annetut lupaukset tuovat juuri sopivan verran uskottavuutta: kansanedustaja ei näin anna kuvaa, että hän voisi muuttaa koko maailmaa itse, vaan että tavoitteita pyritään saavuttamaan realistisesti yhdessä puolueen kanssa. Koko hallituksen remmissä lupauksen tuomasta positiivisesta arvosta tulisi kuitenkin jaettava liikaa vieraisiin pöytiin. Toinen mahdollisuus on, että lupauksia ei käytännössä voida tehdä muiden hallituspuolueiden puolesta, joten ne esitetään nimenomaan omasta puolueesta lähtöisin olevina. Joka tapauksessa, voimme taas kerran huomata tämänkin imagonrakennustekniikan riskittömän käytön: lupauksia tehtiin ahkerasti, mutta ei kuitenkaan otettu niitä täysin omiin nimiin, jos vaikka jotain sattuisi joskus menemään pieleen.

Lupauksen toteutumisesta kertominen osoittautui jopa lupauksen tekemistä suositummaksi blogisisällöksi. Myös toteutumisen osalta oli mahdollista kertoa joko henkilökohtaisista, oman puolueensa tai koko hallituksen onnistumisista. Henkilökohtaisten saavutusten korostaminen oli kuitenkin melko harvinaista: vain kolme edustajaa otti saavutuksia kokonaan omiin nimiinsä. Paavo Arhinmäki kertoi saaneensa omalla työllään Helsingin kaupunginvaltuuston luopumaan graffitien nollatoleranssista¹⁷³ ja Stefan Wallin mainitsi itse estäneensä tekijäinoikeusasioiden

¹⁷⁰ Urpilainen 9.12.2009, *Terveisiä Prahasta!*

¹⁷¹ Kallis 12.10.2009, *Turku ja 45 000 työtöntä.*

¹⁷² Katainen 30.8.2009; Rehula 23.9.2009.

¹⁷³ Arhinmäki 28.10.2009, *Suvilahden graffititaita on menestys.*

siirtämisen opetus- ja kulttuuriministeriöltä työ- ja elinkeinoministeriölle.¹⁷⁴ Jouko Skinnari puolestaan julkaisi blogissaan otsikolla ”*Porvarihallitus Skinnarin linjoille*” pitkän artikkelin, jossa hän listasi yksitoista lähinnä valtion omistajapolitiikkaan liittyvää aiempaa kommenttiaan, jotka nykyvalossa hänen mukaansa osoittivat, miten hallitus oli vaihtanut mielipidettään jo aiemmin oikeassa olleen Skinnarin kantoja vastaavaksi.¹⁷⁵ Henkilökohtaisia aikaansaannoksia ei nostettu esille kovin usein; oikeastaan samassa suhteessa, kuin henkilökohtaisia lupauksia oli tehty.

Lupausten tekemisessä oli yleisintä antaa lupauksia puolueen kautta, mutta saavutuksista kertomisessa puoluelinkki ei ollut aivan yhtä vahva. Puolueen menestyksen itseensä liitti viisi edustajaa: Arhinmäki kertomalla vasemmistoliiton turvanneen kaupungin työpaikkoja Helsingin budjettineuvotteluissa¹⁷⁶, Katainen kehumalla perintöveron keventämistä¹⁷⁷, Niinistö muistuttamalla vihreiden vaikutuksesta hallitusohjelmaan¹⁷⁸, Sinnemäki kehumalla vihreiden olleen vaikutusvaltaisia jopa edellisellä oppositiokaudella¹⁷⁹ ja Vahasalo korostamalla kokoomuksen roolia työpaikkojen luomisessa.¹⁸⁰ Puolueen kautta tehtyjen lupauksien määrään verrattuna puolueen saavutuksilla kehuskeleminen oli kuitenkin jokseenkin vähäistä. Toisaalta hallituspuolueiden osalta oli välillä vaikeaa erotella, mitä saavutuksia lunastettiin oman puolueen ja mitä koko hallituksen nimissä. Valittu tyyli oli joissain tapauksissa sellainen, että kerrottiin oman puolueen saaneen hallituksessa positiivisia asioita aikaan – toisista hallituskumppaneista huolimatta. Esimerkiksi Sinnemäki kehuu hallituksessa aikaansaaduilla ”vihreillä uudistuksilla”, mutta muistuttaa niiden toteutuneen ”kamppailujen ja kompromissien” kautta.¹⁸¹

Hallituksen onnistumisista pääsivät jaolle hyvin monet edustajat. Kolmestatoista hallituspuolueiden edustajasta kahdeksan (Andersson, Katainen, Manninen, Niinistö, Ravi, Sasi, Sinnemäki ja Vahasalo) esitteli hallituksen saavutuksia omissa blogeissaan. Teksteissä korostetut hallituksen saavutukset vaihtelivat esimerkiksi

¹⁷⁴ Wallin 17.12.2009.

¹⁷⁵ Skinnari 27.11.2009, *Porvarihallitus Skinnarin linjoille*.

¹⁷⁶ Arhinmäki 13.10.2009.

¹⁷⁷ Katainen 17.12.2009, *Perintöveroa on kevennetty – ei kiristetty*.

¹⁷⁸ Niinistö 7.11.2009, *EU:n on ajettava tietojärjestelmien avoimia standardeja*.

¹⁷⁹ Sinnemäki 17.4.2010.

¹⁸⁰ Vahasalo 13.9.2009, *Hallituksista ja työpaikoista*.

¹⁸¹ Sinnemäki 17.4.2010.

opintotuen nostosta¹⁸² veronalennuksiin¹⁸³ ja isäkuukauden pidentämisestä¹⁸⁴ nuorisotyöttömyyden torjumiseen budjettitoimilla.¹⁸⁵ Se, mikä nähdään saavutukseksi, riippuu tietysti paljon edustajasta ja hänen roolistaan: esimerkiksi veronalennukset voivat olla positiivinen saavutus valtiovarainministerin silmissä, mutta opposition edustajat saattaisivat ajatella toisin. Hallituksen onnistumisista kertominen oli joka tapauksessa hallituspuolueiden edustajille varsin kätevä imagorakennuksen menetelmä. Systemaattisimmin hallituksen saavutuksia listasi valtiovarainministeri Katainen, jonka blogiteksteistä huomattava osa oli joko lupauksen tekemistä tai toteutuneista saavutuksista kertomista. Varsinkin merkitsevässä ministeriasemassa toimivan poliitikon on helppo samastaa laajemmat poliittiset päätökset omaan henkilöönsä ja saada näin positiivista imago vaikutusta itselleen. Saavutuksista kertomisessa hallitusyhteys osoittautui käytetyimmäksi tekniikaksi. Hallituksen nimissä voi saada itselleen myönteistä nostetta, vaikka edes oma puolue ei olisi kenties juuri jossain tietyssä kysymyksessä kaikista ratkaisevimpana vaikuttajana ollutkaan.

Opposition edustajilla tällaista samanlaista mahdollisuutta ei ole: hajanainen oppositio ei voi toimia yhtenäisenä voimana, joten koko opposition saavutuksista ei käytännössä ole mahdollista kertoa. Tällöin imagopisteitä voi napsia vain oman puolueen saavutusten avulla, eivätkä nekään monilla oppositiopuolueilla kovin näkyviä usein ole. Esimerkiksi vasemmistoliiton puheenjohtaja Arhinmäki keskittyikin enimmäkseen puolueensa saavutuksiin Helsingin paikallispolitiikan kontekstissa, eikä valtakunnallisella tasolla. Myös sosiaalidemokraattien Jutta Urpilainen joutui hakemaan todisteita menestyksestä muualta kuin kotimaisesta valtakunnantason politiikasta. Hän pyrki todistelemaan, että Norja on selvinnyt tuoreimmasta lamasta Suomea paremmin juuri SDP:n opeilla: ”*Norja on parhaassa asemassa työttömyyden torjumisessa. Tämä johtuu siitä, että Norjan sosiaalidemokraattijohtoinen hallitus on elvytyspolitiikassaan valinnut juuri sen linjan, jota SDP:kin on säännöllisesti esittänyt vaihtoehtonaan.*”¹⁸⁶ Ainoaksi almuksi oppositiolle jäi kokoomuksen Pekka Ravin tyytyväisyys siitä, miten ”-- me

¹⁸² Andersson 14.10.2009, *Indexin vuosijuhlat*.

¹⁸³ Katainen 12.4.2010, *Kohti parempaa huomista*.

¹⁸⁴ Niinistö 2.9.2009, *Jousto pienten lasten vanhempien työhön*.

¹⁸⁵ Sasi 7.4.2010, *Nuorisotyöttömyyteen erityistoimia*.

¹⁸⁶ Urpilainen 18.1.2010.

Pohjois-Karjalan kansanedustajat emme ole juuttuneet hallitus-oppositio -asetelmaan.”, vaan tuloksia ”kaikille tärkeiden asioiden” edistämiseksi oli saatu aikaan maakunnallisella tasolla.¹⁸⁷ Tietysti Ravi kirjoitti tässä nimenomaan kotimaakuntansa asioista, eikä kansallisesta politiikasta laajemmin, joten myönnitys on vain pieni.

Imagonrakennuksen keinona lupauksen antaminen ja saavutuksista tiedottaminen näkyivät siis hyvin yleisinä tarkasteltujen edustajien blogeissa. Henkilökohtaisten lupauksen tekemisessä tai henkilökohtaisten saavutusten korostamisessa oltiin hyvin varovaisia. Lupauksen puolella yleisintä oli tehdä lupauksia puolueen kautta, saavutuksista kertomisessa puolestaan hallitusyhteys nousi tärkeimmäksi ympäristöksi. Opposition edustajat eivät päässeet näyttävästi kertomaan omista tai puolueidensa saavutuksista ainakaan tässä vaiheessa vaalikautta. Pidemmällä tarkastelujaksolla ja hallituspuolueiden mahdollisesti vaihtuessa seuraavissa vaaleissa, voitaisiin kenties todeta lupauksen lunastamista myös näiden edustajien blogeissa.

2.6 Historiaan vetoaminen ja tulevaisuusvisiot

Historian tapahtumiin viittaaminen sekä niiden pohjalta tulevaisuuden linjaaminen on myös yksi tapa rakentaa kansanedustajan imagoa. Osoittamalla, että hän ymmärtää mennyttä, edustaja tavallaan asettuu itse osaksi historiallista narratiivia ja saa sitä kautta lisää arvovaltaa. Historiaan viittaamalla edustaja pyrkii itse näyttäytymään historiallisena hahmona; sellaisena, joka osaa ammentaa oppia menneisyyden tapahtumista ja joka kykenee toimimaan uskottavasti historian suurten linjojen vetäjänä. Usein historiasta otetaan myös oppia tulevaisuuteen: edustajan omat mielipiteet saavat tavallaan tukea menneisyydestä ja hän pystyy perustelemaan omia, tulevaisuutta koskevia ehdotuksiaan käyttämällä historiaa myönteisenä tai varoittavana esimerkkinä. Historian suhteen jälkiviisauskin on viisautta. Historian liittäminen osaksi ehdokkaan imagoa voi tehotta aivan sellaisenaan tiettyyn osaan äänestäjäkuntaa: historia ja siihen mahdollisesti liittyvä

¹⁸⁷ Ravi 18.12.2009.

nostalgia herättävät voivat herättää ihmisissä myönteisiä tunteita, joita he sitten voivat samastaa kansanedustajaan. Historiaan vetoaminen toimii siis sekä kognitiivisena että affektiivisena imagoelementtinä ja tulevaisuuden linjaaminen historian perusteella voi olla yksi tapa sisällyttää blogiteksteihin konatiivisia, toimintaan kehottavia elementtejä.

Käytännössä kaikki tutkituista edustajista kirjoittivat historiasta tai tulevaisuudesta jollain tavalla. Historian osalta tässä alaluvussa keskitytään kuitenkin erityisesti historian konkreettiseen käyttöön, useimmiten historiallisten narratiivien ja kertomusten hyödyntämiseen sekä konkreettisiin historiallisiin tapahtumiin viittaamiseen. Historiasta kirjoittaneet kansanedustajat valitsivat näkökulmiensa lähtöpisteiksi hyvin erilaisia aiheita. Yleisimmät aihepiirit löytyivät Suomen 1900-luvun poliittisesta historiasta, suosituimpina yksittäisinä aiheina talvi- ja jatkosotaan liittyvät kirjoitukset. Näiden aiheiden erityiseen painottumiseen saattoi myös vaikuttaa tutkimuksen ajankohta talvella 2009–10, jolloin talvisodasta oli tullut kuluneeksi 70 vuotta ja se oli siksi tavallistakin vahvemmin esillä myös muussa mediassa. Esimerkiksi Tapani Tölli jollain tapaa eli blogissaan uudelleen talvisodan ja jatkosodan hetkiä kertomalla käynnistään Raatteenportin muistomerkillä, kirjoittamalla koskettavasti tätinsä kokemuksista lottana ja kiittämällä blogitekstissään veteraaneja talvisodan päättymisen 70-vuotispäivänä.¹⁸⁸ Talvi- ja jatkosotia käsiteltiin myös Bjarne Kalliksen¹⁸⁹, Arto Satosen¹⁹⁰, Anni Sinnemäen¹⁹¹, Erkki Tuomiojan¹⁹² ja Jutta Urpilaisen¹⁹³ blogeissa. Sinnemäen julkaisema kirjoitus on itse asiassa Paasikivi-seuralle pidetty puhe, jossa Sinnemäki asetti presidentti Paasikiven jonkinlaiseksi vihreiden ulkopoliittisen linjan esi-isäksi, mainiten muun muassa, miten vihreät kannattavat konfliktien ehkäisyä samalla tavalla kuin Paasikivi neuvottelurytyksissään ennen talvisodan syttymistä.¹⁹⁴ Malliesimerkki siitä, miten kansanedustaja voi samastaa historian hahmoja tai tapahtumia itseensä (tai tässä tapauksessa johtamaansa puolueeseen)! Sinnemäki tavallaan omi Paasikiven

¹⁸⁸ Tölli 21.9.2009; 24.11.2009, *Viikon tapahtumista*; 16.3.2010, *Talvisodan päättymisestä 70 vuotta*.

¹⁸⁹ Kallis 16.1.2010, *Protestiliike onnistui*.

¹⁹⁰ Satonen 6.12.2009, *Itsenäisyyspäivä: On aika kunnioittaa veteraaneja*.

¹⁹¹ Sinnemäki 26.11.2009, *Puhe Paasikivi-seurassa*.

¹⁹² Tuomioja 19.4.2010, *Katyn ja menneisyydenhallinta*.

¹⁹³ Urpilainen 23.1.2010, *Tammikuun kihlaus vol. 2010*.

¹⁹⁴ Sinnemäki myös lisää Pekka Haaviston olevan ”vihreistä poliitikoista kaikkein paasikiveläisin.” Sinnemäki 26.11.2009.

vihreille ja pyrki näin siirtämään Paasikiven historialliseen imagoon liitettyjä positiivisia piirteitä koskemaan myös omaa puoluettaan ja itseään puolueen johtajana. Urpilainen puolestaan samasti tämänhetkisen taloustilanteen ”vaikeat ajat” kevään 1940 tilanteeseen ja itsensä K. A. Fagerholmiin toivoen uutta työmarkkinayhtenäisyyttä otsikolla ”*Tammikuun kihlaus vol. 2010* [sic]”.¹⁹⁵ Urpilainen siis nosti itsensä sosiaalidemokraattisen ikonin, Fagerholmin rinnalle ja pyrki esiintymään sekä oman puolueensa kannattajien että myös muiden silmissä tämän kaltaisena suurena visionäärinä, jonka ehdotuksia olisi syytä kuunnella tarkalla korvalla yli puoluerajojen.

Sota-aikojen suurten kuohujen jälkeen seuraavaksi käytetyin historiallinen kiinnekohta blogeissa oli 1990-luvun alun lama. Viime lamasta kirjoittivat Andersson¹⁹⁶, Katainen¹⁹⁷, Korhonen¹⁹⁸ ja Tölli¹⁹⁹. Uuden taloudellisen taantuman keskellä muistoja 1990-luvun alkupuolen lamasta on kätevä käyttää sekä pelotteina että ponnahduslautoina parempaan. Esimerkiksi Tölli ja Katainen nimenomaan hakivat omille näkökannoilleen tukea siitä, miten nykyisessä tilanteessa pitäisi toimia eri tavalla kuin kaksi vuosikymmentä sitten. Puolueelleen uskollisena keskustan Tölli tosin ajoitti varoittavan esimerkkinsä 1990-luvun jälkipuoliskolle ja kritisoi silloin vastuussa olleiden Paavo Lipposen (sd.) hallitusten tekemiä leikkauksia vääränlaisena hoitokeinona taantumaan.²⁰⁰ Katainen ei suoraan etsinyt syyllisiä historiasta, mutta ammensi myös viime lamasta oppia, jotta tällä kertaa voitaisiin välttää suurimittainen pitkäaikaistyöttömyys²⁰¹ ja valtion kansainvälisen luottoluokituksen heikentyminen.²⁰² 1990-luvun alun lama on varmasti useimpien ihmisten muistissa ja koskettaa kansalaisia yhä monin tavoin, joten esiintyminen viime laman suhteen jälkiviisaana ja tulevaisuuden suhteen viime laman aikaisia poliittisia johtajia näkemyksellisempänä oli imagonrakennustekona hyödyllistä.

Varsinaisiin tiettyihin historian ajanjaksoihin liittyvien nostojen lisäksi melko monessa blogissa käsiteltiin aihepiirinä myös työn, teollisuuden ja yleisemminkin

¹⁹⁵ Urpilainen 23.1.2010.

¹⁹⁶ Andersson 9.10.2009.

¹⁹⁷ Katainen 13.5.2009; 17.12.2009.

¹⁹⁸ Korhonen 31.3.2010, *Ilmestyskirjan peto*.

¹⁹⁹ Tölli 26.2.2010, *Perusturva*.

²⁰⁰ Tölli 26.2.2010.

²⁰¹ Katainen 13.5.2009.

²⁰² Katainen 7.12.2009.

talousasioiden historiaa. Näissäkin tapauksissa menneisyyden esimerkkejä käytettiin linjaamaan, minkälainen tulevaisuuden pitäisi olla. Teollisuuden rakenteen ja työn luonteen muutokseen viittasivat blogeissaan Andersson²⁰³, Filatov²⁰⁴, Manninen²⁰⁵, Sinnemäki²⁰⁶ ja Skinnari.²⁰⁷ Tässä aihepiirissä oli nähtävillä aatteellisen taustan vaikutusta. Esimerkiksi vihreiden Andersson ja Sinnemäki tarkastelivat teollisuusrakenteen muutosta ympäristönäkökulman kautta ja hahmottelivat historia tukenaan tulevaisuuden luontoystävällisempää ja energiatehokkaampaa teollisuutta.²⁰⁸ Sosiaalidemokraattien Filatov ja Skinnari puolestaan keskittyivät talouden, työn ja teollisuuden historian ja muutoksen peilaamisessa etenkin työväen asemaan ja esittivät huolestuneisuutensa työntekijöiden selviämisestä muuttuvissa olosuhteissa.²⁰⁹ Samoihin ilmiöihin ja aihekokonaisuuksiin suhtauduttiin siis sellaisin tavoin, jotka pysyvät linjassa oman ja puolueen imagon kanssa.

Muita historiallisiin tapahtumiin tai aikakausiin viittaavia elementtejä löytyi blogeista melko hajanaisesti. Kylmän sodan aikainen kansainvälinen ja kotimainen poliittinen ilmapiiri oli selvästi jättänyt joihinkin traumoja: esimerkiksi Arhinmäki toivoi vitsikkäästi kremlologien tilalle ”stubbologeja” tulkitsemaan ulkoministeri Alexander Stubbin puheita²¹⁰, Katainen esiintyi toimivan parlamentarismien puhemiehenä muistuttelemana varoittavasti presidentti Kekkonen roolista tuon ajan ulko- ja sisäpolitiikassa²¹¹ ja Soini maalasi itsestään puolueetonta kuvaa verrattuna YYA-aikojen ”kaikenkarvaisiin rauhanaktivisteihin”.²¹² Kirjoittamalla Kekkonen ajasta, kylmästä sodasta, YYA:sta ja muista näiden kaltaisista ilmiöistä kielteiseen sävyyn, nämä kansanedustajat pystyivät siis liittämään omaan imagoonsa vastakkaisia piirteitä: avoimuutta, uudistushaluisuutta, lahjomattomuutta, ja niin edelleen. Kyseessä oli hyvin toimiva semioottinen valinta ja erottelu: kuvaamalla historiaa tietyillä tavoilla oli mahdollista osoittaa itse olevansa jotain muuta, päinvastaista.

²⁰³ Andersson 27.8.2009, *Kesäkokouksen tunnelmia ja budjettiriihtä*; 6.12.2009, *Joululahjaksi lumiukko*.

²⁰⁴ Filatov 20.10.2009, *Kuka saa ja kenelle annetaan*.

²⁰⁵ Manninen 18.3.2010, *Taloustilanteemme on vakava*.

²⁰⁶ Sinnemäki 6.11.2009; 13.11.2009.

²⁰⁷ Skinnari 6.8.2009.

²⁰⁸ Andersson 6.12.2009; Sinnemäki 13.11.2009.

²⁰⁹ Filatov 20.10.2009; Skinnari 6.8.2009.

²¹⁰ Arhinmäki 27.7.2009, *Hei, me ei puhuta sodasta*.

²¹¹ Katainen 8.2.2010.

²¹² Soini 4.10.2009.

