

”Här sträcker folk upp sig när kameran går”

Riksdagsledamöternas syn på televisionens betydelse i deras arbete

SUSANNA HARMANEN

Vart fjärde år väljs tvåhundra ledamöter till riksdagen i Finland. Under valet tränger sig riksdagskandidaterna in i vardagsrummen via televisionen nästan varje kväll. Men behöver alla riksdagsledamöter televisionen för att få publicitet och kunna påverka sina väljare även till vardags, under valperioden? Det är ofta andra än politikerna själva som uttrycker åsikter om televisionens betydelse i den politiska kommunikationen. I medierna noteras det eventuellt om en riksdagsman snäst eller ilsknat till mot medier och journalister, men i allmänhet varken vill eller får de någon möjlighet att närmare förklara sina synpunkter.

Det sägs att politiken blivit medieanpassad. I en studie om svensk politik har Asp och Esaiasson (1996, 80-81) funnit tre nivåer av politisk medieanpassning. På den första nivån ses medierna som det viktigaste kommunikationsmedlet mellan politiker och medborgare. På den andra nivån utövar medierna redan ett betydande inflytande på allmänheten och statsmakten. Genom val och tolkningar kan medierna avgöra vilka budskap som förmedlas om politiken. På den tredje anpassningsnivån anpassar sig samhället till stor del till massmediernas arbetsrutiner och villkor. Det leder till att man i det politiska livet beaktar att massmedierna förenklar budskap och tar fram motsättningar. Det är emellertid svårt att helt konkret påvisa medieanpassningsnivåerna i samhället och det politiska livet. Hur kan man exakt veta hurdan samhällets *anpassning i det*

stora hela till mediernas arbetsrutiner och villkor är?

Det har sagts att televisionen intar en särställning som politisk budbärare. Televisionen kan nå en stor mängd tittare med sina program, och bilden har ett stort inflytande. De nonverbala, speciellt visuella, dragen understryks i televisionen. Därför är den icke-verbala förmågan att kommunicera mycket viktig för riksdagsledamöter som vill stärka sin image. Televisionen kan också påverka riksdagsledamöternas arbete – man har till och med hävdats att televisionen gör intrång i politiken. Men antagligen har televisionen inte särskilt stor betydelse för riksdagsledamöter som förekommer sparsammare i offentligheten. Alla riksdagsledamöter eftersträvar inte riksomfattande offentlighet genom televisionen.

I denna artikel undersöker jag televisionens roll som politisk budbärare från de finländska riksdagsledamöternas synvinkel. Många av dem kommer i sitt arbete i beröring med televisionen, eller följer åtminstone med behandlingen av politiska skeenden i offentligheten. Jag fokuserar på televisionens roll i riksdagsledamöternas arbete. Televisionens betydelse för riksdagsledamöterna undersöks genom studier i televisionens sätt att förmedla information om politik och riksdagsledamöter, samt därtill om riksdagsledamöterna noterar dem i sitt arbete. Dessutom tar artikeln upp betydelsen av riksdagsledamöternas förmåga att uppträda i television. Riksdagsledamöternas åsikter om televisionens betydelse gäller riksdagsarbetets ”vardag”. I tidigare undersökningar om politisk kommunikation i televisionen har man koncentrerat sig främst på tiden kring val. (Blumler 1990, 101; Gronbeck 1990, 190; Nousiainen 1992, 136). Riksdagsledamöternas

egentliga arbete infaller dock under tiden mellan valet som också är ett viktigt objekt för studier i politisk kommunikation. Man kan knappast undvika valet ens i vardagspolitiken.

Till vardags vänder sig riksdagsledamöterna till sina väljare från sitt arbete. Riksdagsledamöternas arbete är delvis offentligt arbete. Enligt Nousiainen (1992, 185) utgörs riksdagsledamöternas viktigaste arbete av lagstiftningsarbete, men därutöver har riksdagen även funktioner av mera allmän karaktär, som t.ex. att fungera som offentligt diskussionsforum. Riksdagsledamöterna försöker väcka debatt i riksdagen och skaffa information om aktuella frågor t.ex. i aktualitetsdiskussioner som tagits i bruk för att komplettera spörsmålsproceduren (se Finlands riksdag). Några riksdagsledamöter framställer sina spörsmål en gång i månaden även i televisionen när statsrådets frågetimme direktsänds i tv. Då har några riksdagsledamöter möjligheter att fråga statsrådet om linjedragningar eller synpunkter på hur någon viss fråga skall skötas. I viss mån försöker riksdagsledamöterna informera medborgarna i medierna, till exempel via televisionen. Riksdagsledamöterna kan t.ex. ombes att i en televisionsintervju kommentera händelser i riksdagen, de tillfrågas om sin åsikt eller de kan kanske enbart filmas i sitt jobb. Kontakten med massmedierna hör också till riksdagsledamöternas vardag. Eftersom medborgarna väljer sin representant vart fjärde år är det viktigt för riksdagsledamöterna att på något sätt visa upp sin egen aktivitet och resultatet av sitt arbete. Det kan emellertid vara svårt att väcka mediernas uppmärksamhet på saklig väg, om riksdagsledamöten inte är en mycket känd person eller toppolitiker.

Riksdagsledamöternas temaintervjuer

De finländska riksdagsledamöternas syn på televisionens betydelse i deras arbete samlades in med hjälp av en temaintervju. Jag beslutade mig för en intervju eftersom svaren krävde att riksdagsledamöterna letade i sitt minne och funderade på sina svar. Intervjuaren kunde då vara till hjälp t.ex. genom att friska upp minnet. Även av praktiska skäl passade temaintervjun som metod: efter ett besök i riksdagsledamöternas arbetsrum kan man väl förstå att ett brev kan drunkna i ledamöternas pappershögar.

