

Kirja-arvio

Niko Hatakka

Viestinnäntutkijat populismintutkimuksen aukkoja osoittamassa

Aalberg, Toril; Esser, Frank; Reinemann, Carsten; Strömbäck, Jesper & de Vreese; Claes (toim.) (2017) *Populist Political Communication in Europe*. Routledge: Abingdon, 393 s.

Ajankohtainen kokoomateos *Populist Political Communication in Europe* käsittelee poliittista populismia Euroopassa poliittisen viestinnän näkökulmasta. Teos on suora tulosta professori Toril Aalbergin luotsaamasta EU-rahoitteisesta COST-hankeesta, joka loi poikkitieteellistä yhteistyötä populismin uusinta nousua eri maissa tarkastelleiden eurooppalaisten tutkimusyhteisöjen välille. Kirja tuokin yhteen kunnioitettavan laajan kaartin politiikan ja viestinnän tutkijoita sekä maatapuuksia. Teos kokoaa onnistuneesti aiempaa tutkimusta populismista ja populistisesta viestinnästä sekä luo tämän pohjalta synteesiä tulevan populistisen viestinnän tutkimuksen tarpeisiin.

Poliittisen populismin hahmottaminen viestintänä on perusteltua ja hyödyllistä. Vaikka julkisessa keskustelussa populismi tuntuu terminä menettäneen analyttistä arvoaan, tutkimuksessa ei näin ole. Laajentuvalla populismin tutkimuksen kentällä on kuitenkin debatoitu ajoin kiivaastikin, miten populismia tulisi tutkimuskohteena lähestyä. Esimerkiksi politiikan tutkimuksessa populismia on pidetty ennen kaikkea ohutsäلتöisenä ideologiana (Canovan 2002; Mudde 2007; Stanley 2008), joka jakaa yhteiskunnan kahteen yhtenäiseen ja toistensa kanssa vastakkaiseen ryhmään: eliittiin ja kansaan, jonka tahto puolestaan tulisi nostaa politiikan tekemisen keskiöön. Poliittisen viestinnän tutkijat eivät välttämättä ole olleet tästä määritelmällisesti kaukana, mutta heidän kiinnostuksensa on keskittynyt populismin ontologian sijaan ennen kaikkea siihen, *miten populismi ilmenee* eri konteksteissa ja toimijajoukoissa esimerkiksi poliittisena tyylinä (Moffitt & Tormey, 2014; Moffitt, 2016), diskurssina (Laclau, 2005; Aslanidis, 2017), viestintänä (Jagers & Walgrave, 2007) tai näiden erilaisina variaatioina – ikään kuin populismin toiminnallisena työkalupakkina (Ylä-anttila, 2017).

Populist Political Communication in Europe on teoksena lähempänä jälkimmäistä koulukuntaa, jonka mukaan populismin ymmärtäminen vaatii sitä ylläpitävien ja sitä muovaavien viestinnällisten prosessien ja viestintäympäristöjen vaikutuksen tunnistamista sekä niiden analysointiin keskittymistä. Viestinnällisen lähestymistavan ehdoton valtti on ollut, että se mahdollistaa muunkin kuin toimijalähtöisen empirisen populis-

min tutkimisen, jota ei kuitenkaan – ehkä hieman ironisesti – arvosteltavassa teoksessa ole. Teos tarjoaa populistisen poliittisen viestinnän syiden, muotojen ja vaikutusten tutkimukselle havainnollistavaa heuristista mallia, jonka pohjalta teoksen näkökulma on rajattu poliitikkojen populistiseen viestintään, journalismin ja populismin nousun suhteeseen, sekä populistisen viestinnän vastaanottoon. Jopa 24 maata kattava kirjallisuuskatsausten kokoelma on parhaimmillaan osoittaessaan kansallisten populismin tutkimuksen perinteiden eroavaisuuksia sekä paljastaessaan ammottavia aukkoja populismin viestinnällisten prosessien tutkimuksessa.

