



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Venla Aalto

Performatiivinen populismi TikTokissa

Europarlamentaarikko Dominik Tarczyńskiin vaikuttamiskeinot TikTok-
videoissa

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Organisaatioiden viestinnän pro gradu -tutkielma
Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Vaasa 2026

VAASAN YLIOPISTO
Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö

Tekijä:	Venla Aalto		
Tutkielman nimi:	Performatiivinen populismi TikTokissa:	Europarlamentaarikko	Dominik Tarczyńskiin vaikuttamiskeinot TikTok-videoissa
Tutkinto:	Filosofian maisteri		
Koulutusohjelma:	Viestinnän monialainen maisteriohjelma		
Opintosuunta:	Organisaatioiden viestintä		
Työn ohjaaja:	Tomi Laapotti		
Valmistumisvuosi:	2026	Sivumäärä:	85

TIIVISTELMÄ:

Sosiaalisen median lyhytvideopalvelu TikTok on muodostunut yhdeksi merkittävimmistä poliittisen viestinnän ja vaikuttamisen alustoista. Poliittisille toimijoille TikTok tarjoaa mahdollisuuden rakentaa yleisöön vetoavia ja helposti omaksuttavia viestejä hyödyntäen TikTokin erilaisia visuaalisia ja auditiivisia ominaisuuksia vaikuttavuuden tehostamiseksi ja tietynlaisen tunnelman luomiseksi. TikTokin toimintalogiikan on havaittu suosivan erityisesti oikeistopoliittista ja oikeistopopulistista sisältöä, ja oikeistopopulististen toimijoiden menestystä on selitetty myös heidän taitavalla mediaosaamisella omien viestiensä välittämiseen. Poliittisissa sisällöissä erityisesti puheen vaikutus on tunnustettu merkittäväksi, tehokkaasti sitouttavaksi ominaisuudeksi muiden audiovisuaalisten elementtien rinnalla.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten oikeistopopulistista performanssia rakennetaan retorisesti TikTokissa. Tutkimusaineisto koostuu puolalaisen europarlamentaarikon ja Laki ja oikeus -puolueen poliitikon Dominik Tarczyńskiin virallisella TikTok-tilillä julkaistuista 28 videosta. Tarkastelun kohteena on Tarczyńskiin vaikuttamiskeinot hänen englannin kielellä puhutuissa TikTok-videoissaan. Aineistoa analysoidaan teorialähtöisesti oikeistopopulistisessa viitekehyksessä, sekä kvalitatiivisesti hyödyntäen retorista analyysia, erityisesti klassisen retoriikan kolmijakoa. Vaikka TikTokin kaltaisella sosiaalisen median alustalla erilaiset digitaaliset elementit ohjaavat vaikuttamisen tapoja, vaikuttamisen keinot perustuvat pohjimmiltaan edelleen tunteisiin, uskottavuuteen ja loogisiin perusteluihin.

Tutkimus osoittaa, että Tarczyński rakentaa eetosta itsensä positioinnilla ja poissulkemisella, paatosta syyllistämällä sekä tunnelman ja tilanteen liioittelulla, sekä logosta yksinkertaisilla kausaalisuhteilla ja määrällistämällä. Tarczyński rakentaa poliittista viestiään performatiivisesti tuottamalla kollektiivista ajatusta ”meistä”, viitaten oikeistolaisiin ”terveen järjen ihmisiin”, sekä kehystäen uhkaavan vastapuolen olevan vasemmistolaiset ja maahanmuuttajat. Poliittinen performanssi tyypistyy Tarczyńskiin TikTok-videoissa yksinkertaisiksi, yleisön helposti omaksuttaviksi viesteiksi, joissa vaikuttavuus muodostuu suoraviivaisesta ja räväkästä puheesta, tunnelmaa luovasta taustamusiikista sekä ääniefekteistä yhdessä visuaalisen kuvan kanssa.

Tutkimuksen tulokset havainnollistavat nykyaikaista digitaalista poliittisen mediakentän ilmiötä, jossa populistinen performatiivisuus yksilöityy, perustuu vastapuolen syyllistämiseen, sekä tarjoaa kompleksisiin yhteiskunnallisiin ja globaaleihin kysymyksiin yksinkertaisia ratkaisuja. TikTokin audiovisuaalinen lyhytvideoformaatti mahdollistaa kiistanalaisten poliittisten kysymysten asettelun tiiviiseen, tunteisiin vetoavaan ja siten viihteelliseen muotoon, jossa yhdistyvät auditiiviset ja visuaaliset elementit poliittisen viestin vaikuttavuuden tehostamiseksi.

AVAINSANAT: TikTok, retoriikka, poliittinen viestintä, populismi, europarlamentaarikot

Sisällys

1	Johdanto	5
1.1	Tavoite	7
1.2	Aineisto	8
1.3	Menetelmä	10
2	Populismin monet merkitykset	14
2.1	Oikeistopopulistinen retoriikka	16
2.2	TikTok oikeistopopulistisen sisällön kasvualustana	19
2.3	Oikeistopopulismi eurooppalaisessa kontekstissa	24
3	Klassinen retoriikka digitaalisessa kontekstissa	28
3.1	Klassinen retoriikka poliittisessä puheessa	30
3.2	Merkityksenmuodostus retoriikassa	33
3.3	Klassinen retoriikka audiovisuaalisessa TikTokissa	37
4	Tarczyńskin poliittiset vaikuttamiskeinot TikTok-videoissa	42
4.1	Eetos itsensä positioimisena ja poissulkemisena	43
4.2	Paatos syylistämisenä sekä tunnelman ja tilanteen liioitteluna	53
4.3	Logos määrällistämisenä ja yksinkertaisina kausaalisuhteina	63
5	Päätäntö	71
	Lähteet	75
	Liitteet	83
	Liite 1. Aineistotaulukko	83

Kuvat

- Kuva 1.** Kuvakaappauksia Tarczyńskin TikTok-videoista Euroopan parlamentissa. 44
- Kuva 2.** Kuvakaappauksia Tarczyńskin TikTok-videosta "*Unite the Kingdom*" -mielenosoituksesta. 47
- Kuva 3.** Kuvakaappauksia Tarczyńskin fasismisyytteisiin vastaavasta TikTok-videosta. 49
- Kuva 4.** Kuvakaappauksia Tarczyńskista asiantuntija- ja haastattelutilanteissa TikTok-videoissaan. 51
- Kuva 5.** Kuvakaappauksia Tarczyńskin ilmastopolitiikkaa kritisoivasta TikTok-videosta. 56
- Kuva 6.** Kuvakaappaus Tarczyńskin TikTok-videosta woke-ilmiötä koskevasta keskustelusta. 58
- Kuva 7.** Kuvakaappauksia Tarczyńskin vasemmistoideologiaa käsittelevästä TikTok-videosta. 60
- Kuva 8.** Kuvakaappauksia Tarczyńskin Trumpia tukevasta TikTok-videosta. 62
- .Kuva 9.** Kuvakaappauksia Tarczyńskin maahanmuuttovastaisista TikTok-videoista. 65
- Kuva 10.** Kuvakaappauksia Tarczyńskista puhumassa laittomasta rajanylittämisestä TikTok-videossaan. 69

1 Johdanto

Nykypäivän poliittinen vaikuttaminen tapahtuu yhä useammin erilaisissa digitaalisissa muodoissa sosiaalisen median alustoilla. Läsnäolo suosituimmilla alustoilla on tehokkain keino olla yhteydessä yleisöön, ja välttämätöntä poliitikon menestymiselle. Ääniä ja valtaa havittelevan poliitikon kannattaa olla siellä, missä ovat myös omat poliittiset kannattajat – sekä potentiaaliset sellaiset. Sosiaalisen median alustoista lyhytvideopalvelu TikTok on muodostunut yhdeksi merkittävimmistä poliittisen vaikuttamisen ja kampanjoinnin areenoista (Moir, 2023, s. 1). TikTokin monipuoliset, päällekkäin toisiinsa vaikuttavat toimintalogiikat tekevät alustasta käyttäjälle erityislaatuisen, sekä mahdollistavat sisällön laajan ja tehokkaan leviämisen. Poliittisen viestin läpilyömiseksi on mahdollista hyödyntää erilaisia auditiivisia ja visuaalisia keinoja vaikuttavuuden tehostamiseksi ja tunnelman luomiseksi.

Alati kasvava tutkimustiedon määrä viittaa siihen, että sosiaalisen median alustat ovat suotuisampia oikeistolaisille populistisille toimijoille enemmän kuin vasemmistolaisille, tai muille valtavirran poliittisten puolueiden toimijoille, ja erityisesti TikTokin toimintalogiikka suosii oikeistopoliittista ja oikeistopopulistista sisältöä (Widholm ja muut, 2024, s. 1–2). Monien oikeistopopulismiin kallellaan olevien poliitikoiden mukana myös puolalainen europarlamentaarikko ja kansalliskonservatiivisen Laki ja oikeus - puolueen (*Prawo i Sprawiedliwość*, lyhyemmin *PiS*) poliitikko Dominik Tarczyński on onnistunut saavuttamaan näkyvyyttä ja suosiota TikTokissa poliittisella sisällöllään. Tarczyński valittiin Euroopan parlamentin jäseneksi, eli *mepiksi*, vuonna 2019, ja kuuluu Euroopan konservatiivien ja reformistien ryhmään (*European Conservatives and Reformists*, lyhyemmin *ECR*) (Euroopan parlamentti, n.d.; Political Capital, n.d.). Tarczyński toimii vaikutusvaltaisessa asemassa europarlamentaarikkona osallistumalla EU-lakien säätämiseen ja päätöksentekoon sekä ajamalla EU-kansalaisten asemaa. Tarczyński jatkaa jo toista kautta Euroopan parlamentissa (Euroopan parlamentti, n.d.).

Vuodesta 2022 lähtien Tarczyński on tuottanut TikTokiin puolan ja englannin kielistä poliittista sisältöä, ja on onnistunut keräämään ympärilleen kansainvälistä tukijakuntaa.

Huhtikuussa 2026 Tarczyńskilla oli TikTokissa noin 390 000 seuraajaa, ja videosisällöilleen Tarczyński on saanut yhteensä viisi miljoonaa tykkäystä. Useilla Tarczyńskin TikTok-videoilla on miljoonia näyttökertoja, korkeimmillaan lähes yhdeksän miljoonaa. Tämän tutkielman työstämisen aikana Tarczyński on saanut tililleen noin 160 000 uutta seuraajaa.

Populismista, ja sen performatiivisesta todellisuuskäsityksen ja yhteiskunnan kahtiajaon tuottamisesta, on tullut nykypäivän poliittisen maiseman keskeinen piirre (Moffit & Tormey, 2013, s. 381). Globaalit oikeistopopulistiset voimat tukevat nosteessa toisiaan, ja muun muassa Yhdysvaltain presidentti Donald Trumpin hallinto on avoimesti ilmaissut tukevansa eurooppalaisia äärioikeistolaisia puolueita, joihin myös puolalainen *Laki ja oikeus* kuuluu (Karismo, 2025; Turtiainen, 2025). Populismille keskeistä ovat liitokset valtioiden rajat ylittäviin ilmiöihin (Palonen & Saresma, 2017, s. 14), ja eurooppalaisessa kontekstissa yksilöllinen, mediaa taitavasti hallitseva ja hyödyntävä poliittinen performanssi vaikuttaa nousevan yhä tärkeämmäksi osaksi poliittisia prosesseja (Wodak, 2015, s. 11). Populististen oikeistopuolueiden menestys onkin osittain selitettävissä kohdennetulla ja taitavalla sosiaalisen median kanavien käytöllä omien viestiensä välittämiseen ja äänestäjien mobilisoimiseen erityisesti eliitti- ja maahanmuuttovastaisten agendojen tueksi (Sakki, 2025, s. 154). Oleellista populistisessa vaikuttamisessa on huomioida, että sen keskeinen tarkoitus on pyrkiä luomaan laajempaa merkityksenannollista, hegemonista muutosta (Sakki, 2025, s. 155).

Vaikka TikTok, sen formaatti ja toimintalogiikka, mahdollistaa erilaisten audiovisuaalisten elementtien, kuten taustamusiikin ja -äänien, kuvien, tekstien ja videokatkelmien yhdistelemisen erityisen vuorovaikutuksellisesti, Widholmin, Ekmanin ja Larssonin (2024, s. 1) mukaan oikeistopoliittisessa sisällössä erityisesti puhe vaikuttaa positiivisesti käyttäjien sitoutumiseen. Poliittisen puheen vaikutus on tunnistettu jo antiikin ajoista, ja nykypäivän kontekstissa se on saanut kasvokkaisen vuorovaikutuksen rinnalle digitaaliset mahdollisuudet ja resurssit, joilla vaikuttavuutta voidaan tehostaa erilaisin tavoin, puhutellen yleisöä ajasta ja paikasta riippumatta.

1.1 Tavoite

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, miten oikeistopopulistista performanssia rakennetaan retorisesti TikTokissa. Vastatakseni tutkimukseni tavoitteeseen, tarkastelen puolalaisen europarlamentaarikon ja kansalliskonservatiivisen Laki ja oikeus -puolueen poliitikon Dominik Tarczyńskin vaikuttamiskeinoja TikTok-videoissaan.

Tutkimustani ohjaavat seuraavat tutkimuskysymykset:

1. Millaisin keinoin Tarczyński pyrkii vaikuttamaan yleisöönsä TikTok-videoillaan?
2. Millaiseksi Tarczyńskin poliittinen viesti muodostuu TikTokissa?

Puolan poliittinen tilanne on saanut viime vuosina mediahuomiota äärioikeiston ja konservatiivisten arvojen noususta. Pöllänen (2023) mukaan vallassa ollessaan Laki ja oikeus -puolueen ajama politiikka on hätkähdyttänyt niin liberaaleja arvoja edustavia, EU-myönteisiä puolalaisia kuin Euroopan unionia ja sen jäseniä. Valtioiden rajoja ylittävää oikeistopopulismia ja sen retoriikkaa digitaalisissa ympäristöissä on tutkittu laajalti, mutta europarlamentaarisen aseman ja TikTok-kontekstin kehyksessä tutkimus on vielä vähäistä. Poliitikkojen retorisia vaikuttamisen keinoja erilaisissa konteksteissa on tärkeää tutkia poliittisen viestinnän, poliittisen vaikuttamisen ja niiden yhteiskunnallisen ja mobilisoivan merkityksen ymmärtämiseksi, etenkin digitaalisissa mediaympäristöissä, joissa yleisömäärä voi yllättävästikin paisua suureksi ja suosiota voi saavuttaa lyhyessäkin ajassa. Keskeistä on siis syventää ymmärrystä siitä, miten Tarczyńskin TikTok-videoiden kaltaiset, oikeistopopulistisiksi määriteltävät sisällöt ja niiden performatiivisuus vetoavat ja vaikuttavat yleisöön.

Poliitikoiden läsnäolo sosiaalisen median alustoilla tähtää tavoittelemaan samaa poliittista aatetta kannattavia – olivat ne sitten potentiaalisia äänestäjiä, tai muutoin saman ajatusmaailman jakavia, kansallisesti sekä kansainvälisesti. Viime vuosina globaalistikin nousujohteessa ollut – sekä siihen selkeästi pyrkinyt – Tarczyński TikToks sisältöineen on kiintoisa tarkastelun kohde globaalin ulottuvuuden ymmärtämiseksi

populistisen audiovisuaalisen performatiivisuuden kontekstissa. Tarczyńskin julkaisemien TikTok-videoiden tarkastelua voidaan perustella myös yhteiskunnallisella merkittävyydellä: Tarczyński toimii tällä hetkellä europarlamentaarikkona osana Euroopan parlamentin poliittista Euroopan konservatiivien ja reformistien ryhmää (*European Conservatives and Reformists, ECR*), joka muodostetaan poliittisen vakaumuksen perusteella, ei kansalaisuuden (Knuutila & Havula, 2024, s. 10). Euroopan parlamentin jäsenet ajavat EU-kansalaisten asiaa, ja heillä on keskeinen rooli EU-lakien säätämisessä: he osallistuvat muun muassa yhteiseen keskusteluun ja päätöksentekoon täysistunnoissa EU-maita edustavan neuvoston kanssa (Euroopan parlamentti, n.d.). He tekevät myös muutoksia Euroopan komission tekemiin lakiesityksiin, sekä äänestävät laeista (Euroopan parlamentti, n.d.). Tarczyński on siis ajankohtainen toimija poliittisella kentällä ja vaikutusvaltaisessa asemassa Euroopan parlamentissa. Lisäksi hän tavoittaa poliittisilla TikTokissa verrattain laajan yleisön maahanmuutto-, vasemmisto-, ilmasto- ja EU-kriittiseen sisällöillään.

1.2 Aineisto

Tutkielmani aineisto koostuu puolalaisen europarlamentaarikon ja PiS-puolueen poliitikon Dominik Tarczyńskin TikTok-videoista, jotka ovat julkaistu Tarczyńskin virallisella TikTok-tilillä (@dominik.tarczyński, n.d.). Tutkiakseni hänen vaikuttamiskeinojaan ja poliittisen viestinsä muodostumista, valitsin ja latsin kaikki aikavälillä 2.1.2024–6.2.2026 julkaistut TikTok-videot, joissa *puhutaan* englannin kielellä. Tarkastelun kohteena on yhteensä 28 TikTok-videota (ks. Liite 1). Taatakseni omakohtaisen analyysitulkinnan, tarkastelun kohteena ovat vain englannin kielellä puhutut videot, jolloin tulkintojen tekeminen ei ole tekstitysten varassa, vaan ymmärretyn puheen. Aineistosta tarkastelun ulkopuolelle on siis rajattu kaikki kyseisellä aikavälillä julkaistut puolan kielellä puhutut videot. Vuonna 2024 Tarczyński julkaisi TikTok-tilillään yhteensä 28 videota, joista 16 videota on englannin kielellä puhuttuja. Vuonna 2025 postattuja videoita oli yhteensä 20, joista 11 ovat englannin kielellä puhuttuja, ja vuonna 2026 helmikuun loppuun mennessä postattuja videoita oli yksi

englannin kielellä. Kyseinen aikaväli on rajattu mahdollisimman tuoreen otannan saamiseksi, mutta kuitenkin niin, että aineistomäärä on riittävän kattava. Tästä syystä en myöskään keskity vain suosituimpiin ja sitouuttavimpiin videoihin kyseisellä aikavälillä, vaan tarkastelen kaikkia englannin kielellä puhuttuja videoita saadakseni mahdollisimman perusteellisen kuvan Tarczyńskin vaikuttamiskeinoista ja poliittisen viestin muodostumisesta.

Videoiden pituus vaihtelee 30 sekunnista kahdeksaan minuuttiin, keskimääräisen pituuden ollessa noin 1 minuutti 52 sekuntia. Tarczyńskin videot ovat sisältörikkaita ja hyödyntävät audiovisuaalisia TikTokin resursseja, joten kerätty aineistomateriaali on kokonaisuudessaan runsas. Tutkimuksen kohteena on julkinen poliittinen henkilö, joka on itse nimenomaisesti asettanut sisältönsä julkiseksi yleisölle. Tutkimusaineisto on siis vapaasti kaikkien saatavilla sosiaalisen median palvelu TikTokissa. Tällaisissa tilanteissa yksityisyyden suoja on ei ole yhtä laaja kuin yksityishenkilöllä, ja siksi tutkimuksesta informoiminen ja suostumuksen erillinen pyytäminen ei ole tarpeen (Eilo ja muut, 2026, s. 7–8). Tutkimusaineiston käsittelyssä noudatettiin Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2023) ohjeistusta aineiston säilyttämisessä ja hallinnassa. Välttääkseni riskit aineiston katoamiselle tai poistumiselle TikTokista, keräsin ja tallensin videot manuaalisesti mp4-muodossa erilliselle kovalevyllä tutkimusprosessin ajaksi. Julkiseen statukseen vedoten aineistosta tutkielmaan lisätyt havainnollistavat kuvakaappaukset ovat eettisesti perusteltuja.

Alustana TikTok on erityisesti vakiintunut lyhytvideoformaattiin, jossa keskeistä on erilaiset audiovisuaaliset mahdollisuudet käyttäjälle: visuaalisten tekijöiden, kuten videoiden, kuvien ja tekstien, lisäksi TikTokia määritteleviä tekijöitä ovat mahdollisuudet viestiä auditivisin resurssein, muun muassa puheen, taustamusiikin ja ääniefektien avulla (Sakki, 2025, s. 155). Lyhytvideoilla viitataan tyypillisesti alle viiden minuutin pituisiin videosisältöihin, joille ominaista on niiden tuottaminen vaivattomasti ja edullisesti, niiden helppo jaettavuus ja korkea leviämispotentiaali, sekä sisällön tuottajien ja kuluttajien välisten rajojen hämärtyminen (Kaye ja muut, 2021, s. 230).

Tarczyńskin TikTok-videoiden sisällölliset teemat ovat vahvasti keskittyneet maahanmuutto-, vasemmisto- ja EU-kriittisyyteen, ja videoilla kaikista keskeisimpänä elementtinä on Tarczyński itse sekä hänen puheensa. Osa Tarczyńskin videoista on julkaistu tiettyjen vaalien aikana, kuten lokakuussa 2024 Yhdysvaltojen presidentinvaalien aikaan, jonka konteksti on oleellista huomioida. Videot painottuvat pitkälti Euroopan parlamenttiin, jossa Tarczyński on pitänyt puheenvuoroja europarlamentaarikkona ja jakanut niistä katkelmia TikTok-videoissaan.

1.3 Menetelmä

Vastatakseni tutkimukseni tavoitteeseen ja tutkimuskysymyksiin, lähestyn aineistoani kvalitatiivisesta näkökulmasta hyödyntäen retorista analyysia audiovisuaaliseen kontekstiin, erityisesti klassisen retoriikan kolmijakoa *eetos*, *paatos* ja *logos*. Retorinen analyysi voidaan nähdä yhtenä diskurssianalyysin muotona, jossa korostetaan erityisesti sosiaalisia suhteita, joita tekstissä rakentuu puhujan ja hänen yleisönsä välille (Vuori, 2021). Retoriikka siis on, tavalla tai toisella, väline vastata, vahvistaa tai muuttaa yleisön tai yhteisön sosiaalisen rakenteen käsityksiä (Gill & Whedbee, 1997, s. 1). Retorisessa analyysissa tarkastellaan merkitysten tuottamisen kielellisiä prosesseja siitä näkökulmasta, miten todellisuuden versiot pyritään saamaan vakuuttaviksi ja kannatettaviksi, sekä saada kuulijat sitoutumaan niihin (Jokinen, 2016, s. 338). Lehden ja Eronen-Vallin (2018, s. 159) mukaan keskeistä retorisisessa analyysissa on reettorin tekemien valintojen tarkastelu. Retorinen analyysi ei siis ole suoranaisesti tekstin vastaanoton empiiristä tutkimusta, vaan analyysin kohteena on itse teksti ja sen vaikutuskeinot (Kakkuri-Knuuttila, s. 234).

Puhuttuja kielen yksiköitä voidaan pitää yhtä lailla *tekstinä* kuin kirjoitetunkin kielen (Immonen, 2021, s. 1). Aineistoni TikTok-videot koostuvat niin *verbaalisesta*, puhutusta kielestä kuin myös *visuaalisesta* eli kuvallisesta, jolloin aineistostani voidaan puhua *audiovisuaalisena tekstinä*. Aineistoni TikTok-videoissa puheen lisäksi myös musiikki ja ääniefektit toimivat tärkeinä auditiivisinä, merkitystä ja tunnelmaa rakentavina

retorisina elementteinä. Audiovisuaalisuudella tarkoitetaan tekstin teknistä moniulotteisuutta, jossa tekstin merkitys rakentuu yhdessä äänen ja kuvan kanssa (Immonen, 2021, s. 1). Visuaaliset ja auditiiviset resurssit tuottavat siis kokonaismerkitystä omilla tavoillaan toisiinsa vaikuttaen ja yhteen kietoutuen (Immonen, 2021, s. 2).

Retorinen analyysi soveltuu hyvin poliitikoiden puheiden ja niiden auditiivisten ja visuaalisten esitysten ja taltiointien tarkasteluun (Jokinen, 2016, s. 338). Tyypillisesti retorisisissa analyyseissä keskiössä on erilaisten retoristen keinojen erittely, eli millaisia suostuttelun ja vakuuttelun keinoja käyttämällä yleisöä pyritään vakuuttamaan esitetyn argumentin uskottavuudesta ja kannatettavuudesta, ja tällä tavoin taivuttelemaan puolelleen (Jokinen, 2016, s. 261). Retoriikan kytkeytyminen diskurssianalyttiseen taustaan tuo omanlaisia työvälineitä erilaisten tekstiaineistojen ja puheiden analysointiin (Jokinen, 2016, s. 260). Näiden tutkimussuuntausten risteämiskohtana on nojaaminen sosiaaliseen konstruktionismiin: ne korostavat viestinnän roolia ihmisten havainnoiman todellisuuden rakentumisessa (Lehti & Eronen-Valli, 2016, s. 157).

Keskeistä tässä teoreettis-metodologisessa viitekehyksessä on ajatus siitä, ettei todellisuus *kategorisoi* itse itseään, vaan ihmiset keskinäisessä sosiaalisessa, kielellisessä vuorovaikutuksessa jatkuvasti niputtavat todellisuutta erilaisiin ”paketteihin”, versioihin ja selontekoihin todellisuudesta (Jokinen, 2016, s. 342). Näitä todellisuuden versioita ja selontekoa pyritään ”kaupittelemaan” toisille, jolloin erilaisilla retorisisilla keinoilla on olennainen merkitys (Jokinen, 2016, s. 342). Retorisessa lähestymistavassa huomio kohdistuu niihin resursseihin, joita puhuja käyttää rakentaessaan omia kuvauksiaan siitä, mitkä ovat ’tosiasioita’ (Jokinen, 2016, s. 341). Retoriset keinot ovat siis viestinnän ja todellisuuden tuottamisen perustavanlaatuinen ominaisuus.

Vaikuttaminen sosiaalisessa mediassa nähdään yhä paikoin uutena ilmiönä, vaikka se onkin viime vuosien aikana vakiintunut tiiviisti osaksi digitaalista kanssakäymistä, ja ihmisiin tehokkaasti vetoavaksi keinoksi. Viestintä ylipäättään sosiaalisessa mediassa on

vajaa parikymmentä vuotta vanha ilmiö, joka on viestinnän tutkimuksen ja teorioiden näkökulmasta verrattain varsin lyhyt aika (Isotalus, 2023, s. 30). TikTokin kaltaisessa suhteellisen tuoreessa sosiaalisen median palvelussa tapahtuvaa vaikuttamista ja vakuuttamista voidaan kuitenkin pyrkiä ymmärtämään klassisten viestinnän teorioiden avulla. Klassinen retoriikka tarjoaa työkaluja vakuuttavan argumentaation analysoimiseksi sekä rakentamiseksi nykypäivänkin viestinnällisiin konteksteihin (Hietanen, 2025). Vaikka kontekstissa on paljon uutta, kuten formaatille ominaiset toimintalogiikat, joka vaikuttavat oleellisesti siihen, millä tavoin TikTokin kaltaisella alustalla voi ja kannattaa vaikuttaa, ovat vaikuttamisen ja suostuttelun keinot silti pohjimmiltaan samantapaisia kuin muissakin, perinteisimmiksi mielletyissä konteksteissa. Perimmäinen pyrkimys on aina vedota tunteisiin, uskottavuuteen ja loogisiin perusteluihin.

