

Outi Hakola

Outi Hakola, FT, dosentti, alue- ja kulttuurintutkimus, Helsingin yliopisto

AUDIOVISUAALINEN POPULAARIKULTTUURI OSANA POPULISTISTA STRATEGIAA: Tapaustutkimuksena Donald J. Trump



Populaarikulttuuri vaikuttaa yhtä lailla politiikkaan kuin politiikka populaarikulttuuriin. Tässä artikkelissa huomion kohteena on Yhdysvaltojen 45. presidentin Donald J. Trumpin suhde populaarikulttuuriin. Hänen julkinen imago maskuliinisena johtajana on pitkälti rakentunut populaarikulttuurisille merkityksille, joita hänen kannattajansa uudelleen tuottavat sosiaalisessa mediassa. Trump toimii tapaustutkimuksena ilmiöstä, jossa populaarikulttuurista rakennetaan strategisesti merkittävä osa populistisen politiikan toimintaa ja viestintää.

Populaarikulttuurilla ja politiikalla on moniulotteinen suhde. Yhtäältä populaarikulttuurissa representoidaan poliittisia teemoja ja toimijoita. Toisaalta populaarikulttuuria hyödynnetään osana poliittista toimintaa. Viime vuosina otsikoihin ovat päätyneet tapaukset, joissa laajoihin yleisöihin vetoava populaarikulttuuri on tarjonnut vetoapua kansansuosiota tavoitteleville populistisille liikkeille. Esimerkiksi vuonna 2019 ukrainalainen koomikko Volodymyr Zelenskiy valittiin maansa johtoon hänen esitettyään presidenttiä suositussa televisiosarjassa. Fiktiossa luodut mielikuvat poliittisesta johtajuudesta tarjosivat Zelenskiylle yhteyden äänestäjien toiveisiin siitä, millainen olisi hyvä presidentti.

Tässä artikkelissa käsittelen Donald J. Trumpia tapaustutkimuksena siitä, miten populismi on strategisesti valjastanut audiovisuaalista populaarikulttuuria käyttöönsä. Näen strategisuuden monitasoisena toimintana, josta metatasolla populaarikulttuuriset esiintymiset ja esitykset pyrkivät rakentamaan tavoiteltuja mielikuvia populismista ja populistisesta johtajuudesta. Tämän lisäksi tavoitteenani on tunnistaa niitä konkreettisia keinoja, joiden avulla Trumpin populaarikulttuurinen ja populistinen imago lomittuvat, ja niitä keinoja, joilla hänen kannattajansa ovat vahvistaneet tätä imagoa luomalla populaarikulttuurisia sisältöjä. Tarkastelen Trumpin tunnetuksi tehnyttä

televisiosarja *Diiliä* (*The Apprentice*, 2004–2017), jossa rakennettiin mielikuvia Trumpin johtajuudesta, ja Trumpien kannattajien sosiaaliseen mediaan tuotettamia *Trumpwave*-videoita, joissa vastaavasti ylistetään näitä johtajataitoja.¹

Donald Trumpin valitseminen analyysin kohteeksi on erityisen herkullista, onhan hänellä pidempi historia populaarikulttuurin henkilönä kuin poliitikkona. Lisäksi populistiset ja populaarikulttuuriset strategiat lomittuvat erityisellä tavalla yhdysvaltalaisessa kulttuurissa, joka on populaarikulttuurin läpäisemää ja jonka poliittiseen keskusteluun vaikuttavat vahvasti populaarikulttuurin sisällöt (ks. esim. Lichter et al. 2018). Yhdysvaltojen presidentti-instituutioon liittyvää politiikkaa ja populaarikulttuuria seurataan ahkerasti myös maan ulkopuolella, mukaan lukien Suomessa, mikä lisää teemojen kansainvälistä vaikuttavuutta.