Kuten lähes kaikkien imagonrakennuselementtien kohdalla, käytettiin myös historiaan viittaamista korostamaan kotiseudun arvoa edustajalle: Hannes Manninen julkaisi blogissaan alun perin Lapin Kansaan kirjoittamansa kolumnin, jossa hän pohti pohjoisen rajaseudun historiaa ja tulevaisuutta Haminan rauhan vuosipäivän kunniaksi²¹³ ja Juha Rehula korosti omaa rooliaan ”hollolalaisessa historiankirjoituksessa” kuntaliitosäänestykseen liittyen.²¹⁴ Myös aivan puhdasta nostalgiaa esiintyi: Korhonen muisteli ”mummonmarkan” hyviä puolia maailmantalouden pyörteissä²¹⁵ ja Soini päiväuneksi menneistä hyvistä ajoista, jolloin ”-- jokaisella oli mummola.”²¹⁶ Nostalgian käyttö on hyvä tapa korostaa omassa imagossa esimerkiksi tuttuuden ja turvallisuuden tunteita ja riskittömästi vedota siihen eittämättä suureen kansanosaan, joka varmasti kaipaa esimerkiksi markkoja, mummoloita tai muita ”vanhojen hyvien aikojen” symboleita. Affektiivisena elementtinä nostalgia voi siis olla tehokas imagonrakennuksen osa.

Vaikka historiasta on mahdollista tehdä hyvinkin vastakkaisia tulkintoja, käsitteli suurin osa tarkastelluista edustajista historiaa melko yhteneväiseen tyyliin. Kansakuntamme kohtalokkaimmat hetket, kuten esimerkiksi talvi- ja jatkosota, osoittautuivat teemoiksi, joista halusivat ammentaa myös esimerkiksi Sinnemäen tai Urpilaisen kaltaiset nuoremman polven edustajat. Myös 1990-luvun lamavuodet ja kylmän sodan aikainen YYA-ilmapiiri tarjosivat edustajille mahdollisuuden käyttää historiaa oman position määrittelyyn ja imagon kristallisoimiseen. Uskottavalta poliitikolta vaaditaan varmasti jonkinlaista näkemystä myös historiallisiin kysymyksiin, joten on hyödyllistä osoittaa omia tulkintojaan ja mielipiteitään historiasta. Useimmissa tapauksissa historiasta olikin löydetty pätevää oppia myös tulevaisuuden määrittelyyn ja omien näkökantojen perustelemiseen. Toisaalta esimerkiksi historiallisiin henkilöihin viittaamalla oli mahdollista vain yrittää kalastella irrallisia imagopisteitä samastamalla suurmiesten nauttimaan arvostusta itseensä. Näin teki ehkä komeimman näissä blogeissa esiintyneen historiallisen viittauksen aikaan saanut Jouko Skinnari päättämällä Kiinan-matkastaan kertovan blogikirjoituksen itseään esittävään valokuvaan, jonka kuvateksti heikeni: ”*Xian on Kiinan vanhin kaupunki (5000 vuotta), joka on ollut monien hallitsija-aikakausien*

²¹³ Manninen 3.9.2009, *Raja 200 vuotta*.

²¹⁴ Rehula 9.9.2009.

²¹⁵ Korhonen 26.11.2009, *Mummonmarkoista euroon – mitä on jäänyt käteen?*

²¹⁶ Soini 27.3.2010.

*pääkaupunki. Tänne Mannerheim päätti idänkiertueensa. Tässä on neuvottelu kaupungin johdon kanssa.*²¹⁷ Historian siipien räpsyessä tietokoneen monitorin edessä olisi voinut vaikuttaa aivan siltä, että blogia kirjoittikin itse Mannerheim, joka oli kuvassa neuvottelemassa Kiinan muinaisten hallitsijoiden kanssa!

2.7 Suhde muutokseen ja jatkuvuuteen

Konkreettisen historian käytön ja tulevaisuusvisioiden ohella asennoitumista menneisyyteen ja tulevaisuuteen voidaan käyttää imagonrakennuksessa myös hieman abstraktimmin. Esittelemällä yleistä suhtautumistaan joko jatkuvuuteen tai muutokseen poliitikko voi bloginsa avulla korostaa imagossaan uudistajan tai säilyttäjän piirteitä. Muutos-jatkuvuus -suhde tuo esille täten myös konatiivisia, toimintaan kehottavia imagoelementtejä. Kysymys muutoksesta on vahva ja selkeä osa imagonrakennusta, sillä siihen voi suhtautua hyvin eri tavoin. Nähdäänkö muutos uhkana vai mahdollisuutena? Tulkitaanko se välttämättömäksi kehitykseksi, johon vain pitää alistua vai tartutaanko sen haasteisiin aktiivisesti itse? Vahvojen ideologisten vasemmisto – oikeisto -jaottelujen menettäessä entisenlaista merkitystään jaottelu konservatiivisen tai edistyksellisen politiikan välillä nousee sitäkin huomattavammaksi. Tämä jaottelu on hyvin käytännöllinen arkipäivän politiikassa, sillä esimerkiksi edistyksellisyyden käsite on sen verran joustava, että hyvinkin erilaisia kantoja edustavien yksilöiden tai ryhmien on helppo pukea se päälleen. Asennoitumista pysyvyyteen tai muutokseen ei tarvitse edes esittää näkyvästi konservatiivisuuden tai edistyksellisyyden kautta minkäänlaisena ideologisena valintana, vaan jatkuvuuden tai uudistuksen haluan voidaan ottaa kantaa kysymys kerrallaan. Tässä alaluvussa tarkastellaan sitä, millä tavoin edustajat asemoituivat blogeissa suhteessa jatkuvuuteen ja muutokseen. Johdonmukainen esiintyminen esimerkiksi jonkinlaisena muutosjohtajana tai pysyvyyden puolustajana voi toimia tärkeänä työkaluna imagonrakennusprosessissa.

Kysymykset jatkuvuudesta ja muutoksesta ovat sen verran laajoja, että niiden käsittelyä esiintyi ainakin jollain tapaa käytännössä kaikissa tutkituissa blogeissa.

²¹⁷ Skinnari 6.4.2010, *Niinistön kanssa Kiinassa ja Koreassa.*

Omaa suhdetta menneeseen ja tulevaisuuteen tai pysyvyyteen ja muutokseen luodattiin teksteissä kahdella eri tavalla: niistä voitiin joko puhua abstraktisti yleisinä käsitteinä ja teemoina tai jäsentää niitä joidenkin tiettyjen asiakysymysten kautta. Jälkimmäinen tapa oli paljon yleisempi, sillä konkreettisten asioiden kautta on yksinkertaisesti helpompi tuoda esille omaa suhtautumista pysyvyyteen tai muutokseen. Tällainen selkeisiin asiakysymyksiin keskittyminen jatkoi muutenkin jo muiden imagonrakennustekniikoiden kohdalla todettua linjaa, jossa imagonrakennustoimet liitettiin osaksi konkreettisten kysymysten käsittelyä ja imagonrakennus tapahtui nimenomaan asiapuheen osana eikä käytännön kysymyksistä erillisenä liihotteluna.

Laajoja, yleisiä kannanottoja pysyvyyden ja tulevaisuuden suhteen löytyi vain kahdesta blogista: vasemmistoliiton puheenjohtajalta Paavo Arhinmäeltä ja vihreiden puheenjohtajalta Anni Sinnemäeltä. Muut kansanedustajat käsittelivät jatkuvuutta tai muutosta aina konkreettisten esimerkkien kautta. Puheenjohtajien rooliin kuuluu olennaisena osana laajempien suuntaviivojen vetäminen, joten tässä suhteessa oli varsin loogista, yleisiin muutoskysymyksiin löytyi kannanottoja nimenomaan puheenjohtajilta. Paavo Arhinmäki asemoi johtamansa puolueen ja sitä kautta itsensä vahvasti tulevaisuuteen suuntautuneiksi ilmoittamalla selkeästi, että *”Vasemmistoliiton pitäisi katsoa vain tulevaisuuteen”*.²¹⁸ Tämä jopa melko jyrkkä määrittely antaa vahvasti ymmärtää, että tulevaisuuteen katsominen ja sitä kautta muutoksen edistäminen on olennainen osa vasemmistoliiton kulttuuria, jota Arhinmäki itse edustaa ja muotoilee. Kenties Arhinmäki halusi toteamuksellaan myös tehdä kaikille hyvin selväksi, että katsoessaan vain tulevaisuuteen hän itse edustaa täysin eri linjaa kuin vasemmistoliiton vanhemman polven taistolaistaustaiset kannattajat tai noita aikoja muuten haikailevat. Myös muutosta yleisellä tasolla käsitellyt Sinnemäki puolestaan linjasi, että *”Kutsumus politiikkaan on haluta muutosta. -- Poliitiikan moraali on minulle, että ei ole koskaan oikein jättää yhtäkään tilaisuutta vaikuttaa ja muuttaa asioita käyttämättä – koskaan.”*²¹⁹ Kuten Arhinmäelle, myös Sinnemäelle muutos itsessään näyttäytyi positiivisena ja tavoiteltavana asiana – selvää muutosjohtajaksi asemoitumista, siis.

²¹⁸ Arhinmäki 27.7.2009.

²¹⁹ Sinnemäki 17.4.2010.

Yleisempi tapa ilmaista suhtautumistaan jatkuvuuteen tai muutokseen oli kuitenkin tehdä se käsittelemällä selviä asiakysymyksiä. Usein tämä tehtiin niin, että jokin tietty aihe, jossa toivottiin jatkuvuutta tai muutosta, nostettiin esille jonkinlaisena kansallisena tai jopa yleismaailmallisena kohtalonkysymyksenä. Rajatuille aiheille siis annettiin tavallaan ylimääräistä, itseään suurempaa merkitystä ja niitä käytettiin esimerkkeinä osoittamassa, miten kirjoittaja suhtautuu pysyvyyteen tai muutoksiin yleisesti. Suosittuja aiheita tällaisessa käytössä olivat esimerkiksi ilmastonmuutos ja ympäristö, talouden ja työelämän kehitys, perustuslakiin ja suomalaiseen poliittiseen järjestelmään liittyvät kysymykset sekä hyvinvointivaltion perintö ja rooli tulevaisuudessa. Näiden kautta tuotiin esille näkemyksiä asioiden tilan säilyttämisestä tai muuttamisesta ja kehittämisestä. Usein suhtautumisessa tasapainoiltiin uudistamisen ja säilyttämisen rajalla: jo olemassa olevia, hyviksi kuvattuja asioita haluttiin säilyttää tekemällä niiden suhteen muutoksia.

Esimerkiksi juuri ilmastonmuutos ja siihen liittyvät haasteet näyttäytyivät tällaisena käteväenä keinona linjata omaa suhtautumista jatkuvuuteen ja muutokseen. Ilmastoon liittyvät asiat olivat tarkastelujaksolla paljon pinnalla muutenkin, sillä joulukuussa 2009 järjestettiin Kööpenhaminassa YK:n ilmastokokous. Ilmastonmuutoksen aiheuttamista muutoksista kirjoittivat Andersson, Filatov, Katainen, Lapintie, Manninen, Satonen, Sinnemäki ja Skinnari.²²⁰ Ennen muuta positiivisena ja uusia mahdollisuuksia avaavana muutoksen näkivät heistä Andersson, Filatov, Lapintie, Manninen, Sinnemäki ja Skinnari. Ilmastonmuutosta ja esimerkiksi uudenlaisten energiaratkaisujen tarvetta käsiteltäessä he katsoivat, että nämä haasteet voivat muun muassa tuoda Suomeen uudenlaisia työpaikkoja ja suomalaiselle teollisuudelle uusia markkinoita. He siis suhtautuivat muutokseen optimistisesti ja avoimesti ja vahvistivat näin imagoaan rohkeina edistyksen kannattajina. Varovaisemman kannan ilmastoasioissa ottivat kokoomuksen Katainen ja Satonen, jotka kyllä mainitsivat tarpeesta tarttua toimeen esimerkiksi päästöjen vähentämisessä, mutta korostivat, että muutokset täytyy tehdä niin, että Suomen kilpailukyky ei kärsi ja niin, että Suomi säilyy ”vauraana hyvinvointiyhteiskuntana”²²¹. He olivat siis varovaisesti muutoksen

²²⁰ Andersson 6.12.2009; Filatov 27.11.2009; Katainen 26.3.2009; Lapintie 1.12.2009, *Tarvitaan sitova ilmastositoumus*; Manninen 17.4.2010, *Lisäbudjetti panostaa nuorten työllistämiseen*; Satonen 13.12.2009, *Rikkipäästöratkaisussa tehtiin kohtalokas virhe*; Sinnemäki 15.10.2009; Skinnari 22.12.2009, *Rauhallista joulua. Onnen vuotta 2010*.

²²¹ Katainen 26.3.2009.

kannalla, mutta pitivät taloudellisen menestyksen jatkuvuutta ensisijaisena. Imagon kannalta he näyttäytyivät tällä tavoin rationaalisina ja todennäköisesti kokoomuksen perinteiseen äänestäjäkuntaan osuvasti vetoavina.

Kataisen ja Satosen tapainen tasapainottelu muutoksen kannattamisen ja jatkuvuuden korostamisen välillä oli hyvin tyypillistä monille tarkastelluille edustajille ja näkyi ympäristökysymystäkin selvemmin muissa aihepiireissä. Etenkin perinteisen suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan tulevaisuutta käsiteltäessä monet kirjoittajat edustivat juuri tällaista ”jatkuvuus muutoksen kautta” -linjaa. Ylipäätään jo se, että hyvinvointivaltiota ja hyvinvointiyhteiskuntaa käytettiin käsitteinä, osoitti tietynlaista ennako-oletusta jatkuvuudesta. Hyvinvointivaltiota edustivat kirjoittajille lukuisat eri asiat: esimerkiksi Katainen kirjoitti ihmisoikeuksista²²², Korhonen päivähoitosta²²³, Sinnemäki terveydenhuollosta²²⁴, Tuomioja koulutuksesta²²⁵, Tölli sisäisestä turvallisuudesta²²⁶ ja Urpilainen työmarkkinapolitiikasta.²²⁷ Kaikki nämä asiat olivat kirjoittajien mukaan jonkinlaisen tarkemmin määrittelemättömän uhan alla ja niiden säilyttämiseksi tarvittiin toimenpiteitä. Kaikki halusivat siis säilyttää hyvinvointivaltion, joka oli heidän mukaansa rapautumassa eri osiltaan. Säilyttämisen edellytyksenä oli muutos: hyvinvointivaltio ei voisi säilyä ainoastaan omilla voimillaan seisoen, vaan jatkuvuuden aikaansaamiseksi tarvittiin aktiivisia muutostoimenpiteitä. Esimerkiksi Urpilainen halusi uutta, laajaa sopimusta työnantaja- ja työntekijäjärjestöjen välillä, jotta hyvinvointivaltio voitaisiin säilyttää ja Katainen puolestaan näki keinona maahanmuuttopolitiikan kehittämisen. Tällainen asemointi jatkuvuuden ja muutoksen välillä oli blogeissa hyvin tyypillistä: muutoksen tarve tunnustettiin ja siihen oltiin valmiita tarttumaan rohkeasti, mutta tarve pohjautui ennen kaikkea jatkuvuuteen; jo olemassa olevan asiantilan säilyttämiseen.

Katainen, Korhonen, Sinnemäki, Tuomioja, Tölli ja Urpilainen antoivat kirjoituksissaan selviä esimerkkejä ja kiintopisteitä suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan osasista, mutta sinällään hieman epämääräisesti määriteltyä

²²² Katainen 3.11.2009, *Maaailman hyvinvoivin maa*.

²²³ Korhonen 4.11.2009, *Porvarihallituksen Suomi säästää lapsista*.

²²⁴ Sinnemäki 26.11.2009.

²²⁵ Tuomioja 20.10.2009, *Koulujen eriytyminen osa luokkayhteiskunnan paluuta*.

²²⁶ Tölli 3.1.2010, *Vuoden vaihtuessa*.

²²⁷ Urpilainen 23.1.2010.

suomalaista yhteiskuntaa voitiin puolustaa ja sen pysyvyyden tärkeyttä korostaa myös tarkemmin erittelemättä. Esimerkiksi Juha Rehula oli huolissaan epämääräisesti ”yhteiskunnan asenteista”, joiden hän katsoi olevan muuttumassa kovempaan ja välinpitämättömämpään suuntaan, josta esimerkkinä hän mainitsi television ”*BB-talot ja Diilit*”.²²⁸ Rehula esitti toiveen, että jokainen voisi jatkossakin luottaa siihen, että saa toisilta ihmisarvoista kohtelua. Päivi Räsänen puolestaan mainitsi suomalaisen yhteiskunnan perustaviksi arvoiksi ahkeruuden, rehellisyyden, työn ja yhteisvastuun ja toivoi näitä arvoja noudatettavan jatkossakin, viimeaikaisista huolestuttavista muutoksista, esimerkiksi vaalirahoituksen epäselvyyksistä, huolimatta.²²⁹ Ravi ja Töllli puolestaan viittasivat suomalaisen yhteiskunnan tausta-ajatukseen, jonka mukaan jokaisen sukupolven pitäisi pyrkiä kehittämään yhteiskuntaa ja jättämään se seuraavalle sukupolvelle vähintään yhtä hyvässä, ja toivottavasti jopa paremmassa kunnossa kuin missä sen on saanut.²³⁰ Tällaisella hieman epämääräisellä symboliikalla he siis ilmaisivat toiveensa, että vanha, perinteinen suomalainen hyvinvointiyhteiskunta säilyisi, mutta että sen säilyttäminen vaatii aktiivista työtä ja siten muutoksen halua. Rehula, Räsänen, Ravi ja Töllli siis kaikki asettuivat jatkuvuuden kannattajiksi, mutta myös tunnustivat tietyn muutoksen ja kehityksen tarpeen.

Kolmas aihepiiri, joka blogeissa toi esille edustajien asennoitumista jatkuvuuden tai muutoksen suhteen, olivat politiikan toimintatapoihin liittyneet kysymykset: presidentin perustuslaillinen asema ulkopoliitikassa sekä eduskuntavaalien vaalitapa. Nämä aiheet toivat hyvin esiin sen, että samaa aihetta on mahdollista tarkastella jopa täysin vastakkaisista kulmista ja näin määritellä omaa suhtautumistaan jatkuvuuteen tai muutokseen. Esimerkiksi presidentin ulkopoliittisista valtaoikeuksista kirjoittaessaan Jyrki Katainen ilmoitti puolueensa linjana olleen ”-- *jo lähes puoli vuosisataa eurooppalaisen parlamentarismin korostaminen*”, millä perusteella hän siis kannatti presidentin ulkopoliittisen vallan vähentämistä perustuslaissa.²³¹ Muutos olisi Kataiselle siis jatkuvuutta. Tarja Filatov ja Annika Lapintie puolestaan

²²⁸ Rehula 16.9.2009, *Arvot ja arvostukset hukassa - lailla tai rahalla voidaan paikata vain osa / viikko 37*.

²²⁹ Räsänen 17.4.2010.

²³⁰ Ravi 4.12.2009; Töllli 16.3.2010.

²³¹ Katainen 8.2.2010.

kannattivat presidentin perinteisen ulkopoliittisen roolin säilyttämistä juuri jatkuvuuteen ja suomalaisen demokratian vahvuuteen vedoten.²³² Määrittelystä riippuen jatkuvuutta saattoi siis olla joko presidentin vallan säilyminen ennallaan tai presidentin vallan vähentyminen: kaikki riippuu siitä, missä kirjoittaja itse näkee jatkuvuutta tai muutosta. Kataisen ja Filatovin tapauksessa muutos / jatkuvuus - näkemykseen liittyi vielä hauska historiallinen paradoksi: kokoomushan on historiallisesti kannattanut vahvaa presidentti-instituutiota ja SDP puolestaan pyrkinyt päinvastaiseen suuntaan, mutta nyt tavoitteet olivat kummallakin puolueella vaihtuneet. Juha Rehula tarkasteli presidenttiäihettä, ei niinkään lopputuloksen, vaan valmisteluprosessin näkökulmasta, ja korosti ”pitkää perinnettä” siinä, että perustuslakikysymykset on pyritty ratkomaan yksimielisesti yli hallitus-oppositio - rajojen.²³³ Jatkuvuus tai muutos saatettiin siis nähdä täysin eri puolilla tai eri osissa samaa kysymystä. Sama päti myös eduskuntavaalien vaalitavasta kirjoitettaessa: Jutta Urpilainen kannatti listavaaleihin siirtymistä demokratian ja kansanvallan jatkumisen takeena²³⁴, kun taas Arto Satonen puolusti nykyistä vaalitapaa demokratian varmistajana.²³⁵ Tärkeintä kummallekin näkökulmalle oli siis jatkuvuus, mutta keinot sen toteuttamiseksi nähtiin erilaisina.

Ympäristöaiheiden, suomalaisen yhteiskunnan piirteiden sekä politiikan toimintatapojen käsittely blogeissa osoittivat, että tarkastelussa olleiden edustajien suhde ja asemoituminen jatkuvuuteen ja muutokseen oli melko monisyistä ja ennen kaikkea aihekohtaista, kulloinkin käsiteltävästä asiasta riippuvaa. Tiedyt väljästi rajatut teemat, kuten juuri ympäristö tai hyvinvointiyhteiskunta, olivat keinoja käsitellä laajempaa suhtautumista jatkuvuuteen ja muutokseen. Yleisesti muutokseen ja erilaiseen tulevaisuuteen varauksetta positiivisesti suhtautuviksi muutosjohtajiksi itsensä linjasivat vain Arhinmäki ja Sinnemäki. Muuten suhtautuminen muutokseen oli melko varovaista: jatkuvuus nousi etenkin hyvinvointiyhteiskuntaa ja perustuslakia käsittelevissä kirjoituksissa tärkeimmäksi asiaksi. Muutosta ja jatkuvuutta saatettiin kuitenkin määritellä hyvin eri tavoin; toisinaan konkreettisten esimerkkien kautta ja toisinaan hieman epämääräisempien keinojen avulla. Eri

²³² Filatov 5.12.2009, *Hallituksen pöytätavat ontuu*; Lapintie 24.11.2009, *Perustuslaissa on lisättävä kansanvaltaa*.

²³³ Rehula 17.12.2009, *Ennustus, tunnelmat vaikuttaa ja verokilpailu / viikko 51*.