Analyysin ensimmäisessä vaiheessa tutustuin aineistoon käymällä läpi kaikki englannin kielellä puhutut videot, ja seuloin ne muista, puolankielisistä Tarczyńskin TikToksillöistä. Aineistonkeruun jälkeen loin taulukon, johon listasin videoiden linkit, julkaisupäivämäärät, videoiden ajallisen keston sekä tiedon siitä, onko videoon lisätty taustamusiikkia (ks. Liite 1). Lisäksi numeroin videot taulukkoon julkaisupäivän mukaiseen järjestykseen, sekä nimesin ne kunkin videon kuvatekstin perusteella. Tallensin videot itselleni mahdollisen katoamisriskin välttämiseksi, sekä litteroin videoiden puheen sekä visuaaliset elementit tekstimuotoon.

Seuraavassa vaiheessa kävin läpi aineistoa uudestaan syvemmin, ja tunnistin videoista keskeisiä – sekä myös toistuvia – vaikuttamisen elementtejä, keskeisiä sisällöllisiä teemoja ja argumentteja, niin puheen ja muiden auditiivisten ominaisuuksien käytön kuin visuaalisten elementtien osalta, sekä miten nämä tukevat toinen toisiaan. Yhdistin tunnistamani retoriset keinot ja teemat oikeistopopulistiseen kontekstiin, ja syvennyin oikeistopopulistiseen kirjallisuuteen saadakseni syvempää ymmärrystä ja määritteitä havainnoilleni. Lisäksi poliittisen puheen merkittävä rooli Tarczyńskin TikTok-videoissa ohjasi minua syventymään klassiseen retoriikkaan ja sen hyödyntämiseen

audiovisuaalisten vaikuttamiskeinojen analysoinnissa. Ensihavaintoni siis ohjasivat minua tiettyjä tutkimusperinteitä kohti, jonka jälkeen jatkoin analyysia teorialähtöisesti.

Kolmannessa vaiheessa tyypittelin videoita kategorioihin sisällöllisten teemojen mukaan, sekä havainnoin, miten videoissa, sisällön aiheesta riippumatta, toistuu samankaltaiset retoriset keinot kaavamaisesti. Jaottelin muistiinpanoihin keskeisiä puheessa ilmeneviä ja toistuvia retorisia keinoja lausetasolta lähtien, ja peilaten niistä muodostuvaa performatiivista merkitystä, suhteessa muuhun audioon ja visuaalisiin keinoihin. Pohdin eri keinoja, niiden yhteyksiä ja yhteisvaikutusta, sekä sitä, miten ne muodostavat vaikuttavan poliittisen viestin. Raportoin havainnoistani ja tutkimuksen tuloksista luvussa 4.

2 Populismien monet merkitykset

Pitkän linjan populismitutkija Ernesto Laclau (2005, s. xi) kuvaa populismin yksinkertaisesti olevan *tapa rakentaa politiikkaa*. Populismi ei siis ole poikkeuksellinen ilmiö politiikassa, vaan pikemminkin politiikalle tyypillistä (Palonen & Saresma, 2017, s. 14). Käsitteenä *populismi* ei kuitenkaan ole yksiselitteinen. Kansainvälisissä keskusteluissa on väitelty siitä, tulisiko populismi käsittää ideologiana vai tyylinä, vai kenties mediatisaationa, jolla viitataan politiikan siirtymisestä mediaan (Palonen & Saresma, 2017, s. 15). Laclau (2005, s. 5) mukaan populismia käsittelevässä kirjallisuudessa pysyvänä piirteenä on haluttomuus, tai vaikeus, antaa käsitteelle tarkka merkitys ja määrite. Laclau (2005, s. xi) osoittaa populismin olevan vailla yhtenäistä viitekehystä: populismia ei hänen mukaansa voida liittää rajattavissa olevaan ilmiöön, vaan pikemminkin *sosiaaliseen logiikkaan*, jonka vaikutukset ulottuvat moniin ilmiöihin. Laclau (2005, s. 5) huomauttaa, että populismin käsitteen näennäinen epämääräisyys ei tee sen attributiivisesta funktiosta kyseenalaista: vaikka populismin käsite ei ole tarkkarajainen, sen avulla voidaan silti selittää erilaisia poliittisia puhetapoja ja ilmiöitä. Laclaulaista populistista teoriaa voidaan siis soveltaa globaalisti niin vasemmisto- kuin oikeistopopulisminkin tutkimiseen (Palonen & Saresma, 2017, s. 16).

Merkityksen anto on niin kulttuurista kuin poliittistakin toimintaa: se luo ja haastaa merkityksiä, nostaa esille sekä vakiinnuttaa erilaisia tapoja ajatella (Palonen & Saresma, 2017, s. 22–23). Kuten todettua, populismia voidaan määritellä ja ymmärtää eri tavoin, ja se on siksi käsitteenä vaikea: sillä, mitä merkityksiä käsitteelle milloinkin annetaan, on merkitystä poliittiselle keskustelulle (Palonen & Saresma, 2017, s. 23). Palonen (2020, s. 128) pelkistää populistisen puheen ehdot napakasti: kun poliittisessa artikulaatiossa tapahtuu vahvaa, perustavanlaatuista rajanvetoa tunnesiteineen, on kyse populismista (Palonen, 2020, s. 128). Laclau (2005, s. 86) mukaan populismi muun muassa edellyttää yhteiskunnan jakautumista kahteen leiriin, ja tämä kahtiajako pitää sisällään sosiaalisen kentän vastakkainasettelun. Olennaista siinä on tuottaa kollektiivista ajatusta ”meistä” (Palonen & Saresma, 2017, s. 23). Populismi voidaan siis käsittää *performatiivisena*: Moffittin ja Tormeyn (2013, s. 388) mukaan populismi on poliittinen tyyli, jota esitetään

ja toteutetaan, ja poliittisia toimijoita voidaan pyrkiä ymmärtämään tarkastelemalla, miten he käyttävät performatiivista repertuaariaan. Poliitiikan ”me” ei ole ennalta annettu, vaan sitä tuotetaan jatkuvasti (Palonen, 2020, s. 128).

Performatiivisuus populismissa onkin usein vastaus koettuun tai artikuloituun merkityksenannon ”kriisiin”: jokin – kuten vastapuoli – estää ”meidän” toimimista ”meinä” (Palonen & Saresma, 2017, s. 23). Sakki (2025, s. 155) tiivistää Laclauin ajatusta myötäillen populistisen viestinnän tarkoittavan poliittista keskustelua, jossa poliittiset kysymykset esitetään ”me” ja ”he” -dikotomiana, ja jossa korostetaan moraalista jakoa ”tavallisten ihmisten” ja ”korruptoituneen eliitin” välillä. Myös Vainikkala (2015, s. 1) tulkitsee laclaulaisessa populismissa olennaista olevan jako kahteen, meihin ja muihin. Populismien lukuisista määritelmistä huolimatta yleinen konsensus tutkijoiden keskuudessa on populismin käsittäminen ennen kaikkea muotona, joka puhuttelee ihmisiä ensisijaisesti tunnetasolla (Villadsen, 2020, s. 58).

Populistisissa merkityksenannoissa oleellista on niiden tapa pyrkiä näyttämään maailma mustavalkoisena, tai yksinkertaistavien tulkintojen kautta (Palonen & Saresma, 2017, s. 23). Merkityksenannon prosessissa affektit ovat tärkeitä: populismi herättää tunteita, ja Palosen ja Saresman (2017, s. 23) mukaan ”kiinnittää ja jähmentää niiden avulla merkityksiä monin tavoin ristiriitaisessa todellisuudessa, jossa elämme.” Sakki (2025, s. 155) esittää populististen toimijoiden tunnistavan yleisen mielipiteen, ja vaalivan yhteisiä epäkohtia luodakseen yhteisen uhrin tunteen, joka yhdistää kannattajat yhteisen identiteetin alle. Populismien luokittelu *ideologiaksi* jää Moffitin ja Tormeyn (2013, s. 383) mukaan usein liian ohueksi tulkinnaksi, ja omaa omanlaisiaan ongelmia. Keskeisenä haasteena on se, että ideologian käsitettä käytetään populismia käsittelevässä kirjallisuudessa melko ongelmitta, jolloin se päättyy usein toimimaan eräänlaisena ”yleisterminä”, joka implisiittisesti alistaa muita lähestymistapoja alleen, esimerkiksi diskursiivisen lähestymistavan, ja menettää näin alkuperäisen näennäisen selkeytensä (Moffit & Tormey, 2013, s. 383).

Vaikka populismin käsitteellistämiseen liittyy näkemuseroja, on kuitenkin piirteitä, jotka toistuvat kirjallisuudessa, ja joita on hyväksytty kiistattomiksi populistisiksi piirteiksi (Moffit, 2015, s. 198). Vaikka erimielisyyksiä on siitä, mitä populismi on, usein kuitenkin ei olla eri mieltä siitä, keitä populistit ovat (Moffit & Tormey, 2013, s. 393). Moffitin (2015, s. 198) mukaan populistisen kriisin *performanssin* mallissa ilmenee seuraavat asiat: 1) epäonnistumisen tapahtuessa populistit tunnistaa sen, 2) nostaa sen ”kriisin” tasolle liittäen sen laajempaan viitekehykseen, lisäämällä siihen ajallisen ulottuvuuden, tyyppillisesti välittömän reagoinnin tarpeen, 3) kehystää tilanteen kriisistä kärsiviin ja kriisistä vastuussa oleviin, tyyppillisesti asemoiden kansan vastakkain syyllisten tai syyllisen tahon kanssa, 4) hyödyntää mediaa performanssin levittämiseen, 5) esittää yksinkertaisia ratkaisuja ja vahvaa johtajuutta, ja 6) jatkaa kriisin levittämistä.

Populismipuolueille yhteistä on se, että ne voidaan liittää valtioiden rajat ylittäviin ilmiöihin, kuten talouskriiseihin (Palonen & Saresma, 2017, s. 14). – tai vaikka maahanmuuttokritiikkiin, kuten Tarczyńskin tapauksessakin on. Palosen ja Saresman (2017, s. 15) mukaan maahanmuutto on usein ilmiö, joka liitetään oikeistopopulismin, ja populisteihin. Maahanmuutto puolestaan kytkeytyy muun muassa rasismiin, rajanvetoon ja toiseuttamiseen, sekä pelon politiikkaan. Sen sijaan vasemmistopopulismissa tyyppillisesti kyseenalaistetaan enemmän (talous)eliittien ideologiaa sekä valtaapitäviä puolueita (Palonen & Saresma, 2017, s. 24). Populistien luomat uhkakuvat leviävät mediassa yleiseen tietoon niin Suomessa, Euroopassa kuin laajemminkin varsin nopeasti (Palonen & Saresma, 2017, s. 24), etenkin nykyajan digitaalisten mediaympäristöjen ansiosta.

2.1 Oikeistopopulistinen retoriikka

Vaikkakin Moffit ja Tormey (2013, s. 383) esittävät olemassa olevat haasteet populismin ideologiaksi määrittelyssä, Palonen ja Saresma (2017, s. 15) täsmentävät, että populismi voi olla *ideologista* ja samaan aikaan myös *retorinen tapa* artikuloida asioita poliittisesti. Populismi ei varsinaisesti ole ideologia, eikä se anna vastausta tai perustaa, vaan se on

tapa luoda merkityksiä (Palonen & Saesma, 2017, s. 15). Toisin sanoen retoriikka, artikulaatiot ja ideologia eivät ole täysin irrallisia toisistaan (Palonen & Saesma, 2017, s. 15). Wodakin (2015, s. 1) mukaan on oleellista huomioida, että oikeistopopulismi ei liity vain retoriikan muotoon, vaan myös sen erityiseen sisältöön: oikeistopopulistiset puolueet onnistuvat luomaan pelkoa ja – liittyen erilaisiin todellisiin tai kuviteltuihin vaaroihin – ehdottavat ”syntipukkeja”, joita syytetään yhteiskuntiemme uhkaamisesta tai vahingoittamisesta Euroopassa ja sen ulkopuolella.

Sakin (2025, s. 155) mukaan aikaisemmissa tutkimuksissa populistisen retoriikan yleisiä piirteitä on kuvailtu muun muassa olevan monimutkaisten asioiden yksinkertaistaminen, vetoaminen ”terveeseen järkeen”, puhekielinen ja tunnepitoinen kielenkäyttö sekä syyllisyyden ja negatiivisten ominaisuuksien osoittaminen eliitille ja ”vaarallisille muille.” Vetoamalla ”terveeseen järkeen” ja käyttämällä puhekieltä, populistiset poliitikot voivat korostaa aitouttaan ja rakentaa itsestään ”kansan edustajia” (Sakki & Hakoköngäs, 2025, s. 11). Lisäksi muita tärkeitä elementtejä ovat samaistuminen, kielellisesti tuotetut ja ilmaistut tunteet tai affektit ruumiillisina tuntemuksina tai kokemuksia ohjailevina voimina, sekä perustavanlaatuisen vastakkainasettelujen synnyttäminen (Sakki, 2025, s. 155). Populistien vetovoimaan liittyy myös heidän asenteensa ja toimintatapansa: he eivät välitä poliittisen kentän sopivista, asianmukaisista toimintatavoista (Moffit & Tormey, 2013, s. 392). Populistinen tyyli, kuten slangin käyttö, kiroilu, poliittinen epäkorrektius sekä liioitellut ja värikkäät ilmaisutavat, toimii vastakohtana jäykkyydelle, rationaalisuudelle, maltilliselle käytökselle ja teknokraattiselle kielenkäytölle (Moffit & Tormey, 2013, s. 392).

Keskeinen ominaispiirre on myös keskittyminen kriisiretoriikkaan, jossa hyödynnetään erilaisia sotaan, skandaaleihin ja moraalisiin kamppailuihin liittyviä termejä ja mielikuvia (Sakki & Hakoköngäs, 2025, s. 11). Populistisessa retoriikassa toimijat käyttävät usein jyrkkää, sotaista, suorasukaista ja yksinkertaista kieltä tavoittaakseen tyytymättömän kansan ja esittääkseen itsensä ratkaisun tarjoajina nykyisiin olemassa oleviin ja jatkuviin ongelmiin (Sakki & Hakoköngäs, 2025, s. 11). Populismien polttoaineena on siis

kriisintunne, jota populistiset toimijat performoivat ja ylläpitävät aktiivisesti koko ajan sen sijaan, että vain reagoisivat ulkoiseen kriisiin (Moffit, 2015, s. 195). Kriisintunteen ymmärtämiseksi osana populismia, Moffit (2015, s. 195) ehdottaa keskittymistä ajatteluun, missä kriisin performointi nähtäisiin populismin sisäisenä ydinpiirteenä sen sijaan, että kriisin ajateltaisiin olevan ulkoinen syy, tai katalysaattori, populismille. Kriisin performointi on populistille tehokas tapa jakaa kansan ajattelua ”meihin” ja ”muihin” sekä legitimoida vahvan johtajuuden asemaa esittämällä itsensä suvereenin kansan äänenä (Moffit, 2015, s. 195). Populististen poliitikoiden puhutellessa kansaa, jota väittävät edustavansa, he tarttuvat kansalaisten tyytymättömyyteen ja nostavat näitä epäkohtia näkyville puheessaan vahvistaakseen ja korostaakseen kuilua kansan ja valtaapitävien, ”eliitin”, välillä (Zarefsky & Mohammed, 2020, s. 24). Kansan tyytymättömyys nykypolitiikkaan – johon myös osittain populismipuolueiden kannatus perustuu – on osaltaan johtanut myös korkeampiin odotuksiin (Wodak, 2015, s. 12). Monet puolueet ovatkin vastanneet näihin kasvaneisiin odotuksiin tarjoamalla kompleksisia asioita pelkistäviä, mediataitoisia populistisia persoonia, joilla on yksinkertaisia, helposti tartuttavia iskulauseita (Wodak, 2015, s. 12).

Populistista retoriikkaa kuvataan usein ”heikkolaatuiseksi argumentaatioksi”, jossa keskiössä on kansan kosiskelu ja pisteiden kerääminen ajamalleen asialle (Vainikkala, 2015, s. 1). Toisaalta tämä ”heikkous” voi tarjota sopivan paikan vahvoille affektiivisille latauksille (Vainikkala, 2015, s. 1). Populistisessa puheessa on syvä tunnepitoinen luonne, joka pyrkii reagoimaan ja vastaamaan kiireellisyyden tunteeseen, jonka takia vuorovaikutteinen, harkitseva keskustelu sekä rauhallinen pohdinta jäävät toissijaisiksi (Zarefsky & Mohammed, 2020, s. 24). Yksinkertaistettu argumentointi ja retoriikan epämääräisyys voivat auttaa populistisia toimijoita erottautumaan poliittisesta ”eliitistä” (Sakki & Hakoköngäs, 2025, s. 11). Myös Moffit ja Tormey (2013, s. 387) toteavat, että populismilla on taipumusta paitsi viestiä yksinkertaisella ja suoraviivaisella tavalla, myös tarjota yksinkertaisia ja suoraviivaisia ratkaisuja. Luomalla retorisesti tunnetta kriisistä, myös poliittisen keskustelun ehdot ja kenttä yksinkertaistuu radikaalisti, mikä heijastuu pelkistetymmän ja suoremman kielen käyttöön (Moffit & Tormey, 2013, s. 387).

Uhkaavien mielikuvien luomisen lisäksi populistinen retoriikka herättää nostalgisia muistoja, jotka keskittyvät menneisyyden ihanteisiin ja ”parempiin aikoihin” (Sakki & Hakoköngäs, 2025, s. 11). Vaikka tyyppillisesti oikeistopopulistinen viestintä yhdistetään myrkylliseen retoriikkaan ja pelon lietsomiseen, Albertazzi ja Bonansinga (2025, s. 686) havaitsivat tutkimuksessaan, että oikeistopopulistiset toimijat hyödyntävät myös vetoamista tunteisiin positiivisesti inspiroimalla yleisöä esimerkiksi välittämällä viestinnässään kansakuntaa ylistäviä arvoja ja hyveitä sekä herättämällä toivoa optimistisesta tulevaisuusvisiosta.

Kannaston (2021, s. 120) mukaan poliittisen identiteetin rakentamisessa kyse on tiettyjen näkökohtien ja ominaisuuksien korostamisesta tai piilottamisesta, jota voidaan tehdä valitsemalla tietyt vuorovaikutus- ja tiedotuskanavat, sekä sen, mitä kanavissaan jakaa, hallitsemalla julkista keskustelua ja valitsemalla, millainen sisältö äänestäjäkunnan nähtävillä. Henkilökohtaistamisen avulla poliitikot voivat tunnistautua kuuluvansa tiettyihin ryhmiin, luoda suhteita uusiin ryhmiin sekä herättää kansalaisten keskuudessa ihailua (Osei Fordjour, 2024, s. 392). Poliitikkojen retoriset keinot sosiaalisen median alustoilla voi ilmentyä *sosiaalisena kiillotuksena*: heidän personoitu retoriikkansa voi saada heidät näyttämään paremmilta sellaisten henkilöiden silmissä, jotka eivät aikaisemmin ole heitä kannattaneet tai ihastelleet (Osei Fordjour, 2024, s. 392). Kannaston (2021, s. 4) mukaan on selvää, että poliittiset toimijat ovat oppineet myös hyödyntämään sosiaalisen median toimintalogiikoita itsensä brändäämisen välineinä.

2.2 TikTok oikeistopopulistisen sisällön kasvualustana

TikTok on kiinalaisen teknologiayrityksen ByteDancen omistama lyhytvideoihin keskittynyt sosiaalisen median palvelu, joka on yksi maailman nopeimmin kasvavista alustoista (Kaye ja muut, 2021, s. 229). TikTok lanseerattiin vuonna 2016 ja on siitä lähtien jatkanut kasvuaan saavuttaen vuoden 2026 alkuun mennessä lähes 1,9 miljardin kuukausittaisen käyttäjäkunnan maailmanlaajuisesti (Singh, 2026; Dreamgrow, 2026). Kiinassa TikTokin tilalla toimii oma erillinen sovellus Douyin (Kaye ja muut, 2021, s. 229).

TikTokin suurin kuukausittainen 135,79 miljoonan käyttäjäkunta on Yhdysvalloissa (Dreamgrow, 2026), kun taas EU:n jäsenvaltioissa on keskimäärin yhteensä noin 169 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää (Singh, 2026). TikTokin päivittäisen aktiivikäyttäjien määrän on arvioitu olevan noin 875–954 miljoonaa (Bazian, 2025; Singh, 2026). Maailmanlaajuista suosiota tarkastellessa on huomioitava, että TikTok on eri tavoin säännellysti kielletty sovellus yli 20 maassa, pääasiallisesti vedoten TikTokin sallivan misinformationin levittämisen, sääntelevän puutteellisesti sopimatonta sisältöä esimerkiksi alaikäisten käyttäjien silmille, keräävän ja säilyttävän dataa epäselvästi, olevan kansallinen turvallisuusuhka ja tietoturvaltaan epäselvä (Ruby, 2025).

TikTokin omistava ByteDance kuvailee, ettei TikTokia varsinaisesti ole suunniteltu ajankohtaisten tapahtumien seuraamiseen tai yhteydenpitoon ystävien kanssa, kuten esimerkiksi yhdysvaltalaisen teknologiayhtiö Metan omistama Instagram, vaan esittää TikTokin olevan enemmän ”sosiaalinen viihdealusta” kuin sosiaalisen median sovellus (Knuutila & Havula, 2024, s. 6). Vaikka TikTokilla on samankaltaisia piirteitä kuin muillakin sosiaalisen median alustoilla, kuten edellä mainitulla Instagramilla, TikTok on erityisen houkuttava ja ainutlaatuinen markkinoilla pystysuunnalla lyhytvideoformaatillaan, jossa korostuu merkittävästi auditiivinen ulottuvuus, esimerkiksi musiikkikappaleiden katkelmien lisäämisellä (González-Aguilar ja muut, 2023, s. 233). Mahdollisuus yhdistellä auditiivisia elementtejä, kuten musiikkia ja ääniefektejä, päällekkäin erilaisiin visuaalisiin elementteihin, kuten videoklippeihin, kuviin, teksteihin ja emojiin, antaa käyttäjille kädet luoda ilmaisuvoimaista, vuorovaikutteista ja audiovisuaalisesti kiehtovaa sisältöä, joka sitouttaa yleisöä tehokkaasti (Sakki, 2025, s. 155).

TikTok on noussut nopeasti keskeiseksi alustaksi poliittisessa viestinnässä. TikTokin käyttäjäkunnan kasvaessa poliitikot käyttävät sitä yhä useammin äänestäjien tavoittamiseen, ja alustan käyttäjät taasen poliittisen tiedon etsimiseen (Knuutila & Havula, 2024, s. 6). TikTokin formaatti kannustaa luomaan ytimekkäitä lyhytvideosisältöjä, joissa samanaikaisesti yhdistyvät verbaaliset, auditiiviset ja visuaaliset ominaisuudet, ja poliittisessa viestinnässä tämä voi houkuttaa ja sitouttaa

yleisöä sekä viihdyttää heitä herättämällä erilaisia, vahvojakin tunteita (Jaakkola & Sakki, 2025, s. 92). Poliittiset toimijat joutuvat siis sopeuttamaan toimintaansa teknologisten alustojen käyttöliittymään ja infrastruktuuriin, johon oleellisesti sisältyvät algoritmien logiikka (Knuutila & Laaksonen, 2020, s. 397). Alustojen algoritmien toimintamekanismit ovat hyvin tyypillisesti varjeltuja liikesalaisuuksia (Knuutila & Laaksonen, 2020, s. 397), minkä vuoksi myös perinpohjainen ymmärrys TikTokin algoritmien erityisen tehokkaasta toiminnasta sisältöjen personoinnissa on verrattain epäselvä (Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675). Tutkimuksissa on kuitenkin selvitetty tiettyjä sosiaalisen median alustojen lainalaisuuksia, jotka pääsääntöisesti sääntelevät sisällön leviämistä: algoritmit suosivat käyttäjiä kiinnostavaa, keskustelua herättävää, tunteellista ja sensaatiomaista sisältöä (Knuutila & Laaksonen, 2020, s. 397). Algoritmit toimivat vuorovaikutuksessa käyttäjien kanssa ja heidän toimintaansa peilaten, ja siten osaltaan myös ohjaavat ja tukevat käyttäjien tietynlaisia taipumuksia (Knuutila & Laaksonen, 2020, s. 397).

Albertazzi ja Bonansinga (2024, s. 675) toteavat TikTokissa vuorovaikutussuhteita jäsentävien rakenteiden ja ominaisuuksien sekä mahdollistavan että rajoittavan käyttäjien toimintaa – ja myös selittävän alustan suosiota. Esimerkiksi *replikaatio*, eli tietynlainen jäljittely tai uudelleenluonti on yksi keino mahdollistaa käyttäjälle tapa luoda videoita, jotka ovat samankaltaisia tai jopa vastaavat, esimerkiksi duetto-ominaisuudella, niihin videoihin, joihin ovat törmänneet TikTokissa (Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675). *Viraalisuus* on toinen keskeinen piirre TikTokin vuorovaikutuksellisissa rakenteissa: kun käyttäjät tekevät tietystä videosta omia versioitaan, myös alkuperäisen videon yleisö voi kiinnostua eri käyttäjien tekemistä uusista versioista ja uudelleentulkinnoista, mikä tehostaa sisällön leviämistä yhä laajemmalle (Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675). Kolmantena keskeisenä TikTokin vuorovaikutuksellisena toimintalogiikkana Albertazzi ja Bonansinga (2024, s. 675) nostavat käyttäjien *pitkäkestoisen sitoutumisen* alustalla: alusta keskittyy mahdollistamaan käyttäjien viihtymisen ja keskinäisen vuorovaikutuksen ilman, että käyttäjien tarvitsisi hankkia laajaa osaamista omien videosisältöjen tuottamiseen.

TikTokissa keskeinen toiminto *For You* -etusivu nostaa ja tarjoaa käyttäjälle videosisältöä, jonka arvioi vastaavan käyttäjän mieltymyksiä ja näkemyksiä (Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675). Täten toiminnolla on potentiaalia vahvistaa entisestään käyttäjien jo valmiiksi uskomia mielipiteitä ja ajatuksia (Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675). Käytännössä *For You* -toiminnon ilmeinen tavoite on varmistaa, että käyttäjät altistuvat jatkuvasti pääasiassa sellaiselle sisällölle, johon he ovat jo valmiiksi mieltyneet ja samaistuneet tai jonka kanssa jakavat saman mielipiteen (Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675).

