

## Tviittien politiikkaa - demokratia, edustus ja tasa-arvo politiikan uusissa verkkojulkisuuksissa

Tiivistelmä 20.2.2015

### Johdanto

Vahvan puoluedemokratian aikana asia- ja uutisjournalismin keskeisiä areenoita olivat Yleisradio sekä *Helsingin Sanomien* ja *Aamulehden* kaltaiset päivälehdet ja puoluelehdet. Nyttemmin poliittisen julkisuuden kenttää ovat laajentaneet sanomalehtien ja televisiokanavien nettiversiot sekä poliitikkojen blogit. Maksimissaan 140 merkkiä sisältävät Twitter-päivitykset kuvaavat tätä laajentunutta kenttää ja erityisesti päivityksille ominaista "hetkeen tarttumista", oman ja muiden toiminnan reflektointia sekä nopeaa reagointia erilaisiin esille nouseviin kysymyksiin. Twitterillä on aiempien tutkimusten perusteella ainakin seuraavia ominaispiirteitä: se korostaa viestin lähettäjän merkitystä; on sitten kyse poliitikosta tai toimittajasta, viesti henkilöityy. Vaikka monet instituutiot jo käyttävät Twitteriä tiedottamiseensa, poliitikkojen ja toimittajien viestintä on usein yhtä aikaa omakohtaista ja verkostoja luovaa. Viestintää luonnehtii nopea "tässä-ja-nyt" - reagointi samoin kuin vaikutelmat omista ja muiden toimista.

Kysymys siitä, miten politiikka vaikuttaa median toimintaan ja päinvastoin, miten media vaikuttaa politiikkaan, on ollut jatkuvien keskustelujen kohde niin viestinnän kuin politiikan tutkimuksessakin. Tavanomaista on ollut tarkastella kysymystä instituutionäkökulmasta, politiikan ja journalismin toimintatapojen muutosta painottaen. Twitter kuitenkin tekee mahdolliseksi sen, etteivät poliitikot ja toimittajat sellaisenaan seuraa edustamiensa instituutioiden toimintalogiikkaa, poliittista päiväjärjestystä tai uutismetsästystä. Jokapäiväisessä viestinnässä he toimivat toki julkisen roolinsa tiedostaen, mutta myös sen ja yksityisen roolinsa rajoista jatkuvasti neuvotellen. Twitter on ymmärrettävissä noita rooleja samoin kuin poliittista viestintää jatkuvasti *muokkaavana* voimana – jota ei voi tarkastella irrallaan perinteisistä viestintä-alustoista. Aivan kuten emme voi ilman konkreettista tutkimusta tietää perinteisten medioidenkaan kaikkia vaikutuksia, emme myöskään voi kuin arvailla Twitterin merkitystä poliittisessa viestinnässä. Median vaikutukset ja merkitykset ovat aina tapauskohtaisia, yhteiskunnallisesti ja kulttuurisesti välittyneitä. Tutkimuksen kontekstilla on siksi merkitystä.

Suomalaisten poliitikkojen ja politiikan journalistien keskinäisten sosiaalisten verkostojen tutkimus on kansainvälisestikin ainutlaatuinen yritys pohtia sitä, miten Twitterin kaltainen verkkojulkisuus työstää osaltaan poliittista julkisuutta ja tapaamme käsittää politiikka. Projektin *Tviittien politiikkaa* tarkastelee erityisesti sitä, ketkä viestivät, kuka seuraa ketäkin ja millaisia merkityksiä politiikasta Twitterissä luodaan ja ennen kaikkea, miten tämä politiikan uusi verkkojulkisuus mahdollisesti muokkaa näkemystämme demokratiasta, eduksesta ja tasa-arvosta.

### Tutkimuksen aineisto, menetelmät ja keskeiset tulokset

Projekti koostuu kahdesta toisiinsa liittyvästä empiirisestä tutkimuksesta: Ensimmäinen pureutuu poliittisen eliitin, kuten ministerien ja puolueiden puheenjohtajien, ja toimittajien keskinäisiin verkostoihin. Verkostoanalyysin aineisto kerättiin pisteotoksena vuoden 2013 loppupuolella ja sitä täydennettiin EU-vaalien yhteydessä kerätyllä aineistolla. Poliitikoista mukana olivat eliittiä edustavat henkilöt, kuten ministerit, eduskuntaryhmien ja puolueiden puheenjohtajat,