²³⁴ Urpilainen 28.9.2009, *Listavaali vai kampanjakatto?*

²³⁵ Satonen 25.9.2009, *Pitkiä listoja ei tarvita*.

edustajat saattoivat tietyissä kysymyksissä käsittää jatkuvuuden ja muutoksen täysin päinvastaisin tavoin, aina henkilökohtaiseen ja puolueensa laajempaan kantaan sopien. Se, mikä toiselle edusti muutosta, saattoi edustaa toiselle jatkuvuutta. Yleisesti muutos nähtiin ennen kaikkea välttämättömänä osana jatkuvuuden turvaamista: esimerkiksi suomalaista yhteiskuntaa koskevista kirjoituksista välittyi näkemys, jonka mukaan Suomi on jo aiemmin saavuttanut hyvän mallin, jonka perusteita ei ole aihetta muuttaa, mutta jonka säilyvyys on turvattava valmistautumalla tiettyihin muutoksiin ja uudistuksiin. Kuten monien muidenkin imagonrakennuselementtien kohdalla, osoituksia suhteesta jatkuvuuteen ja muutokseen käytettiin näin ollen melko maltillisesti ja riskittömästi: kirjoituksissa ei vaadittu täydellisen mullistavia uudistuksia eikä myöskään haluttu pidättäytyä jääräpäisesti aiemmassa, vaan usein löydettiin sopivan tasapainoinen polku jatkuvuuden puolustamisen ja muutostoiveiden väliltä.

2.8 Yleiset affektiiviset ja konatiiviset elementit

Edellä esitellyt imagonrakennuksen elementit voidaan jakaa Nimmon erittelyn mukaisesti kolmeen kategoriaan, kuten johdantoluvussa todettiin. Kognitiiviset elementit kertovat informatiivisesti blogin kirjoittajan asemoitumisesta, mielipiteistä ja teoista. Affektiiviset elementit herättävät yleisössä tunteita, jotka positiivisina lisäävät kiintymystä parlamentaarikkoon ja vähemmänkin positiivisina auttavat joka tapauksessa yleisön mieliin jäämisessä ja täten imagon muodostumisessa. Konatiiviset elementit puolestaan kehottavat ja suostuttelevat yleisöä jonkinlaiseen toimintaan. Osa tekniikoista on tietysti toistensa kanssa päällekkäisiä ja limittäisiä: voidaan esimerkiksi sanoa, että suurin osa kognitiiviseen kategoriaan kuuluvasta informaationvälityksestä auttaa myös herättämään affektiiviseen kategoriaan kuuluvia tunnereaktioita. Eri tekniikoiden erittelemine ei siis ole aina mahdollista myöskään sen takia, että ne ovat kaikki koko ajan läsnä blogikirjoitusten laajemmassa kokonaisuudessa. Esimerkiksi toimintaan kehottavat konatiiviset elementit tavallaan kulkevat alati taka-ajatuksena kaikissa blogiteksteissä: pitkällä tähtäimellä perimmäinen tarkoitus on joka tapauksessa saada lukija kannattamaan kirjoittajan näkökulmia ja äänestämään tätä tai tämän puoluetta tulevissa vaaleissa.

Tässä aluvuossa nostetaan silti vielä erikseen esiin blogeista löytyneitä affektiivisia ja konatiivisia elementtejä, jotka toimivat imagonrakennuksen tukena. Tässä eriteltyt esimerkit affektiivisten ja konatiivisten sisältöjen esiintymisestä eivät siis liity suoraan edellä käsiteltyihin, rajatumpiin imagonrakennuksen tekniikoihin kuten esimerkiksi oman itsen määrittelyyn tai lupauksen tekemiseen, vaan ovat yleisemmin taustalla blogikokonaisuuksissa muodostamassa kirjoittajasta välittyvää kuvaa. Affektiiviset ja konatiiviset elementit voivat sitouttaa yleisöä ja toimia näin dynaamisena osana imagonrakennusta. Yleisiä kognitiivisia esimerkkejä ei käsitellä tässä sen vuoksi, että niiden minkäänlainen erittelemineen olisi käytännössä mahdotonta: kaikki sisältö tarjoaa informaatiota ja kuuluisi siten tässä jaottelussa kognitiivisten elementtien kategoriaan.

Tunteisiin vetoavia, affektiivisia sisältöjä löytyi lähes kaikkien tarkastelussa olleiden parlamentaarikkojen blogeista. Yleisin tapa tuoda blogitekstiin tunnesisältöä oli ilmaista sympatiaa, sääliä tai huolestuneisuutta; tällaista sisältöä esiintyi puolessa tutkituista blogeista. Esimerkiksi syyskuussa 2009 eduskunnassa ja mediassa käyty keskustelu vanhusten hoidon tilasta tarjosi tällaisten tunteiden ilmaisemiselle paljon mahdollisuuksia: muiden muassa keskustan Juha Rehula kirjoitti blogissaan suurella paatoksella siitä, miten suomalaisissa vanhainkodeissa vanhusten kohtelu ei aina ole ihmisarvon mukaista²³⁶ ja myös SDP:n Tarja Filatov sekä vasemmiston Annika Lapintie viittasivat tunteisiin vetoavasti kauhutarinoihin vanhusten sitomisesta hoitolaitoksissa.²³⁷ Vanhusten lisäksi sympatian, säälin ja kauhistuksen tunteita liitettiin myös esimerkiksi pitkäaikaistyöttömiin²³⁸, omaishoitajiin²³⁹, Haitin maanjäristyksen uhreihin²⁴⁰ ja reumapotilaisiin.²⁴¹ Myötätuntoa ja sääliä kohdistettiin usein siis kohtalaisen tarkasti rajattuihin ihmisryhmiin tai jopa yksittäisiin henkilöihin. Laajempiakin säälin kohteita kuitenkin löytyi: työllisyyttä käsittelevässä kirjoituksessa Jouko Skinnaria säälittivät ”-- *menneiden ja nykyistenkin sukupolvien uhraukset suomalaisen työn hyväksi.*”²⁴² Melko monesti

²³⁶ Rehula 16.9.2009..

²³⁷ Filatov 9.9.2009; Lapintie 18.9.2009.

²³⁸ Katainen 13.5.2009; Filatov 3.3.2010.

²³⁹ Satonen 23.12.2009.

²⁴⁰ Kallis 16.1.2010; Skinnari 17.1.2010.

²⁴¹ Soini 31.3.2010; Rehula 1.4.2010, *Aika loppui, syyllisten etsinnästä oljenkorren vahvistamiseen/viikko 12.*

²⁴² Skinnari 6.8.2009.

tällainen tunteita esiin nostattava kirjoittelu sisälsi hieman ylilyöviä ja jopa kurjuudella mässäileviä sävyjä, kuten esimerkiksi Janina Anderssonin kerratessa kansainvälisessä konferenssissa kuulemaansa pietarilaisen prostituoidun synkkää tarinaa²⁴³ tai Päivi Räsänen eritellessä yksityiskohtaisesti häneen yhteyttä ottaneen, työtapaturmassa vammautuneen henkilön taloudellista tilannetta.²⁴⁴ Nostamalla esiin kovia ihmiskohtaloita ja kirjoittamalla poleemiseen tyyliin voimakkaita tunnereaktioita herättävistä aiheista, edustajat voivat pyrkiä osoittamaan olevansa aidosti huolestuneita ja syvästi välittäviä ihmisiä, mutta toisaalta sympatia ja sääli voivat väärällä tavalla kohdennettuina tuntua päälle liimatuilta ja epäaidoilta.

Sympatiaa ja sääliä ilmaisevien kirjoitusten lisäksi blogeista löytyi laaja skaala myös muunlaisia tunteisiin vetoavia tekstejä. Surua tuotiin esille muun muassa kauppakeskus Sellon ampumistapauksen jälkeen²⁴⁵ sekä läheisen ihmisen kuoleman yhteydessä.²⁴⁶ Iloa ja onnellisuutta löydettiin pienistä asioista, kuten opiskeluaikojen muistelemisesta²⁴⁷, vuodenaikojen muutosten tarkkailusta²⁴⁸, hyvistä televisio-ohjelmista²⁴⁹ tai musiikista.²⁵⁰ Kalenterin juhlapäivät tarjosivat myös mahdollisuuden tuoda tunnetta esiin: itsenäisyyspäivän aikaan näkyi isänmaallisuus²⁵¹ ja joulun liittyen voitiin kirjoittaa ylevästi ja jopa sentimentaalisestikin.²⁵² Huumori ja hauskuuttaminen olivat tunne-elementteinä melko harvinaisia, mutta niitäkin löytyi: esimerkiksi Erkki Tuomioja vitsaili rutikuivaan tyyliin Islannin talouskriisin ja tulivuorenpurkauksen yhteydestä.²⁵³ Raija Vahasalon blogissa puolestaan oli kokonainen aihekatgoria otsikolla ”huumoria” ja hän esittikin muun muassa pikkunokkelan vertailun liittyen SDP:n ja kokoomuksen mainoskampanjoiden ja verkkosivujen sisällön yhteyteen. Vahasalo oli suorittanut SDP:n sivuilla haun hakusanalla ”unelma”, mutta ei ollut löytänyt

²⁴³ Andersson 14.11.2009, 2. päivä Istanbulissa.

²⁴⁴ Räsänen 15.10.2009, *Työtapaturman vakuutuskäsittely viipyy*.

²⁴⁵ Soini 31.12.2009, *Murhaajat keskuudessamme*; Vahasalo 3.1.2010, *Mitä olisimme voineet tehdä paremmin?*; Huovinen 5.1.2010, *Mistä viha kumpuaa?*

²⁴⁶ Kallis, 10.1.2010, *Surua sisältävä viikko*; Soini 11.1.2010, *Tony on kuollut*; 14.1.2010, *Puheenjohtajan palsta*.

²⁴⁷ Andersson 14.10.2009.

²⁴⁸ Tölli 15.9.2009; Räsänen 13.10.2009, *Riihimäki sai lumikuorruksen*.

²⁴⁹ Wideroos 30.11.2009, *Kollar på TV – altså FST!*; 18.1.2010, *Min Morgon!*

²⁵⁰ Niinistö 1.9.2009, *Musiikki voi muuttaa maailmaa*.

²⁵¹ Ravi 4.12.2009; Satonen 6.12.2009.

²⁵² Andersson 6.12.2009; Arhinmäki 24.12.2009, *Punainen joulu*; Soini 24.12.2009, *Rauhallista joulua*.

²⁵³ Tuomioja 16.4.2010, *Pohjoismaat iskevät takaisin*.

ainuttakaan osumaa – kun taas kokoomuksen sivuilta löytyi Vahasalon mukaan 120 osumaa hakusanalla ”toivo”.²⁵⁴ Tunteiden skaalan esille tuonti surusta iloon ja synkistä aiheista huumoriin toimii affektiivisia imagoelementtejä vahvistavana tekona ja osoittaa edustajan inhimillisyyttä, joka on toivottu piirre kokonaisimagossa.

Eräs affektiivisten elementtien käytötapa oli lisäksi se, että poliittisista kysymyksistä ja prosesseista kirjoitettiin toisinaan tunteisiin vetoavilla tavoilla. Esimerkiksi Janina Andersson pyrki korostamaan Kööpenhaminan ilmastokokouksen tärkeyttä kirjoittamalla, että siellä tehtävät päätökset ”*ratkaisevat sen, millaisessa maailmassa lapsemme elävät*”²⁵⁵ ja Paavo Arhinmäki toi tunteet peliin talouspolitiikassa väittämällä, että ”*Suomi sairastuu Kataisen dieetillä*” ja samastamalla koko valtion potilaaseen, jonka terveydentilaan talouspoliittisilla päätöksillä vaikutetaan.²⁵⁶ Poliittisiin aiheisiin voitiin siis liittää retorisin keinoin tunnesisältöä, jolloin ne saatiin näyttämään rationaalisen päätöksenteon ohella myös emotionaalisilta kysymyksiltä. Tämä on poliitikon imagon kannalta hyödyllistä, sillä tunteellistamalla asiakysymyksiä hän pääsee näyttäytymään humanina ja aitona, eikä pelkästään lukuja ja mietintöjä pyörittelevänä teknokraattina. Myös lukijan on kenties helpompi innostua muutoin kuivilta tuntuvista aiheista, jos ne esitetään jollain tapaa tunteisiin vetoavasti. Poliittisten kysymysten verhoaminen tunnekysymyksiksi oli kuitenkin kohtalaisen harvinaista: liikaa käytettynä tämä keino alkaisi vaikuttaa epäasialliselta.

Kuten edellä on käynyt selväksi, useimmat edustajat eivät liittäneet affektiivisia elementtejä niinkään itseensä, vaan kirjoituksissaan käsittelemiin ulkopuolisiin henkilöihin tai aihepiireihin. Tunteita voitiin yrittää herätellä kirjoitettaessa hoitolaitoksissa kärsivistä vanhuksista tai hyvinvointivaltiota rakentamassa olleista sukupolvista, mutta harvemmin kirjoitettaessa omasta itsestä. Erään harvoista poikkeuksista teki Juha Rehula paljastaessaan omien tunnelmiensa olevan ”mollivoittoisia” ja ajatustensa sisältävän ”tummia pilviä” vaalirahoituskeskustelun pyöртеissä.²⁵⁷ Muuten henkilökohtaisista tunteista kertominen jäi hyvin vähälle.

²⁵⁴ Vahasalo 14.9.2009, *SDP:llä ei unelmia, mutta Kokoomuksella on toivoa*.

²⁵⁵ Andersson 6.12.2009.

²⁵⁶ Arhinmäki 26.3.2010, *Suomi sairastuu vakavasti Kataisen dieetillä*.

²⁵⁷ Rehula 30.9.2009, *Huutokauppaa, vaikutusten arviointia ja terveempi huominen / viikko 39*.

Tämäkin voidaan tulkita jälleen kerran jatkoksi yleisesti kohtalaisen varovaiselle ja riskittömälle linjalle, jota noudattaen omaa imagoa ei lähdetä rakentamaan liikaa esimerkiksi omista tunteista elämöiden, vaan affektiivisetkin elementit kierrätetään enimmäkseen asia-aiheiden kautta. Vaikka blogi voisi ympäristönä olla sopiva ja houkutteleva paikka hieman irrottelevammalle ilmaisulle ja rohkeammille purkauksille, valitut imagoviestinnän keinot ja tyylit pysyvät silti suurimmaksi osaksi hyvin asiallisina eikä tunteisiin koskettavia elementtejä käytetä kuin hyvin säästellen.

Konatiivisia eli toimintaan kehottavia elementtejä esiintyi blogeissa melko vähän. Kuten sanottua, kaiken imagonrakennuksen julkilausumaton taustaviesti on tietysti ”Valitse minut!” ja imagonrakennuksen näkökulmasta jokainen blogiteksti pyrkii omalta osaltaan toimimaan tällaisena kehotuksena – sitä ei tarvitse siis erikseen sanoa. Myös muunlaiset, suoraan ja eksplisiittisesti lukijalle suunnatut konatiiviset viestit voivat toimia positiivisina osasina imagon kehittämisessä. Kehottaessaan bloginsa yleisöä toimintaan kansanedustaja todistaa innokkuuttaan ja näkemystään sekä muodostaa mielekkään siteen yleisön kanssa. Kahdestakymmenestä neljästä tarkastellusta kansanedustajasta viisitoista esittää blogeissaan jonkinlaisia kehotuksia tai ehdotuksia lukijakunnalleen, mutta useimmat heistä tekivät näin kuitenkin vain hyvin harvoin tarkastelujakson aikana. Harvat kehotukset olivat kovin konkreettisia: melko yleistä oli ilmaista melko ympäripyöreitä latteuksia kuten Bjarne Kalliksen ”*Vaihdetaan sana vaatimus sanaan vastuu*”²⁵⁸, Susanna Huovisen ”-- kannusta kaveria! Tämä iskulause kannattaa meidän kaikkien pitää mielessä. Eihän kukaan jaksa yksin.”²⁵⁹ tai Raija Vahasalon ”*Mitä haluat omille lapsillesi tehtävän, tee se muille lapsille.*”²⁶⁰ Tällaisiin yleisiin elämänviisauksiin kuului myös Janina Anderssonin kehotus turkulaisille opiskelijoille nauttia opiskeluajastaan²⁶¹ ja Hannes Mannisen ohje lappilaisille olla vaipumatta epätoivoon talouden synkästä tilanteesta huolimatta.²⁶² Tämänkaltaiset kehotukset toimivat jonkinlaisina yleisinä elämänfilosofisina ohjeina, joiden merkitystä ei kuitenkaan perustella kovin tarkasti. Konatiivisina imagonrakennustoimina ne tuskin ovat kovin tehokkaita.

²⁵⁸ Kallis 20.4.2010, *Vaihdetaan sana vaatimus sanaan vastuu*.

²⁵⁹ Huovinen 11.10.2009.

²⁶⁰ Vahasalo 22.3.2010, *Kylmäverisesti*.

²⁶¹ Andersson 14.10.2009.

²⁶² Manninen 28.8.2009, *Pohja ohitettu mutta työttömyys kasvaa*.

Hieman konkreettisempaan toimintaan kehottivat esimerkiksi Tarja Filatov ja Jouko Skinnari vanhustenhuollon suhteen: Filatov kannusti ihmisiä vaatimaan poliitikoilta päättäjiltä vanhustenhuollon nostamista tärkeäksi prioriteetiksi²⁶³ ja Skinnari pyysi jokaista huolehtimaan omassa lähipiirissään, että mahdollisimman harvan lähin omainen olisi viranomainen.²⁶⁴ Konkretiaa löytyi myös Paavo Arhinmäen kirjoituksesta, jossa hän vannotti helsinkiläisiä puolustamaan lähipalvelujen säilymistä saattamalla äänensä kuuluviin paikallispolitiikassa²⁶⁵ sekä Anni Sinnemäen yrityksestä saada ihmiset yhdessä huolehtimaan häviävistä perinnebiotoopeista.²⁶⁶ Konkreettisia kehotuksia löytyi myös kulttuuri- ja mediatuotteiden kuluttamiseen liittyen: Andersson suositteli bloginsa lukijoille Avatar-elokuvaa²⁶⁷, Huovinen Dracula-musikaalia²⁶⁸ ja Wideroos Hufvudstadsbladetin artikkelia.²⁶⁹

Selkeitä konatiivisia kehotuksia liitettiin siis niin arvovalintoihin, poliittiseen aktiivisuuteen kuin vapaa-ajan viettoonkin. Suoraan tavallisille lukijoille suunnatut, poliittiseen toimintaan liittyvät kehotukset olivat kuitenkin selvässä vähemmistössä verrattuna sellaisiin politiikkaan liittyviin kehotuksiin, jotka oli suunnattu joko toisille poliitikoille tai hieman epämääräisesti johonkin yleiseen politiikan sfääriin, jossa päätöksentekoa tapahtuu. Se, kenelle konatiivista materiaalia suunnataan, riippuu siitä, keitä blogin yleisön ajatellaan olevan. Esimerkiksi Jutta Urpilainen ilmeisesti oletti, että hänen blogiaan seuraavat toiset suomalaiset puoluejohtajat haastaessaan nämä vähentämään henkilökohtaisia päästöjään sekä kansalaisjärjestöjen edustajat kehottaessaan näitä aloittamaan kampanjan niin kutsutun Robin Hood -veron aikaansaamiseksi.²⁷⁰ Hyvin tyypillistä olikin kohdistaa ehdotuksia nimenomaan toisten poliittisten toimijoiden piiriin eikä niinkään suurelle yleisölle. Esimerkiksi Janina Andersson pyrki aktivoimaan vihreiden omia piirijärjestöjä olemaan aktiivisempia ehdokkaidensa markkinoinnissa²⁷¹ ja Hannes

²⁶³ Filatov 9.9.2009.

²⁶⁴ Skinnari 1.10.2009, *Rahan valta*.

²⁶⁵ Arhinmäki 18.1.2010, *Helsinkiläiset ottivat erävoiton Pajusesta*.

²⁶⁶ Sinnemäki 9.4.2010, *Ehdotuksia luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseksi* (Sinnemäki 9.4.2010a).

²⁶⁷ Andersson 15.1.2010, *Leffasuositus viikonlopuksi*.

²⁶⁸ Huovinen 8.3.2010.

²⁶⁹ Wideroos 28.9.2009, *Bravo Ahtisaari!*

²⁷⁰ Urpilainen 23.9.2009, *Ilmastotalkoisiin*; 29.3.2010, *Kansanliike Robin Hood -veron puolesta*.

²⁷¹ Andersson 8.12.2009.

Manninen vaati epämääräisesti ”valtion viranomaisilta” yhteistyötä ja taistelumieltä Lapin Kullan tuotannon säilyttämiseksi Torniossa.²⁷²

Keskittämällä konatiiviset viestit vain toisille päätöksentekijöille hukataan kuitenkin helposti niiden imagonrakennuksellinen potentiaali. Jos blogin lukijasta alkaa tuntua siltä, että konkreettisia tekoja on mahdollista vaatia ainoastaan päättäjiltä, saattaa hän alkaa kokea omat vaikutusmahdollisuutensa olemattomiksi ja tällaista linjaa ylläpitävän kansanedustajan etäiseksi ja epäkiinnostavaksi. Haluttavan imagon kannalta hyödyllisempi tyyli olisi esimerkiksi Pekka Ravin tapa kehottaa yleisöä tulla tapaamaan kansanedustajaa kasvokkain²⁷³ tai Päivi Räsänen hyvin selkeä kehoitus käyttää äänestäjän vaikutusvaltaa ja olla äänestämättä ” *vaalirahaskandaalin halvaannuttamia puolueita.*”²⁷⁴ Vaikka tällaiset kehotukset antavatkin kuvan vain melko pienistä ja arkipäiväisistä mahdollisuuksista vaikuttaa asioiden kulkuun, ovat ne silti positiivisia ja rakentavia konatiivisia elementtejä.