TikTokin roolia poliittisessa vaikuttamisessa on tutkittu erilaisissa konteksteissa, ja esimerkiksi Widholmin, Ekmanin ja Larssonin (2024, s. 1) tutkimuksen tulokset osoittavat, että poliittisella viestinnällä on TikTokissa taipumus kallistua oikeistolaiseen sisältöön, ja oikeistolaisen sisällön suosio myös ennustaa käyttäjien sitoutuneisuutta. Populistiset liikkeet ovat osoittaneet huomattavaa kykyä hyödyntää verkkoviestintää kannattajiensa mobilisoimiseksi (Sakki & Hakoköngäs, 2025, s. 11). Hakoköngäs, Halmesvaara ja Sakki (2020, s. 3) toteavat tutkimuksessaan, että erilaiset digitaaliset viestit, lyhytvideoista internetmeemeihin, ovat esimerkiksi äärioikeistolaisille ryhmille välineitä, joilla he voivat kiteyttää argumenttinsa helposti jaettavaan ja tiiviiseen muotoon audiovisuaalisin, semioottisin keinoin. Populististen radikaalioikeistolaisten puolueiden suosio on osittain selitettävissä puolueiden kohdennetulla ja taidokkaalla sosiaalisen median kanavien käytöllä omien viestiensä välittämiseen ja äänestäjien mobilisoimiseen eliitti- ja maahanmuuttovastaisten agendojen tueksi (Sakki, 2025, s. 154).

Esimerkiksi rasistisia viestejä voidaan välittää ”hienovaraisesti” yhdistelemällä sanallisia, visuaalisia ja auditiivisia keinoja, ja vaikka sanallista viestiä ei suoranaisesti olisikaan, esimerkiksi kuvat tai aggressiivinen, uhkaava äänimaailma mahdollistaa esimerkiksi jonkin ryhmän tai joukon esittämisen vaarallisena (Sakki, 2025, s. 156–157). Merkityksen kontekstualisointi toimii siis tehokkaana työkaluna erilaisten kontrastien vahvistamisessa, ja visuaaliset ja digitaaliset mahdollisuudet tuovat lisäksi omat vaikuttamismahdollisuutensa populistisille liikkeille (Sakki, 2025, s. 156–157). Kuitenkin

Widholmin, Ekmanin ja Larssonin (2024, s. 1) mukaan erityisesti puhe oikeistopoliittisessa sisällössä vaikuttaa positiivisesti käyttäjien sitoutumiseen.

TikTok mahdollistaa viestin välittämisen suoraan kohdeyleisölle ilman suodatusta, ohittaen perinteisen median portinvartijuuden ja median mahdollisuuden asettaa oikeistopopulististen toimijoiden sanoma epäsuotuisaan valoon (Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675). TikTokin keskeisimpänä käyttäjäryhmänä ovat nuoret ja nuoret aikuiset, ja Albertazzin ja Bonansingan (2024, s. 675) mukaan populistinen radikaalioikeisto omaa strategisen intressin hyödyntää TikTokia välineenä oman ideologiansa ja poliittisten linjausten levittämiseen, erityisesti nuoreen kohderyhmään vedoten. Poliitikoille ja puolueille medianäkyvyyden saavuttaminen on useissa olosuhteissa elinehto menestykselle. Etenkin viime vuosikymmeninä, poliitikoiden persoonallisuuden merkitys on korostunut ja kansalaiset tekevät äänestyspäätöksiä mediavälitteiseen tietoon nojautuen (Knuutila & Laaksonen, 2020, s. 396). Poliitikoille, joilla ei ole valmiiksi keinoja saavuttaa näkyvyyttä perinteisessä mediassa, sosiaaliseen mediaan panostaminen voi olla houkutteleva vaihtoehto, ja toisaalta myös sitä kautta reitti päästä näkyville perinteisessä mediassa (Knuutila & Laaksonen, 2020, s. 396).

TikTokin toimintalogiikoiden ja ominaisuuksien on todettu olevan merkittävässä roolissa tunnelman luomisessa poliittisessa kontekstissa. Kannaston ja Pöyryn (2025, s. 2341) mukaan TikTok tarjoaa poliittisille toimijoille mahdollisuuksia itsensä ja oman persoonansa esittelyyn, sekä tietyn tunnelman ja viestintätyylin rakentamiseen alustan ominaisuuksia ja toimintalogiikoita hyödyntäen. Tunnelman luominen on yksi merkittävä tekijä poliittisen argumentin vahvistamiseksi poliittisessa viestinnässä, erityisesti TikTokin kaltaisilla alustoilla, joissa sisältöjä julkaisevaa käyttäjää palkitaan sisällön herättäessä ihmisissä reaktioita ja aktivoivan vuorovaikutukseen (Kannasto & Pöyry, 2025, s. 2341). Oikeistopopulistisissa sisällöissä tunnelmaa voidaan retorisesti luoda esimerkiksi lietsomalla pelkoa ehdottamalla syntipukkeja yhteiskuntaa uhkaaville ilmiöille, sekä hyödyntämällä TikTokin kaltaisella alustalla esimerkiksi uhkaavaa, tunteisiin vetoavaa taustamusiikkia poliittisen viestin vahvistamiseksi.

Schrott (2025, s. 71) tarkasteli tutkimuksessaan aktivistisällöntuottajien poliittista ilmaisua TikTokissa, ja miten alustan ainutlaatuinen, performatiivinen infrastruktuuri mahdollistaa uudenlaisia väyliä kansalaisaktivismille ja mobilisaatiolle. Yhtenä oleellisimpana havaintona oli alustan kyky välittää tunteita ja affekteja aktivistien esityksissä erityisesti äänellisten elementtien kautta, hyödyntäen leikkisyyttä huomion herättämiseksi ja uusien yleisöjen sitouttamiseksi tehokkaasti (Schrott, 2025, s. 71). TikTokin lyhytvideoaktivismi erottuu muista alusta- ja osallistumisformaateista uudenlaisena, digitaalisena poliittisen osallistumisen muotona, joka korostaa äänen ennennäkemättömän keskeistä asemaa (Schrott, 2025, s. 71). Myös Salojärvi ja muut (2023, s. 856) ovat tunnistaneeet äärioikeistopuolueiden poliittisessa vaikuttamisessa tunnelman luomisen keskeisenä vaikutuskeinona videoissa. Salojärvi ja muut (2023, s. 856) tarkastelivat tutkimuksessaan kahden suomalaisen äärioikeistopuolueen kampanjavideoita, ja yhtenä keskeisenä havaintona äärioikeistopuolueiden videoissa oli taidokas taustamusiikin käyttö: tietynlaisella taustamusiikilla korostettiin synkkää tunnelmaa ja uhkakuvia yhdessä visuaalisen videomateriaalin kanssa, jossa esitettiin muun muassa kollektiiviseen muistoon vetoavia suomalaisia maisemia sekä poliittisesti kiistanalaisia symboleja (Salojärvi ja muut, 2023, s. 856).

2.3 Oikeistopopulismi eurooppalaisessa kontekstissa

Mediassa myös keskustellaan päivittäin populistipuolueiden noususta (Palonen & Saresma, 2017, s. 24) – oli kyse sitten Puolasta, Unkarista, Italiasta tai Yhdysvalloista. On kuitenkin huomion arvoista todeta, että populismipuolueet eri puolilla maailmaa ovat aina kontekstistaan – maasta ja sen toimintaympäristöstä – riippuvaisia. Esimerkiksi Lähdesmäki (2017, s. 134) huomauttaa, että on harhaanjohtavaa puhua ”yhtenäisestä eurooppalaisesta oikeistopopulistisesta liikkeestä”, koska eurooppalaiset puolueet, jotka ajavat oikeistopopulistisia agendoja, nousevat erilaisista, toisistaan poikkeavista olosuhteista niin poliittisesti, historiallisesti kuin demografisestikin. Eurooppalaisten ”oikeistopopulististen” puolueiden uhat, joita vastaan he kertovat toimivansa, eivät siis myöskään ole täysin samoja (Lähdesmäki, 2017, s. 134).

Kuten aiemmin todettiin, populismipuolueille yhteistä on yhteys valtion rajan ylittäviin ilmiöihin. Tyypillisesti oikeistopopulistiset liikkeet vastustavat maahanmuuttoa, globalisaatiota, kapitalismia, elitismiä, intellektualismia ja Euroopan integraatiota (Lähdesmäki, 2017, s. 134). Oikeistopopulistista agenda ajavat puolueet jakavat huolta kansallisvaltioiden ja niiden itsenäisyyden, yhtenäisyyden ja kansallisen kulttuurin heikkenemisestä, ja tämä motivoi tyypillisesti myös vastustamaan EU:n integraatiopoliittikkaa sekä liberaaleja maahanmuuttopoliitikkoja (Lähdesmäki, 2017, s. 134). Nämä muodostavat puolueiden ja niiden poliitikoiden retoriikassa uhan sekä kansallisvaltiolle että koko Euroopalle, ja myös eurooppalaiselle kulttuuriselle yhteisölle, joka määrittynyt lähinnä abstraktilla tasolla (Lähdesmäki, 2017, s. 134).

Syrjivä, poissulkemisen retoriikka on kietoutunut olennaiseksi osaksi laajempaa diskurssia ”muukalaisista” kansallisvaltion sisällä ja sen ulkopuolella (Wodak, 2015, s. 21). Tyypillisesti tällaisessa poissulkevassa retoriikassa viitataan eri vähemmistöihin ja maahanmuuttajiin, ja noudatetaan mottoa: ”meidän” on puolustettava itseämme ”heitä” vastaan (Wodak, 2015, s. 21). ”Meillä” viitataan Wodakin (2015, s. 21) mukaan tyypillisesti esimerkiksi länsimaiseen tai kristilliseen Eurooppaan, ja ”heillä” taasen itämaihin, orienttiin – kuten romaneihin, juutalaisiin tai muslimeihin. Oikeistopopulistiset liikkeet perustuvat tietynlaiseen käsitykseen siitä, mitä on *kansa*, ja siten samalla kiistävät kompleksisuuden ja moninaisuuden yhteiskunnassa (Wodak, 2015, s. 21).

Euroopassa oikeistopopulististen ideologioiden ytimessä voidaankin havaita taipumuksia luoda ja vahvistaa uudelleen kansallistumista ja sen rajoja, sekä kytkeä kansallisvaltion ja kansalaisuuden suhdetta nativistiseen, usein sukupuoleen ja fundamentalistiseen uskontoon perustuvaan, keholliseen politiikkaan (Wodak, 2015, s. 1). Rajat voivat tarkoittaa myös hyvin konkreettisesti muurien rakentamista, pitämällä nämä ”toiset” – jollain määrittävällä tavalla liian erilaiset ja poikkeavat – ulkopuolella (Wodak, 2015, s. 1). Tällainen kehollinen politiikka on näin integroidusti osa myös rajapolitiikkaa (Wodak, 2015, s. 1).

Populismiin voidaan ajatella olevan omalla tavallaan myös tietynlainen voima demokratialle: se pystyy haastamaan kiinnittyneitä ja ”annettuina otettuja” poliittisia identiteettejä, sekä luomaan myös uusia samaistumisen kohteita (Palonen, 2020, s. 129). Kun populistinen liikehdintä on riittävän irtaantunut politiikan sisällöistä ja konkreettisista vaatimuksista, se voi myös kääntyä demokratiaa vastaan (Palonen, 2020, s. 129). Poliittiset vaatimukset siitä, *mitä* halutaan, voidaan äärimmilleen vietyinä korvata kysymyksellä, *keitä* halutaan (Palonen, 2020, s. 129). Keskeistä ajattelussa on rajanveto ja tieto siitä, mitä vastustetaan (Palonen, 2020, s. 129). Palosen (2020, s. 129) mukaan myös hybridien mediasysteemien logiikan on myös tunnistettu tuovan populismin negatiiviset puolet esiin. Wodakin (2015, s. 11) mukaan Euroopassa kehityksen alla on niin sanottu *mediademokratia*, jossa yksilöllinen, mediataitava poliittinen performanssi näyttää nousevan poliittisia prosesseja tärkeämmäksi. Tämän seurauksena politiikka pelkistyy muutamaankin iskulauseeseen, joiden oletetaan olevan laajalle yleisölle helposti ymmärrettäviä (Wodak, 2015, s. 11).

Vuodesta 2015 lähtien puolalainen kansalliskonservatiivinen Laki ja Oikeus -puolue on politiikassaan kaavaillut vastarintaa niin sanotulle ”liberaalille konsensukselle”, sekä siirtymää kohti hallinnollista järjestelmää, joka perustuisi johdon ja toimeenpanovallan vahvistamiseen, populismiin ja nativismiin, eli aatteeseen, jossa kansallisvaltio nähdään kuuluvan – mutta halutaan myös rajata – vain sen alkuperäiselle kantaväestölle (Bill & Stanley, 2020, s. 378). Laki ja Oikeus -puolueen poliittinen agenda jäsennetään usein ”ohuen ideologisen” populistisen narratiivin kautta: ”postkommunistisen politiikan” esitetään pettävän kansakunnan (jolla tyypillisesti viitataan tavallisiin, ”aitoihin” puolalaisiin) niin sanotusti ”väärin” kotimaassa toimivien eliittien toimesta, joilla väitetään olevan liitoksia ulkomaisiin intresseihin (Bill & Stanley, 2020, s. 382). Kulttuurisella tasolla narratiivi koskee myös väittämää monikulttuurisuuden, muslimimaista tulevien siirtolaisten sekä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin liittyvien ideologioiden tuomista ”vaaroista” (Bill & Stanley, 2020, s. 382).

Laki ja Oikeus -puolue kuuluu avoimesti myös Yhdysvaltain presidentti Donald Trumpin tukemiin eurooppalaisiin oikeistokonservatiivisiin puolueisiin (Turtiainen, 2025). Kulttuurisessa mielessä Laki ja Oikeus -puolue on ratsastanut oikeistokäänteellä, ja vahvistanut aina Puolassa läsnä ollutta sosiaalista konservatiivisuutta (Bill & Stanley, 2020, s. 387). Puolueen keskeisenä eetoksena on luvata puolustaa Puolan perinteistä identiteettiä ja katolilaisuuteen tiiviisti sidottua arvojärjestelmää ”uhkaavilta” maan ulkoisilta ja sisäisiltä uhilta (Bill & Stanley, 2020, s. 387). Esimerkiksi puolueen vaalikampanjat ovat keskittyneet seksuaalivähemmistön muodostamaan ”uhkaan”: lukuisissa julkisissa puheissa, haastatteluissa ja sosiaalisen median viesteissä puolueen jäsenet lupasivat puolustaa puolalaisia tätä väitettyä uhkaa vastaan (Bill & Stanley, 2020, s. 388). Useat puolueen poliitikot ja kannattajat ovat esimerkiksi korostaneet LGBTQ-liikkeen aiheuttamaa ”vaaraa” lapsille ja perheen instituutiolle (Bill & Stanley, 2020, s. 388).

Bill ja Stanley (2020, s. 389) korostavat, että Laki ja Oikeus -puolueen viesti on ollut varsin selkeä ja johdonmukainen: puolueen populismissa oppositiopuolueet ovat liittoutuneet ulkomaisten, tiettyä ideologiaa ajavien kanssa, joka on vihamielinen kohti puolalaisen kansakunnan todellisia etuja ja arvoja, joiden esitetään olevan konservatiivisia ja katolilaisuuteen pohjaavia. Uhkaa kehystetään kriittiseksi, kansakunnan biologista ja kulttuurista olemassaoloa vaarantavaksi, esimerkiksi perheen instituution osalta (Bill & Stanley, 2020, s. 389). Lisäksi puolue korostaa muun muassa puolustavansa sanan- ja ilmaisunvapautta, ja pelastavansa yhteiskunnan pakotetulta suvaitsevaisuudelta (Bill & Stanley, 2020, s. 389). Ne, jotka kannattavat erilaista arvojärjestelmää kuin puolueen katolinen traditionalismi, eivät ole pelkästään poliittisia vastustajia, vaan muodostavat eksistentiaalisen uhan kansakunnan olemassaololle (Bill & Stanley, 2020, s. 389).

3 Klassinen retoriikka digitaalisessa kontekstissa

Klassisilla viestinnän teorioilla, kuten retoriikassa Aristoteleen argumentaatioteorialla, voidaan selittää ja ymmärtää sosiaalisen median digitaalista viestintää ja niihin liittyviä kysymyksiä, vaikka uusia digitaalista kontekstia analysoivia teorioita kehitetään koko ajan ja vanhoja menetelmiä syrjäytetään nykyaikaisilla (Isotalus, 2023, s. 30). Aristoteles keskittyi alun perin retoriikassa menetelmiin, joiden avulla rakentaa onnistunut ja vakuuttava puhe (Eyman, 2015, s. 14). Vaikka Aristoteleen perinteeseen perustuvia menetelmiä saatetaan pitää vanhentuneina joissain asiayhteyksissä, perinteessä on paljon arvokasta, jota ei hyödynnetä nykyajassa riittävästi (Hietanen, 2025, s. xii). Retoriikan opit ovat säilyneet noin 2500 vuotta tähän päivään saakka (Isotalus, 2023, s. 30), ja klassinen retoriikka on edelleen hyvin ajankohtaista ja merkityksellistä. Se soveltuu luontevasti analyyseihin, joissa keskitytään retoriikan klassisiin käsitteisiin: argumentaatioteorian *eeatokseen*, *paatokseen* ja *logokseen* (Hietanen, 2025, s. xii), kuten tässä tutkielmassakin tehdään. Klassinen retoriikka soveltuu siis nykyaikaisiin, digitaalisiin aineistoihin ja ilmiöihin, sillä vakuuttamisen ja suostuttelun ytimessä elementit ovat lopulta aina samankaltaisia, kontekstista riippumatta: vetoaminen tunteisiin, uskottavuuteen ja loogisiin perusteluihin.

Retoriikka on yksinkertaistettuna viestinnällä vaikuttamista, jossa vuorovaikutuksessa ovat *reettori*, eli viestin lähettäjä, joka voi olla yksilö, joukko tai organisaatio, sekä *yleisö*, eli viestin vastaanottaja, joka voi olla tarkoituksenmukainen kohderyhmä, tai viestin spontaani vastaanottaja (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 159). Digitaalisissa ympäristöissä korostuu reettoriin erityinen luonne viestijänä: reettori ei ole ainoastaan puhuja tai kirjoittaja, vaan laajemmin sisältöjen tuottaja ja jakaja (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 159). Argumentointia pidetään retorisen viestinnän ytimenä, ja retoriikka tarjoaa teoriaa, käsitteitä ja työkaluja tavoitteellisen, kontekstisidonnaisen ja todelliseen elämään perustuvan argumentoinnin tuottamiseen ja analysointiin (Hietanen, 2025, s. xi–xii). Retoriikan perustana on siis argumentaatio, jonka varaan retoriset tehokeinot rakentuvat (Kakkuri-Knuuttila, 1998, s. 233). Retoriseen viestintään liittyy usein manipuloivia strategioita, niiden olematta välttämättä suoranaisesti paheksuttavia (Hietanen, 2025, s.

xi). Retoriikka on perinteisesti liittynyt läheisesti juuri kielellisiin keinoihin, joilla pyritään suostuttelemaan: tämä yhteys suostutteluun on keskeinen ristiriitainen tekijä keskusteluissa siitä, voidaanko retoriikka nähdä neutraalina suostuttelun välineenä yhteisymmärryksen saavuttamiseksi, vai onko kyse kyseenalaisesta toiminnasta, joka johtaa manipulointiin (Herrick, 2020, s. 4). Retoriikka ei kuitenkaan ole kielen niin sanottua ”kuorruttamista” tai kaunopuheisuutta, vaan viestinnän perustavanlaatuisen ominaisuus (Jokinen, 2016, s. 260).

Retoriikan oppikirjoissa Aristoteleen keskeiset vaikutuskeinot tiivistetään tyypillisesti kolmeen: *etos*, *paatos* ja *logos* (Hietanen, 2025, s. 19). Kaikki retoriset keinot ovat sosiaalisesti rakentuneita viestintätapoja, joilla on jonkinlainen toteutettava tavoite (Hietanen, 2025, s. 25). Koska retorisen tavoitteen ajatellaan olevan sama kuin argumentaation tavoitteen, nämä kolme vaikutuskeinoa tähtäävät samaan tavoitteeseen, eli tekstin sanoman uskottavuuden lisäämiseen (Kakkuri-Knuuttila, 1998, s. 233). Tyypillisesti kolmijako käsitetään seuraavasti: *etos* viittaa puhujan luonteeseen tai uskottavuuteen, *paatos* kuulijoissa heräämiin tunteisiin ja *logos* aiheeseen liittyviin ”loogisiin perusteluihin” (Hietanen, 2025, s. 20). Hietanen (2025, s. 20) mukaan kuitenkin tämä käsitys logoksesta on hieman ristiriidassa retoriikan luonteen kanssa. On huomioitava se, miten loogisuus käsitetään: logos-keinot ovat retorisia siinä mielessä, että ne ovat rationaalisia ja rektorin taidon tulosta, mutta ne eivät kuitenkaan varsinaisesti ole loogisia – niillä ei ole, eivätkä ne noudata, mitään tiettyä muotoa tai validiteettia (Hietanen, 2025, s. 32). Logos-keinot toimivat tyypillisesti vain tietyssä kontekstissa, kun taas loogisten argumenttien voidaan ajatella toimivan periaatteessa aina, kontekstista riippumatta (Hietanen, 2025, s. 32). Jokinen (2016, s. 259) esittääkin, että retorinen argumentaatio eroaa logiikasta siinä, että retorisessa argumentaatioissa toisilleen vastakkaiset väitteet voivat kummatkin olla järkeviä.

Kakkuri-Knuuttila (1998, s. 233) on esittänyt logoksen tarkoittavan argumentin asiasisältöä, eli *itse argumenttia*, Eyman (2015, s. 14) taasen *loogista argumentointia*. Myös paatos ymmärretään usein vain keinoina, joilla vaikutetaan yleisön tunteisiin,

vaikka kyse on myös suhteesta, joka rakentuu puhujan ja yleisön välille (Vuori, 2021). Koska retoriikka toimii tässä tutkielmassa analyysia syventävänä työkaluna vaikuttamisen keinojen tarkasteluun, käsitän edellä mainitun mukaan eetoksen keinoina, joilla puhuja esittää itsensä tekstikontekstissa ja rakentaa olemustaan ja uskottavuuttaan, päätöksen puhujan ja yleisön väliseksi suhteeksi, jossa vedotaan yleisön tunteisiin, sekä logoksen itse argumentin asiasisältönä, jossa vedotaan järkeen omassa kontekstissaan.

3.1 Klassinen retoriikka poliittisessa puheessa

Jo antiikin ajoista on ymmärretty, millainen merkitys on sillä, kuka puhuu ja miten puhuu (Isotalus, 2025, s. 23), ja esiintymisen käsitteellistämisen juuret pohjautuvatkin antiikin aikaan, jossa julkisilla puheilla oli merkittävä rooli koko yhteiskunnan kannalta (Isotalus, 2025, s. 18). Klassinen retoriikka käsitteli alun perin vain kolmea pääasiallista *suullista* puhetyyppiä: *forensista*, eli oikeudellista puhetta, *deliberatiivista*, eli poliittista puhetta ja *epideiktistä*, eli juhlallista puhetta (Eyman, 2015, s. 14; Palonen, 2012, s. 64). Menestyäkseen puheen rakentamisessa reettori saattoi käyttää aikaisemmin mainittuja suostuttelun keinoja: eetosta, päätösta ja logosta (Eyman, 2015, s. 14). Antiikin oppeihin viitataan edelleen tutkimuksissa jatkuvasti, ja retoriikan sovellusala on laajentunut käsittelemään kaikenlaista viestintää, myös sellaista, jossa vaikuttaminen ei välttämättä ole tietoista yleisön suostuttelua (Isotalus, 2025, s. 22; Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 158).

Aikaisemmin esitettyyn ristiriitaan siitä, voidaanko retoriikka nähdä eräänä manipulaation keinona, Jokinen (2016, s. 260) täsmentää, että retorinen vaikuttaminen ei ole pinnallista, tai petollista, vaan se on väistämätön ja järjellinen osa viestintää. Poliittisessa puheessa retoriikan rooli kuuluu olennaisesti poliittiselle näyttämölle: se on poliittisen vaikuttamisen keskiössä, ja sen avulla pyritään laskelmoidusti vaikuttamaan yleisöön (Gill & Whedbee, 1997, s. 1). Tietyssä mielessä politiikan tekeminen on perusluonteeltaan retorista. Vaikka tyypillisesti poliittisessa puheessa käytetäänkin runsaasti erilaisia retorisia keinoja, se ei tarkoita sitä, etteikö muissakin konteksteissa ja viestintätilanteissa hyödynnettäisi retorisia keinoja – retoriikka on läsnä kaikenlaisessa

viestinnässä (Jokinen, 2016, s. 260). Retoriikka on myös hyvin kontekstisidonnaista: esimerkiksi yhtenä erityisenä retorisen politiikan tyylinä pidetään parlamentaristista retoriikkaa, joka sisältää parlamentaaristen puheiden poliittisen asetelman, menettelytavat ja tiettyyn puhekuulttuuriin liittyvät käytännöt (Palonen, 2012, s. 61). Esimerkiksi Euroopan parlamentin täysistunnot toimivat näyttämöinä, joissa Euroopan parlamentin jäsenet, eli mepit, keskustelevat ajankohtaisista aiheista *tietyissä raameissa* ja kertovat mielipiteensä äänestämällä lainsäädäntöehdotuksista ja muista aloitteista (Euroopan parlamentti, n.d.). Parlamentarismissa retorinen merkitys ilmenee myös siten, että parlamentin jäsenen odotetaan puhuvan tietyllä tavalla parlamentaarille yleisölle parlamentaarisen poliittisen kulttuurin käytäntöjä noudattaen (Palonen, 2012, s. 61).

Poliitikkojen huono maine, esimerkiksi retorisesti manipuloivina, ei ole poliittisessa kontekstissa uusi ilmiö: huono maine yhdistyy sekä ajallisesti että käsitteellisesti demokratian ja parlamentarismien toteuttamiseen, eli juuri niihin poliittisen kamppailun, debatin ja päätöksenteon muotoihin, joita ei olisi ilman ammattimaisia poliitikkoja (Palonen, 2012, s. 99). Poliitikoiden moittiminen ja kritisointi ovat omalla tavallaan osa parlamentaaristen demokratioiden poliittista kulttuuria (Palonen, 2012, s. 99). Parlamentarismissa poliitikot pääsevät edustajan asemaan ansaitsemalla ääniä kansalta, joka tarkoittaa myös sitä, että kuka tahansa voi myös pudota vaaleista jäädessään paitsi riittävästä äänimäärästä (Palonen, 2012, s. 106). Esimerkiksi Euroopan parlamenttiin uudet parlamentin jäsenet valitaan välittömällä vaaleilla joka viides vuosi (Euroopan parlamentti, n.d.). Osa poliitikoista voi tulla valituksi useiksi kausiksi tehtäviinsä, mutta Palonen (2012, s. 106) korostaa, että pitkäaikaisten parlamentaarikoiden kohdalla ei läheskään aina ole takeita siitä, että he suoriutuisivat taidoillaan tehtävistään saavuttaakseen eturivin poliitikon aseman.

