

1 ÄÄNESTÄMISEN SIETÄMÄTÖN KEVEYS

Muutaman vuoden välein yhteiskunta tarjoilee meille uudet jännittävät vaalit. Media esittelee ehdokkaita ja vaaliohjelmia. Puoluetoimistot laativat vaalistrategioita ja miettivät mainoskampanjoiden teemoja. Ehdokkaat laittavat valtavia rahasummia vaalimainontaan, päivittävät someprofileitaan ja juovat kahvia toreilla äänestäjien kanssa. Meille äänestäjille lupailaan kaikenlaista: kerrotaan millaiset arvot ovat tärkeitä ja kenen asialla ollaan. Koko speaktaakkeli huipentuu vaali-illan tulostenlaskentaan. Äänestäjät seuraavat televisiosta jännittyneinä, ketkä tällä kertaa voittavat, ketkä häviävät. Yhteiskunta saa uudet päättäjät. Kaiken tämän keskiössä on meidän, eli sinun ja minun, antamamme äänet. Ilman ääniä ei olisi koko tätä vaalitouhua.

Vaikka äänestäminen ja äänestäjän päätöksenteko ovat demokratian ytimessä, aika vähän pohditaan sitä, miten me äänestäjät teemme päätöksemme. Oletetaan vain, että me osaamme raapustaa oikean numeron äänestyslippuun. Sellaisia tutkimuksia on pilvin pimein, missä selitetään, millaiset ihmiset äänestävät mitäkin puoluetta tai mitä puoluetta ihmiset aikovat äänestää (eli siis vaaligallupit). Mutta äänestäjän päätöksenteosta puhutaan vain vähän, vaikka koko demokratian toiminta perustuu siihen, että valitsemme oikeat ehdokkaat. Sellaiset ehdokkaat, jotka todella edustavat meidän arvojamme. Valinta on kuitenkin vaikeaa. Eikä sitä helpota, että tiedotusvälineet suhtautuvat vaaleihin hämmästyttävällä kepeydellä. Vaalikoneet viihteellistyvät, vaalimainonta on sekavaa puuroa, vaalikeskustelut suosivat savenalmiita ja toimittajat ovat kiinnostuneempia poliitikkojen nuhteettomuudesta kuin heidän arvoistaan tai mielipiteistään. Kaiken tämän sekamelskan keskellä kuitenkin äänestäjän pitäisi pystyä valitsemaan ehdokas, joka parhaiten pystyy ajamaan äänestäjälle tärkeitä asioita.

Tässä kirjassa piirretään kokonaiskuva siitä, millaiset tekijät vaikuttavat äänestäjien päätöksentekoon. Osa näistä tekijöistä on sellaisia, mitkä hyvin tiedostamme. Esimerkiksi puolueen arvot ja puolueen ajamat asiat vaikuttavat itsestään selvästi puoluevalintoihin. Ehdokkaan valintaan taas vaikuttaa se, kuinka pätevänä ja miellyttävänä häntä pidämme. Näiden ilmeisten seikkojen lisäksi päätöksiimme vaikuttavat sellaisetkin seikat, joiden vaikutusta emme todellakaan huomaa. Esimerkiksi se, miten kivahti ehdokkaan nimi rimmaa oman nimen kanssa, minkä värinen paita ehdokkaalla on päällä vaalikuvassa tai miten hilpeä svengi ehdokkaan vaalisloganissa on. Emme tee näitä päätöksiä tyhjiössä, vaan osana yhteiskuntaa ja omia sosiaalisia ympyröitämme. Tämän takia päätöksiimme vaikuttaa myös se, millaisena ihmisenä itseämme pidämme, identiteettimme. Esittelen matkan varrella joitain tuloksia monista vaalitutkimuksista, joita olen tehnyt. Toivon näiden tulosten auttavan sinua ymmärtämään paremmin omaa ja kanssakulkijoihisi ajatusmaailmaa. Ehkäpä myös huomaat, missä asioissa olet samanlainen kuin muut ja missä erilainen. Lukijana pääset myös testaamaan, millaiset asiat juuri sinuun vaikuttavat.