Jag strävade efter att intervju riksdagsledamöter med olika bakgrund för att undersökningsmaterialet skulle täcka så många olika ledamöter som möjligt. Jag intervjuade elva riksdagsledamöter från åtta partier. Två riksdagsledamöter från vart och ett av de tre största partierna utvaldes – Finlands Socialde-

mokratiska parti, Centern och Samlingspartiet. Från de övriga – Vänsterförbundet, Svenska Folkpartiet, Gröna förbundet, Kristliga förbundet och Ungfinnarna intervjuades en riksdagsledamot per parti. Vid valet av riksdagsledamöterna fäste vi särskilt uppmärksamhet vid hur mycket de hade framträtt i offentligheten och speciellt i televisionen. Bland de elva riksdagsledamöterna var fem rätt okända. De verkade främst på landskapsnivå och hade under sin riksdagsmannakarriär uppträtt i televisionen en eller kanske två gånger. Två riksdagsledamöter var något bättre kända. Den ena var ordförande för ett medelstort parti och därmed något kändare än vanligt, den andra var känd närmast för sin ringa ålder. De återstående fyra riksdagsledamöterna var mycket kända i offentligheten. De intervjuade riksdagsledamöterna kom från olika delar av Finland. Fem av de 30-60-åriga intervjuobjekten var kvinnor och sex var män.

Brytningsskede i televisionens betydelse för riksdagsledamöterna

Det är den allmänna samhällseliga förändringen (se Mancini & Swanson 1996) som avgör hur mediernas roll som politikens budbärare har formats och fortgående formas. De främsta förändringarna i den politiska informationen, partierna och politikernas verksamhet är samhällets fragmentering och partiernas likformighet. Samtidigt som de traditionella sociala strukturerna, som t.ex. en tydlig klassindelning, upplöses måste även partierna förändras (Negrine 1996, 162; Pekonen 1997). Partierna och deras riksdagsledamöter står därför inför en förändring: hur kan man skilja sig från andra partier och ändå behålla sina anhängare?

Riksdagsledamöterna anser att partierna nog inte klarar av att tillgodose sina anhängares behov lika bra som tidigare. Några anser att likformigheten därtill påverkats av regnbågsregeringen 1995-1999 (som fortsätter under följande fyraårsperiod). Benämningen innebär att det ingår fem partier från både höger och vänster i regeringen, ytterst Samlingspartiet och Vänsterförbundet. Enligt de intervjuade riksdagsledamöterna har man under regnbågsregeringens tid märkt att både höger- och vänsterpartierna kan vara överens i många frågor. De anser att medborgarna under denna regering kanske fått intrycket att partierna blivit mera likformiga.

Enligt riksdagsledamöterna strävar partierna efter att anpassa sig till den samhällseliga utvecklingen närmaste med hjälp av olika kommunikationsstrategier och personer. Partiet borde eftersträva publicitet för viktiga frågor och därför borde man utveckla

partiets kommunikationsstrategi. Riksdagsledamöterna hade även behov av att styra sin egen offentlighet. Televisionen ansågs vara ett av de bästa medlem för information till medborgarna. Riksdagsledamöterna ansåg att televisionen är viktig främst på grund av sin genomslagkraft. För det andra ansågs televisionen även ypperligt för att skapa ett varumärke, ett marknadsföringsmedel. För det tredje kan riksdagsledamöterna göra sig bättre kända genom televisionen. Även om riksdagsledamöterna betonade olika frågor inom ramen för dessa delområden, verkar resultatet logiskt. Televisionen har stor betydelse, eftersom den först kan ge en mindre känd riksdagsledamot publicitet. När ledamoten är känd måste han eller hon avgöra på vilket sätt han/hon kan marknadsföra sig själv i televisionen och föra fram sina kärnfrågor. Eftersom televisionen anses påverka åsikterna hjälper den att öka ledamotens understöd och ge arbetet en fortsättning.

Enligt riksdagsledamöterna kan det första europaparlamentsvalet 1996 eventuellt ha ökat televisionens betydelse för politikerna. Om en riksdagsledamot ställer upp i valet till Europaparlamentet och önskar bli vald måste han eller hon kunna samla röster i hela landet. I europaparlamentsvalet i Finland är kandidaterna samma för alla, dvs. hela Finland är ett enda valdistrikt. Televisionen är ett av de effektivaste medierna för kandidaterna att nå sina väljare över hela landet. Enligt en del riksdagsledamöter kan eurovalet hjälpa politikerna att utnyttja televisionen bättre än tidigare.

Om en riksdagsledamot vill nå riksomfattande publicitet kan televisionen var ett ypperligt medel. För en ledamot som inte fått särskilt stor uppmärksamhet kan det vara närmast omöjligt att locka televisionens och därigenom allmänhetens intresse utan att göra reklam eller underhållningsinslag. Underhållningen kan i värsta fall förstöra anseendet, och reklam kan bedrivas endast av dem som har råd. I Finland väljs riksdagsledamöterna i valdistrikt i proportionella val, vilket betyder att lokala massmedier som t.ex. tidningar, radio och lokalteve till och med kan vara effektivare än riksomfattande fora för att nå invånarna i kandidatens eget valdistrikt. Särskilt de mindre kända riksdagsledamöterna får den bästa sakliga publiciteten via landskaps- och lokal-tidningen eller -radion, inte televisionen.