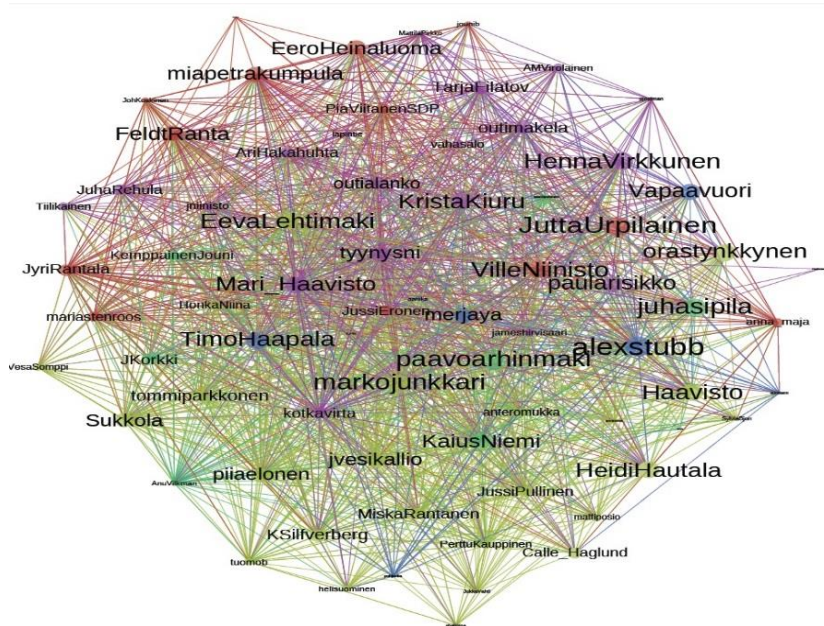
eduskunnan puhemiehet sekä valiokuntien puheenjohtajat (34 henkilö), journalisteista Twitter-tunnuksen itselleen perustaneet politiikan toimittajat (39 henkilöä). Muuttujina tarkasteltiin muun muassa puoluetta (poliitikot), mediasidosta (toimittajat), maantieteellistä sijaintia ja sukupuolta. Toisessa empiirisessä tutkimuksessa tarkasteltiin Euroopan unionin parlamentin ehdokkaiden vaalien alla lähettämiä tviittejä. Aineisto koostui ehdokkaiden kahta kuukautta ennen vaaleja lähettämistä noin 37 000 viesteistä. Parlamenttiehdokkaista aktiivisimmin Twitteriä käyttäneistä ja eniten vastauksia muilta Twitterin käyttäjiltä saaneista muodostettiin tutkimuksessa kaksi listaa: top 20 käyttäjät ja top 20 vastaanottajat. Näistä henkilöistä kerättiin perushenkilötiedot: ikä, sukupuoli, puolue, asema ja asuinpaikka, kahden listan kokoaminen ja vertailu antoi mahdollisuuden selvittää, ketkä käyttävät Twitteriä vaalikampanjoissaan, mihin he sitä käyttävät ja millaista vastakaikua he saavat. Ennen muuta vertailu kertoi, onko Twitteriä käyttämällä mahdollista tasoittaa niitä resurssieroja joita ehdokkailla on vai ylläpitääkö Twitterin käyttö käytännössä ehdokkaiden resurssieroja.

Twitterin roolia poliittisena viestintänä tarkasteleva projekti hyödyntää sekä viestinnän ja politiikan tutkimuksen että data-analyysin menetelmiä, aineiston louhintaa ja verkostoanalyysiä. Verkostoanalyysi on menetelmä, jonka avulla voidaan tutkia toimijoiden välisiä sosiaalisia suhteita, näiden suhteiden perusteella muodostuvia kaavamaisuuksia ja vuorovaikutuksen määrää. Sosiaalisten verkostojen analyysin toteuttaminen on aina haastavaa, koska menetelmä muotoutuu tutkimusta toteutettaessa. Verkostoanalyysin voidaankin ajatella sijoittuvan määrällisen ja laadullisen tutkimuksen välimaastoon ja sen tuottamat tulokset vaativat tulkintojen tekemistä ja niiden jatkuvaa uudelleenarviointia ja kyseenalaistamista tutkimuksen edetessä. Verkostoanalyysi voidaan ymmärtää sarjana askelia, joista jokainen määrittää jollain lailla tutkimusta, jättäen jotain mahdollisuuksia ulkopuolelle ja avaten toisia.

Projektin erityinen kohde on ollut Twitterissä rakentuva julkisuus edustuksellisen demokratian ja tasa-arvon näyttämönä ja tutkimusta ovat ohjanneet kysymykset poliittisen eliitin ja politiikan toimittajien keskinäisistä verkostoista, poliittisen kulttuurin muutoksista sekä poliittisen viestinnän uusista muodoista. Tulokset julkaistaan kolmessa kansainvälisessä ja yhdessä suomenkielisessä artikkelissa, minkä lisäksi projektissa käytettyä verkostoanalyysiä arvioidaan erillisessä suomenkielisessä julkaisussa.