Populismien ja populaarikulttuurin yhteen kietoutuminen

Kansantajuisesti populismi on poliittista toimintaa, joka hyödyntää kansan parissa suosittuja teemoja. Populaarikulttuuri taas viittaa helposti saavutettaviin kulttuurituotteisiin, jotka vetoavat suuriin kuluttajaryhmiin. Populismilla ja populaarikulttuurilla onkin yhteinen kantasana, *populus*, jolla latinan kielessä viitataan kansaan (*people*). Lähisukulaissanalla *popularis* puolestaan tarkoitetaan jotain kansalle kuuluvaa, suosittua ja yleistä. 1500-luvulla englannin kielessä sanaan alettiin liittää alhaisen ja halvan sivumerkityksiä. (Online Etymology Dictionary 2001–2020.) Sanan nykykäytössäkin populismi ja populaarikulttuuri kamppailevat positiivisten ja negatiivisten merkitysten ristipaineissa. Populaarikulttuuria on syytetty ”huonon maun” kaupallistajaksi (Ross 2014), ja populismia on käytetty haukkumasanana provosoivalle ja katteettomia lupauksia tarjoilevalle poliittiselle tyylille (Herkman 2019). Molempia määritellään suhteessa muihin, kuten korkeakulttuuriin, eliittiin tai muihin poliittisiin toimijoihin, mikä tekee niistä lähtökohtaisesti tyhjiä käsitteitä, jotka tulevat ymmärretyksi ainoastaan siinä kontekstissa, jossa niitä käytetään (ks. esim. Fiske 2010; Laclau 2005; Storey 2018).

Populismien tutkijat ovat soveltaneet käsitettä erilaisiin konteksteihin vaihdellen politiikan sisällöistä ja ideologioista poliittiseen tyyliin ja diskursseihin. Merkittävin lähestymistapa yhdistävä käsitepari on ollut ”kansan” ja ”eliitin”, eli ”meidän” ja ”heidän”, välinen vastakkainasettelu. Esimerkiksi ideologiakeskeisessä määritelmässä populistisissa liikkeissä jaetaan ihmisiä ”puhtaaseen kansaan” ja ”korruptoituneeseen eliittiin” (Mudde 2004, 543). Tämä tosin antaa olettaa, että populismien tavoitteena olisi kansan voimaannuttaminen, vaikka useimmiten kyse on vallan tavoittelun oikeuttamisesta. Diskursiiviset lähestymistavat ovat tarttuneet oikeuttamisen logiikkaan näkemällä populismien ennen kaikkea tyylinä tai performanssina. Tällöin huomio kiinnittyy siihen, miten populistisessa puheessa paitsi puhutellaan kansaa myös tuotetaan tämän kansan olemassaolo vastakohtana eliitille tai ulkopuolisille, kuten maahanmuuttajille (Laclau 1977, 143–198; Moffit & Tormey 2014). Vastaavasti Emilia Palonen (2020, 126) näkee, että diskursseja tutkimalla voidaan havaita, miten populismissa tuotetaan vastakkainasetteluja ”meidän” ja ”heidän” välille. Tässä lähestymistavassa huomio on kiinnittynyt erityisesti populististen poliitikkojen käyttämiin puhetapoihin.

Myös populaarikulttuuri luo omat yleisönsä sekä (ideologisen) sisällön että muodon tasolla ja tällä tavoin tekee jakoa kansankulttuurin ja (eliitin) korkeakulttuurin välille (Storey 2018, 1–11). John Fiske (2010) kutsuu tätä

1 Nostan yksityiskohtaisen analyysin kohteeksi neljä *Trumpwave*-videota, jotka edustavat viidestäkymmenestä YouTubeissa vuosina 2016–2020 julkaistusta videosta koostuvaa tutkimusaineistoa. Videot ovat ilmiön katsotuimpia videoita ja ne toisintavat tyypillisiä *Trumpwaven* piirteitä.

populaarikulttuurin paradoksiksi: kansansuosioon tukeutuvat ilmiöt näyttävät vastakulttuurisina altavastaaajina, mutta toimivat suosionsa kautta vallan välineinä, jotka määrittelevät osaltaan julkista keskustelua. Tästä huolimatta populaarikulttuurin kontekstissa voi olla haastavaa tunnistaa kohtia, joissa hyödynnetään populistisia ideologioita tai diskursseja, sillä populaarikulttuuriset poliittiset merkitykset lomittuvat yhteen tuotannollisten käytänteiden, teksteistä tehtyjen tulkintojen ja yleisöjen aktiivisen osallistumisen ja toiminnan kanssa. Moninaisuudesta huolimatta populaarikulttuurilla on kuitenkin nähty olevan pehmeää valtaa (*soft power*) (Nye 2004), jolla ihmisiä houkutteellaan jakamaan tai ainakin ymmärtämään tietty maailmankuva tai ajattelutapa.