Tutkimuksissa on todettu, että aika harva äänestäjä onnistuu äänestämään ”oikein” eli sellaista ehdokasta, joka ajaa hänen etujaan tai edustaa hänen arvojaan¹. Tämä johtuu siitä, että harhaanjohtavat tiedot tai merkityksettömät yksityiskohdat hämäävät äänestäjiä. Tällöin he saattavat päätyä äänestämään ehdokasta, jota paremman tiedon tai ymmärryksen valossa eivät missään tapauksessa olisi halunneet äänestää. Tämä on valtavan suuri ongelma, sillä jos ihmiset yleisesti ottaen eivät onnistu äänestämään ”oikein”, ei myöskään demokratia toimi ajatellulla tavalla. Edustuksellinen demokratia perustuu siihen, että äänestäjät valitsevat jonkun sopivan ihmisen edustamaan heitä. Tarkastelemme tässä kirjassa syitä sille, miksi äänestäjä voi joskus harhautua ja äänestyspäätöksestä tulee suunnitellun sijaan satunnainen.

¹ Lau & Redlawsk (2006).

Kirjassa tarkastellaan enimmäkseen Suomea ja suomalaisten äänestämistä. Melko paljon käsitellään myös amerikkalaisten äänestäjien arvoja ja päätöksentekoa. Valitsin Amerikan vertailukohdaksi, koska uskon monella lukijalla olevan hyvä käsitys siitä, millaisia päätöksiä amerikkalaiset äänestäjät ovat viime aikoina tehneet. Yksittäisenä maana Yhdysvallat on myös merkittävin: äänestäjien tekemät valinnat heijastuvat muihin maihin ja koko maailman poliittiseen tilanteeseen.

Me äänestämme aikana, jolloin demokratiaan kohdistuu monenlaisia paineita. Demokratia toimii hyvin silloin, kun keskustelemme keskenämme, kuuntelemme toisiamme ja haemme yhdessä ratkaisuja. Tuntuu, että osa ihmisistä ei ymmärrä tätä. Monien keskusteluiden avulla ei pyritä ymmärtämään toisten kantoja vaan ainoastaan osoittamaan ne vääriksi. Joidenkin on myös vaikeaa hyväksyä sitä, että ihmiset ovat erilaisia ja että heillä on erilaisia arvoja. Keskustelukulttuurin muutos liittyy populismiin. Populistit ovat haastaneet perinteiset puolueet tavalla, mihin nämä eivät ole osanneet vastata. Kun perinteisesti politiikkaa on tehty faktoilla ja loogisilla argumenteilla, ovat politiikan pelisäännöt täysin muuttuneet populismin nousun myötä. Faktat ovat menettäneet merkitystään ja totuus on muuttunut suhteelliseksi. Faktojen sijaan politiikkaa tehdään mielipiteillä ja tunteilla. Ei ihme, että äänestäjä hämmentyy.

Puhun tässä kirjassa populismista moneen otteeseen, koska pidän sitä suurena uhkana demokratialle. Populistit rakentavat tahallaan vastakkainasetteluja eri ihmisten välille, eivät noudata demokraattisia ihanteita ja johtavat äänestäjiä harhaan. Suomessa ei ole yhtään puoluetta, joka olisi yhtä räikeästi populistinen kuin esimerkiksi saksalainen AfD tai puolalainen PiS. Suomalaisista puolueista eniten populistisia piirteitä on perussuomalaisissa. Tosin populistisia piirteitä löytyy myös muista puolueista, kuten esimerkiksi vasemmistosta ja kokoomuksesta. Kun tässä kirjassa puhutaan populismista, se ei siis ole synonyymi perussuomalaisille, vaan se sisältää kaikki maailman populistiset poliitikot. Tähän joukkoon toki kuuluu joitain perussuomalaisia poliitikkoja. Populismin määrittely on hankalaa, palaamme siihen vielä myöhemmin.

