

Kehysanalyysi poliitikkojen
eduskuntavaalikampanjoinnista Hyvät herrat -
viihdeohjelmassa vuonna 1995

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Filosofian, poliittisen historian ja valtio-opin laitos / Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta

VERNERI, VARHO: Kehysanalyysi poliitikkojen eduskuntavaalikampanjoinnista

Hyvät herrat -viihdeohjelmassa vuonna 1995

Kandidaatintutkielma, 24 s.

Poliittinen historia

Syksy 2025

Tutkielmani tarkastelee poliitikkojen kampanjointia vuoden 1995 eduskuntavaaleihin Hyvät herrat -viihdeohjelmassa. Tutkielma pyrkii avaamaan, miksi poliitikot osallistuvat viihdeohjelmaan heidän kampanjoissaan eduskuntavaaleihin. Sarjaa ja poliitikkoja tarkastellaan hyödyntäen Erving Goffmanin kehysanalyysiä, jonka avulla kampanjointia pyritään analysoimaan ja selittämään.

Tutkielman primääriaineistona tarkastellaan Hyvät herrat -viihdeohjelman viittä jaksoa. Neljässä jaksossa on mukana poliitikko ja yhdessä mukana toimittaja. Jakso, jossa toimittaja on mukana, on tarkastelussa siksi, koska jakso käsittelee median suhtautumista poliitikkojen julkisuuskuvaan. Tutkielmassa hyödynnetään tutkimuskirjallisuutta kehysanalyysistä, eduskuntavaaleista ja median suhteesta politiikkaan.

Sarjan jaksojen perusteella voidaan sanoa esiintymisten olleen poliitikoille kampanjoinnin kannalta edullisia. Satiirinen sarja toimii hedelmällisenä esiintymisalustana poliitikoille tuomaan agendaansa esille pehmeämmin. Ohjelman luonne ja katsojan asema verrattuna poliitikkoon ohjelmassa antaa yleisölle tilaa tulkita poliitikon sanomisia oman kehyksensä läpi. Valtaapitävät eivät ohjelman kontekstissa tunnu niin kaukaisilta.

Hyvät herrat -viihdeohjelma on hyvä esimerkki politiikan viihteellistymisestä ja ennakoi populaarimedialla kasvavaa roolia kampanjoinnissa.

Sisällys

1. JOHDANTO	1
1.1 Tutkimuskysymys ja aineisto	1
1.2 Metodologia	3
2. HYVÄT HERRAT -VIIHDEOHJELMA.....	8
3. POLIITIKKOJEN KEHYS HYVÄT HERRAT -VIIHDEOHJELMASSA	10
4. MEDIAN KEHYS KAMPANJOINNISSA	14
4.1 Viihde-media ja kampanjointi.....	16
4.2 Kampanjat satiirin kehyksessä	18
6. JOHTOPÄÄTÖKSET	20
LÄHDELUETTELO.....	23

1. Johdanto

1.1 Tutkimuskysymys ja aineisto

Tarkastelen kandidaatin tutkielmassani, kuinka poliitikkojen eduskuntavaalikampanjointi ilmenee ”Hyvät herrat” -viihdeohjelmassa vuonna 1995. Hyvät herrat -viihdeohjelmaa esitettiin television Kolmoskanavalla ja myöhemmin MTV:llä vuosina 1990–1996.¹ Poliittista satiiria esittävän sarjan pääsääntöisenä tarkoituksena ei ollut toimia poliitikkojen mainosalustana, mutta television kasvava merkitys kampanjoinnissa, persoonakampanjointi ja tarinan kerronnan lisääntyminen kampanjoinnissa tarjosivat poliitikoille suositussa viihdeohjelmassa näyttäytymisen oivallisuutena tuoda agendaansa suuren yleisön nähtäville.²

Lähestyn tutkielmassani Hyvät herrat -viihdeohjelmaa vuoden 1995 eduskuntavaalien pohjalta. Tutkimuskysymyksinäni on: ”Miten sarjassa esiintyvät poliitikot pyrkivät ajamaan agendaansa sarjan tarjoamassa viitekehyksessä?” ja ”Miksi viihdeohjelma toimi hyödyllisenä kampanjointivälineenä?” Pyrin tutkielmassani vastaamaan näihin kysymyksiin hyödyntämällä Goffmanin kehysanalyysia.

Sarjaa ei kuitenkaan pidä tarkastella puhtaasti poliitikkojen vaalimainoksena. Hyvät herrat -sarjan käsikirjoittajina toimivat Aarno Laitinen ja Lasse Lehtinen.³ Poliitikkojen ja sarjan fiktiivisten hahmojen diskurssia täytyy tarkastella siinä viitekehyksessä, jonka käsikirjoittavat haluavat katsojalle esittää. Viihdeteollisuuden tuotteet tuovat yleensä paremmin esille sen, mitä tuottajat itse haluavat tuoda esille kuin representaation siitä maailmasta, jossa eletään.⁴ Tämä on kuitenkin tutkimukseni kannalta mielenkiintoinen

¹”Tässä pienessä esikaupunki-hotellissa kuvattiin lama-Suomen hittisarjaa – Joka päivä joku yöpyjä yhä mainitsee siitä”. *Helsingin Sanomat*, 21.5.2022. <https://www.hs.fi/kaupunki/helsinki/art-2000008814550.html> [Luettu 20.9.23].

² Niemi 2016, 156.

³”Tässä pienessä esikaupunki-hotellissa kuvattiin lama-Suomen hittisarjaa – Joka päivä joku yöpyjä yhä mainitsee siitä”. *Helsingin Sanomat*, 21.5.2022. <https://www.hs.fi/kaupunki/helsinki/art-2000008814550.html> [Luettu 20.9.23].

⁴ Ferro 1976, 80.

lähtökohta, koska sarjassa vierailevat poliitikot ja sarjan käsikirjoittajat varmasti ymmärtävät eroavat agendat. Poliitikot pystyvät toimimaan sarjan tarjoamassa kehyksessä, jossa he saavat tarpeellisen näkyvyyden itselleen, ajatuksilleen ja puolueelleen. Juuri näistä sarja haluaa tehdä pilkkaa, poliittista satiiria. Ehkä hieman ironisesti tämä ristiriitainen yhteistyö kuitenkin toimii molempien osapuolten intressien mukaisesti.

Hyvät Herrat -viihdeohjelmaa ei ole selvitykseni perusteella juuri hyödynnetty aiemmin vastaavanlaisessa tutkimuksessa. Janne Zareffin kirjassa ”Kuinka vallalle nauretaan. Poliittinen satiiri suomalaisessa televisiossa” käytettiin esimerkkinä kyseistä viihdesarjaa. Pääasiassa kirja keskittyy kuitenkin laajemmin suomalaiseen tv-satiiriin kuin tutkimaan poliitikkojen käyttäytymistä viihdeohjelmissa. Suomalaista poliittista satiiria on kuitenkin tuotettu jo 1960-luvulta lähtien⁵ ja sitä, kuinka poliitikot hyödyntävät mediaa ja viihdeteollisuutta kampanjoinnissaan, on tutkittu. Suomessa tutkitusta poliittisesta satiirista toimii esimerkkinä Marjo Kolehmainen väitöskirja: ”Satiiriset Itse valtiat: Poliittinen huumori suomalaisessa julkisuudessa”. Vuoden 1995 eduskuntavaaleista löytyy hyvin taustatutkimusta, kuten Erkkä Railon, Mari K. Niemen, Ville Pitkäsen ja Sini Ruohosen kokoelmateoksessa: ”Kamppailu vallasta. Eduskuntavaalikampanjat 1945–2015”. Anna-Maija Puroilan ”Erving Goffmanin kehysanalyysi sosiaalisen todellisuuden jäsentäjänä” auttaa avaamaan goffmanilaista ajattelua. Tämän lisäksi viestintätutkija Juha Herkmanin teos ”politiikka ja mediajulkisuus” kuin myös hänen osuutensa ”Populaarin lumo – mediat ja arki” -kokoelmateoksessa helpottaa minua hahmottamaan politiikan ja median välistä dynamiikkaa.

Primääriaineisto koostuu sarjan viidestä jaksosta, jotka esitettiin ennen vuoden 1995 eduskuntavaaleja. Valitsin kyseiset jaksot siksi, että näissä jaksoissa vaaleihin osallistuva poliitikko oli mukana. Materiaalin sain Kansallisen audiovisuaalisen instituutin (KAVI) arkistosta, josta he ystävällisesti digitoivat minulle jaksoja, joissa poliitikot esiintyivät. Jaksoista löytyy neljän eri puolueen ehdokkaita, minkä lisäksi yhdessä jaksossa on toimittaja Tuula Nieminen⁶; otin tämän jakson mukaan aineistoon, koska jakso käsittelee median suhdetta poliitikkojen julkisuuskuvaan median edustajan näkökulmasta.

⁵ Zareff 2020, 33.

