

ESA REUNANEN & RISTO KUNELIUS



MEDIOITUNUT VALTA JA POLITIIKAN PALUU

KYSELYTUTKIMUS
SUOMALAIS-
PÄÄTTÄJIEN
SUHTEESTA
MEDIAAN
2009 JA 2019

TAMPERE UNIVERSITY PRESS

Medioitunut valta ja politiikan paluu

Esa Reunanen & Risto Kunelius

Medioitunut valta ja politiikan paluu

Kyselytutkimus suomalaispäättäjien suhteesta mediaan 2009 ja 2019



©2021 Tekijät ja Tampere University Press

Teoksen verkkoversio on avoimesti saatavissa <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-359-030-4>
Nimeä-EiKaupallinen-EiMuutoksia 4.0 Kansainvälinen -lisenssillä (CC BY-NC-ND 4.0)

Kannen suunnittelu
Miika Immonen

Typografia ja taitto
Sirpa Randell

ISBN 978-952-359-031-1 (painettu, nid.)
ISBN 978-952-359-030-4 (pdf)

Kustantaja: Tampere University Press, Tampere, Suomi
Valmistaja: BoD – Books on Demand, Norderstedt, Saksa

Sisällys

1	Johdanto	9
	Politiikan julkisuuden muutostrendejä	10
	Politiikan medioituminen	13
	Tutkimuksen aineistot ja kirjan rakenne	18
2	Valta suomalaisessa yhteiskunnassa	21
	Suomalainen politiikka 2009–2019	23
	Sosiaalisen median vaikutusvallan uskotaan kasvaneen	27
	Entistä useampi päättäjä suhtautuu kriittisesti konsensukseen	31
	Enemmistö päättäjistä uskoo median välittävän kansalaisten mielipiteitä puolueita paremmin	35
	Henkilösuhteiden ja median merkitys vaikutusvallalle näyttää vähentyneen	38
	Yhteenvetoa	43
3	Päättäjien mediastrategiat ja toimittajayhteistyö	45
	Yleisradio ja Helsingin Sanomat ovat edelleen päättäjien yleisimmin seuraamat uutismediat	48
	Sosiaalinen media on noussut esiintymisten alustana uutismedian rinnalle	53
	Päättäjien mediastrategiat ovat muuttuneet entistäkin harkitummiksi	58
	Yhteistyö toimittajien kanssa on ohentunut	64
	Yhteenvetoa	69
4	Mediajulkisuus ja päätöksenteko	72
	Päättäjien alttius reagoida mediapaineeseen ei juuri ole muuttunut	74
	Vaikutusvaltaansa median ja verkostojen avulla rakentavat ovat alttiita mediavaikutuksille	78
	Julkisuus mielletään aiempaa riskialttiimmaksi samalla kun arviot journalismista ovat muuttuneet myönteisemmiksi	83
	Neljännes päättäjistä välttää puuttumista vihapuheelle alttiisiin aiheisiin	90
	Yhteenvetoa	92
5	Medioitunut valta ja politiikan paluu	96

Lähteet	104
Liitteet	113
Liite 1: Tutkimuksen aineistot ja menetelmät	115
Liite 2: Kyselylomake	123
Liite 3: Latent Class Analysis -taulukot	131

Kuvioluettelo

Kuvio 2.1. Käsitukset eri tahojen vaikutusvallan muutoksesta noin kymmenen vuoden aikana.	30
Kuvio 2.2. Suomalaista päätöksentekotapaa koskevat näkemykset 2009 ja 2019.	33
Kuvio 2.3. Vastaajien arviot oman vaikutusvaltansa perustoista 2009 ja 2019.	39
Kuvio 3.1. Käsitukset viestintäammattilaisten osuuden kehityksestä noin kymmenen vuoden aikana eri yhteiskuntasektoreilla 2019.	46
Kuvio 3.2. Suomalaisten päättäjien uutismedia käyttö vuonna 2019.	49
Kuvio 3.3. Suomalaisten päättäjien uutismedian käyttö vähintään viikoittain verrattuna aikuisväestöön kaikkiaan vuonna 2019.	52
Kuvio 3.4. Esiintyminen eri viestintävälineissä vuonna 2019.	54
Kuvio 3.5. Mediassa esiintymistä kuvaavien LCA-profilien osuudet yhteiskuntasektoreittain 2019.	55
Kuvio 3.6. Työrooliin liittyvät päivitykset sosiaalisen median alustoilla 2019.	56
Kuvio 3.7. Työrooliin liittyviä päivityksiä vähintään viikoittain tekevien osuus yhteiskuntasektoreittain 2019.	56
Kuvio 3.8. Mediastrategioita koskevat näkemykset 2009 ja 2019.	59
Kuvio 3.9. Mediastrategioita koskevista väittämistä jokseenkin tai täysin samaa mieltä olevien osuudet yhteiskuntasektoreittain vuonna 2019.	62
Kuvio 3.10. Toimittajayhteistyötä koskevat käsitykset 2009 ja 2019.	65
Kuvio 4.1. Vastaajien arviot median vaikutuksesta päätöksentekoon 2009 ja 2019.	76
Kuvio 4.2. Vastaajien arviot julkisen keskustelun rationaalisuudesta 2009 ja 2019.	86
Kuvio 4.3. Vastaajien arviot väitteestä ”Journalismi etsii asiasta kuin asiasta kiistanalaisia yksityiskohtia eikä hahmota kokonaisuuksia, jotka tekisivät yksityiskohdat ymmärrettäviksi” (vuoden 2019 aineisto).	89
Kuvio 4.4. Hyökkäävän palautteen tai vihapuheen kohteeksi joutuminen yhteiskuntasektoreittain 2019.	91
Kuvio 4.5. Vastaajien arviot väitteestä ”Vältän puuttumista aiheisiin, joiden takia voin joutua vihapuheen kohteeksi” (vuoden 2019 aineisto).	92