Klassisen retoriikan merkitys on parlamentaarisen puheen kontekstissa keskeistä: jotta esiin tulevia asioita, aloitteita ja esityksiä voidaan ymmärtää kunnolla, edustajat parlamenteissa joutuvat tarkastelemaan ja käsittelemään niitä vastakkaisista näkökulmista (Palonen, 2012, s. 109–110). Esitetyissä argumenteissa ei ole oikeita tai

vääriä näkökulmia, sillä totuuksia on monenlaisia – sen sijaan niillä voi olla erilaisia vahvuuksia ja heikkouksia, joista kukin on mahdollista kyseenalaistaa (Palonen, 2012, s. 110). Parlamentaarinen puhe on siis debattia, ja vastakkaisten esitysten tarkastelua sekä puolesta että vastaan, pyrkien käännyttämään vastapuolen edustajia samalle puolelle taitavalla retoriikalla (Palonen, 2012, s. 20–21). Parlamentaaraisia puhetilanteita on kuitenkin myös luonnehdittu ”teatteriksi” viitaten kokemukseen siitä, ettei niiden perimmäisenä tarkoituksena edes ole aidosti keskustella asioista, vaan tarkoituksenmukaisesti pysytellä keskustelussa vastakkain (Pekonen, 2011, s. 98). Yleisön julkista luottamusta haetaan yhä useammin normien ja käytäntöjen räikeällä rikkomisella ja syytöksillä toisen legitimizeettiä kyseenalaistamalla (Hatzisavvidou & Martin, 2022, s. 152). Viime aikoina vihamielisyys ja jakautuneisuus, taipumus vedota salaliittoteorioihin, tyhjien iskulauseiden levittäminen ja halukkuus johtaa harhaan ovat muuttaneet retorista ilmapiiriä kiivaammaksi monissa demokratioissa (Hatzisavvidou & Martin, 2022, s. 152).

Retorista argumentaatiota on havainnollistettu kahden eri ulottuvuuden kautta: *puolustavana* ja *hyökkävänä* retoriikkana (Jokinen, 2016, s. 342). Puolustavasta retoriikasta puhutaan silloin, kun omaa positiota pyritään vahvistamaan siten, ettei sitä päästäisi vahingoittamaan (Jokinen, 2016, s. 342). Hyökkäävä retoriikka taas pyrkii vahingoittamaan vasta-argumenttia (Jokinen, 2016, s. 342). Sekä puolustavaa että hyökkävää retoriikkaa toteutetaan moninaisin retorisiin strategioihin (Jokinen, 2016, s. 342). Poliitikassa tehokas retoriikka ei kuitenkaan välttämättä läheskään aina perustu vain taidokkaaseen argumentointiin tai vakuuttavuuteen, vaan argumentoinnin kannalta ”toisarvoiset” tekijät, kuten toisto, tietyn viestin jatkuva vahvistaminen tai viestintävälineen tekninen tehokkuus voivat olla merkittävämpiä tekijöitä kuin varsinaiset retoriset keinot (Summa, 1996, s. 59). Siksi poliittisen retoriikan tarkastelussa onkin tärkeää kiinnittää huomiota kokonaisuuteen sekä toistuvien ja vakiintuneiden tapojen ilmaisuun (Summa, 1996, s. 59). Seuraavassa alaluvussa tarkastellaan, millaisilla erilaisilla puheen ja kielenkäytön osatekijöillä muodostetaan merkityksiä retoriikassa.

3.2 Merkityksenmuodostus retoriikassa

Merkitykset määrittyvät aina asiayhteydestä, jossa ne esiintyvät, eli ne ovat aina *kontekstuaalisia*: samalla ilmaisulla voi olla hyvin erilainen merkitys eri konteksteissa (Kakkuri-Knuuttila, 1998, s. 24). Valintoja tehdessä ja mielipidettä muodostaessa jo *tietyt* kuullut tai luetut sanat tai ilmaisutavat *tietynlaisessa* kehyksessä vaikuttavat mieltymyksiin ja päätöksentekoon (Chang ja muut, 2019, s. 158). Kehystämisen tutkimusperinteessä *kehystämistä* määritellään tietyn todellisuuden näkökohtien valitsemisena ja korostamisena viestinnällisessä tekstissä siten, että siinä esitetään tietynlaista ongelman määrittelyä, kausaalista tulkintaa, moraalista arviointia, ja suositusta kuvatun aiheen tai ongelman hoitamiseksi (Burgers ja muut, 2016, s. 411). Retorinen *kehystämisen* tekniikka viittaa tapaan kuvata tilannetta siten, että päätöksentekijä muuttaisi käsitystään tilanteen toimista, lopputuloksista sekä mahdollisuuksista tai uhista (Chang ja muut, 2019, s. 158). Chang ja muut (2019, s. 159) esittävät, että kehystäminen herättää päätöksentekijässä erilaisia tulkintoja teoista ja lopputuloksista, koska tietynlainen kehystäminen yhdistyy myös tietynlaisiin normeihin (Chang ja muut, 2019, s. 159).

Sosiaalinen identiteetti rakentaa yksilön käsitystä itsestä, johon liittyy kokemus johonkin sosiaaliseen ryhmään ja normistoon kuulumisesta (Chang ja muut, 2019, s. 159). Sosiaalisesta identiteetistä saatava hyöty perustuu siis yksilön haluun noudattaa tiettyjä sosiaalisen identiteetin normeja (Chang ja muut, 2019, s. 159). Kehyksen ja jaetun merkityksen yhteyden ymmärtämisen kannalta keskeistä on huomioida, millaisia tulkintoja yksilö tuo ”tekstiin” neuvotellun merkityksen muodostamiseksi (Carter, 2013, s. 5). Vuorovaikutuksella on tärkeä rooli siinä, millaisia merkityksiä sanoilla ja teoilla rakennetaan kulloisessakin kontekstissa ja tilanteessa (Suoninen, 2016, s. 313). Tähän liittyy olennaisesti myös retorinen ja diskurssianalyttinen lähestyminen: keskinäisessä vuorovaikutuksessa ihmiset kategorisoivat todellisuutta ja tekevät siitä erilaisia selontekoja, joita ”kaupittelevat” toisilleen, hyödyntäen retoriikkaa (Jokinen, 2016, s. 342). Retoriset keinot ovat siis merkittävä osa kielenkäyttöä ja todellisuuden tuottamisen perustavanlaatuisia ominaisuuksia (Jokinen, 2016, s. 342).

Arvolatautunut kieli (*eng. loaded language*) on viestin vastaanottajan asenteita ohjaava kielenkäyttöä, joka pyrkii horjuttamaan tasapainoa vähättelemällä tai vääristelemällä todellisuuskäsitystä, tai pelottelemaan sen kustannuksella (Kitty, 2022, s. 29). Arvolatautuneessa kielenkäytössä pyritään kaventamaan ja tukahduttamaan viestin vastaanottajan ajattelua estääkseen joutumista kriittisen epäilyn kohteeksi (Kitty, 2022, s. 34). Retorisena viestintätapana se ei ole kunnioittava, vaan suhtautuu yleisöön ”ylhäältä päin”, nähden sen kohteena, jota harhauttaa tai ohjailta (Kitty, 2022, s. 29). Pelon lietsonta on yksi tehokkaimpia latautuneen kielenkäytön keinoja: jakoa ”meihin” ja ”heihin” hyödynnetään hallitsemaan yleisöä ja heidän asettumistaan jompaankumpaan ryhmään, demonisoiden toista osapuolta (Kitty, 2022, s. 34). Poliittisessa, suostuttelevassa kielenkäytössä me-retoriikalla annetaan ymmärtää, että väitteen esittäjä ei seiso yksin väitteensä takana, vaan esiintyy laajemman, yhtenäisen joukon nimissä, jossa jaetaan yhteneväiset intressit (Jokinen, 2016, s. 351).

Vakuuttaakseen yleisöä rakennetusta todellisuuskäsityksestä, tyypillisesti perusteluihin ei kuulu konkreettista näyttöä, vaan todellisuuskäsityksen esittäjä turvautuu helposti jargoniin sekä vinoutuneisiin tilastoihin toivoen, ettei viestin vastaanottaja perehdy syvemmin aiheeseen ja esitettyihin argumentteihin (Kitty, 2022, s. 34). Tyypillisesti pelottelevissa kertomuksissa maalataan uhkakuvia ajatusvinoumilla, henkilökohtaisilla hyökkäyksillä ja vetoamalla auktoriteettiin (Kitty, 2022, s. 34). Keskeistä on peittää tosiasiaa siitä, että äärettömässä maailmassa on useita oikeita vastauksia, ja kieltää ajatusta siitä, että asiat ovat moninaisia (Kitty, 2022, s. 34). Argumentaatiossa ydinpyrkimys on oman position puolustaminen sekä vahvistaminen, ja toisaalta vastaposition heikentäminen ja kritisointi (Jokinen, 2016, s. 339). Suostuttelevassa retoriikassa kontrastiparin käyttö on keino, jossa yleisölle rakennetaan vaihtoehtoja, joista puhujan itse kannattama vaihtoehto ladataan positiivisilla merkityksillä (Jokinen, 2016, s. 365). Vastaavasti vastaparinä esitetään negatiivisesti merkityksellistetty vaihtoehto. Kontrastiparin luominen voi olla myös abstraktilähtöistä siten, että kontrastiparina voidaan esittää jokin ilmiö, ja sille vastinparina sosiaalinen toiminta, joka toimisi taustalla olematta kytköksissä itse ilmiöön (Jokinen, 2016, s. 365).

Puhujakategorioilla viitataan siihen, että joihinkin kategorioihin sisällytetään oikeus tietynlaiseen tietoon ja tietämykseen (Jokinen, 2016, s. 346). Tiettyihin kategorioihin liittyy tietynlaista arvotusta: korkealle arvostetusta kategoriasta lausuttu puhe voi saada helpommin vakuuttavan puheen statuksen kuin vähemmän arvostetusta kategoriasta lausuttu puhe, riippumatta itse puheen varsinaisesta sisällöstä (Jokinen, 2016, s. 346). Painoarvoa esitetyle väitteelle tuo se, millaisesta professiosta tai asiantuntija- asemasta väite esitetään. Kategoriat ja niiden arvostukset eivät ole pysyvässä tilassa, vaan ne ovat kulttuurisesti ja tilanneriippuvaisesti muuttuvia, usein myös päällekkäin meneviä (Jokinen, 2016, s. 347): sama puhuja voi kategorisoida itsensä useilla eri tavoilla, Tarczyński tapauksessa esimerkiksi asianajajana, poliitikkona, puolalaisena tai kristilliskonservatiivina. Itsensä kategorisoiminen tilanteen kontekstiin sopivaksi onkin retorinen valinta. Tapa, jolla argumentin esittäjä kategorisoi itseään, kertoo jotain puhujan yleisösuhteesta: hän pyrkii kategorioinnilla puhuttelemaan tiettyä yleisöä, ja voi vedota yleisöä puhutellessa myös muihin kategorioihin kuin yleisesti kulttuurisesti arvostettuihin (Jokinen, 2016, s. 347). Retorista kamppailua käydään siitä, mihin kategoriaan kukin kulloinkin voidaan sijoittaa (Jokinen, 2016, s. 347). Esimerkiksi julkiset tai valtuutuksen vaativat kategoriat ovat määriteltävissä paljon selkeämmin, kuten kansanedustaja, europarlamentaarikko tai presidentti, kun taas toiset kategoriat ovat rajoiltaan häilyviä ja neuvottelua vaativia (Jokinen, 2016, s. 347).

Eräs yleinen vakuuttamisen keino puheessa on *kvantifiointi* eli määrällistäminen (Jokinen, 2016, s. 358). Kvantifioivan retoriikan käyttö pyrkii tekemään argumentaatiosta vaikuttavampaa, tai heikentämään vasta-argumentteja (Jokinen, 2016, s. 358). Kvantifiointi voi olla argumentin numeerista – eli luvuilla, prosenteilla tai vaikkapa taulukoilla vahvistamista – tai sanallisesti kuvailevaa määrällistämistä (Jokinen, 2016, s. 358). Tehokas sanallinen määrällistämisen muoto on *ääri-ilmaisujen* käyttö, kuten esimerkiksi *ei koskaan, ei yksikään, aina, kaikki, joka kerta, ja täysin* (Jokinen, 2016, s. 359). Ääri-ilmaisut joko maksimoivat tai minimoivat kuvauksen kohteen piirteitä, ja tuottavat tietynlaista kuvaa jonkin toiminnan säännönmukaisuudesta saaden toiminnan toistumisen kuulostamaan vakavammalta kuin satunnaisuuden (Jokinen, 2016, s. 363).

Jos aina joku toimii tietyllä tavoin joka kerta, eikä koskaan jollain toisella tavalla, se vakuuttaa kuulijan helpommin kuin pelkkä toiminnan kuvaus ilman määrällistämistä. Ääri-ilmaisuja käytetään myös oman toiminnan oikeuttamiseen (Jokinen, 2016, s. 363).

Ääri-ilmaisun keinona käytetään myös *hyperbolaa*, jossa kyse on äärimmäisestä liioittelusta – jokin asia kuvataan suuremmaksi kuin se todellisuudessa on (Burgers ja muut, 2016, s. 415). Hyperbola on kuitenkin äärimmäinen ilmaisu vain tietyssä kontekstissa (Burgers ja muut, 2016, s. 415). Katastrofi ei esimerkiksi ilmaisuna ole hyperbolinen, jos sillä viitataan luonnonkatastrofiin – sen sijaan viitatessa katastrofilla vaikkapa häviöön vaaleissa, kyseessä on hyperbolinen ilmaisu. Burgersin ja muiden mukaan (2016, s. 415) liioittelun vaikutuksia on tutkittu esimerkiksi terrorismiuhkia koskevissa keskusteluissa, joissa hyperbolan käyttö uhan liioittelemiseksi voi olla tehokas retorinen keino, jolla yleisö saadaan vakuuttuneeksi uhan olemassaolosta, merkityksestä ja välittömyydestä.

Edellä mainittujen lisäksi tehokas vaikuttamiskeino, jonka avulla myös luodaan tai korostetaan merkityksiä, on toisto. Toisto voidaan puheessa nähdä jonkin sanan, lauseen tai asian toistamisena, mutta se voi olla myös jonkin toisen henkilön esittämien argumenttien sitomista osaksi rektorin omaa puhetta (Jokinen, 2016, s. 366). Tällöin toisto ei ole vain puhdasta toistoa, vaan uuden luomista uudelleen kontekstualisoinnin kautta (Jokinen, 2016, s. 366). Toiston esiintymistä voidaan myös tarkastella, miten puheessa elää muotoiluja toisista teksteistä, miten toistoa rakennetaan erilaiseen yhteyteen asetettuna tai toteuttamassa erilaisia funktioita (Jokinen, 2016, s. 366). Merkityksenmuodostus retoriikassa ei pelkästään muodostu sanoissa itsestään, vaan siitä, miten sitä käytetään ja millaisessa kontekstissa (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 159). Kun erilaisissa teksteissä käytetään sanoja, muodostetaan silloin merkityksiä, ja kun merkityksiä muodostetaan, syntyy myös tietynlaista tietoa ja uskomuksia (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 159). Vaikuttamisessa kyse on juuri tiedon ja uskomusten muodostumisesta, kun jotkin asiat ja näkökulmat esitetään oikeampina kuin toiset,

hyödyntäen erilaisia retorisia keinoja, ja retoriikan tutkimuksella pyritään tekemään näitä valintoja näkyväksi (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 159).

3.3 Klassinen retoriikka audiovisuaalisessa TikTokissa

TikTok edustaa viihteellistä, visuaalisiin ja auditiivisiin elementteihin perustuvaa, ja ruohonjuuritasolla poliittisen osallistumisen mahdollistavaa sosiaalisen median alustaa, joka on suunnattu erityisesti nuorelle kohderyhmälle (Zamora-Medina ja muut, 2023, s. 219). Vaikka TikTok on varsinaisesti suunniteltu ”sosiaalisesti viihdealustaksi” (Knuutila & Havula, 2024, s. 6), alustan muotoilu ja viihteelliset rakenteet ovat houkutteleet käyttäjiä hyödyntämään formaattia poliittiselle sisällölle, ja muovaamaan poliittista keskustelua vapaammaksi (Zamora-Medina ja muut, 2023, s. 219). Alustan pariin ovat löytäneet myös poliittiset toimijat, ja TikTokin sosiaalista verkostoa käytetäänkin populististen poliitikoiden imagonhallinnan välineenä läheisemmän yleisösuhteen ja inhimillisemmän poliittisen kuvan luomiseksi (Zamora-Medina ja muut, 2023, s. 219). Kuten luvussa 2.2 todettiin, pystysuunta lyhytvideoformaatti, laajat audiovisuaaliset mahdollisuudet, sekä tehokkaat algoritmit sisällön personoinnissa tekevät TikTokista erityisen sosiaalisen median alustan (González-Aguilar ja muut, 2023, s. 233; Albertazzi & Bonansinga, 2024, s. 675).

TikTokissa tapahtuvassa ruutuvälitteisessä viestinnässä oleellista on huomioida ruudun kautta välittyvän viestinnän erityisyys ja erilaisuus verrattuna kasvokkaiseen viestintään (Isotalus, 2025, s. 35). Jotta ruutuvälitteinen viestintä olisi mahdollisimman vaikuttavaa, siihen on panostettava eri tavalla ja hyödynnettävä eri keinoja kuin kasvokkaiseen viestintään (Isotalus, 2025, s. 35). Koska ruutuvälitteisyys rajaa todellisuutta, esiintyjä pystyy säätelemään hänestä syntyviä vaikutelmia paremmin kuin kasvokkain (Isotalus, 2025, s. 35). Esiintymisellä on keskeinen merkitys vetovoiman syntymisessä, ja oman persoonan, asenteiden ja näkemysten ilmaiseminen on mahdollista vain viestinnän keinoin – esiintyjästä nousevat vaikutelmat perustuvat siis pitkälti hänen tapansa viestiä ja esiintyä (Isotalus, 2025, s. 35).

Kuten aiemmin esitettiin, retoriikkaa on sovellettu nykypäivänä runsaasti erilaisiin viestinnällisiin konteksteihin, ja retoriikan tutkimusperinne on laaja. Aristoteleen klassisen retoriikan pohjalta on kehitetty niin kutsuttua uuden retoriikan perinnettä toisen maailmansodan jälkeen, jonka keskeisiä teoreetikkoja ovat muun muassa Chaïm Perelman, Roland Barthes, Lucille Olbrechts-Tyteca ja Kenneth Burke (Eyman, 2015, s. 62; Vuori, 2021). Uuden retoriikan myötä painotus puhetaitoon keskittymisestä siirtyi erilaisten vaikuttamaan pyrkivien tekstien kriittiseen tarkasteluun (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 158). Uusi retoriikka on kehitetty pikemminkin jatkeeksi klassiselle retoriikalle ja pyrkinyt laajentamaan perinnettä, ei keksimään sitä uudelleen (Perelman, 2007, s. 11). Perelman (2007, s. 11) kuvailee uuden retoriikan tutkivan *kaikentyypisille yleisöille* tarkoitettuja esityksiä: esimerkiksi poliittista puhetta kuuntelevasta maallikkoyleisöstä on siirrytty muunkinlaisiin yleisöihin. Uudessa retoriikassa yleisön konteksti ja käsite on laajentunut, eikä ole välitöntä merkitystä, onko esitys suunnattu koko ihmiskunnalle, pienemmälle tietylle joukolle, vaiko yhdelle ihmiselle tai esittäjälle itselleen (Perelman, 2007, s. 11).

Jo 60-luvulla Barthes (1977, s. 40–41), yksi uuden retoriikan tunnetuista teoreetikoista, määritteli *ankkuroinnin* (eng. *anchorage*) käsitteen, viitaten kielellisen viestin ja visuaalisen viestin yhdistymiseen, yleisimmin lehtikuvissa ja mainonnassa. Teksti ja kuva voivat olla toisiaan täydentävässä suhteessa: sanat, samoin kuin kuvat, ovat osia laajemmasta syntagmasta, eli tekstin osatekijöistä, ja tukevat toisiaan muodostaen yhdessä kokonaisuuden (Barthes, 1964, s. 40–41). 2000-luvun alussa Pohjois-Amerikassa alkoi vakiintua myös digitaalisen retoriikan sovellusala, jossa tutkimus keskittyy tarkastelemaan digitaalisia aineistoja ja vaikuttamisen monisuuntaisuutta: sosiaalisen median kontekstissa viestin lähettäjistä ja vastaanottajasta ei ole aina selvyttä (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 161). Lisäksi tutkimussuunnassa oleellista on kiinnittää huomiota siihen, miten teksti saa uudenlaisia muotoja digitaalisessa ympäristössä, ja miten sen rajat voivat olla entistä häilyvämpiä: digitaalisessa ympäristössä teksti voi olla vuorovaikutuksessa jatkuvasti uudelleen muokkautuva, sekä kokonaan tai vain osin myös koneen tuottamaa (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 162).

Kuten luvussa on aiemmin esitetty, klassinen retoriikka perinteisyydestään huolimatta, tai ehkä juuri siksi, soveltuu myös nykyaikaisiin, digitaalisiin aineistoihin: se keskittyy vaikuttamisen ydinelementteihin, jotka ovat tunnistettavissa erilaisista aineistoista usein kontekstista riippumatta, ja soveltuu erityisesti poliittisen viestinnän ja puheen tarkasteluun. Zamora-Medina ja muut (2023, s. 218) tarkastelivat tutkimuksessaan espanjalaisten ja puolalaisten puolueiden ja poliittisten johtajien vaikuttamisen keskinäisiä eroja TikTokissa hyödyntäen Aristoteleen klassista retoriikan argumentaatioteoriaa videoaineistoon. Keskeisinä havaintoina tutkimuksessa oli, miten poliittiset puolueet käyttivät vaikuttamiskeinonaan enemmän logosta, eli rationaalisuutta ja poliittiset johtajat sen sijaan enemmän paatosta, eli tunteisiin vetoavuutta (Zamora-Medina ja muut, 2023, s. 218). Eetokseen perustuva suostuttelu ilmeni niin puolueiden kuin johtajien videoissa julkisuuden henkilöiden tai auktoriteettihahmojen esiintymisillä yleisön vakuuttamiseksi, mutta yleisesti ottaen eetosta hyödynnettiin imagon ja uskottavuuden hallintaan vähäisesti (Zamora-Medina ja muut, 2023, s. 227). Paatoskeinoina poliittiset johtajat hyödynsivät enemmän positiivisia tunteita, kuten inspiraatiota ja toivoa emotionaalisina resursseina, ja puolueet sen sijaan negatiivisia tunteita, yleisimpänä vihan tunnetta (Zamora-Medina ja muut, 2023, s. 226). Logoskeinoina puolueet käyttivät yleisimmin faktoja ja historiallista dataa, kun taas johtajat käyttivät videoissaan tallennettua todistusaineistoa, kuten lehtileikkeitä, äänitteitä ja live-videoita (Zamora-Medina ja muut, 2023, s. 226).

Myös Mheidly ja muut (2024, s. 1) tarkastelivat tutkimuksessaan TikTok-videoita hyödyntäen Aristoteleen klassisen retoriikan kolmijaon viitekehystä terveysvaikuttajien videosisältöjen analysoimiseen. Keskeisinä tutkimustuloksina havaittiin, että vaikuttajat rakensivat eetosta korostamalla henkilökohtaista identiteettiä ja auktoriteettia lääketieteen ammattilaisena, sekä nonverbaalisina vihjeinä käyttämällä lääkärin työvaatetusta ja hyödyntämällä klinisiä kuvausympäristöjä uskottavuutensa vahvistamiseksi (Mheidly ja muut, 2024, s. 6). Paatoskeinoina TikTok-videoissa tunnistettiin emotionaalisen yhteyden luomista jakamalla henkilökohtaisia kokemuksia, käyttämällä puhekieltä ja esiintymällä videoissa. Näin pyrittiin luomaan tuttavallista ja

samaistuttavaa tunnetta, sekä rakentamaan psykologista ja parasosiaalista suhdetta yleisöön (Mheidly ja muut, 2024, s. 6–7). Logoskeinoina tunnistettiin selkeä, suoraviivainen ja yksinkertaistettu tapa viestiä ja käyttää kieltä, tehostaen näin monimutkaisen terveystiedon helppoa lähestymistä ja omaksumista (Mheidly ja muut, 2024, s. 7). Keskeisenä tuloksena tunnistettiin eetoksen, päätöksen ja logoksen kolmiyhteys: videoissa keinot yhdistyivät samanaikaisesti, joka vahvisti viestinnän kokonaisvaikutusta, ja joka on mahdollista juuri TikTokin kaltaisen alustan ominaisuuksilla ja toimintamahdollisuuksilla (Mheidly ja muut, 2024, s. 7).

Seppäsen (2008, s. 13) mukaan valokuvat ja videot sisältävät erilaisia *visuaalisia järjestyksiä*, jotka vaikuttavat tavoittamansa yleisöön: ne voivat tarjota samaistumispiintoja katsojalle, joiden kautta katsojat voivat rakentaa identiteettiään. *Visuaalisella järjestyksellä* viitataan siis todellisuuden säännönmukaisuuksiin ja niihin kytkeytyviin merkityksiin, joita videoissa ja kuvissa esitetään ja tunnistetaan (Seppänen, 2008, s. 13). Ajatus soveltuu myös TikTok-videoihin: kun katsojalle herää TikTokissa vastaantulevasta kuvastosta erilaisia tunteita, ja siihen pystytään samaistumaan tai siitä vaikutetaan jollain tapaa, katsoja tunnistaa ja muodostaa siitä merkityksiä omasta näkökulmastaan. Tämä voi antaa myös kimmokkeen reagoida videoon tykkäämällä, jakamalla, tai parhaimmillaan ottamalla osaa keskusteluun kommentoimalla, tai vaikkapa tekemällä oman vastausvideon TikTokin mahdollistamalla duetto-ominaisuudella. Hakoköngäs ja muut (2020, s. 3) toteavat, että visuaalisten kuvien voima perustuu niiden kykyyn kiteyttää abstrakti merkitys helposti levitettävään ja ymmärrettävään muotoon. Harvoin visuaaliset viestit kuitenkaan toimivat ilman verbaalista ulottuvuutta, ja siksi niiden yhdistelmä ja yhteen kietoutuminen tekee vaikuttamisesta tehokasta.

Poliittiseen vaikuttamiseen TikTok osoittautuu otolliseksi digitaaliseksi ympäristöksi sen infrastruktuurin mahdollistaessa audiovisuaalisen editoinnin, jossa korostuvat äänet ja affektit (Bösch, 2026, s. 15). Erilaiset alustalle ominaiset editointimahdollisuudet, äänet ja niillä leikkittely, sekä tietynlaisten tunnelmien luominen muodostavat yhdessä

tehokkaan ilmaisutavan (Bösch, 2026, s. 15). Keskeistä ilmaisutavan muodostumisessa on, että nämä kaikki eri tekijät vaikuttavat keskenään ja päällekkäin (Bösch, 2026, s. 15). Videoeditoinnissa voidaan käyttää viraalia ääntä tietyn tunnelman herättämiseksi, ja ääni voi kiertää uusiokäytössä alustalla (Bösch, 2026, s. 15). Poliittisia viestejä kirjoitetaan alustalla jatkuvasti uudelleen kollektiivisesti, ja jatkuva affektiivinen kierto määrittää poliittista viestiä enemmän kuin harkitseva keskustelu (Bösch, 2026, s. 15). Böschin (2026, s. 15) mukaan tietynlaisen tunnelman luominen yleisön kanssa on yhtä tärkeää kuin heidän vakuuttamisensa, eikä vetäytyminen pois alustalta ja sen toimintalogiikoista ole poliittisten toimijoiden kohdalla enää realistista poliittisen viestinsä läpilyömiseksi.