⁶ Hyvät herrat jakso 162, 14.03.1995. KAVI. [Katsottu 17.10.2023]

Tutkielmani etenee seuraavanlaisesti: Awaan aluksi hyödyntämäni goffmanilaisen metodin. Kehysanalyysin avulla pyrin tarkastelemaan, kuinka poliitikkojen kehys toimii suhteessa median kehukseen. Tämän lisäksi selvitän, miten politikoinnin subjekti, viihdeohjelman katsoja, saattaisi ymmärtää näitä kehyksiä. Avatessani näiden kehysten toimintaa ja mitä nämä kehykset tarkoittavat vastaan toivottavasti myös siihen, kuinka poliitikot ajavat agendaansa ja miksi viihdeohjelma on hyödyllinen kampanjointiväline.

1.2 Metodologia

Lähestyn sarjan tarkastelua metodinani Erving Goffmanin kehysanalyysi. Kehysanalyysi on usein nähty tyypillisenä journalismin keinona.⁷ Kehysanalyysi soveltuu erittäin hyvin myös tarkastelemaan viihdeohjelmassa tehtyjä haastatteluja, koska molempien tarkoituksena on viestiä informaatiota mahdollisimman suurelle yleisölle.⁸ Haluan tutkielmassani erityisesti tarkastella kampanjointia poliitikkojen ja median kehysten näkökulmasta.

Kehys (*frame*) ei alun perin ollut Goffmanin käsitteellää vaan hän jalosti ajatusta William Jamesin, Alfred Schultzin ja Harold Garfinkelin teksteistä. Goffman halusi hyödyntää kehys-termiä eristämään osan ymmärryksen peruskehyksistä, jotka ovat saatavilla yhteiskunnassa. Kehysten irrottaminen analysoitavaksi tarjoaa mahdollisuuden tarkastella, miten kehys vaikuttaa subjekteihin.⁹ Kehys on siis jatkuvassa vuorovaikutuksessa erilaisten yksilön elämään vaikuttavien ulottuvuuksien kanssa. Säännöt, tapahtumat ja yhteiskunta vaikuttavat kaikki siihen, kuinka yksilö tulkitsee kehysten. Tämän laaja-alaisen kehysten tarkastelun lisäksi on otettava myös huomioon, että toiset henkilöt voivat pyrkiä sumentamaan, vaihtamaan tai hämmentämään objektin kehyksiä.¹⁰ Kehysten muovaaminen kandidaatin tutkielmani kontekstissa tarjoaa poliitikoille oivallisen tilaisuuden tehdä strategista kampanjointia, sillä äänestäjien on valmiiksi vaikea hahmottaa, minkä kehysten läpi viihdeohjelmaa tulisi tarkastella. Kehysten voidaankin tulkita olevan toimintakokonaisuus, jonka avulla tilanteet saavat

⁷ Lappalainen 2020, 22

⁸ Huom. Poliitikkojen tarkoituksena saada viesti mahdollisimman suurelle yleisölle. Viihdeohjelman tarkoitus tavoittaa mahdollisimman suuri yleisö.

⁹ Goffman 1974, 3–5, 10.

¹⁰ Berger ja Goffman 1986, xiv.

rationaalisen merkityksensä.¹¹ Kehys siis auttaa yksilöitä ymmärtämään heidän toimiaan ja tapahtumia suhteessa toiseen yksilöön.¹²

Goffman näkee, että jokaisella yksilöllä on oma pääkehyksensä (*primary framework*), jonka avulla henkilö pystyy hahmottamaan maailmaa. Keskeiset kulttuuriset elementit määrittävät kunkin yksilön pääkehysten. Yleensä suuri osa tietyn ryhmän henkilöistä jakaa kulttuurillisten elementtien mukaan saman pääkehysten, joskin näissä kehyksissä on lukuisia pienempiä kehyksiä, jotka määrittävät yksilön suhtautumisen maailmaan.¹³ Kandidaatin tutkielmani kontekstissa pääkehystenä toimii Hyvät herrat -viihdeohjelma, eikä se prosessi, jossa poliitikot osallistuvat ohjelmaan medianäkyvyyden toivossa. Poliitiikan kehys auttaa minua kuitenkin jäsentämään tekstiä tutkielman mittaan ja helpottaa minua vastaamaan tutkimuskysymykseeni. Goffmanin mukaan pääkehykset ovat joko luonnollisia tai sosiaalisia. Luonnolliset kehykset ovat puhtaasti fysikaalisia, luonnolliset kehykset eivät ole riippuvaisia yksilöin valinnoista, vaan tapahtuvat subjektista riippumattomista tekijöistä huolimatta.¹⁴

Ohjaamattomat toiminnot (*unguided doings*) määrittelevät siis tapahtuman ilman henkilön omaa päätäntävaltaa.¹⁵ Tätä kautta ymmärrämme poliitikkojen päämäärän brändätä itseään äänestäjille. Poliitikot pystyvät vuorostaan Hyvät herrat -viihdeohjelmassa vaikuttamaan ihmisten pääkehysiin. Yllättävät tapahtumat voivat horjuttaa tai rikkoa yksilön pääkehystä. Katsojan nähdessä poliitikon käyttäytyvän vastoin ennalta määritettyä kehystä, saattaa katsojan mielipide poliitikosta muuttua. On toissijaista, muuttuuko mielipide hyvään vai pahaan suuntaan. Aiheutettu muutos kuitenkin pakottaa katsojan pysyvästi muovaamaan kehystä, jonka kautta tarkastelee kyseistä poliitikkoa, minkä jälkeen hän suhteuttaa uudestaan kaiken tästä objektista ymmärtämänsä.

Poliitikon ensisijainen tehtävä tulla nähdyksi on tapahtunut ja hänellä on parempi mahdollisuus saada lisää ääniä vaaleissa. En kuitenkaan usko, että kyseisen viihdeohjelman kehyksessä yksikään katsojista muuttaa poliittista kantaansa pelkästään poliitikon epämääräisen käytöksen vuoksi (esiintyminen sarjassa). Sarjassa esitettävä

¹¹ Mustonen ja Heinonen 2006, 7.

¹² Goffman 1974, 10.

¹³ Ibid, 21, 27.

¹⁴ Ibid, 23–24.

¹⁵ Ibid, 22–23.

poliittisten ideologioiden markkinointi varmasti vain vahvistaa jo entuudestaan pääkehukseen hyväksytyjä asioita. Kehysanalyysi pyrkii erittelemään vuorovaikutuksen rakentumisen yleisiä periaatteita.¹⁶ Television ja henkilön vuorovaikutus on yksipuolinen. Viihdeohjelmassa tapahtuva viestintä voi vaikuttaa tietysti henkilön mielipiteisiin, mutta voimme kuitenkin olettaa, että henkilö ymmärtää poliitikon esiintyvän viihdeohjelman kehyksessä.¹⁷

Poliitikkojen vaikuttaminen äänestäjiin muistuttaa huomattavasti Goffmanin sosiaalisen kehysten ideasta: ohjatut toiminnot (*guided doings*). Toisin kuin luonnolliset kehukset, joihin ihminen ei itse pysty vaikuttamaan, sosiaaliset kehukset toimivat ihmisten määrittelemien sääntöjen mukaan. Ihmisten omilla valinnoilla on näin suuri vaikutus kehysten ohjaamien tapahtumien kululle.¹⁸ Yksilö ei kuitenkaan pysty täysin itse päättämään, miten kussakin sosiaalisessa kehyksessä toimii, sillä kulttuurista sosiaalisiin ryhmiin juurtuneet käytännöt vaikuttavat subjektin tekemiin valintoihin.¹⁹ Yksinkertaistettuna sosiaaliset kehukset ovat intentionaalisia ja vaikuttavat tahtoon ja päämäärään.²⁰

Pääsääntöisesti Goffmaniin yhdistettävä kehysanalyysi selittää maailman tapahtumia kehysten avulla. Kehys on itsessään abstrakti käsite. Goffmanin kontekstissa kehys voi tarkoittaa konkreettista asiaa, esimerkiksi shakkilautaa, jonka kaksi pelaajaa näkee täysin samalla tavalla. Shakkiin kuuluu kuitenkin myös sosiaalinen kehys, jossa molemmat pelaajat joutuvat huomioimaan toisen pelaajan ajatukset ja liikkeet osana omaa strategiaansa. Näiden tapahtumien kausaliteetti aiheuttaa pelaajien kehyksissä erilaisia reaktioita.²¹ Samaa logiikkaa voimme hyödyntää myös Hyvät Herrat -sarjan tarkastelussa. Haastateltavat poliitikot, sarjan näyttelijät ja käsikirjoittajat ymmärtävät kaikki alustan, jolla peliä pelataan. Riippuen kuitenkin heidän omista päämäärästään he tekevät liikkeensä oman sosiaalisen kehyksensä rajoissa, joissa he pyrkivät edistämään omaa päämääränsä. Toisin kuin shakissa, tässä tapauksessa pelinappuloina ovat katsojat,

¹⁶ Puroila 2002, 13.