Tulokset ovat tiivistettynä seuraavat:

- (1) Poliitikkojen ja toimittajien verkostoja tarkastelleesta aineistosta nousee esille politiikan "Twitter-eliitti" (ks. esimerkki visualisoinnista alla), jonka osallistujat viestivät aktiivisesti ja jota seurataan paljon. Eliitti muodostaa kiinteän sisäpiirimäisen verkoston. Tästä joukosta erottuvista poliitikoista kaikki eivät ole institutionaalisissa asemissa päivänpolitiikassa; osa on aiemmin ollut merkittävässä poliittisissa asemissa. Institutionaalinen asema ei siten suoraan selitä Twitter-suosiota. Twitterin politiikka on aineiston perusteella vahvasti pääkaupunkikeskeistä ja edustaa siellä vahvoina olevia puolueita, kuten Kokoomusta ja Vihreitä. Vastaavasti Twitterin poliittinen journalismi näyttäisi keskittyvän "mediavallan myyttiseen ytimeen", Helsingin Sanomiin, Mainostelevisioon ja Yleisradioon. Tutkimuksessa havaittiin myös, että politiikan ja toimittajien keskinäiset verkostot voivat kertoa toimijoiden arvoista jotakin sellaista, jota viestien sisältöä tutkimalla ei saada selville. Kuuluminen verkostoon voi joissakin tapauksissa olla jopa tärkeämpi indikaattori Twitteristä poliittisen viestinnän alustana kuin viestien sisältö.



(2) Tutkimus EU parlamenttiehdokkaista osoitti, että Twitter oli vihreiden ja kokoomuslaisten, Etelä-Suomen suurten kaupunkien, hyvissä asemassa olevien, keski-ikäisten vaalikampanjan väline. Hiukan yllättäen, naispuoliset ehdokkaat käyttivät Twitteriä olennaisesti enemmän kuin heidän osuutensa kaikista ehdokkaista olisi antanut olettaa. Tarkasteltaessa ehdokkaiden Twitterissä saamia vastauksia kävi ilmi, että vastauksissa painottuivat keski-ikäiset, hyvissä asemassa olevat miehet suurissa suomalaisissa kaupungeissa. Näyttää myös siltä, että ehdokkaat käyttivät Twitteriä korvatakseen puolueiden organisaatioon liittyviä heikkouksia ja saavuttaakseen omalla kannatusalueella asuvia äänestäjiä. Twitter oli vaaleissa väline, jonka käyttö korreloi muiden resurssien kanssa. Ehdokkaat, joilla oli muutenkin paljon voimavaroja käytettävissä vaalikampanjointiin, käyttivät Twitteriä eniten. Tutkimuksen johtopäätös on, että Twitter pikemminkin tukee jo olemassa olevia valtahierarkioita kuin tarjoaa tehokkaan välineen haastaa ja kyseenalaistaa niitä.

### Johtopäätökset ja pohdinta

Koska verkostanalyysimme tutkimusjoukko koostui eliitin edustajista, tuloksia oli luontevaa suhteuttaa myös eliittitutkimukseen. Eliittitutkimuksessa keskeiset kysymykset koskevat eliitin vertikaalista ja horisontaalista liikkuvuutta. Eliitin vertikaalista ja horisontaalista liikkuvuutta pidetään yhteiskunnan demokraattisuuden ja tasa-arvon mittareina. Edellinen kuva eliittiryhmän avoimuutta eliitissä vähemmistönä olleiden ryhmien, kuten naisten, tai erilaisten vähemmistöjen (kuten maahanmuuttajat) jäsenille. Horisontaalinen liikkuvuus viittaa eliittiryhmien keskinäisiin suhteisiin. Twitter-eliitin kokoonpano ilmentää tätä verkkojulkisuuden ambivalenttisuutta: yhtäältä se mahdollistaa, ainakin periaatteessa, vapaan pääsyn vallan verkostoihin, toisaalta poliitikkojen ja toimittajien keskinäisten verkostojen rakenne ja ominaisuudet kertovat hierarkkisista ("mediavallan myyttinen ydin") ja suhteellisen selvärajaisista yhteisöistä ja näin ollen enemmän tai vähemmän suljetuista eliittiryhmistä ja niiden sisäisistä klustereista.

