

Tuore Innomanin analyysi paljastaa, miten Trumpin virkaanastujaispuhe aktivoi aivoja – ”Seuraavan suuren seikkailun kutsu kaikuu sielustamme”

Ingressi: *Virkaanastujaispuhe sisälsi paljon kuulijoiden mielihaluverkostoa aktivoivia elementtejä. Donald Trump käytti erityisesti TAVOITE-aktivaattoria, joka loi kuulijoille yhteisiä unelmia ja romantisoi Amerikan tulevaisuutta. Innomanin analyysin mukaan Trumpin puheessa oli 150 TAVOITE-aktivaattoria.*

Innoman on kehittänyt aivotutkimukseen perustuvan N7 analyysityökalun, jolla puheita, viestejä ja mainoksia voi arvioida. Aktivaattoreita ovat "minä", "me", "tunne", "tieto", "tavoite", "aistit" ja "erottautuminen". Aktivaattorit vaikuttavat sekä tietoisella että alitajuisella tasolla. Niiden avulla voi tehostaa puheen vaikuttavuutta. Innomanin työryhmä analysoi Trumpin puheen heti tuoreeltaan N7-työkalulla.

Puhe rakentui vahvasti TAVOITE-aktivaattorin varaan, erityisesti puheen lopetus. Puheessa oli 150 suurta tavoitetta. Trump lupasi Amerikan kulta-ajan alkavan. ”America first”, julisti Trump puheessaan. Hän sanoi lopettavansa välittömästi kaiken hallituksen sensuurin ja palauttavansa sananvapauden. Muita esimerkkejä TAVOITE-aktivaattorin käytöstä Trumpin puheessa olivat muun muassa tavoite lähettää amerikkalaiset astronautit Marsiin, muuttaa Meksikonlahden nimeksi Amerikanlahti ja ottaa Panaman kanava takaisin.

– TAVOITE-aktivaattorin huomioiminen viestinnässä on tärkeää, koska näin saadaan ihmiset sitoutumaan puhujan tavoitteisiin, Innomanin neuroliiketoiminnan asiantuntija Jyrki Suomala painottaa.

– TAVOITE-aktivaattori on kokonaisvaltaisesti yhteydessä aivojen mielihaluverkostoon, jolloin se vaikuttaa laajasti kaikkien aktivaattoreiden toimintoihin, Innomanin innovaatiohottori Pekka Berg sanoo.

ME-aktivaattoria esiintyi huimat 90 kertaa

Trumpin puhe sisälsi paljon ME-aktivaattoria, joka vetoaa yhteenkuuluvuuteen ja vahvistaa menneitä. Puhe ylisti amerikkalaisuutta ja korosti kansallistunnetta. ”Seuraavan suuren seikkailun kutsu kaikuu sielustamme”, Trump visioi.

Puhe sisälsi myös 57 kertaa TUNNE-aktivaattoria, joka herättää kuulijoiden aivoissa myönteisiä tunteita. Trump käytti puheessa vahvoja tunteisiin vetoavia kielikuvia: ”Auringonvalo valuu koko maailmaan, ja Amerikalla on mahdollisuus tarttua tähän tilaisuuteen.” Lisäksi hän viljeli puheessaan vahvoja adjektiiveja: ” Amerikka saa takaisin sille kuuluvan paikkansa maailman suurimpana, voimakkaimpana ja arvostetuimpana kansakuntana, joka herättää koko maailman ihailua.”

– ME- ja TUNNE-aktivaattorit ovat keskeinen osa vaikuttavaa ja koskettavaa viestintää ja näyttää siltä, että Donald Trump osasi käyttää näitä taitavasti, sanoo Suomala.

TIETO-aktivaattorilla oli TUNNE-aktivaattoria suurempi merkitys

Innomanin analyysin mukaan puheessa esiintyi TIETO-aktivaattoria 67 kertaa. Trump kertoi, että Amerikka aloittaa prosessin, jossa miljoonat ja taas miljoonat rikolliset ulkomaalaiset palautetaan takaisin sinne, mistä he ovat tulleet. Lisäksi hän kritisoi Bidenin hallinnon lepsua linjaa katastrofien hoidossa. ”Amerikan rappio on ohi”, Trump julisti puheessaan.