¹⁷ Huom. Goffman kielsi sosiaalisen todellisuuden yksinomaan subjektina. Toisaalta ei todellisuus ei myöskään sosiaalisten rakenteiden aikaansaama. Puroila 2002, 18.

¹⁸ Mustonen ja Heinonen 2006, 9.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Puroila 2002, 51.

²¹ Goffman, 23–24.

joiden äänestyskäyttäytymiseen pyritään vaikuttamaan ohjatuilla tapahtumilla (*guided doings*), jota sarjassa esitetään.²²

Voimme hyödyntää toista esimerkkiä fyysisestä maailmasta. Koska äänestäjät eivät koskaan ole täysin tyhjiössä liikkuvia shakkinappuloita, vaan heillä on omat primäärikehukset. Yksikään toimijoista ei pysty kuitenkaan ennalta tietämään, miten äänestäjä tulkitsee sarjassa esitettävät tapahtumat. Katsojat näkevät sarjan kukin oman kehüksensä lävitse. Otetaan esimerkiksi jääkiekko-ottelu, jossa kaksi joukkuetta pelaa vastakkain. Molempien joukkueiden katsojat näkevät saman pelin, mutta toisen joukkueen kannattajat tulkitsevat ottelun täysin eri tavalla. Ottelun tulos on hypoteettisesti 2–1 ja peli on ollut molemmille sama, mutta toisen joukkueen kannattajat näkevät pelin negatiivisessa valossa ja toisen joukkueen kannattajat positiivisessa. Kehyksen sisällä voikin siis olla useampia kehyksiä ja näiden sisällä vielä useampia.²³

Kandidaatin tutkielmani tarkoituksena ei ole tarkastella poliitikkojen kampanjointia Hyvät herrat -viihdeohjelmassa täysin kehysanalyysin metodein, vaan tarkoitukseni on enemminkin soveltaa kehysanalyysin teoreettisia ja metodologisia ratkaisuja poliitikkojen kampanjoinnin ja median vaikutuksen yhteyteen. Pyrin hyödyntämään kehysanalyysiä niin, että sen periaatteet avautuisivat myös henkilöille, joille goffmanilainen kehysanalyysi ei ole ennestään tuttu. Hyödynnän kehysanalyysin selittämässä Taina Heinosen ja Mari Mustosen pro gradu -tutkielmaa, jossa he avaavat kehysanalyysin soveltamista tutkimukseensa. Kehysanalyysin soveltaminen sopii myös omaan kandidaatin tutkielmaani käytännön läheisen luonteensa vuoksi, mikä on omiaan selittämään poliitikkojen kampanjointia. Mustonen ja Heinonen myös nostavat esille Anna-Maija Puroilan huomioon siitä, että kehysanalyysin teoreettisena lähtökohtana on ensisijaisesti sosiaalisen elämän rakentuminen, ei sen sisältö.²⁴ Tämän tutkielman kohdalla lähtökohtana on ensisijaisesti poliitikkojen kampanjointi, Hyvät herrat -viihdeohjelmassa vuoden 1995 eduskuntavaaleihin. Teoria tarjoaa käsitteelliset välineet, joiden avulla pystyn tutkimusprosessissa käsitteellistämään aineiston analyysiä ja jäsentämistä.²⁵

²²Goffman, 23–24.

²³Berger, Goffman 1986, 14.

²⁴Mustonen ja Heinonen 2006, 5.

²⁵Ibid.

Erving Goffman on henkilönä varsin ristiriitainen. Hänen kirjoituksiaan pidettiin laajasti vaikealukuisina, mutta juuri kyseistä asioiden tarkastelua useamman kehyksen läpi myös arvostettiin teksteissä. Anders Persson antaa esimerkkejä, kuinka toiset tutkijat kommentoivat Goffmanin kirjoituksia. Davis M.S ylisti Goffmanin tapaa yhdistää keskenään asioita, joilla ei ole näennäistä yhteyttä, yhteen kehykseen. Goffmanin kehysanalyysiä ei siis hyväksytty pureskelematta. Erving Goffmanin: *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* tarjoaa kuitenkin tutkijalle erinomaisia metodologiasia välineitä. Ristiriitaisista näkemyksistä huolimatta Goffmanin kehysanalyysi tarjoaa oivallisen terminologian ja tavan tarkastella Hyvät Herrat -sarjan ja poliitikkojen keinoja tuoda esille heidän hyödyntämiään kehyksiä vaalikampanjoinnissa.

2. Hyvät herrat -viihdeohjelma

Tässä luvussa taustoitan, millainen Hyvät herrat -viihdeohjelma oli. Ennen kuin analysoin, kuinka poliitikot rakensivat omaa julkisuuskuvaansa Hyvät herrat -sarjan avulla, on taustoitettava sarjan luonnetta ja puhuttava poliittisesta satiirista. Luonteeltaan satiiri on yleensä aggressiivista ja monitulkintaista. Poliittisen satiirin kuluttajan täytyy kyetä ymmärtämään yhteiskunnalliset viittaukset ja kritiikki määriteltyä objektia kohtaan. – Poliittisen satiirin viehätys saattaa olla juuri sen monitulkintaisuus. Satiirin monitulkintaisuuden, ohjelman suuren suosion ja poliitikoille taatun näkyvyyden takia poliitikot haluavat esiintyä viihdeohjelmassa, vaikka sen tarkoitus on kuitenkin nauraa poliitikoille.

Sarjan ohjaaja Pertti Melasniemi esimerkiksi muistelee, kuinka Paavo Lipponen kieltäytyi aluksi ohjelmaan osallistumisesta, mutta vaihtoi kuitenkin mieltään, kun vaimo huusi taustalta, että Lipposen oli mentävä.²⁶ Tarkastelun kannalta on mielenkiintoista myös primäärilähteen luonne. Lähde on käsikirjoitettu satiirinen viihdeohjelma, joka sisältää käsikirjoitettuja haastatteluja oikeilta poliitikoilta. Se ei ole verrattavissa puolueiden virallisiin pöytäkirjoihin tai dokumentaarisiiin videoihin. Kuitenkin viihteen luonne tarjoaa meille representaation maailmasta, jossa elämme, vaikka se on tietysti mielikuvitusta, mutta kuvaa todellisuutta.²⁷ Tämä tiedostamaton todellisuus kuitenkin manifestoituu meidän alitajunnassamme aatteiksi, vaikutuksiksi, merkityksiksi, politiikaksi ja poliittiseksi käyttäytymiseksi.

Audiovisuaalisen lähteen käyttäminen, eritoten alun perin viihdetarkoitukseen suunnitellun materiaalin, on haastavaa, koska siinä täytyy huomioida useat tarkoituserät ja sen historiallinen konteksti. On kuitenkin tutkimuksen kannalta mielenkiintoista ja minusta jopa tärkeää ja perustelua hyödyntää tutkimuksessa materiaalia, joka sitoo yhteen tekijän, objektin ja katsojan. Sama tutkimuskohteet ilmenevät myös klassisimmissa historian tutkimuksen dokumenteissa.²⁸

²⁶ ”Suomalaisia tv-aarteita: Hyvät herrat” Yleisradio, 14.11.2017, päivitetty 16.11.2017. <<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/11/14/suomalaisia-tv-aarteita-hyvat-herrat>> [Luettu 13.11.2023].

²⁷ Ferro 1976, 81.

²⁸ Ibid.

Hyvät herrat -sarja idean kehittivät tuotantoyhtiö VipVisionin Jarmo Porola ja Kalervo Kummola. Sarjan tarkoitus olisi käsitellä ajankohtaisia asioita poliittisen satiirin keinoin. Tuotantotapa oli sangen eriskummallinen normaalille viihdeohjelmalle, koska sarjan tavoitteena oli tuottaa yksi jakso viikossa ja kuvauspäiviä oli vain yksi. Sarjan käsikirjoittajina toimivat Aarno Laitinen ja Lasse Lehtinen, jotka myös vastasivat vieraista. Sarjaa käsikirjoitti myös muutaman vuoden ajan Ylen politiikan toimittaja Jarkko Juselius.²⁹ Sarja on luonteeltaan todella kärjistetty. Anakronisesti sarjan voidaan katsoa olevan rasistinen, homofobinen ja solvaava. Ristiriitaisen ulosannin kääntöpuolena ovat kuitenkin selkeät karikatyyrit poliitikoista ja yritysmaailman johtajista. Yleisesti kuitenkin uskotaan käsikirjoittajien halunneen tehdä pilkkaa valtaapitävistä eikä vähemmistöistä.³⁰ Rasistinen replikointi ei aikanaan päässyt valtakunnan uutisiin – tulevat poliittiset nimitykset kylläkin. Käsikirjoittajille vuodettiin tietoja tulevista poliittisista muutoksista ja he olivat työnsä puolesta perillä kotimaan poliittisista taustoista.³¹

Sarjan tarjoama julkisuus oli poliitikoille näytön paikka. Toimittaja Tuomas Karemo kommentoikin sarjasta muodostuneen vastike Kari Suomalaisen pilapiirroksille: ”*poliitikko on vakavasti otettava vasta sitten, kun on päätynyt siihen*”.³² Puoliksi faktaa ja fiktiota sekoittavassa sarjassa oli medially tekemistä. Poliitikot esiintyivät omina itsenään, mutta sarja oli kuitenkin pääsääntöisesti käsikirjoitettu ja käsikirjoituksessa pysyttiin. Poliitikot olivat usein kahden vaiheilla sarjaan osallistumisesta sarjan pilkkaavan luonteen takia. Uskon kuitenkin 1990-luvulla tapahtuneen median ja politiikan murroksen saaneen poliitikot ymmärtämään julkisen esiintymisen merkityksen heidän omalle uralleen. Televisio ja jälkimoderni kampanjointi vaikuttivat äänestäjien valintoihin huomattavasti aikaisempia vuosikymmeniä enemmän. Vuoteen 1991 tultaessa melkein viidesosa äänestäjistä päätti puolueen vain muutama päivä ennen vaaleja.³³

²⁹ ”Suomalaisia tv-aarteita: Hyvät herrat” Yleisradio, 14.11.2017, päivitetty 16.11.2017. <<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/11/14/suomalaisia-tv-aarteita-hyvat-herrat>> [Luettu 13.11.2023].