Tämä kirja on tarkoitettu ensisijaisesti äänestäjille mutta toki myös ehdokkaille, puolueille ja kaikille, jotka ovat kiinnostuneita äänestäjien päätöksenteosta. Lienee paikallaan mainita, että tämä kirja ei ole puolueen tai ehdokkaan valintaopas. Tässä ei esitellä puolueiden arvoja, hyviä tai huonoja puolia. Ne valinnat jokainen äänestäjä tekee itse. En edes pystyisi kertomaan sinulle, miten sinun kuuluisi äänestää, koska en mitenkään voi tietää, mitkä asiat juuri sinulle ovat tärkeitä. Toivon tämän kirjan herättävän keskustelua ja mielenkiintoa äänestämisen psykologiaa kohtaan. Kirjan yleisenä tavoitteena on parantaa demokratian toimivuutta auttamalla äänestäjiä pohtimaan, millä perusteella he todella äänestävät sekä miten alitajunta näitä päätöksiä ohjaa. Toivon kovasti, että äänestäjät onnistuvat äänestämään itsensä kannalta oikeita ehdokkaita, jotta saamme eduskunnan ja kunnanvaltuustot, jotka oikeasti edustavat kansaa, niin kuin demokratiassa kuuluukin.

KIRJAN TAUSTAA JA VAALITUTKIMUKSIA

Koska äänestäjien päätöksentekoa on tutkittu melko vähän, voisi olettaa, että vain harvaa kiinnostaa, millaisen pätkäilyn seurauksena sinä kirjoitat huolellisesti jonkun numeron äänestyslipukkeeseen. No, minuapa kiinnostaa, ja on kiinnostanut jo pitkään. Yrittäjyyden, osa-aikatyön, väitöskirjaprojektin ja lapsiperheen arjen rinnalla olen tutkinut huvikseni äänestäjien käyttäytymistä jo vuosia. Kaikki alkoi vuoden 2008 kuntavaaleista, kun harmittelin, ettei suosikkiehdokkaani ollut vastannut kuin yhteen vaalikoneeseen ja siihenkin aika niukkasaisesti. Pidin tätä laiskuuden osoituksena ja kunnioituksen puutteena äänestäjiä kohtaan, enkä sitten lopulta äänestänytään häntä. Mietin myös, että jos ehdokas ei ole vaalikoneessa, ei hän myöskään ole sen antamien suositusten joukossa. Koska osa ihmisistä näyttää äänestävän pelkästään vaalikoneen suosituksen perusteella, vaalikoneilla on valtavan paljon merkitystä. Selvittelin sitten, miten vaalikoneisiin vastaaminen vaikutti kunnanvaltuustoon pääsyyn. Havaitsin, että mitä useampaan vaalikoneeseen ehdokas vastasi, sitä enemmän hän sai ääniä.

Demokratian kannalta on hieman hämmentävää, että vaatetuksen väri näyttäisi vaikuttavan vaalien lopputulokseen. Vaatteiden värillä ei liene mitään tekemistä sen kanssa, miten hyviä ehdokkaat ovat hoitamaan yhteisiä asioitamme. Vaikka tämä vaikutus on keskimäärin melko pieni, niin punaiseen pukeutuvien naisten kohdalla tulos on kuitenkin ihan selvä. Äänestäjät tuskin tätä tiedostavat, on vaikea uskoa kenenkään äänestäjän tietoisesti valitsevan ehdokasta paidan värin perusteella. Vaatteiden värin vaikutus perustunee samaan ilmiöön kuin brändien vaikutus: kyse ei ole vain väristä, vaan siitä mitä se symboloi.

Ehdokkaan vaalikuvalle on kaikista suurin merkitys silloin, kun äänestäjillä ei ole paljoa tietoa ehdokkaista.¹⁴³ Tällöin he muodostavat mielikuvansa ehdokkaan ominaisuuksista vaalikuvan perusteella. Kun muuta tietoa on, kuvan merkitys häipyy.