Berg yllättyi puheen painotuksista, sillä TIETO-aktivaattoria oli enemmän kuin TUNNE-aktivaattoria.

– Puhe oli tässä suhteessa täysin erilainen kuin Trumpin vuoden 2017 virkaanastujaispuhe, joka oli erittäin tunteellinen ja mahtipontinen. Luomamme N7-työkalun vahvuutena on, että sen avulla voidaan analysoida puheen moniulotteisia elementtejä ja rakennetta, Berg toteaa.

TRUMP hyödynsi myös MINÄ- ja AISTI-aktivaattoreita

MINÄ-aktivaattoria esiintyi 49 kertaa Trumpin puheessa. Minuutta vahvistavat myönteisesti henkilökohtaiset asiat, kuten ammatti ja etninen tausta. Trump lupasi, että jokainen amerikkalainen voi ostaa haluamansa auton. Hän painotti, että Amerikassa rakennetaan autoja sellaisella vauhdilla, josta kukaan ei olisi voinut uneksia vielä muutama vuosi sitten: ”Ei ole toista meidän kansakuntamme kaltaista. Amerikkalaiset ovat tutkimusmatkailijoita, rakentajia, innovaattoreita, yrittäjiä ja pioneereja”, Trump sanoi.

AISTI-aktivaattoreita mittattiin suosionosoitusten määrällä. Niitä esiintyi puheen aikana 48 kertaa. Toista kertaa Yhdysvaltojen historiassa, Ronald Reaganin toisen virkakauden jälkeen, virkaanastujaispuhe pidettiin sisätiloissa. Puhe oli koko ajan vahvasti sidottu lukulaitteeseen, eikä Trump poikennut käsikirjoituksesta. Ensimmäiset pitkät suosionosoitukset Trump sai puhuessaan kohtaamastaan murhayrityksestä Pennsylvanian kampanjatilaisuudessa. Virkaanastujaispäivä oli Martin Luther Kingin muistopäivä. Kun Trump muistutti tästä ja mainitsi Jumalan, väistyvän presidentin John Bidenin ilme oli ärtynyt. Yllättävän totisena ollut yleisö vapautui puheen loppukolmanneksella voimakkaisiin ja tunnepitoisiin suosionosoituksiin Trumpin maalatessa visioita Amerikan rajoittamattomista mahdollisuuksista olla jälleen suurenmoinen.

– Minuuteen liittyvät elementit puheessa uppoavat aivojen mielihaluverkostoon tehokkaasti ja tutkimusten mukaan niiden käyttäminen saa ihmiset toimimaan, Suomala toteaa.

– AISTI-aktivaattorit tuovat esiin sanattoman viestinnän merkityksen, Berg painottaa.