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

³² Ibid.

³³ Niemi 2016, 156.

3. Poliitikkojen kehys Hyvät herrat -viihdeohjelmassa

Neljässä ennen vuoden 1995 eduskuntavaaleja esitetyssä jaksossa esiintyvät poliitikot Sirpa Pietikäinen (kok.), Lasse Näsi (kesk.), Tarja Halonen (sd.) ja Osmo Soininvaara (vihr.). Pietikäinen oli toiminut edeltävässä Ahon hallituksessa ympäristöministerinä ja esiintyessään Hyvissä herroissa keskittyi tuomaan esille, miten ympäristöstä voidaan pitää huolta, mutta myös hyödyntää sitä kaupallisesti. Näsi toimi pitkään Sodankylän kunnanjohtajana ja oli myös kansanedustaja vuosina 1991–1995. Näsi oli tarkasteltavista poliitikoista ainoa, joka ei päässyt eduskuntaan.³⁴ Näsi joutui ennen vaaleja otsikoihin, koska hän käytti väärin eduskunnan kulukorvausjärjestelmää, mistä hänet myös myöhemmin tuomittiin.³⁵ Halosella oli jo pitkä ura kansanedustaja takana vuoden 1995 eduskuntavaaleihin tultaessa. Mahdollisesti tästä syystä, Halosen esitys ohjelmassa oli muita esiintyjä kärkkäämpi ja itsevarmempi. Soininvaara oli toiminut yhden kauden kansanedustajana. Soininvaara oli tekemässä paluuta eduskuntaan yhden välikauden jälkeen ja esiintymisessään Hyvissä herroissa Soininvaara nähdään vihreän markkinatalouden edustajana, joka esittää vaihtoehtoisia keinoja hyvinvointivaltion ylläpitämiseen. Näiden lisäksi valitsin vielä yhden jakson, joka myös esitettiin ennen vuoden 1995 eduskuntavaaleja. Siinä vieraana oli toimittaja Tuula Nieminen, koska jakso käsittelee median suhtautumista poliitikkojen julkisuuskuvaan, mikä on tutkimukseni kannalta mielenkiintoinen lähtökohta. Kaikki jaksot esitettiin ennen vuoden 1995 eduskuntavaaleja aikavälillä 07.02.-14.03.1995. Eduskuntavaalit järjestettiin 19.03.1995.

Poliitikkojen esiintymiset sarjassa noudattivat yleensä samanlaista kaavaa. Kauppaneuvos ”Paukku” tai hänen vävy-poikansa ”Tollo” törmäsivät sattumalta Helsingissä sarjan vieraisiin ja kutsuivat heidät saunomaan ja nauttimaan lasilliset Hotelli Finlandia Parkin tiloihin. Poliitikkojen keskustelut näyttelijöiden kanssa olivat ennalta käsikirjotettuja, mutta jokainen poliitikko pääsi silti enemmän tai vähemmän nostamaan esille heille politiikassa tärkeitä asioita. Käsikirjoituksesta huolimatta poliitikot edustivat tv:ssä ennen kaikkea heidän omaa brändiään ja puolueensa agendan markkinointia. Sarja

³⁴ ”Ehdokkaiden saamat äänimäärät vaalipiireittäin” *Helsingin Sanomat*, 21.03.1995.

<<https://nakoislehti.hs.fi/74df1825-11ab-41d4-87b3-8e8b23168c29/1>> [Luettu 31.10.2025].

³⁵ ”Ex-kansanedustaja Lasse Näsilä ehdollista vankeutta petoksesta” *Helsingin Sanomat*, 30.09.1999.

<<https://www.hs.fi/suomi/art-2000003831270.htm>> [Luettu 31.10.2025]

kommunikoi poliitikkojen strategiset tarkoitukset katsojalle, koska politiikan medialisoitumisen (*medialization*) takia yleisön on vaikea välttyä strategiselta vaikuttamiselta.³⁶

Poliitikkojen esiintyminen jaksoissa oli kaikkea kömpelöstä sulavaan. Esimerkiksi silloinen kansanedustaja Tarja Halonen pystyi taistelemaan Paukun ja Tollon herjaavaa kommentointia vastaan taitavasti tuoden samalla esille omia näkemyksiään rasismista, vähemmistöistä ja syrjinnästä. Vastaavasti uudestaan eduskuntaan pyrkivä Osmo Soininvaara ei esiintymistaidoiltaan yltänyt Tarja Halosen tasolle. Soininvaaran ideologiaa tarkasteltiin kuitenkin paljon hyväksyttävämpään sävyyn kuin Tarja Halosen ja Soininvaaran kirja ”Hyvinvointivaltion eloonjäämisoppi” sai huomattavaa kiitosta jaksossa Asfalttikukkia³⁷.

Katsojien primäärikehys luo ongelman tämän tapaiseen asioiden tarkasteluun. Yksinkertaistettuna Halosen jakso vaikuttaa siltä, että häntä ja hänen ideologiaansa pilkataan. Huumoria tutkiessa voi kuitenkin olla vaikeaa erottaa, mikä on pilkan väline ja mikä kohde. Sarjan kehyksen mukaan ohjelmassa tehdään pilaa päättävästä eliitistä, mikä auttaa meitä ymmärtämään useat Paukun ja Tollon herjat ironisiksi kommentteiksi juuri heistä itsestään ja valtaapitävistä – mutta minkälaisin tekniikoin komiikkaa tuotetaan?³⁸

Sarjassa esitettävän groteskin huumorin avulla pilkka kohdistuu usein alistettuihin ryhmiin.³⁹ Hyvät herrat sisältääkin itsessään lukuisia kehyksiä, joista katsoja valitsee, oman kehyksensä turvin, minkä kehyksen sisältä tarkastelee sarjan huumoria ja poliitikkojen kommentointia. Herkman huomauttaa Freudin maininnee teoksessaan ”Vitsi ja sen yhteys piilotajuntaan” vitsien nostavan esille asioita, joita muuten tukahdutetaan. Samalla tavalla akateemisesti koulutettu ja ”muita fiksumpi” henkilö voi satiirisen ohjelman aikana ihmetellä, miten ”tavantallaajat” voivat nauraa ”väärissä” kohdissa, kun vitsit on selkeästi piilotettu nyansseihin. Toinen voi ennemminkin hymähdellä ”Paukun” itseironisille kommentteille kuin shokeeraaville sovinnostivitseille. Kummankaan osapuolen, akateemisen neron tai ”tavantallaajan”, reaktio ei silti ole väärä. Huumori ymmärretään individualistisessa kehyksessä, joka tekee siitä erittäin

³⁶ Herkman 2011, 23.

³⁷ Hyvät herrat jakso 161, 07.03.1995. KAVI. [Katsottu 17.10.2023].

³⁸ Kolehmainen 2015, 63–64.