Teoksen kolme punaista lankaa ovat populistiset toimijat viestijöinä, media ja populismi sekä kansalaisten suhde populistiseen viestintään. Kukin maaluku seuraa kolmea pääteemaa selkeästi tiivistäen kansallisissa konteksteissa tehdyn aiemman tutkimuksen. Maaluvut on järjestetty maantieteellisesti neljään osioon: Pohjois-, Länsi-, Etelä- ja Itä-Eurooppaan. Kussakin luvussa käydään ensin läpi populismitutkimuksen vaihtelevia maakohtaisia perinteitä sekä esitellään aiemmassa tutkimuksessa populistisina tarkastellut kansalliset poliittiset puolueet, joita on kussakin maassa yksi tai kaksi. Sitten siirrytään populistisia toimijoita viestijöinä käsittelevien tutkimusten tuloksiin, jonka jälkeen käsitellään (lähinnä perinteisen) median ja populismin suhteesta tehtyä tutkimusta. Kunkin luvun lopuksi esitellään tutkimuksia populististen toimijoiden kannattajista ja populistisen viestinnän vaikutuksista kansalaisiin sekä avataan maakontekstien uusimpia tapahtumia, jotka eivät vielä ole ennättäneet nousta kansallisille tutkimusagendoille.

Käsittelyn etenemisen kaava on kaikessa selkeydessään toimituskunnalta oiva projektinhallinnallinen ratkaisu, etenkin kun ottaa huomioon, että kirjoittajia teoksessa on ollut yhteensä jopa 60. Poikkeuksellisen laajassa maatapausten kokoelmassa kolmen näkökulman ajoittain kankeahko toisto alkaa kuitenkin pidemmän päälle uuvuttaa. Kirjoittajat silti tuntevat omat kansalliset tutkimuskenttensä enimmäkseen erinomaisesti, mikä auttaa nostamaan esiin kansallisia tapaustutkimuksia, joiden alkuperäiskieliset havainnot muuten saattaisivat mennä ohi suurelta osalta tutkijoista. Maatapausten kattavuuden ansiosta kirja myös toimii yleisteoksena populismitutkimukseen ja eniten tutkittuihin populistipuolueisiin Euroopassa.

Eurooppalaista populismitutkimusta on leimannut sen voimakas kiinnittyminen radikaalin oikeiston tutkimukseen, mitä myös toimittajat johdannossaan kritisoiivat. Teoksen pyrkimys muunkin kuin nationalistisen oikeistopopulismin käsittelyyn on kunnioitettava, mutta jää kohtalaisen ohueksi. Oikeistopopulistipuolueiden dominoidessa kirjallisuuskatsauksia mukana on vain yksittäisiä vasemmistopopulistipuolueita ja kourallinen jotain siltä väliltä. Viestintäkeskeinen näkökulma olisi myös mahdollistanut voimakkaammin sen esiintuomisen, että populismia ilmiönä tutkittaessa analyysia ei välttämättä ole hyödyllistä rajata ainoastaan populistisiksi määriteltäviin puoluepoliittisiin toimijoihin (Jagers & Walgrave 2007). Valtavirtapuolueiden ja esimerkiksi kansalaisliikkeiden viestinnän populistisuus jää kuitenkin kirjassa valitettavasti pitkälti käsittelemättä, mitä tosin voitaneen pitää enemmänkin aiemman tutkimuksen kuin tekijöiden puutteena. Alan nuoruus ja kehittymättömyys näkyy myös pienenä ristiriitana teoksen johdannon asettamien tavoitteiden ja kirjallisuuskatsausmaisten maalukujen sisällön välillä. Koska useimmissa maissa populismia on tutkittu viestinnätutkimuksellisista näkökulmista niukasti, osassa luvuista näkökulma populismista viestintänä väistämättäkin tuntuu unohtuvan.

