

## Lektio

Joonas Koivukoski

# Poliittinen huumori hybridissä mediaympäristössä

Väitöskirjani aiheen huomioon ottaen lienee sopivaa, että aloitan metatason sutkautuksella, joka on alan piireissä kulunut, mutta suuremmalle yleisölle luultavasti tuntematon. Noin 80 vuotta sitten yhdysvaltalainen toimittajapariskunta Elwyn ja Katharine White esittivät, että huumorille, kuten sammakolle, voidaan suorittaa ruumiinavaus (White ja White, 1941). White’ien mukaan sammakko kuitenkin kuolee prosessin aikana ja avauksen sisälmykset lannistavat muita paitsi puhtaita tieteellisiä mieliä.

Eli toisin sanoen huumorin analysointi ei kiinnosta juuri ketään ja huumorin hauskuus katoaa sen analysoinnin aikana. Ei kuulosta kovin hääviltä hommalta. Kieltämättä joinakin marraskuun iltoina – Timo Soinin blogitekstejä kolmatta kertaa koodatessani – olen ajatellut Whiten pariskunnan olleen oikeilla jäljillä.

Rohkenen silti myös olla eri mieltä. Ensinnäkin onhan täällä väkeä, josta toivottavasti ainakin osa on paikalla kohteliaisuuden lisäksi myös aiheen mielenkiintoisuuden vuoksi. Puhtaalla tieteellisellä mielellä niin sanotusti. Toiseksi – kuten musiikin, elokuvan tai urheiluosuorituksen kohdalla – huumorin analysointi ei välttämättä poista siitä saatavaa nautintoa. Sen sijaan puiminen voi jopa syventää sitä. Lisäksi parhaimmillaan analysointi lisää ymmärrystä inhimillisestä todellisuudesta, mikä lienee yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen perimmäinen tarkoitus.

Oli miten oli, on aika aloittaa ruumiinavaus.

—

”Hei, boom-boom boomeri, jäitä hattuun, ota coolimmin.” Pääministeri Sanna Marin julkaisi vuosi sitten lokakuussa Instagramissa story-päivityksen, jossa hän ja hänen kansanedustaja-puoluetoverinsa Ilmari Nurminen (sdp) poseeraavat kameralle iloisissa tunnelmissa. Julkaisun yhteyteen oli kirjoitettu värssy suomalaisartisti Benjaminin Boomeri-kappaleen kertosaakeesta: *Hei, boom-boom boomeri, jäitä hattuun, ota coolimmin.*

Marinin Instagram-julkaisusta nousi mediassa kohu. Oppositiopoliitikot kuten Liike Nytin Hjallis Harkimo ja perussuomalaisen Ville Tavio tulkitsivat päivityksen sodanjälkeisten sukupolvien pilkaksi, kun taas Marinin kannattajat näkivät julkaisusta seuranneen vyyhdin turhana ajojahtina. Marinin omien sanojen mukaan julkaisu oli *humoristinen kuitti* viikolla velloneeseen keskusteluun hänen vapaa-ajanviettotavoistaan, joihin

liittyi muun muassa jatkot pääministerin virka-asunnolla Kesärannassa. Marin kiisti piikitelleensä vanhempia sukupolvia, joiden työtä Suomen eteen hän sanoi arvostavansa suuresti (esim. Iltalehti 24.10.2021).

Tapaus ei ole ensimmäinen, eikä viimeinen, jossa pääministeri-Marin, huumori ja hybridi mediatila risteävät. Keskitytään nyt silti hetkeksi siihen. Boomer-päivitys on oiva esimerkki siitä, miten poliittinen huumori usein toimii nykyisessä mediaympäristössä: tunnettu henkilö heittää somessa herjaa, jota kannattajat fanittavat samalla kun poliittiset vastustajat pöyristyvät (esim. Davis, Love ja Killen 2018; Ross ja Rivers 2017), ja uutismediat kirjoittavat tapauksesta uutisia ja näkökulmia. Keskeistä on ivallisen huumorin keinoin rakennettu monitulkintainen vastakkainasettelu meidän ja heidän välille (esim. Nagle 2017; Phillips ja Milner 2017), eli tässä tapauksessa Marinin kannattajien ja vastustajien välille. Marinin kannattajat naureskelevat turhasta nariseville vanhoillisille ”boomereille”, kun taas vastustajat närkästyvät ”bile-Sannan” ylimielisyydestä. Molemmat leirit saavat medianäkyvyyttä, ja kansalaiset seuraavat näytelmää päätelaitteidensa äärellä. Kulttuurisodat leimuavat, ja blokit vahvistuvat sisäisesti, mutta samalla etäännyvät toisistaan, kun vastaryhmää pannaan halvalla. Miten tähän on tultu?