4 Tarczyńskin poliittiset vaikuttamiskeinot TikTok-videoissa

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten oikeistopopulistista performanssia rakennetaan retorisesti TikTokissa. Päästäkseni tavoitteeseeni, tarkastelen europarlamentaarikon ja kansalliskonservatiivisen Laki ja oikeus -puolueen poliitikon Dominik Tarczyńskin TikTok-videoita, keskittyen analyysissa tutkimuksen tavoitetta ohjaaviin tutkimuskysymyksiin, eli millaisin keinoin Tarczyński pyrkii vaikuttamaan yleisöönsä TikTok-videoillaan, ja millaiseksi hänen poliittinen viestinsä muodostuu TikTokissa. Analyysin avulla pyrin tunnistamaan erilaisia retorisia vaikuttamisen keinoja Tarczyńskin TikTok-videoiden keskeisistä pääpilareista – poliittisesta puheesta, taustaaänestä ja (video)kuvasta, jotka symbioosissa muodostavat vaikuttavia, helposti omaksuttavia audiovisuaalisia kokonaisuuksia.

Tutkimusaineistoni koostuu 28 englannin kielellä puhutusta TikTok-videosta, jotka ovat julkaistu aikavälillä 2.1.2024–6.2.2026. Analysoin aineistoani teorialähtöisesti oikeistopopulistisesta viitekehyksestä, sekä kvalitatiivisesti hyödyntäen retorista analyysia klassisen retoriikan viitekehyksessä. Pyrin tekemään näkyväksi aineistosta, miten Tarczyńskin TikTok-videoissa valitaan viestiä ja muodostaa merkityksiä retorisin keinoin, hyödyntäen audiovisuaalisia elementtejä, ja miten näin rakennetaan populistista performanssia. Tarkastelen ja pyrin tunnistamaan keskeisiä retorisia vaikuttamiskeinoja aineistossa, ja hyödynnän niiden jäsentämiseksi Aristoteleen argumentaatioteoriaa, eli retoriikan klassista kolmijakoa: *eetos*, *paatos* ja *logos*.

Analyysin ensimmäisessä vaiheessa tutustuin aineistoon käymällä läpi kaikki englannin kielellä puhutut TikTok-videot rajaamallaani aikavälillä saadakseni yleiskuvan keskeisistä sisällöistä ja loin aineistotaulukon (ks. Liite 1). Seuraavassa vaiheessa kävin läpi aineistoa uudestaan syvemmin, ja tunnistin videoista keskeisiä – sekä myös toistuvia – vaikuttamisen elementtejä, joilla luodaan todellisuutta. Kirjasin ylös videoiden keskeisiä sisällöllisiä teemoja ja argumentteja, niin puheen ja muiden auditiivisten ominaisuuksien osalta kuin visuaalisestikin, ja miten nämä ulottuvuudet tukevat toinen toistaan tietynlaisen vaikuttavuuden ja performatiivisen todellisuuskäsityksen luomisessa.

Kolmannessa vaiheessa tyypittelin videoita kategorioihin sisällöllisten teemojen mukaan, sekä havainnoin, miten videoissa, sisällön aiheesta riippumatta, toistuvat samankaltaiset retoriset keinot kaavamaisesti, sekä yhdistin tunnistamiani retorisia keinoja ja teemoja oikeistopopulistiseen viitekehykseen. Pohdin eri keinoja, niiden yhteyksiä ja yhteisvaikutusta, sekä niistä muodostuvia merkityksiä suhteessa audioon ja visuaalisiin keinoihin.

Seuraavissa alaluvuissa esittelen keskeiset havaintoni Tarczyńskin TikTok-videoiden poliittisesta, oikeistopopulistisesta sisällöstä, sekä analysoin retoriikan kolmijakoa hyödyntäen, miten Tarczyński pyrkii vaikuttamaan TikTok-videoissaan yleisöönsä performatiivisesti, ja millaiseksi hänen poliittinen viestinsä muodostuu.

4.1 Eetos itsensä positioimisena ja poissulkemisena

Tarczyńskin videosisällöissä toistuvia keskeisiä teemoja ovat maahanmuuttokriittisyys ja maahanmuuton aiheuttamat turvallisuuspoliittiset uhat, vasemmiston syyttäminen ja heihin kohdistuva viha, EU-kriittisyys, etenkin ilmastopolitiikan osalta, sekä kansallisen identiteetin vahvistaminen, samalla vahvistaen kuitenkin myös globaalin ”meidän” merkitystä. Tarczyńskin TikTok-videoissa selkeästi keskeisimpänä vaikuttamisen välineenä on Tarczyńskin poliittinen puhe. Aineiston 28 TikTok-videosta 14 videota ovat Euroopan parlamentin kontekstissa, neljä pätkiä televisiohaastatteluista, seitsemän podcasteista ja kolme mielenosoituksista. Puheäänen lisäksi taustamusiikkia on lisätty 19 TikTok-videoon.

Eetos, eli puhujan tapa esittää itseänsä, omaa luonnettaan ja uskottavuuttaan, rakentuu Tarczyńskin TikTok-videoissa erilaisin audiovisuaalisin keinoin. Audiitiivisesti eetosta rakennetaan eniten poliittisella puheella, yhdistäen puheääntä visuaaliseen videokuvaan. Muita audiitiivisiä elementtejä tunteisiin vetoavina ja tunnelmaa rakentavina paatoskeinoina käsitellään tarkemmin luvussa 4.2. Tarczyńskin positio europarlamentaarikkona on itsessään jo erityinen, ja ylipäättään mahdollinen vain

riittäväillä kansan äänillä. Parlamentaarin valta-asema Tarczyńskin tämänhetkisenä, keskeisenä poliittisena vaikutuspiirinä korostuu TikTok-videoissa niin visuaalisesti fyysisenä läsnäolona Euroopan parlamentissa, kuin siellä pidettyjen puheiden tasolla.

Europarlamentaarikon *puhujakategoria* on siis Tarczyńskille TikTok-videoissaan yksi keskeisin painoarvoa tuova professio. Aineiston 28 TikTok-videosta 14 videossa Tarczyński esiintyy Euroopan parlamentissa, tyypillisesti täysistunnossa ja valiokunnan kokouksissa pitämässä puhetta. Tätä kuvataan videoissa audiovisuaalisesti video-otteilla Tarczyńskin puheista (kuva 1). Oma positio europarlamentaarikkona ja sen osoittaminen visuaalisesti parlamenttiympäristössä toimii siis myös yhtenä uskottavuuden ja vaikuttavuuden rakennuskeinona. Oma poliittista positiota europarlamentissa esitetään myös visuaalisesti: kahteen videoista on merkitty Euroopan konservatiivien ja reformistien ryhmän (*European Conservatives and Reformists, ECR*) logo, johon Tarczyński kuuluu Euroopan parlamentissa (kuva 1).



Kuva 1. Kuvakaappauksia Tarczyńskin TikTok-videoista Euroopan parlamentissa (@dominik.tarczynski, video 22, video 19, video 21 ja video 4; ks. Liite 1).

Tietyissä tilanteissa viestinnän tapa on myös vahvasti kontekstiin sidottua: parlamentaarinen ympäristö asettaa poliittiselle puheelle tietynlaiset raamit, noudattaen yhteisesti sovittuja menettelytapoja ja puhekuulttuuriin liittyviä käytäntöjä

(Palonen, 2012, s. 61). Tämä näkyy siinä, miten puheet aloitetaan aina kiittäen puheenvuoron antanutta puhemiestä, tai keskusteluun voidaan ottaa osaa haastamalla oppositiota omalla vuorollaan. Se, noudattavatko puheet aina näitä instituution ja sen kontekstin asettamia määreitä, esimerkiksi puheen arvokkuudessa, on toinen kysymys – ja myös subjektiivisesti tulkinnanvaraista.

Tarczyński rakentaa eetosta parlamentaarista puheen protokollaa noudattamalla, sen ollessa edellytys europarlamentaarikoilta täysistunnoissa, mutta tullakseen myös hyväksytyksi parlamentin, kollegojen ja laajemman yleisön silmissä noudattamalla yhteisesti sovittuja sääntöjä ja osoittamalla arvostusta parlamenttia kohtaan. Kun muodollisuudet puheessa on täytetty, Tarczyńskin puheessa esiintyy tyypillinen tapa osoittaa omaa persoonansa ja näkemyksiään räikeästi, kuten esimerkeissä 1 ja 2 havainnollistetaan.

- (1) “Thank you, Madam President. Dear leftists, we are having this very important debate on children’s rights, and I’d like to know if you are aware of the greatest threat to our children now. You are. Your sick leftist ideology, gender transition, so-called sex identification. You are the threat.” (@dominik.tarczynski, julkaisu 16; ks. Liite 1).
- (2) “Thank you, Mr. President. Dear leftists, it’s been two years, two years of Putin’s attack, and what have you done? Nothing.” (@dominik.tarczynski, video 4; ks. Liite 1).

Esimerkeissä 1 ja 2 Tarczyński rakentaa eetosta positioimalla itsensä vastapuolelle, eli poissulkemalla itsensä siitä, mitä ei ainakaan edusta: vasemmistolaista politiikkaa. Kohdistamalla puhetaan suoraan kohti vastapuolta ilmaisulla ”*dear leftists*”, eli *hyvät vasemmistolaiset*, ja jatkamalla suoraan vastapuolen syyttämiseen heidän ajamistaan näkemyksistä, ideologiasta ja toimista, sekä niiden uhkakuvista ja epäonnistumisista, Tarczyński asemoi itseään eronteon kautta poliittisella akselilla oikeistolaitaan, vastakohtaksi vasemmistolle. Tarczyńskin kehystäessä vastapuolta räikeästi negatiiviseen valoon, kuvaten latautunein kielellisin ilmauksin vasemmistolaista ideologiaa ”sairaaksi” (esimerkki 1), tai sanallisesti määrällistäen ääri-ilmaisuna, että

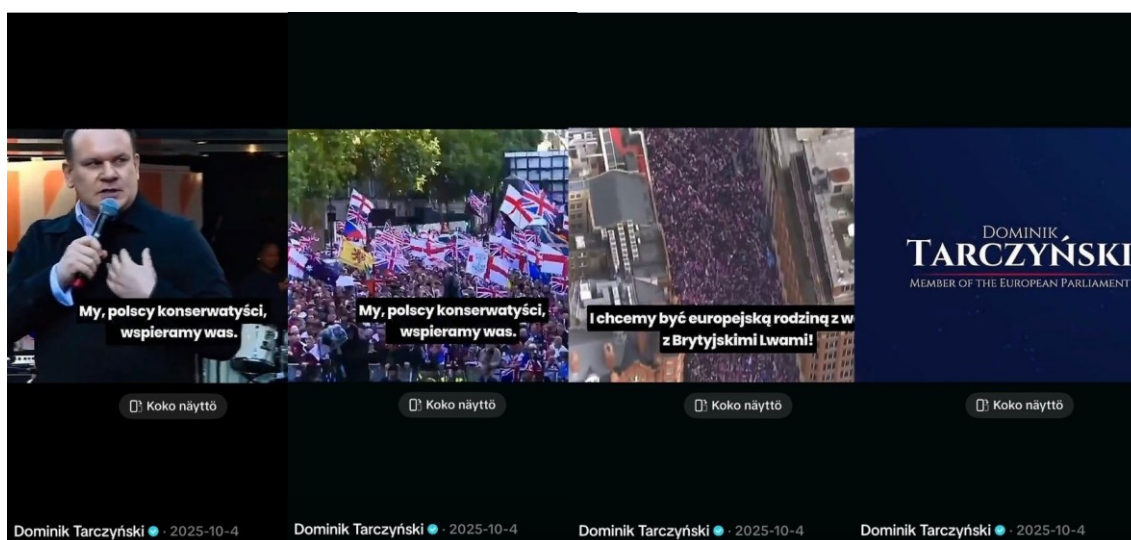
vasemmisto *ei ole tehnyt mitään* Venäjän presidentti Vladimir Putinin aloittaessa hyökkäyssodan Ukrainaan (esimerkki 2), hän positiioi itsensä ”paremmalle puolelle”, joka edustaa vasemmistolle vastakkaista aatemaailmaa ja politiikkaa. Samalla rakennetaan ajatusta kahtiajaosta ”meihin” ja ”heihin” oikeisto-vasemmisto-akselilla, ja muodostetaan uskomusta siitä, että ”heidän”, vasemmiston, näkökulma ja käytännön toimet ovat kelvottomia ja ajavat politiikkaa huonoon suuntaan.

Tarczyński asemoi itseään TikTok-videoillaan poliittisesti hyvinkin suorasti puheen tasolla, eikä vain visuaalisesti merkitsemällä kahteen videoon Euroopan konservatiivien ja reformistien ryhmän logon, kuten edellä esitettiin (kuva 1). Tarczyński asemoi itseään *puolalaiseksi konservatiiviksi*, luoden käsitystä kuulumisesta isompaan joukkoon, ”meihin, puolalaisiin konservatiiveihin” (esimerkki 3). Oleellista Tarczyńskin puheessa on tuottaa kollektiivista, performatiivista ajatusta ”meistä”. Populismissa ajatus ”meistä” ei ole ennalta annettua, vaan jatkuvasti tuotettua (Palonen, 2020, s. 128). Tiettyjen puhujakategorioiden, kuten puolalaisuuden tai konservatiivisuuden, korostaminen puheessa on tapa vakuuttaa kuuluvansa johonkin ryhmään, olevansa tietynlainen ja jakavansa tietyn tyyppistä ajatus- ja arvomaailmaa, luoden samalla samaistumispiintoja yleisölle, joka voi asemoida itsensä samaan, samaistuttavaan joukkoon.

- (3) “We, Polish conservatives, we do support you. We want our continent back. And we want to be a European family with you, with the British lands. – – Great Britain, make it great again!” (@dominik.tarczyński, video 27; ks. Liite 1).

Esimerkissä 3 Tarczyński puhuu ”meistä” myös liittolaishengessä Iso-Britannian kanssa. Tässä 4.10.2025 julkaistussa TikTok-videossa (video 27; ks. Liite 1) Tarczyński on puhumassa brittiläisen maahanmuuttovastaisen ääriajattelijan Tommy Robinsonin järjestämässä *Unite the Kingdom* -mielenosoituksessa syyskuussa 2025 (Vinter ja muut, 2025; Sands, 2025) (kuva 2). TikTok-videossa Tarczyński kuvataan lavalla pitämässä puhetta suurelle yleisölle, jossa liehuvat muun muassa Iso-Britannian ja Englannin liput. Videoklippeissä näytetään suurta ihmisjoukkoa ylhäältä päin kuvattuna, havainnollistaen

ensinnäkin samanmielisen joukon suurta kokoa, miten paljon ”meitä” on. Toisaalta visuaalisella ihmismassan kuvaamisella yritetään myös rakentaa käsitystä Tarczyńskin vaikutusvallasta ja suosiosta – joukko ihmisiä on kokoontunut kuuntelemaan vain häntä. Suurta väkijoukkoa havainnollistetaan myös auditiivisesti: Tarczyńskin pitäessä puhetta videon taustäänissä korostetaan yleisön hurrausta ja taputusta, yhdistäen ääniä tunteisiin vetoavaan pianomusiikkiin. Auditiivisten elementtien roolia tunteisiin vetoavana ja tunnelman rakentamiskeinona käsitellään lisää luvussa 4.2. Video päättyy tekstikuvaan, jossa Tarczyńskin nimen lisäksi mainitaan hänen asemansa Euroopan parlamentin jäsenenä, vaikutusvallan ja uskottavuuden rakentamiseksi.



Kuva 2. Kuvakaappauksia Tarczyńskin TikTok-videosta "Unite the Kingdom" -mielenosoituksesta (@dominik.tarczynski, video 27; ks. Liite 1)

Esimerkissä 3 Tarczyńskin päättää puheensa sanoihin "Great Britain, make it great again!", joka on ottanut vaikutteita Yhdysvaltain presidentti Donald Trumpin poliittisen kampanjoinnin tunnetusta iskulauseesta *Make America Great Again* (tunnettu myös lyhenteestä *MAGA*). Tarczyński käyttää tunnettua iskulausetta myös muissa TikTok-videoidensa puheissaan, kuten muodoissa "Make Poland great again" (@dominik.tarczynski, esim. video 2; ks. Liite 1) ja "Make Europe great again" (@dominik.tarczynski, esim. video 7; ks. Liite 1). Tarczyński sitoo ja uudelleen muotoilee toisen henkilön, Yhdysvaltojen presidentti Trumpin, lausehokeman osaksi omaa retorista

puhetaan, kontekstualisoiden sitä uudelleen toteuttamaan tietynlaista funktiota (Jokinen, 2016, s. 366), ja korostamaan omaa poliittista positiotaan.

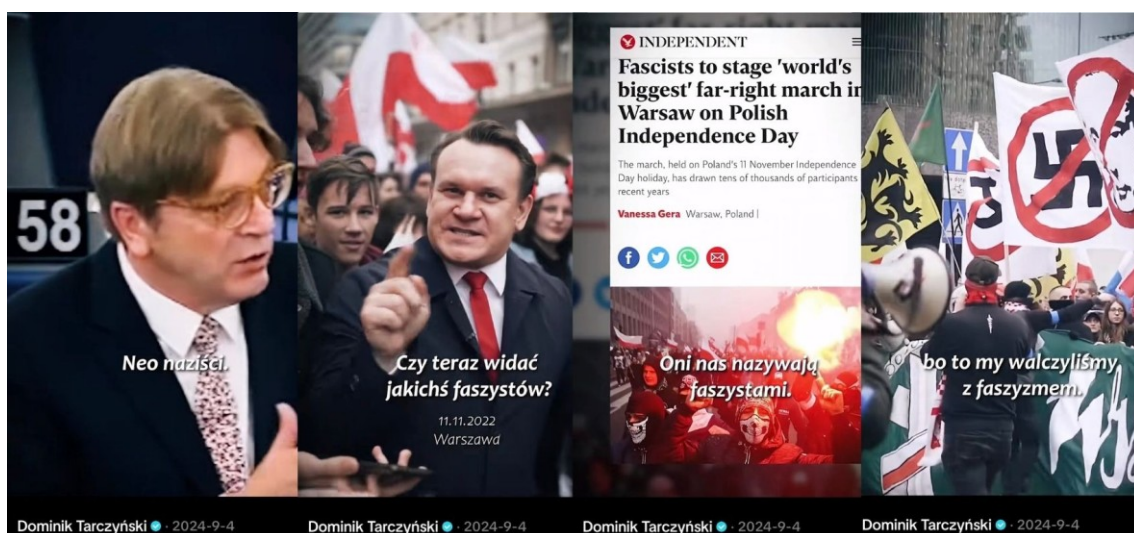
Performatiivisuus populistisessa retoriikassa, ja itsensä positioidinnissa ”meihin” ja ”heihin”, ilmenee esimerkiksi syyllistämällä vastapuolta, ”heitä”, uhkana yhteiskunnalle (Wodak, 2015, s. 1). Esimerkin 3 kontekstissa Tarczyński viittaa ”heillä” maahanmuuttajiin, kuvaillen ”meidän” haluavan oman maan takaisin ”heiltä”. Tarczyński positioi itsensä ja muut puolalaiset konservatiivit ”brittiläisten puolelle”, osoittaen tukeaan tietynlaiselle, oikeistolaiselle politiikalle, jossa maahanmuutto nähdään uhkana yhteiskunnalle. Tarczyński siis asemoi itseään osaksi laajempaa, globaalia äärioikeistosiipeä ja ikään kuin luo yhteistä rajat ylittävää identiteettiä. Lisäksi hän kuvailee itseään TikTok-videoissaan myös *republikaanina*, joka viittaa Puolan tai Euroopan kontekstin sijasta Yhdysvaltojen toiseen pääpuolueeseen, Yhdysvaltain republikaaniseen puolueeseen (esimerkki 4).

- (4) ”This madness will be stopped by people of common sense, we republicans, we people of common sense will restore Europe, rebuild Europe. – – So do not be like communists, be like Poland” (@dominik.tarczynski, video 23; ks. Liite 1).

Esimerkissä 4 Tarczyński kritisoi EU:n ilmastoystävällisempiä lakiesityksiä, ilmaisten tällaista politiikkaa ”hulluutena, jonka maalaisjärkiset tulevat pysäyttämään”, eli ”me republikaanit”. Tässä positio rakentuu ”meihin”, terveen maalaisjärjen ihmisiin, oikeistolaisiin, ja ”heihin”, Euroopan parlamentin vasemmistosiipeen, ”eliittiin”, jonka ajamalta ekologiselta suunnalta Eurooppa pitää pelastaa ja uudelleenrakentaa. Tarczyński puheessaan ohjeistaa suoraan ”älä ole kuin kommunistit, ole kuin Puola”, antaen ymmärtää, että Puolan poliittinen kenttä olisi yhteneväinen ja samanmielinen, – maalaisjärkinen ja oikeistolainen. Viittaamalla itseään ja samanmielisiä ”taustajoukkojaan” republikaaneiksi rakennetaan tietynlaista transatlanttista siltaa, joka kytkee Tarczyńskin Yhdysvaltain presidentin Trumpin poliittisiin tukijoukkoihin. Lisäksi itsensä asemointi republikaaniksi on myös keino puhutella tiettyä, Trumpia kannattavaa yleisöä globaalisti. Esimerkeissä 3 ja 4

kummassakin siis luodaan globaalia kollektiivia ”meistä”, liittoutumalla osaksi laajempaa äärioikeistolaista poliittista liikehdintää, jakaen samaa poliittista agenda ja arvomaailmaa.

Tarczyński poissulkee kuitenkin itseään myös totalitaristisesta äärioikeistosta. Esimerkiksi 4.9.2024 julkaistu TikTok-video (video 10; ks. Liite 1) alkaa videokatkelmalla puheesta, jonka puhujaksi on tunnistettavissa entinen Belgian pääministeri ja Euroopan parlamentin jäsen Guy Verhofstadt. Puheosuudessaan Verhofstadt kuvailee 60 000 fasistin, uusinsatsien, marssineen Varsovan kaduilla (kuva 2).



Kuva 3. Kuvakaappauksia Tarczyńskin fasismisyytteisiin vastaavasta TikTok-videosta (@dominik.tarczynski, video 10; ks. Liite 1)

Video jatkuu Verhofstadtin puheen katkelmasta seuraavaan videopätkään, jossa Tarczyński marssii ihmisjoukon keskellä ja kysyy retorisesti, onko kadulla marssivissa näkyvissä fasisteja (esimerkki 5), eli hän ikään kuin vastaa Verhofstadtin puheen väitteeseen takaisin. Tarczyński kuvailee kadulla marssivan nuoria ja aviopareja lastensa kanssa, eikä hän näe joukossa fasisteja, vaan ainoastaan puolalaisia. Tarczyńskin todetessa puheessaan ”heidän kutsuvan meitä fasisteiksi”, videossa näytetään samaan aikaan kuva brittiläisen The Independent -median uutisotsikko vuodelta 2017, jossa kerrotaan fasistien järjestäneen ”maailman suurimman” äärioikeistolaisen marssin

Varsovassa Puolan itsenäisyyspäivänä (kuva 2). Videossa näytettävällä kuvalla uutisartikkelista yritetään siis todistaa, että Verhofstadtin lisäksi on olemassa isompi joukko ”heitä”, joka mieltävät ja kutsuvat ”meitä” fasisteiksi.

- (5) ”Can you see any fascists now? Look at these teenagers, look at them. I can’t see any fascists. They call us fascists. – – You can see young people, you can see marriages with young children, small children. This is Poland. – – Never ever call us fascists. We are a proud Polish nation. Don’t call us fascists, because we are the ones who fought against fascism. We are the ones who fought against communism.” (@dominik.tarczynski, video 10; ks. Liite 1).

Lisäksi Tarczyński tekee puheessaan erontekoa fasisteihin argumentoimalla, miten ”me”, eli tässä kontekstissa saman aatemaailman jakavat puolalaiset, ovat taistelleet Saksan natsihallintoa vastaan toisessa maailmansodassa, sekä nousseet vastarintaan Puolan kommunistista hallintoa vastaan sen ollessa kommunistinen kansantasavalta Neuvostoliiton valtauksen jälkeen (esimerkki 5). Tämä toimii Tarczyńskin puheessa todisteena siitä, miten hänen ja kanssa-ajattelijoiden yhdistäminen fasismiin on silkka mahdottomuus. Väitteen tehostamiseksi ja havainnollistamiseksi TikTok-videossa näytetään samaan aikaan videopätkiä ihmisjoukosta marssimassa pitäen ilmassa lakanoita, joissa on muun muassa kuva Venäjän presidentti Putinista, hakaristisymbolista, joka yhdistetään tyyppillisesti natsi-Saksan käyttöön ottamaksi symboliksi, sekä Neuvostoliiton lipustakin tunnettu, sosialismin ja kommunismin symboli *sirppi ja vasara* (kuva 2). Niin Putinin kuvan, hakaristisymbolin kuin sirpin ja vasaran päällä on punainen kieltomerkki, luoden visuaalista mielikuvaa siitä, että marssiin osallistuvat ovat äärioikeistoa ja kommunismia vastaan, eivätkä identifioituisi fasisteiksi, vaan poissulkevat itsensä siitä.

Uskottavuutta, omaa poliittista positiota ja persoonaa Tarczyńskin TikTok-videoissa rakennetaan europarlamenttikontekstin lisäksi siis jakamalla video-otteita esiintymisistä poliittisissa tapahtumissa, kuin myös televisio- ja podcasthaastatteluista, joissa Tarczyński on tietynlaisessa poliitikon ja europarlamentaarikon asiantuntija-asemassa puhumassa poliittisista ajatuksistaan ja politiikan tekemisestä (kuva 4). Visuaalisella

videokuvalla siis havainnollistetaan Tarczyńskin asemaa ja vaikutuspiiriä esittelemällä fyysisiä paikkoja ja tilanteita, joissa hän vaikuttaa ja on vaikuttava poliittisesti.



Kuva 4. Kuvakaappauksia Tarczyńskista asiantuntija- ja haastattelutilanteissa TikTok-videoissaan (@dominik.tarczynski, video 1, video 8, video 9 ja video 28; ks. Liite 1)

Huomionarvoista videoissa on myös Tarczyńskin tietynlainen pukeutuminen: Tarczyński on pukeutunut lähes poikkeuksetta pukuun, usein myös punaiseen solmioon, jonka voi tulkita viittaavan Puolan punavalkoiseen lippuun (kuva 1, 3 ja 4). Arvokas pukeutuminen ja tietyt värit viitaten isänmaahan ovat visuaalinen tapa rakentaa eetosta ja pyrkimystä luoda itsestään uskottavaa ja luotettavaa vaikutelmaa. Pukeutumalla tietyllä tavalla pyritään ohjaamaan yleisöä tekemään päätelmiä ihmisen asemasta: pukuun pukeutunut henkilö on tärkeä, arvostettava ja vaikutusvaltainen. Toisaalta Euroopan parlamentin jäsenenä tietynlaisen arvokkuuden noudattaminen pukeutumisesta lähtien kuuluu myös instituution etikettiin.