Siinä missä populaarikulttuurin poliittisen vaikuttavuuden on ajateltu perustuvan tunteiden ja mielikuvien synnyttämiseen (Ang et al. 2015), myös politiikantutkimuksessa on viime vuosina tunnistettu tunteiden merkitys poliittisten ilmiöiden, kuten populismin, rakentumisessa (Demertzis 2019; Marcus 2000). Tältä pohjalta Camil Ungureanun ja Alexandra Popartanin (2020) mukaan populismia ei pitäisikään tutkia kategorisoiden joko ideologisena tai retorisenä toimintana, vaan nämä elementit yhdistyvät osaksi poliittisia kertomuksia, joissa poliittisia myyttejä luodaan synnyttämällä tunteita. Kertomuksellisuuden ja tunteiden korostuminen kietovat populaarikulttuurin ja populismin toimintatavat tiukasti toisiinsa. Kertomuksellisuus ja tunteiden hyödyntäminen näyttävätkin poliittisina ja viestinnällisinä strategioina, joiden avulla poliittiset liikkeet voivat hyödyntää populaarikulttuurista tuttuja rakenteita ja ilmaisuja. Erityisesti tämä korostuu tilanteissa, joissa populistista liikettä rakennetaan henkilöiden varaan, jotka ovat osa populaarikulttuurin kuvastoja, kuten Trump tai Zelenskiy, vaikkakin populaarikulttuurista näkyvyyttä on käytetty laajasti politiikassa.

Trump asettuikin osaksi pitkään laajentunutta trendiä, jossa poliitikot hyödyntävät populaarikulttuuria urallaan. Televisioviihteen ja nuorisokulttuurin kehittyminen mahdollistivat, että poliitikot ja erityisesti presidenttiehdokkaat pystyivät tavoittelemaan uudella tavalla erilaisia yleisöjä. Yhdysvalloissa populaarikulttuuriin osallistumisen käytänteitä alettiin luoda 1950- ja 1960-luvuilla, jolloin poliitikot tasapainoivat presidenttiviran arvokkuuden ja viihdeohjelmissa esiintymisen välisen ristiriidan kanssa. Kaikki eivät hyväksyneet näitä esiintymisiä, mutta esimerkiksi vuoden 1960 vaaleissa John F. Kennedy ja vuoden 1968 vaaleissa Richard Nixon hyödynsivät televisioesiintymisiä luodakseen itsestään lähestyttävän ja nuoria äänestäjiä houkuttelevan kuvan. (Brownell 2016, 927–931.)

1970-luvulla poliitikkojen ja populaarikulttuurin suhde vahvistui erityisesti komediaohjelma *Saturday Night Liven* (1975–, NBC) takia. Ohjelman sisältämät imitaatioihin pohjautuvat sketsit nousivat osaksi poliittista keskustelua, minkä vaikutusvallan Yhdysvaltain silloinen presidentti Gerald Ford julkisesti tunnusti avaamalla lähetyksen toimistostaan 17.4.1976 osana omaa uudelleen valintaan tähtäävää kampanjaansa. (Compton 2016, 65; Voth 2008, 238.)

1980-luvulla populaarikulttuurin ja poliittisen kampanjoinnin suhteen vei uudelle tasolle Ronald Reagan, jonka näyttelijätausta ja viihdemaailmasta hankitut esiintymistaidot auttoivat paitsi tunnettavuuden myös poliittisen esiintymisen vaikuttavuuden saroilla (Brownell 2016, 926). Reaganin vana-vedessä viihdekulttuuriin osallistumisesta tuli merkittävä tapa puhutella amerikkalaisia yleisöjä ja etenkin niitä äänestäjiä, jotka eivät aktiivisesti seuranneet politiikkaa, vaan hankkivat tietonsa ajankohtaisista aiheista lähinnä television viihdeohjelmista (Baum 2005, 213–234). Populaarikulttuurista rakentui poliitikoille väline luoda lähestyttävää kuvaa itsestään ja samalla

populaarikulttuurista tuli osa amerikkalaista presidentti-instituutiota. Tätä strategiaa esimerkiksi Barack Obama hyödynsi ahkerasti myös presidenttikautensa aikana ajaakseen läpi poliittisia tavoitteita, kuten terveysvakuutusuudistusta, mitä hän esitteli ahkerasti erilaisissa komedia- ja viihdeohjelmissa.