Kuten monien muidenkin imagonrakennuselementtien kohdalla, myös konatiivisia keinoja käytettiin melko varovasti ja säästellen. Kokonaisuudessaan kehotuksia ja ehdotuksia oli melko vähän ja luonteeltaan ne olivat melko harmittomia. Yleiset elämänfilosofiset ohjeet ja teatteri- tai elokuvavinkit voivat toimia omalta osaltaan pehmentäen ja monipuolistaen niitä jakelevan edustajan imagoa ja vahventavat kaiken taustalla olevaa konatiivista kehotusta siitä, että oma äänestäjän kannattaisi vaaleissa valita juuri tämä edustaja. Suorat poliittiset kehotukset jäivät joko kokonaan puuttumaan tai sitten melko epämääräisiksi tai muulle kuin blogin varsinaiselle yleisölle suunnatuiksi. Konatiivisten elementtien potentiaali imagonrakennuksen kannalta olisi juuri edustajan ja tavallisen kansalaisen suhteen lähentämisessä ja yhteisten päämäärien ja innostuksen kohteiden luomisessa. Pahimmillaan väärälle yleisölle suunnattuna konatiiviset viestit kuitenkin saattavat toimia jopa täysin päinvastaisesti ja vain erottaa ja etäännyttää edustajaa tavallisesta yleisöstä. Toisaalta voidaan nähdä, että myös politiikan piirin sisälle suunnatut kehotukset rakentavat edustajan imagon konatiivisia osia myönteisellä tavalla, sillä ne voivat osoittaa tavallisellekin yleisölle, että hän on muun muassa aktiivinen, idearikas ja yritteliäs.

²⁷² Manninen 17.10.2009, *Lapin Kulta jalostuu vain Lapissa.*

²⁷³ Ravi 27.11.2009; 11.2.2010, *Viikko 50.*

²⁷⁴ Räsänen 17.4.2010.

3. Imagotyypit blogeissa

Tässä luvussa tarkastellaan imagonrakennusprosessin ”lopputuotteita”: sitä, millaisia yleisiä imagotyyppejä kansanedustajien blogeissa esiintyy ja sitä, millaisin keinoin ja millaisista elementeistä ne on koottu. Tutkimuksen kohteena olleista blogeista hahmottui viisi imagotyyppiä: asiantuntijat, intohimopoliitikot, tarkkailijat, inhimilliset tekijät sekä yksinäiset sudet. Kaikki ryhmät olivat kohtalaisen lähellä toisiaan ja yksi ja sama edustaja olisi voinut kuulua useampaankin kategoriaan. Jaottelu yksittäisten blogien kohdalla on kuitenkin tehty sillä perusteella, minkä imagopiirteiden on havaittu nousevan hallitsevimmin esille blogin kokonaissisällöstä. Vaikka eri kategorioilla oli yhtenäisiäkin piirteitä, kaikki näyttäytyivät silti selvästi omina kokonaisuuksinaan. Edellisessä luvussa esiteltyjä imagonrakennuksen kognitiivisia, affektiivisia ja konatiivisia elementtejä oli käytetty blogeissa eri painoituksin: tietyn imagoryhmän blogeissa voitiin nähdä esiintyvän eri imagoelementtejä eri suhteissa kuin toiseen imagoryhmään kuuluvissa blogeissa. Sitä, mihin imagotyyppiin parlamentaarikko bloginsa perusteella vaikutti kuuluvan, määrittivät ennen kaikkea hänen blogikirjoitustensa aiheet sekä tyyllilliset valinnat aiheiden esittämisen suhteen.

3.1 Osaava, aktiivinen asiantuntija

Yleisin blogeista löytynyt kansanedustajan imagotyyppi oli asiasisällöt hallitseva, omaan erityisalaansa keskittyvä aktiivinen asiantuntija. Tällainen edustaja kirjoitti blogissaan pääsääntöisesti työstään, poliittisen päätöksenteon käytännöistä ja päivänpolitiikan ajankohtaisista aiheista. Niin suuremmat pitkän aikavälin ideologiset linjaukset kuin yksityiselämästä kertominenkin jäivät syrjään keskityttäessä politiikan kovaan ytimeen, josta kerrottiin melko asiallisella ja intohimottomalla tavalla. Asiantuntijaimagossa korostetaan omaa aktiivisuutta, osaamista ja asioiden hallintaa: sitä todisteltiin esimerkiksi kertomalla yksityiskohtaisesti valiokuntatyöstä, eduskuntaryhmän kokouksista, matkoista, tapaamisista ja muista tehokkaan poliitikon arkeen kuuluvista tapahtumista tai

yksinkertaisesti kirjoittamalla omista mielipiteistä ja näkökannoista ajankohtaisten poliittisten ja yhteiskunnallisten kysymysten suhteen. Asiantuntijoiden blogeissa myös julkaistiin alun alkujaan muista lähteistä peräisin olevia sisältöjä, esimerkiksi lehtikolumneja tai eduskunnassa esitettyjä puheenvuoroja. Voidaan siis nähdä, että asiantuntijuuteen liitettiin myös jonkinlaista pyrkimystä keskustelunavaajaksi, mutta ainakin blogien kommenttimäärien perusteella tällaiset pyrkimykset jäivät useimmiten vain yrityksiä.

Asiantuntijuus muodostui hallitsevimaksi imagopiirteeksi yhdeksässä blogissa: Jyrki Kataisella, Martti Korhosella, Hannes Mannisella, Ville Niinistöllä, Pekka Ravilla, Tapani Töllillä, Kimmo Sasilla, Anni Sinnemäellä sekä Raija Vahasalolla. Enemmistö blogisisältöjensä kautta asiantuntijoiksi profiloituvista oli siis kokoomuslaisia; heitä oli neljä (Katainen, Ravi, Sasi ja Vahasalo). Vasemmistopuolueiden edustajista ainoastaan vasemmistoliiton Martti Korhonen kuului tähän kategoriaan. Korhonen oli myös ainoa opposition edustaja asiantuntijoiden ryhmässä: kaikki kahdeksan muuta asiantuntijajaimon luonutta kuuluivat hallituspuolueisiin. Asiantuntijuutta korostavista edustajista useimmat olivat melko kokeneita: ainoastaan Ville Niinistö istui eduskunnassa vasta ensimmäistä kauttaan. Virallisilta rooleiltaan asiantuntijat jakautuivat suhteessa melko tasaisesti: joukossa oli kaksi puoluejohtajaa (kokoomuksen Katainen ja vihreiden Sinnemäki), kaksi eduskuntaryhmän puheenjohtajaa (vihreiden Niinistö ja kokoomuksen Ravi) sekä viisi valiokuntien puheenjohtajaa (valtiovarainvaliokunnan Manninen, liikenne- ja viestintävaliokunnan Korhonen, perustuslakivaliokunnan Sasi, hallintovaliokunnan Tölli ja sivistysvaliokunnan Vahasalo).

Tapoja rakentaa asiantuntijaimagoa blogissa oli käytännössä kahta erilaista. Ensimmäinen oli kirjoittaa suurimmaksi osaksi omaan asemaansa tai tehtävänsä liittyvistä asioista niin, että ne muodostivat pääosan blogin kokonaissisällöstä, vaikka muihinkin aihepiireihin liittyviä kirjoituksia olisi ollut. Kataisella enemmistö teksteistä käsitteli valtiovarainministerille sopivasti talousaiheita²⁷⁵ sekä laajemmin hallituksen edustajalle ja kokoomuksen puheenjohtajalle luontevasti hallituksen

²⁷⁵ Katainen kirjoitti blogiinsa talousaiheista kuten lamasta, verotuksesta ja Suomen kilpailukyvystä esimerkiksi 3.11.2009; 7.12.2009; 2.3.2010, *Politikointia toisten köyhyydellä* ja 12.4.2010.

tekemiä päätöksiä, joissa etenkin kokoomuksen saavutuksia korostettiin.²⁷⁶ Liikenne- ja viestintävaliokunnan johtajana Korhosen kirjoituksista merkittävä osa käsitteli kyseisen valiokunnan vastuualaan liittyviä aiheita, esimerkiksi Finnairia ja Yleisradiota.²⁷⁷ Tölli kirjoitti paljon johtamansa hallintovaliokunnan asioista.²⁷⁸ Sinnemäen aiheita olivat työministerinä ja vihreänä puoluejohtajana johdonmukaisesti työ ja ympäristö.²⁷⁹ Sivistysvaliokunnan johtajana Vahasalo keskittyi ennen kaikkea koulutukseen ja kulttuuriin.²⁸⁰ Nämä edustajat siis rakensivat asiantuntijajaimagoaan virallisista asemistaan käsin, valiten blogikirjoitustensa pääsisällöiksi johdonmukaisesti omiin vastuualueisiinsa kuuluvia aiheita.

Toinen tekniikka asiantuntijajaimagon luomisessa oli hieman hajanaisempi. Kun Katainen, Korhonen, Tölli, Sinnemäki ja Vahasalo nimenomaan toistuvasti keskittyivät rooliensa mukaisiin aihepiireihin, Manninen, Niinistö, Ravi ja Sasi eivät lähteneet rakentamaan asiantuntijajaimagoa virallisten asemiansa pohjalta. He eivät käsitelleet hallitsevasti juuri omien asemiansa kannalta keskeisiä tapahtumia ja kysymyksiä, vaan kirjoittivat vaihtelevammin useista eri aiheista. Heidän teksteissään ei ollut samanlaista punaista lankaa kuin johdonmukaisesti pääaiheitaan korostaneiden edustajien blogeissa. Vaikka he eivät keskittyneet suurimmaksi osaksi mihinkään tiettyihin aiheisiin, heidän bloginsa loivat asiantuntijajaimagoa siksi, että niiden sisältö käsitteli hajanaisuudestaan huolimatta ennen kaikkea nimenomaan poliittisia ja yhteiskunnallisia aihepiirejä ja näihin liittyvää toimintaa. Muuta sisältöä heidän blogeissaan oli tuskin lainkaan. Myös kirjoitusten tyyli oli useimmiten asiantuntijamaisen epäpersoonallinen. Huomattavaa on, että tällä tavalla asiantuntijajaimagoa itselleen luoneiden ryhmään kuuluu kaksi eduskuntaryhmän

²⁷⁶ Ensimmäisistä hallituksen ja kokoomuksen edustajana Katainen esiintyi esimerkiksi 30.8.2009; 17.12.2009 sekä 8.3.2010.

²⁷⁷ Korhonen kirjoitti liikenne- ja viestintävaliokunnan toimintaan liittyvistä asioista esimerkiksi 22.8.2009; 6.9.2009; 14.1.2010 ja 13.3.2010, *Martti Korhonen: Hallitus kriisiyttää Yleisradion*.

²⁷⁸ Esimerkiksi 21.9.2009; 24.9.2009, *Viikon varrelta*; 12.11.2009, *Aluehallintouudistus liikkeelle*; 24.11.2009; 3.1.2010, Tölli käsitteli hallintovaliokunnan toimenkuvaan liittyviä aiheita.

²⁷⁹ Työllisyydestä, työmarkkinoista ja työvoimapolitiikasta Sinnemäki kirjoitti esimerkiksi 27.8.2009; 13.11.2009; 17.12.2009, *Järjestöjen palkkatukeen muutoksia*; 26.3.2010, *Ydinvoima ei luo uusia työpaikkoja*; ja 9.4.2010, *Nuorille silta taantuman yli* (Sinnemäki 9.4.2010b). Ympäristöä ja luontoa Sinnemäki käsitteli esimerkiksi 15.10.2009; 6.11.2009; 9.4.2010a; 15.4.2010; sekä 17.4.2010.

²⁸⁰ Koulutusasioita ja kulttuuria Vahasalo käsitteli blogissaan esimerkiksi 18.9.2009, *We said so*; 21.9.2009, *Kunnanjohtajat tulevaisuudesta säästämässä*; 8.1.2010, *Aalto-yliopiston avajaiset*; 9.1.2010, *Quo vadis, Aalto-yliopisto?*; 15.1.2010, *Valelääkäri vastoin tahtoaan*; 24.3.2010, *Lomautetaan tulevaisuus?*; 31.3.2010, *Mistä näitä huonoja johtajia oikein tulee?*; ja 11.4.2010, *Kokeilua vai motivaatiota?*

puheenjohtajaa: vihreiden Niinistö ja kokoomuksen Ravi. On varmasti niin, että ryhmänjohtaja ei voi keskittyä samalla tavalla tiettyihin rajattuihin aihepiireihin kuten esimerkiksi ministeri tai valiokunnan puheenjohtaja. Jos ryhmänjohtaja hakee bloginsa kautta itselleen asiantuntijaimagoa, se täytyy siis tehdä vaihtelevammista ja hajanaisemmista aiheista kirjoittamalla. Kuten jo imagonrakennuksen tekniikoita käsitelleessä luvussa todettiin liittyen oman itsen aseman määrittelemiseen, ryhmänjohtajien oli vaikeampaa olla tässäkin suhteessa yhtä selkeitä kuin esimerkiksi valiokuntien johtajien. Myös imagonrakennuksen lopputuloksissa asiantuntijaimagoon pyrkineet ryhmänjohtajat joutuivat (tai pääsivät!) siis olemaan jonkinlaisia yleisasiantuntijoita – verrattuna erityisasiantuntijoina esiintyneisiin valiokuntien johtajiin.

Tyypillistä asiantuntijaimagoa päällimmäisenä tarjonneille blogeille oli se, että niitä päivitettiin melko harvoin. Ne olivat olemukseltaan tässä suhteessa jopa epäblogimaisia: eräs blogin perusideoistahan on säännöllinen, tiivis päivitystahti. Asiantuntijoiksi bloginsa kautta profiloituneista kansanedustajista ainoastaan Vahasalo lisäsi blogiinsa tarkastelujakson aikana uutta materiaalia useammin kuin kerran viikossa. Myös Sinnemäki oli keväällä 2010 kohtalaisen aktiivinen, mutta keskimäärin hänenkin kirjoitustahtinsa oli koko ajalla melko laiskaa. Oma lukunsa olivat sellaiset edustajat, jotka käyttivät blogejaan jo lähtökohtaisesti ainoastaan ”viikkokatsausten” tekemiseen, eivätkä siis pyrkineetkään kirjoittamaan useammin kuin kerran viikossa. Säännöllisiä viikkoraportoijia asiantuntijoiden ryhmässä olivat Tölli ja Ravi. Viikkokatsausblogit antoivat kirjoittajistaan myös ehkä hieman vastahakoisen kuvan: aktiivinen viestintä blogin kautta ei selvästikään ollut heille kovin korkea prioriteetti, mutta kuin todistellakseen äänestäjilleen omaa aktiivisuuttaan he olivat kokeneet hyödylliseksi kirjoittaa kuulumisia eduskunnasta viikon varrelta.

Myös Hannes Manninen päivitti keskimäärin noin kerran viikossa, mutta hän ei erikseen otsikoinut kirjoituksiaan viikkotiedonannoiksi. Sen sijaan hänen sisältönsä olivat kokonaan kierrätystavaraa muista lähteistä, esimerkiksi Lapin Radiossa pidettyjä puheita²⁸¹ tai sanomalehdissä kuten Uudessa Rovaniemessä²⁸² tai Pohjolan

²⁸¹ Manninen 28.8.2009; 17.10.2009; 26.3.2010, *Arktinen kiinnostaa myös Amerikassa*.

²⁸² Manninen 23.9.2009, *Budjetti ja kuntarahat*; 3.2.2010, *Taloukasvulle luotava puitteet*; 18.3.2010.

Sanomissa²⁸³ julkaistuja kolumneja ja kommentteja. Mannisen lisäksi myös Sasin blogi koostui käytännössä kokonaan muualla julkaistuista tiedotteista, puheenvuoroista ja kirjoituksista. Eräs asiantuntijaimagoa tukeville blogeille tyypillinen piirre olikin juuri se, että ne sisälsivät muualla aiemmin julkaistua materiaalia. Tämä on yksi kätevä keino osoittaa, että edustaja on aktiivinen ja että hänen painokkaita näkemyksiään kuullaan myös muussa mediassa. Asiantuntijajoukkoon kuuluvista ainoastaan Ravin, Töllin ja Vahasalon blogien sisällöt olivat kokonaisuudessaan täysin juuri heidän omia blogejaan varten tuotettuja. Niinistön blogissa oli paljon kirjoituksia, jotka oli julkaistu aiemmin samoina päivinä puolueen yhteisessä Vihreässä blogissa. Nämä eivät siis olleet alkuperäissisältöjä juuri Niinistön blogille, mutta kuitenkin nimenomaan blogiympäristöön jo alun perin tarkoitettuja tekstejä ja tässä suhteessa luonteeltaan erilaisia kuin esimerkiksi kolumnit tai tiedotteet. Blogiin kierrätetyssä, aiemmin muualla julkaistuissa sisällöissä tiivistyikin eräs tämän ryhmän sisäinen eriäväisyys. Vanhemman polven asiantuntijaedustajat kuten Manninen, Korhonen ja Sasi liittivät blogeihinsa alkujaan perinteiseen mediaan – enimmäkseen sanomalehtiin – tuotettuja sisältöjä. Nuoremman sukupolven Katainen, Niinistö ja Sinnemäki puolestaan sisällyttivät omiin blogeihinsa muualta verkosta, esimerkiksi Iltalehden blogista tai MTV3:n verkkosivuilta.²⁸⁴

Kommentointimahdollisuus löytyi asiantuntijoiden blogeista ainoastaan Niinistöltä ja Vahasalolta, muiden blogeissa yleisöllä ei ollut keinoa osallistua keskusteluun. Niinistön blogissa kommentointi oli melko vähäistä: ainoastaan maahanmuuttoa käsitellyt kirjoitus keräsi suuren määrän osallistujia. Tämän blogikirjoituksen kommenttiosiossa käytyyn keskusteluun myös Niinistö itse osallistui.²⁸⁵ Ainoa kerta tämän ohella, kun Niinistö itse osallistui mielipiteiden vaihtoon bloginsa lukijoiden kanssa, oli Polar-musiikkipalkintoa käsittelevän kirjoituksen tiimoilta.²⁸⁶ Muutoin Niinistön kirjoituksia ei joko kommentoitu tai jos kommentoitiin, hän ei vastannut saamiinsa kommentteihin. Vahasalon kirjoituksia kommentoitiin hieman useammin

²⁸³ Manninen 17.10.2009; 4.3.2010; 17.4.2010.

²⁸⁴ Esimerkiksi Kataisen 8.2.2010 blogissaan julkaisema kirjoitus oli alun perin MTV3:n verkkokolumnina 7.2.2010, Niinistön blogiteksti 25.2.2010 samana päivänä Iltalehden blogissa ja Sinnemäen blogikirjoitus 21.9.2009, *Kiinteistövero on kunnallisveroa alhaisempi*, MTV3:n nettisivuilla 18.9.2009.

²⁸⁵ Niinistö 25.2.2010.

²⁸⁶ Niinistö 1.9.2010.

kuin Niinistön, mutta ei silti kovin tiheästi: useimmat tekstit keräsivät kaksi tai kolme kommenttia. Vahasalolla oli selvästi vakiolukijoita, jotka kommentoivat useampaa artikkelia. Vahasalo myös osallistui itse keskusteluun useaan otteeseen: suurin osa niistä kirjoituksista, joita joku lukija vaivautui kommentoimaan, sai kommenttiosioon lyhyen vastauksen myös Vahasalolta itseltään. Kommentointimahdollisuuden yleisestä harvinaisuudesta voidaan tulkita, että asiantuntijaimagoon ei nähtävästi kuulu vahva vuorovaikutteisuus ja yleisön kanssa kommunikointiin heittäytyminen.

Asiantuntijaimagoa korostavissa blogeissa pyrittiin siis korostamaan kansanedustajasta kuvaa osaavana, aktiivisena ja asiallisiin kysymyksiin keskittyvänä ammattipoliitikkona. Suurin osa blogisisällöistä pyrki vetoamaan ennen kaikkea kognitiivisiin imagoelementteihin: kyse oli suurimmaksi osaksi informaation välittämisestä ja kansanedustajan luotettavuuden ja osaamisen korostamisesta valitun informaation tuella. Ulkopuolelta blogeihin kierrätetyt sisällöt olivat tärkeitä työkaluja asiantuntijaimagon muodostamisessa: niiden avulla pyrittiin todistamaan, että edustajan näkemyksiä arvostetaan laajasti myös muissa medioissa. Asiantuntijoiden blogikirjoituksille oli tyypillistä, että persoonallisen äänen ei annettu kuulua kuin vain paikoittain. Ydinajatus oli, että blogissa esiintyy asiantuntija, joka pohjaa olemuksensa poliittiseen asemaansa ja virallisen roolinsa mukaisiin tehtäviin.

3.2 Intohimopoliitikko

Seuraavaksi suurimman imagoryhmän asiantuntijoiden jälkeen muodostivat ”intohimopoliitikot”. Kuten asiantuntijoilla, myös intohimopoliitikoilla pääosa blogien sisällöstä käsitteli poliittisia ja yhteiskunnallisia aiheita, mutta tapa kirjoittaa niistä oli heittäytyvämpi ja henkilökohtaisempi. Intohimopoliitikot siis kävivät asiakysymyksiin kiinni rohkeasti omien persooniensa kautta. Myös ideologisuus ja esimerkiksi oppositio–hallitus -tyyppiset vastakkainasettelut tulivat intohimopoliitikoiden blogeissa selvästi esille. Heidän tekstinsä saattoivat myös sisältää syvällisempää pohdintaa yhteiskunnallisista arvoista, eli he menivät

toisinaan hieman ajankohtaisia päivänpoliittisia kysymyksiä pidemmälle. Intohimopoliitikotkin olivat selvästi asiantuntijoita, mutta heidän asiantuntijuutensa todisteena eivät olleet niinkään esimerkiksi matkakertomukset tai valiokuntaraportit kuin tarinat konkreettisesta henkilökohtaisesta osallistumisesta sekä väkevät mielipiteet persoonallisella äänellä kerrottuina. Intohimopoliitikko on siis enemmän maailmanparantaja kuin asiallisen etäinen uraparlamentaarikko.