³⁹ Herkman 2000, 381.

vaikeatulkintaista, etenkin poliittisen viihdeohjelman kehyksessä. Tämä antaa kuitenkin poliitikoille tietynlaista vapautta. Poliitikot, julkisuus, huumori ja valta ovat ohjelmassa sekaisin, mikä sotkee ihmisten kehyksiä, joiden kautta ihmiset toimivat aktiivisina toimijoina (*active agent*).⁴⁰ Poliitikot pystyvät tässä hyödyntämään viihteen keinoja politiikkaan. Juha Herkman tulkitsi amerikkalaista lehtimiestä ja politiikan kommentaattoria Walter Lippmania: kansalaisten mielipiteet eivät muodostuneet kansalaisten omista huolista tai ideoista, vaan ennemminkin päättäjien mielipiteistä.⁴¹

Tarja Halonen ja Osmo Soininvaara hyödynsivät tätä ideaa jälkimodernin kampanjoinnin keinoin. Halonen aloitti ideologisen kampanjointinsa heti jakson alussa saapumalla paikalle julkisen liikenteen avulla⁴², toisin kuin hänen puoluetoverinsa Tollo, joka saapui paikalle Halosen jälkeen autolla – seisottuaan ruuhkassa hyvän tovin. Soininvaara hyödynsi myös samaa keinoa ja tuli omassa jaksossaan paikalle pyörällä.⁴³ Molempien vieraiden kanta julkiseen liikenteeseen ja ilmastonmuutokseen tuli heti jaksojen alussa ilmi, ilman sen suurempaa aiheen käsittelyä. Halosen jaksossa puheenaiheet keskittyivät naisten ja vähemmistöjen oikeuksiin. Halonen joutui kahden keski-ikäisen miehen saarnaan, jossa hän pystyi selkeästi tuomaan ajatuksensa ilmi ja vitsailemaan valkoisen heteromiehen asemasta. 80–90-luvuilla yksi tärkeimmistä poliittisista puheenaiheista olivat naisten nousu politiikkaan ja naisten aseman parantuminen.⁴⁴ Kansainväliset teemat koskettivat muutoinkin valtakunnan politiikkaa. Ympäristöajattelu ja feminismi olivat myös valtakunnallisesti äänestäjiä koskevia teemoja.⁴⁵

Soininvaara keskittyikin keskustelemaan ympäristökysymyksistä, tietenkin äänestäjiä hyödyttävällä näkökannalla. Soininvaara käytti esimerkkinä sitä, kuinka kävelykatujen lisääminen kaupunkeihin lisääisi yritysten myyntiä, samalla luonnollisesti vähentäisi autoilua ja hyödyttäisi ympäristöä. Halonen ja Soininvaara keskittyivät puhumaan politiikan välittömistä vaikutuksista. Puolueideologioiden heikentyessä äänestäjät halusivat politiikalta enemmän konkreettisia toimia. Luokkarajat olivat 90-luvulle tultaessa hämärtyneet sen verran, etteivät pitkäjänteiset puoluesuunnitelmat poliittisen ideologian puolesta jaksaneet enää kiinnostaa äänestäjiä.

⁴⁰ Goffman 1974, 28. Goffman näkee tapahtuman, joka tuottaa uutta, edellisiä kehyksiä sotkevaa, informaatiota uudellisena ”agenttina”. Nämä ohjaavat ihmisten käytösnormeja.

⁴¹ Herman 2011, 71.

⁴² Hyvät herrat jakso 159, 21.02.1995. KAVI. [Katsottu 20.9.2023].

⁴³ Hyvät herrat jakso 161, 07.03.1995. KAVI. [Katsottu 17.10.2023].

⁴⁴ Niemi 2015, 157.

⁴⁵ Ibid, 162.

Sirpa Pietikäisen ja Lasse Näsin jaksoissa kansanedustajien oma ideologia jättäytyi huomattavasti vähemmälle kuin Tarja Halosen tai Osmo Soininvaaran jaksoissa. Teemat pitäytyivät kuitenkin vuoden 1995 vaalien ominaisissa aiheissa. Pietikäinen saattoi jäädä jaksossa pienempään rooliin Matti Pellonpään esittäessä cameo-roolin ”Paukun” poikana. Pietikäinen pääsi edustamaan nuoria naisia, jotka tekivät tuloaan politiikkaan – joskin Pietikäisellä itsellään oli jo kolme kautta kansanedustaja takana. Pietikäinen kuvattiin jaksossa metsien puolustajana, joka kuitenkin pystyi näkemään niiden taloudellisen merkityksen Suomelle.⁴⁶ Varovainen esiintyminen oli silti: suora, selkeä ja asiallinen – kuin suoraan kokoomuksen käsikirjasta.⁴⁷ Vaalimainonnassa ei kuitenkaan aina ole kyse omien ideologioiden paukuttamisesta äänestäjän päähän. Pietikäinen pystyi rakentamaan äänestäjien mieliin julkisuuden intiimiyden tunnetta.⁴⁸ Ehdokas ja hänen koko persoonansa pääsee lähelle äänestäjiä, kun kansanedustaja esiintyy mediassa ja vieläpä viihdeohjelmassa. Viihdeohjelman kehys tarjoaa ehdokkaalle mahdollisuuden tulla itsestään esiin puolen, joka ei ole ainoastaan äänestäjien yläpuolella, valtaapitävä taho. Lasse Näsin esiintyminen mukaili samoja piirteitä kuin Pietikäisen. Jakso keskittyi enemmänkin humorisoimaan vaalien aiheita ja kommentoimaan pohjoisen taloudellisia mahdollisuuksia.⁴⁹ Näsi kuitenkin onnistui luomaan itsestään miellyttävän ”porokeisarin” imagon, ilman liiallista ylimielisyyden tunnetta. Näsi onnistui mielestäni puhumaan sarjassa vaalipiirilleen tärkeistä teemoista ilman, että nosti esille mitään liian tulenarkaa aihetta.

⁴⁶ Hyvät herrat jakso 157, 07.02.1995. KAVI. [Katsottu 17.10.2023]

⁴⁷ Niemi 2015, 205.

⁴⁸ Herkman 2011, 101.

⁴⁹ Hyvät herrat jakso 158, 14.02.1995. KAVI. [Katsottu 17.10.2023].

4. Median kehys kampanjoinnissa

Median kehys mahdollistaa katsojalle tilaisuuden ymmärtää, minkälaisesta kampanjoinnista on kyse. Sanomalehti, viihdeohjelma tai vaalikeskustelu antavat jokainen erilaisen alustan poliitikolle markkinoida itseään ja politiikkaansa. Kehysten avulla katsojat pyrkivät muodostamaan mielipiteensä poliitikkojen esiintymisestä medioissa heidän sosiaalisen kehyksensä avulla, eli käytännössä sen ymmärryksen valossa, mikä heillä on eri medioista.⁵⁰ Goffman kuitenkin huomioi, että ihmisten sosiaalisen elämän ymmärrys on haavoittuvainen eivätkä ihmiset, huolimatta samasta kulttuurisesta taustastaan, ymmärrä kaikkia asioita samalla tavalla. Kehysten muunnosten monikerroksisuuden takia katsoja voi havaita vain osan merkityksistä. Tämä sopii erittäin hyvin poliitikoille markkinoidessaan sellaista materiaalia, joka miellyttäisi mahdollisimman suurta äänestäjäryhmää.⁵¹ Hyvien herrojen jaksoissa ennen eduskuntavaaleja puhuttiin paljon ympäristöstä ja naisten asemasta. Asioista kuitenkin keskusteltiin erittäin ristiriitaisesti. Ympäristöstä keskusteltaessa ei ollut täysin selkeää, haluttiinko ympäristöä suojella vai hyödyntää bisneksenä. Oliko naisten nousu politiikassa hyvä asia vai naureskeltiinko sille vain herrojen kesken? Satiiriin luonteen mukaisesti nämä asiat jätettiin tulkinnanvaraiseksi ja katsojien omien kehysten vastuulle.

Katsojat yhdistävät sarjan tapahtumat poliitikkojen omaan persoonaan, koska henkilöt esiintyvät ohjelmassa omana itsenään. Kyse on kuitenkin muunnellusta kehyksestä: tässä tapauksessa politiikasta tuttu hahmo, joka esiintyy viihdeohjelmassa. Primäärikehys eli katsojan käsitys reaali maailman politiikasta sekoittuu viihdeohjelmaan. Tämä on käänös (*key*),⁵² joka toimii katsojien ohjenuorana sarjaa katsoessa. Subjektit ovat tietoisia sarjan sisältämän käsikirjoituksen vaikutuksesta poliitikkojen käyttäytymiseen. Tämän kehysmuunnoksen sisimmässä kehyksessä sijaitsee perimmäinen käsitys politiikasta. Median muunneltu kehys sijaitsee tämän ympärillä.⁵³ Median kehys ei täten ole missään kohtaan vallitseva primäärikehys, vaan kaikki sitoutuu sarjassa käsiteltävään aiheeseen: politiikkaan. Juuri tätä kehyksen muutosta poliitikot pyrkivät hyödyntämään kampanjoissa tv-viihdeohjelmissa. Media antaa poliitikoille alustan markkinoida joko itseään, tai politiikkaansa ”turvallisessa” ympäristössä, koska katsoja ei yhdistä

⁵⁰ Goffman 1974, 22.

⁵¹ Puroila 2002, 64.

⁵² Puroilan mielestä termi ”käänös” (*key*) sopii kuvaamaan paremmin Goffmanin kehyksen muunnoksen luonnetta, kuin Peräkylän aikaisemmin suomentama termi ”istuttaminen”.