Vakiintunut suhde populaarikulttuurin ja presidentti-instituution välillä toimi myös Donald Trumpin eduksi. Trumpille näkyvyys populaarikulttuurissa on ollut osa hänen julkista imagoaan pitkän aikaa. Hän alkoi tehdä kameorooleja televisio-ohjelmissa vuonna 1985 ja elokuvissa vuonna 1989. Hän vieraili muun muassa tilannekomediassa *The Jeffersons* vuonna 1985, *Sinkkuelämää*-sarjassa vuonna 1999 ja elokuvassa *Wall Street: Money Never Sleeps* (2010). Häntä on nähty useissa WWE:n showpainijaksoissa 1980-luvun lopulta alkaen, ja hänen aggressiivisen uhoamisen retoriikkansa on nähty takautuvan tähän viihdemuotoon (Moon 2020). Lisäksi Trump on vierailut myöhäisillan komediaohjelmissa ja juontanut jopa kahdesti *Saturday Night Live*n vuosina 2004 ja 2015. Hänet on nähty myös lukuisissa mainoksissa, joista tunnetuimmat lienevät Pizza Hutin mainoskampanjat vuosina 1995, 2000 ja 2002.

Trumpin merkittävin rooli on kuitenkin ollut tositelevisio-ohjelmassa *Diili*. Mark Burnettin NBC:lle tuottamassa sarjassa hän toimi tuomarina kilpailijoille, jotka pyrkivät vakuuttamaan yleisön ja Trumpin omista kyvyistään yritysmaailmassa. Trump juonsi ohjelman ensimmäiset 14 kautta, mutta hän joutui jättämään sarjan presidenttiehdokkuuden myötä vuonna 2015. Vaikka Trumpin esiintyminen populaarikulttuurissa vähentyi presidenttikauden myötä, hän edelleen hyödyntää julkispersoonallisuuttaan osana poliittista imagoaan.

Monet Trumpin politiikassa hyödyntämistä mielikuvista ja strategioista ovat samoja, jotka hän huomasi toimiviksi jo *Diilin* kuvauksissa – tapa sisällyttää tavalliset ihmiset ja kansa (liike-elämän) tavoitteisiin retorisisella tasolla, maskuliinisuuden ja seksuaalisuuden korostaminen sekä muita vakuuttavina että heitä houkuttelevina tekijöinä, ja toiminnan miehen maine, joka lähes keinoja kaihtamatta puskee omat tavoitteensa lävitse. Tositelevisio-ohjelmassa mielikuva Trumpin johtajuudesta ei ollut suora heijastuma hänestä henkilönä, vaan se oli rakennettu tuotantoyhtiön puolelta käsikirjoituksella, roolittamisella, vuorosanoilla, leikkauksilla ja kuvien kehystämällä. Tästä huolimatta *Diili*-sarjassa luotu maine myös siivitti Trumpin valintaa presidentiksi vuonna 2016 (Gabriel et al. 2018). Seuraavassa analyysissä tuon esille, miten Trumpin *Diili*-esiintymisten pelillisuus, johtajuuskuva ja maskuliinisuuden korostaminen ovat hyödyttäneet hänen populistista politiikkaansa.

Pelillisuus kerronnallisena strategiana

Diili-ohjelmassa kyse oli ennen kaikkea kilpailusta. Donald Trump antoi kilpailijoille erilaisia tehtäviä ja neuvoja menestymiseen. Hän myös päätti, kuka joutuu jättämään kilpailun kesken ”you’re fired”-repliikillään. Vaikka Trump ei itse ollut kilpailijan roolissa, kilpailuhenkisyys ulottui koko ohjelman lävitse ja heijastui myös hänen poliittiseen uraansa. Trump osoittaa esimerkiksi kunnioitusta muille yritysmaailman toimijoille tiettyyn pisteeseen asti, mutta toteaa useaan otteeseen, ettei liiketoiminnassa ole kyse ystävydestä, vaan päätöksiä tulee tehdä ensisijaistamalla omat pyrkimyksensä.