Tietyn position korostaminen tietynlaisissa tilanteissa ja konteksteissa on myös strategista, ja sitä voidaan käyttää keinona tietyn yleisön puhutteluun. Esimerkiksi 25.8.2024 julkaisussa videossa (kuva 4, video 9; ks. Liite 1) Tarczyński tuo esille omaa juristin taustaansa ja sen vaikutusta häneen poliittiseen urakehitykseen, asemoiden samalla itsensä vasemmistoa vastaan (esimerkki 6). Haastatellussa Tarczyński korostaa

opiskelleensa juristiksi ja kuvaa, miten hänen naiivi innostuksensa opintoihin lähti liikkeelle siitä, miten päästä syyttäjäksi ja saada kaikki kommunistit vankilaan. Korostaen omaa juristin positiota, hän samalla kehystää vasemmistolaiset vankilarangaistuksen ansaitseviksi. Tarczyński kuvailee puheessaan politiikan olleen hänelle ratkaisu siihen, miten päästä Puolan post-kommunistisen oikeudellisen järjestelmän yläpuolelle, jonka myös ”kommunistit ovat luoneet”, sekä korostaen omaa poliittista menestystään Puolan parlamenttiin, jonka jälkeen hänet valittiin Euroopan parlamenttiin.

- (6) ”Cause I’m a lawyer, by the education. – – I decided to become a lawyer, because in my naive imagination, I thought that I will be able to become a prosecutor and put all the communists to jail. And then, I found out that the post-communist system in Poland is created by the communists, also in the judiciary system. – – So, then I decided, – – I’ll become a politician. I’m gonna create reality rather than fight it. – – I served two terms in Polish Parliament and then I was elected to European Parliament.”
(@dominik.tarczynski, video 9; ks. Liite 1)

Arvostetusta puhujakategoriasta, kuten juristin professiosta, lausuttua puhetta voidaan yleisön toimesta pitää vaikuttavampana. Tietty professio tuo painoarvoa, ja sama puhuja voi kategorisoida itsensä useilla eri tavoilla. Tarczyński valitsee esitellä itsensä tietystä positiosta, riippuen aiheesta ja kontekstista, pyrkien vetoamaan tällä tiettyyn yleisöön. Toisaalta Tarczyński ei korosta omaa positiotaan aina vain itse, vaan hänen asiantuntijuutensa rakentuu myös muiden toimijoiden kautta: TikTok-videoissa, joissa Tarczyński on televisio- ja podcasthaastateltavana, Tarczyński näyttäytyy asiantuntijan asemassa myös haastattelijan toimesta. Tilanteissa on tietty asetelma: haastateltava pitää Tarczyńskia asiantuntijana, esimerkiksi europarlamentaarikon professioon vedoten, ja Tarczyńskia vastaa kysymyksiin Euroopan, EU:n tai Puolan kuulumisista omasta näkemyksestään käsin. Tarczyński jakaa TikTok-tilillään myös siis videoita, jossa hän ei vain itse korosta uskottavuuttaan, vaan myös muut. Tarczyński julkaisi 6.2.2026 (video 28; ks. Liite 1) TikTok-videon, jossa näkyy Yhdysvaltain presidentti Trumpin uudelleenjakaneen omassa sosiaalisessa mediassaan videon Tarczyńskin televisiohaastattelusta, jossa vastustaa maahanmuuttoa räikeästi.

Lisäksi uskonnon korostaminen on Tarczyńskille yksi keino esittää ja asemoida itseään sekä arvojaan. Esimerkissä 7 Tarczyński korostaa rakastavansa rauhaa sekä kristillistä ajattelu- ja elämäntapaa, sekä haluavansa taistella sen puolesta, ja tuo ajatuksillaan esille omaa persoonaansa. Kristilliseen ajatustapaan vedoten Tarczyński kuvailee haluavansa olevan ylpeä 70–80-vuotiaana todetessaan, että on jättänyt jälkensä maailmaan ja toteuttanut Jumalan hänelle antamaa kutsumusta. Oman uskonnollisen vakaumuksen esilletuonti on keino puhutella saman vakaumuksen jakavia kristittyjä. Lisäksi Tarczyński vetoaa Jumalaan myös useissa europarlamenttipuheissaan, pyytäen tyypillisesti Jumalalta ”apua” ajamansa politiikan ajamiseen.

- (7) ”I love peace. I love Christian way of thinking and living. -- I do want to fight for it, because I do believe that this is important. --- I want to leave something after my life. I want to be proud when I'm, please God, 70 or 80 that I have done what I was called by God to do.” (@dominik.tarczyński, video 9; ks. Liite 1)

Tarczyński rakentaa siis performatiivisesti eetosta vetoamalla erilaisiin puhujakategorioihin audiitiivisesti puheessa ja visuaalisella videokuvalla, kuten europarlamentaarikon positioon, puolalaisuuteen, konservatiivisuuteen, republikaanisuuteen ja kristillisyyteen, mutta myös asemoimalla itseään oikeistolaiseksi tuottaen esimerkiksi ”me” ja ”he” -dikotomiaa, ja kehystäen vasemmistoa uhkaavaksi vastapuoleksi. Tarczyński rakentaa eetosta myös poissulkemalla itsensä totalitaristisesta äärioikeistosta, sekä hyödyntää TikTokin mahdollisuuksia yhdistää ääntä, erityisesti puheääntä, videokatkelmia ja kuvia tiivistääkseen poliittisen viestinsä vaikuttavasti.

4.2 Paatos syyllistämisenä sekä tunnelman ja tilanteen liioitteluna

Eetoskeinojen kohdalla esitin Tarczyńskin puhujakategorisointia, itsensä positiointia ”meihin”, ja miten Tarczyński eri konteksteissa määrittelee tämän ”meidän” merkitystä siten, miten se on tilanteessa eduksi. Oleellista on huomioida, miten esimerkiksi tällaisen ”me” ja ”he” -dikotomian tuottaminen on itsessään myös *paatosta*,

eli puhujan ja yleisön välisen suhteen luomista vetoamalla yleisön tunteisiin, ja miten eetos, paatos ja logos voivat ovat päällekkäin meneviä toistensa kanssa, niiden symbioottisen luonteen vuoksi. Tarczyński esimerkiksi käyttää värikästä, syyllistävä kieltä vedotakseen yleisön tunteisiin, sekä luodakseen esimerkiksi asetelmaa ”meistä” ja ”heistä”, rakentaakseen paatosta, mutta värikäs kielenkäyttö ja itsensä ilmaiseminen sekä toisaalta yksinkertaiset lausahdukset ovat myös keino tuoda esiin omaa poliittista persoonaa, eli rakentaa eetosta. Liioitellut, kärkkäät ja värikkäät ilmaisutavat sekä poliittinen epäkorrektius ovat populistiselle tyylille tyypillisiä piirteitä, ja ne toimivat vastakohtana jäykkyydelle, rationaalisuudelle, maltilliselle käytökselle ja teknokraattiselle kielenkäytölle (Moffit & Tormey, 2013, s. 392). Populismi käsitetäänkin ennen kaikkea ihmisiä erityisesti tunnetasolla puhuttelevana poliittisena muotona (Villadsen, 2020, s. 58).

Vastapuolen syyllistäminen on performatiivinen retorinen tapa luoda tunnetta kriisistä, ja populistisessa puheessa keskeistä on sen vahva tunnepitoinen luonne, jolla pyritään reagoimaan ja vastaamaan kiireen tunteeseen (Zarefsky & Mohammed, 2020, s. 24; Moffit & Tormey, 2013, s. 387). Nämä seikat kulminoituvat myös yksinkertaistettuun ja suoraan kielenkäyttöön sekä argumentointiin. Poliittinen performatiivisuus mediaympäristöissä pelkistyy usein iskulauseisiin, hokemiin ja termeihin, joilla pyritään saamaan monimutkaiset asiat yksinkertaiseen muotoon, ja oma argumentti helposti ymmärrettäväksi ja hallittavaksi (Wodak, 2015, s. 11). Tarczyński luo puheissaan omaa ”termistöä”, jotka pitävät sisällään tunnetta ja merkityksiä kriisistä, vastapuolen uhasta ja hierarkiasta, sekä omaa poliittista asemointia. Esimerkiksi 14.7.2025 julkaistussa TikTok-videossa (video 24; ks. Liite 1) Tarczyński kritisoi EU:n ilmastoystävällisyyteen pyrkiviä lakiesityksiä, ilmaisten vasemmiston ajavan ilmastopolitiikan olevan ”*ekohulluutta*” sekä pitävän Euroopan komission puheenjohtaja Ursula von den Leyeniä ”*ekojumalana*” (esimerkki 6), sekä 31.10.2024 julkaistussa TikTok-videossa (video 15; ks. Liite 1) Tarczyński kehottaa äänestämään Yhdysvaltain presidentti Trumpia tämän lopettaessa kommunistit, hullut vasemmistolaiset sekä ”*sukupuolihulluuden*” (esimerkki 7).

- (6) "Thank you, Madam President. Dear leftists, China is laughing. China is laughing at you. Russia is laughing. India is laughing. You know why? Because of your eco-madness. Because of your eco-god. We are responsible for seven percent of pollution of the globe, when China is responsible for thirty percent, and Madame von den Leyen wants to save the planet with our money. This is madness." (@dominik.tarczynski, video 24; ks. Liite 1)
- (7) "If you can vote, vote Trump. He will stop communists. He will stop madness. He will stop gender madness. He will stop all these crazy leftists, and he will change the world." (@dominik.tarczynski, video 15; ks. Liite 1)

Tällaisten *arvolatautuneiden*, kontekstia sitovien termien käyttäminen puheessa on keino herättää tunteita provosoivasti: nimeämällä ja nimittelemällä jotain asiaa, ilmiötä tai henkilöä, muodostetaan näihin termeihin ja nimityksiin tietynlaisia, sisäänrakennettuja merkityksiä. Esimerkissä 6 "*ekojumala*" jo itsessään nimityksenä pitää sisällään hierarkkisuutta: Tarczyński ivallisesta ilmauksesta on tulkittavissa ajatusta siitä, miten vasemmisto pitää von den Leyeniä muiden yläpuolella kuin "jumalana" tietäen, mikä on oikea tapa toimia, vaikka Tarczyńskin mukaan von den Leyen käyttää "meidän rahojamme planeetan pelastamiseen" sillä välin, kun Kiina aiheuttaa Tarczyńskin argumentin mukaan huomattavasti enemmän päästöjä kuin "me", joka on tässä kontekstissa tulkittavissa viittauksena Eurooppaan. Esimerkeissä 6 ja 7 Tarczyński tekee puheessaan jakoa "meihin" ja "heihin", viitaten "meillä" terveen järjen ihmisiin, ja "heillä" *hulluun* vasemmistoon, jonka voi esimerkin 6 kontekstissa tulkita myös olevan tavallisen, terveen järjen ihmisen vastinpari "intellektuelli eliitti", johon myös "ekojumalan" hierarkkinen sävy voisi olla rinnasteinen viittaus.

Tunnelman luomisella on todettu olevan merkittävä vaikutus poliittisen argumentin vahvistamiseksi (Kannasto & Pöyry, 2025, s. 2341), ja Böschin (2026, s. 15) mukaan TikTokin äänet ja niillä leikittely yhdessä tunnelman luomissa muodostavat tehokkaan vaikuttamistavan. Edellisessä luvussa 4.1 esitelty, 4.10.2025 julkaistussa TikTok-videossa (kuva 2, video 27; ks. Liite 1) Tarczyński suosiota korostettiin auditiivisesti hurraavilla yleisöäänillä sekä taputuksella yhdistettynä tunteisiin vetoavaan pianomusiikkiin. Toisena hyvänä esimerkkinä toimii 14.7.2025 julkaistu TikTok-video (esimerkki 6, video

24; ks. Liite 1), jossa luodaan jännitteistä, nöyryyttävää ja naurunalaista tunnelmaa auditiivisten efektien, taustamusiikin, puheen ja videokuvan yhdistelmällä: kun Tarczyński puheessaan kertoo Kiinan, Venäjän ja Intian nauravan vasemmistolle ja Euroopan ilmastopoliittisille sääntelyille, samaan aikaan videokuvassa näytetään Kiinan presidentti Xi Jinping, Venäjän presidentti Vladimir Putin, sekä Intian pääministeri Narendra Modi nauramassa, ja Putinin kohdalla kuuluu naurua tehostavana auditiivisena elementtinä (kuva 5). Tarczyńskin nimittäessä von den Leyeniä ”ekojumalaksi”, videossa näytetään liikkuvaa kuvaa von den Leyenistä sekä samalla kuullen taustalla hänen puhettaan. Koko videon ajan taustalla soi jännitteinen taustamusiikki, jonka ohessa päällekkäin auditiivisena elementtinä on Tarczyńskin puhe sekä efekteinä nauru ja von den Leyenin puheääni. Samankaltaista vaikuttamisstrategiaa ja sisältöä on käytetty myös 12.2.2025 julkaistussa videossa (video 20; ks. Liite 1): Tarczyński kritisoi EU:n niin kutsuttua *Green deal* -ohjelmaa, ja kuvailee Kiinan ja Venäjän nauravan, videokuvaan ilmestyessä presidentti Xi Jinping ja presidentti Putin nauramassa.



Kuva 5. Kuvakaappauksia Tarczyńskin ilmastopoliitikkaa kritisoivasta TikTok-videosta (@dominik.tarczyński, video 24; ks. Liite 1)

Oleellista TikToken kaltaisella audiovisuaalisella alustalla on auditiivisten elementtien hyödyntäminen yhdessä visuaalisen videokuvan kanssa. Tutkielman aineiston 28 videosta 19 videossa on käytetty taustamusiikkia ja -ääniä. Aineisto-otokseen peilaten Tarczyński hyödyntää siis taustamusiikkia tunnelman luomisessa verrattain paljon.

Tarczyński hyödyntää TikTokin tarjoamia audiitiivisia mahdollisuuksia tehostaen vaikuttavuutta, ja taustamusiikin voidaankin tulkita olevan keskeinen audiitiivinen tunnelmaa luova paatoskeino. Tarczyńskin videoissa käytettävä taustamusiikki on aina samankaltaista ja esiintyy aineistossa yhdessä puheen kanssa. Videoissa käytettävä musiikki on dramaattista, uhkaavaa ja jännitteisyyttä virittävää, pelon ja kriisin tunnetta korostavaa, esimerkiksi intensiivistä jousimusiikkia, pianomusiikkia, suurellista elokuvamusiikkia ja sotarumpumusiikkia. Lisäksi videoissa on taustamusiikkina muutamia TikTokissa viraaliksi päätyneitä kappaleita, kuten ”Me and the Devil” artistilta *Soap&Skin*.

Taidokkaalla taustamusiikin käytöllä voidaan korostaa synkkää tunnelmaa ja uhkakuvia yhdessä visuaalisen videokuvan kanssa (Salojärvi ja muut, 2023, s. 856). Tarczyńskin audiitiiviset valinnat ovat kuitenkin enemmän sidoksissa videon puheen sisältöön ja aihepiiriin: osassa TikTok-videoista ei ole tehostavia visuaalisia elementtejä, kuten kuvan 5 esimerkissä, vaan videokuvassa voi olla esimerkiksi Tarczyński vain pitämässä puhetta Euroopan parlamentissa, tai keskustelemassa podcastissa. Tällöin taustamusiikki saa erityisen paljon painoarvoa tunnelmaa luovana keinona. Esimerkiksi kappale ”Me and the Devil” soi taustamusiikkina 22.1.2025 julkaistulla TikTok-videolla (kuva 6, video 18; ks. Liite 1). Videossa podcast-nauhoitusten oloisessa tilanteessa Tarczyński esittää huoltaan siitä, että jos niin sanottu woke-ilmio jatkaa suosiotaan Yhdysvalloissa, se rantautuu kuudessa kuukaudessa Eurooppaan, ja leviää ympäri maailmaa (esimerkki 8).

- (8) ”If the wokeness will continue in America, it will spread around the world. Whatever happens in America, six months later, we have it in Europe. Guys in dresses, wokeness in full scale, gender ideology and all this.” (@dominik.tarczyński, video 18; ks. Liite 1)



Kuva 6. Kuvakaappaus Tarczyńskin TikTok-videosta woke-ilmiiötä koskevasta keskustelusta (@dominik.tarczyński, video 18; ks. Liite 1)

Woke-ilmio on tyypillisesti yhdistetty vasemmistolaiseen poliittiseen ajatteluun, ja sillä viitataan yhteiskunnalliseen valvutuneisuuteen ja syrjivien rakenteiden tiedostamiseen. Tarczyński kuvailee täysmittaiseen woke-ilmioon muun muassa kuuluvan ”miesten pukeutumisen mekkoihin” sekä ”sukupuoli-ideologian”. Kappalevalintana ”Me and the Devil” voidaan tulkita viittaavan tässä vasemmiston ja woke-ilmion performatiiviseen ”demonisoimiseen”, jossa vasemmisto ja vasemmistolainen politiikka pyritään esittämään vihollisena ja uhkana yhteiskunnalliselle, ja globaalille, järjestäytymiselle. Myös 10.9.2025 (video 25; ks. Liite 1) ja 4.10.2025 (video 27; ks. Liite 1) julkaistuissa videoissa Tarczyński viittaa vasemmistoon kehottamalla ”olemaan mies, lopettamaan mekkojen käytön ja pukemaan haarniskan”. Kyseessä on siis ”me” ja ”he”-jaottelun aktiivisesta tuottamisesta käyttäen toistuvia ilmaisutapoja.

Arvolatautuneella kielellä pyritään horjuttamaan tasapainoa ja vääristelemään todellisuuskäsitystä, ja pelon lietsonta on yksi tehokkaimpia latautuneen kielenkäytön vaikuttamiskeinoja. Kuten esimerkissä 8, arvolatautuneessa retoriikassa keskeistä on uhkakuvien maalaaminen esimerkiksi ajatusvinoumilla: woke-ilmion keskiössä ei ole miesten pukeutuminen mekkoihin, vaan tällaisilla liioittelevilla ilmaisuilla ja mielikuvilla pyritään performatiivisesti vetoamaan tunteisiin ja kehystämään vastapuolta, eli vasemmistoa, negatiivisesti. Kehystäminen tehdään konservatiivisista arvoista käsin,

jossa feminiinisyys nähdään heikkoutena, viitaten kehotukseen ”olemaan mies” ja ”lopettamaan mekkoihin pukeutumisen”. *Ääri-ilmaisut* ovat Tarczyńskin TikTok-videoissa keskeinen paatoskeino, joka kytkeytyy arvolutautuneeseen kielenkäyttöön. 20.2.2025 julkaistulla TikTok-videolla (video 21; ks. Liite 1) Tarczyński esittää puheessaan Euroopan parlamentissa ”sairaana vasemmistoideologian” ja siihen kuuluvan sukupuolenkorjauksen kannattamisen olevan tällä hetkellä suurin uhka lapsille. Hyperbolaa, äärimmäistä liioittelua, ja ajatusvinoumaa käytetään puheessa (esimerkki 9), kun Tarczyński esittää vasemmiston ajaman ideologian aiheuttavan lapsille tilanteita, joissa heidän ”sukupuolimet leikattaisiin pois ja teeskenneltäisiin olevan tyttöjä”. Tarczyński ei osoita konkreettista näyttöä väitteilleen vasemmiston ajaman ideologian todellisista vaikutuksista ja vaaroista, vaan pyrkii provosoimaan lietsomaan kriisin ja uhan tunnetta.

- (9) “What you [are] doing, what you are, what your promotion and your ideology does to the children is ‘let’s cut off your genitals, now we are gonna pretend that you are a girl’. That is why I’m gonna fight your sick leftist ideology. I’m gonna fight for the right of our children. I’m gonna defeat you and I’m gonna make sure that your sick leftist ideology is gone, forever.” (@dominik.tarczyński, video 21; ks. Liite 1)
- (10) “When I was a kid, I thought that I’m a pirate. Thank God my parents did not let me cut off my arm or poke out my eye.” (@dominik.tarczyński, video 21; ks. Liite 1)

Tarczyński viittasi sukupuolenkorjaukseen lasten kohdalla myös kärjistäen retorisesti, miten hän lapsena ajatteli olevansa merirosvo, ja kiittää Jumalaa siitä, ettei hänen vanhempansa antaneet hänen katkaista kättään tai puhkaista silmäänsä (esimerkki 10). Esimerkki 9 havainnollistaa myös Tarczyńskin tunteisiin vetoavaa sankarillista eetosta siitä, miten hän aikoo ”taistella meidän lastemme oikeuksien puolesta”, sekä sanallisesti määrällistä ääri-ilmaisua siitä, miten Tarczyńskin aikoo ”varmistaa sairaana vasemmistoideologian katoavan *ikuisesti*”. Erilaiset retorisesti kärjistävät, paatosta tehostavat ääri-ilmaisut tekevät Tarczyńskin poliittisesta ilmaisusta performatiivista. TikTok-videossa performatiivisuutta ja tunteisiin vetoavuutta tehostetaan yhdistellen auditiivisia ja visuaalisia ilmaisukeinoja: koko videon ajan taustalla soi uhmakas, rap-

bassolinjainen musiikki, ja Tarczyńskin puhuessa vasemmistoideologiasta, videossa näytetään kuvia drag queen -artisteista (kuva 7). Lisäksi Tarczyńskin kertoessa halunneensa olla merirosvo lapsena, videossa samanaikaisesti näytetään kuva merirosvosta, taustalla ääniefektinä kuuluu merirosvomainen huudahdus ”arr”.



Kuva 7. Kuvakaappauksia Tarczyńskin vasemmistoideologiaa käsittelevästä TikTok-videosta (@dominik.tarczynski, video 21; ks. Liite 1)

Vaikka keskeisempänä päätöksena Tarczyńskin TikTok-videoissa on uhan ja pelon tunteen luominen, ja jopa lietsominen, Tarczyński hyödyntää myös positiivisia tunneilmauksia, vedoten rohkeuteen ja toivoon, isänmaallisuuden ja yhteisen hyvän vuoksi taistelun kehyksessä. Esimerkeissä 11 Tarczyński rakentaa päätösta vetoamalla puolalaisten yhteiseen, hegemoniseen identiteettiin siinä, millaisia puolalaiset ovat kansana, ja mitä he arvostavat. Tarczyński esittää kuin itsestäänselvyytenä, ettei puolalaisille ole mitenkään epätavallista olla rohkeita, uskoa omaan valtioon, rakastaa ja huolehtia perheistään ja omasta maasta, ennen kuin mietitään muita. Oleellista tässä isänmaallisessa päätöksessä on ajatus siitä, että oma kansa tulee ennen muita.

- (11) “That’s nothing unusual for us, for Polish, to be brave, to believe in our own nation, to love our families, to take care about our families and our country, and then think about someone else.” (@dominik.tarczynski, video 17; ks. Liite 1)

Tunteisiin vetoavaa, isänmaallista paatosta rakennetaan myös jaetun historian kautta, ja yhteistä identiteettiä muodostetaan myös siihen vetoamalla. Esimerkissä 12 vedotaan puolalaisten kollektiivisesti kokemaan kärsimykseen, kuten eläminen kommunistisen hallinnon sekä yli 100 vuotta ilman omaa valtiota, ja sota-aikana kuolleiden sureminen. Patrioottista paatosta korostetaan toteamalla, puolalaisten olevan tänä päivänä johtajia heidän kokemansa vapauden ja suvereniteetin menettämisen takia, ja siksi he vaalivat vapauttaan ja taistelevat sen puolesta.

- (12) "We experienced so much pain, -- 123 years of non-existence. Six million Poles killed during the war. 70 years of communism. -- We are leaders because we know what it means to lose your freedom, to lose sovereignty. -- So, we cherish our freedom, we fight for it." (@dominik.tarczynski, video 9; ks. Liite 1)

Mielikuvien luominen sodasta on yksi kriisiretoriikan ominaispiirre. Sotahistorian kytkeminen puheeseen on tunteisiin vetoava retorinen keino, jolla vedotaan kansallismieliseen, kollektiiviseen tunteeseen "meistä" yhtenäisenä kansana, mutta myös kriisin tunnetta siitä, että jotain, minkä eteen on historiassa taisteltu, erilaiset todelliset tai kuvitteelliset uhat voivat viedä ne meiltä pois. Luvun 4.1 esimerkissä 3 Tarczyński korosti brittiläisen maahanmuuttovastaisen "Unite the Kingdom" - tapahtuman puheessaan "*meidän haluavan maamme takaisin*", luoden tunteisiin vetoavaa kuvaa siitä, että jotain olisi jo viety, syyttäen epäsuorasti maahanmuuttajia. Samassa puheessa Tarczyński kehottaa muistamaan ja arvostamaan niitä puolalaisia miehiä, jotka taistelivat toisessa maailmansodassa Iso-Britannian rinnalla (esimerkki 13). Tunteisiin vedotaan siis muistelemalla kotimaan historiaa, kuin otollisissa hetkissä myös kansainvälisesti jaettua historiaa ja kumppanuutta.

- (13) "Remember the Polish guys who fought for this country during the Second World War. Give them a round of applause and respect." (@dominik.tarczynski, video 27; ks. Liite 1)

Paatosta maiden välisestä kumppanuudesta, jaetusta historiasta ja urheudesta Tarczyński korostaa myös suhteessa Yhdysvaltoihin. Esimerkissä 14 Tarczyński

puhuttelee puolalaisamerikkalaisia äänestämään Trumpia Yhdysvaltojen presidentinvaalien aikaan syksyllä 2024. Tarczyński vetoaa tunteisiin toteamalla, että jos välität kotimaastasi ja isoisiesi kotimaasta, äänestä silloin Trumpia. Samaan aikaan videokuvassa näytetään tunteisiin vetoavia, sota-aiheista kuvastoa (kuva 8).

- (14) "I'd like to address Polish-American citizens. – – If you care about your homeland, if you care about the homeland of your grandfathers, vote Trump. When America is strong, Europe is safe." (@dominik.tarczynski, video 15; ks. Liite 1)



Kuva 8. Kuvakaappauksia Tarczyńskin Trumpia tukevasta TikTok-videosta (@dominik-tarczynski, video 15; ks. Liite 1)

Samaan aikaan videokuvassa näytetään tunteisiin vetoavia, sota-aiheista videokuvastoa (kuva 8). Tarczyński viitatessa omasta kotimaasta välittämiseen, videossa esitetään videoklippit taivaalla kiitävistä hävittäjistä, ja sen jälkeen videokuvaa Trumpista korostaen, ketä äänestämällä saadaan turvaa. Vedotessa isosiin, videossa näytetään sumuisia klippejä perheestä kävelemässä asutetussa naapurustossa, jolla viitataan vanhaanaikaan sekä isoisien rakentamiin koteihin ja ympäristöön. Mahtipontisen elokuvamusiikin siivittämänä TikTok-video loppuu videokuvaan tekstillä "#PolesForTrump", jossa jo valmiiksi asemoidaan puolalaiset kollektiivisesti Trumpin puolelle, vaikuttaen näin myös tunteisiin kansalaisuuteen identifioitumisessa.