Intohimopoliitikon imagoa välittäviä blogeja löytyi tarkastelujoukosta kuusi kappaletta: Janina Anderssonin, Paavo Arhinmäen, Tarja Filatovin, Annika Lapintien, Juha Rehulan ja Stefan Wallinin. Tässä joukossa jako hallituksen ja opposition välillä oli tasaväkinen: hallitusta edustivat vihreiden Andersson, keskustan Rehula ja RKP:n Wallin; oppositiota puolestaan vasemmistoliiton Arhinmäki ja Lapintie sekä SDP:n Filatov. Suurista puolueista intohimopoliitikkojen joukossa ei ollut ainuttakaan kokoomuksen edustajaa. Eduskuntakokemukseltaan tämä joukko oli yllättävän kaksijakoinen: neljä kuudesta, eli Andersson, Filatov, Lapintie ja Rehula istuivat eduskunnassa jo neljättä kautta, kun taas Arhinmäki ja Wallin olivat parlamentissa vasta ensimmäisellä kaudellaan. Intohimopoliitikoista ei siis löytynyt aivan vastaavia konkareita kuin asiantuntijaryhmän Martti Korhonen viidellä ja Kimmo Sasi seitsemällä kansanedustajakaudellaan, mutta keskimäärin intohimopoliitikot olivat eduskuntavuosissa jopa kokeneempia kuin asiantuntijat. Voidaan siis nähdä, että kokemus on yksi merkittävä tekijä tällaisen imagon muodostumisessa: aivan aloitteleva edustaja voisi tätä tyyliä yrittäessään vaikuttaa liian innokkaalta amatööritä, ellei hänellä sitten ole arvovaltaisena tukeaan puolueensa puheenjohtajuutta, kuten Arhinmäellä ja Wallinilla.

Intohimopoliitikon imagoa loi bloginsa kautta siis kaksi puoluejohtajaa (Arhinmäki ja Wallin), kaksi eduskuntaryhmän puheenjohtajaa (Filatov ja Lapintie) sekä kaksi valiokunnan puheenjohtajaa (Andersson ja Rehula). Virallisen aseman mukaiset roolit eivät kuitenkaan olleet intohimopoliitikoille yhtä tärkeitä kuin asiantuntijaimagoon keskittyneille kollegoilleen: esimerkiksi puoluejohtajista Arhinmäki esiintyi blogissaan aktiivisemmin helsinkiläisenä paikallispoliitikkona kuin puolueensa puheenjohtajana²⁸⁷ ja Wallin näytti toisinaan edustavan

²⁸⁷ Helsingin asioista Arhinmäki kirjoitti esimerkiksi 12.10.2009; 13.10.2009; 19.10.2009, *Pääkaupunkiseudun joukkoliikenteestä*; ja 18.1.2010.

pikemminkin koko ruotsinkielistä kansanosaa eikä ainoastaan RKP:tä puolueena. Juuri selkeiden ja tiukkojen roolien ylittäminen olikin ominaista intohimopoliitikoille: he pystyivät aiheesta riippuen asettumaan erilaisiin asemiin ja ottamaan kantaa monista erilaisista lähtökohdista käsin. Heidän kirjoituksensa olivat melko usein pakinanomaisia: he eivät piiloutuneet titteleidensä taakse, vaan antoivat henkilökohtaisen äänensä kuulua. Hetkittäin he jopa osoittivat kirjoituksensa suoraan yksittäisille vastaanottajille, kuten esimerkiksi Arhinmäki syyttäessään liikenneministeri Anu Vehviläistä naiiviksi²⁸⁸ tai Wallin puuttuessaan STT:n tekemisiin toimittajia nimeltä mainiten.²⁸⁹ Tällaiset tekniikat olivat yksi osa intohimopoliitikoille tyypillistä tapaa astua roolinsa rajojen ulkopuolelle ja kertoa tekevänsä hieman enemmän kuin tavalliselta kansanedustajalta ehkä voitaisiin odottaa. Intohimopoliitikkojen käyttämä kieli oli monesti räväkämpää ja eläväisempää kuin asiantuntijabloggaajilla ja he esittivät enemmän suoria ja kärkkäitä väittämiä. Kun puhdasta asiantuntijaimagoa korostaneet edustajat kirjoittivat enimmäkseen siitä, mitä oli jo tehty ja päätetty, intohimopoliitikot kohdistivat viestinsä enemmän siihen, mitä heidän mielestään *pitäisi* tehdä. Tämä ero selittyy osaksi sillä, että intohimopoliitikkoihin kuului asiantuntijoita enemmän opposition edustajia: on juuri oppositiolle tyypillistä esittää vaihtoehtoisia toimintamalleja ja kritisoida hallituksen päätöksiä vääränlaisiksi ja epäonnistuneiksi. Kaikki parannusehdotukset ja muutostoiveet eivät kuitenkaan olleet pelkkää hallituksen tekemisien mollaamista, vaan esimerkiksi Tarja Filatov esitti tarkemmin kohdistamattomia, yleisiä ehdotuksia esimerkiksi työelämän²⁹⁰ tai maahanmuuton käytäntöjen kehittämiseksi.²⁹¹

Eräs intohimopoliitikkoja asiantuntijoista erottava seikka oli myös se, että intohimopoliitikot eivät kierrättäneet muualla aiemmin julkaistuja sisältöjä blogeihinsa yhtä usein kuin asiantuntijaimagoa päällimmäisenä korostaneet kansanedustajat – tai eivät ainakaan maininneet tällaisesta, jos näin tekivätkin. Ainoastaan Paavo Arhinmäen blogissa oli kolme Kansan Uutisissa julkaistua kolumnia²⁹² sekä yksi Helsingin Sanomien yleisönosastossa julkaistu kommentti.²⁹³

²⁸⁸ Arhinmäki 11.12.2009.

²⁸⁹ Wallin 14.10.2009.

²⁹⁰ Filatov 3.3.2010, *OECD pyyhkeitä työurien pidentämisestä?*

²⁹¹ Filatov 21.3.2010, *Toiset ovat tasa-arvoisempia kuin toiset.*

²⁹² Arhinmäki 1.12.2009, *Ideologinen irtisanoutumisohjelma*; 24.12.2009; 26.3.2010.

Arhinmäen blogin kokonaissisällöstä nämä kirjoitukset muodostivat kuitenkin ainoastaan hyvin pienen osan. Intohimopoliitikoille ei siis ollut niin tärkeää todistella näkyvyyttään muissa medioissa, vaan pikemminkin keskittyä vaikuttamaan ja kommentoimaan juuri omien blogiensa kautta. Erilaisissa tilaisuuksissa pidettyjä puheita ja eduskunnassa tehtyjä kirjallisia kysymyksiä kuitenkin esiintyi aika ajoin näissäkin blogeissa tavallaan ulkopuolisina sisältöinä.²⁹⁴ Tämä kuitenkin sopii hyvin intohimopoliitikon imagon yleiseen linjaan: puhujavierailut arvokkaissa tilaisuuksissa tai kirjalliset kysymykset eduskunnassa ovat konkreettisia ja henkilökohtaisia toimia, jotka kertovat siitä, että edustaja on tiiviisti mukana monenlaisessa toiminnassa. Asiantuntijaimagolle oli tavallisempaa liittää blogeihin tekstejä muista medioista, mikä ei siis korosta samalla tavalla henkilökohtaisuutta, vaan ennemminkin laajempaa yleistä vaikutusvaltaa ja asiantuntemusta.

Yleisesti intohimopoliitikkojen imagokategoriaan kuuluvien edustajien blogit olivat puhtaammin blogimaisempia kuin asiantuntijaryhmäläisten. Vain Juha Rehula kirjoitti mietteitään viikoittain, kaikki muut tiheämpään tahtiin ja oikeaoppisessa blogimuodossa. Myös kommenttienjättömahdollisuus oli tällä ryhmällä yleisempi kuin asiantuntijoilla: ainoastaan Rehulan ja Wallinin blogeista kommentointimahdollisuus puuttui. Toisaalta niissä blogeissa, joissa kommentteja oli mahdollista jättää, lukijat eivät tätä mahdollisuutta kovin aktiivisesti käyttäneet. Anderssonin ja Filatovin kirjoituksissa kommenttien määrä vaihteli nollostakolmeen neljään ja Lapintie sai jokaiseen kirjoitukseensa keskimäärin kolme kommenttia. Joihinkin yksittäisiin aiheisiin tuli jokaisella hieman enemmänkin kommentteja. Arhinmäen blogissa kommentointi oli kaikista aktiivisinta: kommentteja oli useimmiten vähintään viisi yhtä blogikirjoitusta kohti ja keskustelu oli hyvin elävää. Filatov ei vastannut itselleen jätettyihin kommentteihin ja Lapintiekin teki näin vain hyvin harvoin. Arhinmäki vastasi lukijoilleen toisinaan, mutta suhteessa saamiensa kommenttien määrään vain melko harvoin. Andersson vastasi johdonmukaisesti suurimpaan osaan saamistaan kommentteista – tosin kuten todettua, hän sai niitä kohtalaisen vähän. Kommentoinnin salliminen ja kommentointiin

²⁹³ Arhinmäki 30.11.2009, *Työn jakaminen on oikeudenmukaista*.

²⁹⁴ Esimerkiksi Janina Andersson julkaisi blogissaan 20.10.2009, *Sadonkorjuujuhlassa Mynämäellä*, kaksi päivää aiemmin MTK-Mynämäen sadonkorjuujuhlassa pitämänsä puheen ja Arhinmäki lisäsi 14.12.2009, *Eläinsuojelulakia tiukennettava*, blogiinsa 10.12.2009 eduskunnalle jättämänsä kirjallisen kysymyksen tuotantoeläinten oloista.

vastaaminen oli silti keskimäärin intohimopoliitikoille tyypillisempää kuin asiantuntijoille. Koska intohimopoliitikon imago perustuu paljon juuri henkilökohtaiseen osallistumiseen ja oman persoonan esilletuontiin asiakysymysten yhteydessä, blogiin jätettyihin kommentteihin vastaaminen on kätevä keino vahvistaa tätä imagoa.

Intohimopoliitikon imagoa siis luotiin blogeissa lisäämällä kognitiivisten imagoelementtien sekaan tuntuva määrä myös affektiivisia ja konatiivisia elementtejä. Intohimopoliitikotkin keskittyivät ennen muuta politiikan asiakysymyksiin, mutta he pääsivät persoonallisen äänensä kuuluville asiantuntijoita vapaammin. Intohimopoliitikot eivät kiinnittyneet useimpien asiantuntijoiden tavoin virallisiin asemiinsa tai tehtävänkuviinsa liittyviin kysymyksiin, vaan ottivat kantaa laajemmalla skaalalla. He eivät juurikaan todistelleet kompetenssiaan kierrättämällä blogeissaan muissa medioissa aiemmin julkaistua materiaalia, vaan pitäytyivät useimmiten juuri blogeja varten luoduissa alkuperäissisällöissä. Intohimopoliitikon imagoa muodostaneille verkkoympäristö ja blogi olivat siis yhtä arvokkaita tai jopa arvokkaampia viestinnän areenoita kuin perinteiset mediat.

3.3 Etäinen tarkkailija

Kolmanneksi yleisin blogeista hahmottunut kansanedustajia kuvaava imagokategoria oli tarkkailija; asioita etäämmältä ihmettelevä pohdiskelija. Kun asiantuntijat ja intohimopoliitikot olivat kummatkin omilla tavoillaan aktiivisia vaikuttajia, tarkkailijat tyytyivät ennemmin vain kommentoimaan asioita, mutta eivät suoraan henkilökohtaisesti tekemään paljonkaan toiveidensa edistämiseksi. Blogikirjoitusten aiheiden johdonmukaisuuden suhteen tarkkailijat olivat lähempänä intohimopoliitikkoja kuin asiantuntijoita: heidänkin aihevalintansa olivat hyvin vaihtelevia ja he käsittelivät blogeissaan todella monipuolisia teemoja. He eivät kuitenkaan pistäneet persoonaansa likoon samalla tavalla kuin intohimopoliitikot, vaan enimmäkseen vain toivat aiheita lukijoidensa tietoon ilman, että olisivat kertoneet kovin suoraan tai värikkäästi, mitä mieltä he itse olivat. Tarkkailijat eivät kuitenkaan missään nimessä olleet toimettomia tai kyvyttömiä raukkoja.

Positiivisena puolena tarkkailijaimagossa on ehkä jopa tietynlainen valtiomiesmäisyys: kun ei olla itse heilumassa asiantuntijana tai intohimopoliitikkona kaikkien mahdollisten tapahtumien keskellä, voidaan antaa pohdiskelevampi ja arvokkaampi kuva itsestä. Tarkkailija on siis tavallaan älykäs ajattelija, joka ottaa ympäristönsä huomioon ja kommentoi sitä ehkä hieman muiden yläpuolelta.

Tarkkailijaimago oli päällimmäisenä neljässä blogissa: Bjarne Kalliksella, Arto Satosella, Erkki Tuomiojalla sekä Jutta Urpilaisella. Tämä ryhmä oli siis kokoonpanoltaan melko monipuolinen. Kristillisdemokraattien Kallis sekä SDP:n Tuomioja ja Urpilainen edustivat oppositiopuolueita; kokoomuksen Satonen ainoana hallituspuolueita. Kokemuksen suhteen ryhmä jakautui tasaisemmin. Kallis ja Tuomioja olivat erittäin kokeneita kansanedustajia: Kallis istui eduskunnassa viidettä ja Tuomioja jo kahdeksatta kauttaan. Sekä Satonen että Urpilainen puolestaan olivat vasta toisen kauden edustajia. Asemiensa osalta tarkkailijoiden joukko oli vaihteleva: Urpilainen oli puoluejohtaja, Kallis eduskuntaryhmän puheenjohtaja, ja Satonen ja Tuomioja valiokuntien puheenjohtajia. Tarkkailijaimagon luominen tai muodostuminen vaikuttaisi siis riippuvan enemmän edustajan omasta tyylistä ja valinnoista kuin esimerkiksi virallisesta roolista, kokemuksesta tai oppositioon tai hallitukseen sijoittumisesta.

Käytännön piirre tarkkailijaimagossa oli siis se, että aiheisiin ei otettu aktiivista ja toiminnallista kantaa asiantuntija-aseman tai oman persoonan kautta, vaan jäätiin tavallaan sitoutumattomaksi kysymysten suhteen. Tarkkailijoiden blogeissa ei kerrottu asiantuntijoille ominaisesti tulevista tai jo toteutetuista ratkaisuista eikä vaadittu intohimopoliitikkojen tyyliin muutosta ja tekoja henkilökohtaisella energisyydellä. Tarkkailijoille oli tyypillistä esittää toiveita sellaisille tahoille ja sellaisista kysymyksistä, joihin itsellä ei ole vaikutusmahdollisuuksia. Esimerkiksi Bjarne Kallis kirjoitti paheksuvaan sävyyn ruotsalaisten SEB-pankin sekä Ericssonin johtajien johtajille jaetuista bonuspalkkioista.²⁹⁵ Hän siis toi esille itseään vaivaavan asian ja ilmaisi närkästyksensä, mutta ei esittänyt ongelmaan minkäänlaista ratkaisua. Kallis vain kysyi retorisesti itseltään, eivätkö ahneus ja epäoikeudenmukaisuus koskaan loppu. Kysymysten ja toiveiden esittäminen ilman

²⁹⁵ Kallis 14.1.2010, *Ahneus ei ota loppuakseen*; 15.4.2010, *Ahneus ei loppu*.

vaatimusta tai mahdollisuutta vastauksesta olikin tavanomainen osa tarkkailijajaimagon rakentumisessa. Esimerkiksi Jutta Urpilainen olisi SDP:n puoluejohtajana voinut halutessaan asemoida itsensä intohimopoliitikkojen joukkoon esittämällä suoria ja kärkkäitä vaatimuksia hallitukselle, mutta esimerkiksi kysymyksessä SDP:n mahdollisesta roolista hallituksen apuna taloustilanteen parantamisessa hän tyytyi tarkkailijalle ominaisesti vain kohteliaasti toivomaan ja uskomaan, että SDP:lle voisi löytyä käyttöä.²⁹⁶ Kiihkeiden henkilökohtaisten kannanottojen välttäminen sellaiset mahdollistavissa aiheissa tai kokonaan muunlaisista aiheista kirjoittaminen voidaan negatiivisessa mielessä nähdä vastuun välttelynä tai näkemyksettömyytenä, mutta toisaalta positiivisesti kyse voi olla myös kyvystä tarkastella asioita akateemisesti eri puolilta ja ymmärtää, että täysin valmiita, mustavalkoisia totuuksia ei ole olemassa. Yleismaailmalliset pohdinnat esimerkiksi koulun roolista luokkayhteiskunnan erojen tasoittajana²⁹⁷ tai urheilun merkityksestä paikallisidentiteetille²⁹⁸ eivät kenties liity aivan suoraan tavallisen kansanedustajan päivittäiseen työkuvaan, mutta ne osoittavat, että edustaja kykenee analysoimaan yhteiskuntaa monipuolisesti juuttumatta liiaksi puolueensa tai asemansa mukaisiin käytäntöihin. Juuri tällainen laaja-alaisuus ja viileä analyttisyys saattavat tehdä tarkkailijajaimagostakin hyödyllisen ja haluttavan.

Kirjoitusaktiivisuudessa tarkkailijoiden ryhmään kuuluvien kansanedustajien käytös oli vaihtelevaa. Bjarne Kallis kirjoitti blogiinsa uusia tekstejä poikkeuksetta joka päivä ja oli täten kaikista aktiivisin ja tunnollisin kirjoittaja kaikista 24 tarkastellusta parlamentaarikosta. Myös Erkki Tuomioja oli tehokas kirjoittaja ja lisäsi sisältöä tasaisesti noin kolmen päivän välein. Satonen kirjoitti bloginsa otsikon mukaisesti ”Viikon varrelta” kerran viikossa, mutta Urpilaisen kirjoitustahti oli hyvin harvaa, vaikka blogi olikin otsikoitu ”Päiväkirjaksi”. Kirjoitusaktiivisuutensa puolesta Kallis ja Tuomioja olisivat sopineet hyvin intohimopoliitikkojen joukkoon, mutta he olivat selvästi valinneet tekstiensä aiheet ja tyylin sillä tavalla, että kokonaisuudesta muodostui harkittu kuva nimenomaan pohdiskelevasta, hieman vetäytyvästä tarkkailijasta. Satonen ja Urpilainen olivat päivitystahdiltaan puolestaan lähempänä asiantuntijoiden ryhmää: asiantuntijat kirjoittivat niin ikään kohtalaisen harvoin,

²⁹⁶ Urpilainen 14.3.2010, *Oppositio mukaan talouden pelastamistalkoisiin*.

²⁹⁷ Tuomioja 20.10.2009.

²⁹⁸ Satonen 20.3.2010, *Paikallisidentiteetti ja urheilu kuuluvat yhteen*.

mutta käyttivät vähäiset kirjoituskertansa tehokkaasti korostamaan omaa asiantuntijaimagoaan. Asiantuntijoilla harva päivitystahti saattoi siis olla jopa harkittu tehokeino, kun taas Satosen ja Urpilaisen kohdalla se tuntui enemmän sattumalta. Tarkkailijaimagon positiivisimmat piirteet, laaja-alainen pohdiskelu ja monipuolinen eri kysymysten analysointi toteutuivat paremmin tiiviimmin blogia kirjoittaneilla Kalliksella ja Tuomiojalla. Erityisesti Urpilainen olisi suurimman oppositiopuolueen vaikutusvaltaisena johtajana voinut kirjoittaa blogia useammin ja saada näin ajatuksiaan säännöllisesti esiin. Vasemmiston blogijohtajuudessa hän hävisi nyt selvästi vasemmistoliiton Arhinmäelle, joka kirjoitti aktiivisesti ja tunteella.

Tarkkailijoiden blogeissa ei laajalti kierrätetty materiaalia, jota olisi julkaistu jo aiemmin toisissa lähteissä. Ainoastaan Satonen julkaisi blogissaan yhden lehdistötiedotteen²⁹⁹, mutta muutoin kaikki pitäytyivät ainoastaan omaa blogia varten jo alun perin tarkoitetuissa sisällöissä tai ainakin olivat mainitsematta, jos tekstejä oli jo aiemmin käytetty jossain muualla. Tässä mielessä tarkkailijaryhmä oli lähempänä intohimopoliitikkoja kuin asiantuntijoita. Lukijakommenttien osalta tarkkailijoiden blogit puolestaan muistuttivat asiantuntijoiden blogeja siinä, että kommentointimahdollisuutta ei useimmissa ollut sallittu. Ainoastaan Satosen kirjoituksia oli mahdollista kommentoida, mutta useimpiin kirjoituksiinsa hän ei saanut kommentteja lainkaan ja enimmilläänkin vain pari kolme. Satonen ei myöskään itse vastannut kertaakaan hänelle lähetettyihin kommentteihin, vaikka kerran terveisiä jätti jopa kansanedustajakollega Tuula Väättäin.³⁰⁰ Tarkkailijat saivat siis pohtia aiheitaan, esittää retorisia kysymyksiään ja mietiskellä omiaan omassa rauhassaan, ilman lukijoiden häirintää.

Ryhmänä tarkkailijaimagon alle luokiteltavat blogit oli hieman vaikeammin määriteltävä kuin asiantuntijaimagoa korostaneet tai intohimopoliitikon imagoa rakentaneet. Kun sekä asiantuntijoiden että intohimopoliitikoiden kohdalla kyse oli selvästi siitä, mitä tehtiin, tarkkailijoita määritteli ehkä enemmän se, mitä ei tehty. Silti tarkkailijaimago ei itsessään ole huonompi tai epätoivottavampi kuin asiantuntijan tai intohimopoliitikon, vaan siinä on omat positiiviset puolensa.

²⁹⁹ Satonen 7.4.2010.