POLIITTISTEN MEEMIEN PSYKOLOGIA

Siirrytäänpä seuraavaksi hieman erilaisten kuvien pariin. Poliittisia pilapiirroksia on ollut niin kauan kuin on ollut politiikkaakin. Monet suomalaiset muistavat esimerkiksi Kari Suomalaisen Kekkosesta ja muista poliitikoista vääntämät piirrokset. Mutta se, mitä ennen julkaistiin vain lehdessä, on nyt siirtynyt someen. Siellä ei juurikaan ole sensuuria, tekijätietoja, tai kovin paljoa järkevää käytöstä. Tämä on synnyttänyt meemien buumin. Siinä missä pilapiirrokset ovat yleensä huolella harkittuja ja vaivalla piirrettyjä, meemit voivat syntyä parissa minuutissa. Sen vuoksi suurin osa meemeistä on vain absurdeja kuvien ja tekstipätkien yhdistelmiä, joiden tarkoitus on ilahduttaa sen katsojaa. Mutta osa meemien tekijöistä on jatkanut pilapiirtäjien traditiota. Ainakin siinä mielessä, että he edelleen ottavat kantaa yhteiskunnallisiin ongelmiin ja tekevät pilaa politiikkojen kustannuksella.

Somea selaillessamme löydämme paljon meemejä. Nuorimmat äänestäjät saattavat nähdä jopa kymmeniä meemejä päivässä. Tämä uudenlainen kommunikoinnin tapa kiteyttää napakasti ja hauskaasti mielipiteet kuvan ja lauseen yhdistelmäksi. Näistä meemeistä osa käsittelee politiikkaa tavalla tai toisella: meemissä

¹⁴³ Riggle ym. (1992).

voidaan esimerkiksi ottaa kantaa johonkin yhteiskunnalliseen epäkohtaan tai jonkun poliitikon käyttäytymiseen. Yhteiskunnallisesti kantaaottavat meemit voivat vaikuttaa melko harmittomalta ajanvietteeltä, mutta sitä ne eivät todellakaan aina ole. Jos meemin hiffaa, niin monenlaiset psykologiset vaikutusmekanismit aktivoituvat. Niiden vuoksi meemit ovat voimakas kommunikoinnin tapa. Niitä käytetäänkin paljon poliittisen propagandan levittämiseen¹⁴⁴.

Kiinnostavaa meemeissä on se, että niiden tekijä on yleensä tuntematon. Olennaista on sisältö, ei tekijä. Meemit kehittyvät, kun niitä jaetaan ja matkan varrella hiukan parannellaan. Meemipostaus on tyypillisesti uudelleenpostauksen uudelleenpostaus. Kukaan ei omista meemiä, idea on tuottaa se yhdessä. Mitä parempi meemi, sitä laajemmalle se leviää.

Meemien avulla luodaan uusia merkityksiä ja kehystetään asioita tuoreella tavalla. Esimerkiksi poliitikko voidaan esittää meemisä vahvana, naurettavana tai sääliäntävänä riippuen asiayhteydestä. Yksi tyypillinen meemi on kollaasi ihmisten kuvista, jossa kaikki muut, paitsi viimeisen kuvan tyyppi, tekevät jotain samaa. Kun Trumpin tili poistettiin Twitteristä, käytettiin tämäntyyppistä meemiä. Tekstissä sanottiin ”Nosta kätesi, jos sinulla on yhä Twitter-tili”. Kuvissa oli monia poliitikkoja, joilla oli käsi ylhäällä, kunnes sitten viimeinen kuva oli surullisen näköisestä Donald Trumpista kädet sylissä. (Tätä kirjoittaessa Trump on jälleen Twitterissä).

