

# Vastuulliset hallituspuolueet ja räyhäävä oppositio?

## Hallitusvastuun vaikutus populistiseen puheeseen



JON JÄRVINIEMI

**TIIVISTELMÄ** On laajasti oletettu, että kun populistinen puolue liittyy koalitiohallitukseen, tapahtuu muutosprosessi, jossa puolueen toiminta sekä retoriikka niin kutsutusti valtavirtaistuu ja maltillistuu. Empiirisiä tutkimuksia, joissa tarkasteltiin hallitusvastuun vaikutusta populististen puolueiden puheisiin, on kuitenkin rajallisesti. Lisäksi aikaisempi tutkimus on pääasiassa keskittynyt oikeistopopulisteihin. Tutkimusta ei ole siitä, miten muut puolueet, joita ei yleensä luokitella populistisiksi, voivat käyttää tai olla käyttämättä populistista viestintää riippuen siitä, ovatko ne hallituksessa vai oppositiossa. Tämä tutkimus pyrkii selvittämään, kuinka hyvin sisällyttämisen kautta tapahtuva maltillistuminen pätee populistiseen viestintään yli puoluerajojen. Tutkimuksen aineistona ovat eduskuntakeskustelut vuosilta 2015 ja 2023. Tulosten mukaan hallitusvastuulla on merkittävä vaikutus niin kutsuttujen ei-populististen puolueiden retoriikkaan. Puolueet käyttävät populistista viestintää, kun ne eivät ole hallitusvastuussa, mutta hallituksessa sitä esiintyy ainoastaan harvoin. Perussuomalaisten tapauksessa havaitaan myös maltillistumista, mutta ei läheskään samalla tasolla kuin muiden puolueiden kohdalla.

**Avainsanat:** populismi, maltillistuminen, eduskunta

## JOHDANTO

Suomessa perussuomalaisten läpimurto vuoden 2011 eduskuntavaaleissa sekä puolueen jatkuva menestys erityisesti eduskuntavaaleissa eivät ole mikään poikkeus verrattuna muihin länsimaiisiin demokratioihin, joissa populistien suosio on kasvanut. Useassa maassa populistit ovat menestyksensä ansiosta osallistuneet myös koalitionhallituksiin. Hallitukseen osallistumisen on oletettu vaikuttavan populististen puolueiden maltillistumiseen sekä valtavirtaistumiseen. Oletus perustuu teesiin sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta (*inclusion-moderation thesis*). Teesin mukaan hallitusvastuussa puolueet maltillistuvat, koska yhteistyö hallituksessa vaatii neuvotteluja ja kompromisseja (Akkerman ym. 2016; Bernhard 2020). On olemassa tutkimusta siitä, että oikeistopopulistiset puolueet valtavirtaistuivat Euroopan integraatioon liittyvissä asioissa (Akkerman ym. 2016). Populistisen viestinnän käytöstä ei ole kuitenkaan selvää näyttöä, sillä aiheesta on vain vähän aikaisempaa tutkimusta. (Bernhard 2020; Schwörer 2022; Swanson ja Gherghina 2023).

Aikaisempi tutkimus on pääasiassa keskittynyt oikeistopopulistisiin puolueisiin eikä siihen, miten yleensä ei-populistisina pidetyt puolueet ovat asemastaan riippuen mahdollisesti käyttäneet populismia. Tässä tutkimuksessa sisällyttämisen kautta tapahtuvalla maltillistumisella tarkoitetaan, että kun puolue on hallitusvastuussa, se käyttää määrällisesti vähemmän populistista viestintää kuin oppositioasemassa. Tutkimuksessa selvitetään, miten hyvin sisällyttämisen kautta tapahtuva maltillistuminen pätee populistisen viestinnän käyttöön yli puoluerajojen puolueiden ollessa oppositiossa tai hallituksessa. Vertailun avulla voidaan arvioida, miten ilmeistä mahdollinen maltillistuminen on ja onko se yhtä voimakasta riippumatta siitä, onko kyseessä populistinen toimija vai ei.

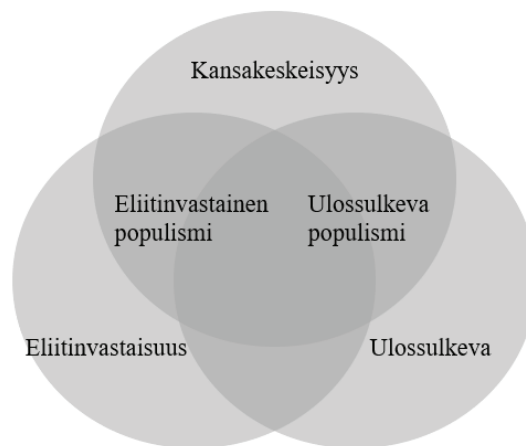
Tässä tutkimuksessa populismi ymmärretään poliittisen viestinnän muotona. Populistista poliittista viestintää käsitellään diskursiivisena viitekehyksenä (Aslanidis 2016), joka koostuu kansakeskeisyydestä, eliittivastaisuudesta ja ”vaarallisten muiden” ulossulkemisesta. Näitä elementtejä ei voida yksittäisinä luokitella populismiksi, vaan niiden on esiinnyttävä yhdessä, jotta puhe voidaan tulkita populistiseksi viestinnäksi. Kansakeskeisyys on välttämätön osa populistista diskursiivista viitekehystä, ja kun siihen lisätään eliittivastaisuus ja/tai ”vaarallisten muiden” ulossulkeminen, voidaan tunnistaa erilaisia populismin tyylejä (Aslanidis 2016; Jagers ja Walgrave 2007; Reinemann ym. 2017).

Suomi on valittu tutkimuksen kohteeksi, koska vuosina 2015 ja 2023 yleisesti oikeistopopulistiseksi määritelty puolue perussuomalaiset (ks. Herkman ja Jungar 2021) toimi sekä oppositiossa että hallituspuolueena. Lisäksi kyseisinä vuosina erilaiset, yleisesti ei-populistisina nähdyt puolueet toimivat sekä oppositiossa että hallituksessa. Tutkimuksessa käytetään sisältöanalyysia, jonka avulla määritetään sitä, kuinka paljon populistista viestintää eduskuntapuolueet käyttivät vuosien 2015 ja 2023 eduskunnan kyselytunneilla. Suomen perinne konsensushakuisesta politiikasta tarjoaa otollisen maaperän tutkia, miten hallitusvastuu mahdollisesti hillitsee populistisen viestinnän käyttöä. Voidaan olettaa, että jos Suomessa maltillistumista ei tapahdu, ei sitä myöskään nähdä maissa, joissa politiikka on konfliktihaluisempaa. Näin ollen tutkimus tarjoaa uutta tietoa siitä, miten erilaiset puolueet käyttävät populistista viestintää monipuoluejärjestelmässä ja miten hallitusvastuu vaikuttaa viestinnän käyttöön konsensushakuisessa poliittisessa kulttuurissa.

Tutkimustulosten valossa havaitaan maltillistumisen trendiä. Erityisesti yleisesti ei-populistisina nähtyjen puolueiden viestinnässä tämä on merkittävää. Oppositiokaudella nämä puolueet saattavat käyttää populismia, mutta hallitusvastuun myötä tämä vähenee huomattavasti. Vaikka myös perussuomalaisten viestinnässä näkyy jonkin verran maltillistumista, se ei ole yhtä selkeää muihin puolueisiin verrattuna. Tulosten perusteella voidaan päätellä, että Suomen kaltaisessa monipuoluejärjestelmässä, jossa politiikka on perinteisesti pyrkinyt konsensukseen, maltillistuminen tapahtuu sisällyttämisen kautta. Kuitenkin perussuomalaisten vain osittainen maltillistuminen hallituspuolueena viittaa siihen, että maissa, joissa politiikka on enemmän konfliktinomaista, maltillistumista ei välttämättä esiinny samalla tavalla.

## POPULISTINEN VIESTINTÄ

Populismi voidaan ymmärtää monella tavalla. Kyseessä on maailmanlaajuisesti tunnettu ilmiö, jota on tutkittu eri tieteenaloilla ja monesta eri ontologisesta näkökulmasta (yleiskatsausta varten ks. Herkman, 2019). Tässä tutkimuksessa populismia käsitellään viestinnällisenä työkaluna, jota kuka tahansa voi käyttää milloin tahansa riippumatta ideologisesta profiilista tai puoluekannasta. Näin ollen populismi ymmärretään poliittisen viestinnän muotona eikä viestin lähettäjän ominaisuutena (de Vreese ym. 2018).



*Kuvio 1. Populistisen viestinnän diskursiivinen kehys (Reinemann ym. 2017, 16)*

Artikkelissa käsittelen populistista poliittista viestintää diskursiivisena viitekehyksenä, joka koostuu kahdesta välttämättömästä elementistä – kansakeskeisyydestä ja ulossulkemisesta eliitinvastaisuutena ja/tai ”vaarallisina toisina” (Aslanidis 2016; Grbeša ja Šalaj 2018; Jagers ja Walgrave 2007). Populistisen näkökulman mukaan ”tavallinen kansa” ja heidän tahtonsa tulisi olla politiikan keskipisteessä. Termin ”kansaa” diskursiivinen epämääräisyys antaa sille erilaisia merkityksiä riippuen toimijan ideologisesta asemasta ja kontekstista (de Vreese ym.

2018). Esimerkiksi kansallismielisen poliittisen näkemyksen jakavat toimijat saattavat määrittellä ”kansan” kansallismielisinä, kun taas vasemmistolaisen ideologian omaksuvat saattavat määrittellä heidät hyveelliseksi työväenluokaksi (Bernhard ja Kriesi 2019). Lisäksi populismi viittaa olennaisesti kansan, korruptoituneen eliitin ja vaarallisten muiden väliseen kamppailuun. Tämän takia ”kansa” tarvitsee vastakohtan, eli eliitin ja ”vaaralliset toiset”. Tämä tarjoaa erilaisia populistisia diskursiivisia kehyksiä, kuten seuraavassa luvussa tullaan kuvaamaan.

Eliitinvastainen populismi (*anti-elitist populism*) on kansakeskeisyyden ja eliitivastaisten puheiden yhdistelmä, jossa ”eliitti” katsotaan ”kansan” vastakohtaksi ja lisäksi sen katsotaan toimivan kansan yleisen tahdon vastaisesti. Eliitinvastainen populismi viittaa viestintään, joka nimenomaisesti tuomitsee vallitsevan järjestelmän, vallanpitäjät, virkavallan ja olemassa olevan poliittisen järjestelmän puolustajat (de Vreese ym. 2018, 427–428). Eliitit voivat olla poliittisia, kulttuurisia, taloudellisia, älyllisiä tai oikeudellisia riippuen toimijan ideologiasta ja siitä, mikä sopii kansalliseen kontekstiin ja kertomukseen (de Vreese ym. 2018; Jagers ja Walgrave 2007; Mudde 2017)

Ulossulkeva populismi sulkee pois tietyn väestösegmentin, joka ei jaa samoja arvoja kuin ”kansa”. Poliittisen toimijan maailmankatsomus ja poliittinen konteksti määrittävät, keitä kuuluu ”vaarallisten toisten” joukkoon. Ulossulkeva retoriikka ei ole ilmeistä jokaisessa populismin tyyppissä, vaikka sitä löytyy sekä vasemmistosta (joka sulkee ulos esimerkiksi erittäin varakkaat tai veronkiertäjät) että oikeistosta (joka sulkee ulos esimerkiksi maahanmuuttajat, turvapaikanhakijat, etniset vähemmistöt tai hyvinvointivaltiosta hyötyjät) (de Vreese ym. 2018; Hameleers 2018). Siitä huolimatta, että ullossulkeva retoriikka nähdään useasti kansallismielisenä puhetapana eikä populistisena, väitän ullossulkevan puheen olevan osa populistista viestintää. Sitä eivät käytä pelkästään oikeistopopulistiset puolueet, vaan sitä esiintyy myös vasemmisto- ja agraaripuolueiden viestinnässä. Jotta ullossulkeva ja eliitin vastainen puhe voidaan nähdä populistisena, se täytyy asettaa vastakkain kansakeskeisen puheen kanssa.