En del av riksdagsledamöternas motiveringar till televisionens stora betydelse kan i viss mån ifrågasättas. Exempelvis en information som sänts i televisionen kan starkt påverka åsiktsbildningen, men televisionens verkliga slagkraft kan inte mätas noggrant – liksom inte heller andra mediers exakta inflytande. Televisionen ansågs effektiv även därför

att tittaren tar emot budskapen passivt. I litteraturen har tittaren emellertid konstaterats vara aktiv (se t.ex. Graber 1989, 197; Sallinen-Kuparinen 1987, 125). Om man tror på televisionens betydelse och strävar efter televisionens publicitet kan det vara ett slags självförverkligat förutseende. Eftersom televisionen anses viktig satsar man också på att utnyttja den.

Enligt riksdagsledamöterna har televisionens betydelse förändrats när det gäller att nå medborgarna, eftersom allt flera kanaler och program minskat de enskilda programmens slagkraft. Televisionens betydelse när det gäller att bli bättre känd blir därigenom kontroversiell. Riksdagsledamöternas synpunkter ger anledning att dryfta nya former för politisk kommunikation via televisionen. För att ledamöterna bättre skall kunna utnyttja televisionen t.ex. som marknadsföringsmedel anser jag att de t.ex. måste lära sig att rikta sina budskap rätt för att olika frågor skall kunna tas upp på olika kanaler i olika program. På basis av intervjuerna visade det sig även i övrigt viktigt att kunna rikta sitt budskap. Det behövs för det första när man försöker nå olika medborgare i det föränderliga samhället. I olika tidningar och program kan man nå olika personer antingen landsomfattande, regionalt eller lokalt. Till följd av konkurrensläget definierar televisionskanalerna målgrupperna för sina program allt noggrannare och därför är det skäl för riksdagsledamöterna att i sitt tal beakta programmets potentiella tittare.

Televisionens och medielogikens effekt på riksdagsledamöternas verksamhet

I riksdagsarbetet beaktar riksdagsledamöterna televisionen närmast på riksdagens frågetimme och för meddelanden. Därtill noterar de televisionens medielogik, t.ex. när de uppträder och försöker utnyttja den. Med medielogik avses den framställnings- och informationsförmedlingsprocess som alla enskilda medier påverkar genom sina egna specifika drag. Dessa drag kan vara t.ex. organisering av informationsmaterialet, framställningsstil och informationsmediets särdrag som medium (Altheide & Snow 1979). Varje medium använder således en viss stil och metod för att redogöra för olika fenomen. Televisionens medielogik får en viktig roll i politiken när politikerna försöker nå tittarna på ett sådant sätt som är anpassat just till televisionen. Televisionens inflytande på politiken kan studeras utgående från fokuseringen på televisionen och dess medielogik.

Riksdagsledamöterna förhöll sig reserverat till diskussioner om televisionens effekt på deras ar-

bete. I intervjuerna kunde de kraftigt framhäva att televisionen inte påverkar deras arbete eller de ärenden som behandlas i riksdagen. Televisionen ansågs påverka endast i sådana situationer där man medvetet framträder i teve. Riksdagsledamöterna skiljde här på arbete och publicitet, även om de i andra sammanhang underströk att publicitet är en del av arbetet. De ville tydligen framhäva att televisionen inte påverkar lagstiftningsarbetet, utan att de närmare tänkte på övriga aspekter av sitt arbete. Emellertid kan politiska åsikter som någon riksdagsledamot uttryckt i televisionen påverka t.ex. diskussioner med arbetskamraterna om frågor som behandlas i riksdagen, och därigenom kan det i form av tankar och åsikter påverka deras arbete.

I riksdagsarbetet tas televisionen i betraktande närmast på riksdagens frågetimme och för meddelanden. I riksdagens aktualitetsdiskussioner är det numera möjligt att behandla ärenden som kan ha blivit aktuella till exempel via televisionsnyheterna. I allmänhet kan riksdagsarbetet inte hålla takt med dagsaktuella frågor, men riksdagen vill dock delta i diskussionerna och allt bättre fungera som nationens diskussionsforum (se Nousiainen 1992, 185; se Finlands riksdag). Riksdagsledamöter och riksdagen kritiserar ibland för att medborgarna fjärras från behandlingen av politiska ärenden. Genom att behandla aktuella ärenden kan riksdagen kanske väcka intresse. Vid sidan av övriga massmedier inverkar televisionen på vilka frågor som tas upp till diskussion i riksdagen. Enligt några riksdagsledamöter kan speciellt televisionens morgonprogram och -nyheter utgöra en viktig nyhetskälla för riksdagsledamöter som jobbar sent in på kvällen, och de kan påverka dagordningen. Även om jag nog tror att morgontidningarna hör till de viktigaste källor som formar riksdagsledamotens dagordning, har televisionen den fördelen att den är aktuell och snabb. Televisionen kan således påverka riksdagsledamöternas vardagliga arbete.

Televiserade frågetimmar ansågs viktiga därför att då hade riksdagsledamöterna möjlighet att framträda i televisionen eller i övrigt visa sin aktivitet för tittarna. Det framgår att riksdagsledamöterna beaktar televisionen på frågetimmarna genom att vara närvarande och uppträda på ett för tittarna tillmötesgående sätt. Även om frågetimmen anses viktig med tanke på medborgarnas riksdagskunskaper tvivlade några riksdagsledamöter på att tittarna fick tillräckligt information under frågetimmen. Riksdagsledamöterna försöker göra det lättare för tittarna att följa med frågetimmen genom att de förutom till de närvarande även vänder sig till tittarna. Dessutom försöker de använda andra sätt att närma sig tittarna.