Katja Kanzlerin ja Marina Scharlajin (2017, 318) mukaan Donald Trump muutti perinteitä, joilla yhdysvaltalainen politiikka on ottanut vaikutteita

populaarikulttuurin kertomuksellisuudesta. Aiempi, Elisabeth Ankerin (2014, 2–3) tunnistama strategia lainasi melodraamallisia piirteitä, joissa maskuliiniset sankarit pyrkivät parantamaan kansakunnan kärsimiä haavoja ja traumoja emotionaalisen kerronnan kautta. Kanzlerin ja Scharlajin mukaan Trump uudisti kerrontakaavaa omaksumalla tositelevisiön kilpailullisen pelimallin, jossa pönkitetään omaa asemaa mustamaalamalla muita. Pelillisyyden sisältämän vapauden takia voittamiseen tähtäävän kamppailun strategian ei tarvitse huolehtia peliliikkeiden todellisista seurauksista, sillä kukin peliliike arvioidaan vain omassa kontekstissaan. Lopputuloksena on yksittäisissä taisteluissa ja niissä käytössä olleilla keinoilla löydetty vahva johtaja, joka pystyy taidoillaan palauttamaan heikennetyn Yhdysvallat takaisin kilpailemaan muiden valtioiden kanssa. (Kanzler & Scharlaj 2017, 321–324.) Pelillisuus korostui muun muassa Trumpin suhtautumisessa vuoden 2020 äänestystuloksiin. Sen sijaan, että hän hyväksyi aiempien ehdokkaiden tapaan äänestystuloksen, hän ensin etsi vaihtoehtoisia reittejä vallan säilyttämiseen. Hänen toimintansa näyttäytyi peliliikkeinä, joissa kysymys on yksilöllisestä voittamisesta, ei yhdysvaltalaisen demokratian rakenteista. Pelillisuus ja yksilöllisyys korostavat myös johtajuuden merkitystä, mikä on keskeinen kerronnallinen teema *Diilissä*.

Johtajuus populistisena strategiana

Populismissa huomio kiinnitetään usein yksittäisiin johtajiin, joista rakennetaan symboleita paitsi poliittiselle liikkeelle myös kansakunnalle (ks. esim. Jansen 2011; Moffitt & Tormey 2014). Kurt Weylandin (2017, 8–15) mukaan speaktaakkelimainen ja identifioitumista kannustava populistinen johtajuus on merkittävä populistisen toiminnan strategia, jolla pyritään saavuttamaan ja ylläpitämään valtaa.

Speaktaakkelimaisuutta hyödynnettiin *Diilin* tavassa rakentaa mielikuvaa Trumpin johtajuudesta. Tyypillisesti tilanteet rakennettiin siten, että kilpailijat seisoivat odottamassa tehtäviään. Trump saapui ja poistui paikalta siten, että hän käveli ensimmäisenä ja hieman hänen takanaan saapuivat hänen avustajansa. Asetelma korosti yhtäältä sitä, että muut joutuvat odottamaan johtajaa, ei toisinpäin, mutta toisaalta sitä, miten hän johdattaa muita kulkemalla heidän edellään. Fyysisesti johtajuutta korostettiin myös jaksojen huipentumassa, potkujen jaossa. Päätöskeskustelut kuvattiin neuvotteluhuoneessa, jossa Trump istui pitkän pöydän toisella puolella ja kilpailijat häntä vastapäätä toisella puolella. Vastakkainasettelun hierarkkisuuutta korosti Trumpin iso, punanahkainen nojatuoli, kun kilpailijoilla oli pienet tavanomaiset tuolit. Tuolivalinnan koko ja laadukkaat materiaalit henkivät paitsi johtajuutta, myös menestystä ja merkittävyyttä.