Populistisiin puhe-elementteihin keskittyminen puheesta litteroidussa aineistossa mahdollistaa vankan metodologisen kehyksen käytön. Tämä kehys mahdollistaa populistisen viestinnän käytön systemaattisen tunnistamisen ja mittaamisen. Näin ollen ei ole tarpeen määrittää etukäteen, kuka on populistinen ja kuka ei. Sen sijaan populistinen viestintä määritellään eri asteiden perusteella, mikä mahdollistaa useiden toimijoiden vertailun tietyllä aikavälillä, jolloin voidaan analysoida sitä, miten erilaiset tekijät saattavat vaikuttaa populistisen viestinnän käyttöön.

## SISÄLTYTTÄMISEN KAUTTA MALTILLISTUMISEEN

Tieteellinen yhteisö on laajasti olettanut, että hallitukseen liittyminen maltillistaa ja valtavirtaistaa populistisia puolueita (ks. Akkerman ym. 2016). Alun perin sisällyttämisen kautta tapahtuvan maltillistumisen teesiä sovellettiin radikaalien uskonnollisten toimijoiden kontekstissa. Teesin mukaan demokraattiset instituutiot ja prosessit maltillistavat ja valtavirtaistavat puolueiden radikaaleja ideologioita ja luonteita (emt.). Tähän selitykseen perustuu ensinnäkin perinteinen rationaalinen valintateoria (*rational choice theory*) ja puolueiden pyrkimys vedota maltillisiin äänestäjiin ja siten maksimoida kannatuksensa (Downs 1957). Tämä tarkoittaa, että kun puolueet pyrkivät siirtymään poliittiseen keskustaan, eli sinne missä suurin osa äänestäjistä

on, ne maltillistavat kantojansa. Populististen puolueiden kohdalla tämä tarkoittaa poliittisen puheen valtavirtaistamista jossain määrin laajemman äänestäjäkunnan houkuttelemiseksi. Selitys pätee vain osittain monipuoluejärjestelmiin, joissa on koalitionhallituksia, sillä puolueen ei tarvitse saavuttaa enemmistöä pysyäkseen vallassa (Schwörer 2022.).

Teesin toinen selitys perustuu neuvotteluihin ja kompromisseihin koalitionhallituksessa (Akkerman ym. 2016; Bernhard 2020). Koalitionhallituksissa puolueiden on pakko tehdä yhteistyötä hallituksen toiminnan varmistamiseksi. Puolueiden on siten pehmennettävä syytelytaktiikoi- taan (Krause ja Wagner 2021; Schwörer 2022), mikä auttamatta laimentaa populistista puhetta. Tämä selitys pätee varsin hyvin myös yleisesti ei-populistisina pidettyjen puolueiden kohdalla. Kuten aikaisemmin on mainittu myös muut puolueet käyttävät populistista viestintää (ks. esim. Jagers ja Walgrave 2007; Järvinen 2024). Hallituskoalitiossa puolueet ovat yleensä pakotettuja tekemään kompromisseja ja joskus hyväksymään sekä kantamaan vastuun päätöksistä, jotka ovat epäsuosittuja puolueiden ydinkannattajien keskuudessa. Tämän vuoksi poliittisen järjestelmän arvosteleminen vaikeutuu. Oppositioapuolueilla ei ole samanlaisia rajoitteita (Meyer ja Wagner 2013), mikä helpottaa populistisen viestinnän käyttöä.

Kolmantena selityksenä teesille nostan populistisen viestinnän luonteen ja sen uskottavuuden hallituspuolueen viestintätyylinä. Kuten aikaisemmin esitin, populistinen viestintä kohdistuu yleensä väitettyä eliittiä ja vallitsevaa järjestelmää, kuten perinteisiä puolueita, puoluejärjestelmiä ja hallintoa vastaan. Samaan aikaan populistinen puolue pyrkii luomaan mielikuvan siitä, että se itse ei ole osa poliittista eliittiä vaan puolustaa ”tavallista kansaa”. Kun populistinen puolue astuu hallitukseen, siitä tulee osa poliittista vallanpitäjien joukkoa ja se on vastuussa tehdyistä päätöksistä, mikä tekee varsinkin poliittisen eliitin syyttämisestä vaikeampaa. Lisäksi väitän, että eliitin syytely ei ole äänestäjien silmissä kovin uskottava viestinnällinen strategia, kun populistinen puolue on itse vallassa. Sama logiikka pätee myös muihin puolueisiin. Puolueet ovat saattaneet oppositiossa käyttää populistista viestintää, mutta hallitusvastuussa populistisen viestinnän käyttö muuttuu hankalammaksi, kun ne ovat itse osa poliittista eliittiä, ja näin ollen myös ei-populististen puolueiden populistinen puhe maltillistuu.

Tutkijat ovat alkaneet testata sisällyttämisen kautta tapahtuvaa maltillistumista tutkimalla kahta keskeistä näkökulmaa valtavirtaistumiseen: ideologisten kantojen maltillistumista ja populistin vähenemistä. Länsi-Euroopassa näyttää siltä, että oikeistopopulistien osallistuminen hallitukseen ei yleensä johda ideologisten kantojen maltillistumiseen, mutta ne kuitenkin muuttuvat enemmän valtavirtaisiksi esimerkiksi Euroopan integraatioasioissa (Akkerman ym. 2016). Tosin vain rajallinen määrä empiirisiä tutkimuksia on käsitellyt sitä, miten hallitusvastuu vaikuttaa populistiseen viestintään populististen puolueiden piirissä. Tjitske Akkermanin ja kansakirjoittajien (2016) tekemässä pitkäaikaisanalyysissä tutkittiin eurooppalaisten populististen puolueiden valtavirtaistumista. Heidän tuloksensa osoittivat, että eliitinvastainen retoriikka lisääntyi erityisesti 2000-luvulta lähtien. He eivät kuitenkaan ottaneet huomioon hallitusvastuun vaikutusta populistiseen viestintään, vaan tarkastelivat lähinnä poliittisten kantojen muuttumista. Laurent Bernhard (2020) puolestaan tutki sanomalehtiaineistoa selvittääkseen valtavirtaistuiko sveitsiläisen oikeistopopulistisen puolueen Geneva Citizens' Movementin retoriikka hallitusasemassa. Bernhardin (2020) tutkimustulokset osoittivat, että puolueen retoriikka on vähemmän populistista, kun puolue on osa hallitusta, mikä tukee teesiä sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta.

David Swanson ja Sergiu Gherghina (2023) tutkivat miten oikeisto- ja vasemmistopopulististen puolueiden viestintä muuttui Pohjois-Irlannissa niiden ollessa oppositiossa tai hallituksessa. Tutkijat käyttivät aineistona puolueiden puolueohjelmia vuosilta 1998–2022. He havaitsivat, että puolueiden ollessa hallitusvastuussa populistisia elementtejä oli vähemmän puolueohjelmissa, mikä viittaa siihen, että hallitusvastuulla oli vaikutusta populistiseen viestintään. Lisäksi tutkijat huomauttivat, että oikeistopopulistinen DUP muutti poliittista viestintäänsä merkittävästi enemmän kuin vasemmistopopulistinen Sinn Féin siirtyessään oppositiosta hallitukseen. Tämän tutkimuksen perusteella näyttää siltä, että sisällyttämisen kautta tapahtuva maltillistuminen vaikuttaa sekä oikeisto- että vasemmistopopulistisiin puolueisiin, mutta vaikutus on merkittävämpi oikeistopopulistisen puolueen viestinnässä. Toki tutkitut ajanjaksot olivat pitkiä ja viestinnän maltillistumisen takana saattoi olla useampia tekijöitä, joita tutkijat eivät pystyneet tutkimusasetelmassaan kontrolloimaan.

Jakob Schwörer (2022) taas vertaili yli 1 200:aa Facebook-päivitystä italialaisissa, espanjalaisissa, itävaltalaisissa ja uusiseelantilaisissa populistisissa puolueissa, kun ne olivat sekä hallituksessa että oppositiossa. Myös Schwörerin lähtöoletus oli, että kyseisten puolueiden viestintä maltillistuisi niiden ollessa hallitusvastuussa. Schwörer ei kuitenkaan nähnyt selvää kehityssuuntaa siinä, että populistiset puolueet hillitsisivät populistista retoriikkaansa astuessaan hallituskoalitioon. Sen sijaan nämä puolueet pysyivät eliitin vastaisina luottaen negatiiviseen kampanjointiin muita poliittisia toimijoita tai entisiä hallituksia vastaan. Lisäksi kansan ja poliittisten eliittien välinen vastakkainasettelu oli tärkeässä asemassa hallitusvastuussa olevien populististen puolueiden viestinnässä. Sama päti ulossulkeviin oletettuja ei-kansallisia ryhmiä vastaan kohdistettuihin viesteihin, jotka jopa lisääntyivät hieman Italian oikeistopopulistisen Legan ja Itävallan FPÖ:n Facebook-päivityksissä näiden tultua valtaan.

Edellä mainittujen empiiristen tutkimusten valossa on selvää, että hallitusvastuu ei automaattisesti tarkoita, että populistisen puolueen retoriikka maltillistuu ja valtavirtaistuu. Bernhardin (2020) sekä Swansonin ja Gherghinan (2023) tutkimukset osoittavat, että näin kävi Sveitsissä ja Pohjois-Irlannissa. Sen sijaan Schwörerin (2022) vertaileva tutkimus osoittaa, että teesi sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta ei ole universaali ja että maakohtaisia eroja on. On lisäksi huomioitava, että Schwörerin tutkimus pohjautui Facebook-päivityksiin ja että aikaisempi tutkimus on osoittanut sosiaalisen median olevan otollinen maaperä populistiselle viestinnälle (Engesser ym. 2017). Olisi mielenkiintoista tietää, miten populististen puolueiden viestintä hallitusvastuussa mahdollisesti valtavirtaistui perinteisillä viestintäalustoilla, niin kuin näytti tapahtuneen Sveitsissä ja Pohjois-Irlannissa (Bernhard 2020; Swanson ja Gherghina 2023). Aikaisempi tutkimus osoittaa, että sisällyttämisen kautta tapahtuvan maltillistumisen teesiä tulee tutkia lisää erilaisissa konteksteissa, jotta sen luotettavuus voidaan määrittää. Lisäksi aikaisemmat tutkimukset eivät ole ottaneet huomioon sitä, että myös muut, yleisesti ei-populistisina pidetyt puolueet käyttivät populistista viestintää, vaikkakin pienemmässä määrin. Tässä tutkimuksessa analysoidaan, miten hallitusvastuu vaikuttaa määrällisesti populistisen viestinnän käyttöön yli puoluerajojen, ja tuotetaan siten uutta empiiristä tietoa, joka haastaa teorian populistisen viestinnän maltillistumisesta hallitusvastuussa.