³⁰⁰ Satonen 4.9.2009, *Kapinasta/kansalaissodasta toipuminen oi niin kova asia, että siitä ei kevyesti (sic) leikkiä lasketa.*

Esimerkiksi juuri Erkki Tuomiojan blogi oli tyylikäs esimerkki siitä, miten kansanedustajan on etäisenä tarkkailijana mahdollista asemoitua kiinnostavia pohdintoja ja punnittua analyysiä tarjoavaksi tahoksi. Tarkkailijaimagon hyötypuoliin kuuluu myös se, että siinä ei korosteta omia tekemisiä ja saavutuksia samalla tavalla kuin asiantuntijoilla tai intohimopoliitikoilla. Suomalaiseen kulttuuriin kun kuuluu se, että liiallista omaan torveen puhaltamista ei aina arvosteta, vaan joissain tapauksissa myös hiljaisempia ja vetäytyvämpiä ihmisiä voidaan pitää itse asiassa viisaampina ja luotettavampina.

3.4 Inhimillinen tekijä

Neljättä imago-tyyppiä, joka tarkastelluista blogeista oli havaittavissa, voitaisiin kutsua inhimilliseksi tekijäksi. Inhimillisen tekijän imagossa ihmisyyden on hallitsevampi elementti kuin poliittisuus tai kansanedustajuus. Inhimillinen tekijä toki seuraa ja kommentoi politiikkaa ja yhteiskunnan tapahtumia, mutta tekee niin ennen kaikkea ihmisen näkökulmasta, eikä niinkään asiantuntijana tai päättäjänä. Asiantuntijuutta ja vaikuttajan rooliakaan ei tietenkään missään nimessä täysin hylätä, mutta se jää enemmän taustalle muiden piirteiden korostuessa. Inhimillisen tekijän blogikirjoituksissa oli päällimmäisenä henkilökohtainen ote ja hänen tekstinsä välittivät usein melko humaania suhtautumista asioita kohtaan. Kuten intohimopoliitikoilla, myös inhimillisillä tekijöillä kirjoituksissa korostuivat monesti tunteet, mutta hieman pehmeämmillä tavoilla – esimerkiksi tyrmistyneisyyttä tai suuttumusta ei ilmaistu yhtä voimakkaasti. Toisaalta inhimilliset tekijät olivat lähellä tarkkailijoita siinä mielessä, että hekin pohtivat monipuolisia asioita, mutta tarkkailijoiden tyyli oli etäisempi ja analyttisempi siinä missä inhimillisten tekijöiden mietinnät olivat henkilökohtaisempia.

Inhimillisen tekijän imago muodostui blogien perusteella kolmelle kansanedustajalle: SDP:n Susanna Huoviselle, kristillisdemokraattien Päivi Räsäselle sekä RKP:n Ulla-Maj Wideroosille. Tähän ryhmään kuului siis ainoastaan naisia. Hallitus – oppositio -linjalla inhimillisiä tekijöitä löytyi opposition riveistä kaksi (Huovinen ja Räsänen) ja hallituksen piiristä yksi (Wideroos). Aseman

perusteella joukosta löytyi kolmea eri roolia: Huovinen oli ympäristövaliokunnan johtaja, Räsänen puoluejohtaja ja Wideroos eduskuntaryhmän puheenjohtaja. Eduskuntakokemukseltaan ryhmä oli melko yhtenäinen: Huovinen oli kolmannen kauden kansanedustaja ja Räsänen sekä Wideroos puolestaan neljännen kauden edustajia. Kolmen edustajan kokoisena inhimillisten tekijöiden joukko on kuitenkin niin pieni, että suurempia yleistyksiä tästä ryhmästä on mahdotonta tehdä. Se, että kaikki sattuvat olemaan naisia, saattaa olla jonkinlainen trendi, mutta inhimillisen tekijän imagon ei silti voida sanoa olevan naisellinen stereotyyppi. Jaottelussa on kyse painotuseroista etenkin blogitekstien kirjoitustyyliin ja aihevalintojen kokonaistasapainon suhteen: vastaavaa tekstiä ja samankaltaisia elementtejä esiintyi toki miespuolistenkin parlamentaarikkojen kirjoituksissa, mutta suhteessa kokonaisuuteen ne painoutuivat heillä lopulta eri kategorioihin.

Tyypillistä rakennusainetta inhimillisen tekijän imagon muodostamisessa oli siis epäpoliittisten elementtien mukaan ottaminen blogikirjoituksiin tasaisella tahdilla. Esimerkiksi Päivi Räsänen ehti tarkastelujakson aikana ihastella lumentuloa³⁰¹, muistella lapsuudenkodissaan tarjoiltuja riistaherkkuja³⁰² sekä siteerata Lauri Viidan runoa.³⁰³ Hän myös toi esiin aiempaa ammattiaan lääkärinä käsittelemällä muutamaan otteeseen yleisiä terveydenhuollon kysymyksiä ja referoimalla lääketieteellisiä tutkimuksia.³⁰⁴ Tällainen on selvä keino tuoda esiin sitä, että kirjoittaja on muutakin kuin vain poliitikko: vanha siviiliammattikaan ei ole unohtunut. Ulla-Maj Wideroos puolestaan linjasi itseään inhimillisten tekijöiden joukkoon ennen kaikkea yleisellä kirjoitustyyllillään: kaikki hänen blogitekstinsä olivat hyvin lyhyitä, muutaman rivin mittaisia, ja ne oli kirjoitettu usein epämuodollista puhekieltä käyttäen. Wideroosin blogi oli kuin päiväkirja hänen tunteistaan: tekstien otsikkona saattoi olla esimerkiksi ”*Glad idag!*” tai ”*Grrrrr....*” ja otsikoiden alta selvisi lyhyesti esimerkiksi, että Wideroos oli iloinen Porvoon uuden piispan valinnasta³⁰⁵ tai murisi paheksuvasti perintöveron nostolle.³⁰⁶ Inhimilliselle tekijälle ominaisesti Wideroos siis käsitteli asiapitoisiakin aiheitaan

³⁰¹ Räsänen 13.10.2009.

³⁰² Räsänen 17.10.2009, *Riista on ekologista lähiruokaa*.

³⁰³ Räsänen 11.4.2010, *Pohjan satakieli*.

³⁰⁴ Räsänen 12.1.2010, *Mustaihoisilla maahanmuuttajilla erityinen tarve D-vitamiinilisälle; 17.1.2010, Kun mieli sairastuu; 14.4.2010, Tehokkaita lääkkeitä (sic) jätetty ilman kela-korvausta*.

³⁰⁵ Wideroos 16.9.2009, *Ibland behöver...*

³⁰⁶ Wideroos 16.12.2009, *Grrrrr....*

omien tunnelmiensa ja henkilökohtaisten lähtökohtiensa kautta, eikä mennyt perusteluissaan tai analyysiseissään kovin syvälle.

Kuten sanottua, blogit ovat imagonrakennuksen kokonaisuudessa vain yksi kanava ja väline. On mahdollista, että itselleen inhimillisen tekijän imagoa blogeissa sovitelleet edustajat korostavat imagostaan toisenlaisia puolia toisissa medioissa. Blogeissa esiintyneistä eri imagotyypeistä inhimillisen tekijän imago tuntui silti ainakin päällepäin ehkä kaikista sattumanvaraisimmin muodostuneelta, mutta toisaalta myös aidoimmalta. Esimerkiksi Wideroosin lyhyistä purskahduksista välittyi sellainen tunnelma, että hän kirjoitti elämästään liiemmin miettimättä ja antoi aidon oman itsensä näkyä myös blogissaan. Susanna Huovinen puolestaan yritti viedä imagoaan toisenlaiseen suuntaan: hän väitti eräässä kirjoituksessaan tekevänsä harvinaisen poikkeuksen kommentoimalla perhe-elämäänsä, vaikka hänen bloginsa yleensä ”*pitäytyykin työhön liittyvien asioiden havainnoinnissa ja kommentoinnissa.*”³⁰⁷ Omasta väitteestään huolimatta Huovinen kuitenkin kirjoitti tarkastelujakson aikana työhön suoraan liittymättömistä asioista useaan otteeseen³⁰⁸ ja esiintyi blogisivunsa ylälaidan kuvassa lapsen kanssa. Myös suoraan työhön liittyvissä asioissa Huovisella oli inhimilliselle tekijälle sopiva omakohtainen ote: muiden muassa matkaraportit Kööpenhaminan ilmastokokouksesta³⁰⁹ sisälsivät runsaasti kuvausta varsinaisen aiheen ympäriltä, esimerkiksi ihmettelyä Ranskan presidentin Nicolas Sarkozyn vauhdikkaasta elekielestä.³¹⁰ Korostamalla kirjoittavansa ei-poliittisista asioista vain poikkeuksellisesti Huovinen siis pyrki nostamaan itsestään esiin toisenlaisia piirteitä kuin sellaisia, jotka kuitenkin päällimmäisinä välittyivät hänen blogitekstiensä kautta.

Inhimillisten tekijöiden blogeissa ei esiintynyt lainkaan muualla aiemmin julkaistuja sisältöjä. Tämä oli omiaan korostamaan sitä, että blogit olivat tälle ryhmälle ennen kaikkea henkilölähtöisiä viestintävälineitä, eikä niissä ollut tarvetta kierrättää materiaalia, joka olisi muualtakin saatavilla. Blogit eivät siis olleet inhimillisille

³⁰⁷ Huovinen 11.10.2009.

³⁰⁸ Huovinen esimerkiksi 5.1.2010; 11.1.2010, *Tempputohtorilla ei tauti tokene*; 20.1.2010; 8.3.2010.

³⁰⁹ Huovinen 15.12.2009, *Tiistai: Terveisiä Kööpenhaminasta nro 1.*; 16.12.2009, *Keskiviikko: Terveisiä Koopenhaminasta 2.* (sic); 17.12.2009a, *Torstai: Terveisiä Kööpenhaminasta 3.*; 17.12.2009b, *Torstai-ilta: Terveisiä Koopenhaminasta 4.* (sic); 20.12.2009, *Kööpenhamina oli mahalasku.*

³¹⁰ Huovinen 17.12.2009b

tekijöille näyteikkunoita ja todistekappaleita omasta aktiivisuudesta tai osaamisesta, vaan pikemminkin väyliä purkaa omia tunteja ja merkitä ylös omia tunnelmia. Kommentoinnin suhteen inhimillisten tekijöiden joukko oli kaikkein avoin – ainakin teoriassa. Räsänen ja Wideroos sallivat kommentoinnin ja Huovinenkin päätti jokaisen kirjoituksensa toistuvasti fraasilla ”*Otan mielelläni vastaan kommentteja ja vastaväitteitä.*” Paradoksaalisesti Huovisen blogikirjoitusten yhteydessä ei kuitenkaan ollut tavanomaista kommenttilinkkiä eikä mahdollisesti esimerkiksi sähköpostin kautta saapuneita kommentteja ollut lukijoille nähtävissä. Räsänen kirjoitukset saivat pääsääntöisesti 3-5 kommenttia ja Räsänen itsekin vastasi kommentteihin toisinaan. Tosin suuri osa Räsäselle tulleista kommentteista oli yhdeltä ja samalta lukijalta: nimimerkki ”heikki” jaksoi kommentoida lähes jokaista kirjoitusta. Wideroosin blogissa kansanedustajan oma, tiivis ja napakka kirjoitustyyli selvästi innoitti lukijoita kommentointiin, sillä sai blogiteksteihinsä tasaisesti suuren määrän vastauksia; parhaimmillaan jopa 67 kappaletta vaalirahoituksesta kirjoittaessaan.³¹¹ Wideroos myös osallistui keskusteluun säännöllisesti itse. Inhimillisen tekijän imagoon sopiikin hyvin dialogiin antautuminen yleisön kanssa: vastavuoroisuus korostaa tähän imagokategoriaan kuuluvan edustajan läheisyyttä muihin ihmisiin.

Inhimillisten tekijöiden imagoryhmä oli siis tässä tarkastelussa melko pieni, joten suuria yleistyksiä on vältettävä. Oli kuitenkin mahdollista huomata, että aihe-, tyyli- ja kielivalinnoilla oli mahdollista muodostaa erottuva ja kohtalaisen pehmeä imago, joka vaikuttaa mahdollisesti aidommalta ja luonnollisemmalta kuin esimerkiksi tiukka asiantuntijuus tai etäisen analyttinen tarkkailijaimago. Inhimillisten tekijöiden blogien aiheet eivät valtavasti poikenneet muidenkaan imagoryhmien edustajien aiheista, mutta tapa, jolla aiheita käsiteltiin, oli henkilökohtaisempi ja ihmisläheisempi. Voidaan siis sanoa, että affektiiviset imagoelementit korostuivat näissä blogeissa. Blogi on potentiaalisesti kätevä väline inhimillisen tekijän imagon luomiseen: pienillä painotuseroilla on mahdollista nostaa esiin vaihtoehtoisia näkemyksiä ja suhtautumistapoja erilaisiin kysymyksiin. Inhimillinen tekijä ei tuomitse ja kritisoi kärkkäästi kuin intohimopoliitikko eikä pohdi etäisesti kuin tarkkailija, vaan yhdistää näiden imagotyyppien parhaita puolia itselleen

³¹¹ Wideroos 30.9.2009, *Ord mot ord!*

luontevimmalla tavalla. Lisäämällä joukkoon henkilökohtaisia elementtejä, esimerkiksi tunnelmien käsittelyä tai perheestä kertomista, inhimillinen tekijä tuo esille jotain, jota muilla ei ole ainakaan juuri samanlaisena: oman itsensä.

3.5 Yksinäinen susi

Viimeisen imagokategorian muodostavat yksinäiset sudet. Yksinäinen susi on kovaan ääneen omia näkökantojaan puolustava toisinajattelija, joka seuraa rohkeasti vain ja ainoastaan omia periaatteitaan eikä välitä politiikan valtavirran arvostuksista. Viestintätavoiltaan yksinäiset sudet muistuttivat osin intohimopoliitikkoja ja osin asiantuntijoita. Heidän viesteissään kuului vahva henkilökohtainen lataus ja he laittoivat itsensä täysillä likoon valitsemisissaan kysymyksissä, kuten intohimopoliitikotkin tekivät. Samaan tapaan kuin asiantuntijat, yksinäiset sudet keräsivät blogeihinsa runsaasti todisteita omasta aktiivisuudestaan ja osaamisestaan, ja varmistivat näin, että yleisölle tuli selväksi heidän tarpeellisuutensa ja pätevyytensä. Kaiken tämän yksinäiset sudet tekivät kuitenkin paljon räväkämmin sävyin kuin intohimopoliitikot tai asiantuntijat: he olivat kuin henkilökohtaisella ristiretkellä, jonka tärkeyden he toivoisivat muidenkin ymmärtävän, mutta jonka tiimellyksessä he eivät suuremmin välittäneet, jos he ärsyttivät tai suututtivat muita ja saivat itselleen näin mahdollisesti uusia vihollisia.

Yksinäisten susien imagoryhmä muodostui tässä tutkimuksessa tarkasteltujen blogien perusteella melko pieneksi: siihen kuuluivat ainoastaan SDP:n Jouko Skinnari ja perussuomalaisten Timo Soini. Skinnari johti eduskunnan talousvaliokuntaa ja Soini toimi perussuomalaisten puheenjohtajana sekä myös europarlamentaarikkona. Tässä tapauksessa Soini oli poikkeus tarkastelujoukossa: hän oli joukon ainoa, joka ei ollut kansanedustaja, mutta hänen ”plokinsa”³¹² oli mukana tutkimuksessa siksi, että hän oli eduskuntapuolueen puheenjohtaja. On siis jokseenkin loogista, että Soini asemoitui bloginsa kautta imagoltaan yksinäiseksi sudeksi, sillä hän todellakin tarkasteli kotimaanpolitiikkaa ulkopuolisena. Kuten kuitenkin näemme, yksinäisen suden imagoon kuuluu muutakin kuin vain

³¹² Soinin blogin otsikko oli ”Timon plokki”. Hän kirjoitti myös erillistä ”Europlokia”, joka ei kuitenkaan ollut mukana tässä tarkastelussa.

ulkopuolisuus ja Soini toteutti bloginsa perusteella muitakin yksinäisen suden imagon osia. Yhteistä Skinnarilla ja Soinilla oli sen verran, että kumpikin edusti oppositiopuoluetta. Eduskuntakokemukseltaan Skinnari oli Soinia paljon kokeneempi: Skinnari oli ehtinyt toimia eduskunnassa jo kahdeksatta kautta, kun Soini taas oli poistunut kotimaisesta eduskunnasta Brysseliin kesken toisen kansanedustajakautensa.

Kuten todettua, Skinnari ja Soini olivat imagoiltaan melko lähellä varsinkin intohimopoliitikkoja. Intohimopoliitikkojen blogeista puuttui kuitenkin samanlainen omien sankaritekojen häpeilemätönkin korostaminen, jossa etenkin Skinnari kunnostautui useita kertoja. Skinnari esimerkiksi sattui olemaan lomamatkalla Dominikaanisessa tasavallassa tammikuussa 2010, kun naapurivaltio Haitissa sattui tuhoisa maanjäristys. Maanjäristyksestä kirjoittaessaan Skinnari kuitenkin jätti yleismaailmallisemmat pohdinnat ja analyysit sivummalle ja keskittyi ennen kaikkea oman tärkeytensä korostamiseen. Hän korosti olevansa eduskunnan Keski-Amerikan ystävyysryhmän puheenjohtaja ja kertoi ylpeänä, miten pääsi pelastustoimien keskellä tapaamaan sekä Haitin että Dominikaanisen tasavallan senaattien puhemiehiä. Skinnari myös kehuskeli, miten Dominikaanisen tasavallan valtiovarainministeri kiitteli hänen ”*puhuvan tärkeitä asioita ja hyvin.*” Tällaisista kiitoksista ylpeänä Skinnari kertoi itsetuntonsa kohonneen ja harmitteli lisäksi, ettei ole profeetta omalla maallaan, eli että Suomessa hänen viisauttaan ei ymmärretä yhtä hyvin.³¹³ Muutenkin juuri ulkomaanmatkat tarjosivat Skinnarille mainioita tilaisuuksia korostaa henkilökohtaista tärkeyttään: esimerkiksi blogikirjoituksessaan eduskunnan parlamenttivaltuuskunnan matkasta Kiinaan ja Etelä-Koreaan Skinnari poseeraa lukuisissa kuvissa arvokkaan näköisissä ympäristöissä muiden muassa eduskunnan puhemies Sauli Niinistön sekä kiinalaisen Xianin kaupungin johtohenkilöiden kanssa.³¹⁴

Myös kotimaiseen politiikkaan liittyviä aiheita käsitellessään Skinnari nosti useissa kysymyksissä oman roolinsa ja omat mielipiteensä kaikista tärkeimmiksi: hän esimerkiksi kirjoitti kokonaisen artikkelin otsikolla ”*Porvarihallitus Skinnarin*

³¹³ Skinnari 17.1.2010.

³¹⁴ Skinnari 6.4.2010.

linjoille”³¹⁵ ja ilmoitti tiedotteessa erostaan lääkeyhtiö Ortonin hallituksesta ajaututtuaan ”ristiriitaan Ortonin hallituksen enemmistön kanssa” Heinolan Reumasairaalan lakkauttamispäätökseen liittyen.³¹⁶ Hänen kirjoituksissaan oli usein hyvin haastava sävy ja hän esiintyi mielellään yksinäisenä sankarina, joka nousee puolustamaan hyviä asioita pahaa enemmistöä vastaan -- esimerkiksi referoimalla blogissaan eduskunnassa pitämäänsä puheenvuoroa otsikolla ”Skinnari eduskunnassa Finnair-asialla”.³¹⁷ Itsestään kolmannessa persoonassa puhuminen saattaa tietysti olla merkki siitä, että Skinnarin blogia päivittää hänen itsensä lisäksi myös esimerkiksi hänen avustajansa tai muu taustaryhmänsä, mutta joka tapauksessa keino oli omiaan rakentamaan Skinnarista kuvaa yksinäisenä urheana ritarina. Tiedotteiden julkaiseminen ja omien puheiden referointi kolmannessa persoonassa olivat elementtejä, joita esiintyi myös asiantuntijaimagoa luoneiden edustajien blogeissa, mutta heillä nämä olivat suhteessa kokonaisuuteen vähäisempiä kuin Skinnarilla.

Soinin blogikirjoitukset tiivistivät hänen johtamansa puolueen yleistä, ristiriitoja esiin tuovaa linjaa ja loivat samalla Soinista itsestään kuvaa omapäisenä ja omillaan pärjäävänä poliitikkona. Jo bloginsa kuvamateriaalissa Soini korosti erilaisuuttaan ja sitä, miten hän ei miellytä politiikan eliittiä. Blogin ylälaidasta esimerkiksi löytyi kuva, jossa kypäräpäinen Soini seisoj keltaiset huomioliivit yllään pimeässä tilassa ja jonka alla luki ”Timo maan uumenissa, TVO Olkiluodossa, loppusijoituspaikassa, mutta ei loppusijoitettuna, vaikka vanhat puolueet sitä niin toivoisivatkin”. Sivussa puolestaan oli videoon linkkaava kuva Soinista kylttejä kanniskelevien mielenosoittajien edessä. Tämän kuvatekstissä kerrottiin, miten ”MEPisi Timo Soini ei pelkää mielenosoittajia. Meni oma-aloitteisesti haastamaan masinoidut mielenosoittajat.” Kuvienkin kautta Soini siis osoitti taistelevansa rohkeasti kaikkia mahdollisia tahoja vastaan. Varsinaisissa blogikirjoituksissa hän haastoi toistuvasti ”vanhojen puolueiden” hegemoniaa ja toi esille perussuomalaisten – eli ennen kaikkea oman itsensä – järkevämpiä ja osaavampia kantoja. Soini lähti rakentamaan omaa vastahankaisuuttaan historian kautta: hän kertoi opiskelleensa 1980-luvulla ”rauhanmarssien kulta-aikana”, mutta kieltäytyneensä ottamasta niihin osaa ja

³¹⁵ Skinnari 27.11.2009.