Tarczyński hyödyntää päätöksen rakentamisessa TikTokin mahdollisuuksia yhdistää taustamusiikkia ja -ääniä, erityisesti tietynlaisen tunnelman luomiseksi, sekä videokatkelmia ja kuvia äänen kanssa päällekkäin. Paatosta rakennetaan performatiivisesti myös syyllistämällä vastapuolta viestien räikeästi kielen, mutta myös esimerkiksi taustamusiikilla. Tarczyński käyttää liioittelevia ja arvolatautuneita nimityksiä vastapuolesta, tuottaen samalla performatiivista kahtiajakoa, sekä vetoaa tunteisiin hyödyntämällä erilaisia negatiivissävyyisiä ääri-ilmaisuja, kehystäen näin vastapuolta. Lisäksi Tarczyński vetoaa tunteisiin isänmaallisella puheella, sekä luo kriisiretoriikalla liioiteltuja mielikuvia mahdollisista ”meitä” uhkaavista tilanteista.

4.3 Logos määrällistämisenä ja yksinkertaisina kausaalisuhteina

Eetos- ja paatoskeinoinhin kietoutuu kolmantena *logos*, eli itse argumentin asiasisältö, jossa vedotaan logiikkaan ja järkeen omassa kontekstissaan. Tarczyńskin TikTok-videoissa yhden keskeisen logoskeinon voidaan tulkita olevan hänen puheessaan hyödyntämä *kvantifiointi*, eli määrällistäminen, joka voi olla numeerista, eli argumentin vahvistamista esimerkiksi luvuilla tai prosenteilla, tai sanallisesti kuvailevia ääri-ilmaisuja. Luvuissa 4.1 ja 4.2 esimerkeissä 1 ja 9 esitettiin tällaisia määrällisiä ääri-ilmaisuja argumentin tehokeinoina Tarczyńskin ilmaistessa, ettei ”vasemmisto ole tehnyt mitään”, ja ”varmistavansa sairaan vasemmistoidelogian katoavan ”*ikuisesti*”. Kvantifioiva retoriikka pyrkii tekemään argumentaatiosta vaikuttavampaa: se pyrkii tuottamaan tietynlaista vakuuttavaa mielikuvaa jonkin toiminnan toistuvuudesta tai pysyvyydestä, maksimoimalla tai minimoimalla (Jokinen, 2016, s. 363). Tällöin toiminta, sen toistuminen tai toistumattomuus kuulostaa vakavammalta (Jokinen, 2016, s. 363).

Myös äärimmäistä liioittelua, hyperbolaa, kytketään määrällistämiseen. Tarczyński argumentoi 12.1.2025 julkaistussa TikTok-videoissaan (video 17; ks. Liite 1), miten ”nolla[toleranssi] laittomaan maahanmuuttoon merkitsee nollaa terrori-iskua”, joka Tarczyński argumentin mukaan tekee Puolasta ”turvallisimman paikan Euroopassa” (esimerkki 15). Tarczyński jatkaa, miten tämän toteaminen on ”hyvin yksinkertaista, ja

tavallista, tervettä järkeä”. Tietynlaisena logoskeinona voidaan tulkita myös Tarczyńskin vetoaminen ”terveeseen järkeen”, eli argumentin vaikuttavuus pohjautuu siihen, että terveellä maalaisjärjellä ajattelu on vain ”loogista”.

- (15) ”Zero illegal migration equals zero terror attacks. The safest place in Europe. That’s very simple. That’s common sense.” (@dominik.tarczyński, video 17; ks. Liite 1)

Nollan toistaminen tässä kontekstissa on vaikuttava tehokeino korostaa absoluuttisuutta, ja yksinkertaistaa argumenttia helposti ymmärrettäväksi. Tällaisessa argumentoinnissa ja vaikuttamisessa on tulkittavissa tietynlaista yksinkertaistavaa kausaalisuhdetta: kun maahanmuuttajia ei ole yhtään, Tarczyńskin logiikan mukaan ei myöskään ole terrorismi-iskuja – kun ei ole tekijää, eli syytä, ei silloin aiheutuisi myöskään seurausta. Tarczyński esittää väitteensä ainoana totuutena, ilman konkreettista näyttöä, jolloin väitteen paikkansapitävyys jää argumentissa ilman todisteita, nojaten vain Tarczyńskin omaan todellisuuskäsitykseen. Tällöin aiheeseen ja väitteisiin perehtyminen sekä paikkansapitävyyden selvittäminen jää viestin vastaanottajan harteille, mikä itsessään on strateginen valinta. Kun väite retorisin keinoin rakennetaan tunnelmalla, auditiivisilla ja visuaalisilla keinoilla riittävän vaikuttavaksi, yleisö ottaa helpommin viestin annettuna.

Populistisen retoriikan keskeiseksi piirteeksi kuvataankin usein ”heikkolaatuinen argumentaatio”, jossa keskiössä on kansan kosiskelu ja pisteiden kerääminen ajamalleen asialle (Vainikkala, 2015, s. 1). Asian yksinkertaistaminen helposti ymmärrettävään muotoon, sekä liioittelu hyödyntäen määrällisyyttä ja yksinkertaista logiikkaa syntipukin osoittamiseksi, ovat keinoja rakentaa välitöntä kriisin ja uhan tunnetta. Tämä tekee keskeisesti Tarczyńskin retoriikasta performatiivista. Performatiivisuutta rakennetaan myös esimerkiksi TikTokissa 12.1.2025 (video 17; ks. Liite 1) ja 6.2.2026 (video 28; ks. Liite 1) julkaistuissa videoissa visuaalisesti, kun Tarczyński näyttää toistuvasti sormillaan nollaa muistuttavaa käsiliikettä, samalla kun sanoo ”nolla” (kuva 9). Tällainen nonverbaalinen korostus videolla on retorinen valinta oman puheen ja määrällisen argumentin tehostamiseksi visuaalisesti.



.Kuva 9. Kuvakaappauksia Tarczyńskin maahanmuuttovastaisista TikTok-videoista (@dominik.tarczyński, video 17 ja video 28; ks. Liite 1)

6.2.2026 (video 28) julkaistussa videossa haastattelija kysyy Tarczyńskiltä televisiohaastattelussa, kuinka monta *pakolaista* Puola on vastaanottanut, johon Tarczyński vastaa tyhjentävästi ”nolla”. Haastattelija jatkaa haastamista kysymyksellä ”ja sinä olet ylpeä siitä?”, johon Tarczyński vastaa seuraavasti (esimerkki 16):

(16) ”If you’re asking me about Muslims, illegal immigration, none. Not even one will come to Poland. Not even one if it’s illegal. We took over two million Ukrainians, who are working, who are peaceful in Poland. We will not receive even one Muslim, because this is what we promised.” (@dominik.tarczyński, video 28; ks. Liite 1)

Tarczyński kysyy retorisesti, että jos haastattelija kysyy häneltä muslimeista, heistä *ei edes yksi* ole tervetullut Puolaan. Tarczyńskin argumentista on tulkittavissa, että hän rinnastaa uskonnollisen vakaumuksen, muslimit, laittomaan maahanmuuttoon, samalla kuitenkin jatkaen, että ei edes yksi muslimi ole tervetullut, jos ”se”, eli maahanmuutto, tapahtuu laittomasti. Samalla, kun Tarczyński korostaa sanallisesti määrällistä, että ”*ei edes yksi*” muslimi maahanmuuttaja ole tervetullut Puolaan, hän nostaa etusormen pystyyn, näyttäen lukumäärää *yksi* sormellaan (kuva 9). Tarczyński jatkaa, että Puola on ottanut vastaan yli kaksi miljoonaa ukrainalaista, jotka ”työskentelevät ja ovat rauhallisia

Puolassa”, jonka jälkeen Tarczyński palaa uudestaan toteamaan, että ”me emme ota vastaan yhtäkään muslimia, koska tämän on mitä lupasimme.” Syrjivä retoriikka viittaa usein eri vähemmistöihin ja tietystä taustasta tuleviin maahanmuuttajiin (Wodak, 2015, s. 21). Tällaisen poissulkevan retoriikan funktiona on tuottaa ajatusta siitä, että ”meidän” on puolustettava itseämme ”heitä” vastaan.

Populistisissa merkityksenannoissa oleellista on niiden tapa pyrkiä näyttämään maailma mustavalkoisena, tai yksinkertaistavien tulkintojen ja ratkaisujen kautta (Palonen & Saresma, 2017, s. 23). Tarczyńskin puheessa on tulkittavissa ajatusvinoutunutta logiikkaa siitä, että *tietyt* maahanmuuttajat, kuten puheessaan viittaa muslimeihin, aiheuttaisivat tietynlaista uhkaa yhteiskunnalle. Tarczyński myös tyypittelee argumentissaan ihmisiä tietynlaisiksi: ukrainalaiset maahanmuuttajat ovat Tarczyńskin mukaan olleet rauhallisia ja työttömiä, mutta epäsuorasti indikoi, että muslimit taasen aiheuttavat terrorismiuhkaa. Tällöin vaikuttava logoskeino on yksinkertaistava kausaalisuhte, jossa lietsotaan pelkoa etsimällä yhteiskuntaa uhkaava syntipukki, osoittamatta kuitenkaan tilastoja tai konkreettista näyttöä väitteiden paikkansapitävyydestä. Burgersin ja muiden mukaan (2016, s. 415) hyperbolan käyttö on uhan liioittelussa tehokas retorinen keino esimerkiksi juuri terrorismiuhkia koskevilla keskusteluilla. Lisäksi esimerkissä 16 haastattelija kysyi *pakolaisista*, mutta Tarczyński ohitti tämän seikan, ja puhui itse sen sijaan *laittomista maahanmuuttajista*. Tällainen retoriikan epämääräisyys voi olla populistille keino yksinkertaistaa ja suoraviivaistaa omaa argumentointia, sekä erottautua poliittisesta ”eliitistä” (Sakki & Hakoköngäs, 2025, s. 11).

Osassa TikTok-videoista Tarczyński kuitenkin vetoaa myös numeeriseen kvantifiointiin. Esimerkiksi 24.4.2024 julkaistussa TikTok-videossa (video 7) Tarczyński kritisoi EU:n talouspolitiikkaa Euroopan parlamentissa pitämässään puheessa (esimerkki 17). Tarczyński korostaa puhuvansa ”faktoista ja numeroista”, joita ei hänen mukaansa muutoin käyty läpi, vaan puhuttiin ainoastaan ”kauniista visiosta”.

- (17) “Let’s talk about the facts and about the numbers. Because we heard this beautiful vision of yours, but we didn’t have much about the numbers. You mentioned youth unemployment. – – Spain, 28,4 [percent]. Sweden, 21. Italy, 20,4. Greece, 17,4. France, 16,9. I’m not going to continue. I just want to let you know there are no such numbers in Poland. We left Poland in great shape.” (@dominik.tarczynski, video 7; ks. Liite 1)

Tarczyński luettelee nuorisotyöttömyyslukuja Espanjasta, Ruotsista, Italiasta, Kreikasta ja Ranskasta, jonka jälkeen toteaa, ettei aio pidempään, mutta haluaa vain ilmaista kaikille, ettei ”Puolassa ole tällaisia lukuja”, ja kuinka ”me” olemme jättäneet Puolan erittäin hyvään kuntoon. Tarczyński hyödyntää retoriikassaan numeerista määrällisyyttä logoksena, sekä retorisesti valitsee jättää epäselväksi ”faktat” Puolan kohdalla korostaen vain sanallisesti, ilman numeerista painoarvoa, miten ”me”, viitaten hänen kanssaan samanmielisiin konservatiiveihin ja puolalaisiin, ovat pitäneet Puolan hyvässä jamassa.

Tarczyński hyödyntää kvantifiointia samaisessa puheessaan myös esittäessään väitteitä laittomasta maahanmuutosta, ja syyttäessä muun muassa Saksaa ja sen poliittista linjaa avoimelle maahanmuutolle siitä, miksi Eurooppa ei ole turvallinen (esimerkki 18). Tarczyński esittää rikosten määrän nousseen kuuteen miljoonaan, ja olevan suurin kasvukäyrä koko Saksan historiassa. Tarczyński siis käyttää jälleen retoriikassaan yksinkertaistettua kausaalisuhdetta esimerkkinä: hän yhdistää suuren rikosten määrän johtuvan maahanmuutosta, eli toistaa tietynlaista kausaalista kaavaa, menemättä kuitenkaan todellisuudessa rikollisuuden juurisyihin perusteellisemmin, tai esittääkseen lähteidensä alkuperän. Lisäksi Tarczyńskin korostaessa tällaisen politiikan jatkamisen olevan hulluutta, hän tarjoaa yksinkertaiseksi ratkaisuksi konservatiiveja ja heidän ajamaansa politiikkaa, jotka ”tulevat tekemään Euroopasta jälleen mahtavan”.

- (18) “German policy, willkommen, is the reason why Europe is not safe. Let’s talk about the repost about Germany, safety in Germany. Six million crimes raised, the highest rise in the history of Germany. And you want to continue that? This is madness about illegal migration will be stopped after this election. – – And your smiles and good humour will not change the fact that conservatives will make Europe great again.” (@dominik.tarczynski, video 7; ks. Liite 1)

Oikeistopopulismissa taipumusta on paitsi viestiä yksinkertaisella ja suoraviivaisella tavalla, myös tarjota yksinkertaisia ja suoraviivaisia ratkaisuja (Moffit ja Tormey, 2013, s. 387). *Logoksena* Tarczyńskin puheessa on tunnistettavissa suoraviivainen, yksinkertaistava viestintätapa, jossa pelkistetään laajoja, kompleksisia ilmiöitä helposti ymmärrettäviin ja omaksuttaviin viesteihin ja muotoihin, sekä lausehokemiin, kuten luvussa 4.1 esiteltiin MAGA-iskulauseesta tehtyjä uusia, uudelleen kontekstualisoituja versioita, kuten *Make Europe great again*, sekä Tarczyńskin itse hokema ”*Be like Poland*”. Kun retoriikka on yksinkertaista ja ratkaisut suoraviivaisia, se luo helposti vaikutelmaa myös itsevarmuudesta: kärkeä, aggressiivinen ja suora puhe voi vahvistaa eetosta, ja antaa puhujasta voimakkaan kuvan. Keskeistä Tarczyńskin TikTok-videoissa on suorasukaiseen logiikkaan nojaaminen, joka mahdollistaa myös pelkistetymmän kielen sekä vaikutuskeinojen käyttöä.

Edellä mainittua yksinkertaistettua kausaalisuhdetta Tarczyński ilmentää logoksena TikTok-videoiden puheissaan verrattain runsaasti – se on Tarczyńskin retoriikan ydin. Esimerkiksi 4.10.2024 julkaistussa TikTok-videossa (video 12) Tarczyński esittää, että väkisin rajan ylittäminen lentokentällä ilman henkilöllisyystodistusta, Tarczyńskin esimerkkinä käyttämien Lontoon Heathrow’n tai New Yorkin JFK:n lentokentillä, voi johtaa siihen, että tulisi tapetuksi (esimerkki 19). Tarczyński täsmentää, että jos hyökkää rajalla rannikkovartioston tai muun viranomastahon kimppuun, voi tulla ammutuksi.

- (19) “What would have happened if you would try to cross the border in Great Britain, in Heathrow, or any other place, or JFK, without a document? – – You would be killed. If you would forcibly try to cross the border at the airport, attacking Coast Guard or any other services, you would be shot, you would be killed. – – Why are you shocked? Legally, morally, we do have a right to protect ourselves.” (@dominik.tarczynski, video 12; ks. Liite 1)

Tarczyńskin argumentin logoksena toimii hyperbolaa hyödyntävä kausaalisuhde, jolla pyritään vaikuttamaan yleisöön: jos rikot lakia tavalla x, tässä esimerkissä pyrkimällä maahan rajan yli luvatta ilman papereita, seuraa tästä asia y, eli rangaistus, joka hyperbolisesti on tapetuksi tuleminen. Rangaistusta ja sen välittömyyttä liioitellaan

kontekstissa tahallaan: vaikka rajan luvatta ylittämisellä yleisesti tiedetään olevan sanktioita, Tarczyński ei esitä väitettään tukevia todisteita tappamisen olevan välitön rangaistus. Tarczyński vetoaa retorisella kysymyksellään ja sen asetelmalla, ”miksi olette järkyttyneitä?”, myös tiettyyn *logiikkaan*: Tarczyński esittää, miten ”laillisesti ja moraalisesti meillä on oikeus suojella itseämme”, joten äärimmäinen voimankäyttö olisi tällöin perusteltua. Tarczyński tehostaa yleisöön vaikuttamista katsomalla intensiivisesti suoraan kameraan esittäessään kysymyksen, ”miksi olette järkyttyneitä?” (kuva 10).



Kuva 10. Kuvakaappauksia Tarczyńskista puhumassa laittomasta rajanylittämisestä TikTok-videossaan (@dominik.tarczyński, video 12; ks. Liite 1)

Wodakin (2015, s. 21) mukaan oikeistopopulismien ytimessä voidaan havaita taipumuksia vahvistaa kansallistumista ja sen rajoja, ja esimerkissä 19 Tarczyńskin voidaan tulkita korostavan logiikallaan rajojen merkitystä, sekä sanktioita niitä rikkoessa. Tällaiseen rajapolitiikkaan liittyy oleellisesti myös kehollinen politiikka: kuka saa tulla maahan, ja millaisin ehdoin – jos ehtoja rikkoo, voi maahan laittomasti pyrkiville olla *kehollisia* seurauksia, hyperbolisesti tappaminen. Yksinkertaiset ratkaisut pohjaavat myös yksinkertaisista kausaalisuhteista: 14.9.2025 julkaistussa TikTok-videossa (video 26) Tarczyński yllyttää yleisöä huutamaan kanssaan ”*Send them back!*”, luoden ensinnäkin käsitystä siitä, että maahan muuttaneet uhkaavat viedä ”meidän maamme”, ja toiseksi,

käsitystä yksinkertaisesta ratkaisusta tähän uhkaan: lähettämällä ”heidät” takaisin sinne, mistä ovat maahan tulleetkin.

Yksinkertaisen kausaalisuhteen kautta rakennetaan myös eetosta. Luvussa 4.1 esitellyssä esimerkissä 5 (video 11) Tarczyński asemoi itseään poissulkemalla totalitaristisesta äärioikeistosta ja fasismista. Erontekoa Tarczyńskin puheessa tehdään argumentoimalla, miten ”me”, viitaten saman aatemaailman jakaviin puolalaisiin, ovat taistelleet Saksan natsihallintoa vastaan toisessa maailmansodassa, ja nousseet Puolan kommunistista hallintoa vastaan Neuvostoliiton valtauksen jälkeen. Logoksen luomisessa hyödynnetään historiallista dataa kausaalisuhteessa: koska historiassa on taisteltu natsihallintoa vastaan, sekä oman itsenäisyyden puolesta, tämän logiikan mukaan ei voida olla fasisteja. Isänmaallisuuden kautta oikeutetaan myös maahanmuuttovihaa (esimerkki 20).

(20) I don't care if they call us nationalists. I care about my country, and about my family. – – I care about the safety of my homeland. That is why I love Poland. (@dominik.tarczyński, video 11; ks. Liite 1)

Tarczyński tuo 22.9.2024 julkaistussa TikTok-videossaan (video 11) esille, miten häntä ”ei kiinnosta, jos ’he’ kutsuvat ’meitä’ fasisteiksi”, ja kertoo välittävänsä kotimaastaan, perheestään ja kotimaansa turvallisuudesta. Kotimaanrakkauteen vedoten Tarczyński esittää maahanmuuttovihansa ja -kriittikinsä olevan loogista: koska hän rakastaa kotimaataan Puolaa ja sen kansaa, maahanmuuttokriitikki on perusteltua hänen mieltäessä maahanmuuton turvallisuushaksi.

Tarczyński hyödyntää siis logoksen rakentamisessa määrällistämistä, tehostakseen tällaisella kvantifioivalla retoriikalla numeerisesti ja sanallisesti poliittista viestiään. Tarczyński käyttää performatiivisesti retoriikassaan myös yksinkertaisia kausaalisuhteita tehostakseen viestiensä suoraviivaisuutta ja räikeyttä. Tämä on myös keino ”kaupitella” tietynlaiseen maailmankuvaan nojaavia helppoja ratkaisuja. Yksinkertaistavat kausaalisuhteet ovat keino performoida kahtiajakoa ja lietsoa pelkoa jättämällä tiettyjä valittuja näkökulmia ja faktoja yleisöltä pimentoon.

5 Päätäntö

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten oikeistopopulistista performanssia rakennetaan retorisesti TikTokissa. Tavoitteeseeni päästäkseni tarkastelin puolalaisen europarlamentaarikon ja kansalliskonservatiivisen Laki ja oikeus -puolueen poliitikon Dominik Tarczyńskin vaikuttamiskeinoja TikTok-videoissaan. Tutkimusaineisto tarjosi katsauksen siihen, millaista oikeistopopulistista performatiivista vaikuttamista TikTokin kaltaisella lyhytvideoalustalla on, ja miten TikTok mahdollistaa tehokkaan poliittisen viestin välittämisen alustan erilaisia ominaisuuksia hyödyntäen – päällekkäin ja samanaikaisesti. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Tarczyńskin retoriset vaikuttamiskeinot noudattavat aikaisemmissa tutkimuksissa havaittuja keskeisiä oikeistopopulismin retorisia piirteitä ja poliittisia teemoja, sekä sitä, miten populististen viestien on havaittu muotoutuvan digitaalisissa mediaympäristöissä. Se, että Tarczyński noudattaa aikaisemmissa tutkimuksissa havaittuja oikeistopopulistisia retorisia keinoja, osoittaa sen, että niissä on jotain, mikä vetoaa ja vaikuttaa yleisöön.

Populistisessa performatiivisuudessa tuotetaan jatkuvasti todellisuuskäsitystä, jossa luodaan ajatusta ”meistä” ja ”heistä” (Palonen & Saresma, 2017, s. 23). Tarkastelun kohteena olleissa Tarczyńskin TikTok-videoissa kaikista keskeisimmän uhkaavan ”heidän” kehystetään olevan vasemmisto, tai kommunistit, sekä maahanmuuttajat. Oikeistopopulismissa keskeinen retorinen tekniikka on pyrkimys pelon luomiseen ja lietsomiseen (Wodak, 2015, s. 1), jota Tarczyński luo syyttämällä vasemmiston sekä vasemmistolaisen politiikan ja ideologian uhkaavan yhteiskuntaa ja Euroopan tilaa. Oleellista tällaisessa populistisen kriisin performanssin mallissa on populistisen toimijan tekniikka tunnistaa jokin epäkohta, nostaa se ”kriisin” tasolle välittömästi ”meitä” uhkaavaksi asiaksi, osoittaa kriisistä kärsivät ja kriisistä vastuussa olevat, hyödyntää mediaa tämän performanssin levittämiseen sekä osoittaa itse vahvaa johtajuuttaan ja tietävänsä yksinkertaisia ratkaisuja kriisistä pelastumiseksi (Moffit, 2015, s. 198).

Tällaisessa uhan kehystämisessä keskeistä on tiettyjen todellisuuden näkökohtien valitseminen ja korostaminen viestinnällisesti siten, että se asettaa tietyn

todellisuuskäsityksen tietynlaiseen valoon (Burgers ja muut, 2016, s. 411). Tarczyński hyödyntää retorista kehystämisen tekniikkaa kuvaten vasemmistoa negatiivisessa valossa niin, että TikTok-videota katsova muodostaisi käsityksensä vasemmistosta ja vasemmistolaisen politiikan uhkakuvista Tarczyńskin kehystämisen mukaan. Hyödyntäen klassisen retoriikan teoriaa, tunnistin tutkimuksessani Tarczyńskin keskeisten vaikuttamiskeinojen olevan *itsensä positiointi ja poissulkeminen* eetoksena, *syylittäminen sekä tunnelman ja tilanteen liioittelu* päätöksena, ja *yksinkertaiset kausaalisuhteet ja määrällistäminen* logoksena.

Performatiivisuus rakentuu Tarczyńskin TikTok-videoissa retorisesti erilaisia elementtejä yhdistellen. Taustamusiikki ja -äänet Tarczyńskin videoissa ovat tunnelmaltaan dramaattisia, uhmakkaita, jännitteisiä sekä pelon ja kriisin tunnetta virittäviä. Suora, yksinkertaistava ja useisiin helppoihin iskulauseisiin nojaava puhe on helposti ymmärrettävissä, ja tarjoaa kompleksisiin, poliittisesti kiistanalaisiin kysymyksiin mutkattomia ratkaisuja. Kuvat ja videokatkelmat toimivat äänimaailmaa tehostavina keinoina: auditivinen ja visuaalinen ulottuvuus yhdistyvät vaikuttavaksi kokonaisuudeksi tukien toisiaan, ja tehden poliittisesta viestistä vahvemman ja tunteisiin vetoavan. Wodakin (2015, s. 1) mukaan eurooppalaisessa mediademokratiassa yksilökeskeinen poliittinen performanssi pelkistyy tyypillisesti yksinkertaiseksi, iskulausetasoiseksi viestiksi, joka on helposti laajan yleisön omaksuttavissa. Vaarana kompleksisten ongelmien yksinkertaistamisessa ja niiden omaksumisessa ”annettuna” ovat ajatusvinoumat, kriittisen ajattelun köyhtyminen, sekä poliittisen keskustelun etääntyminen vuorovaikutuksellisesta ratkaisujen punnitsemisesta.

TikTokin kaltaisella lyhytvideoalustalla populistinen performatiivisuus voidaan siis nähdä tiivistyvän 1) vastapuolen syylittämiseen ja negatiiviseen kehystämiseen, 2) yksilökeskeisen, vahvan johtajuuden ja asiantuntijuuden korostamiseen, sekä 3) näiden piirteiden esille tuomiseen mahdollisimman ytimekkäästi, yksinkertaisesti ja tunteisiin vetoavasti, pyrkien takaamaan sen, että yleisö viihtyy ja virittyy emotionaalisesti poliittisen sisällön parissa. TikTok mahdollistaa auditivisten ja visuaalisten elementtien

yhdistelyn poliittisen viestin vaikuttavuuden tehostamiseksi, ja näin ollen myös laajentaa retorisia vaikutusmahdollisuuksia.

Klassinen retoriikka soveltuu nykyaikaisen digitaalisten aineistojen ja ilmiöiden tarkasteluun, sillä vakuuttamisen ja suostuttelun elementit ovat eri konteksteissa silti samat: ne vetoavat tunteisiin, uskottavuuteen ja logiikkaan. Poliittisen puheen merkittävä rooli Tarczyńskin TikTok-videoissa ohjasi minua syventymään klassisen retoriikan hyödyntämiseen audiovisuaalisten vaikuttamiskeinojen analysoinnissa. Retorinen analyysi on joustava analyysimenetelmä monenlaisten aineistojen viestinnällisten resurssien ja prosessien tarkasteluun, sekä havainnointiin siitä, miten erilaisia versioita todellisuudesta pyritään saamaan vakuuttaviksi. Se soveltuu hyvin poliitikoiden puheiden ja niiden audiitiivisten ja visuaalisten esitysten ja taltiointien tarkasteluun (Jokinen, 2016, s. 338), ja valikoitui siksi myös menetelmäksi klassiseen retoriikkaan nojaten. Menetelmän hyödyntäminen mahdollisti TikTok-videoitten yksityiskohtaisen kuin laajemmankin kuvan tarkastelun retoristen keinojen valossa.