Trump erottautui aikaisemmasta itsestään

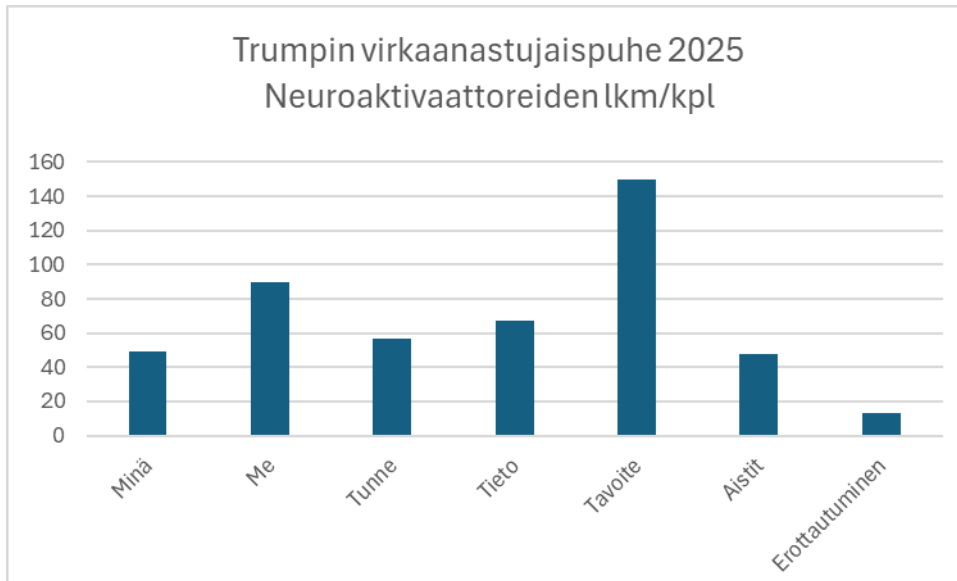
Puhe sisälsi vain 13 EROTTAUTUMIS-aktivaattoria. EROTTAUTUMIS-aktivaattori analysoi erottautumistekijöitä, joita ovat muun muassa vertailu kilpailijoihin ja aikaisempaan tai tulevaan tilanteeseen. Trump puhui, että aiempi hallinto ei suojellut upeita lainkuuliaisia Amerikan kansalaisia, vaan tarjosi turvapaikan ja suojelun vaarallisille rikollisille: ”Meillä oli hallitus, joka on antanut rajattomasti rahoitusta toisten maiden rajojen puolustamiseen, mutta kieltäytyi puolustamasta Yhdysvaltojen rajoja tai, mikä tärkeämpää omaa kansaansa”, Trump sanoi.

Suomalan ja Bergin mukaan Trumpin puheen suurin erottautumistekijä oli hän itse.

– Jos Trumpin esiintymistä vertaa hänen edelliseen virkaanastujaispuheeseensa, Trump oli kuin toinen ihminen, sanoo Berg.

– Innomanin N7-analyysityökalun avulla voi selvittää tehokkaasti viestien vaikuttavuutta. Ihmisen kokonaisvaltaisen toiminnan ymmärtäminen on vaikeaa ilman monipuolista analyysityökalua, Suomala jatkaa.

Kuva 1. esittää yhteenvedon Trumpin virkaanastujaispuheen käyttämien aktivaattoreiden määrästä.



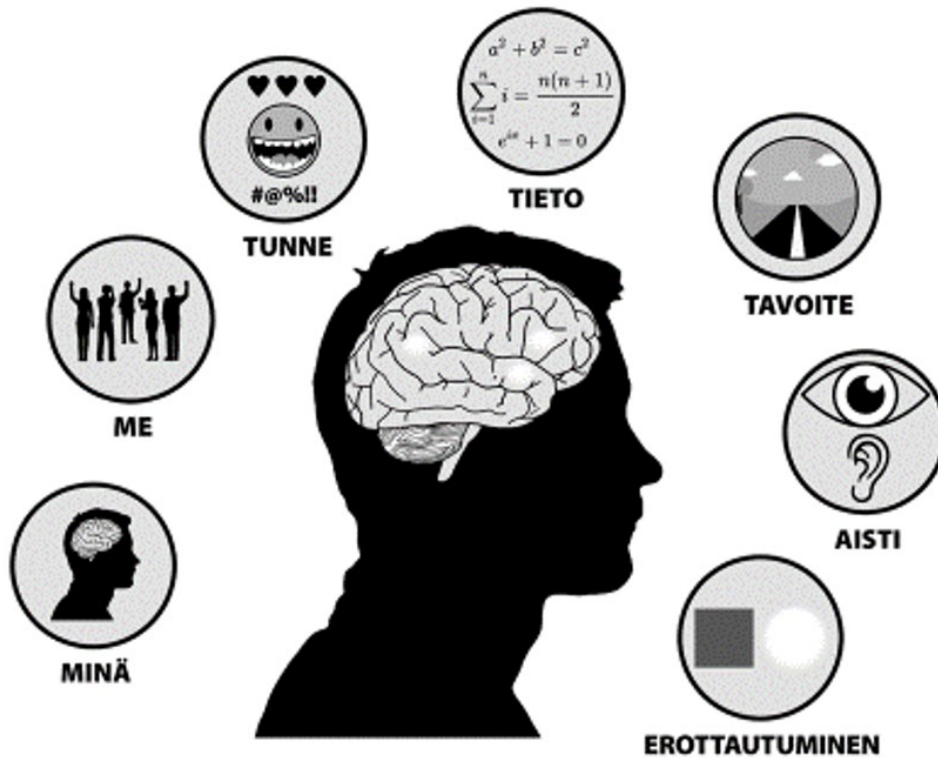
Kuva 1. Aivojen mielihaluverkoston aktivaattoreiden esiintymistiheys Trumpin virkaanastujaispuheessa 20.1.2025. ©Innoman.