³¹⁶ Skinnari 19.4.2010.

³¹⁷ Skinnari 16.12.2009, Skinnari eduskunnassa Finnair-asialla.

samasti EU:n nykyisen roolin Neuvostoliiton tuolloiseen asemaan.³¹⁸ Kunniansa Soinin kynästä saivat kuulla RKP:n ”ankkalamikkokäytännöt”³¹⁹, ”näennäispuolue SDP”³²⁰, ”rappiota tukevat” Vihreät³²¹ ja käytännössä kaikki mahdolliset Soinin perussuomalaisten poliittiset kilpailijat. Soini siis ilmaisi hyvin suoraan kunnioittavansa vain ja ainoastaan omaa linjaansa ja ajattelevansa, että kaikki muut paitsi hän itse ja hänen oma puolueensa ovat yksinkertaisesti väärässä oikeastaan missä tahansa kysymyksissä.

Riidan haastamisen ja erojen tekemisen lisäksi Soini muodosti omaa imagoaan yksinäisenä sutena myös kertomalla ajatuksiaan puoluejohtajan elämästä. Hän esimerkiksi listasi ominaisuuksia, joita hyvältä puoluejohtajalta vaaditaan. Soinin mukaan puoluejohtajan täytyy olla samanaikaisesti sekä lempeä että luja ja uskaltaa tehdä asioita oman päänsä mukaan. ”Puoluejohtajan osa on pääosa. Usein vielä *written and directed by.*”, Soini tarkensi.³²² Vuoden 2009 viimeisessä blogikirjoituksessa Soini myös teki ennustuksia tulevalle vuodelle ja yksi niistä kuului: ”Eduskuntavaalien lähestyminen korostaa entisestään puolueiden puheenjohtajien roolia. Eiköhän siinä kisassa pärjätä.”³²³ Toisessa kirjoituksessa Soini puolestaan reflektoi 31-vuotista kokemustaan politiikassa ja ilmoitti surevansa sitä, että muilta poliitikoilta ei löydy näkemystä samalla tavalla kuin häneltä itseltään on löytynyt sitä jo 11 323 päivän ajan.³²⁴ Sen lisäksi, että Soini asettui vastavirtaan poliittisten kysymysten kuten esimerkiksi EU:n suhteen, hän siis asemoi itsensä ainutlaatuiseksi ja muista eroavaksi myös henkilökohtaisten ominaisuuksien osalta.

Blogin päivitysaktiivisuudessa Soini oli yksinäisistä susista Skinnaria tehokkaampi: Soini kirjoitti blogiaan noin kolme kertaa viikossa, kun taas Skinnari teki päivityksiä vain kerran viikossa tai usein harvemmin. Kommenttienjättömahdollisuutta ei kummankaan blogissa ollut. Tämä voisi tukea oletusta, jonka mukaan yksinäisen suden imagoon kuuluu jollain tapaa itseriittoisuus ja omapäisyys: yksinäiset sudet eivätkä niinkään välitä yleisön mielipiteistä tai sitten he ovat kontaktissa yleisöön

³¹⁸ Soini 4.10.2009.

³¹⁹ Soini 10.10.2009, *Den är ju Fonden.*

³²⁰ Soini 13.10.2009.

³²¹ Soini 14.4.2010.

³²² Soini 28.12.2009.

³²³ Soini 30.12.2009, *Uusi vuosi tuo isoja muutoksia.*

³²⁴ Soini 27.3.2010.

muilla tavoin kuin blogien kautta, esimerkiksi aktiivisesti kenttää kiertämällä ja ihmisiä tapaamalla.

Kahdella yksinäisellä sudella ei siis ollut keskenään kovinkaan paljon yhteistä, mutta kummankin blogeissa oli samankaltaisia elementtejä. Kumpikin pyrki luomaan itselleen imagoa reippaana ja toimeen tiiviisti tarttuvana tekijänä, joka ei turhaan kumartele vakiintuneita eliittejä eikä aina toimi kaavojen mukaan. Kummakin blogista välittyi tuntemus, että he olivat jokseenkin väärinymmärrettyjä ja että suuri yleisö ja valtamedia eivät ole tajunneet heidän arvoaan. Siinä missä intohimopoliitikot pyrkivät kuitenkin toimimaan osana politiikan peruskokonaisuuksia vaikka tekivätkin sen omia persooniaan korostaen, yksinäiset sudet korostivat noudattavansa omia periaatteitaan ja toimivansa tavallisten eliittien ulkopuolella. He eivät pelänneet vihollisiaan ja jopa hakivat konfliktia tahallaan, jotta saisivat näkökantansa vielä räväkämmin esille. Yksinäisissä susissa oli myös vahvasti asiantuntijaimagon piirteitä, mutta kun asiantuntijat korostivat omia saavutuksiaan konkreettisten todisteiden kautta ja melko usein puoluetustaansa nojaten, yksinäisten susien saavutukset näyttäytyivät hieman epämääräisemmin hahmotettavina ja enemmän yksilöllisten suoritusten kautta saavutettuina.

4. Yhteenvetoa tutkimuksesta ja pohjaa jatkotutkimukselle

Johdantoluvussa määritellyn tavoitteen mukaisesti tämän tutkimuksen pyrkimyksenä oli selvittää, millaisia imagonrakennustekniikoita suomalaiset eturivin poliitikot käyttivät blogeissaan ja millaisia imagotyyppejä heille blogien perusteella muodostui. Tutkimuskysymyksen taustalla oli sotienjälkeisten vuosikymmenten trendi, jonka mukaan imagojen merkitys on noussut politiikassa alati tärkeämmäksi osaksi yksittäisten poliitikkojen menestystä sekä yleisempää poliittista diskurssia ja toimintaa. 2000-luvun ensimmäisenä vuosikymmenenä vauhdittunut kotimaisten poliitikkojen blogiaktiivisuus ja blogisisältöjen näkyvyys myös perinteisessä mediassa olivat kysymyksenasettelun toisena tärkeänä osana. Imagojen merkityksen kasvu sekä blogien nouseminen poliitikkojen tärkeäksi viestintäkanavaksi tarjosivat hyvän mahdollisuuden tarkastella sitä, miten imagonrakennus ja blogiviestintä nivoutuvat yhteen. Tarkastelun välineinä olivat laadulliseen sisällönanalyysiin pohjaavat menetelmät, erityisesti retoriikan sekä semioottisten erottelujen analyysi. Näiden menetelmien avulla blogitekstien kokonaisuudesta nostettiin esille laajempia, toistuvia teemoja, jotka edustivat imagonmuodostusprosessin eri osia.

4.1 Varovaista ja riskitöntä imagonmuodostamista

Niin imagonrakennustekniikoita kuin imagonrakennuksen tuloksiakin tarkasteltaessa oli huomattavaa tietynlainen varovaisuus ja riskittömyys. Imagonrakennuksen elementtejä käytettiin usein melko hillitysti: ne eivät nousseet erillisinä tai irrallisina asiasisältöjen ohi, vaan niitä sisällytettiin tiiviisti asia-aiheiden yhteyteen. Nimmon jaottelun mukaisesti blogeissa korostettiin siis eniten kognitiivisia imagoelementtejä eli pyrittiin muodostamaan imagoa ennen kaikkea informaation välittämisen kautta. Affektiivisia eli tunteisiin liittyviä sekä konatiivisia eli toimintaa koskevia imagoelementtejä löytyi myös, mutta kokonaisuudessa ne jäivät sivuosaan. Tällainen tyyli, jossa varotaan liiallista imagotekijöiden tyrkyttämistä varsinaisen sisällön

kustannuksella, vaikuttaa luonnolliselta ja toimivalta ja sopii viestinnällisesti hyvin blogiympäristöön.

Imagonrakennustekniikoiden osalta havaittiin, että oman roolin kiinteää määrittelyä välteltiin. Edustajat eivät blogeissaan halunneet esiintyä liikaa jonkin tietyn roolin tai aseman kautta, vaan jättivät ne joko avoimiksi tai monitahoisiksi. Liiallista yhteen asemaan lukkiutumista välttämällä oli mahdollista näyttäytyä samaan aikaan esimerkiksi paikallispoliitikkona, valiokuntajohtajana tai jopa politiikasta jollain tapaa erillisenä henkilönä. Korostamalla blogissa useita erilaisia rooleja tai välttämällä roolien korostamista kokonaan, imago saatiin tältä osin jätettyä avoimeksi useille erilaisille tulkinnoille, jotka eivät rajanneet liikaa edustajan toimintamahdollisuuksia vaihtelevien aiheiden käsittelyn tai vaihtelevien yleisöjen edessä esiintymisen suhteen.

Samaa varovaisuutta ja liian kiinteiden rajausten välttelyä esiintyi myös tavoissa, joilla blogeissa määriteltiin niiden oletettuja yleisöjä. Ainoastaan ruotsinkieliset Stefan Wallin ja Ulla-Maj Wideroos tekivät blogeissaan konkreettisen ja selvästi rajaavan yleisönmäärityksen kirjoittamalla bloginsa ainoastaan ruotsiksi, jolloin ne oli enimmäkseen suunnattu ruotsinkieliselle kansanosalle. Toisaalta suomen käyttäminen blogin kielenä voisi olla RKP:n edustajille jo periaatteellinen virhe ja vääryys: puolueen identiteettiinhän kuuluu erottamattoman olennaisesti vaatimus ruotsin kielen tasavertaisesta asemasta Suomessa. Muut kirjoittajat eivät kielivalinnoilla eivätkä useimmiten millään muillakaan tavoilla ilmoittaneet, keitä he odottivat yleisönsä olevan vaan yleisön määrittelyä suorastaan välteltiin. Jos jonkinlaista määrittelyä tehtiin, oli se tavallisesti hyvin epämääräistä ja tarkentamatonta: yleisöksi valittiin usein epämääräisesti ja häilyväisesti esimerkiksi ”suomalaiset” tai ”ihmiset”. Tarkkaa suuntautumista rajattuja yleisöryhmiä kohtaan siis vältettiin ja jätettiin melko avoimeksi se, keitä blogeilla tavoiteltiin. Yleisön määrittelyn osalta blogit näyttäytyivät kansanedustajille kuin minä tahansa joukkotiedotusvälineinä: mahdollista oli, että blogia lukee käytännössä kuka tahansa. Sanomaa ei kohdennettu esimerkiksi vain oman puolueen kannattajille tai tietyille ikäryhmille, vaan vastaanotto haluttiin pitää hyvin avoimena. Oman vaalipiirin asioista kirjoittaminen oli ainoa keino, jolla osoitettiin, että blogi voi olla tarkoitettu ennen kaikkea juuri omalle äänestäjäkunnalle. Paikallisetkin asiat kuitenkin

nostettiin hyvin usein tärkeydessä valtakunnalliselle tasolle, joten niillä koettiin olevan myös laajempaa merkitystä.

Henkilökohtaisia ominaisuuksia ja piirteitä korostettaessa ja eriteltäessä jatkui sama varovainen linja. Useimmilla tyypillisillä ”ihannepoliitikon” ominaisuuksilla ei kerskailtu, eikä esimerkiksi rehellisyyttä tai kokemusta useinkaan korostettu erikseen. Edustajaan liittyvistä ominaisuuksista ylitse muiden nousi selvästi ahkeruus ja aktiivisuus, jotka nekin esitettiin ennen kaikkea kiireen kautta. Ei siis ollut yleistä vain väittää olevansa ahkera ja aikaansaava poliitikko, vaan sen tueksi tuotiin usein todisteluja poliitikon arkeen kuuluvasta kiireestä ja ahkeruus esitettiin tätä kautta tavallaan hieman vähättelevässä valossa. Toinen nimenomaan tekojen kautta esille nostettu henkilökohtainen ominaisuus oli empatian kyky ja heikossa asemassa olevista ihmisistä välittäminen. Myös tätä esiteltiin konkreettisten esimerkkien kautta eikä ainoastaan irrallisina retorisina lausahduksina. Ahkeruuden ja empatiakyvyn voidaan nähdä olevan melko riskittömiä ja sopivan laajoja ominaisuuksia, joiden korostaminen varsinkin näin hillityin tavoin oli jälleen johdonmukaisesti linjassa varovaisen ja konkreettiseen pohjaavan imagonrakennustoiminnan kanssa.

Sama tyyli päti myös lupauksen tekemisessä ja niiden toteutumisesta kertomisessa. Yksittäisen edustajan olisi ollut mahdollista saada itselleen näillä imagonrakennuselementeillä henkilökohtaista kunniaa ja arvostusta, mutta enimmäkseen lupauksia tehtiin varovaisesti oman puolueen nimissä eikä yksittäisenä toimijana. Myös lupauksen toteutumisesta kertomisessa yleisintä oli kertoa oman puolueen – tai hallituksen edustajien kohdalla koko hallituksen – aikaansaannoksista. Omien tavoitteiden ja saavutusten korostaminen jäi siis syrjään laajemmille ryhmille solidaarisesti tunnustusta jaettaessa. Tämä on varmasti kuvaavaa käytännön poliittisesta toiminnasta, jossa yksittäisen poliitikon vaikutusmahdollisuudet ovat vähäiset verrattuna esimerkiksi kokonaisten puolueiden tai hallitusmuodostelmien resursseihin. Imagonrakennuksenkaan vuoksi ei oltu valmiita eroamaan käytännön realismista, vaan sekä lupaukset että saavutukset tuotiin riskittömästi esille ryhmien kautta, ottamatta liikaa vastuuta tai kunniaa itselle.

Historian tapahtumien ja henkilöiden liittäminen osaksi edustajan henkilökohtaista tai hänen edustamansa puolueen olemusta toimi myös imagonrakennustekniikkana.

Historiaan viittaamalla oli mahdollista tuoda esiin omia arvoja sekä näkemyksiä myös tulevaisuuden suhteen. Näiden imagonrakennuselementtien osalta muutama yksittäinen kansanedustaja esitti jopa rohkeitakin toimia: esimerkiksi Jutta Urpilainen samasti itsensä K. A. Fagerholmiin ja Jouko Skinnari liitti omiin matkakertomuksiinsa Mannerheimin Aasian-retkien myyttisyyttä. Nämä henkilökohtaisesti omaan itseen yhdistettävät historiaviittaukset olivat blogeissa kuitenkin vähemmistössä. Useimmiten historia esiintyi laajoihin kansallisiin kokemuksiin, kuten talvisotaan tai 1990-luvun lamaan liittyen ja sitä käytettiin pohjustamaan edustajan esittämiä tulevaisuudessa tarvittavia toimenpiteitä ja vaihtoehtoja.

Suorien historiaviittausten ohella blogeissa esiintyi myös yleisempää suhtautumisen määrittelyä ajallisen jatkuvuuden ja muutoksen osilta. Asemoimalla tiettyjä yksittäisiä kysymyksiä suuriksi, koko maailmaa tai ainakin suomalaista yhteiskuntaa koskeviksi esimerkeiksi, edustajat pystyivät linjaamaan omaa asemaansa joko jatkuvuuden puolustajina tai muutokselle myötämielisinä uudistajina. Imagonrakennuksessa nämä elementit voivat toimia selvinä osoituksina edustajan näkemyksistä ja vaikuttaa osaltaan vahvasti siihen, minkälainen kuva hänestä yleisölle muodostuu. Edustajan suhdetta muutokseen tai jatkuvuuteen voitiin myös käyttää tuomaan esiin konatiivisia imagoelementtejä, sillä muutosjohtajaksi tai jatkuvuuden vartijaksi asettautuminen liittyy useimmiten vahvasti jonkinlaiseen toiminnallisuuteen, johon konatiiviset elementit siis pohjautuvat. Jatkuvuuden ja muutoksen osalta havaittiin, että vain hyvin harvat olivat valmiita kannattamaan muutosta yleisellä tasolla: ainoastaan Paavo Arhinmäki ja Anni Sinnemäki ilmoittautuivat blogeissaan selvästi uudistushaluisiksi muutosjohtajiksi, suoranaisesti asiasta riippumatta. Muilta osin suhde jatkuvuuteen ja muutokseen näyttäytyi samankaltaisena, turhaa räväkkyyttä varovana imagonrakennuselementtinä kuin useimmat muutkin imagonrakennuksen osat. Laajoissa kysymyksissä, kuten ilmastonmuutoksessa, hyvinvointiyhteiskunnan tulevaisuudessa tai presidentin valtaoikeuksien määrittelyssä oli yleisinä tunnustaa muutoksen tarve, mutta asettua ennen kaikkea puolustamaan jatkuvuutta. Siinä, mikä määriteltiin jatkuvuudeksi ja mikä muutokseksi, oli edustaja- ja aihekohtaisia eroja, mutta yleinen linja noudatti

nimenomaan varovaista muutosta, jota haluttiin toteuttaa jatkuvuuden ylläpitämiseksi.

Perinteisistä imagonrakennustekniikoista myös erojen tekeminen suhteessa toisiin poliitikkoihin oli blogeissa jopa yllättävän varovaista. Suoria vastakkainasetteluja henkilöiden välillä vältettiin ja mustamaalaaminen tai loanheitto oli hyvin harvinaista. Erojen tekemistä toteutettiin ennen kaikkea puolueiden kautta, jolloin oli helpompaa ilmoittaa oman puolueen eroavan toisista puolueista konkreettisempien, joskin perustelemattomien, esimerkkien kautta. Toisten yksittäisten poliitikkojen kimppuun oli siis vaikeampi hyökätä, mutta toisia puolueita oli helpompi väittää esimerkiksi lobbarien talutusnuorassa juokseviksi tai salailua harrastaviksi. Koska tällaisille väitteille ei kuitenkaan esitetty yksityiskohtaisempia perusteluja ja ne jäivät melko harmittomiksi heitoiksi, voidaan sanoa, että myös erojen esille nostamista käytettiin imagonrakennustekniikkana melko maltillisesti ja hillitysti.

Tutkimuksessa käsitellyistä imagoelementeistä ja imagonrakennustoimista viimeisinä tarkasteltuja yleisiä affektiivisia ja konatiivisia elementtejä käytettiin myös melko säästeliäästi. Tunteita tai toimintaa ei korostettu mitenkään liikaa, vaan niille, kuten useimmille muillekin imagonrakennuselementeille, koetettiin löytää nimenomaan asiakysymyksiin liittyvä konteksti. Tunteita saatettiin tuoda esille esimerkiksi vanhustenhoitoa käsiteltäessä, mutta hyvin harvoin omaa persoonaa koskien. Sama toistui toimintaan kehottamisessa: kaiken poliittisen viestinnän alatekstinä kulkeva kehoitus edustajan kannattamisesta riitti useimmille, eikä sitä koettu tarpeelliseksi tuoda eksplisiittisesti esiin. Jos teksteissä esiintyi konatiivisia kehoituksia, niitä ei monestikaan ollut suunnattu tavalliselle yleisölle, vaan toisille poliittisille päättäjille tai muille vaikuttajille. Tämä keino voi tietysti toimia kahteen suuntaan imagonrakennusmielessä: se voi joko osoittaa yleisölle, että poliitikko suuntaa toiminnallisen intonsa suoraan vaikutusvallan ytimeen tai se voi etäännyttää poliitikkoa hänen omasta yleisöstään saamalla heidät tuntemaan itsensä eristetyiksi vaikutusmahdollisuuksista.

4.2 Imagotyypeissä asiantuntijat enemmistönä

Imagonmuodostuksen elementeissä siis korostui hillitty asiapohjaisuus ja sama koski myös imagoprosessin lopputuloksia eli blogien perusteella hahmottuneita imagotyyppejä. Yleisin blogeista löytynyt imagotyyppi oli asiantuntijapoliitikko, joka keskittyi ennen kaikkea oman virallisen roolinsa mukaisista asioista kirjoittamiseen ja raportoimiseen. Esimerkiksi valiokunnan puheenjohtaja saattoi kirjoittaa johdonmukaisesti juuri oman valiokuntansa alaan liittyvistä asioista tai ministeri oman ministeriönsä piirissä käsitellyistä kysymyksistä. Asiantuntijat pyrkivät viestimään osaamistaan, aktiivisuuttaan, aikaansaavuuttaan sekä arvoaan. He jättivät henkilökohtaisen äänensä syrjemmälle ja korostivat ammattimaisuuttaan ylitse kaiken muun. He kertoivat usein esimerkiksi virkamatkoistaan tai muista arvokkaista tilaisuuksista, joihin he olivat osallistuneet. Asiantuntijat päivittivät blogejaan melko harvoin ja kierrättivät niissä paljon alun perin muualla julkaistua sisältöä, esimerkiksi lehtikolumneja tai tiedotteita. Näin he toivat esille, että heidän kantojaan kuullaan mediassa myös laajemmin ja että heidän sanomisensa ylittävät yleisesti julkaisukynnyksen. Asiantuntijapoliitikoiksi voitiin havaita yhdeksän kansanedustajaa kahdestakymmenestä neljästä tarkastelussa olleesta: Jyrki Katainen, Martti Korhonen, Hannes Manninen, Ville Niinistö, Pekka Ravi, Tapani Tölli, Kimmo Sasi, Anni Sinnemäki sekä Raija Vahasalo.

Toiseksi yleisin blogien kautta hahmottunut imagotyyppi oli intohimopoliitikko. Intohimopoliitikot korostivat asiantuntijoiden tavoin ennen kaikkea osaavuuttaan, ahkeruuttaan ja tärkeyttään, mutta tekivät sen persoonallisemmalla tyylillä kuin asiantuntijat. Intohimopoliitikot laittoivat oman itsensä likoon ja osoittivat poliittista taitoaan henkilökohtaisten esimerkkien kautta. He viestivät välillä melko kärkevästi ja poleemisestikin, ja olivat valmiita provosoimaan ja provosoitumaan. He siis yhdistelivät asiakysymysten käsittelyyn omaa henkilökohtaista otettaan ja loivat näin itsestään kuvaa asioista hieman syvällisemmin kuin vain virkansa puolesta välittävinä, aktiivisina toimijoina. Intohimopoliitikkojen blogit olivat olemukseltaan blogimaisempia kuin asiantuntijoiden: he päivittivät sisältöjään useammin, eivät kierrättäneet materiaalia muusta mediasta niin laajasti, ja osallistuivat toisinaan myös keskusteluun lukijoidensa kanssa blogien kommenttiosastoissa.

