



JOURNALISMIN
TUTKIMUSYKSIKKÖ
TIEDOTUSOPIN LAITOS, TAMPEREEN YLIOPISTO

Kokemuksellisuus politiikan julkisuudessa

Mediatutkimuksen päivät, Turku 4.2.2011

Esa Reunanen





Perustiedot

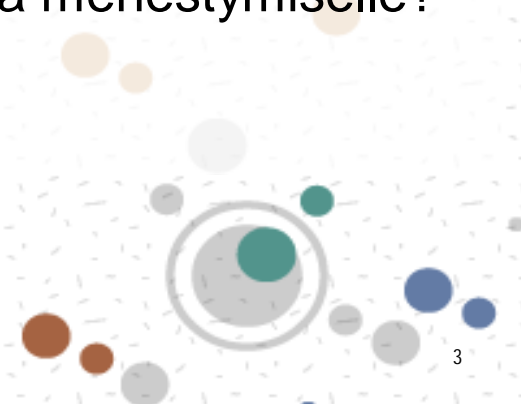
- Käynnistyi syksyllä 2010
- Valmistuu vuodenvaihteessa 2011 / 2012
- Tutkijat: Esa Reunanen, Auli Harju, Tampereen yliopisto, Journalismin tutkimusyksikkö
- Tutkimuksen rahoittaja: Helsingin Sanomain Säätiö
- Poliitikkojen (n. 15) ja kansalaisaktiivien (n. 15) teemahaastatteluja
- Sisällönanalyysi myöhemmin valittavasta tapauksesta (sosiaalinen media, journalistinen media)
- Muutamia poliitikkohaastatteluja on jo tehty



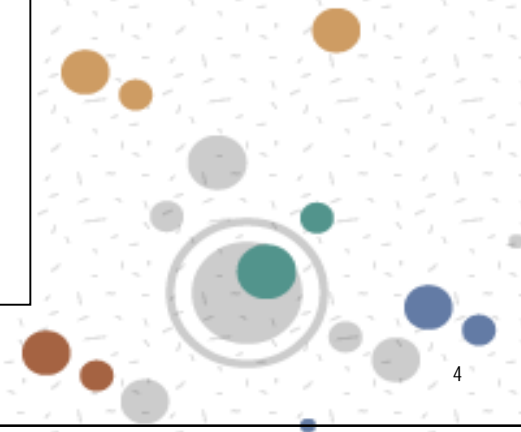
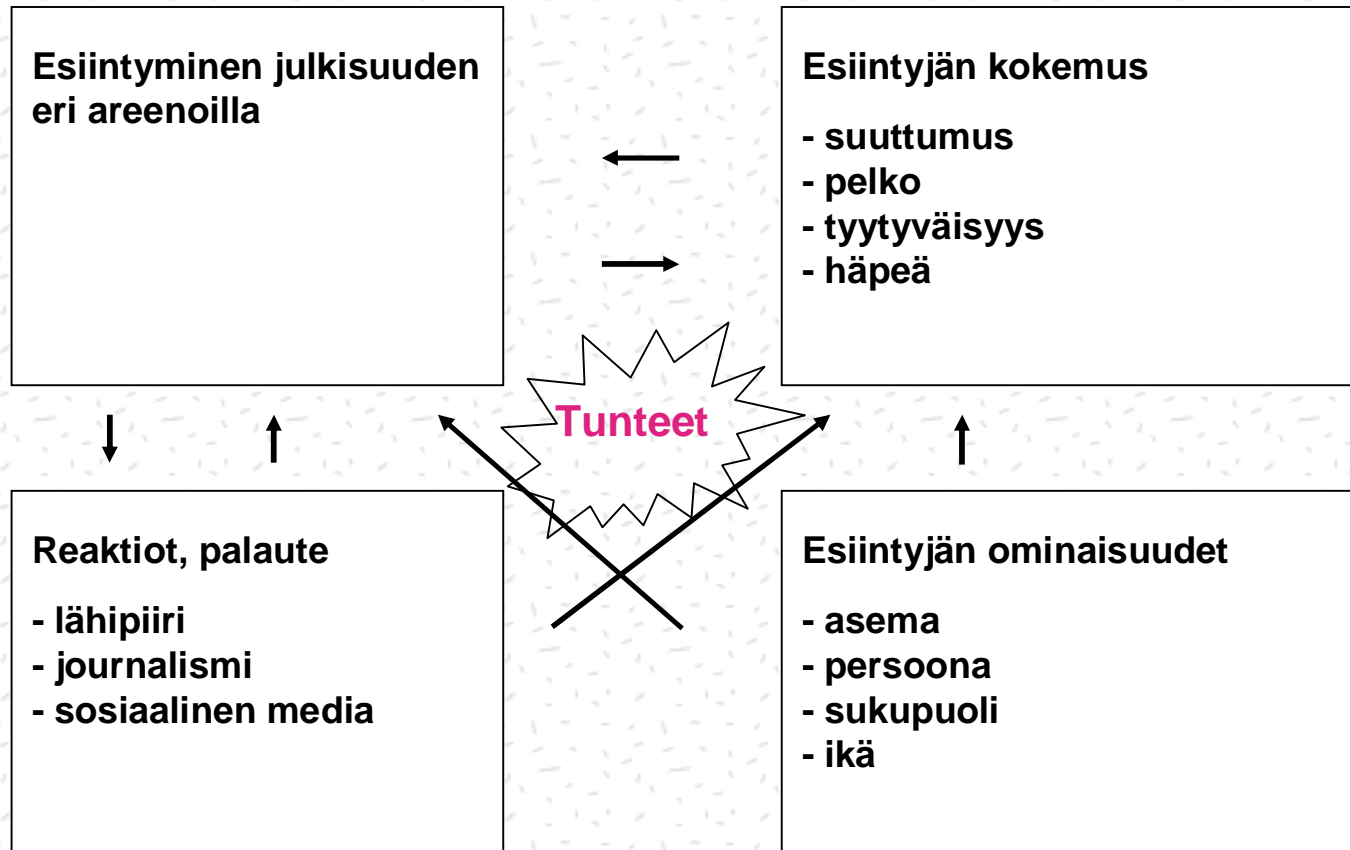