Tutkin väitöskirjassani poliittista huumoria nykyisessä mediaympäristössä. Poliittisella huumorilla tarkoitan siihen vihkiytyneitä genrejä, kuten television ajankohtaissatiireja, pilakuvia ja poliittisia meemejä. Lisäksi poliittista huumoria voi olla lähes missä tahansa, kuten poliittisissa puheissa, vaalimainoksissa, -väittelyissä, sosiaalisen median debatteissa, taiteessa ja aktivistien tempauksissa.

Nykyistä mediaympäristöä on kuvattu tutkimuksessa konvergentiksi tai hybridiksi (esim. Chadwick 2017; Jenkins, Ford ja Green 2013). Sillä tarkoitetaan internetin ja sosiaalisen median ja vanhemman median kuten sanomalehtien, radion ja television teknologista ja sisällöllistä sekoittumista ja yhteen kietoutumista. Käytännössä hybridisyys on sitä, että ihmiset kommentoivat reaaliajassa uutisia somessa, kun taas uutismediat seuraavat, mitä somessa tapahtuu. Kaikki poliitikoista aktivisteihin ja tavan tallaajiin ovat potentiaalisia julkisen sisällöntuottajia – myös poliittisen huumorin.

Poliittisen huumorin näkökulmasta mediaympäristön hybridisyys näkyy esimerkiksi siten, että somekäyttäjät kommentoivat humoristisesti valtavirtamedian esiin nostamia tapahtumia ja ilmiöitä, sekä toisaalta siten, että uutismediat tekevät juttuja ja analyysyjä somessa leviävistä meemi-ilmiöistä ja julkimoiden nasevista päivityksistä. Lisäksi media-kentän hybridisyys tarkoittaa viihde- ja asiagenrejen sekoittumista (esim. Baym 2010; Otto, Glogger ja Boukes 2017): siis sitä, että huumoriohjelmassa käsitellään politiikkaa ja poliitikkoja, ja asiagenreissä on enemmän viihteellisiä elementtejä, kuten huumoria. Mutta miksi tällä on mitään väliä? Nehän ovat pelkkiä vitsejä.

Poliittisen huumorin analysointi on tärkeää, sillä pelkän viihdyttämisen lisäksi poliittiset toimijat käyttävät huumoria huomion saamiseksi, vastustajien kritisointiin, kannattajien aktivoimiseen ja oman sanoman terävöittämiseen – joskus myös sen laskelmoituun hämärtämiseen. Huumoria on käytetty näin poliittisessa puheessa retorisenä tehokeinona aina. Ciceron ja Quintilianuksen opit ironian, liioittelun, metaforien ja sanaleikkien käytöstä pätevät pitkälti edelleen (esim. Waisanen 2015). Taiteessa taas valtaapitäviä on satirisoitu tietävästi niin pitkään kuin yhteiskuntia on ollut olemassa (esim. Griffin 1994). Yksi vanhimmista löydetyistä karikatyyreistä esittää Tutankhamonin epä-

suosittua appi-isää (Danjoux 2007). Poliittinen huumori mukautuu aina aikakauden mediateknologioihin ja yhteiskuntapoliittiseen kontekstiin. Väitöskirjassani tutkin, miten tämä mukautuminen on tapahtunut erityisesti Suomessa ja Yhdysvalloissa 2000-luvulla.

Pääväitteeni on, että viimeisen parin vuosikymmenen aikana huumori on nivoutunut osaksi informaatioympäristöämme ja poliittisia valtakamppailuja osin uusilla tavoilla. Tämä näkyy sekä kansalaisten jokapäiväisessä sosiaalisen median virrassa memeinä ja nokkeluuksina mutta myös ammattimaisessa poliittisessä viestinnässä suunniteltuina kampanjoina ja tempauksina, jotka hyödyntävät huumoria. Lisäksi osa television ajankohtaissatiiriohjelmista Yhdysvalloissa ja Euroopassa on alkanut 2000-luvulla ottaa räväkämmin ja perustellummin kantaa politiikan ja median tilaan. Myös yhä useampi poliittisista johtajista ja mielipidevaikuttajista – mukaan lukien äärioikeistolaiset toimijat – ovat rakentaneet maineensa osin sarkasmin ja sutkautusten varaan (Gonawela ym. 2018; Nikunen 2018).