Intohimopoliitikkoina blogiensa perusteella näyttäytyi kuusi kansanedustajaa: Janina Andersson, Paavo Arhinmäki, Tarja Filatov, Annika Lapintie, Juha Rehula ja Stefan Wallin.

Kolmas blogeista vahvasti esille noussut imagokategoria oli tarkkailija. Tarkkailijat olivat hieman etäisiä ja vetäytyviä; eivät yhtä aktiivisesti mukana päivänpolitiikan lattiatasolla kuin asiantuntijat tai intohimopoliitikot. Tarkkailijat pikemminkin tutkailivat politiikkaa ja yhteiskuntaa kuin ylhäältä päin: arjen tapahtumat ja ilmiöt tarkkaan tuntevina, mutta niistä erillisinä. Tietyissä tilanteissa tarkkailijat vaikuttivat hieman voimattomilta ja tarpeettomilta vain havainnoidessaan ja listatessaan ilmiöiden ongelmakohtia ilman, että olisivat esittäneet niihin ratkaisuja tai muulla tavoin ottaneet niihin henkilökohtaisesti kantaa. Toisaalta taas havainnoiva vetäytyväisyys loi tarkkailijoista valtiomiesmäistä ja filosofoivaa kuvaa: kun he eivät puuttuneet jokaiseen asiaan omalla ratkaisuehdotuksellaan, he näyttäytyivät älykkäinä pohdiskelijoina, eivätkä vain omaa tai puolueensa lyhyen tähtäimen etua ajavina tavanomaisina poliitikkoina. Tarkkailijatkin siis keskittyivät ennen muuta asiakysymyksiin, kuten asiantuntijat ja intohimopoliitikot, mutta eivät rajoittaneet tarkastelukulmaansa tiiviisti oman virallisen roolinsa mukaiseksi, niin kuin asiantuntijat, tai heittäytyneet aiheiden käsittelyyn samalla tapaa persoonansa voimalla kuin intohimopoliitikot. He päivittivät blogejaan keskimäärin melko tiiviiseen tahtiin, mutta eivät käyttäneet niitä interaktiiviseen mielipiteidenvaihtoon yleisöjensä kanssa. Tarkkailijaimagoa blogeissa itselleen loivat Bjarne Kallis, Arto Satonen, Erkki Tuomioja sekä Jutta Urpilainen.

Siinä missä asiantuntijat, intohimopoliitikot ja tarkkailijat pohjasivat imagonsa enimmäkseen politiikan ajankohtaisten asiakysymysten kautta, neljäs blogeista havaittu imagokategoria, eli inhimilliset tekijät, toivat merkittävästi esille myös politiikan ulkopuolista minäänsä. Inhimilliset tekijät kirjoittivat johdonmukaisesti työasioiden ohella myös pehmeämmistä aiheista ja heidän imagoissaan korostui ensin ihmisyyttä, ja vasta sen jälkeen poliittikkous. Heidän blogiensa sisällöt välittivät runsaasti affektiivisiä imagoelementtejä joskus jopa informatiivisuuden kustannuksella. Inhimillisten tekijöiden blogit eivät silti olleet missään nimessä täyttä hömpää tai löpöttelyä; he vain esittivät asiakysymyksetkin omasta inhimillisestä näkökulmastaan ja antoivat omien tunteidensa ja tunnelmiensa välittyä

niiden käsittelyn lomassa. Inhimillisten tekijöiden blogeissa oli osittain samanlaisia sisältöjä kuin asiantuntijoilla tai tarkkailijoilla, esimerkiksi kuvauksia työmatkoista tai yleistä pohdintaa yhteiskunnan tilasta. He eivät kuitenkaan kirjoittaneet samalla tavalla tiukasti virallisesta roolistaan käsin kuin asiantuntijat, tai suhtautuneet asioihin etäisen filosofisesti kuten tarkkailijat, vaan toivat esille ammattinsa lisäksi myös yksityistä puoltaan ja pohtivat kysymyksiä ennen kaikkea ihmislähtöisistä näkökulmista. Inhimilliset tekijät myös kunnostautuivat yhteydenpidossa blogiensa lukijoiden kanssa. Inhimillisten tekijöiden imagoryhmään blogiensa perusteella kuuluivat Susanna Huovinen, Päivi Räsänen ja Ulla-Maj Wideroos.

Viimeinen imagoryhmä oli melko pieni: tarkastelussa olleiden blogien perusteella yksinäisiksi susiksi voitiin kategorisoida vain Jouko Skinnari ja Timo Soini. Yksinäiset sudet olivat siinä mielessä lähellä intohimopoliitikkoja, että hekin ottivat osaa keskusteluun voimakkaasti oman persoonansa ja henkilökohtaisen toimintansa kautta. He asemoivat itsensä blogeissaan valtavirtaa vastustaviksi toisinajattelijoiksi ja soimasivat vastustajiaan reippaasti ja avoimesti. Hakemalla konfliktia he korostivat omaa merkitystään ja poikkeuksellista tärkeyttään. Itsenäisesti toimineet yksinäiset sudet eivät siis kunnioittaneet vallitsevaa konsensusta, vaan kulkivat rohkeasti omia linjojaan. He antoivat itsestään kuvan jollain tapaa väärin ymmärrettyinä ja kaltoin kohdeltuina kokeneina sankareina, jotka toistuvista iskuista huolimatta jaksoivat taistella omien, oikeiksi kokemiensa näkemysten puolesta. Yksinäiset sudet korostivat näkyvyyttään myös blogiympäristön ulkopuolella sisällyttämällä blogeihinsa esimerkiksi tiedotteita, eduskuntapöytäkirjoja tai kuvamateriaalia. He päivittivät blogejaan melko vaihtelevalla tahdilla, eivätkä osallistuneet keskusteluun lukijoiden kanssa.

Se, että yleisimmäksi imagotyyppiksi blogeissa muodostui asiantuntijoiden ryhmä, oli loogisesti linjassa yleisimpien blogeista havaittujen imagonrakennusmenetelmien kanssa. Kognitiiviset imagoelementit ja asiapohjaiseen informaationvälitykseen keskittyminen saivat aikaan sen, että merkittävä osa tarkastelluista kansanedustajista näyttäytyi blogiensa välityksellä juuri asiantuntijaimagon kehyksessä. Myös muissa imagokategorioissa sanoman asiapitoisuus pysyi päällimmäisenä, vaikka esimerkiksi intohimopoliitikot ja inhimilliset tekijät toivat myös epävirallisempia ominaisuuksiaan selvästi esille. Siitä huolimatta, että blogien julkaisukynnys on

matala ja niiden kautta olisi mahdollista keskittyä jopa röyhkeän korostuneeseen imagoviestintään, tässä tarkastelussa mukana olleet kansanedustajat olivat valinneet tyylin, jonka perusta oli poliitikon omaan työhön ja yhteiskunnalliseen toimintaan liittyvissä asioissa. Vaikuttava, toimiva imago perustuu aina vahvasti todellisuuteen, ja tässä tutkitut blogit olivat vahvasti todellisuudessa kiinni – jokainen edustaja toki omalla tyyllillään, vaikka selviä yhteisiä piirteitä löytyikin. Imagojen merkityksen kasvun yhteydessä on puhuttu paljon yhteiskunnan ja politiikan henkilöitymisestä, ja blogit jo perusluonteensa osalta olivat linjassa henkilöitymisoletuksen kanssa. Sisältöjensä osalta blogeissa tapahtuvan imagoviestinnän ei kuitenkaan voida sanoa tukevan henkilöitymiskehitystä mitenkään äärimmäisen vahvasti, sillä blogeissa useimmiten asia-aiheet ja konkreettiset kysymykset nousivat selvästi henkilökysymysten edelle.

4.3 Mahdollisuuksia jatkotutkimukseen

Tässä pro gradu -työssä tarkasteltiin rajatun parlamentaarikkojoukon imagonrakennustoimia blogien kautta. Tutkimus antoi selvää kuvaa imagonrakennuksen menetelmistä ja tuloksista omassa rajauksessaan. Laajemmassa tutkimuksessa voisi olla mahdollista selvittää poliitikkojen imagonrakennusta eri viestintäympäristöjen kautta sekä imagonrakennusprosessin eri vaiheissa.

Eräs mahdollisuus laajempaan tutkimukseen olisi haastatella poliitikkoja itsejään sekä heidän taustajoukkojaan, esimerkiksi puolueiden viestinnästä vastaavia henkilöitä sekä mahdollisesti edustajien ja puolueiden käyttämiä ulkopuolisia neuvonantajia. Näin voitaisiin selvittää, minkälaisia tavoiteimagoja edustajat itse itselleen asettavat ja minkälaisen keinojen avulla he pyrkivät niitä toteuttamaan. Tällainen vaihe olisi siis tavallaan yhtä askelta varhaisemmassa vaiheessa imagonrakennusprosessia kuin mihin tässä pro gradu -tutkimuksessa päästiin. Vastaavasti voitaisiin haastattelun avulla selvittää myös esimerkiksi blogien lukijoilta, minkälaisia imagoja heidän mielestään edustajille blogien kautta muodostuu. Tällainen tutkimusvaihe olisi puolestaan yhtä askelta pidemmällä kuin

mihin tässä pro gradussa ylettiin. Vertaamalla sitä, millaisia imagotavoitteita poliitikot itselleen asettavat, ja sitä, millaisina varsinainen yleisö nämä imagot kokee, saataisiin kattava kokonaiskuva imagonrakennuksen eri vaiheista ja menetelmistä.

Toinen potentiaalinen laajennus tästä tutkimuksesta olisi verrata samojen edustajien imagonrakennustoimia ja imagoja eri medioissa blogien lisäksi. Näin voitaisiin saada selville se, millainen rooli blogeilla on imagonrakennuskanavien laajemmassa kokonaisuudessa. Voitaisiin esimerkiksi selvittää, toimivatko edustajat blogiviestinnässä samalla tavalla kuin muiden tiedotusvälineiden kautta. Voi olla mahdollista, että esimerkiksi aikakauslehdissä tai televisiossa nimenomaan pehmeät ja inhimilliset piirteet korostuvat, kun blogeissa imagot rakentuvat enimmäkseen asialinjalla ja poliitikon varsinaisen työn kautta. Tällainen tutkimus voisi vahvistaa ymmärrystä nimenomaan blogien erityispiirteistä imagonrakennuskanavana, jos ne osoittautuisivat selvästi poikkeaviksi muusta mediasta.

Myös ajallisen tarkastelun laajentaminen voisi olla hyödyllinen keino laajentaa tutkimusta jatkossa. Tässä tarkastelussa blogeja tutkittiin melko tiiviillä, puolen vuoden mittaisella ajanjaksolla. Voisi olla kiinnostavaa selvittää, onko samojen edustajien imagoviestintä blogeissa muuttunut jollain tapaa esimerkiksi useiden vuosien jaksolla, ja onko blogeissa pidemmällä aikavälillä joitain yleisiä trendejä ja kehityskulkuja imagojen suhteen. Tällainen tutkimus tosin veisi pitkän aikaa, sillä luotettavuuden varmistamiseksi blogeja pitäisi alkaa tallentaa tutkimusta varten tästä hetkestä eteenpäin. Vanhojen, vuosien takaisten blogien hakeminen ei välttämättä tuottaisi luotettavia tutkimustuloksia, sillä vanhoja sisältöjä on voitu mahdollisesti muuttaa aikojen saatossa.

Tässä tarkastelussa oli mukana 24 suomalaista eturivin poliitikkoa. Tutkimusjoukkoa voisi jatkotutkimuksessa laajentaa koskemaan myös esimerkiksi kaikkia kansanedustajia tai vertailuun voisi ottaa mukaan esimerkiksi myös paikallispoliitikkoja. Voihan olla mahdollista, että paikallistasolla ilmenisi erilaisia imagonrakennuskäytäntöjä ja -tuloksia kuin valtakunnallisella tasolla. Vertailua voisi suorittaa myös Suomen rajojen ulkopuolella: olisiko esimerkiksi ruotsalaisten valtiopäiväedustajien imagonrakennus blogeissa erilaista kuin suomalaisten kollegojensa?

Mahdollisuuksia tulevaan tutkimukseen on siis monia. Pro gradussa tutkijan resurssit ovat melko tiiviisti rajatut: laajempi tutkimus vaatisi rutkasti enemmän aikaa ja voimavaroja. Tämä tutkimus voi silti toivottavasti toimia hyödyllisenä ponnahduslautana myöhemmälle jatkotutkimukselle joko samasta aihepiiristä tai jopa muunlaisten kysymysten apuna. Imagojen tärkeys politiikassa ei luultavasti tule tulevaisuudessa ainakaan vähentymään, ja vaikka blogien rinnalle on jo nyt noussut monia muita politiikan toimijoiden keskuudessa suosittuja verkkopohjaisia viestintämuotoja, tulevat blogitkin varmasti säilyttämään merkityksensä myös jatkossa.

5. Lähteet

Alkuperäislähteet

Alkuperäislähteinä olivat tarkastelussa olleiden kansanedustajien blogit tai vastaavat verkkosivut.

Andersson, Janina – <http://janina.vuodatus.net/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Arhinmäki, Paavo – <http://www.punajuuri.net/index.php?id=all&tmp=1> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Filatov, Tarja – <http://blogit.demari.fi/filatov/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Huovinen, Susanna – <http://www.susannahuovinen.fi/index.php?sivu=blogi> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Kallis, Bjarne – <http://www.bjarnekallis.net/blogi.html> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Katainen, Jyrki – http://www.kokoomus.fi/jyrkin_sivut/paivakirja/ (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Korhonen, Martti – <http://marttikorhonen.vas.fi/> (viitattu 25.10.2010).

Lapintie, Annika – <http://lapintie.vuodatus.net/blog/> (viitattu 20.10.2009),
<http://lapintie.vas.fi/> (viitattu 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Manninen, Hannes – <http://www.hannesmanninen.fi/> 5 (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Niinistö, Ville – <http://villeniinisto.blogspot.com/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Räsänen, Päivi –
<http://kd.multiedition.fi/KD/www/fi/ajankohtaista/blogit/paivirasanen/index.php>
(viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Ravi, Pekka – <http://www.pekkaravi.fi/fi/?ID=1333> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Rehula, Juha – <http://www.juharehula.com/7/Paivakirja> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Sasi, Kimmo – <http://www.kimmosasi.net/?x103997=Select/List> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Satonen, Arto – <http://www.satonen.fi/> (viitattu 25.10.2010).

Sinnemäki, Anni – <http://www.annisinnemaki.net/ajankohtaista.html> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Skinnari, Jouko –
http://www.joukoskinnari.com/index.php?option=com_content&task=category§ionid=1&id=32&Itemid=65 (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Soini, Timo – <http://timosoini.fi/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Tuomioja, Erkki – <http://www.tuomioja.org/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Tölli, Tapani – <http://www.tapanitolli.fi/henkilokuva/paivakirja/> (viitattu 25.10.2010).

Urpilainen, Jutta – <http://www.juttaurpilainen.fi/index.php?sivu=paivakirja> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Vahasalo, Raija – <http://www.vahasalo.fi/blog/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Wallin, Stefan – <http://stefanwallin.blogspot.com/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Wideroos, Ulla-Maj – <http://bloggen.fi/umw/> (viitattu 20.10.2009, 20.1.2010 ja 20.4.2010).

Kirjallisuus

Aristoteles: *IX Retoriikka*. Gaudeamus Kirja, Tampere 1997.

Borg, Sami – Paloheimo, Heikki (toim.) *Vaalit yleisdemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Tampere University Press, Tampere 2009.

Dervin, Brenda – Voigt, Melvin J. (toim.) *Progress In Communication Sciences, Volume IX*. ABLEX Publishing Corporation, Norwood NJ 1989.

Gibson, Rachel – Nixon, Paul – Ward, Stephen (toim.) *Political parties and the Internet: net gain?* Routledge, London 2003.

Helander, Voitto – Pekonen, Kyösti: *Eduskunnan vahvistuva valiokuntalaitos*. Teoksessa Helander, Voitto – Pekonen, Kyösti – Vainio, Jouni – Kunttu, Tapani: *Suomen eduskunta 100 vuotta. 7, Valiokunnat lähikuvassa*. Teossarjan päätoimittaja: Mylly, Juhani. Edita Publishing Oy, Helsinki 2007.

Hellweg, Susan A. – Dionisopoulos, George N. – Kugler, Drew B. *Political Candidate Image: A State-of-the-art Review*. Teoksessa Dervin, Brenda – Voigt, Melvin J. (toim.) *Progress In Communication Sciences, Volume IX*. ABLEX Publishing Corporation, Norwood NJ 1989.

Honka-Hallila, Helena: *Eduskunta sosiaalisena työyhteisönä*. Teoksessa Hidén, Mikael – Honka-Hallila, Helena: *Suomen eduskunta 100 vuotta. 6, Miten eduskunta toimii*. Teossarjan päätoimittaja: Mylly, Juhani. Edita Publishing Oy, Helsinki 2006.

Hovi-Wasastjerna, Päivi: *Vaalikampanja visuaalisesti kirjava kokonaisuus*. Teoksessa Isotalus, Pekka – Borg, Sami (toim.): *Presidentinvaalit 2006*. WSOY, Helsinki 2007.

Isotalus, Pekka (toim.): *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä 1998.

Isotalus, Pekka – Borg, Sami (toim.): *Presidentinvaalit 2006*. WSOY, Helsinki 2007.

Jauhola, Päivi – Siipola, Päivi: *Viralliset imagot*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 32. Vaasa 1998.

Karvonen, Erkki: *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Tampereen yliopisto, Tampere 1997.

Karvonen, Erkki: *Semioottinen ja retorinen näkökulma imagoon*. Teoksessa Jauhola, Päivi – Siipola, Päivi: *Viralliset imagot*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 32. Vaasa 1998.

Karvonen, Erkki: *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Gaudeamus / Oy Yliopistokustannus University Press Finland, Tampere 1999.

Karvonen, Erkki: *Halosen ja Niinistön imagonrakennus - Kampanjaretoriikan analyysi*. Teoksessa Isotalus, Pekka – Borg, Sami (toim.): *Presidentinvaalit 2006*. WSOY, Helsinki 2007.

Koenkytö, Heli: *"Kyllähän sitä pystyy silmäluomia leikkaileen ja menemään naimisiin..."* Teoksessa Isotalus, Pekka (toim.): *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä 1998.

Levy, Jonathan – Margolis, Michael – Resnick, David: *Major parties dominate, minor parties struggle. US elections and the internet*. Teoksessa Gibson, Rachel – Nixon, Paul – Ward, Stephen (toim.) *Political parties and the Internet: net gain?* Routledge, London 2003.

Louden, Allan – McCauliff, Kristen: *The "Authentic Candidate": Extending Candidate Image Assesment*. Teoksessa Hacker, Kenneth L. (toim.), *Presidential Candidate Images*. Rowman & Littlefield, Oxford 2004.

Moring, Tom – Himmelstein, Hal: *Politiikkaa riisuttuna*. Oy Yleisradio Ab, Helsinki 1993.

Mayring, Philipp *Qualitative Content Analysis* julkaisussa Forum: Qualitative Social Research, 1. vuosikerta, 2. numero, kesäkuu 2000 <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2386>.

Nimmo, Dan D. *Popular images in politics*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall 1974.

Nimmo, Dan D. – Sanders, Keith R. *Handbook of political communication*. Sage Publications, Beverly Hills 1981.

Pernaa, Ville: *Mistä nämä vaalit muistetaan*. Teoksessa Pernaa, Ville – Niemi, Mari K. – Pitkänen, Ville: *Mielikuvavaalit. Kevään 2007 eduskuntavaalien mediailmiöt*. Kirja-Aurora, Turku 2007.

Pernaa, Ville – Niemi, Mari K. – Pitkänen, Ville: *Mielikuvavaalit. Kevään 2007 eduskuntavaalien mediailmiöt*. Kirja-Aurora, Turku 2007.

Sennet, Richard: *The Fall of Public Man*. Faber and Faber, London 1974.

Sänkiaho, Risto: *Poliittinen vieraantuneisuus*. Teoksessa Sänkiaho, Risto (toim.): *Kun kansa valitsi Koiviston*. Lehtimiehet Oy, Jyväskylä 1983.

Strandberg, Kim: *Internet vaalikampanjassa – etulinjassa vai marginaalissa?* Teoksessa Borg, Sami – Paloheimo, Heikki (toim.) *Vaalit yleisdemokratiassa. Eduskuntavaalitutkimus 2007*. Tampere University Press, Tampere 2009.

Tainio, Susanna: *"Täällä porukka ojentautuu kun kamerat tulee"*. Teoksessa Isotalus, Pekka (toim.): *Kaveri vai peluri. Poliitikko mediassa*. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä 1998.

Uimonen, Risto: *Julkisuuspelejä. Imagonrakennus politiikassa*. WSOY, Helsinki 1992

Uimonen, Risto – Ikävalko Elisa: *Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan?* Infoviestintä Oy, Helsinki 1996.

Vuokko, Pirjo: *Miten imagoa rakennetaan – entä miten sen voi tehdä Suomen luterilainen kirkko?* Teoksessa Jauhola, Päivi – Siipola, Päivi: *Viralliset imagot*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 32. Vaasa 1998.

Muut

Pohjois-Karjalan väestötilasto vuodelta 2009, Fennica-tilastot.
<http://www.fennica.net/f/512/6.htm>

Vaalitilastot, Eduskuntavaalit 2007. Tilastokeskus.
http://www.stat.fi/til/evaa/2007/evaa_2007_2007-03-22_tie_002.html.