⁵³ Puroila 2002, 62.

esiintymisiä suoraan parlamentaariseen päätöksentekoon. Ei ole siis ihme, että katsojan voi olla vaikeaa hahmottaa poliitikkojen todellisia tarkoitusperiä. Primäärinä kehyksenä toimii politiikka, jonka ympärille nousee muunneltu kehys politiikasta Hyvissä herroissa. Tämän lisäksi katsojan täytyy ymmärtää ohjelman viihteellinen luonne, jolla pyritään vetoamaan mahdollisimman suureen yleisöön. Vaikka televisio ei ole ainoa kanava, josta äänestäjät saavat infoa puolueiden ehdokkaista, nousi televisio juuri 90-luvulla suureen asemaan puolueiden kampanjoinnissa.⁵⁴

Median merkitystä korostaa myös se, ettei nykyään pelkkä asiasisältö riitä politiikassa. On myös olennaista, miten sisältö esitetään ja mitä kanavia käytetään. Moni poliitikko on noussut politiikan huipulle nimenomaan vahvan mediapersoonan takia tai siksi, että on jo aiemmin tunnettu henkilö kansan keskuudessa.⁵⁵ Yksinkertaistettuna voimme nähdä median, poliitikkojen ja äänestäjien elävän symbioosissa keskenään. Media saa poliitikoista materiaalia ja aiheita, poliitikko mediasta julkisuutta, äänestäjä mediasta tietoa ja media äänestäjästä kuluttajan.⁵⁶ Yksinkertaistuksessani löytyy kuitenkin aukkoja, kuten kehystämisen prosessi, jolla viestijä⁵⁷ konstruoi ja määrittelee aiheen yleisölleen.⁵⁸ Symbioosissa elävien asema ei siis ole verrattavissa. Kaupallisen ja vaalien kehykset muistuttavat enemmän toisiaan, sillä ne tavoittelevat samaa päämäärää: mahdollisimman suurta yleisöä. Tällainen kehystäminen edistää poliittisia mielipiteitä, tapahtui se sitten mainoskampanjassa tai kahvikupin äärellä.

Hyvät herrat -ohjelman kehyksessä poliitikoille tärkeät mediataidot eivät ole niin suuressa roolissa. Ohjelma on käsikirjoitettu ja päähenkilöt ryhmittävät ohjelman kulkua, joten vieraana oleva poliitikko pääsee esiintyvään vapaammin verrattuna muihin media-alustoihin. Kuitenkin sarjassa esimerkiksi Tarja Halonen saa osakseen erittäin kovaa herjaa. Jälkikäteen Halosen uraa tarkastellessa mediaesiintymiset ovat varmasti olleet Haloselle eduksi. Kuten jo aiemmin tässä luvussa mainitsin Goffmanin huomion siitä, kuinka ihmisten sosiaalisen elämän ymmärrys on haavoittuvainen. Halonen valitsi asettua haavoittuvaan asemaan, esiintyessään sarjassa tiukkana vähemmistöjen puolustajana.⁵⁹ Halonen kohdisti kritiikkinsä ja satiiriset kommenttinsa valkoisiin heteromiehiin, joiden voidaan katsoa olevan ohjelman suurin katsojaryhmä.

⁵⁴ Niemi 2016, 156.

⁵⁵ Isotalus 2017, 12–13.

⁵⁶ Ibid, 22.

⁵⁷ Poliitikko puheessaan tai media artikkelissaan kyseisestä puheesta.

⁵⁸ Nelson et al. 1997, 221.

⁵⁹ Hyvät herrat jakso 159, 21.02.1995. KAVI. [Katsottu 20.9.2023].

Halonen kuitenkin myös kesti erittäin paljon herjaa. Saiko Halonen mahdollisesti enemmän kritiikkiä osakseen, koska toinen sarjan käsikirjoittajista, Lasse Lehtinen, oli julkisesti sosiaalidemokraatti? Halosen taktiikka satiirisesti hyökätä suurinta äänestäjäryhmää vastaan, mutta samalla myös kestää henkilökritiikkiä⁶⁰ toimi varmasti Halosen eduksi. Satiiri tarjoaa yleensä katsojalleen moraalista, älyllistä tai valta-asemaan liittyvää ylemmyyttä.⁶¹ Halosen esitys sarjassa olikin huomattavasti mieleenpainuvampi kuin Osmo Soininvaaran, jota huomattavasti enemmän keuhuttiin sarjassa kuin annettiin tiukkaa kritiikkiä. Vaikka Soininvaaran ja Halosen taktiikat eroavat huomattavasti ulkoisen mediakehyksen nyansseissa, eli tavassa miten he itsensä sarjassa antavat tuoda julki, on primäärikehyksen päämäärä sama ja se on heidän politiikkansa läpituonti, mikä molemmista jaksoista nousee erittäin hyvin esille. Viihteellistymisteesin perusteella heidän politiikkaansa siis käsiteltiin henkilötasolla, ennemmin kuin abstraktilla. Monet tutkijat näkevätkin tällaiset poliitikkojen viihdeohjelmaesiintymiset hyvänä asiana. Poliitikot pääsevät näin ”lähelle” asianomaisia, eli äänestäjiä ja heidän asiansa on yleensä helpompi ymmärtää, kun se on asetettu viihdeohjelman muotoon.⁶²

4.1 Viihdemedia ja kampanjointi

Sarjan käsikirjoittaja Lasse Lehtinen on kommentoinut vieraiden osallistumista sarjaan: ”Hyvissä Herroissa vieras oli aina sankari, ohjelmaan oli turvallista tulla. Muista ihmisistä kerrottiin juoruja ja vaiettuja tosiasioita. Vieraalle rakennettiin aina rooli, jossa kauppaneuvos Paukku tai hänen politiikan maailmassa seikkaileva vävy-poika Tollo turvautuivat vieraan apuun.”⁶³ Sarja on saanut juuri kyseisestä syystä kritiikkiä. Vieraat pystyivät vaikuttamaan liikaa esiintymiseen ohjelmassa, joidenkin henkilöiden kohdalla jopa suoraan käsikirjoitukseen.⁶⁴ Pohjimmiltaan Hyvät herrat on kuitenkin viihdeohjelma, joten katsojan pitäisi ymmärtää tapahtumien kehys. Tämä voi olla kuitenkin haastavaa, koska vieraat esiintyvät ohjelmassa itsenään ja puhuvat ajankohtaisista poliittisista kysymyksistä. Näkisinkin Hyvien herrojen tarjoavan alustan

⁶⁰ Huom. Halosen esitettävä kritiikki oli suurimmaksi osaksi henkilökohtaista kritiikkiä, mikä ei kohdistunut Halosen tai Demareiden politiikkaan.

⁶¹ Kolehmainen 2015, 64.

⁶² Herkann 2011, 143.

⁶³ Zareff 2020, 181.

⁶⁴ Ibid, 181.

eri puolueen ehdokkaille markkinoida itseään todella näkyvällä alustalla ennen vaaleja. Mediatutkija Veijo Hietala huomauttaa, että itsensä naurunalaiseksi asettaminen voi tuoda kohteen lähemmäksi kansaa ja nostattaa ehdokkaan profiilia. Poliitiikan ja median voi katsoa parhaimmassa tapauksessa toimivan symbioosissa. Media saa politiikasta materiaalia ja aiheita ja poliitikko mediasta julkisuutta.⁶⁵

Median vaikutus ei suinkaan ole toimi vain poliitikkojen eduksi, vaan median, meidän tapauksessamme Hyvät herrat -viihdeohjelman, täytyy ajatella myös omaa etuaan – mikä kiinnostaa kuluttajaa. Median kehys toimii ehkä vielä poliitikkoja kriittisimmin äänestäjille. Media saa äänestäjästä kuluttajan, joka on median olemassaololle elinehto. Tämä vaikuttaa ristiriitaisesti median julkaisemaan materiaaliin. Äänestäjä saa mediasta niin tietoa kuin viihdettä. Media pyrkii kuitenkin maksimoimaan kuluttajien määrän, joten tieto ja viihde voivat toimia joskus ristiriidassa keskenään. Riippuen median kehuksesta (viihdeohjelma, päivälehti yms.) kuluttaja pystyy hahmottamaan median tarkoitusperät. Raja sumenee enemmän poliittisen viihdeohjelman kohdalla, kun tieto ja viihde sekoittuvat. Katsojan on vaikeampi ymmärtää, missä menee leikinlaskun raja, kun poliitikot esiintyvät ohjelmassa omana itsenään.

Katsoisin, että median kehys sisältääkin eri medioiden (sanomalehti, televisio, radio yms.) lisäksi epäsuoraa vaikuttamista, vastakkainasettelua, henkilöitymistä ja dramatisoimista. Pekka Isotaluksen mukaan tällainen medialogiikka yhdistää eri medioita keskenään.⁶⁶ Medialogiikan, eli median dramatisoinnin, vastakkainasettelun henkilöitymisen ja stereotyyppien, ansiosta poliitikot pystyvät hyödyntämään median kehystä oman agendansa ajamisessa. Tämä ei kuitenkaan poissulje sitä, etteikö media haluaisi aiheistaan kaupallisia, mikä tavoittasi enemmän kuluttajia eli äänestäjiä. Kaupallisen ja vaalien logiikka ja kehysten päämäärät ovat samat. Dominoiko siis median kehys päivittäistä politiikkaa?