Poliittinen huumori onkin ollut eri tavoin läsnä useimmissa viime vuosikymmenen merkittävässä yhteiskunnallisissa ilmiöissä. Uudet ruohonjuuritason poliittiset liikkeet, kuten Occupy Wall Street, Arabikevään kansannousut, ns. Alt-right-liike ja Hong Kongin protestit ovat organisoituneet pääosin sosiaalisen median alustoilla, ja ne ovat valjastaneet meemit ja huumorin osaksi viestintäänsä ja kansalaisten aktivoitua (esim. Shifman 2014; Mina 2019). Myös valtiolliset toimijat ovat kiinnostuneet mielipidevaikuttamisesta huumorin keinoin. Yhdysvallat on rahoittanut erilaisia demokratiakehitystä tukevia satiiri projekteja kehittyvässä maissa (esim. Chen 2018), ja Venäjän masinoimat trollitehtaat tunnetusti pyrkivät vaikuttamaan vuoden 2016 Yhdysvaltain presidentinvaaleihin (Zannettou ym. 2020). Luultavasti tälläkin hetkellä Ukrainan armeijan viestintävastaavat ja eri maiden aktiiviset kansalaiset kehrittelevät Venäjän asevoimia ja presidentti Vladimir Putinia pilkkaavia julkaisuja.

Sotaa sydämistä ja mielistä käydään myös traktorimeemien kautta.

Poliittisen huumorin tutkimus on lisääntynyt merkittävästi 2000-luvulla erityisesti Yhdysvalloissa mutta myös maailmalla (ks. Becker 2021; Becker ja Waisanen 2013; Young, 2020). Kasvun taustalla on television uudenlaisten *journalistien* uutissatiirien kehittyminen ja suosio 2000-luvulla (Baym 2010; Gray, Jones ja Thompson 2009), sekä poliittisten meemien valtavirtaistuminen 2010-luvulla (Mina 2019; Phillips ja Milner 2017; Shifman 2014). Hieman yleistäen tutkimuskirjallisuudessa on havaittavissa aaltoliike, jossa 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä tutkijat korostivat tv-satiirin mahdollisuuksia poliittisen tiedon ja aktiivisuuden lisääjinä, kun taas 2010-luvulla herättiin siihen, ettei satiiri ole mitenkään väistämättä edistyksestä. Jon Stewartin *Daily Show*'n alulle panneen liberaalin satiirin vastavoimaksi nousivat Alt-Right-liikkeen Donald Trumpia tukeva meemittely.

Väitöskirjani osatutkimukset mukailevat edellä mainittua kaksijakoisuutta: tutkimme kollegoideni Salla-Maaria Laaksosen, Merja Porttikiven, Janne Zareffin ja Sara Ödmarkin kanssa sekä ammattimaisesti tuotettua journalistista satiiria että humoristista vaikuttamista digitaalisen median alustoilla, mikä sisältää myös konservatiivista ja äärioikeistolaisista vaikuttamista. Tarkemmin osatutkimukset käsittelevät pohjoismaisen uutissatiirin tuotantoa, yhdysvaltalaisista ja suomalaista gonzo-journalismia, populistisen ja humoristisen viestinnän sekoittumista Timo Soinin blogiteksteissä ja Soldiers of Odin äärioikeistolaisryhmää parodioivan Loldiers of Odinin performansseja ja vastaanottoa. Yh-

teenvetoartikkelini, eli kappa, taas taustoittaa hybridin mediaympäristön käsitettä tarkemmin suhteessa poliittiseen huumoriin ja tarjoaa analyttisen viitekehyksen, jolla voi tutkia huumorin poliittisuuden eri aspekteja erilaisissa tilanteissa.

Journalistisella uutissatiirilla tarkoitan uudenlaista televisiogenreä, joka kehkeytyi Yhdysvalloissa 2000-luvun alkupuolella, kun Jon Stewart työryhmineen muokkasivat perinteisestä viihteellisestä keskusteluohjelmasta *The Daily Show*'sta poliittisemmän ja satiirisemmän. Journalistista tässä genressä on satiirille ennennäkemätön faktuaalisen taustoituksen määrä (esim. Fox, Koloen ja Sahin 2007). Lisäksi tutkijoiden mukaan ohjelma tarjosi usein osuvampaa politiikka- ja mediakritiikkiä kuin valtavirtamedia (Baym 2005). Stewart ja hänen kollegansa Stephen Colbert olivat esimerkiksi niitä harvoja television puhuvia päitä, jotka kritisoivat avoimesti ja systemaattisesti Yhdysvaltain ja liittoutuneiden johtamaa sotaa Irakissa (Jones 2007).