## TUTKIMUKSEN KONTEKSTI JA HYPOTEEESIT

Kuten monissa muissa länsieurooppalaisissa demokratioissa myös Suomessa oikeistopopulistinen puolue, perussuomalaiset, on noussut viimeisen vuosikymmenen aikana yhdeksi maan suurimmista puolueista. Oltuaan suhteellisen marginaalinen puolue 2000-luvun kaksissa ensimmäisissä eduskuntavaaleissa puolue kasvatti ääniosuuttaan 15 prosenttiyksiköllä vuoden 2011 eduskuntavaaleissa ja nousi Suomen eduskunnan kolmanneksi suurimmaksi puolueeksi. Seuraavissa eduskuntavaaleissa vuonna 2015 puolue voitti lähes 18 prosenttia äänistä ja osallistui Juha Sipilän hallitukseen. Vain kahden vuoden hallitusvastuun jälkeen perussuomalaiset hajosi, kun Jussi Halla-aho valittiin puolueen uudeksi puheenjohtajaksi. Entisen johtajan, Timo Soinin, kannattajat perustivat uuden puolueen nimeltä Sininen tulevaisuus. Puolue jatkoi hallituksessa, kunnes hallitus erosi kuukausi ennen vuoden 2019 eduskuntavaaleja. Vuoden 2019 eduskuntavaaleissa perussuomalaiset voitti 17,5 prosenttia äänistä ja otti jälleen paikkansa eduskunnan toiseksi suurimpana puolueena. Vuoden 2023 eduskuntavaaleissa uuden puheenjohtajansa Riikka Purran johdolla perussuomalaiset sai reilut 20 prosenttia äänistä ja lähti mukaan Petteri Orpon hallitukseen eduskunnan toiseksi suurimpana puolueena.

Vaikka juuri perussuomalaiset onkin tunnettu populistisen viestinnän harjoittaja sekä yleisesti oikeistopopulistisena nähty puolue (ks. esim. Herkman ja Jungar 2021), aiemmassa tutkimuksessani olen pyrkinyt osoittamaan, että myös pien- ja valtavirtapuolueet käyttävät populistista viestintää (Järvinen 2022; 2024). Siitä huolimatta, että populistista viestintää käytetään Suomen poliittisella kentällä, maan politiikka pyörii perinteisesti konsensushakuisuuden ympärillä. Puolueilla on pitkä historia laajojen hallituskoalitioiden muodostamisesta, ja yhteistyö hallitus–oppositiorajojen yli ei ole harvinaista (Strandberg ja Carlson 2021). Tämän konsensushakuisen perinteen vuoksi voidaan argumentoida, että mikäli Suomessa käytetään populistista viestintää myös hallitusvastuussa, niin populismia ilmenee enemmän maissa, joissa politiikka on enemmän konfliktihakuista.

**Taulukko 1. Hallitus–oppositio-asetelma vuosina 2015 ja 2023.**

	Kevät 2015	Syksy 2015	Kevät 2023	Syksy 2023
Hallitus	Kok, SDP, RKP, KD	Kesk, Kok, PS	SDP, Kesk, Vihr, Vas, RKP	Kok, PS, RKP, KD
Oppositio	Kesk, PS, Vihr, Vas	SDP, Vihr, Vas, RKP, KD	Kok, PS, KD	SDP, Kesk, Vihr, Vas

Perussuomalaiset on ollut hallitusvastuussa kahdesti. Ensimmäisellä kerralla osana Juha Sipilän hallitusta vuosina 2015–2017 ja toisella kerralla Petteri Orpon hallituksessa vuodesta 2023 lähtien. Tämä mahdollistaa vertailun kahden eri ajanjakson välillä, joina oikeistopopulistinen puolue on toiminut hallituksessa. Tutkimuksessa halutaan selvittää, miten hallitusvastuu

vaikuttaa populistiseen viestintään myös muissa puolueissa. Sen vuoksi tarkastelun kohteena ovat vuodet 2015 ja 2023, jolloin järjestettiin eduskuntavaalit ja dynamiikka hallituksen ja opposition välillä vaihtui. Kevätkaudella 2015 hallituksessa olivat kokoomus, sosiaalidemokraatit, ruotsalainen kansanpuolue ja kristillisdemokraatit. Vuoden 2015 eduskuntavaalien jälkeen hallitukseen kuuluivat keskusta, kokoomus ja perussuomalaiset. Vuonna 2023 kevätkaudella hallituspuolueita olivat sosiaalidemokraatit, keskusta, vihreät, vasemmistoliitto ja ruotsalainen kansanpuolue. Vaalien jälkeen hallituksen muodostivat kokoomus, perussuomalaiset, ruotsalainen kansanpuolue ja kristillisdemokraatit. Näin ollen vuosina 2015 ja 2023 kaikki suomalaiset eduskuntapuolueet ovat olleet sekä hallituksessa että oppositiossa.<sup>1</sup> Vertailemalla näitä kahta eri ajanjaksoa voidaan tarkastella sisällyttämisen kautta tapahtuvan maltillistumisen teesin pätevyyttä.

Lisäksi on huomioitava, että keväällä 2015 ja 2023 järjestettiin eduskuntavaalit. On mahdollista, että vaalit saattavat vaikuttaa myös populistisen viestinnän käyttöön, kun puolueet lähtevät aktiivisemmin haastamaan muita puolueita. Toisaalta liiallinen populismin käyttö saattaa myös karkottaa maltillisemmat äänestäjät sekä vaikeuttaa mahdollista tulevaa hallitusyhteistyötä. Näin ollen ei voida olla varmoja, miten vaalit vaikuttavat populistisen viestinnän käyttöön (ks. Dai ja Kustov 2022). Lisäksi koska Suomessa vaalikampanjat ovat hyvin lyhyitä verrattuna moniin muihin maihin ja koska tutkimuksessa analysoidut vuodet ovat 2015 ja 2023 kokonaisuudessaan, en usko, että vaalikampanjojen mahdollinen vaikutus merkittävästi vaikuttaa tuloksiin.

Tutkimuksen tavoitteena on tutkia teesiä sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta ja sen paikkansapitävyyttä tarjoamalla uutta empiiristä tietoa siitä, miten hallitusvastuu vaikuttaa populistiseen viestintään. Tutkimus ei ole keskittynyt toimijoihin tai ideologisiin kantoihin vaan viestintään. Siksi arvioin kaikkien suomalaisten eduskuntapuolueiden populistista viestintää ja sen mahdollista määrällistä maltillistumista hallitusvastuussa. Tutkimus ei yksinomaan valaise sitä, miten oikeistopopulistisen puolueen viestintä saattaa muuttua hallitusvastuussa, vaan myös miten hallitusvastuu vaikuttaa populistiseen viestintään yli puolue-rajojen.

Yllä olevaan teoriaan sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta sekä aikaisempaan tutkimukseen pohjautuen ensimmäisenä hypoteesina on, että yleisesti populistisena nähty puolue käyttää hallitusvastuussa ollessaan vähemmän populistista viestintää. Näin ollen voidaan olettaa, että perussuomalaiset käyttivät vähemmän populistista viestintää syksyinä 2015 ja 2023 ollessaan hallitusvastuussa.

### *H1. Populistinen puolue käyttää vähemmän populistista viestintää hallitusvastuussa.*

Vaikka teesiä sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta yleensä sovelletaan radikaaleihin puolueisiin, sitä voidaan soveltaa myös kaikkien puolueiden populistisen viestinnän käyttöön. Koalitionhallituksen jäseninä puolueet ovat pakotettuja tekemään, hyväksymään ja jopa kantamaan vastuuta kompromisseista ja päätöksistä, jotka eivät ole suosittuja heidän kannattajiensa keskuudessa. Tämän seurauksena poliittisen vallan arvosteleminen vaikeutuu. Opposition puolueilla ei ole samanlaisia rajoituksia (Meyer ja Wagner 2013), mikä todennäköisesti helpottaa populistisen viestinnän käyttöä. Tästä seuraa toinen hypoteesi:



*H2. Ei-populistiset puolueet käyttävät vähemmän populistista viestintää, kun ovat hallitusvastuussa.*

Voidaan myös olettaa, että vaikka hallitusvastuussa ollessaan populistinen puolue käyttäisi vähemmän populistista viestintää, se käyttäisi sitä silti enemmän hallituksessa ollessaan kuin muut ei-populistiset puolueet. Tämä oletus perustuu siihen, että populistinen puolue on päässyt valtaan käyttämällä populistista viestintää ja mikäli puolue hallitusvastuussa maltillistuu liikaa, se menettää uskottavuutensa etenkin puolueen ydinkannattajien joukossa. Näin ollen voidaan olettaa, että perussuomalaiset käyttävät enemmän populistista viestintää hallitusvastuussa ollessaan vuosina 2015 ja 2023 kuin muut hallituskumppaninsa.

*H3. Populistinen puolue käyttää enemmän populistista viestintää hallituspuolueena kuin muut puolueet hallitusvastuussa.*

Hypoteesien avulla voidaan arvioida, miten hallitusvastuu vaikuttaa populistisen viestinnän käyttöön yli puoluerajojen. Lisäksi vertailemalla populistisia ja ei-populistisia puolueita voidaan nähdä, miten paljon hallitusvastuu saattaa vaikuttaa populistiseen viestintään ja selvittää, onko maltillistuminen samanlaista riippumatta puolueesta.

## AINEISTO JA MENETELMÄT

Aineisto koostuu eduskunnan kyselytunneilla pidetyistä puheista vuosien 2015 ja 2023 aikana (n. 2481)<sup>2</sup>. Aineisto valittiin relevanssin, puolueiden tasa-arvon ja saavutettavuuden periaatteiden mukaisesti. Eduskuntakeskustelut, erityisesti kyselytunnit, nähdään yhtenä tärkeimmistä poliittisista foorumeista Suomen politiikassa. Kyselytunti on viikoittainen tunnin kestävä keskustelu, joka lähetetään suorana televisiossa. Keskustelu käsittelee yleensä ajankohtaisia poliittisia kysymyksiä, jotka saavat paljon näkyvyyttä sekä perinteisessä että sosiaalisessa mediassa. Tämän takia se voidaan nähdä hyvin relevanttina viestintäkanavana puolueille. Lisäksi eduskuntakeskustelujen etu on se, että siitä puuttuu journalistinen kehys, sillä kyse on puolueiden ”suorasta” viestinnästä. Kyselytunneilla pidetyt keskustelut ovat tarkasti arkistoitu Parlamentsampoon (*Semantic Computing Research Group, 2021*). Tämä ei ainoastaan korosta aineiston luotettavuutta vaan varmistaa myös kätevän saavutettavuuden, ollen keskeinen tekijä koko aineiston luotettavuuden arvioinnissa.

