

## Poliitikot somessa



Lähestyvät presidentinvaalit tarjoavat oivan tilaisuuden pohtia poliitikkojen roolia sosiaalisessa mediassa. Miten sosiaalinen media vaikuttaa äänestäjiin ja millaista sisältöä poliitikot sinne tuottavat? On selvää, että sosiaalisella medialla on ollut merkittävä rooli monissa poliittisissa tapahtumissa. Populistiset liikkeet ja poliitikot ovat käyttäneet mediaa tehokkaasti kampanjoissaan tarjoamalla yksinkertaisia ratkaisuja monimutkaisiin yhteiskunnallisiin ongelmiin, vaikka todellisuudessa nämä ongelmat eivät ehkä ole niin helposti ratkaistavissa.

Tuore esimerkki ilmiöstä tulee Argentiinasta, missä vastavalittu presidentti **Javier Milei** hyödynsi sosiaalista mediaa tavalla, jonka arvioidaan olleen ratkaiseva hänen voitossaan. Elokuussa Reuters raportoi, kuinka nuoret vapaaehtoiset somevaikuttajat julkaisivat suurille seuraajamäärilleen videoita ja meemejä Mileistä TikTokissa, Instagramissa ja YouTubessa. Videoissa Milein poliittinen viesti suunnattiin erityisesti nuorille, joiden äänet ratkaisivat vaalit.

“Sosiaalinen media on uusi tapa tehdä politiikka”, julisti **Eugenia Rolon**, Mileitä kannattanut 21-vuotias antifeministi ja konservatiivinen somevaikuttaja, jolla on satatuhatta seuraajaa Instagramissa ja TikTokissa. Milein taktiikka muistuttaa **Trumpin** ja Brasilian entisen presidentin **Bolsonaron** käyttämiä strategioita, jotka toivat näille voiton, mutta eivät kantaneet heitä jatkokausille – ilmeisesti siksi, että populistiset ideologiat ja yksinkertaiset ratkaisut eivät toimi monimutkaisessa maailmassa.

### Osataan sitä Suomessakin

Myös Suomessa on havaittavissa vastaavia ilmiöitä. Kevään 2023 eduskuntavaaleja on jopa kutsuttu ensimmäisiksi TikTok-vaaleiksi. Yliopistotutkija **Essi Pöyryn** mielestä perussuomalaiset onnistuivat valtaamaan TikTokin ilmaherruuden ja löysivät keskustelupaikkoja medioista, joissa äänestäjät ovat, mutta joissa politiikasta on puhuttu vähän.

TikTokia vaaleissa taitavasti hyödyntäneistä poliitikoita olivat perussuomalaiset **Sebastian Tynkkynen**, **Joakim Vigelius** ja **Miko Bergbom** sekä vihreiden **Sofia Virta** ja SDP:n **Ville Merinen**. Vigelius korosti vaalien jälkeen suoraa vuorovaikutusta äänestäjien kanssa somessa, sillä somealgoritmit tunnistavat hyvin kiinnostavat videot.

### Miten käy harmailta poliitikoilta presidenttipeli?

Mutta mitä annettavaa TikTokilla on niille ”harmaille” presidenttiehdokkaille, joista useimmat ovat nyt syksyllä – kenties eduskuntavaalien innoittamana – ottaneet TikTokin käyttöönsä? Syynä lienee, ettei Twitter, jossa perinteisesti poliitikot tavoittavat toisiaan ja journalisteja, ei tavoita kansan syviä rivejä.

Ensimmäisenä TikTok-linjoille ehti **Mika Aaltola** elokuussa. Häntä seurasivat syyskuussa **Pekka Haavisto**, lokakuussa **Li Andersson** ja marraskuussa **Stubb** ja **Rehn**. Joulukuussa kampanjansa aloittava **Jutta Urpilainen** ei ole vielä aktivoitunut ja **Sari Essayahilla** vaikuttaa olevan tili vailla sisältöä. Someaktiivina tunnettu **Halla-Aho** ei ainakaan vielä ole avannut poliittista agendaansa kanavalla. Kiinnostavaa on, aikooko hän hyödyntää perussuomalaisten vaikuttajien osaamista Argentiinan vastavalitun presidentin tavoin.

Keväällä näemme, kuka otti kanavan parhaiten haltuunsa ja mikä merkitys somepalveluilla oli vaalitulokseen. Sosiaalisen median ammattilaiset voivat jo varata paikkansa, ottaa popcornit esiin ja alkaa seurata tilanteen kehittymistä.

Teksti ja kuva: Jarmo Röksä, viestintäpäällikkö, Humanistinen ammattikorkeakoulu  
Julkaistu Nuorisotyö-lehdessä 3/2023