Jon Stewartin *Daily Show* uudisti tv-satiirin ilmaisutapoja perustavalla tavalla Yhdysvalloissa ja maailmalla. Stewart juonsi ohjelmaa seitsemäntoista vuotta, ja kun hän lopetti vuonna 2015, ohjelma oli voittanut 24 Emmyä ja kolme arvostettua Peabody-palkintoa. *Daily Show* on poikunut useita merkittäviä satiireja Yhdysvalloissa, kuten *Colbert Reportin*, mutta myös *Last Week Tonight with John Oliverin* ja *Full Frontal with Samantha Been*. Genrestä on tehty myös versioita ympäri maailmaa, mukaan lukien Suomessa.

Journalistinen tv-satiiri on luultavasti eniten tutkittu aihe poliittisen huumorin tutkimuksessa (Becker 2020). Aikaisempaa tutkimusta journalistisen satiirin tuotannosta ja tekijöiden omista näkemyksistä on kuitenkin niukasti. Niinpä väitöskirjani ensimmäisessä osatutkimuksessa pyrimme selvittämään, millaisia tavoitteita ja työkäytäntöjä pohjoismaisilla journalistisen satiirin tekijöillä on ja miten tekijät vertaavat omaa ohjelmaansa uutisjournalismiin tai aikaisempaan tv-satiiriin. 16 tekijähaastattelun perusteella journalistisen satiirin pyrkimys on tuottaa hauskoja, hyvin taustoitettuja, faktoihin pohjautuvia huomioita viikon ajankohtaisista aiheista. Joskus pääjutut pyrkivät avaamaan ilmiötä, jota on tekijöiden mukaan käsitelty liian vähän julkisuudessa. Kriittiset huomiot kohdistuvat muun muassa valtaapitävien kielenkäyttöön ja sanojen ja tekojen välisiin ristiriitoihin.

Mikä mahdollinen laajempi merkitys tällä osatutkimuksella on? Suomessa vaikuttaa olevan konsensus siitä, että ajankohtaissatiiria tarvitaan valtakunnan televisioon. Tutkimuksemme tarjoaa käsityksen siitä, kuinka sitä tuotetaan. Demokratian kannalta on hyvä, että politiikasta puhutaan eri tyylilajein, sillä se tavoittaa potentiaalisesti erilaisia kansalaisia. Ehkäpä tämän takia Yleä koskevaan lakiin on kirjattu vaatimus tuottaa *virikkeellistä viihdettä*. Kepeä satiiri lisää politiikasta kertovien tarinatyyppien monipuolisuutta. Laadukas ajankohtaissatiiri voi saada nuoret kiinnostumaan politiikasta tai tarjota vaihtoehtoisen, helpomman tavan ymmärtää ja puhua politiikasta kuin uutisformatit tai poliitikkojen puheet.

Toinen osatutkimuksistamme jatkaa satiirin ja journalismin yhdistelmien puimista, tällä kertaa gonzo-journalismissa. Gonzo-journalismilla voidaan tarkoittaa sekä genren pääarkkitehdin yhdysvaltalaisoimittaja Hunter S. Thompsonin teoksia että laajemmin kaikkea outoa ja vinksahtanutta journalismia. Osatutkimuksessa pyrimme kuvaamaan, millaista gonzo-huumori on ja missä mielessä se on tai ei ole journalistista. Aineistona on Thompsonin kuuluisimmat teokset 1970-luvun alusta sekä kolme suomalaista gonzo-teosta 2000-luvulta: *Ylioppilaslehden* satavuotisjuhlanumeron pääjuttu, *Sylvi*-verkkolehden Kymmenen tuopin haastattelu ja tv-sarja *Madventures*.