Kyselytunneilla pidettävät puheet rajoittuvat yhteen minuuttiin, ja kuten nimestä voi päätellä, oppositio puolueet saavat esittää kysymyksiä hallitukselle, joka on velvollinen vastaamaan kysymyksiin. Näin ollen kyselytunnit tarjoavat tasa-arvoisen viestintäkanavan kaikille puolueille, mahdollistaen siten populistisen viestinnän tarkastelun yli puoluerajojen. Eduskunnan kyselytunnit nähdään hieman teatraalisempina keskustelumuuotona kuin muut eduskunnan keskustelut (Pekonen 2011). Kyselytunneilla ei esimerkiksi käydä niinkään väittelyjä tietyn lakimuutoksen sisällöstä vaan keskustellaan laajemmin yhteiskunnassa esiintyvistä epäkohdista ja tarvittavista toimenpiteistä. Kyselytunnin yleisönä eivät varsinaisesti ole muut puolueet tai poliitikot vaan lähinnä televisio-

ruutujen takana olevat katsojat (emt.). Verrattuna esimerkiksi sosiaaliseen mediaan, eduskunnan kyselytunneilla on normeja ja sääntöjä siitä, millainen puhe on hyväksyttävää. Keskustelua johtaa puhemies, jonka tehtävänä on moderoida keskustelua, jotta eduskunnan arvovalta säilyy.

Tutkimuksessa puheet eduskunnan kyselytunneilla koodattiin erityisten sääntöjen pohjalta populistiseksi viestinnäksi. Manuaalinen sisältöanalyysi tarjoaa yleensä suuremman validiteetin kuin automatisoitu tekstianalyysi, koska tutkija sekä testikoodarit, jotka ovat perehtyneet poliittiseen kontekstiin ja käytettyyn kieleen, tarkastelevat aineistoa huolellisesti (Hawkins ym. 2019). Manuaalisella sisältöanalyysillä on kuitenkin omat haasteensa, jotka liittyvät pääasiassa työn määrään. Siksi on tehtävä ratkaisuja liittyen aineistoon ja sen koodaukseen. Aineisto voidaan jakaa pienempiin yksiköihin (Krippendorff 2013), mikä tarkoittaa, että tässä tutkimuksessa yksi yksikkö on yksi puhe eduskunnan kyselytunnilla. Kyselytunneilla kuitenkin isommille puolueille jaetaan enemmän puheenvuoroja. Sen sijaan, että laskettaisiin populistiseksi viestinnäksi koodattujen puheiden lukumäärä, laskettiin populististen puheiden osuus kunkin puolueen kaikista pidetyistä puheista.

Sisältöanalyysia käytettiin arvioimaan populistisen viestinnän käyttöä eduskunnan kyselytunneilla vuosina 2015 ja 2023. Kuten edellä mainittiin, populistinen viestintä vaatii kansakeskeisyyden läsnäolon puheessa. Analyysi alkoi määrittämällä, sisältyikö puheisiin jonkinlainen ”kansaan” viittaava sisällyttävä elementti. Kansakeskeisyydestä sovellettiin Mirjam Cranmerin (2011) määritelmää, jossa pelkkä viittaus kansaan, kansalaisiin, veronmaksajiin tai muuhun vastaavaan ei riitä. Poliitikon viittaus kansaan otettiin huomioon vain, jos poliittinen toimija väittää puolustavansa ”kansan” tahtoa, olevansa vastuussa ”kansalle” tai legitimisoi väitteensä viittaamalla ”kansaan” (emt., 292).

Näitä puheita ei kuitenkaan voida vielä pitää populistisina, koska ”kansalla” on oltava vastaakohtansa, jotka voivat olla erilaisia eliittejä tai ulkopuolisia ryhmiä, joita pidetään uhkana. Näin ollen seuraava vaihe oli arvioida kansakeskeisiksi koodatut puheet ja katsoa, sisältävätkö ne eliitinvastaisia tai ”vaarallisia muita” ulossulkevia elementtejä.

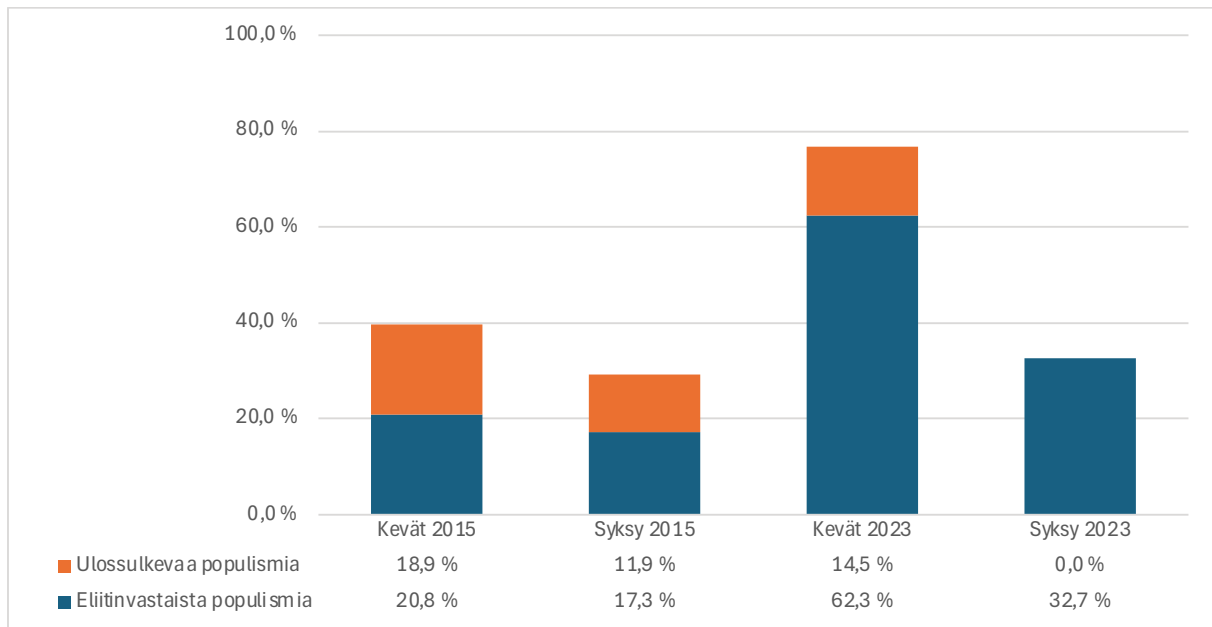
Eliitinvastaisuus voi ilmetä eri muodoissa riippuen toimijasta ja kontekstista, minkä vuoksi tarvitaan erilaisia luokitteluja. Eliitinvastaisuus voi liittyä poliittiseen järjestelmään, hallintoon, kansainvälisiin instituutioihin, mediaan, kulttuuriin, tieteeseen tai talouteen (de Vreese ym. 2018; Jagers ja Walgrave 2007; Mudde 2017; Rooduijn ja Pauwels 2011). Anti-politiikka (*anti-politics*) merkitsee politiikan tai politiikkojen kritisointia tai syyttelyä. Anti-valtio (*anti-state*) keskittyy valtion epäonnistumisiin julkisten palvelujen tuottamisessa. Anti-kansainväliset instituutiot (*anti-international institutions*) keskittyy kansainvälisiin instituutioihin, kuten esimerkiksi Euroopan unioniin, Yhdistyneisiin kansakuntiin, Greenpeaceen ja siihen, miten ne ovat epäonnistuneet ja toimivat vastoin kansan tahtoa. Anti-media (*anti-media*) on median ja median toiminnan vastustamista. Eliitinvastaisuus voi liittyä myös niin sanottuihin eliittiryhmiin, jotka populistien mukaan asettavat omat etunsa kansan etujen edelle. Nämä ryhmät voivat olla yksilöitä tai instituutioita, jotka edustavat esimerkiksi tieteellistä yhteisöä (*anti-science*), kulttuuriliittiä (*anti-culture*) tai talouseliittiä (*anti-economy*). Katso Liite A artikkelin lopussa tarkempaa koodausjärjestelmää varten.

Samoin kuin eliitinvastaisuus, ”vaarallisten muiden” ulossulkeminen vaihtelee toimijasta ja kontekstista riippuen. Ulossulkeminen voi liittyä etnisiin, seksuaalisiin tai uskonnollisiin vähemmistöihin, samoin kuin maahanmuuttajiin ja ulkomaalaisiin, kun heidät kuvataan uhkana

”kansalle”. Lisäksi varakkaita yksilöitä tai tiettyjä elämäntapoja voidaan myös pitää ulossulkevan populismin kohteena, jos heidän elämäntapansa esitetään uhkana esimerkiksi lapsille ja nuorille. Katso Liite A tarkempaa koodausjärjestelmää varten.

Aikaisemmissa tutkimuksissa on käytetty samaa koodauskirjaa samankaltaisen aineiston kanssa, ja koodauskirjaa on testattu kahdella testikoodaajalla. Testikoodauksen tuloksena saatiin 0,822 Krippendorffin alfa, joka mittaa testikoodaajien luokittelujen yhtenäisyyttä samaa aineistoa arvioitaessa. Artikkelin kirjoittaja vastaa koodatusta aineistosta.

### POPULISTINEN VIESTINTÄ VUOSINA 2015 JA 2023 EDUSKUNNAN KYSELYTUNNEILLA



**Kuvio 2.** Osuudet perussuomalaisten puheista eduskunnan kyselytunneilla, joissa esiintyi eliitinvaistaista tai ulossulkevaa populistista viestintää vuosina 2015 ja 2023 (perussuomalaisten puheet keväällä 2015: 53, syksyllä 2015: 168, keväällä 2023: 69, syksyllä 2023: 168. n. 458).

Kuvio 2 näyttää sen, kuinka suuri osa perussuomalaisten puheista eduskunnan kyselytunneilla sisälsi eliitinvaistaista tai ulossulkevaa populistista viestintää. Keväällä 2015 perussuomalaisten puheista noin 40 prosenttia sisälsi populistista viestintää. Siitä noin puolet oli eliitinvaistaista, jossa kritisoitiin muun muassa maan poliittista eliittiä sekä Euroopan unionia. Noin puolet populistisista puheista oli ulossulkevaa populismia kohdistuen pitkälti maahanmuuttajiin ja ruotsin kielen asemaan.