Riksdagsledamöterna utnyttjar metoder enligt televisionens medielogik, som t.ex. sammanfattningar och konkretiseringar (se Hernes 1978).

Utöver frågetimmarna inverkar televisionen på både riksdagens och regeringens information utåt. Speciellt när det gäller viktiga ärenden föredrar man direktsänd information. Nästan alla riksdagsledamöter ansåg att journalisternas sätt att redigera och tolka uttalanden och intervjuer ibland var störande och att de därför i viss mån fungerade som "portvakter". Riksdagsledamöterna måste således kunna passera journalisternas såll, varefter det delvis beror på journalisterna hurdan publicitet ledamoten får (jfr Moring & Himmelstein 1993). Många ansåg att direktsända meddelanden var ett utmärkt sätt att få uttrycka saker på sitt eget sätt utan journalistens tolkningar eller inflytande. Men direktsända meddelanden är inte alltid möjliga. Redaktionerna beslutar själva om direktsändningarna, och därför torde riksdagen, partierna eller regeringen sällan ha någon möjlighet att kommentera frågor i direkta nyhets-sändningar när de vill. Eftersom televisionen anses viktig har den eventuellt kunnat påverka till exempel hur och när meddelandet går ut. Många riksdagsledamöter var av samma åsikt som exministern och riksdagsledamoten Claes Andersson (1995, enligt Luostarinen 1996, 31) som ansåg att medierna avgör vilka frågor som diskuteras och hur. Informationen går bättre fram från riksdagen till medborgarna om man till exempel anpassar sig till televisionens arbetsmetoder eller gör nyhetsförmedlingen lätt för televisionen. På det sättet anpassar man sig till televisionens medielogik. Det påvisas av riksdagsledamöternas sätt att försöka utnyttja televisionen och fånga dess uppmärksamhet.

Enligt riksdagsledamöterna får frågor ibland felaktiga proportioner i televisionen, vilket i värsta fall kan leda till en mediekarusell. Riksdagsledamöterna har emellertid rätt sällan beaktat journalisternas synvinkel. Deras uppgift är att förmedla politiska händelser till tittarna med ett kritiskt ifrågasättande grepp. En kritisk journalistkår är en del av den demokratiska processen. Visst kan det uppstå överdrifter och förvrängningar i redaktionerna – det är ju fråga om mänsklig verksamhet. Journalisterna ser på saken t.ex. utgående från sina egna värderingar och erfarenheter, och därför är det en omöjlighet att en fråga blir absolut neutralt och opartiskt behandlad. Det faktum att det uppstår en mediekarusell är troligen inte lika bekymmersamt som frågan om hur kritiskt tittarna, lyssnarna och läsarna kan filtrera informationen.

När riksdagsledamöterna uppträder i televisionen säger de sig tala så klart, koncist och koncentrerat.

rat som möjligt. Deras avsikt är att försöka förmedla sitt budskap till lyssnarna på ett begripligt sätt. Riksdagsledamöterna var även medvetna om att deras utlåtanden kan omformas om de inte själva kan förmedla det viktigaste med några konkreta fraser. Å andra sidan ansåg de att medierna och tittarna kan ifrågasätta deras kompetens om språket är lättbegripligt. De försöker förbereda sig för framträdandena genom att planera strategier och sammanfatta det viktigaste. Enligt en del riksdagsledamöter är televisionen intresserad av budskap där ledamöten visar sitt förhållande till tittarna till exempel genom att rikta sitt budskap till en målgrupp och genom klädseln. De försöker således även med visuella medel anpassa sig till televisionens medielogik. Dessutom tillspetsade de, betonade motsatser, personifierade frågor och utnyttjade övriga drag i televisionens medielogik för att väcka uppmärksamhet. Det här sättet, som flitigt används av en del riksdagsledamöter, gör politiken allt mer till underhållning: endast intressanta och säregna frågor är nyheter för televisionen. Även om riksdagsledamöterna redan i viss mån anpassat sig något till televisionens arbetsrutiner och villkor, är det ändå inte ett självändamål att försöka få uppmärksamhet i televisionen. Men bara några få ledamöter som eftersträvar stor publicitet (och får det) kan enligt de intervjuade forma en bild av alla riksdagsledamöter.

Emellertid kan våra kulturella särdrag förhindra att vi i Finland någonsin skulle börja utnyttja en transparent medielogik, som t.ex. att svartmåla ett konkurrerande parti för att få publicitet i televisionen (jfr Pörhölä, Sallinen & Isotalu 1997, 438-439). Vi är åtminstone inte i vår verbala kultur typiskt konfrontationstillvända. En representant för ett konkurrerande parti kan nog klandras kraftigt i en valdebatt, men det är dock en planlagd situation.

”Vi är i underhållningsbranschen!”

Det var speciellt två särdrag i politiken som televisionen framhävde enligt riksdagsledamöterna. Det var att göra politiken underhållande och att personifiera den. Till största delen förhöll de sig reserverat till båda fenomenen, men de fann också punkter som riksdagsledamöterna kunde utnyttja i sitt arbete.