Analyysimme mukaan gonzo-huumori pohjautuu koomiseen ristiriitaan tai inkongruenssiin, joka syntyy perinteisen journalismin kaavojen tahallisesta rikkomisesta ironian, subjektiivisen kaunokirjallisen kerronnan ja hyperbolan keinoin. Osatutkimuksemme avaa erilaisia tapoja, joilla satiirinen ja journalistinen kerronta voivat yhdistyä. Gonzo-journalismi voi parhaimmillaan nostaa julkisuuteen vähemmän käsiteltyjä teemoja ja elämäntyylejä viihdyttävällä tavalla. Esimerkiksi suomalainen *Madventures* uudisti aikanaan matkailujournalismin kenttää ja innosti useita reppureissaamaan vähemmän tunnettuihin kohteisiin. Toisaalta jotkut gonzo-journalistiset teokset hämärtävät tarkoituksella journalismin ja fiktiivisen taiteellisen ilmaisun rajaa, mikä heikentää yleisöjen kykyä erottaa fiktiiviset kuvaukset faktoista.

Väitöskirjani kolmas osatutkimus tarkastelee populistisen viestinnän ja huumorin yhtymäkohtia Timo Soinin blogikirjoitusten kautta. Tämän osatutkimuksen tein itse, ja se on tällä hetkellä vertaisarvioinnissa. Tutkimusta varten analysoin 377 kirjoitusta vuosien 2007 ja 2019 välillä. Tutkimuksen perusteella Soini on käyttänyt huumoria systemaattisesti retorisenä tehokeinona korostaakseen populistista viestintäänsä, erityisesti erilaisten eliittien kritiikkiä. Oppositioaikana Soinin pilkka kohdistui erityisesti SDP:hen, keskustaan ja kokoomukseen — Tupu, Hupu ja Lupu -puolueisiin — sekä EU:n korrupoituneisiin, simpukoita mättäviin teknokraatteihin. Myöhemmin, erityisesti hallitusvastuussa, iva kohdistui punavihreään blokkiin, jota Soini nimitti muun muassa fillarikommunisteiksi. Lisäksi kaiken aikaa pullasorsamedia tai Pravda eli Helsingin Sanomat asian tuntijoinen myötäili näitä eliittejä.

Soinia koskeva osatutkimus nostaa esiin, kuinka johtavat oikeistopopulistipoliitikot voivat käyttää huumoria systemaattisesti populistisen viestintänsä tehostamiseen. Osatutkimuksessa esitän hypoteesin, että populistisen huumorin lumo koostuu luovan kielenkäytön, vahingonilon ja oman identiteettiryhmän varmistamisen yhdistelmästä. Lisäksi fillarikommunisti-tyyppinen kehystys muistetaan potentiaalisesti paremmin kuin kirjaimellinen kritiikki — ja se myös saa todennäköisemmin huomiota somessa ja lehdistössä.

Väitöskirjan neljäs osatutkimus tarkastelee äärioikeistolaisryhmä Soliders of Odinia parodioivan Loldiers of Odinin retoriikkaa ja vastaanottoa Facebookissa. Soldiers of Odin on pakolaiskriisin vanavedessä perustettu maahanmuuttoa vastustava äärioikeistolaisryhmä, joka aloitti suuren mediahuomion saattelemana katupartiot suomalaisissa kaupungeissa loppuvuodesta 2015. Pellepukuihin sonnustautunut Loldiers of Odin -ryhmä taas liittyi yllättäen Soliders of Odinin katupartiointiin vuoden 2016 alussa Tampereella.

Analyysimme perusteella Loldiers pystyi vahvistamaan performanssinsa vaikuttavuutta jatkamalla sitä sosiaalisessa mediassa. Loldiers-ryhmä jakoi toiminnastaan Facebook-sivuilla kuva- ja videomateriaalia, jossa se ironian keinoin pilkkasi Odinin sotureita ja äärioikeistolaista kieltä sekä aktivoi kansalaisia osallistumaan solidaarisuuden karnevaaliinsa. Yli tuhannen analysoidun kommentin perusteella Loldiersin julkaisut keräsivät sekä ihastelevia kannatusviestejä että toiminnan tuominneita kommentteja. Suuri osa kommentteista keskittyi puimaan performanssin tarkoitusta sen sijaan, että olisi puhuttu itse asiasta eli pakolaisista tai maahanmuuttajista. Samalla some-keskustelu vahvisti jo olemassa olevia vastakkainasetteluja arvoliberaalien ja arvokonservatiivien välillä. Esitämme, että tämä on luultavasti yleisemminkin monitulkintaisten poliittisten huumoritempausten seuraus.