Tutkimusten mukaan suomalaisten selkeä enemmistö vastustaa pakkoruotsia. Vuoden 2011 vaalien alla sitä vaalikonevastauksissa vastusti myös suurin osa meistä tähän saliin valituista

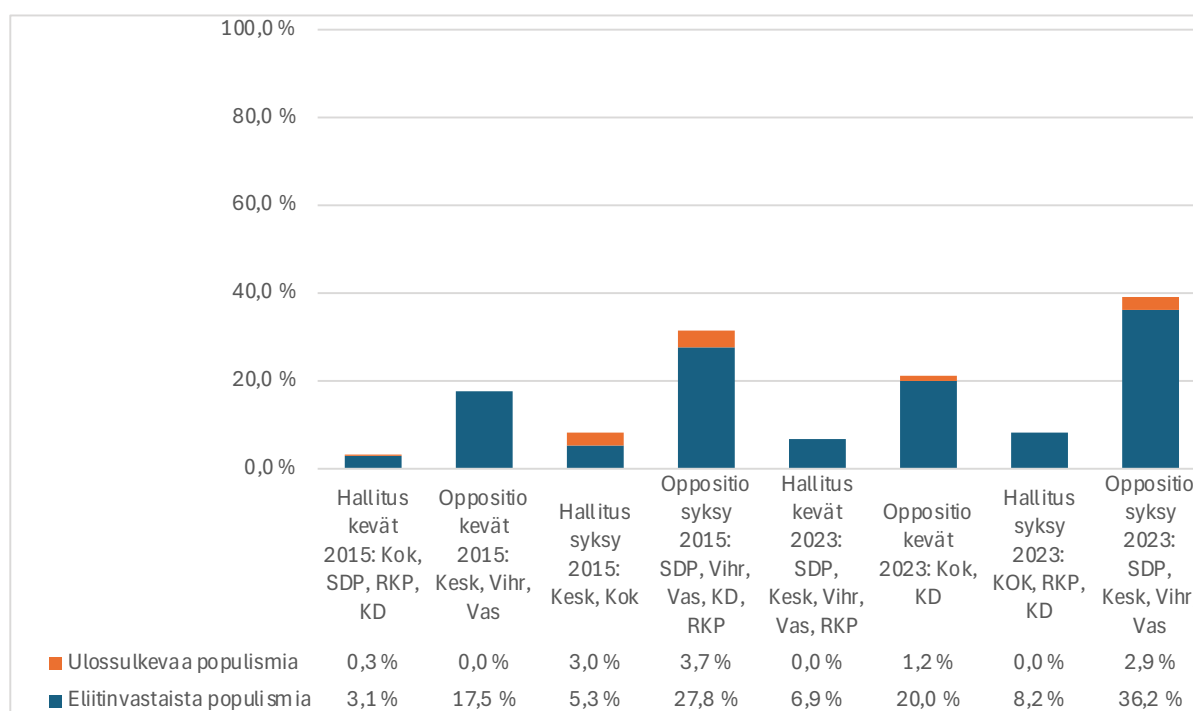
---

edustajistakin. Silti pelkään, että tulevassa äänestyksessä aloite takkia kääntäen ja äänestäjät pettäen hylätään. Jos näin käy, uskon, että monien kansalaisten mielestä politikointi on ajanut itse asian ohi – – (PTK 165/2014 vp, Juho Eerola, PS, 5.3.2015.)

Syksyllä 2015 hallitusvastuussa noin 30 prosenttia perussuomalaisen puheista sisälsi populistista viestintää. Pakolaiskriisi sai tuolloin suurimman huomion Suomen politiikassa. Siksi ei ole yllättävää, että perussuomalaiset käytti tuolloin eliitin vastaista populismia, kohdistuen erityisesti Euroopan unionin maahanmuuttopolitiikkaan. Lisäksi perussuomalaiset käytti ulossulkevaa populismia, joka kohdistui pakolaisiin ja maahanmuuttajiin. Populistisen viestinnän käyttö kuitenkin väheni noin 10 prosenttiyksiköllä kun perussuomalaiset siirtyivät oppositiosta hallitukseen vuonna 2015.

Syksyllä 2023 perussuomalaisten käyttämä populistinen viestintä väheni myös kyselytuntien aikana verrattuna kevääseen 2023, jolloin puolue istui oppositiossa. Toki populistista viestintää esiintyi edelleen, pääasiassa kohdistuen entiseen hallitukseen, punavihreään vasemmistoon ja ammattiyhdistysliikkeeseen. Populistinen viestintä väheni huomattavasti enemmän vuonna 2023 kuin vuonna 2015. Keväällä 2023 perussuomalaisten puheista reilut 76 prosenttia sisälsi populistista viestintää ja syksyllä enää noin 33 prosenttia.

Tätä keskustelua kuunnellessani kävi mielessäni kysyä tällainen kansalaispalautteeseen perustuva kysymys, joka on tällä kaudella ollut hyvin silmiinpistävä: Ministeriaitiosta ministerit eivät ole vastanneet opposition kysymyksiin kuluneella kaudella. Pyöritellään kyllä manttaa ja selitellään siitä asian vierestä, mutta ei suoraan oppositiopoliitikon kysymyksiin. Tätä kansalaispalautetta me saamme paljon tänne saliin. Toistuvat vastausten laiminlyönnit ovat olleet märkä rätti Suomen kansalaisten kasvoille. Se on aivan selvä asia. Mihin parlamentaariseen tai perinteiseen tapaan tämä uudeksi normaaliksi muodostunut härski tapa perustuu? Onko kyseessä ollut haluttomuus vai kenties jopa osaamattomuus? — Kiitos (PTK 179/2022, Mauri Peltokangas, PS, 2.3.2023.).

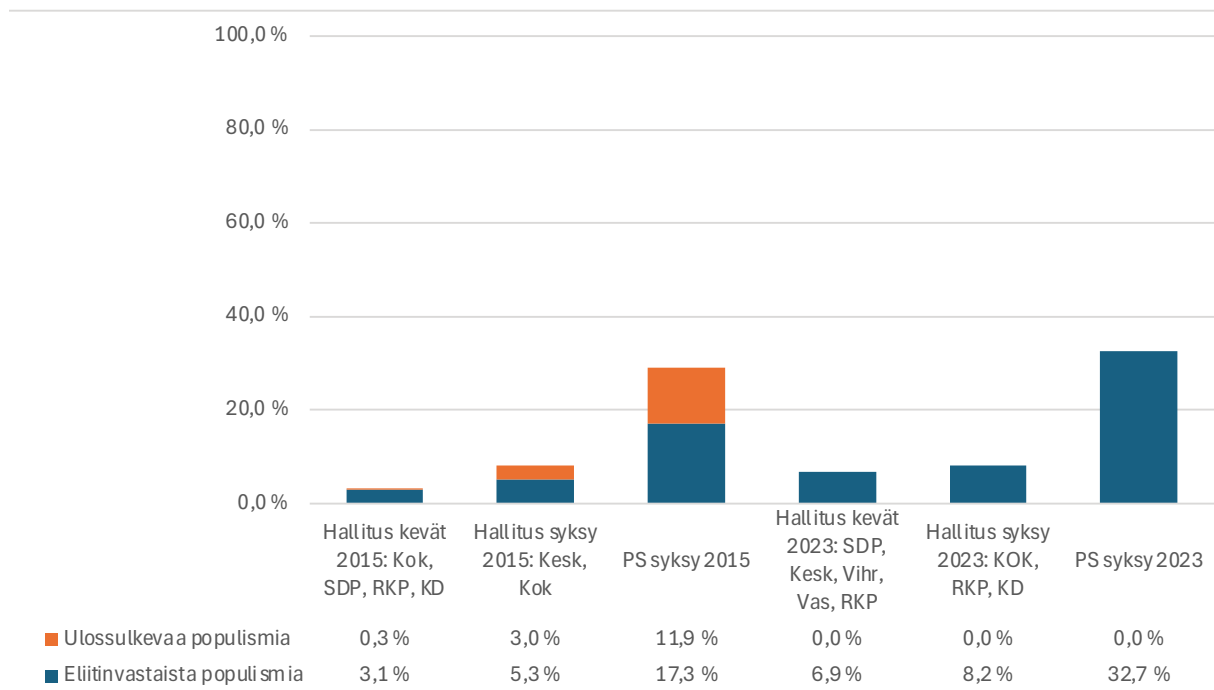


**Kuvio 3.** Osuudet ei-populististen puolueiden puheista eduskunnan kyselytunneilla, joissa esiintyi eliitinvaistaista tai ullossulkevaa populistista viestintää vuosina 2015 sekä 2023 (hallituspuolueiden puheet keväällä 2015: 326, syksyllä 2015: 398, keväällä 2023: 246, syksyllä 2023: 268. Oppositioapuolueiden puheet keväällä 2015: 97, syksyllä 2015: 324, keväällä 2023: 85, syksyllä 2023: 279. n. 2023).

Kuvio 3 näyttää sen, kuinka suuri osa muiden puolueiden puheista sisälsi populistista viestintää hallituksessa ja oppositiossa vuosina 2015 ja 2023. Kuvion perusteella nähdään, että myös muut suomalaiset eduskuntapuolueet käyttävät populistista retoriikkaa, vaikka osuudet ovatkin pienempiä kuin perussuomalaisilla. Riippuen ajankohdasta oppositiopuolueiden yhteenlasketut osuudet puheista, jotka sisältävät populistista viestintää vaihtelevat noin 20 prosentista noin 40 prosenttiin. Vaihtelu selittyy puoluekohtaisilla eroilla (ks. liite B). Hallitusvastuussa olevat puolueet käyttävät kuitenkin selvästi vähemmän populistista viestintää kuin oppositiopuolueet. Hallituspuolueiden yhteenlasketut osuudet puheista, jotka sisältävät populistista viestintää ovat parista prosentista noin viiteen prosenttiin. Hallitusvastuu selvästi hillitsee yleisesti ei-populistisiksi käsitettyjen puolueiden populistisen viestinnän käyttöä. Lisäksi ullossulkevaa populismia esiintyi erittäin harvoin puolueiden puheissa riippumatta siitä, olivatko puolueet hallituksessa tai oppositiossa.

Kuviosta 3 voidaan huomata, että kun oppositiossa on enemmän vasemmistopuolueita, puheissa esiintyy enemmän populistista viestintää kuin silloin, kun oppositiossa on enemmän oikeistopuolueita. On kuitenkin tärkeää huomata, että syksyllä 2015 oppositiossa istuivat myös kristillisdemokraatit ja ruotsalainen kansanpuolue, kun taas syksyllä 2023 oppositiossa istui myös keskusta. Näitä puolueita ei kuitenkaan voida luokitella vasemmistopuolueiksi. Tarkempia puoluekohtaisia eroja voi katsoa liitteestä B.

Pääministeri, te sanoitte hiljattain, että Suomi on syvällä suossa. Minusta ja aika monesta suomalaisesta tuntuu nyt tänä päivänä, että vasta te olette viemässä meitä sinne syvälle suohon. Suomi on suomalaiset ihmiset. Suomi on ne poliisit, jotka tekevät sunnuntaisin työtä. Suomi on ne sairaanhoitajat, jotka ovat sunnuntaisin töissä. Suomi on opettajat, yrittäjät, kaikki ihmiset, jotka rakentavat tätä maata – Pääministeri, te olette ehdottamassa leikkauksia, jotka esimerkiksi sosiaali- ja terveydenhuoltoalalla merkitsevät monelle sairaanhoitajalle ja muille hoitajille yli 10 prosentin palkanleikkausta. Oletteko te, pääministeri, sitä mieltä, että Suomen sosiaali- ja terveydenhuollon ammattilaiset ansaitsevat tällaisen kohtelun tänä aikana Suomen hallitukselta yksipuolisella sanelupäätöksellä, eivät neuvottelemalla etsittyä ratkaisua, jossa työntekijöidenkin asemaa parannetaan? Arvoisa pääministeri, miksi te olette mennyt suurtyönantajien ja EK:n kelkkaan ettekä ole miettineet suomalaisia ihmisiä? (PKT 31/2015, Ville Niinistö, Vihr, 10.9.2015.)