Kirjan viitatuimmiksi luvuiksi tullevat nousemaan kolme viimeisintä, joissa vertailaan ja vedetään yhteen maakohtaisten kirjallisuuskatsausten havaintoja. Teos paljastaa lähes raadollisesti, kuinka vähän systemaattista ja ennen kaikkea vertailevaa tutkimusta populistisen poliittisen viestinnän sisällöstä Euroopassa on tehty – etenkin liittyen muihin kuin populistisiksi nimettyihin ja nimenomaan oikeistopopulistisiin toimijoihin. Kirjallisuuskatsausten yhteenveto myös osoittaa kuinka vähän tiedämme populistisen viestinnän vastaanotosta; tutkimusta löytyy lähinnä populististen puolueiden kannattajista, muttei juuri siitä, missä määrin ja miten populistinen viestintä vaikuttaa kansalaisiin. Kirjan loppu tiivistää erinomaisesti useita näkökulmia journalistisen median ja populismin suhteesta problematisoiden ennen kaikkea populististen toimijoiden medianäkyvyyteen vaikuttavia seikkoja, populistista mediakritiikkiä sekä kaupallisen median rakenteiden ja populistisen viestinnän yhteensopivuutta. Nämäkin tiivistykset kuitenkin perustuvat vain yksittäisissä maissa tehtyyn ja etupäässä journalistiseen mediaan keskittyvään tutkimukseen, joten systemaattiselle jatkotutkimukselle on paitsi tarvetta myös tilaa. Erityisen kuvaavaa on, että vaikka verkkojulkisuuksien ja populistisen viestinnän suhde on puhuttanut viime vuosina niin tutkijoita kuin journalisteja, on aihetta käsittelevää varsinaista tutkimusta alettu julkaista oikeastaan vasta arvosteltavan teoksen julkaisun jälkeen (esim. Engesser ym. 2017; Krämer 2017).

Populist Political Communication in Europe ei ole – eikä myöskään väitä olevansa – eurooppalaisen populistisen viestinnän kaiken kattava kokoomateos, mutta se toimii oivallisesti paitsi nuoren alan välitilinpäätöksenä myös tienavauksena tuleville hankkeille. Vaikka populistisen viestinnän tutkimus on populismin kolmannen nousun kontekstissa ollut niin tutkijoiden kuin tutkimuskohteidenkin osalta voimakkaasti keskittynyt Eurooppaan, viime vuosien tapahtumat ovat osoittaneet, että tutkimusperinteelle ominaisilla kysymyksenasetteluilla on resonanssia myös muualla maailmassa. Jos populistisen viestinnän tutkimusyhteisöt myös alkavat seurata teoksen onnistuneesti asettamia tutkimuksellisia suuntaviittoja, voidaan Aalbergin ja kumppaneiden saamaa COST-rahoitusta pitää hyvinkin tuloksellisena.

Lähteet

- Aslanidis, Paris (2017). Measuring populist discourse with semantic text analysis: an application on grassroots populist mobilization. *Quality & Quantity*, DOI: 10.1007/s11135-017-0517-4.
- Canovan, Margaret (2002). Taking politics to the people: Populism and the ideology of democracy. Teoksessa Yves Mény & Yves Surel (toim.) *Democracies and the Populist Challenge*. Basingstoke: Palgrave, 25–44.
- Engesser, Sven; Erns, Nicole; Esser, Frank & Büchel, Florin (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society* 20:8, 1109–1126.
- Jagers, Jan & Walgrave, Stefaan (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research* 46:3, 319–345.
- Krämer, Benjamin (2017). Populist online practices: the function of the internet in right-wing populism. *Information, Communication & Society* 20:9, 1293–1309.
- Laclau, Ernesto (2005). *On Populist Reason*. Lontoo: Verso.
- Moffitt, Benjamin (2016). *The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press.

- Moffitt, Benjamin & Tormey, Simon (2014). Rethinking populism: Politics, mediatisation and political style. *Political Studies* 62:2, 381–397.
- Mudde, Cas (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stanley, Ben (2008). The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies* 13:1, 95–110.
- Ylä-anttila, Tuukka (2017). *The Populist Toolkit: Finnish Populism in Action 2007–2016*. Helsingin yliopisto.