Taitavana puhujana Trump hyödynsi seitsemää mielihaluverkoston aktivaattoria monipuolisesti.

N7-analyysin tieteellinen perusta

Analyysi pohjautuu neurotalous-tieteen löydöksiin, joiden mukaan aivojen mielihaluverkostolla on keskeinen merkitys ihmisen toiminnassa ja päätöksenteossa (Falk et al., 2013; Glimcher, 2014; Knutson & Genevsky, 2018). Aivojen mielihaluverkosto vastaa ihmisen palkitsevista kokemuksista ja ohjaa hänen toimintaansa kohti henkilökohtaisesti mielekkäitä päämääriä. Se muodostuu aivojen etuotsalohkon keskialuista ja aivojen sisäosan aivojuoviosta (Levy & Glimcher, 2012; Suomala, 2023). Mielihaluverkosto on kuin auton kaasutin säädellen ihmisen toiminnan intensiteettiä.

Mielihaluverkoston toimintaan liittyvän evidenssin pohjalta Innoman Oy on muodostanut N7-analyysityökalun, jonka avulla viestien, mainosten, tuotteiden ja palveluiden aiheuttamaa aktiivisuutta kuluttajien toiminnassa voidaan arvioida (Suomala, 2020, 2023; Suomala & Berg, 2021, 2024). Kuva 2 esittää aivojen mielihaluverkoston ja sen seitsemän aktivaattoria.



Kuva 2. Aivojen mielihaluverkosto ja sen seitsemän aktivaattoria. ©Innoman.

Aivojen seitsemän aktivaattoria (Kuva 2.)

Innoman on kehittänyt N7 analyysityökalun, jolla puheita, viestejä ja mainoksia voi arvioida. Aktivaattoreita ovat "minä", "me", "tunne", "tieto", "tavoite", "aistit" ja "erottautuminen". Aktivaattorit vaikuttavat sekä tietoisella että alitajuisella tasolla, ja niiden avulla voi tehostaa puheen vaikuttavuutta. Ihminen omaksuu ja toimii todennäköisesti puhujan esittämien viestien mukaan, jos puhe nostaa kuulijan aivojen mielihaluverkoston aktiivisuutta. Kuvassa näkyvien seitsemän aktivaattorin avulla voidaan nostaa kuulijoiden mielihaluverkoston aktiivisuutta. Seuraavassa kuvataan kukin aivoaktivaattori erikseen.

MINÄ-aktivaattori: Minuutta myönteisesti vahvistavat tekijät esimerkiksi nimi, syntymäpäivä, asuinpaikka, opiskelupaikka, harrastukset ja etninen tausta. Viittaa kuulijan minuuteen, jolloin sanat sinä, amerikkalainen, työtön ja opiskelija vetoavat kuulijan minuuteen.

ME-aktivaattori: Yhteyttä toisiin ihmisiin vahvistavat tekijät, kuten työyhteisö, oman alan asiantuntijat, perhe, urheiluseura, fanittaminen ja yhteiskuntaryhmä. Puheen sisältämät elementit, jotka vetoavat kuulijoiden yhteenkuuluvuuteen. Tällaisia sanoja ovat esimerkiksi amerikkalaisuus, kansa ja työläiset.