Lopuksi haluan vielä vetää yhteen, miksi tällä kaikella on lopulta väliä. Vaikkei poliittinen huumori kiinnostaisi sinänsä, miksi meidän pitäisi kiinnittää huomiota Sanna Marinin Boomer-päivityksiin, *Noin viikon uutisten* nokkeluuksiin tai netin syvän päädyn hämäriin meemeihin?

Väitöskirjassani väitän, että huumorista on tullut elimellinen osa moderneja poliittisia informaatio- ja viestintäsyklejä. Hauskojen satiiriohjelmien tai some-päivitysten kautta ihmiset saavat tietoa ja mielipiteitä politiikasta. Huumorin avulla viestijät houkuttelevat muita tulkitsemaan asioita ja ihmisiä tietyillä tavoilla. Huumoria käytetään sekä oikeuttamaan ja selkeyttämään omia kantoja että erityisesti kritisoimaan valtaapitäviä ja vastustajia. Huumori siis osallistuu julkisuudessa puitavien aiheiden kehystämiseen ja ihmisten ja instituutioiden legitimitettiin määrittämiseen. Joskus huumorin avulla voidaan myös asettaa julkinen agenda, eli se mistä keskustellaan.

Huumori myös osallistuu poliittisten ryhmittymien identiteettien rakentamiseen erityisesti vastustajan pilkan kautta. Vastustajien parjaaminen vahvistaa oman ryhmän sisäistä solidaarisuutta, mutta myös rakentaa raja-aitaa meidän ja muiden välille. Joskus tietynlainen huumorimaku ja -tyyli yhdistää poliittista ryhmittymää, kuten on yhdysvaltalaisilla ja suomalaisilla kuvalaudoilla, joissa ironia ja absurdit meemit ovat yhteinen kieli.

Poliittisen huumorin vaikutusten arvioinnissa on syytä olla sekä maltillinen että realistinen. Kuten mediavaikutusten kohdalla yleensä, huumorin vaikutuksia on hankala todentaa kokeellisissa tutkimusasetelmissä. Poliittisen huumorin mahdolliset vaikutukset rakentuvat luultavasti vähitellen kasautuen pikemminkin kuin välittömästi. Yksittäinen meemi tai satiiriklippu ennemmin ylläpitää asenteita tai ruokkii poliittista keskustelua kuin johtaa mihinkään merkittävään muutokseen, vaikka näinkin voi joskus käydä. Brittsatiirikko George Orwell kirjoitti vuonna 1945 aikakauden satiiria käsittelevässä esseessään, että ”jokainen vitsi on pienenpieni vallankumous” (Orwell, 1945/2000, 283–284). Orwellin oksymoronin kanssa on vaikea olla eri mieltä: poliittinen huumori voi olla viatonta hupailua, mutta usein se myös vaikuttaa meihin vaivihkaa. Toivon, että väitöskirjani tarjoaa eväitä analyysiin siitä, miten tämä tapahtuu eri tilanteissa.

*YTM Joonas Koivukosken media- ja viestintätieteiden alan väitöskirja Political Humor in the Hybrid Media Environment: Studies on Journalistic Satire and Amusing Advocacy tarkastettiin Helsingin yliopiston valtiotieteellisessä tiedekunnassa 29.10.2022. Väitöskirja on luettavissa osoitteessa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-51-7064-4>*

## Kirjallisuus

- Baym, Geoffrey. 2010. *From Cronkite to Colbert: The evolution of broadcast news*. Boulder: Paradigm Publishers.
- Baym, Geoffrey. 2005. The Daily Show: Discursive integration and the reinvention of political journalism. *Political communication* 22 (3): 259–276.
- Becker, Amy. 2020. Applying mass communication frameworks to study humor's impact: advancing the study of political satire. *Annals of the International Communication Association* 44 (3): 273–288.
- Becker, Amy ja Don Waisanen. 2013. From funny features to entertaining effects: Connecting approaches to communication research on political comedy. *Review of Communication* 13 (3): 161–183.