Tutkimuskysymykset

- Millaista on olla poliitikko tai aktivisti nykysuomessa?
- Mediajulkisuuden merkitys julkisen osallistumisen kokemukselle?
 - Mistä motivaatio poliittiseen/julkiseen osallistumiseen?
 - Millaisia seurauksia julkisuudesta on osallistujalle itselleen?
 - Tunteiden rooli politiikassa?
 - Persoonallisuuden merkitys politiikassa ja julkisuudessa menestymiselle?



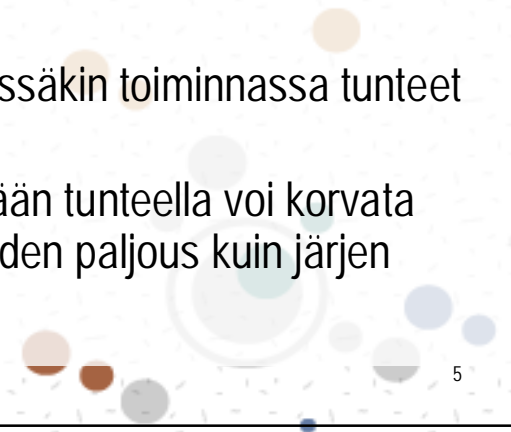
Tutkimuskohteen jäsentelyä





Tunteet politiikan julkisuudessa

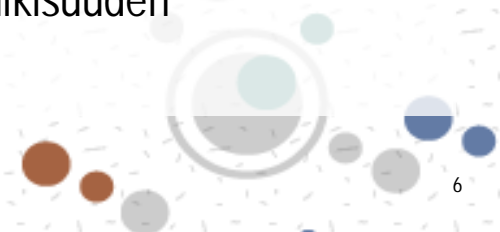
- Kolme näkökulmaa tunteiden rooliin poliittisessa julkisuudessa (Pantti 2010)
 - Tunteiden vaikutus poliittisiin ja moraalisiin arvioihin (mielipiteisiin)
 - Tunteet osallistumisen motivoijina ja toiminnan ylläpitäjinä
 - Tunteet ryhmäidentiteettien rakentajina sekä solidaarisuuksien luojina ja murtajina
- Poliittisessa toiminnassa keskeisiä tunnetekijöitä (Jaspers 1998)
 - Moraalinen järkytys ja epäoikeudenmukaisuuden kokemus: voi aktivoida toimintaan
 - Pelko vs. suuttumus: pelko lamauttaa, suuttumus aktivoi toimintaan
 - Syyllisen konstruointi, viholliskuva: me-ne -asetelman muodostuminen
 - Liikkeen sisäiset lojaalisuuden ja ystävyyden tunteet
- Tunne vs. järki
 - Usein argumentoidaan, että tunne ei ole järjen vastakohta ja että järkevässäkin toiminnassa tunteet ovat mukana
 - Juuri näin on, mutta samoin kuin järjellä ei voi korvata tunnetta ei myöskään tunteella voi korvata järkeä. Ongelmana emotionaalisessa julkisuudessa ei niinkään ole tunteiden paljous kuin järjen mahdollinen puute