Taulukkoluetelo

Taulukko 2.1. Valtaeliitin ja kansalaisten arviot instituutioiden yhteiskunnallisesta vaikutusvallasta vuosina 1991, 2001 ja 2011.	28
Taulukko 2.2. Suomalaista päätöksentekotapaa kuvaavien LCA-luokkien osuudet vuosittain.	34
Taulukko 2.3. Suomalaista päätöksentekotapaa kuvaavien LCA-luokkien osuudet sektoreittain vuosina 2009 ja 2019.	35
Taulukko 2.4. Käsitykset kansalaismielipiteen välittymisestä päätöksentekijöille.	36
Taulukko 2.5. Yhteiskuntasektoreiden jakautuminen mediaorientoituneiden, puolueorientoituneiden ja epätietoisten profileihin 2019.	38
Taulukko 2.6. Vaikutusvallan perustoja kuvaavien LCA-profilien osuudet 2009 ja 2019.	41
Taulukko 2.7. Vaikutusvallan perustoja kuvaavien LCA-profilien osuudet sektoreittain 2019.	42
Taulukko 3.1. Internetin keskustelufoorumien, sähköpostilistojen ja sosiaalisen median palvelujen seuraaminen eri yhteiskuntasektoreilla 2019.	50
Taulukko 3.2. Ulkomaisia sanoma- tai aikakauslehtiä lukeneiden vastaajien nimeämät julkaisut.	51
Taulukko 3.3. Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa ja esiintyminen tiedotusvälineissä 2019.	57
Taulukko 3.4. Toimittajayhteistyötä kuvaavien LCA-profilien osuudet 2009 ja 2019.	67
Taulukko 3.5. Toimittajayhteistyötä kuvaavien LCA-profilien osuudet sektoreittain 2019.	67
Taulukko 4.1. Alttiutta mediavaikutuksille kuvaavien LCA-profilien osuudet yhteiskuntasektoreittain (vuoden 2019 aineisto)	79
Taulukko 4.2. Alttiutta mediavaikutuksille kuvaavien LCA-profilien osuudet median tuomaa vaikutusvaltaa kuvaavien LCA-profilien suhteen (vuoden 2019 aineisto).	81
Taulukko 4.3. Alttiutta mediavaikutuksille kuvaavien LCA-profilien osuudet median tuomaa vaikutusvaltaa kuvaavien LCA-profilien suhteen (vuoden 2019 aineisto).	81
Taulukko 4.4. Vastaajien arvioita julkisuuden rationaalisuudesta kuvaavien LCA-profilien osuudet 2009 ja 2019.	88
Taulukko 4.5. Vastaajien arvioita julkisuuden rationaalisuudesta kuvaavien LCA-profilien osuudet yhteiskuntasektoreittain (vuoden 2019 aineisto).	88