Meemiin liittyy aina huumoria jollain tapaa. Huumori voidaan luoda vastakkainasettelulla tai jollain absurdilla elementillä. Vaikka monet meemit saattavat vaikuttaa pintapuolisesti vitseiltä, niin siitä ei pidä hämääntyä, sillä usein niiden tarkoitus voi olla hyvinkin tärkeä. Meemejä käytetään yhä enemmän kommentoimaan yhteiskunnallisia ja poliittisia aiheita. Huumori on melko ovela tapa kommentoida näitä, sillä huumorin monitulkintaisuus mahdollistaa myös poliittisesti epäkorrektien ideoiden esittämisen. Meemien tekijöitä eivät sido mitkään sosiaaliset

¹⁴⁴ Huomautettakoon, että suurin osa meemeistä on tehty ihan vaan hivin vuoksi, ilman sen erityisempää vaikuttamistarkoitusta. Tässä kappaleessa käsitellään poliittisia vaikuttamaan tarkoitettuja meemejä.

normit, vaan niissä kokeillaan vapaasti erilaisia lähestymistapoja. Meemissä ei kuitenkaan voida esittää mitä tahansa ”väittämiä”, sillä niiden pitää heijastella sellaisia asioita, joita yhteisössä pidetään totena tai edes mahdollisena.

Poliittiset meemit osallistuvat keskusteluun siitä, millainen yhteiskunnan pitäisi olla. Tyypillisesti meemien tarkoituksena on tehdä joku näkökulma selväksi tai tiivistää keskustelun pointti. Aika usein pyritään tekemään joku poliitikko naurunalaiseksi. Monille ihmisille meemien tekeminen ja jakaminen on tärkeä tapa vaikuttaa yhteiskuntaan. Luomalla ja jakamalla poliittisia meemejä ihmiset voivat ilmaista tukeaan tietyille poliittisille suuntauksille ja ehdokkaille. Netinkäyttäjät jakavat meemejä joko koska he ovat samaa mieltä poliittisesta viestistä tai koska he pitävät niitä hauskoina. Joka tapauksessa jakaessaan he hyväksyvät meemien kiihkoilevan luonteen.¹⁴⁵

Vuonna 2016, kun Donald Trump ja Hillary Clinton kamppailivat siitä, kuka pääsee seuraavaksi Yhdysvaltojen presidentiksi, osa Clintonia vastustaneista ihmisistä palkkasi nuoret meemientekijät avukseen. Nuoret innostuivat projektista, sillä heidän mielestään olisi tosi hyvä läppä, jos vitsinä pidetty Donald Trump valittaisiin Yhdysvaltojen presidentiksi. Trumpin valinta antaisi kaikille tosikoille opetuksen. Kuten tiedetään, Trump voitti vaalit. Jälkeen päin yksi projektiin osallistuneista sanoi ällistyneenä¹⁴⁶:

“

We selected a meme for president.

”

145 Davi Johnson (2007) kirjoitti, että meemien tekeminen on tapa osallistua yhteiskuntaan. Wayne Journell ja Christopher Clark (2019) ovat pohtineet meemien jakamista.

146 Moore (2018).

Meemien psykologia

01

Joku luo meemin

Motiivit:

- 1) Haluaa vaikuttaa yhteiskuntaan, kiteyttää jonkun pointin tai kommentoida jotain asiaa.
- 2) Haluaa jakaa tekemänsä hassun huomion

Psykologia:

Kokee osallistuneensa yhteiskuntaan, parantaneensa maailmaa, osoittaneensa jonkin epäkohdan.

02

Muut jakavan sen ja saattavat vähän parannella matkan varrella

Motiivit:

- 1) Haluavat ottaa kantaa johonkin asiaan.
- 2) Haluavat osallistua ilmiöön.
- 3) Haluavat ilahduttaa kavereita, jakaa tunteita, keskustella.

Psykologia:

Jos meemi kolahtaa, kokee olevansa sisäpiiriä.

Jakavat tunteen, mielipiteen ja asenteen meemin lähettäjän kanssa. Haluavat jakaa saman myös kavereilleen.

03



Meemi leviää laajalle

Motiivit:

Ei varsinaista motiivia, yleisö vaan törmää meemin jossain.