Verkostanalyysin tulokset ovat rinnastettavissa Ilkka Ruostetsaaren *Vallan sisäpiirissä* (2014) kartoittamiin suomalaisiin eliittiryhmiin. Niiden mukaan Kokoomus ja Vihreät olivat ylliedustettuna valtaosaltaan Etelä-Suomea edustavassa valtaeliitissä ja joukkotiedotuseliitin jäsenistä kokoomusta kannattaa tasan puolet. Samaisen tutkimuksen mukaan naisten osuus koko

poliittisesta eliitissä on 43 prosenttia ja joukkotiedotuseliitissä 33 prosenttia. Sen sijaan tutkimassamme Twitter-eliitissä on yhtä paljon naisia ja miehiä. Tulostemme perusteella poliittisen eliitin ja politiikan toimittajien muodostaman eliitin vuorovaikutus Twitterissä on suhteellisen tiivistä, joskin poliitikot ja journalistit muodostivat myös omia keskinäisiä verkostojaan. Näyttää siis siltä, että Twitter on uusi foorumi eliittien väliselle kommunikaatiolle, toisaalta se ilmentää uudenlaista verkkojulkisuutta, jossa eliitin keskinäinen kanssakäyminenkin on julkista.

Aineistosta havaitaan erilaisia Twitterin käytön strategioita. Osa poliitikoista on verkottunut laajalti myös politiikan eliitin ulkopuolelle, kun taas osa poliitikkojen verkoston keskeisistä toimijoista on verkostoitunut lähinnä politiikan eliitin sisäisesti. Twitter perustuu palveluna niin sanotulle rikkaat rikastuvat -periaatteelle, jossa suositut käyttäjät saavat yhä enemmän seuraajia. Täten politiikan ja median suosituimpia Twitter-käyttäjiä voidaan pitää eräänlaisena ”eliittien eliittinä”, eikä tutkimuksemme tältä osin tue toisinaan esitettyjä ajatuksia sosiaalisen median demokratisoivasta voimasta. Tutkimuksemme pikemminkin vahvistaa käsitystä median ja politiikan leikkauspisteestä, myyttisestä mediavallan keskuksesta, jossa olemassa olevat valtarakenteet vahvistuvat ja tulevat näkyviksi. Twitterissä suosituimmat toimittajat edustavat pääkaupunkiseudun suurimpia mediataloja, ja samaten paljon Twitter-seuraajia keränneet ja palvelua luonnollisimmin käyttävät poliitikot edustavat pääkaupunkiseudun suosituimpia puolueita, Kokoomusta ja Vihreitä.

Politiikan uusissa verkkojulkisuuksissa rakennetaan paitsi vaalikampanjoita ja verkostoja niissä myös neuvotellaan demokratian, tasa-arvon ja poliittisen edustuksen erilaisista ulottuvuuksista. Twitter toimii poliittista julkisuutta muovaavana kenttänä, jonka rooli demokratian edellyttämässä julkisessa keskustelussa riippuu kentän toimijoista ja niiden välisistä suhteista ja verkostoista. Tutkimuksessa Twitterin muodostamaa poliittista julkisuutta on tarkasteltu poliittisia instituutioita ja joukkotiedotusvälineitä edustavien toimijoiden muodostamien kommunikaatioverkostojen kautta. Uuden viestintäteknikan mahdollistama vuorovaikutus ei välttämättä tuo mitään uutta, jos vakiintuneet sosiaaliset verkostot ainoastaan siirtyvät uudelle areenalle, mutta se voi myös uudistaa näitä verkostoja mahdollistamalla uudenlaiset toimijat ja uudenlaisia kommunikointimuotoja. Twitter ei olekaan mediana itsenäinen poliittisen viestinnän kenttä: sitä käytetään esimerkiksi lehtien verkkosivujen linkkien jakamiseen. Twitteriä ei voi myöskään pitää sellaisenaan sukupuolittuneena välineenä. Tutkitun EU-vaaliaineisto sukupuolen, sukupolven, yhteiskuntaluokan, alueellisuuden ja puoluekentän tapaiset muuttujat selittyvät pääkaupunkiseudun eliittirakenteella ja EU-vaalien yleisellä luonteella.