Trump antaa jaksoissa liike-elämään, erityisesti johtajuuteen ja menestykseen, liittyviä neuvoja, joissa hän puhuu kameralle ja sitä kautta suoraan katsojalle. Omasta kokemuksesta nousevat insertit on tyypillisesti kuvattu hänen New Yorkin asunnossaan tai yksityisessä lentokoneessaan. Molempia tiloja värittävät kullatut kalusteet, jotka henkivät rahaa, mikä erityisesti amerikkalaisessa kontekstissa yhdistyy mielikuvaan menestyksestä. Mielikuvaa vahvistetaan Trumpin käyttämän ja myöhemmin politiikassa korostuneen puhutavan kautta. Hän kuvailee rakennusprojektejaan ilmaisuilla isoin, kaikkein merkittävin, paras ja tunnetuin. Trump rakentaa myös oletuksia kansasta tukeakseen imagoaan menestyjänä. Trumpin ilmaisut, kuten ”people love the name Trump”, eivät viittaa todellisten ihmisten mielipiteisiin. Sen sijaan



Kuva 1. Donald J. Trump *Diili*-ohjelmassa. Kuva: kuvakaappaus, NBC.

2 Trumpin menestystä liikemiehenä on julkisuudessa aktiivisesti haastettu (ks. esim. Cassidy 2019).

ne luovat mielikuvaa, että hänen menestyksellään olisi kaikupohjaa laajan yleisön parissa. Hänelle populistinen kansakunnan puhuttelu ei ole peräisin vain poliittisista tavoitteista, vaan käyttämällä puhetapaa, jossa oletettu kansa vahvasti kuvaa hänen menestyksestään, hän kyseenalaisti julkisuudessa käsitellyjä tietoja hänen useista konkurseistaan.² *Diilin* versio Trumpin johtajuudesta kertookin menestyneestä ja kansakuntaa puhuttelevasta miehestä.

Strateginen maskuliinisuus

Diili-sarjassa johtaminen, ja siten Trump, näyttäytyy maskuliinisenä. Maskuliinisuus on myös tyyppillinen elementti populististen miesjohtajien toimintastrategioissa ja heidän esiintymistavoissaan (Eksi & Wood 2019). *Diilissä* Trump esiintyy autoritaarisena johtajana, joka pitää lopullisen päätösvallan itsellään lausumalla sanat "you're fired". Hän visualisoi sanoja osoittamalla erotettua kilpailijaa sormellaan ja toisinaan hän vahvasti tätä revolverimaisella käsieleellä, jonka Trump on itse nimennyt "The Cobraksi" (Grymbaum & Parker 2016). Ohjelmassa Trump ei myöskään sietänyt epäonnistumisia ja piti liiallista selittelyä turhana. Hän osoittaa tämän katkaisemalla kilpailijoiden selityksiä, puhumalla heidän päälleen tai vain toteamalla, että vain tuloksilla on merkitystä. Sarjassa hänen esiintymistapansa on rakennettu suoraviivaiseksi, mikä korostaa toiminnan miehen kuvaa, joka keskittyy saamaan tuloksia aikaan ja odottaa samaa muilta.

Vallan tavoittelussa populististen johtajien maskuliiniseen käytökseen liittyy konservatiivisuutta ja heteronormatiivisuutta (Eksi & Wood 2019). Samoin Trumpin imagoa on luotu naisten avulla. *Diilissä* vieraili kauniita naisia, jotka tukivat mielikuvaa karismaattisesta ja seksuaalisesti kyvykkästä Trumpista. Trump omisti Miss Universe -organisaation, joka järjestää muun muassa kauneuskilpailut Miss USA ja Miss Teen USA, vuosina 1996–2015. Misseillä ja missiehdokkailla oli tapana esiintyä myös *Diilissä*. Ympäröimällä itsensä kauniilla naisilla Trump loi kuvaa paitsi taloudellisesti myös sosiaalisesti ja seksuaalisesti menestyvästä miehestä.