⁶⁵ Isotalus 2017, 22.

⁶⁶ Ibid, 22–27.

4.2 Kampanjat satiirin kehyksessä

Politiikan tuore meditoituminen 90-luvulla tarjosi Hyvät herrat -viihdeohjelmalle ja nopealle poliittiselle huumorille hedelmällisen maaperän. Efharis Maschan tulkitsi Freudia tekstissään ”Political satire and hegemony”, jossa hän tarkasteli poliittisen vallan kritisointia huumorin avulla. Sigmund Freudin mukaan huumori on elementti, joka kumuloi aggressiivisuutta meidän alitajunnassamme. Ajatus aggressiivisuuden yhdistämisestä huumoriin pukee 1980–90-lukujen maailmankuvaa, jolloin ihmisten ideologisuuden katsottiin olevan laskusuunnassa.⁶⁷ Maschin mukaan Freud argumentoi vitsailun teknillisten menetelmien tuottavan kuluttajalleen voimaantumisen tunteen, mielihyvän.⁶⁸

Hyvät herrat kritisoi valtaa huumorin keinoin. Jaksossa ”Myrkyneittäjä” toimittaja Tuula Nieminen avaa median suhdetta poliitikkojen julkisuuskuvaan.⁶⁹ Jaksossa ironisesti kuvataan satiirisen tv-viihteen ongelmia: ”-- hiphamppu viihdeohjelmiin, jossa täysin vastuuttomasti sotketaan faktaa ja fiktiota”, kuten Pauku keksi sanoa.⁷⁰ Jakso kritisoi avoimesti sitä, kuinka politiikasta on kadonnut sisällön merkitys ja katsojia kiinnostaa vain uskottomuus, raha ja perhe. Vaikka median tehtävänä onkin siis toimia vallan vahtikoirana, on se ainakin joskus pystynyt kriittisesti tarkastelemaan omaa toimintaansa osana yhteiskunnallista keskustelua.

Valtaapitävien arvostelu satiirisessa viihdeohjelmassa huumorin avulla antaa poliitikoille mahdollisuuden luoda katsojille lumevaikutuksen vallan tunteesta mielihyvän keinoin. Kehys, jossa henkilö esiintyy katsojalle, tuottaa tämän tunteen. Poliitikka on siis henkilöitynyt ja politiikan viihteellistyminen antaa kansalaisille alustan nähdä politiikkaa näkökulmista, jotka tavallisesti ovat kansalaisten tavoittamattomissa.⁷¹ Poliitikko, joka esiintyy normaalissa keskusteluohjelmassa, harvoin pystyy tuottamaan ihmiselle voimaantumisen tunnetta. Vaikka satiirisen viihdeohjelman kehyksessä katsoja pystyy ymmärtämään, että viihdeohjelma on vain representaatio todellisuudesta, poliitikot astuvat pois heidän hyväksytystä normistaan. Jännite vitsailun ja todellisuuden välillä

⁶⁷ Isotalus 2017, 159 ja Mascha 2008, 74.

⁶⁸ Mascha 2008, 77.

⁶⁹ Hyvät herrat jakso 162, 14.03.1995. KAVI. [Katsottu 17.10.2023].

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ Kolehmainen 2015, 67.

pelaa poliitikkojen julkisuuskuvan pussiin ja antaa heille mahdollisuuden turvallisessa ympäristössä ajaa agendaansa ilman pelkoa suuremmasta arvostelusta. Poliitikot pystyvät loppujen lopuksi piiloutumaan ohjelman luonteen taakse. Goffman siteeraa teoksessaan ”Frame analysis: An essay on the organization of experience” Henri Bergusinia: *”Mikä vain tekojen ja tapahtumien järjestely on koomista, jos se antaa meille yhdistetyssä kokonaisuudessaan elämän illuusion ja mekaanisen järjestelyn eron “.*⁷² Poliitikkojen puheet eivät kuitenkaan tunnu katsojalle huijaukselta. Hyvät herrat -viihdeohjelma jäljitteli todellisuutta katsojien primäärikehyyksen ymmärtämällä tavalla. He nostavat ohjelmassa samoja teemoja esiin, mitä vaaleissa pitävät tärkeinä. Ohjelma esitti karikatyyrin tapahtumista, jotka hyödynsivät huumorin diskurssia. Todellinen keskustelu tapahtuu kuitenkin alitajunnassamme meidän täysin ymmärtämättä sitä, mikä tekee representaatiosta mielenkiintoista ja yhteiskunnalliselle keskustelulle tärkeää.

Asiat saavat merkityksensä siitä, mitä kautta niitä tarkastelee. Esimerkiksi taistelu voi olla taistelu, teatteria tai leikkiä riippuen siitä, minkä kehyksen läpi asiaa tarkastelee. Kehyksellä on keskeinen merkitys, miten satiiri koetaan. Ohjelman kohtaukset luovat sosiaalisen kehyksen primäärikehyyksen ympärille (politiikan), joka sisältää suomalaisille yhteisen ymmärryksen satiirista, koska kehykset eivät ole täysin yksilöllisiä vaan kulttuurin tai ryhmien jakamia käsityksiä ymmärtää ilmiöitä. Voidaankin todeta, että suomalaisilla on jotenkin jaettu strukturalistinen käsitys siitä, miten yksilöiden kuuluu toimia tietyissä tilanteissa. Satiiriseen kommentointiin reagoiminen on kuitenkin täysin yksilöllistä, koska yksilö ei ole passiivinen kehyksiin reagoija.⁷³

⁷² Goffman 1974, 38.

⁷³ Puroila 2002, 46–48

6. Johtopäätökset

Tutkimukseni pyrki vastaamaan kysymyksiin: ”Miten sarjassa esiintyvät poliitikot pyrkivät ajamaan agendaansa sarjan tarjoamassa viitekehyksessä?” ja ”Miksi viihdeohjelma toimi hyödyllisenä kampanjointivälineenä?” Hyvät herrat -viihdeohjelma tarjosi poliitikoille alustan, jossa he pystyivät tuomaan omia ja puolueen näkemyksiä suurelle yleisölle. He pystyivät esiintymään ohjelmassa ”suojatussa” roolissa, koska ohjelman käsikirjottajat halusivat näyttää poliitikot hyvässä valossa niin, että ohjelman päähenkilöt Pauku ja Tollo turvautuivat vieraiden apuun. Tämän lisäksi median kehys suojaasi poliitikon henkilökuvaa. Poliitikot pystyivät käyttäytymään rennommin satiirisessa viihdeohjelmassa, mikä toi heidät lähemmäs kansalaisia. Tämä toi heidät pois täysin normaalista politiikan kehuksesta, jossa kansalaiset olivat pystyneet tarkastelemaan heitä ainoastaan ”tiukkoina” kansanedustajina.

Kehysanalyysi kohdentuu hyvin kokemuksen organisoitumiseen, joten sillä pystytään hyvin selittämään äänestäjän reaktioita poliitikkojen osallistumiseen viihdeohjelmassa. Median ja poliitikkojen kehukset antavat yksilölle selityksen, millaista informaatiota poliitikot ja media pyrkivät tuottamaan ohjelmassa. Kehukset avaavat siis sitä, mitä yksilöt saavat sosiaalisesta kokemuksesta. Tämä kaikki tapahtuu samaa aikaa tajunnassa ja tajunnan ulkopuolissa maailmassa subjektin valmiissa kehyksissä, joita yksilö on omaksunut valmiiksi oman kulttuurisen taustansa ansiosta. Yksilöiden subjektiivinen tulkinta on siis faktuaalista kuin mikä vain muukin päätelmä tai lopputulos.⁷⁴ Tästä syystä esiintyminen Hyvät herrat -viihdeohjelmassa on poliitikoille erittäin edullista. Kuvitteellisessa maailmassa esitetyt todelliset tulkinnat ovat katsojalle loppujen lopuksi tosia, jos hän haluaa uskoa niihin. Kehukset ja niiden hyödyntäminen poliitikoille onkin tässä suhteessa erityisen tärkeitä poliittisessa viestinnässä. Kehysten avulla poliitikot voivat nostaa esille joitain elementtejä, kun samalla piilottaa toisia.⁷⁵

Oli kyseessä sitten politiikan kehys tai median kehys, ei sosiaalista todellisuutta voi nähdä yksinomaan subjektina. Toisaalta todellisuus ei ole pelkästään sosiaalisten rakenteiden

⁷⁴ Puroila 2002, 121–122.

⁷⁵ Entman 1993, 55.

aikaansaama. Todellisuus muodostuu merkityksistä, joita ihmiset antavat kokemuksilleen.⁷⁶ Hyvissä herroissa käsikirjoittajien rooli vallankäyttäjänä on suuri. Käsikirjoittajat määrittelevät millaisesta sosiaalisesta kehyksestä aihetta tarkastellaan. Poliitiikkaa koskevat aiheet siis keskustelevat keskenään yhdistettynä stereotypioihin, uutisiin ja sarjassa esiintyviin hahmoihin. Myös se, millaisella sketsillä tai tapahtumalla jakso aloitetaan, antaa voimakkaan käsityksen sarjan agendasta. Kuin uutisotsikko sarja esittelee teemansa tai tähtensä heti ohjelman alkuun, ja tarkempaan kysymyksiin siirrytään jakson syventyessä.