**Kuvio 4.** Vuosien 2015 ja 2023 hallituspuolueiden osuudet puheista, joissa esiintyy populistista viestintää, sekä perussuomalaisten puheiden osuudet hallitusvastuussa, joissa esiintyy populistista viestintää (hallituspuolueiden puheet keväällä 2015: 326, syksyllä 2015: 398, keväällä 2023: 246, syksyllä 2023: 268. Perussuomalaisten puheet syksyllä 2015: 168, syksyllä 2023: 168. n. 1574).

Kuvio 4 näyttää vuosien 2015 ja 2023 hallituspuolueiden osuudet puheista eduskunnan kyselytunneilla, joissa esiintyy populistista viestintää, sekä perussuomalaisten puheenvuorojen osuudet hallitusvastuussa, joissa esiintyy populismia. Perussuomalaisten puheista hallitusvastuussa reilut 30 prosenttia sisältää populistista viestintää, mikä on selvästi enemmän kuin muiden

puolueiden populistisen viestinnän osuus puheista hallitusvastuussa. Hallitusvastuussa olevien ei-populististen puolueiden puheissa ainoastaan noin kolmesta kahdeksaan prosentissa ilmeni populistista viestintää. Lisäksi nämä puolueet käyttivät hyvin harvoin ulossulkevaa populismia ollessaan hallitusvastuussa, kun taas perussuomalaisten kohdalla sitä esiintyi noin 12 prosentissa puheista syksyllä 2015.

Huomionarvoista on se, että perussuomalaisten osuus puheista, joissa esiintyy populistista viestintää, on hallitusvastuussa lähes sama syksyllä 2015 sekä 2023. Puolue on kuitenkin muuttunut hyvin paljon vuoden 2017 puoluekokouksen jälkeen, jolloin perussuomalaisten pitkäaikainen puheenjohtaja Timo Soini ei hakenut uudelleen valintaa. Puolueen johtoon nousi puolueen radikaalimpaa siipeä edustava Jussi Halla-aho, jonka ideologisen taustan jakaa myös puolueen nykyinen puheenjohtaja Riikka Purra. Lisäksi muidenkin hallitusvastuussa olevien puolueiden osuus puheista, joissa ilmenee populistista viestintää, on lähestulkoon sama ajankohdasta riippumatta.

### ***Räyhävästä oppositiosta vastuulliseksi hallituspuolueeksi***

Tutkimuksen tarkoituksena oli arvioida, kuinka hyvin teesi sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta soveltuu populistiseen viestintään. Toisin kuin aikaisemmissa tutkimuksissa, analyysissä tarkasteltiin kaikkia eduskuntapuolueita eikä vain yhtä oikeistopopulistista puoluetta. Tämä vertailu mahdollisti sen, että voitiin selvittää, päteekö teesi yli puoluerajojen ja jos pätee, niin miten oikeistopopulistinen puolue ja niin sanotut ei-populistiset puolueet erosivat ollessaan hallitusvastuussa.

Tutkimuksessa esitettiin kolme hypoteesia, jotka perustuivat teoriaan ja aiempaan tutkimukseen. Ensimmäinen hypoteesi oli: *populistinen puolue käyttää vähemmän populistista viestintää ollessaan hallituksessa kuin ollessaan oppositiossa*. Tutkimustulokset osoittivat, että perussuomalaiset käytti vähemmän populistista viestintää eduskunnan kyselytunneilla ollessaan hallitusvastuussa. Syksyllä 2015 pakolaiskriisin aikana perussuomalaisten puheista noin neljännes sisälsi populistista viestintää, mikä oli noin 15 prosenttiyksikköä vähemmän kuin saman vuoden keväällä. Tämä ajanjakso oli erityisen mielenkiintoinen, koska pakolaiskriisi alkoi tulla voimakkaasti esiin Suomen politiikassa ja mediassa. Aikaisempi tutkimus populismin ja kriisien välisestä suhteesta on huomionnut, että oikeistopopulistiset puolueet ovat hyödyntäneet kriisejä kasvattaakseen suosiotaan (Caiani ja Graziano 2019). Esimerkiksi Benjamin Moffitt (2016) on väittänyt, että kriisit ja kriisitilanteen luominen ovat olennainen osa populististen puolueiden viestintää. Kun tarkastellaan perussuomalaisten populistista viestintää syksyllä 2015, huomataan, että he käyttivät ulossulkevaa populismia ja syyttivät kriisistä Euroopan unionia. Kuitenkin heidän populistisen viestintänsä osuus väheni kevääseen 2015 verrattuna, jolloin puolue oli oppositiossa. Näin ollen vaikuttaa siltä, että hallitusvastuu saattoi ainakin osittain hillitä puolueen viestintää jopa otollisessa kriisitilanteessa.

Tämä kansalaisaloite on todella hyvä ja kannatettava – Nyt kun on tilanne, että maahanmuutto lisääntyy, nyt on tullut oikea vyöry, ja on tutkittu, että muun muassa somaleissa 17-kertainen on se määrä raiskauksissa kantasuomalaisiin nähden, niin ottaisın tämän nimenomaan

varoituksena näille nuorille, että nyt on vaarallista liikkua tuolla... Joka päivä me saamme lukea lehdistä joukkoraiskauksista ja niin edelleen. Ei niitä ennen ollut. Ehdottaisinkin, niin kuin edellinen puhuja sanoi tuossa, kastraatiota. Se ei ole kallis, ei maksa 70 000:ta euroa vuodessa. Jos annetaan vaikka viisi vuotta tuomiota, se on aika kallis lasku yhteiskunnalle. Kastraation seurauksena ei tule uusimisia. Se varmasti päättyy siihen. Ja vielä, jos otetaan sillä tavalla, että tämä on kuitenkin aika häpeällinen homma: kuva lehteen, se on hyvä kans. (PTK 51/2015 vp, Teuvo Hakkarainen, PS, 15.10.2015.)

Myös vuonna 2023 perussuomalaisten populismin sävy muuttui hallitusvastuussa maltillisemmaksi. Keväällä 2023 perussuomalaisten populistinen viestintä keskittyi pääasiassa elinkustannusten, energian ja bensinin hintojen nousuun sekä siihen, miten istuva hallitus sekä Euroopan unioni eivät kyenneet huolehtimaan ”tavallisesta kansasta”. Syksyllä 2023 perussuomalaisten populistisen viestinnän määrä väheni eduskunnan kyselytunneilla. Populismi ei kuitenkaan täysin kadonnut, vaikka sen sisältö hieman muuttuikin. Syksyllä 2023 perussuomalaisten kohteena olivat erityisesti vasemmistopuolueet ja ammattiyhdistysliike, joita perussuomalaiset syytti ”ulkoparlamentaarisesta vaikuttamisesta” ja Suomen ”kansan tahdon vastustamisesta”. Hallitusvastuussa olevan populistisen puolueen populistinen viestinnän kohdistuminen erityisesti edelliseen hallitukseen on linjassa Schwörerin (2022) tutkimustulosten kanssa. Suomalaisena piirteenä voidaan nähdä perussuomalaisten populistisen viestinnän kohteena oleva ammattiyhdistysliike. Varsinkin syksyllä 2023 eduskunnan kyselytunneilla perussuomalaiset syytteli ja kritisoi ammattiyhdistysliikettä siitä, että se ei puolusta tavallisen suomalaisen työntekijän etua vaan pikemminkin omaa valta-asemaansa suomalaisessa yhteiskunnassa. Näyttääkin siltä, että ammattiyhdistysliike tarjosi perussuomalaisille sopivan syntipukin ja eliitin, jota voi syyttää siitä, että se ajaa omia etujaan vastoin kansan tahtoa. Tulosten perusteella voidaan kuitenkin väittää, että perussuomalaisten viestintä ainakin määrällisesti hieman maltillistui hallitusvastuussa ja sen sisältö muuttui uuteen asemaan sopivammaksi. Ensimmäinen hypoteesi voidaan siis vahvistaa perustuen vuosien 2015 ja 2023 analyysien tuloksiin.

On jännittävä tulkintatapa, että hallitus heikentää palkansaajan elämää, kun juuri muutama päivä sitten näimme muun muassa sellaiset uutiset ja laskelmat, että tavanomaisen palkansaajan, noin 3 500 euroa kuussa tienaa, ensi vuonna käteen jäävä tulo kasvaa lähes 600 euroa. Tämä tarkoittaa sitä, että kun yhdistetään siihen, että inflaatio on heikentymässä, niin ensi vuonna duunarin, palkansaajan, ostovoima paranee selvästi... Se, että te viikosta toiseen teidän parlamentin ulkopuolisen oppositioystävämme kanssa kerrotte, että nämä toimet ovat erityisen radikaaleja, ei pidä paikkaansa... (PTK 73/2023 vp, Riikka Purra, PS, 14.12.2023.)

Suomessa ajatellaan yleisesti, että vain perussuomalaiset käyttävät populistista viestintää, mutta myös muut puolueet käyttävät toisinaan populistista viestintää (Järvinen 2024). Tästä syystä toisena hypoteesina esitettiin, että *ei-populistiset puolueet käyttävät vähemmän populistista viestintää ollessaan hallitusvastuussa*. Oppositioista käsin puolueiden on helpompaa käyttää populistista viestintää, kun ne syyttelevät hallituksen toimia ja politiikkaa. Vasemmistopuolueiden populistinen viestintä oppositiossa liittyi erityisesti hallituksen tekemään talouspolitiikkaan ja siihen, miten he suosivat varakkaimpia heikompiensaisten kustannuksella. Varsinkin syksyllä



2023 vasemmistopuolueiden puheissa näkyi paljon hallituksen politiikkaan kohdistuvaa populistista viestintää, jossa piikiteltiin hallituksen tukevan politiikallaan ministeripalkalla eläviä suomalaisia muiden suomalaisten kustannuksella.

Oikeudenmukaisuus on varmasti se avainsana, ja jokainen voi sitten miettiä, kuinka oikeudenmukaista ja reilua on korottaa työmatkoja ajavien, ensiasunnon ostajien, kirjojen, lääkkeiden, verotusta. Ja hallitus ei pääse tästä yli eikä ympäri, ministeri Purra, että näiden verotusta te nostatte ja samaan aikaan te kevennätte suurituloisten, 14 000 kuukaudessa ansaitsevien verotusta kaikkein eniten, eli teidän itsenne tuloluokan verotusta... kumpi ansaitsee enemmän veronkevennyksiä, ministeritason tuloluokka — te, ministerit — vai sitten se hitsaaja, rajavartija, opettaja, sairaanhoitaja, kaupan myyjä? Kumpi?” (PTK 65/2023 vp, Pia Viitanen, SDP, 30.11.2023.)