Riksdagsledamöterna skiljde på underhållning som bygger på politiska frågor och underhållningsprogram som behandlar politik eller politiker. Riksdagsledamöternas syn försvarar litteraturens syn på att televisionen utnyttjar underhållande drag för att locka tittare (se Alasuutari 1996, 212; Aula 1991). Televisionen gynnar drag som intresserar tit-

tarna, t.ex. när det gäller riksdagsledamöternas uppträdande. Enligt Corner (1995) är televisionen underhållande i sig på grund av sin medielogik. Även riksdagsledamöternas åsikter stöder detta. Det finns ett visst samband mellan medielogiken, de underhållande dragen och tittarna. Den som uppträder i televisionen skall utnyttja televisionens mediologiska drag för att få publicitet. Mediologikens drag, som t.ex. förenklingar, påpekandet av oenighet och ytliga generaliseringar, är intressanta och underhållande drag för tittaren. Tittarna intresserar sig för televisionsprogram om de är trevliga och lätta att följa med.

Utgående från riksdagsledamöternas intervjuer kan man genom att göra politiska frågor underhållande bidra till att ramarna för riksdagsledamöternas arbete kan förvrängas. Det kan försvåra deras arbete och speciellt informationen om arbetet samt göra det svårt för ledamöterna att föra fram sina egna idéer – det kan vara svårt att få televisionspublicitet för ett budskap med faktainnehåll. Jag tror att det överhuvudtaget kan vara svårt för riksdagsledamöterna att uppträda inför personer som har en förvrängd bild av vad politik och riksdagsarbete är. Riksdagsledamöterna efterlyser ett mera kritiskt grepp av journalisterna för att tittarna inte skall få en felaktig bild av riksdagsledamöternas arbete och ärenden som behandlas i politiken. Uppenbarligen önskar riksdagsledamöterna även en kritiskt allsidig granskning av frågorna, men försöker ändå skydda sina egna uttalanden mot feltolkningar. Riksdagsledamöterna verkar inte alltid lita på journalisterna. Å andra sidan är det möjligt att de är noga enbart med det som sägs i deras eget namn. Begreppet kritisk diskuterades även i diskussioner om förhållandet mellan riksdagsledamöter och journalister. Enligt riksdagsledamöterna är förhållandet mellan journalister och politiker allmänt taget varken aggressivt eller dåligt – tvärtom. Det beskrivs väldigt bra av en riksdagsledamot:

I allmänhet har vi ett sånt här inofficiellt förhållande med journalisterna: jag behöver publicitet och journalisten behöver nyheter. Det är den nakna sanningen. Om jag kan läcka någontill journalisten, eller om jag gör det, så väntar jag mig naturligtvis en gentjänst någon gång i framtiden.

Riksdagsledamöterna och journalisterna har ibland ett mycket etablerat samarbete.

Enligt en del riksdagsledamöter är journalisterna ibland aggressiva. Eller avser de ett kritiskt grepp när de säger aggressivt? Enligt Aula (1991) har journalisternas kritiska inställning till politikerna

och en undersökande Watergate-journalism ökat i Finland sedan 1970-talet. Även allmänhetens inställning till politiken har blivit mera kritisk, och i dag krävs en aggressivare och mera skeptisk journalism än tidigare. Emellertid ser jag inte här någon klar skillnad mellan en kritisk och en aggressiv inställning. Med *aggressivitet* menar man i allmänhet relationerna mellan journalister och politiker: är de vänliga eller inte. Med en *kritisk inställning* inom journalistiken hänvisas närmast till en mångsidig behandling av ett ämne och ett ifrågasättande grepp.

Behandlingen av politiska frågor eller politiker som uppträder i underhållningsprogram ansågs vara bättre än att göra underhållning av vissa frågor. Även om underhållningsprogram kan ge en vrågbild av frågorna har riksdagsledamöterna också stor nytta av dem. Riksdagsledamöterna kan göra sig bättre kända och föra fram sin personlighet med hjälp av underhållningsprogram. Dessa synpunkter ger vid handen att riksdagsledamöterna litat på underhållningsprogrammen som programtyp. För dem är det viktigt att särskilja fakta och underhållning: en riksdagsledamot i ett underhållningsprogram kan ändå tas på allvar i aktualitetsprogram. Riksdagsledamöterna tror uppenbarligen att underhållningsprogrammets format "skyddar" dem. I underhållningsprogram kan man visa upp den sida av sin personlighet som inte kommer fram i sakliga sammanhang. Underhållning och fakta sammanblandas alltså inte. Å andra sidan är det möjligt att en riksdagsledamot som uppträder väldigt ofta i underhållningsprogram kan ge ett "lätt" intryck. Riksdagsledamöterna tycktes bilda två åsiktskategorier; de som ansåg underhållningsprogram vara nödvändiga för politiken och de som inte ansåg det.

De ansåg även att om politiken gjordes underhållande kunde det i viss mån nagga riksdagsledamöternas och hela riksdagens trovärdighet i kantonerna. Riksdagsledamöter som uppträder i underhållningsprogram kan stämplas som clown, vilket minskar hela riksdagens och politikens prestige. Dessutom anser riksdagsledamöterna att politik som underhållning kan leda till att man inte får publicitet för viktiga frågor utan underhållande inslag, oavsett om de gäller nöje eller dramatik. Å andra sidan kan politiken enligt en del riksdagsledamöter föras närmare tittarna, vilket kan öka tittarnas intresse för politik och riksdagsledamöternas arbete. De enskilda riksdagsledamöterna måste tänka på hurdan bild de vill ge av sig själv i offentligheten, de måste finna rätt balans mellan saklig publicitet och underhållande publicitet.