Liitetaulukkoluetelo

Taulukko L1.1. Aineiston rakenne 2009 ja 2019.	118
Taulukko L1.2. Painotetun aineiston rakenne 2009 ja 2019.	120
Taulukko L1.3. Viestintäammattilaisten osuus sektoreittain painottamattomassa ja painotetussa aineistossa.	121
Taulukko L3.1. Suomalaista päätöksentekotapaa koskevat vastaajaprofiilit: 2-luokkainen ratkaisu.	131
Taulukko L3.2. Käsitykset kansalaismielipiteen välittymisestä pätöksentekijöille: kolmeluokkainen ratkaisu, vuoden 2019 aineisto.	132
Taulukko L3.3. Vaikutusvallan perustoja kuvaavat LCA-profiilit: viisiluokkainen ratkaisu.	133
Taulukko L3.4. Mediassa esiintymistä kuvaavat LCA-profiilit: kolmeluokkainen ratkaisu, vuoden 2019 aineisto.	134
Taulukko L3.5. Toimittajayhteistyötä kuvaavat LCA-profiilit: neliluokkainen ratkaisu.	135
Taulukko L3.6. Alttiutta mediavaikutuksille kuvaavat LCA-profiilit: neliluokkainen ratkaisu, vuoden 2019 aineisto.	136
Taulukko L3.7. Mediajulkisuuden merkitystä vaikutusvallalle kuvaavat LCA- profiilit: kolmeluokkainen ratkaisu, vuoden 2019 aineisto.	137
Taulukko L3.8. Virallisen aseman, verkostojen ja oman kyvykkyyden merkitystä kuvaavat LCA-profiilit: kolmeluokkainen ratkaisu, vuoden 2019 aineisto.	138
Taulukko L3.9. Vastaajien arvioita julkisuuden rationaalisuudesta kuvaavien LCA-profiilit: kolmeluokkainen ratkaisu.	139
Taulukko L3.10. Vastaajien arvioita julkisuuden rationaalisuudesta kuvaavien LCA-profiilit: kolmeluokkainen ratkaisu, vuoden 2019 aineisto.	139

1 Johdanto

Kun nykyisin puhutaan politiikasta, on melkein pakko samalla puhua mediasta. Media on yksi keskeinen politiikan teon areena, eikä media käsittele enää pelkästään poliitikkojen tekoja politiikan areenalla vaan entistä enemmän myös heidän tekojaan media-areenalla. Tätä kehitystä on kuvattu politiikan medioitumiseksi (Mazzoleni & Schulz 1999; Strömbäck & Esser 2014; Van Aelst & Walgrave 2016). Samalla kun media on omaksunut oman toimintalogiikan ja tullut entistä riippumattommaksi politiikasta, politiikka on tullut riippuvaisemmaksi mediasta ja sen logiikasta (Hjarvard 2013, 43; Strömbäck & Esser 2014).

Tässä kirjassa politiikan ja median suhdetta kuvataan politiikan näkökulmasta. Haluamme selvittää, miten medioitumisen kohteena olevat päättäjät kokevat median vallan oletetun kasvun. Emme siis kysy median vallasta median edustajilta vaan heiltä, joiden väitetään tulleen aiempaa riippuvaisemmiksi mediasta ja sen asettamista ehdoista. Otamme tutkimuksen kohteeksi tahot, joiden tiedetään käyttävän valtaa omalla yhteiskuntasektorillaan, ja kysymme, vaikuttaako media heidän mielestään jollain tavalla tähän vallankäyttöön – ja jos vaikuttaa niin miten. Tarkoitamme politiikalla laajasti osallistumista yhteiskunnalliseen keskusteluun ja päätöksentekoon. Poliitiikan osallisia ovat näin varsinaisten poliitikkojen lisäksi myös muiden yhteiskuntasektoreiden päättäjät ja aktiivit. Medialla tarkoitamme niin journalistista kuin sosiaalista mediaa sekä verkossa että perinteisissä viestintäkanavissa. Journalistista mediaa kutsumme myös uutismediaksi. Sosiaalisella medialla tarkoitamme Facebookia, Twitteriä ja muita vastaavia palveluja, joissa voidaan käydä keskustelua ja jakaa uutisia.

Nyt käsillä oleva tutkimus on jatkoa vuosina 2007–2009 tehdylle hankkeelle, jossa päättäjien haastattelujen ja heille suunnatun kyselyn avulla selvitettiin, millaisiksi suomalaiset vallankäyttäjät kokevat mediajulkisuuden roolin työssään: miten he käyttävät mediaa resurssinaan ja millä tavalla he arvioivat sen vaikuttavan omiin

ratkaisuihinsa (Kunelius, Noppari & Reunanen 2010). Tavoitteena on selvittää, onko median rooli suomalaisessa päätöksenteossa muuttunut kymmenen vuoden kulussa ja jos on, niin millä tavalla. Aiempi tutkimuksemme osoitti median olevan tärkeä osa päättäjien arkea, mutta arvioimme kuitenkin konsensuaalisen päätöksentekotavan jossain määrin toimivan vastavoimana medioitumiselle. Miten tilanne on muuttunut? Onko medioituminen syventynyt entisestään, tai onko se jollain tavalla muuttanut luonnettaan? Onko suomalainen konsensuaalisuuteen ja korporatismiin nojannut päätöksentekotapa muuttumassa eli onko ”politiikka palaamassa politiikkaan” (Mouffe 1993), ja miten tämä muutos mahdollisesti heijastuu päättäjien mediasuhteeseen? Millaisia seurauksia kansallismielisen populismin nousulla ja sosiaalisen median merkityksen kasvulla on ollut päätöksentekoon ja sen julkisuuteen? Kirjan analyysit perustuvat vuosina 2009 ja 2019 tehtyjen lähes samansisältöisten kyselyjen tulosten vertailuun.