Laadulliset tutkimusmenetelmät ovat usein ”räätälöityjä” tutkimuksen tarkoitukseen ja käytettyyn aineistoon, joka tekee laadullisista tutkimuksista yksilöllisiä (Aaltio & Puusa, 2020). Omien valintojen ja tutkimustulosten luotettavuuden arviointi on siksi erityisen tärkeää ja hyvään tutkimuskäytäntöön kuuluva toimenpide (Aaltio & Puusa, 2020). Tutkimustani arvioitaessa yksi oleellinen kysymys on aineistovalinta ja sen rajallisuus. Aineistoni keskittyi vain yhden oikeistopopulistisen europarlamentaarikon TikTok-videoitten vaikuttamiskeinoihin, ja vaikka tämä tarkastelu mahdollistaa merkittäviä havaintoja etenkin europarlamentarisessa kontekstissa, on huomionarvoista todeta, ettei tutkimuksen tuloksia voi täysin yleistää käsittämään koko globaalia poliittista mediakenttää. Käytännössä tutkimustani voisi luonnehtia myös tietynlaiseksi tapaustutkimukseksi, joka pyrkii ymmärtämään laajempaa ilmiötä esimerkkitapauksen kautta. Yhden oikeistopopulistisen europarlamentaarikon 28 sisältörikkaan TikTok-videon tarkastelu, hyödyntäen retorista analyysia, mahdollistaa laajempaan ilmiöön linkittyvän yksittäistapauksen syväluotaavan ja yksityiskohtaisen havainnoimisen pro

gradu -tutkielman laajuudessa tutkimuksessa. Tulosten voidaan katsoa osoittavan ainakin vahvoja suuntaviivoja oikeistopopulistisen performatiivisuuden rakentumisesta retorisesti TikTokissa, ja olevan linjassa aiempien tutkimusten havaintojen kanssa.

Kuten todettua, tutkielmani on esimerkki vain yhden oikeistopopulistisen poliitikon vaikuttamiskeinoista TikTokin kaltaisessa lyhytvideokontekstissa, ilman vertailua esimerkiksi muihin oikeistopopulistisiin toimijoihin, tai vasemmistopainotteiseen populismiin, jota olisi myös hedelmällistä tarkastella esimerkiksi Euroopan parlamentin kontekstissa. Merkityksellinen jatkotutkimuksen aihe olisi myös useamman populistisen oikeisto- ja vasemmistopoliitikon vaikuttamiskeinojen tarkastelu ja vertailu audiovisuaalisella digitaalisella alustalla, esimerkiksi TikTokissa. Tämä laajentaisi käsitystä populismin audiovisuaalisesta performatiivisuudesta poliittisella oikeisto-vasemmisto-akselilla, sekä selventäisi niiden välisiä retorisia ja diskursiivisia eroja ja yhtäläisyyksiä. Lisäksi populistisen poliittisen sisällön luoja ja yleisön välisen vuorovaikutuksen tarkastelu voisi tarjota merkittävän näkökulman siihen, miten digitaalisilla alustoilla yleisö vastaanottaa populistisen sisällön, ja millaisia seikkoja yleisö nostaa esille esimerkiksi kommenttikentissä.

Poliittinen vaikuttaminen tapahtuu yhä enenevässä määrin digitaalisilla alustoilla, ja poliitikoiden keskuudessa yleistynyt digitaalisen audiovisuaalisuuden hyödyntäminen on ajankohtainen tutkimuskohde. Digitaalisen poliittisen vaikuttamisen tutkimus on siis yhä tärkeämpää, eikä sen merkityksen voida olettaa ainakaan vähenevän. Poliitikoille läsnäolo sosiaalisessa mediassa on nykyään lähes välttämättömyys, sekä mukautuminen alustan toimintalogiikoihin, ja esimerkiksi performatiiviseen tyyliin. Läsnäolo tietyillä sosiaalisen median alustoilla viestii siitä, että poliitikko haluaa olla siellä, missä potentiaaliset kannattajat ja äänestäjätkin ovat, pyrkien puhuttelemaan ja sitouttamaan heitä kiinnostavalla, performatiivisesti vaikuttavalla tavalla omaan poliittiseen agendaansa. On siis tietoinen valinta olla poliittisesti läsnä juuri TikTokissa, ja kaikki Tarczyńskin siellä tuottama sisältö on strategista, populistista performanssia.

Lähteet

- Aaltio, I., & Puusa, A. (2020). Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon? Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus.
- Albertazzi, D., & Bonansinga, D. (2024). Beyond anger: the populist radical right on TikTok. *Journal of Contemporary European Studies*, 32(3), 673–689. <https://doi.org/10.1080/14782804.2022.2163380>
- Barthes, R. (1977). The Rhetoric of the Image. Teoksessa S. Heath (toim.). *Image Music Text* (s. 32–50). Fontana Press.
- Bazian, A. R. (2025, 12. joulukuuta). *TikTok Statistics 2025: Users, Trends & Analytics*. Proxidize. Noudettu 18.3.2026 osoitteesta <https://proxidize.com/research/tiktok-statistics/>
- Bill, S., & Stanley, B. (2020). Whose Poland is to be? PiS and the struggle between monism and pluralism. *East European Politics*, 36(3), 378–394. <https://doi.org/10.1080/21599165.2020.1787161>
- Burgers, C., Konign, E. A., & Steen, G. J. (2016). Figurative Framing: Shaping Public Discourse Through Metaphor, Hyperbole, and Irony. *Communication Theory*, 26(4), 410–430. <https://doi.org/10.1111/comt.12096>
- Bösch, M. (2026). TikTok Edits, Vibes, Audio Memes: Participatory Propaganda in the 2025 German Federal Election Campaign. *Media and Communication*, 14. <https://doi.org/10.17645/mac.11755>
- Carter, M. J. (2013). The Hermeneutics of Frames and Framing: An Examination of the Media's Construction of Reality. *SAGE Open*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244013487915>
- Chang, D., Chen, R., & Krupka, E. (2019). Rhetoric matters: A social norms explanation for the anomaly of framing. *Games and Economic Behavior*, 116, 158–178. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2019.04.011>
- Dominik Tarczyński [@dominik.tarczynski]. (n.d.). [*TikTok-profilili*]. Noudettu 10.12.2025 osoitteesta <https://www.tiktok.com/@dominik.tarczynski>

- Dreamgrow. (2026, 19. tammikuuta). *How Many People Use TikTok: Number of Users in 2026*. Dreamgrow. Noudettu 18.3.2026 osoitteesta <https://www.dreamgrow.com/tiktok-statistics/>
- Eilo, H., Falin, P., Harju, A., Huuskonen, S., Kohonen, I., Laine, K., & Satama, M. (2026). *Näkökulmia sosiaalisen median eettiseen ja vastuulliseen tutkimukseen*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18386110>
- Euroopan parlamentti. (n.d.). *Dominik TARCZYŃSKI*. Noudettu 10.12.2025 osoitteesta https://www.europarl.europa.eu/meps/fi/204346/DOMINIK_TARCZYNSKI/home
- Euroopan parlamentti. (n.d.). *Euroopan parlamentin jäsenet*. Noudettu 17.4. osoitteesta <https://www.europarl.europa.eu/meps/fi/home>
- Euroopan parlamentti. (n.d.). *Näin täysistunto toimii*. Noudettu 17.4. osoitteesta <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/fi/organisation-and-rules/how-plenary-works>
- Eyman, D. (2015). *Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Gill, A. M., & Whedbee, K. (1997). Rhetoric. Teoksessa Teun van Dijk (toim.), *Discourse as Structure and Process*. Sage Publications.
- González-Aguilar, J. M., Segado-Boj, F., & Makhortykh, M. (2023). Populist Right Parties on TikTok: Spectacularization, Personalization, and Hate Speech. *Media and Communication*, 11(2), 232–240. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6358>
- Hakoköngäs, E., Halmesvaara, O., & Sakki, I. (2020). Persuasion Through Bitter Humor: Multimodal Discourse Analysis of Rhetoric in Internet Memes of Two Far-Right Groups in Finland. *Social Media + Society*, April-June 2020: 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305120921575>
- Hatzisavvidou, S., & Martin, J. (2022). Introduction to the special issue: Rhetorical approaches to contemporary political studies. *Politics*, 42(2), 149–155. <https://doi.org/10.1177/02633957211050272>
- Herrick, J. A. (2020). *The History and Theory of Rhetoric: An Introduction* (7th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003000198>

- Hietanen, M. (2025). *Classical Rhetorical Argumentation for the Rhetorical Critic* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003462743>
- Immonen, L. (2021). Multisemioottisen tekstin audiovisuaalista kielioppia. *Virittäjä*, 125(1). <https://doi.org/10.23982/vir.100128>
- Isotalus, P. (2023). Aristoteleesta somepersoonaan: Sosiaalisen median vaikuttajat vanhojen vaikuttamisen teorioiden näkökulmasta. Teoksessa H. Reinikainen & S.-M. Laaksonen (toim.). *Vaikuttava viestintä* (s. 29–44). ProComma Academic; 10. ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry. <https://doi.org/10.31885/9789526973746>
- Isotalus, P. (2025). *Ruutukasvot: Esiintymisen lumo iltauutisista somevideoihin*. Gaudeamus.
- Jaakkola, J., & Sakki, I. (2025). Multimodal persuasion in right-wing populist TikTok discourse: Crafting a sense of 'us'. Teoksessa I. Sakki. (toim.). *Qualitative Approaches to the Social Psychology of Populism: Unmasking Populist Appeal*. Routledge, 92–113.
- Jokinen, A. (2016). Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Vastapaino, 249–265.
- Jokinen, A. (2016). Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Vastapaino, 337–368.
- Kakkuri-Knuuttila, M-L. (1998). *Argumentti ja kritiikki: Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. Gaudeamus.
- Kannasto, E. (2021). *"I am horrified by all kinds of persona worship!": Constructing Personal Brands of Politicians on Facebook* [väitöskirja, Vaasan yliopisto]. Osuva. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-983-9>
- Kannasto, E., & Pöyry, E. (2025). Political Campaigning and Social Media Affordances – Mood-setting on TikTok. *Proceedings of the 58th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2336–2345. <https://doi.org/10.24251/hicss.2025.286>

- Karismo, A. (2025, 11. lokakuuta). *Yksi kuva näyttää, kuinka laita-oikeistosta tuli Euroopan suurin voima*. Yle. Noudettu 30.10.2025 osoitteesta <https://yle.fi/a/74-20186913>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Kitty, A. (2022). *Loaded Language and the Dilemma of Journalism*. Nova Science Publishers, Incorporated.
- Knuutila, A., & Havula, P. (2024). *The TikTok Effect: How the App Shaped Political Discourse During Finnish European Elections 2024*. (1. painos). Faktabaari. Noudettu 17.3.2026 osoitteesta <https://crossover.social/wp-content/uploads/2024/07/TheTikTokEffect.pdf>
- Knuutila, A., & Laaksonen, S-M. (2020). Viraali vihaisuus ja tahmea nauru: tunteet ja algoritmit digitaalisessa vaalikampanjoinnissa. Teoksessa S. Borg, E. Kestilä-Kekkonen & H. Wass. (toim.). *Politiikan ilmastonmuutos: Eduskuntavaalitutkimus 2019*, 394–418. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-838-7>
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London/New York. Verso.
- Lehti, L., & Eronen-Valli, M. (2018). Diskurssintutkimuksen menetelmiä digitaalisen retoriikan tutkimuksessa. Teoksessa L. Haapanen, L. Kääntä & L. Lehti. (toim.). *Diskurssintutkimuksen menetelmistä. On the methods in discourse studies* (s. 156–176). AFinLa-e. Soveltavan kielitieteen tutkimuksia 2018(11). <https://doi.org/10.30660/afinla.69104>
- Lähdesmäki, T. (2017). Perussuomalaisten Eurooppa. Teoksessa E. Palonen & T. Saresma (toim.). *Jätkät ja jytkyt: Perussuomalaiset ja populismin retoriikka* (s. 133–148). Vastapaino.
- Mheidly, N., Kundu, P., & Facey, M. (2024). Persuasive strategies in top TikTok breast cancer videos: a rhetorical analysis. *Discover Social Science and Health*, 4(1), 81. <https://doi.org/10.1007/s44155-024-00142-9>
- Moffit, B. (2015). How to Perform Crisis: A Model for Understanding the Key Role of Crisis in Contemporary Populism. *Government and Opposition*, 50(2), 189–217. <https://doi.org/10.1017/gov.2014.13>

- Moffitt, B., & Tormey, S. (2013). Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style. *Political Studies*, 62(2), 381–397. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Osei Fordjour, N. K. (2024). Personalization as a Strategic Political Tool on Social Media: The Curious Case of VP Kamala Harris on Twitter. *Howard Journal of Communications*, 35(4), 375–396. <https://doi.org/10.1080/10646175.2023.2289980>
- Palonen, E. (2020). Populismien muoto, diskursiivisuus ja retoriikka: Analyysi soinnilaisuudesta. *Politiikka*, 62(2), 125–145. <https://doi.org/10.37452/politiikka.89431>
- Palonen, E., & Saresma, T. (2017). Perussuomalaiset ja populistinen retoriikka. Teoksessa E. Palonen & T. Saresma (toim.). *Jätkät ja jytkyt: Perussuomalaiset ja populismin retoriikka* (s. 13–42). Vastapaino.
- Palonen, K. (2012). *Parlamentarismi retorisenä politiikkana*. Vastapaino.
- Pekonen, K. (2011). *Puhe eduskunnassa*. Vastapaino.
- Perelman, C. (2007). *Retoriikan valtakunta*. Vastapaino.
- Political Capital. (n.d.). *Dominik Tarczyński*. Authoritarian shadows in the European Union. Noudettu 28. maaliskuuta 2026 osoitteesta https://politicalcapital.hu/authoritarian-shadows-in-the-eu/meps.php?mep_id=95
- Pöllänen, I-S. (2023, 19. lokakuuta). *Puolan vaalit enteilevät maalle täyskäännöstä EU-myönteiseen aikaan*. The Ulkopolitist. Noudettu 18.10.2024 osoitteesta <https://ulkopolitist.fi/2023/10/19/puolan-vaalit-enteilevat-maalle-tayskaannosta-eu-myonteiseen-aikaan/>
- Ruby, D. (2025, 31. joulukuuta). *TikTok Banned Countries List [2026 Latest Data]*. DemandSage. Noudettu 18.3.2026 osoitteesta <https://www.demandsage.com/tiktok-banned-countries/>
- Sakki, I. (2025). Unveiling Populist Tactics on TikTok: A Multimodal Critical Discursive Psychology Approach. Teoksessa M. J. Becker, M. Scheiber & U. Jensen. (toim.).

- Imagery of Hate Online*. Open Book Publishers, 153–171.
<https://doi.org/10.11647/OBP.0447>
- Sakki, I., & Hakoköngäs, E. (2025). Populism as political imagination: Theoretical approaches. Teoksessa I. Sakki. (toim.). *Qualitative Approaches to the Social Psychology of Populism: Unmasking Populist Appeal*. Routledge, 3–22.
- Salojärvi, V., Palonen, E., Horsmanheimo, L., & Kylli, R-M. (2023). Protecting the future 'Us': a rhetoric-performative multimodal analysis of the polarising far-right YouTube campaign videos in Finland. *Visual Studies*, 38(5), 851–866.
<https://doi.org/10.1080/1472586X.2023.2249430>
- Sands, L. (2025, 14. syyskuuta). *Massive nationalist rally shows MAGA-fueled movement's appeal in U.K.* The Washington Post. Noudettu 17.4.2026 osoitteesta <https://www.washingtonpost.com/world/2025/09/14/tommy-robinson-london-march-musk/>
- Schrott, E. C. (2025). Political Performances: TikTok's Sonic Influence on Affective Activist Expression. *Musicologica Austriaca: Journal for Austrian Music Studies*, SI, 54–78.
<https://doi.org/10.71045/musau.2025.SI.20>
- Seppänen, J. (2008). *Katseen voima: Kohti visuaalista lukutaitoa*. Vastapaino.
- Singh, S. (2026). *How Many People Use TikTok 2026 [Active Users Data]*. DemandSage. Noudettu 18.3.2026 osoitteesta <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/>
- Summa, H. (1996). Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan: Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa K. Palonen & H. Summa. (toim.). *Pelkkää retoriikkaa* (s. 51–83). Vastapaino.
- Suoninen, E. (2016). Vuorovaikutuksen mikromaiseman analysoiminen. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Vastapaino, 313–336.
- Turtiainen, S. (2025, 26. heinäkuuta). *Onhan meillä toisemme*. Helsingin Sanomat. Noudettu 27.7.2025 osoitteesta <https://www.hs.fi/kirjeenvaihtajat/art-2000011352373.html>

- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. (2023). Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa: Tutkimuseettisen neuvottelukunnan HTK-ohje 2023. *Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 2/2023*. https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf
- Vainikkala, E. (2015). Jako kahteen: Populismi kansan tekijänä ja demokratian peilinä. Ernesto Laclau'n populismiteorian tarkastelua. *Kulttuurintutkimus*, 32(1), 3–17. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201505292109>
- Villadsen, L. S. (2020). Emotions in Politics: Populism's Win? *World Complexity Science Academy Journal*, 1(1), 57–72. <https://doi.org/10.46473/WCSAJ27240606/15-05-2020-0006//full/html>
- Vinter, R., Gecsoyler, S., Pidd, H., & Ahmed, A. (2025, 14. syyskuuta). *Far-right London rally sees record crowds and violent clashes with police*. The Guardian. Noudettu 17.4.2026 osoitteesta <https://www.theguardian.com/uk-news/2025/sep/13/unite-the-kingdom-far-right-rally-london-tommy-robinson-police-assaulted>
- Vuori, J. (2021). Retoriikan analyysi. Teoksessa J. Vuori (toim.), *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Tampere. Noudettu 13.10.2024 osoitteesta <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/teoreettis-metodologiset-viitekehykset/retoriikan-analyysi/>
- Widholm, A., Ekman, M., & Larsson, A. O. (2024). A Right-Wing Wave on TikTok? Ideological Orientations, Platform Features, and User Engagement During the Early 2022 Election Campaign in Sweden. *Social Media + Society*, 10(3), 1–11. <https://doi.org/10.1177/20563051241269266>
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London: SAGE.
- Zamora-Medina, R., Suminas, A., & Fahmy, S. S. (2023). Securing the Youth Vote: A Comparative Analysis of Digital Persuasion on TikTok Among Political Actors. *Media and Communication*, 11(2), 218–231. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6348>

Zarefsky, D., & Mohammed, D. (2020). The Rhetorical Stance of Populism. Teoksessa H. Jansen, B. van Klink & I. van der Geest. (toim.). *Vox Populi: Populism as a Rhetorical and Democratic Challenge*. Edward Elgar Publishing, 17–28.
<https://doi.org/10.4337/9781789901412.00007>

Liitteet

Liite 1. Aineistotaulukko

	TikTok-video	Julkaisuaika	Videon kesto	Lisätty taustamusiikkia
1.	#dominiktarczyński #tarczyński #ZamachNaMedia #polska #polskadziewczyna #pis #belikepoland #vira #politykawsieci #fyp https://vm.tiktok.com/ZNRsn7HTD/	2024, 2. tammikuuta	4 min 12 s	ei
2.	Oto jak wygląda hipokryza! Walczymy! #dominiktarczyński #poland #polishgirl #polityka #parlamenteuropejski #belikepoland https://vm.tiktok.com/ZNRsnTv7v/	2024, 17. tammikuuta	1 min 12 s	ei
3.	Protest rolników i moje wsparcie w walce z lewqckim szaleństwem! Chva zakazu jedzenia wolowiny! #tarczyński #dominiktarczyński #polska #polskadziewczyna #pis #parlamenteuropejski #politykawsieci #viral https://vm.tiktok.com/ZNRsnTd5d/	2024, 24. tammikuuta	1 min 26 s	kyllä
4.	Debata po dwóch latach agresji Putina. Strasburg, 06.02.2024 #belikepoland #MakePolandGreatAgain #polska #dominiktarczyński #fy #viral #polskaPL #polskadziewczyna https://vm.tiktok.com/ZNdpr6s2C/	2024, 6. helmikuuta	1 min 35 s	ei
5.	WAŻNE! Przed chwilą w Komisji Handlu Międzynarodowego PE, grupy EPP do której należy PO oraz Socjaliści ustami posła Belki poparli przedłużenie liberalizacji handlu z Ukrainą! Za nic mają głos rolników! W Polsce mówią jedno, a w Brukseli robią drugie! #dominiktarczyński #tarczyński #dlaciebie #fy #vira #polska #belikepoland #MakePolandGreatAgain #polskaPL #polskadziewczyna #polityka https://vm.tiktok.com/ZNdprCj6Y/	2024, 19. helmikuuta	2 min 58 s	ei
6.	Niepojęte! Właśnie zwolnili dyrektor i założycielkę TV Bielsat, ogranicza się budżet stacji niszcząc strategiczny dla Polski projekt, a Halicki i Adamowicz debatują o tym jak ważne są wolne media! Strasburg 12.03.2024 #dominiktarczyński #dlaciebie #fy #polska #belikepoland #MakePolandGreatAgain #polskaPL #pis #viral #tarczyński #parlamenteuropejski https://vm.tiktok.com/ZNdphR3RE/	2024, 12. maaliskuuta	1 min 12 s	ei
7.	Debata w PE! #dominiktarczyński #dlaciebie #fy #belikepoland #MakePolandGreatAgain #polskaPL #pis #vira https://vm.tiktok.com/ZNdphBiPL/	2024, 24. huhtikuuta	2 min 33 s	ei
8.	Calosc wywiadu: https://youtu.be/zT5EX1B6Fic?si=qs6_Cct8deVbD-MI #dominiktarczyński #tarczyński #belikepoland https://vm.tiktok.com/ZNdph6c9/	2024, 18. elokuuta	1 min 1 s	kyllä

9.	#dominiktarczyński #belikepoland #reparacjedlapolski #polskaPL #MakePolandGreatAgain #MEGA #tarczyński #fy #dlaciebie #viral https://vm.tiktok.com/ZNdphfWT6	2024, 25. elokuuta	8 min 28 s	ei
10.	Marsz Niepodległości! PL #marszniepodległości #dominiktarczyński #belikepoland #tarczyński https://vm.tiktok.com/ZNdphXkvq/	2024, 4. syyskuuta	1 min 11 s	kyllä
11.	#belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #dlaciebie #fy #tarczyński #MakePolandGreatAgain #vira https://vm.tiktok.com/ZNdsaxCcA/	2024, 22. syyskuuta	1 min 21 s	kyllä
12.	Należy brinic Polski! #belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #dlaciebie #MakePolandGreatAgain #MEGA https://vm.tiktok.com/ZNdsangSL/	2024, 4. lokakuuta	55 s	kyllä
13.	Co bys ie stalo? #belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #polskaPL #dlaciebie #dlaciebie #MakePolandGreatAgain https://vm.tiktok.com/ZNdsasF5U/	2024, 4. lokakuuta	54 s	kyllä
14.	Debata o Rosji. #belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #polskaPL #dlaciebie #MakePolandGreatAgain #fy #tarczyński https://vm.tiktok.com/ZNdsFRx7/	2024, 11. lokakuuta	30 s	ei
15.	Trump! #trump2024 #trump #PolesForTrump #trump2024us #dominiktarczyński #polskaPL #maga #tarczyński #vira #belikepoland #MakePolandGreatAgain #dlaciebie #fy #marszniepodległości https://vm.tiktok.com/ZNdsakXUr/	2024, 31. lokakuuta	1 min 9 s	kyllä
16.	#trump2024 #PolesForTrump #trump2024us #dominiktarczyński #polskaPL #polskaPL #maga #tarczyński #vira #maga #MakePolandGreatAgain #dlaciebie #fy #viral https://vm.tiktok.com/ZNdsJECa/	2024, 28. marraskuuta	1 min 20 s	kyllä
17.	Dominik Tarczyński: Be Like Poland! PL #belikepoland ##dominiktarczyński #polskaPL #MakePolandGreatAgain #tarczyński #dlaciebie #viral #polska #fy #MEGA #polskadziewczyna https://vm.tiktok.com/ZNRs7ad4L/	2025, 12. tammikuuta	1 min	kyllä
18.	End Woknes! #belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #MakePolandGreatAgain #tarczyński #dlaciebie #viral #fy #polskadziewczyna #BeLikePoland #vira https://vm.tiktok.com/ZNRs7Uokd/	2025, 22. tammikuuta	30 s	kyllä
19.	Dzisiejszą Komisją ds. Handlu Międzynarodowego w Parlamencie Europejskim. #belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #MakePolandGreatAgain #tarczyński #dlaciebie #viral #fy #polskadziewczyna #vira #telewizjarepublika #dominiktarczyński https://vm.tiktok.com/ZNRs75U8m/	2025, 30. tammikuuta	3 min 31 s	kyllä

20.	<p>EU vs USA #belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #MakePolandGreatAgain #tarczyński #dlaciebie #viral #fy #vira #BeLikePoland #tarczyński #greendead #zielonyład https://vm.tiktok.com/ZNRs749fr/</p>	2025, 12. helmikuuta	30 s	kyllä
21.	<p>Walczymy z lewactwem! #belikepoland #dominiktarczyński #polskaPL #MakePolandGreatAgain #tarczyński #dlaciebie #dlaciebie #BeLikePoland #viral #zielonyład #greendead #trump2024 https://vm.tiktok.com/ZNRs7Dp2Q/</p>	2025, 20. helmikuuta	44 s	kyllä
22.	<p>#dominiktarczyński #BelikePoland #MakePolandGreatAgain #dlaciebie #viral #telewizjarepublika #polskadziewczyna #MEGA https://vm.tiktok.com/ZNdsgFKit/</p>	2025, 19. kesäkuuta	1 min 9 s	kyllä
23.	<p>Debata w Parlamencie Europejskim! #dominiktarczyński #BelikePoland #MakePolandGreatAgain #dlaciebie #viral ##polskadziewczyna #polskaPL #fy #BeLikePoland https://vm.tiktok.com/ZNRsv5t5/</p>	2025, 8. heinäkuuta	2 min 21 s	kyllä
24.	<p>Parlament Europejski! #dominiktarczyński #belikepoland #BelikePoland #MakePolandGreatAgain #dlaciebie #polskadziewczyna #polskaPL https://vm.tiktok.com/ZNRs77YKQ/</p>	2025, 14. heinäkuuta	1 min 8 s	kyllä
25.	<p>Dzisiejsza debata w Parlamencie Europejskim! #BeLikePoland PL #dominiktarczyński #WielkaDeportacja #MakePolandGreatAgain #polskaPL https://vm.tiktok.com/ZNRs7WbQo/</p>	2025, 10. syyskuuta	1 min 47 s	kyllä
26.	<p>MAKE EUROPE GREAT AGAIN ! #BeLikePoland #dominiktarczyński #WielkaDeportacja #MakePolandGreatAgain #polskaPL https://vm.tiktok.com/ZNRsvRVqh/</p>	2025, 14. syyskuuta	54 s	kyllä
27.	<p>Make Europe Great Again! #BeLikePoland #dominiktarczyński #WielkaDeportacja #polskaPL #dlaciebie https://vm.tiktok.com/ZNRsv8a94/</p>	2025, 4. lokakuuta	54 s	kyllä
28.	<p>Thank you Mr. President! #BeLikePoland PL https://vm.tiktok.com/ZNRsnJaMG/</p>	2026, 6. helmikuuta	2 min 22 s	ei