Det finns många likheter mellan att göra politik till underhållning och att personifiera den. På basis

av riksdagsledamöternas synpunkter kan personifiering definieras som en underart till underhållningen. Personifieringen har drag av mediologik och underhållning: frågor kan göras intressanta och lättbegripliga med hjälp av personifiering (se Karvonen 1997, 171). Det nya med dagens personifiering av politiken jämfört med tidigare är att televisionen kan föra fram även en sådan riksdagsledamot som inte har någon betydande ställning i riksdagen. Ledamoten kan redan tidigare ha varit i offentligheten eller han eller hon har uppträtt på ett uppseendeväckande sätt eller är annars avvikande, t.ex. ung jämfört med övriga ledamöter. Bland riksdagsledamöterna fanns en förståelse för televisionens sätt att personifiera politiken, eftersom man vet att ansiktslösa beslut är ointressanta. Jag anser att personifiering och fokuseringen på enskilda ledamöter inte nödvändigtvis beror endast på televisionens sätt att locka tittare och gestalta politiska frågor. Det kan finnas en social beställning på personifiering: om medborgarna upplever att partierna är väldigt likadana kan man påvisa skillnader med hjälp av personer. I allmänhet personifierar televisionen politiska frågor genom att fokusera ministrar, partiordföranden eller riksdagsgruppernas ordföranden. Flera partier försöker utnyttja personifiering, eftersom också en enda person kan bidra till hela partiets framgång.

Även om man anpassat sig till televisionens personifiering och försöker utnyttja det i viss mån, har det också upplevts som negativt. Enligt riksdagsledamöterna förmedlas en rätt ensidig bild av riksdagsfrågorna genom att endast en minister intervjuas. Riksdagsfrågorna är dock sällan entydiga, och därför ansåg ledamöterna att det vore viktigt att ta reda på även mindre kända riksdagsledamöters synpunkter. Televisionens trend att personifiera frågor inverkar på riksdagsledamöternas arbete på samma sätt som när politiken görs till underhållning. På grund av personifieringen kan det bli en ensidig bild av någon fråga, vilket ibland kan göra ledamöternas arbete och informationen svår.

Totalt sett anpassar sig ledamöterna uppenbarligen både till underhållningen och personifiering, även om de inte tycker om alla drag i fenomenen. Det framgår dock av ledamöternas svar att de inte önskar föras med strömmen, utan de vill vara aktiva agerande. Det framgår av det faktum att ledamöterna dryftar och försöker utveckla metoder att hantera de negativa konsekvenserna av personifiering och underhållning. De bekymrade sig även för politikens och den politiska kommunikationens framtid, eftersom de är rädda att medborgarna vänjer sig vid alltför enkla förklaringar och lätta samt underhål-

lande politiska program. Många lade ansvaret över på journalisterna: många frågor om den politiska framtiden är beroende av yrkeskunniga och kritiska journalister. Jag tycker att ledamöterna även själva torde ha förmåga att påverka den politiska informationen i televisionen t.ex. genom sina programval och förmåga att uppträda.

Riksdagsledamöten talar för sitt levebröd

Televisionskunskap och förmåga att uppträda i television ansågs rätt viktigt i riksdagsledamöternas arbete och över huvudtaget i den moderniserade politiken. Ledamöterna anser att de inte kan svara på medieepokens utmaningar enbart genom att känna till sakfrågor. Förmåga att uppträda är viktigt för ledamöterna, när de försöker förmedla budskap till allmänheten och bevara sin trovärdighet i medborgarnas ögon. De önskar hellre väcka uppmärksamhet med ett smidigt uppträdande än genom underhållning. En del trodde att televisionskunskapen utvecklas av sig själv vid sidan av arbetet, andra ville aktivt utveckla sin framtoning. Men ledamöterna förhöll sig motstridigt till träning i uppträdande.

Enligt riksdagsledamöterna har speciellt televisionen skapat ett behov av skickligt uppträdande. Riksdagsledamöterna ansåg televisionen vara viktig i deras arbete, eftersom de med hjälp av televisionen t.ex. kan bli bättre kända eller inverka på medborgarna genom effektiv kommunikation. Riksdagsledamöterna råkar i sitt arbete även ut för andra situationer än uppträdanden i televisionen, och därför ansågs den allmänna förmågan att uppträda vara viktig. En del ansåg förmågan att uppträda därför utgjorde en oskiljaktig del av riksdagsledamöternas yrkeskunskap. Utöver detta upplever riksdagsledamöterna att det är viktigt med allmänna mediekunskaper, förmåga att granska frågor från olika synvinklar, eftersom frågor som behandlas i massmedierna i allmänhet blir offentliga diskussionsämnen. Om man önskar utnyttja televisionen i sitt arbete behövs det förmåga att uppträda på ett sätt som gör sig i teverutan. Riksdagsledamöterna ansåg speciellt icke-verbala uttrycksätt viktiga, eftersom många ansåg att televisionens bild och hur det ser ut i televisionen kan inverka på tittarna mera än tal (se t.ex. Altheide & Snow 1991; Ellis 1989; Graber 1989). Även sådant som medielogiken gynnar, som t.ex. koncentration och konkretisering, upplevdes som viktigt att kunna.