- Chadwick, Andrew. 2013/2017. *The hybrid media system: Politics and power*. New York: Oxford University Press.
- Chattoo, Caty Borum ja Lauren Feldman. 2020. *A comedian and an activist walk into a bar: The serious role of comedy in social justice* (Vol. 1). Oakland: University of California Press.
- Chen, Adrian. 2018. "Using comedy to strengthen Nigeria's democracy." *The New Yorker*. Luettu 24.10.2022. <https://www.newyorker.com/magazine/2018/01/22/using-comedy-to-strengthen-nigerias-democracy>.
- Danjoux, Ilan. 2007. Reconsidering the decline of the editorial cartoon. *PS: Political Science & Politics* 40 (2): 245–248.
- Davis, Jenny, Tony Love ja Gemma Killen. 2018. Seriously funny: The political work of humor on social media. *New Media & Society* 20 (10): 3898–3916.
- Faina, Joseph. 2013. Public journalism is a joke: The case for Jon Stewart and Stephen Colbert. *Journalism* 14 (4): 541–555.
- Fox, Julia, Glory Koloen ja Volkan Sahin. 2007. No joke: A comparison of substance in The Daily Show with presidential election campaign. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 51 (2): 213–227.
- Gonawela, Andre, Joyojeet Pal, Udit Thawani, Elmer Van Der Vlugt, E., Wim Out, Priyank Chandra. 2018. Speaking their mind: Populist style and antagonistic messaging in the tweets of Donald Trump, Narendra Modi, Nigel Farage, and Geert Wilders. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)* 27 (3): 293–326.
- Gray, Jonathan, Jeffrey Jones ja Ethan Thompson. 2009. State of Satire, the Satire of State. Teoksessa *Satire TV: Politics and comedy in the post-network era*. 3–37, toimittaneet Jonathan Gray, Jeffrey Jones ja Ethan Thompson. New York: NYU Press.
- Griffin, Dustin. 1994. *Satire: A critical reintroduction*. Lexington: University Press of Kentucky.
- Iltalehti. 2021. Pääministeri Marin: Boomer-julkaisu oli huumoria. Luettu 24.10.2022. <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/408f1b5f-1d8f-456d-8ffd-a51561a77719>.
- Jenkins, Henry, Sam Ford ja Joshua Green. 2013. *Spreadable media*. New York: NYU Press.
- Jones, Jeffrey 2007. Sources of Political Information: The Daily Show and Postmodern Political Reality. Teoksessa *Politicainment: Television's Take on the Real*, 129–149. Toimittanut Kristina Riegert. New York: Peter Lang.
- Mina, An Xiao. 2019. *Memes to movements: How the world's most viral media is changing social protest and power*. Boston: Beacon Press.
- Nagle, Angela. 2017. *Kill all normies: Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Alresford: John Hunt Publishing.
- Nikunen, Kaarina. 2018. From irony to solidarity: Affective practice and social media activism. *Studies of Transition States and Societies* 10 (2): 10–21.
- Orwell, George. 2000/1945. Essay: Funny, But Not Vulgar. Teoksessa *George Orwell: The Collected Essays, Journalism and Letters, Volume 3: As I Please 1943–1946*, toimittaneet Sonia Orwell ja Ian Angus. New Hampshire: Nonpareil Books.
- Otto, Lukas, Isabella Glogger ja Mark Boukes. 2017. The softening of journalistic political communication: A comprehensive framework model of sensationalism, soft news, infotainment, and tabloidization. *Communication Theory* 27 (2): 136–155.
- Phillips, Whitney ja Ryan Milner. 2017. *The ambivalent Internet: Mischief, oddity, and antagonism online*. Cambridge: Polity Press.
- Shifman, Limor. 2014. *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT press.
- Ross, Andrew ja Damian Rivers. 2017. Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 US Presidential candidates. *Discourse, Context & Media* 16, 1–11.
- Waisanen, Don. 2015. A funny thing happened on the way to decorum: Quintilian's reflections on rhetorical humor. *Advances in the History of Rhetoric* 18 (1): 29–52.
- White, Elwyn ja Katharine White. 1941. The Preaching Humorist. *The Saturday Review of Literature*, October 18. New York: The Saturday Review Company, Inc.

- Young, Dannagal. 2020. *Irony and outrage: The polarized landscape of rage, fear, and laughter in the United States*. New York: Oxford University Press.
- Zannettou, Savvas, Tristan Caulfield, Barry Bradlyn, Emiliano De Cristofaro, Gianluca Stringhini ja Jeremy Blackburn. 2020. Characterizing the use of images in state-sponsored information warfare operations by Russian trolls on Twitter. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. Vol. 14, 774–785.
- Zareff, Janne. 2020. *Kuinka vallalle nauretaan: Poliittinen satiiri suomalaisessa televisiossa*. Viljandi: Gaudeamus.