Sosiaalinen media poliittisen julkisuuden näyttämönä luonnehtii edustuksellisen demokratian uutta vaihetta, jota on kutsuttu mediademokratiaksi ja yleisdemokratiaksi, ja jota politiikan ns. medioitumisen lisäksi kuvaavat muuttuneet käsitykset poliittisesta edustuksesta ja johtajuudesta. Yleisdemokratiaa luonnehtii median hallitseva rooli mielipiteen muodostuksessa sekä henkilöitynyt ja imagoon perustuva poliittinen edustus ja johtajuus. Ainakin Suomessa tähän muutokseen liittyy esimerkiksi myös (nuorten) naisten noste ja näkyvyys politiikassa, kuten Heikki Paloheimon (2007) ja Mari Niemen (2014) tutkimukset osoittavat. Sosiaalinen media sopii välineenä hyvin tähän Pierre Rosanvallonin (2008) läsnäolon politiikaksi kutsumaan demokratiamalliin, joka edellyttää poliitikkojen jatkuvaa empaattista läsnäoloa mediassa ja jossa poliittinen viestintä on tunteenomaistunut. Samalla myös käsitys poliittisesta edustuksesta on muuttunut. Poliittisesta edustamisesta on tullut enemmänkin affektien artikuloimista kuin intressien ja identiteettien edustamista.

Myös poliitikkojen ja toimittajien välinen tiivis kommunikointi Twitterissä rakentaa tätä läheisyyden ja läsnäolon lumoa luovaa tunnepoliitikkaa. Poliitikkojen on luovittava kahden maailman välissä. Heidän työhönsä kuuluu osallistuminen yhä monimutkaistuvampaan poliittiseen päätöksentekoon ja välitön reagointi ennalta arvaamattomiin poliittisiin tapahtumiin ja kysymyksiin samalla kuin heidän on oltava jatkuvasti empaattisesti kuunneltava ja kansalaisten huolenaiheita. Tämä muutos poliittisessa edustamisessa on saattanut jopa parantaa naispolitiikkojen asemaa, sillä naisia pidetään kulttuurisesti miehiä empaattisempina ja sosiaalisesti taitavampina ongelmien ratkojina etenkin ihmisten arkisten huoliin liittyvissä kysymyksissä. Tällainen asiantuntemus on kysyttyä tieto-taitoa, kun poliitikot ja toimittajat neuvottelevat poliittisen agendan sisällöistä politiikan verkkojulkisuudessa. Lisäksi Twitterin kaltainen foorumi tarjoaa poliitikoille tilaisuuden esiintyä monissa rooleissa, kommentoida ajankohtaisia kysymyksiä ja syöttää samalla jutunaiheita toimittajille, osoittaa empatiaa yleisön huolille ja raottaa samalla myös henkilökohtaisempaa puoltaan.

Toimittajille poliitikkojen jatkuva mediassa läsnäolo saattaa olla samalla sekä resurssi että rasite. Yhtäältä se tarjoaa jutun aineksia, toisaalta valikointia vaikeuttaa runsauden pula. Uutisen arvoisen jutun etsintää helpottavat strukturoineet Twitter-verkostot, joissa toimittajat oppivat tuntemaan poliitikkojen mediastrategiat ja havaitsemaan myös odottamattomat, uutisen arvoiset poikkeamat läsnäolon politiikan jatkuvassa informaatiovirrassa. Demokratian kannalta tutkimustuloksemme ovat siten sekä myönteisiä että kielteisiä. Twitter-eliitin keskinäinen kommunikointi on julkista ja siksi läpinäkyvää, mutta toisaalta etenkin poliittiset toimijat ovat tietoisia esillä olostaan ja hyödyntävät Twitteriä pyrkiessään parantamaan medianäkyvyyttään ja imagoaan vaihtuvien poliittisten tilanteiden edellyttämällä tavalla. Lisäksi Twitter- eliitin kiinteät ja suhteellisen suljetut yhteisöt ja klusterit osoittavat, että myös läsnäolon politiikassa valta näyttää keskittyvän poliittisen eliitin ja joukkotiedotuseliitin sisäpiireille.

Projekti on toteutettu monitieteisessä työryhmässä: Professori (ma.) YTT Iiris Ruoho (projektin vastaava; sähköinen viestintä, Viestinnän, median ja teatterin tutkimuksen yksikkö, Tampereen yliopisto), yliopistonlehtori YTT Jaana Kuusipalo (sukupuolentutkimus, Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö, Tampereen yliopisto), erikoistutkija Erkki Railo (Eduskuntatutkimuksen keskus, Turun yliopisto, professori YTT Erkki Karvonen (Informaatiotutkimus, Oulun yliopisto) ja tutkija VTT Jiri Nieminen (politiikan tutkimus, COMET, Tampereen yliopisto), tutkija FM Eliisa Vainikka (sosiaalisen median tutkimus, COMET, Tampereen yliopisto), ja tutkija DI Jukka Huhtamäki (data-analyysi, Intelligent Information Systems Laboratory, Tampereen teknillinen yliopisto).