De riksdagsledamöter som ansåg förmågan att uppträda vara viktig ansåg även att det var viktigt med träning i ämnet och de förhöll sig positivt till

utbildningen. Enligt ledamöterna erbjuder de flesta partier utbildning för sina ledamöter, och enskilda ledamöter kan också ha egna konsulter som hjälper till att planera och genomföra en informationsstrategi. Några ledamöter ansåg till och med att riksdagsledamötens kompetens i framtiden fastställs i framtiden i televisionen, vilket tangerar Altheides och Snows (1991) synpunkt. En ledamöts mening ”*via televisionen får du din trovärdighet eller sen domen att den där duger nog inte till mycket*” låter förstå att Altheides och Snows beskrivningar inte nödvändigtvis är särskilt långt från dagens finländska nutidspolitik. Enligt en del ledamöter upptäcker man behovet av träning först i samband med valdebatter. Speciellt träning i att uppträda har betonats då ledamöterna behöver landsomfattande televisionspublicitet. En del ledamöter önskade att träningen skulle vara fortlöpande, eftersom de inte haft särskilt stor nytta av enskilda kurser, och lärorna glömdes lätt bort. Det framgick även att de ledamöter som har anlag för nervositet inför kameran hade behov av träning. Några ledamöter berättade att de var så nervösa inför televisionsframträdanden att de därför upplevde att de misslyckades t.ex. i en paneldebatt.

Å andra sidan ansåg inte alla riksdagsledamöter att träning är så nödvändig. Allmän förmåga att uppträda lär man sig småningom, och därför behövs ingen träning. De underskattade betydelsen av träningen, eftersom de inte fick någon hjälp i praktiken. Det är möjligt att de har en negativ bild av träningen eller dåliga erfarenheter, eller kanske de ringaktar träningen därför att utbildning och träning anses som något man måste skämmas för. I Finland diskuteras inte riksdagsledamöternas träning i att uppträda särskilt öppet (se Isotalus 1997), och den kan upplevas som ett amerikaniserat drag.

Riksdagsledamöterna hade väldigt litet erfarenheter av att bygga upp en image, men många trodde att frågor om image och uppträdande sammanblandades. En förbättring i förmågan att uppträda har samband även med en bättre image: skickligt uppträdande kan förbättra personens image. De ansåg att det var viktigt att behärska helheten och ha mångsidiga kunskaper: i strategin om att uppträda i television måste sakfrågorna, image och uppträdande fungera som en enhetlig helhet. Man trodde att uppbyggandet av en image gäller att bygga upp en personlighet. Eftersom träningen i att uppträda och imager träning i många riksdagsledamöters ögon dock stod nära varandra trodde man även att träningen i att uppträda skulle utradera elevens personliga arbetssätt. En del ledamöter verkade vara indignerade över att de inte får uppmärksamhet och pu-

blicitet endast genom idogt arbete. Några ansåg att träning i att uppträda och speciellt uppbyggandet av en image var ett slags finurligt knep som hjälper personen att gå vidare i den politiska offentligheten och bli populär. Denna bild kan ha uppstått ur den amerikanska politiken, där man speciellt i valkampanjer designar lämpliga kläder och diskussionsämnen för kandidaten för olika tillfällen. Bilderna kan också ha uppstått ur litteraturen om politisk kommunikation, som till största delen är amerikansk. Därtill har en del partier använt amerikanska experter som konsulter.

Frågor om image och uppträdande verkar vara rätt oklara för riksdagsledamöterna. Många åsikter, speciellt om det som gäller image grundar sig på intryck och antaganden. Kortkurser inför val ger intryck av att riksdagsledamöterna eventuellt ser förmågan att uppträda som knep och konster som man lär sig snabbt.

Diskussion: Tränger televisionen in i politiken?

Utgående från riksdagsledamöternas synvinkel kan man studera televisionens inflytande på den finländska riksdagspolitiken. I litteraturen har mediernas roll i politiken beskrivits på tre sätt. På den första nivån har mediernas roll sett som neutral (se t.ex. Huovila 1996, 7-9), på den andra nivån har massmedierna setts som portvakter (se t.ex. Hood o.a. 1997, 12-13) och på den tredje nivån har de setts som aktiva påverkare (se t.ex. Nordenstreng 1995, 47). Denna indelning följer Asps och Esaiassons (1996, 80-81) tre nivåer för politikens medieanpassning. Enligt indelningen kan man studera politikens *televisionsbenägenhet* till den del politiken avses vara riksdagsledamöternas arbete. Finländsk politik verkar uppnå åtminstone de två första nivåerna av medieanpassning: på basis av denna studie är televisionen för en del av politikerna det viktigaste kommunikationsmediet (nivå 1) och televisionen kan därtill genom val och tolkningar påverka budskap om politiken (nivå 2).

På den tredje nivån anpassar sig samhället till massmediernas arbetsrutiner och villkor, medielogiken. Mot bakgrunden av denna studie har Asps och Esaiassons (1996) spiral för medieanpassning börjat formas, åtminstone när det gäller televisio-

nen: riksdagsledamöter har i viss mån anpassat sig till televisionens villkor och tekniker och lärt sig att utnyttja televisionen för att få tittarnas uppmärksamhet. När politikerna lär sig att utnyttja televisionen måste televisionen försvara sig mot politikernas manipulation. Politikerna måste således använda en allt mer sofistikerad taktik för att väcka televisionens uppmärksamhet, och då understryks televisionens mediologiska makt i det politiska livet ytterligare – och spiralen fortsätter.