Oikeiston puolella oppositioasemassa nähtiin, että istuvan hallituksen talouspolitiikka syrjii tavallisia pienyrittäjiä, vasemmisto ”yliverottaa” suomalaista työntekijää ja että hallitus sysää talous- ja hyvinvointiyhteiskuntaan liittyvät epävarmuudet sekä ongelmat tulevalle sukupolvelle. Oikeistopuolueiden populistisessa viestinnässä esiintyi useasti ajatus siitä, miten vasemmistohallitus veropolitiikallaan kurittaa ”tavallista rehellistä palkansaajaa”. Oikeistopuolueet myös esittivät, että ammattiyhdistysliikkeellä on liikaa valtaa suomalaisessa demokratiassa ja se toimii kansan tahdon vastaisesti. Tämä kritiikki ei kuitenkaan nouse yhtä usein esille kuin perussuomalaisten puheissa.

Tämä hallitus on ottanut 40 miljardia lisää velkaa, ja me maksamme 2,6 miljardia pelkkiin korkoihin. Taloustieteen termi moraalikato tarkoittaa suomeksi sanottuna sitä, että syödään lasten lautasilta. Elikkä te olette tehneet velkaa, että meidän lapset voisivat sitä sitten maksaa. Onko se teidän mielestänne oikein, ja miksi te teitte tällaisen teon meidän lapsille? (PTK 179/2022 vp, Paula Risikko, Kok, 2.3.2023.)

Hallitusvastuuseen siirtyessään yleisesti ei-populistisina nähtyjien puolueiden populistiset puheenvuorot kyselytunneilla melkein katoavat riippumatta puolueen poliittisesta taustasta. Populistinen viestintä saattaa olla jonkinlainen strateginen valinta näille puolueille oppositioasemassa, sillä valtaan päästessään ne lähestulkoon lopettavat sen käytön. Syy-seuraussuhteesta riippumatta on selvää, että ei-populistiset puolueet eivät käytä populistista viestintää hallitusvastuussa. Näin ollen toinen hypoteesi voidaan vahvistaa.

Kun verrataan perussuomalaisten ja muiden puolueiden populistisen viestinnän käyttöä hallituksessa, huomataan, että vaikka perussuomalaisten viestintä jonkin verran maltillistuu siirryttäessä oppositiosta hallitukseen, se ei kuitenkaan ole yhtä maltillista kuin muiden hallituspuolueiden puheet. Aiemmin mainittiin, että eliitinvastaisuus saattaa äänestäjien silmissä tuntua epäuskottavalta, kun puolue itse istuu hallituksessa. Toisaalta liiallinen maltillistuminen voi myös olla äänestäjien mielestä epäuskottavaa, jos eliitinvastainen populistinen puolue muuttuu hallituksessa liikaa. Tämä voi johtaa kannatuksen heikentymiseen, sisäisiin ristiriitoihin ja jopa puolueen hajoamiseen, mikä saattaa osaltaan selittää perussuomalaisten hajoamisen vuonna 2017. Kolmantena hypoteesina esitin, että *populistinen puolue käyttää enemmän populistista*

*viestintää hallituspuolueena kuin muut puolueet hallitusvastuussa.* Tämän tutkimuksen tulosten perusteella myös kolmas hypoteesi voidaan vahvistaa.

## POHDINTA

Hallitusvastuu näyttää siis vähentävän populistisen viestinnän käyttöä yli puoluerajojen. Maltillistuminen on erityisen vahvaa niin sanottujen ei-populististen puolueiden puheissa, mutta niiden ollessa hallitusvastuussa populistista viestintää ei nähdä lähes ollenkaan. Perussuomalaisetkin näyttää hallitusvastuussa käyttävän vähemmän populistista viestintää ja sen sisältö hieman muuttuu. Kuitenkin on huomioitava, että perussuomalaiset käyttää selvästi enemmän populistista viestintää hallituspuolueena verrattuna muihin hallituspuolueisiin. Sisällyttämisen kautta tapahtuva maltillistuminen näyttää pätevän erityisen hyvin ei-populististen puolueiden kohdalla ja voidaankin sanoa, ettei kyseessä ole niinkään maltillistuminen vaan populistisen viestinnän häviäminen. Perussuomalaisten kohdalla teesi näyttää pitävän osittain paikkansa, vaikkakin puolue käyttää myös hallitusvastuussa populistista viestintää. Tämän voi selittää sillä, että jos puolue maltillistuu liikaa se voi menettää osan kannattajistaan. Lisäksi on täysin mahdollista, että populismi on osa perussuomalaisten ideologiaa ja maailmankatsomusta, joka perustuu eliitinvastaisuuteen. Näin ollen populistinen viestintä paistaa läpi myös hallitusvastuussa.

Niin sanottujen ei-populististen oppositiopuolueiden populistisen viestinnän käytössä esiintyi eroja, kuten jo aiemmin esitin. Syksyllä 2015 sekä syksyllä 2023 enemmistö oppositiosta koostui vasemmistopuolueista, kun taas keväällä 2015 ja keväällä 2023 oppositiossa oli enemmän oikeistopuolueita. Kun oppositiossa on enemmän vasemmistopuolueita, näyttää siltä, että populistista viestintää esiintyy enemmän eduskunnan kyselytunneilla. Tutkimus ei pyrkinyt selittämään, kuinka puolueen taustaideologia saattaa vaikuttaa populistiseen viestintään, eikä näiden tulosten perusteella voida tehdä liian pitkälle meneviä johtopäätöksiä. Mutta jotain mielenkiintoista on käynnissä. Oppositiopuolueiden populistisen viestinnän käyttö syksyinä 2015 ja 2023 saattaa selittyä sillä, että kun radikaali puolue istuu hallituksessa ja käyttää enemmän populistista viestintää kuin muut hallituspuolueet, se aiheuttaa vastareaktion, jonka seurauksena myös yleensä ei-populistisiksi luokitellut puolueet käyttävät enemmän populismia. Erityisesti tilanteissa, joissa laitoikeistolainen puolue hallitusvastuussa kohdistaa populisminsa oppositiota vastaan, saattaa tapahtua eräänlainen ”taistellaan tulella tulta vastaan -ilmiö”, joka johtaa populistisen viestinnän käytön yleistymiseen politiikassa ja mahdollisen vastakkainasettelun lisääntymiseen. Toisin sanottuna tämän tutkimuksen tulosten perusteella ei voida väittää, että ei-populistiset vasemmistopuolueet käyttävät enemmän populismia kuin ei-populistiset oikeistopuolueet Suomessa, koska syynä voi olla myös edellä mainittu vastareaktio.

Tutkimuksella on omat rajoitteensa, jotka pääasiassa liittyvät valittuun aineistoon. Eduskunnan kyselytunnit ovat vain yksi poliittisen viestinnän kanava. Sen institutionaalisen luonteen vuoksi se ei välttämättä ole se kanava, jossa puolueet käyttävät eniten populistista viestintää. Lisäksi kyselytunneilla kyse on tilanteesta, jossa oppositio lähtökohtaisesti haastaa hallitusta. Ei ole siis ihme, että oppositio nimensä mukaisesti helpommin vastustaa ja provosoi, kun taas hallitus puolustaa ja liudentaa, mikä saattaa vaikuttaa populistisen viestinnän käyttöön. Mikäli

tutkimusaineistona olisi esimerkiksi sosiaalinen media, olisi mahdollista, että populistista viestintää esiintyisi enemmän myös hallitusvastuussa olevilta puolueilta. Lisäksi populistiset puolueet käyttävät hyvin usein kaksoispuhetta (Vaarakallio 2017), millä tarkoitetaan sitä, että virallisissa viestintäkanavissa puhe voi olla hillitympää ja suunnattu maltillisemmille äänestäjille, mutta sosiaalisessa mediassa puolue saattaa käyttää populistisempaa ja räväkämpää puhetta, jolla puhutellaan erityisesti puolueen ydinkannattajia. Etenkin Orpon hallituksessa vaikuttaa siltä, että perussuomalaiset ovat olleet hyvinkin populistisia perinteisessä sekä sosiaalisessa mediassa. Näin ollen tarvitaan lisää tutkimusta siitä, miten hallitusvastuussa perussuomalaiset viestii eri foorumeilla ja päteekö sisällyttämisen kautta tapahtuva maltillistuminen myös epävirallisemmissa viestintäkanavissa.

Tulosten yleistämisen suhteen on tärkeää muistaa, että Suomessa on vahva perinne konsensushakuisesta politiikasta. Tämä näkyy erityisen selvästi niin sanotuissa ylisuurissa hallituskoalitioissa, joissa hyvin erilaiset puolueet kykenevät yhteistyöhön. Tästä syystä aikaisemmin väitin, että jos sisällyttämisen kautta tapahtuvaa maltillistumista ei havaita Suomessa, on epätodennäköistä, että sitä esiintyisi maissa, joissa politiikka on enemmän konfliktihakuista. Tutkimustulosten perusteella näyttää siltä, että Suomen kaltaisessa konsensushakuisessa maassa sisällyttämisen kautta tapahtuva maltillistuminen pätee melko hyvin niin sanottujen ei-populististen puolueiden osalta. Kuitenkin perussuomalaisten vain osittainen maltillistuminen viittaa siihen, että maissa, joissa politiikka on konfliktihakuisempaa, hallitusvastuu ei välttämättä hillitse populismin käyttöä. Tämän vuoksi tarvitaan lisää vertailevaa tutkimusta ennen kuin teesi sisällyttämisen kautta tapahtuvasta maltillistumisesta voidaan todentaa.

## VIITTEET

1. Liike Nyt jätetään analyysin ulkopuolelle, koska puoluetta ei ollut olemassa vuonna 2015.
2. Aineisto kerätty Parlamenttisammosta (Semantic Computing Research Group, 2021).

## LÄHTEET

Akkerman, Tjitske., de Lange, Sarah L. ja Rooduijn, Matthijs. 2016. Inclusion and mainstreaming: Radical right-wing populist parties in the new millennium. Teoksessa Tjitske Akkerman, Sarah L. de Lange ja Matthijs Rooduijn (toim.), *Radical right-wing populist parties in Western Europe: Into the mainstream?*. London: Routledge, 1–28.