TUNNE-aktivaattori: Myönteisiä ja aktiivisia tunteita herättävät tekijät. Tunteita herättävät asiat, kuten yllättävä palkitseminen tai odotukset ylittävä lahja. Kaiken kaikkiaan tunteita nostattavat asiat puheessa, jotka ovat usein adjektiiveja. Puheen elementit, jotka nostavat kuulijoiden tunteita.

TIETO-aktivaattori: Aivoystävällistä informaatiota, joka aktivoi mielihaluverkostoa. Numerot, asiat, tapahtumat ja historian henkilöt ovat esimerkkejä tästä aktivaattorista. Puheen sisältämät elementit, jotka ovat olemassa ja jotka vetoavat kuulijoihin niiden tunnettavuuden vuoksi.

TAVOITE-aktivaattori: Ihmisen henkilökohtaisiin tavoitteisiin liittyvät myönteiset asia, joita ovat esimerkiksi opiskelupaikan tavoittelemisen, kestäväan kuluttamiseen siirtyminen ja pyrkiminen terveelliseen elämäntapaan. Myös yhteisöllä kuten kansakunnalla voi olla tavoitteita. Puheen sisältämät kuulijoiden tavoitteita aktivoivat elementit.

AISTI-aktivaattorit: Aistimusten aiheuttama mielihaluverkoston aktivoituminen, joita ovat esimerkiksi pyöreät muodot, värit ja miellyttävät äänet tai äänettömyys. Myös äänensävy, aplodit, katsojan näkemä maisema, ihmisten ilmeet ja eleet kuuluvat tähän aktivaattoriin.

EROTTAUTUMIS-aktivaattori: Mielihaluverkostoa aktivoivat erottautumiset. Puhuja voi verrata itseään muihin henkilöihin, kilpailijoihin. Hän voi myös käyttää tätä aktivaattoria vertaamalla kuulijoiden tilannetta menneeseen ja tulevaisuuteen. Vertailu voi tapahtua myös ennen ja nyt tai nyt ja tulevaisuudessa.

LISÄTIETOJA tutkimuksesta:

Neuroliiketoiminnan asiantuntija dosentti **Jyrki Suomala** (jyrki.suomala@innoman.fi) p. 046 8567484

Hallituksen puheenjohtaja, TkT **Pekka Berg** (pekka.berg@innoman.fi) p. 040 5455560

www.innoman.fi



We build the success for tomorrow.

LÄHTEET

- Falk, E. B., Morelli, S. A., Welborn, B. L., Dambacher, K., & Lieberman, M. D. (2013). Creating Buzz: The Neural Correlates of Effective Message Propagation. *Psychological Science*, 24(7), Article 7. <https://doi.org/10.1177/0956797612474670>
- Glimcher, P. W. (2014). Value-Based Decision Making. In *Neuroeconomics* (pp. 373–391). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-416008-8.00020-6>
- Knutson, B., & Genevsky, A. (2018). Neuroforecasting Aggregate Choice. *Current Directions in Psychological Science*, 27(2), Article 2. <https://doi.org/10.1177/0963721417737877>
- Levy, D. J., & Glimcher, P. W. (2012). The root of all value: A neural common currency for choice. *Current Opinion in Neurobiology*, 22(6), Article 6. <https://doi.org/10.1016/j.conb.2012.06.001>
- Suomala, J. (2020). The Consumer Contextual Decision-Making Model. *Frontiers in Psychology*, 11, 570430. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.570430>
- Suomala, J. (2023). *Ostavat Aivot (in English The Buyung Brain)*. BasamBooks.
- Suomala, J., & Berg, P. (2021). Brain's valuation networks and consumers' neuroscience methods in the fuzzy front-end innovation process. In *The Routledge Companion to Modern Marketing Research*. Taylor & Francis.
- Suomala, J., & Berg, P. (2024). Brain's desire network as the knowledge sources for the innovation process concept development stage. In *Biometrics and Neuroscience Research in Business and Management: Advances and Applications*. De Gruyter.