Utgående från denna studie kan man säga att televisionens medielogik dock inte erövrat Finlands politiska liv (se Altheide & Snow 1991), men åtminstone har den inverkat på det politiska livet på riksdagsledamöternas arbetsnivå. Postman (1985) påstår att televisionens medielogik i Förenta Staterna har trängt in i samhället i så hög grad att politikens innehåll måste formas att passa inom ramarna för televisionen. I Finland torde inte situationen vara så svartvit, eftersom beaktandet av televisionen i riksdagsarbetet och informationen om arbetet endast är en del av riksdagsledamöternas arbetsvardag. Därtill förhåller sig riksdagsledamöterna olika till televisionen. En riksdagsledamot som framträtt mycket i offentligheten försöker beakta televisionen dagligen och deltar ibland även ovetande i ett politiskt drama på televisionens scen. För mindre kända riksdagsledamöter kan televisionen jämfört med övriga medier vara nästan betydelselös eftersom de sällan uppträder där.

Inför val har televisionen, liksom även andra massmedier, alltså större betydelse för riksdagsledamöterna än under vardagen. Ändå kan man, utgående från denna studie, påstå att en valframgång grundar sig starkt även på arbetet under valperioden och på informationen om det. Många ledamöter ansåg att ett visst valarbete fortlöpande måste göras i massmedierna, och misslyckanden under valperioden kan inte repareras enbart inför valet. Speciellt partiledningen och övriga kända personer inom partiet har en betydande inverkan på hela det övriga partiets framgång. Ledamöterna måste i sitt arbete kunna svara på förändringar i samhället och därigenom fortlöpande sköta kommunikationen och sin image.

Översättning: *Ann-Katrin Huldén-Valkama*

Referenser

Skriftliga källor

- Alasuutari, P. (1996) *Toinen tasavalta*. Suomi 1946–1994. Tampere: Vastapaino.
- Altheide, D.L. & R.P. Snow (1979) *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.
- Altheide, D.L. & R.P. Snow (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Walter de Gruyter.
- Asp, K. & P. Esaiasson (1996) The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization. Teoksessa D.L. Swanson & P. Mancini (toim.) *Politics, Media, and Modern Democracy*. Westpoint: Praeger.
- Aula, M.-K. (1991) *Politiikkojen ja toimittajien suhteet murroksessa*. Helsinki: Yleisradio.
- Blumler, J. (1990) Elections, the Media, and the Modern Publicity Process. Teoksessa M. Ferguson (toim.) *Public Communication. The New Imperatives*. London: Sage, 101–113.
- Corner, J. (1995) *Television Form and Public Address*. London: Edward Arnold.
- Ellis, J. (1989) *Visible Fictions. Cinema, Television, Video*. London: Routledge.
- Graber, D. (1989) *Mass Media and American Politics*. 3. Painos. Washington: Congressional Quarterly Press.
- Gronbeck, B.C. (1990) Popular Culture, Media, and Political Communication. Teoksessa D. L. Swanson & D. Nimmo (toim.) *New Directions in Political Communication. A Resource Book*. California: Sage, 185–222.
- Hernes, G. (1978) Det mediavidde samfunn. Teoksessa G. Hernes (toim.) *Forhandlingsøkonomi og blandingadministrasjonen*. Bergen: Universitetsforlaget, 181–195.
- Hood, S. & T. Tabary-Peterssen (1997) *On Television*. 4. ed.. London: Pluto Press.
- Huovila, T. (1996) *Toimittaja – vastuussa oleellisesta muutoksessa*. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 16.
- Isotalus, P. (1997) Häpeällinen televisioesiintyminen. *Tiedotustutkimus* 20 (2), 83–85.
- Karvonen, E. (1997) *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Tampereen yliopisto. Acta Universitatis Tamperensis 544.
- Luostarinen, H. (1996) Citizen Kane ja infokratia. Kriitikot, motiivit ja keinot. Teoksessa H. Luostarinen, U. Kivikuru & M. Ukkola (toim.) *Sopulisiippuri. Mediakritiikin näkökulmia*. Jyväskylä: Gummerus, 11–40.
- Mancini, P. & D.L. Swanson (1996) Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction. Teoksessa D.L. Swanson & P. Mancini (toim.) *Politics, Media, and Modern Democracy*. Westport: Praeger, 1–26.
- Moring, T. & H. Himmelstein (1993) *Politiikkaa riisutuna*. Helsinki: Yleisradio.
- Negrine, R. (1996) *The Communication of Politics*. London: Sage.
- Nordenstreng, K. (1995) Median tehtävät yhteiskunnassa. Teoksessa E. Sana (toim.) *Tieto-opista mediapeliin*. Juva: WSOY, 47–70.
- Nousiainen, J. (1992) *Suomen poliittinen järjestelmä*. Juva: WSOY.
- Pekonen, K. (1991) *Symbolinen modernissa politiikassa*. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimusryhmän julkaisuja 25.
- Pekonen, K. (1997) Puoluevastainen mieliala Suomessa. *Politiikka* 39 (1), 14–29.
- Postman, N. (1985) *Huvitamme itsemme hengiltä. Julkinen keskustelu viihteen valtakaudella*. Porvoo: WSOY.
- Pörhölä, M., A. Sallinen & P. Isotalus (1997) Culture as Communication Context: Finnish Cultural Characteristics in Political Television Programs. Teoksessa J.L. Owen (toim.) *Context and Communication Behavior*. Reno, NV: Context Press, 425–444.
- Sallinen-Kuparinen, A. (1987) Televisioesiintyminen, mediaretoriikka ja poliittinen vaikuttaminen. *Politiikka* 29 (2), 120–133.

Elektronisk källa

- Finlands riksdag. Helsinki: Eduskunnan tiedotusyksikkö (1999) <http://www.eduskunta.fi/rfakta/opas/tiedotus/esiteswe.htm>