Avainkäsitteitä ja -kysymyksiä

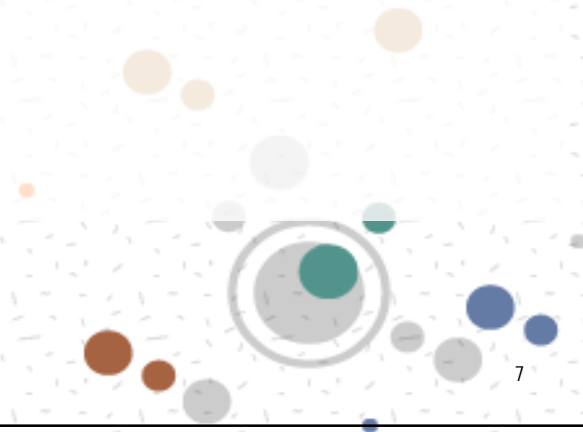
- Intimisoituminen, emotionalisoituminen: Tunteet korostuvat mediakulttuurissa aiempaa enemmän. Poliitikassa keskeistä on "poliittinen tyyli" (Pels 2003), jolla poliitikko vetoaa yleisöönsä.
 - Miten poliitikot/aktivistit kokevat tunteenomaisen vuorovaikutuksen julkisuudessa? Miten he käyttävät tunteita hyväksi? Miten he kontrolloivat omia tunneilmaisujaan?
- Persoonallisuus, temperamentti: Erilaiset persoonallisuudet kokevat sosiaaliset tilanteet ja julkisuuden eri tavoin.
 - Millaiset persoonallisuudet menestyvät nykyisessä poliittisessa julkisuudessa, millaisilla on vaikeuksia? Mikä merkitys tällaisella valikoivuudella on demokratian kannalta?
- Journalismi, sosiaalinen media: Journalismin "asenne" poliitikkoja kohtaan. Sosiaalinen media on muokannut poliittista vuorovaikutusta ja muuttanut osapuolten rooleja.
 - Miten politiikan julkisuuteen liittyvä kokemuksellisuus ja tunneilmaisut eroavat erilaisilla julkisuuden areenoilla? Mikä on eri julkisuusareenoiden rooli politiikan julkisuuden muotoutumisessa?





Haastateltavien valinta

- Poliitikkohaastateltavat
 - Puolueen tai eduskuntaryhmän puheenjohtajia (7) sekä muita kansanedustajia (7-9)
 - Julkisuudessa esiintyviä, eri ikäisiä, eri puolueiden edustajia, naisia ja miehiä
- Aktivistihaastateltavat
 - Haastateltavat vielä valitsematta (14-16 kpl)
 - Julkisuudessa näkyviä, ei kovin vakiintuneiden järjestöjen edustajia
 - Bloggareita, ympäristö-, maahanmuutto-, vähemmistöaktivisteja? Muita?
- Haastattelujen luonne
 - Anonyymi raportointi, konkreettisuus, omakohtaisuus





Haastattelun kulku

1. Kokemukset mediasta ja julkisuudesta (esimerkkejä)

- Mikä motivoi poliittiseen toimintaan?
- Poliittista julkisuutta koskevat odotukset ja niiden toteutuminen
- Erilaiset julkisuusareenat: journalistinen media, viihde, sosiaalinen media

2. Palaute ja julkisuuden seuraukset

- Palautteen lähteet: lähipiiri, media, tuntemattomat yksityishenkilöt
- Palautteen laatu: myönteiset, kielteiset, häirintä
- Reagointi palautteeseen: mitä pitää sietää, milloin toimenpiteisiin?

3. Kokemus poliitikkona olemisesta

- Tunnettuna henkilönä oleminen
- Poliitikan maine
- Julkinen arviointi, poliittinen peli, vallankäyttö

4. Persoonallisuuden merkitys

- Erilaisten persoonallisuuksien menestyminen politiikassa ja julkisuudessa
- Persoonallisuuden vaikutus julkisuuden kokemiseen

5. Tunteiden käyttö politiikan julkisuudessa

- Yleisön tunteisiin vetoaminen: kuinka tietoista, mihin pyritään?
- Tunteiden ilmaiseminen ja omien tunteiden hallinta
- Tunteiden rooli politiikassa:
 1. henkilöitä/asioita koskevat mielipiteet
 2. motivaatio poliittiseen toimintaan
 3. identifioituminen poliittiseen liikkeeseen

6. Julkisuuskokemusten merkitys poliittiselle järjestelmälle

- Poliitikan julkisuuden vaikutus ihmisten haluun osallistua poliittiseen toimintaan
- Poliitikan mediajulkisuuden muutos



Avoimia kysymyksiä

- Mikä olisi hyvä tapaus mediasisältöjen analyysiin?
 - Tunneilmaisut eri julkisuusareenoilla
- Yhteydet muihin samoja teemoja sivuaviin tutkimushankkeisiin
 - Mitä vastaavaa on parhaillaan meneillään?
- Mitkä olisivat tutkimuksen keskeisiä argumentteja?
 - Edetäänkö teorialähtöisesti vai aineistolähtöisesti?