Psykologia:

Meemin sisältämä viesti, asenne ja tunne leviävät.

Mitä useammin meemin näkee, sitä enemmän sitä pitää totena.

Mitä näppärämmin meemi on muotoiltu, sitä enemmän sitä pitää totena.

LUOTETTAVAN TIEDON LAITAMILLA

Olemme nyt hankkineet tietoa ehdokkaista ja täydentäneet mielikuvaamme erilaisten vihjeiden avulla. Alitajuntamme luo jossain määrin fiktiivisen kehittelyn ehdokkaasta. Käytännössä meillä on siis sekä jonkin verran tietoa että aika paljon kuvitelmia ehdokkaan ominaisuuksista. Kun arvioimme, onko mielikuvaamme ehdokkaasta oikea, niin voimme yrittää miettiä mistä se johtuu.

**TESTAA: MILLÄ TODENNÄKÖISYYDELLÄ OLET SAANUT
RIITTÄVÄSTI OIKEAA TIETOA EHDOKKAISTA?**

Valitse ensin listasta, mitkä tekijät vaikuttivat siihen, miten mielipiteesi ehdokkaasta on muodostunut. Laske sitten pisteesi suluissa olevien ohjeiden perusteella.

Mielipiteeni ehdokkaasta on muodostunut:

- Sanomalehtikirjoituksesta
(luotan lehden kuvaukseen **1p** / en luota **0p**)
- Somepäivityksistä
(luotan ehdokkaan aitouteen **1p** / en luota **0p**)
- Ehdokkaan vaalitapahtumista
(antoi hyvän vaikutelman **1p** / ei oikein vakuuttanut **0p**)
- Ehdokkaan nettisivuista
(informatiivisen, tehty huolella **1p** / mitäänsanomattomat **0p**)
- Vaalikonevastauksista
(perustelee vastaukset **1p** / ei perustele, huolimaton **0p**)
- Ehdokkaan vaalimainonnasta
(informaatiota on paljon **1p** / vain kuva ja numero **0p**)
- Ehdokkaan sloganista
(informatiivinen **1p** / kiva, mutta ei sisällä tietoa **0p**)
- Perheen tai kaverien kehuista
(yleensä luotettava **1p** / ajattelemme usein eri tavalla **0p**)
- Ehdokkaan vaalilupauksesta
(realistinen, uskon siihen **1p** / epärealistinen **0p**)
- Ehdokkaan vaalikuvasta
(ulkonäkö on tärkeimpiä kriteerejäni **1p** / ulkonäöllä ei ole merkitystä **0p**)

Mitä enemmän sait pisteitä, sen parempi. On hyvä, että käsityksemme muodostuu useasta eri lähteestä. Jos pisteitä on 4 tai enemmän, niin tietosi lienevät ihan riittävällä tasolla.

11 PÄÄTÖKSENTEKOVAIHEEN KIEMURAT

Nyt kun olemme päättäneet äänestää (kappaleet 2–4), tiedämme mitä ehdokailta ja puolueilta haluamme (kappaleet 5–8) ja meillä on tietoja ehdokkaista (kappaleet 9–10), alamme pikkuhiljaa olla valmiita päätöksentekoon. Se ei kuitenkaan ole ihan helppoa.

Äänestäjän päätöksenteon haasteet

1. Vertailun haaste

EETU EHDOKAS
Hyvä tässä ja tossa, huono siinä

ELLA EHDOKAS
Hyvä tässä, semihyvä tossa, kohtalainen siinä

ESKO EHDOKAS
Keskinkertainen kaikessa

?

2. Tiedon haaste

Mitä luulemme tietävämmekannasta tähän, tohon ja siihen

Mitä emme tiedä

Osa on tietoa, osa luuloa

Usein emme edes tiedä, mitä emme tiedä

3. Olennaisuuden haaste

Mitkä ominaisuudet ovat tärkeitä? Mikä on tärkein: Tämä, toi vai se?

Missä asioissa olen ehdoton ja mistä voin joustaa?