Politiikan julkisuuden muutostrendejä

Päättäjien mediasuhteen mahdollinen muutos kytkeytyy yhteiskunnan ja media-ympäristön yleisempiin muutostrendeihin. Journalistinen media ei hallitse poliittista julkisuutta enää samassa määrin kuin vielä kymmenen vuotta sitten. Erityisesti sosiaalinen media on noussut julkisuuden areenaksi, jolla niin päättäjät kuin muutkin kansalaiset voivat yrittää kohdistaa huomiota haluamiinsa asioihin sekä kierrättää, kommentoida ja kyseenalaistaa journalistisessa mediassa esitettyjä näkemyksiä. Tämä on tuonut julkisuuteen dynamiikan, jossa joukkoviestinnän ja sosiaalisen median logiikat (Klinger & Svensson 2015; an Dijck & Poell 2013) lomittuvat uudenlaiseksi hybridimediajärjestelmäksi (Chadwick 2013). Hybridille mediaympäristölle on ominaista, että journalismi joutuu reagoimaan politiikan eri osapuolten sosiaalisessa mediassa julkisuuden agendalle nostamiin kysymyksiin. Journalismi on tullut entistä riippuvaisemmaksi sosiaalisen median alustoista sekä yleisön kiinnostuksesta, jota voidaan digitaalisessa ympäristössä myös mitata huomattavasti aiempaa tarkemmin (Bell & Owen 2017; Bruns 2018; Meese & Hurcombe 2020; Nielsen & Ganter 2018). Journalismin ja muun verkkomedian suhteen muutoksen voikin nähdä johtaneen medioitumisen vaiheeseen, jossa myös journalistinen media tulee uudella tavalla julkisen huomion ja medioitumisen kohteeksi (Kunelius & Reunanen 2016).

Median murrokseen kytkeytyviä muutuskertomuksia ovat myös väitteet julkisuuden fragmentoitumisesta ja polarisoitumisesta (Sunstein 2017). Kun mediatarjonta on moninaistunut eivätkä ihmiset välttämättä enää seuraa samoja uutisia samoista kanavista, tämä periaatteessa mahdollistaa vain samanmielisiä viestejä seuraavista ihmisistä koostuvien ja ideologisesti yhtenäisten ”kaikukammioiden” tai ”kuplien” synty-

**MITEN SUOMALAINEN PÄÄTÖKSENTEKOTAPA JA
MEDIAJULKISUUDEN ROOLI PÄÄTÖKSENTEOSSA
OVAT MUUTTUNEET VIIMEISEN KYMMENEN
VUODEN AIKANA? MITEN PÄÄTTÄJÄT KOKEVAT
MEDIAVALLAN OLETETUN KASVUN?**

Kirjassa *Medioitunut valta ja politiikan paluu* tarkastellaan politiikan ja median suhteen kehitystä suomalaispäättäjille vuosina 2009 ja 2019 tehtyjen kyselyjen nojalla. Tuloksia peilataan samaan aikaan politiikan kentällä ja mediassa tapahtuneisiin muutoksiin, muun muassa ideologisten jakolinjojen vahvistumiseen ja sosiaalisen median nousuun uutismedian rinnalle tärkeäksi poliittisen julkisuuden areenaksi.

Tutkimustuloksissa kuvastuu pieni mutta selvä muutos konsensushakuisesta ja verkostomaisesta päätöksentekotavasta kohti ideologisempaa ja enemmän valtakamppailuihin nojaavaa päätöksentekotapaa. On mahdollista, että muutokset heijastavat pysyvää trendiä, jossa Suomen erityisyys kansainvälisesti poikkeuksellisen konsensusyhteiskuntana olisi heikkenemässä ja myös suomalainen politiikka olisi muuttumassa entistä "poliittisemmaksi".

Kirja on tarkoitettu politiikan ja median suhteesta kiinnostuneelle yleisölle, politiikan, järjestöjen ja hallinnon ammattilaisille sekä näiden aihepiirien tutkijoille ja opiskelijoille.

ISBN 978-952-359-031-1