Aslanidis, Paris. 2016. Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. *Political Studies* 64:1,88–104. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12224>

Bernhard, Laurent 2020. Revisiting the Inclusion-Moderation Thesis on Radical Right Populism: Does Party Leadership Matter? *Politics and Governance* 8:1, 206–216. <https://doi.org/10.17645/pag.v8i1.2515>

Bernhard, Laurent ja Kriesi, Hanspeter. 2019. Populism in election times: A comparative analysis of 11

- countries in Western Europe. *West European Politics* 42:6, 1188–1208.  
<https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1596694>
- Caiani, Manuela ja Graziano, Paolo. 2019. Understanding varieties of populism in times of crises. *West European Politics* 42:6, 1141–1158. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1598062>
- Cranmer, Mirjam. 2011. Populist Communication and Publicity: An Empirical Study of Contextual Differences in Switzerland. *Swiss Political Science Review* 17:3, 286–307.  
<https://doi.org/10.1111/j.1662-6370.2011.02019.x>
- Dai, Yaoyao ja Kustov, Alexander. 2022. When Do Politicians Use Populist Rhetoric? Populism as a Campaign Gamble. *Political Communication* 39:3, 383–404.  
<https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2025505>
- Downs, Anthony. 1957. An Economic Theory of Political Action in a Democracy. *The Journal of Political Economy*, 65:2, 135–150. <https://doi.org/10.1086/257897>
- Engesser, Sven, Ernst, Nicole, Esser, Frank ja Büchel, Florin. 2017. Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20:8, 1109–1126.  
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>
- Grbeša, Marijana ja Šalaj, Berto. 2018. Textual analysis: An inclusive approach in Croatia. Teoksessa Kirk A. Hawkins, Ryan E. Carlin, Levente Littvay ja Cristóbal Rovira Kaltwasser (toim.), *The Ideational Approach to Populism*, Routledge, 67–89.
- Hameleers, Michael. 2018. A Typology of Populism: Toward a Revised Theoretical Framework on the Sender Side and Receiver Side of Communication. *International Journal of Communication*, 12:20.
- Hawkins, Kirk A., Rosario, Aguilar, Castanho, B., Silva, Jenne, Erin K., Kocijan, Bojana ja Cristóbal Kaltwasser, Rovira. 2019. *Global Populism Database*. 2019 EPSA Annual Conference in Belfast.  
<https://doi.org/10.7910/DVN/LFTQEZ>
- Herkman, Juha. 2019. *Populism in aika*. Vastapaino.
- Herkman, Juha ja Jungar, Ann-Cathrine. 2021. Populism and media and communication studies in the Nordic countries. Teoksessa Eli Skogerbø, Øyvind Ihlen, Nete Nørgaard Kristensen ja Lars Nord (toim.), *Power, communication, and politics in the Nordic Countries*. Nordicom, 241–261.
- Jagers, Jan ja 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.  
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>
- Järvinemi, Jon. 2022. Populist communication among usual and unusual suspects: A longitudinal analysis of the communication of Finnish party leaders during parliamentary elections (2007–2019). *Scandinavian Political Studies* 45:2, 227–252. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12223>
- Järvinemi, Jon. 2024. The anatomy of populist communication during COVID-19. *Journal of Political Ideologies*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/13569317.2024.2410303>
- Krause, Werner ja Wagner, Aiko. 2021. Becoming part of the gang? Established and nonestablished populist parties and the role of external efficacy. *Party Politics*, 27:1, 161–173.  
<https://doi.org/10.1177/1354068819839210>
- Krippendorff, Klaus. 2013. *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE.
- Meyer, Thomas M. ja Wagner, Markus. 2013. Mainstream or Niche? Vote-Seeking Incentives and the Programmatic Strategies of Political Parties. *Comparative Political Studies* 46:10, 1246–1272.  
<https://doi.org/10.1177/0010414013489080>
- Moffitt, Benjamin. 2016. *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*.

- Stanford University Press.
- Mudde, Cas. 2017. *Populism*. The Oxford Handbook of Populism. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.1>
- Pekonen, Kyösti. 2011. *Puhe eduskunnassa*. Vastapaino.
- Reinemann, Carsten, Aalberg, Toril, Esser, Frank, Strömbäck, Jesper ja de Vreese, Claes H. 2017. Populist Political Communication Toward a Model of Its Causes, Forms, and Effects. Teoksessa Toril Aalberg, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Stromback ja Claes H. de Vreese (toim.), *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge, 12–25.
- Rooduijn, Matthijs ja Pauwels, Teun. 2011. Measuring Populism: Comparing Two Methods of Content Analysis. *West European Politics* 34:6, 1272–1283. <https://doi.org/10.1080/01402382.2011.616665>
- Schwörer, Jakob. 2022. Less Populist in Power? Online Communication of Populist Parties in Coalition Governments. *Government and Opposition* 57:3, 467–489. <https://doi.org/10.1017/gov.2021.2>
- Semantic Computing Research Group. 2021. *Parlamenttisampo*. PID <https://parlamenttisampo.fi/fi/>
- Strandberg, Kim ja Carlson, Tom. 2021. Media and politics in Finland. Teoksessa Eli Skogerbø, Nete Nørgaard Kristensen, Lars Nord ja Øyvind Ihlen (toim.), *Power, Communication, and Politics in the Nordic Countries*. Nordicom, 69–89. <https://doi.org/10.48335/9789188855299>
- Swanson, David ja Gherghina, Sergiu. 2023. From opposition to government: How populist parties change their political communication in Northern Ireland. *Irish Political Studies* 38:4, 489–515. <https://doi.org/10.1080/07907184.2023.2227570>
- Vaarakallio, Tuula. 2017. Perussuomalaisen kaksoispuhe. Teoksessa Emilia Palonen ja Tuija Saresma (toim.), *Jätkät ja jytkyt: Perussuomalaiset ja populismin retoriikka*, Vastapaino, 199–217.
- de Vreese, Claes. H., Esser, Frank, Aalberg, Toril, Reinemann, Carste, ja Stanyer, James. 2018. Populism as an expression of political communication content and style: A new perspective. *The International Journal of Press/Politics* 23:4, 423–438. <https://doi.org/10.1177/1940161218790035>

## KIRJOITTAJATIEDOT

### JON JÄRVINIEMI

Väitöskirjatutkija

Valtiotieteellinen tiedekunta

Helsingin yliopisto

[jon.jarviniemi@helsinki.fi](mailto:jon.jarviniemi@helsinki.fi)

<https://orcid.org/0000-0001-6165-5543>

## LIITTEET

### Liite A. Koodauskirja

#### Kansakeskeisyys

Aloita koodaamalla yksiköt ihmiskeskeisesti Mirjam Cranmerin (2011) määritelmän mukaisesti.

Puhuuko poliitikko ”kansan” nimissä?

Viittaako poliitikko siihen, että on tärkeää vastata siihen, mitä kuvataan ”kansan tahdoksi”?

Käyttääkö poliitikko ”kansaa” oikeuttaakseen väitteensä?

**Huom.** Termi ”kansan” viittaa ajatukseen enemmistöstä, josta poliitikko puhuu, eli sen ei tarvitse olla aito numeerinen enemmistö.

**Huom.** Ota huomioon kansakeskeiset termit, jotka ovat yksikössä mutta omaavat kollektiivisen merkityksen, kuten suomalainen, veronmaksaja, kansalainen jne.

#### Eliitinvastainen sekä ulossulkeva puhe

**Huom:** Eliitinvastaisten ja ulossulkevien lausuntojen koodauksessa otettiin huomioon vain kansakeskeiksi tunnistetut yksiköt.

Asettaako poliitikko jonkin seuraavista ryhmistä ”eliitiksi” ja vastakkain ”kansan” kanssa?

Anti-politiikka (esim. kritiikki muita poliitikkoja, puolueita, puolueblokkeja tai politiikkaa kohtaan yleensä)

Anti-valtio (esim. julkisten instituutioiden, kuten julkisen palvelun, epäonnistumista tai lakkauttamista koskeva kritiikki, tai julkisen sektorin yleinen kritiikki)

Anti-kansainväliset instituutiot ja järjestöt (esim. EU, YK, Greenpeace)

Anti-media (esim. toimittajien, sanomalehtien, TV-kanavien, sosiaalisen media, mediayhtiöiden tai koko mediajärjestelmän kritiikki)

Anti-tiede (esim. tutkimuksen, tutkijoiden, yliopistojen ja muiden tutkimuslaitosten tai tutkimusyhteisön kritiikki)

Anti-kulttuuri (esim. henkilöiden, kulttuurilaitosten tai kulttuurimuotojen kritiikki)

Anti-talous (esim. yritysten, omistajien, tiettyjen alojen, ammattien, liittojen, pankkien, työmarkkinoiden tai koko talousjärjestelmän kritiikki)

#### Ulossulkeva puhe

Tunnistaako poliitikko joitain seuraavista ryhmistä ”vaarallisina muina” ja vastakkain ”kansan” kanssa?

Etniset, seksuaaliset tai uskonnolliset vähemmistöt

Maahanmuuttajat tai ulkomaalaiset

Äärimmäisen rikkaat, veronkiertäjät tai sosiaalietuuksien varassa elävät henkilöt

Muut mahdolliset ”vaaralliset muut” (esim. tiettyjen elämäntapojen tai poliittisten näkemysten edustajat)

**Huom:** ”Vaarallisiin muihin” eivät sisälly poliitikot tai puolueet, mutta voivat sisältää tietyn puolueen tai blokin äänestäjiä.

*Liite B. Puolue kohtainen populistinen viestintä eduskunnan kyselytunneilla vuosina 2015 sekä 2023 (n. 2481).*

<i>Puolue</i>	<i>Puheet eduskunnan kyselytunneilla</i>	<i>Eliitinvastaisia populistisia puheita</i>	<i>Ulossulkevia populistisia puheita</i>	<i>Populistiset puheet</i>	<i>Osuus% populistiset puheet</i>
<i>KD kevät 2015</i>	13	1	1	2	15,4 %
<i>KD syksy 2015</i>	27	9	3	12	44,4 %
<i>KD kevät 2023</i>	14	0	1	1	7,1 %
<i>KD syksy 2023</i>	11	1	0	1	9,1 %
<i>KESK kevät 2015</i>	65	11	0	11	16,9 %
<i>KESK syksy 2015</i>	219	11	5	16	7,3 %
<i>KESK kevät 2023</i>	74	7	0	7	9,5 %
<i>KESK syksy 2023</i>	75	30	0	30	40,0 %
<i>KOK kevät 2015</i>	136	2	0	2	1,5 %
<i>KOK syksy 2015</i>	167	9	7	16	9,6 %
<i>KOK kevät 2023</i>	71	17	0	17	23,9 %
<i>KOK syksy 2023</i>	203	21	0	21	10,3 %
<i>PS kevät 2015</i>	53	11	10	21	39,6 %
<i>PS syksy 2015</i>	168	29	20	49	29,2 %
<i>PS kevät 2023</i>	69	43	10	53	76,8 %
<i>PS syksy 2023</i>	168	55	0	55	32,7 %
<i>RKP kevät 2015</i>	28	1	0	1	3,6 %

<i>RKP syksy 2015</i>	33	4	2	6	18,2 %
<i>RKP kevät 2023</i>	6	0	0	0	0,0 %
<i>RKP syksy 2023</i>	47	0	0	0	0,0 %
<i>SDP kevät 2015</i>	147	6	0	6	4,1 %
<i>SDP syksy 2015</i>	134	31	2	33	24,6 %
<i>SDP kevät 2023</i>	97	7	0	7	7,2 %
<i>SDP syksy 2023</i>	120	41	3	44	36,7 %
<i>VAS kevät 2015</i>	22	4	0	4	18,2 %
<i>VAS syksy 2015</i>	62	23	1	24	38,7 %
<i>VAS kevät 2023</i>	47	2	0	2	4,3 %
<i>VAS syksy 2023</i>	40	15	5	20	50,0 %
<i>VIHR kevät 2015</i>	22	3	0	3	13,6 %
<i>VIHR syksy 2015</i>	68	23	4	27	39,7 %
<i>VIHR kevät 2023</i>	22	1	0	1	4,5 %
<i>VIHR syksy 2023</i>	44	15	0	15	34,1 %