Kehysten valta ei ole ehdotonta, vaan eri kehykset ja kombinaatiot tuottavat eri tulkintoja. Poliitikot pyrkivätkin hyödyntämään yhteiskunnassa vallitsevia kehyksiä esittääkseen ohjelmassa omaan agendaansa sopivia satiirisia piirteitä. Viihdemedian ja politiikan kilpaillessa keskenään sarjassa auttaa kehysanalyysi hahmottamaan subjektin rakentumisen sarjan jaksoista. Niin kuin olen aikaisemmin maininnut, politiikasta keskustelu ei poissulje sen viihteellisyyttä tai legitiimiyttä, vaikka se esitetään viihdeohjelmassa.

Kaikki sarjassa keskusteltavat teemat ovat kehysten muunnoksia todellisuudesta. Samalla tavalla kuin voimme ymmärtää lasten sotaleikin leikkinä, tiedämme sen perustuvan brutaaliin sotaan. Hyväksymme kuitenkin tämän muunnoksen, vaikka primäärikehys (sota) olisi kuinka sopimaton. Kehysten muunnokset antavat katsojalle mahdollisuuden käsitellä asioita turvalliselta etäisyydeltä. Poliitiikka ja poliitikot tuntuvat olevan huomattavasti helpommin hyväksyttävissä, kun ne toimivat primäärikehysten ulkopuolella. Kehysten muunnosten monikerroksisuuden takia katsoja voi ymmärtää vain osan merkityksistä.⁷⁷ Tästä syystä poliitikkojen osallistuminen viihdeohjelmiin on erityisen hedelmällistä, erityisesti Hyvien herrojen tapauksessa, kun politiikasta puhuminen on toivottavaa ja humoristista. Viihdeohjelmat sopivat siis erittäin hyvin poliittiseen markkinointiin. Median ja politiikan kehykset jakavat tässä yhteisen agendan: mahdollisimman suuren yleisömäärän ja tuottaa sellaista materiaalia, josta jokainen ihmisryhmä pystyisi poimimaan itselleen tärkeitä asioita.

Tv:n viihdeohjelmat ja niissä käsiteltävät poliittiset aiheet vaikuttavat ihmisten äänestyskäyttäytymiseen ja poliittisen ideologian muovautumiseen. Poliitikot

⁷⁶ Puroila 2002, 17–24.

⁷⁷ Ibid, 64.

hyödynsivät 1990-luvulla vapautunutta vaalimainontaa tehokkaasti käyttämällä mainontaan huomattavasti enemmän rahaa ja osallistumalla erilaisille alustoille, jossa he saivat näkyvyyttä.⁷⁸

1990-luvusta puhutaan kuolevien aatteiden vuosikymmenenä. Vaikuttavatko kasvava individualismi ja satirisoitu kuva politiikasta siihen, kuinka eduskuntavaaliehdokkaat kampanjoivat? Sarjassakin tarjotaan kuvaa, kuinka ongelmat ratkeavat yksilöiden ehdoilla, eivät ryhmien. Viihdeohjelmat vievät myös konkreettisesti aikaa poliittiselta osallistumiselta.⁷⁹ Itse olen kuitenkin sitä mieltä, että viihdeohjelmien kuluttaminen ei estä ihmisiä olemasta poliittisesti aktiivisia, vaan ohjelmissa käytävät keskustelut, olivat ne sitten satiiria tai vakavia, nostavat ihmisten kiinnostusta politiikkaa kohtaan. Poliittiset viihdeohjelmat toimivat paremminkin ”poliittisten aiheiden terapiana” kansalle.⁸⁰ Kuten olen asiaa tekstissä käsitellyt, poliitikkojen näkeminen inhimillisessä valossa auttaa niin poliitikkoja kuin politiikan subjekteja. Valtaapitävät eivät tunnu niin kaukaisilta, kun heille voi nauraa ja he voivat nauraa itselleen.

Tarkastelemistani henkilöistä yhdestäkään ei jaksojen perusteella jäänyt negatiivista kuvaa – ainakaan minulle. Kampanjan näkökulmasta esiintymisellä oli varmasti positiivinen merkitys. Television rooli poliittisessa mainonnassa oli todella suuressa nousussa.⁸¹ Uuden ja suosituksen media-alustan hyödyntäminen tällaisella tavalla – esiintyminen viihdeohjelmassa, antoi varmasti tarkastelemilleni henkilöille suuremman näkyvyyden kuin vastaavalla profiililla oleville poliitikoille. Viihdeohjelmaa katsoivat kuitenkin myös ihmiset, jotka eivät olleet kiinnostuneet politiikasta vaan halusivat vain nauraa Paukulle ja Tollolle.

Hyvät herrat -viihdeohjelma toimi edelläkävijänä poliittisen kampanjoinnin alustana. Sarjan omassa kehystyksessä sen tarkoitus oli nauraa systeemille ja valtaapitäville. Poliitikot pystyivät kuitenkin hyödyntämään sarjan tarjoamaa kehystä ja toimimaan sen tarjoamissa raameissa siten, että he saivat vaaleihin suurta näkyvyyttä ja samalla luotua itsestään positiivisen ja lähestyttävän kuvan. Voimme nähdä, kuinka tämä 90-luvun alussa alkanut trendi jatkuu aina vain voimakkaammin tänä päivänä.

⁷⁸ Niemi 2016, 206–208.

⁷⁹ Besley 2006, 43, 58.

⁸⁰ Zareff 2020, 184–185.

⁸¹ Niemi 2016, 156, 206.

Lähdeluettelo

Alkuperäislähteet:

Kansallinen audiovisuaalinen instituutti (KAVI), Helsinki

Tenho-tietokanta

Hyvät herrat: Vihtavaaran Isäntä, jakso 157

Hyvät herrat: Porokeisari, jakso 158

Hyvät herrat: Paragondemari, jakso 159

Hyvät herrat: Asfalttikukkia, jakso 161

Hyvät herrat: Myrkynkeittäjä, jakso 162

Tutkimuskirjallisuus

John C. Beasley. "The Role of Entertainment Television and Its Interactions with Individual Values in Explaining Political Participation." *International Journal of Press/Politics*. 2006, 41–63.

Marc Ferro. "The fiction film and historical analysis." *The Historian and Film*, toim. Paul Smith. Cambridge: Cambridge University Press, 1976, 80–94.

Erving Goffman. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. New York: Harper ja Row, 1976.

Erving Goffman ja Bennet M. Berger. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. York: The Maple Press, 1986.

Taina Heinonen ja Mari Mustonen. *Viimesijainen viimesijaista sosiaalityötä? Aikuissosiaalityön toiminnan kehykset ja niiden pohjalta rakentuva työnkuva*. Sosiaalityön pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2006.

Juha Herkman. *Politiikka ja mediajulkisuus*. Tampere: Vastapaino, 2011.

Juha Herkman. ”Populaari nauru. Huumori populaarin kentällä.” *Populaarin lumo – mediat ja arki*, toim. Anu Koivunen, Susanna Paasonen ja Mari Pajala. Turku: Turun yliopisto, 2000.

Pekka Isotalus. *Mediapoliitikko*. Helsinki: Gaudeamus, 2017.

Marjo Kolehmainen. *Satiiriset Itse valtiaat: Poliittinen huumori suomalaisessa julkisuudessa*. Tampere: Tampere University Press, 2015.

Efharis Mascha. ”Political Satire and Hegemony: A Case of ‘Passive Revolution’ during Mussolini's Ascendance to Power 1919–1925.” *Humor*. 2008, 69–98.

Mari K. Niemi. ”III Vapautumisen vuodet”. *Kamppailu vallasta. Eduskuntavaalikampanjat 1945–2015*, toim. Erkka Railo, Mari K. Niemi, Ville Pitkänen ja Sini Ruohonen. Jyväskylä: Docendo Oy, 2016

Anders Persson. *Framing Social Interaction Continuities and Cracks in Goffman's Frame Analysis*. Lontoo: Routledge, 2019.

Anna-Maija Puroila. *Erving Goffmanin kehysanalyysi sosiaalisen todellisuuden jäsentäjänä*. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 2002.

Nelson E. Thomas, Rosalee A. Clawson ja Zoe M. Oxley. ”Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance.” *The American Political Science Review*, 1997, 567–583.

Janne Zareff. *Kuinka vallalle nauretaan. Poliittinen satiiri suomalaisessa televisiossa*. Helsinki: Gaudeamus, 2020.

Verkkosivustot:

Helsingin sanomat, 2022. <<https://www.hs.fi/>>

Yleisradio, 2017. <<https://yle.fi/>>