Samalla kun Trumpin asemaa nostettiin esineellistämällä naisia, feminiinisyys ja naiset asetettiin johtamisen, päätöksenteon ja yhteiskunnallisen toiminnan tukirooleihin. *Diili*, jossa naiskilpailijoilla oli kulttuurisesti vähemmän liikkumatilaa kuin miehillä, toistaa amerikkalaiselle kulttuurille tyypillisiä mielikuvia johtajuuden maskuliinisuudesta. Ohjelmaan osallistuneilta miehiltä sallittiin sekä maskuliiniseksi että feminiiniseksi tulkittujen puhetautojen käyttö, kuten sekä aggressiivista että sovittelevaa neuvottelutyylä tilanteesta riippuen. Sen sijaan naiskilpailijoiden suoritus miellettiin negatiivisesti, mikäli he käyttivät maskuliiniseksi miellettyjä johtamistyyliä, kuten autoritaarista ja aggressiivista puhetautoa. (Sung 2013.) Asetelma toisintaa populistisia käytänteitä, joita Tuija Saresma on nimittänyt sukupuolipopulismiksi (*gender populism*). Käsite kuvaa ilmiötä, jossa sukupuolten tasa-arvo voidaan hyväksyä siihen pisteeseen saakka, kun se ei uhkaa vaan pikemminkin palauttaa perinteiset sukupuolihierarkiat ja valtasuhteet. Tällöin sukupuoli nähdään vallan tavoin ”luonnollisena” hierarkkisena sosiaalisena järjestyksenä. (Saresma 2018, 181–192.) Kuvio toistui vuoden 2016 presidentinvaalien kohdalla, jossa Trump pystyi liikkumaan poliittisella kentällä painottaen maskuliiniseksi tulkittua puhetyyliä ja miehiseksi koettuja aiheita, kuten politiikkaa, taloutta ja turvallisuuskysymyksiä. Sen sijaan vastaehdokas Hillary Clinton joutui tasapainoilemaan maskuliinisten aiheiden ja tyylin ihanteiden ja naispoliitikoilta oletettujen feminiiniseksi miellettyjen aiheiden ja esiintymistapojen suhteen, kuten perheasioiden ja hymyilemisen merkitysten kanssa. (Lee & Lim 2016; Powell et al. 2018.)

Diilin avustuksella Trumpin on ollut mahdollista luoda itsestään kuva maskuliinisena johtajana. Mielikuva istuu populistiseen kontekstiin, jossa johtajat usein esittävät itsensä karismaattisina, viriileinä ja dominoivina toiminnan miehinä (Mudde & Kaltwasser 2017), ja jossa johtajat näyttävät vahvoina ja suojelevina kansakunnan ”isinä” (Eksi & Wood 2019; Norocel 2013). Tällöin populistiseen johtajuuteen yhdistetään oletus kansaa hyödyttävästä maskuliinisuudesta.³ Mielikuva Trumpin johtajuudesta sisältää kuitenkin sukupuolen lisäksi muun muassa rotuun liittyviä oletuksia. Kyle Kusz toteaa, että Trumpin presidenttikampanjassa vaikutti *Diilin* luoma kuva valkoisesta miljonäärimestarista, joka toimi ylivermaisena ”mestarina” moniroituiselle naisten ja miesten ryhmälle. Mielikuva vahvisti ja kenties jopa popularisoi ideologiaa, jonka mukaan valkoiset miehet toimivat luontaisina johtajina. (Kusz 2020, 288.) Monelle äänestäjille tulkinta Trumpista sekä maskuliinisena että valkoisena johtajana rakentui populaarikulttuurin luomalle pohjalle. Seuraavaksi siirryn käsittelemään, miten Trumpin äänestäjien populaarikulttuurisessa toiminnassa korostuu intersektionaaliin sosiaaliin hierarkioihin, ”meidän” ja ”heidän” määrittelyyn, liittyvät strategiat.

Mobilisointi ja omaehtoinen populaarikulttuurin tuottaminen

Populismissa suosittu puhe ”kansasta” rakentaa ymmärrystä ”meistä” (Moffitt & Tormey 2014), mikä yhdistyy siihen, miten populistiset liikkeet pyrkivät äänestäjiin vaikuttamisen lisäksi mobilisoimaan heidät osaksi kansanliikettä (Jansen 2011). ”Kansan” puhuttelua ja sen mobilisointia ovat edesauttaneet digitaalinen media ja osallistava kulttuuri (*participatory culture*), jossa kuluttajuuden ohella korostuu omaehtoinen sisällöntuottaminen. Trumpista on rakennettu sankaria muun muassa meemeissä ja sosiaalisen median videoissa, joissa hänen persoonallisuuttaan ja erityisesti maskuliinisuuttaan on ideali-

3 Myös naispopulistijohtajat, kuten Marine Le Pen, ovat hyödyntäneet vastaavaa strategiaa, jossa he yhdistävät maskuliinisia johtajuuden piirteitä äidillisen hoivan ja suojelun tunteeseen (Geva 2020).

soitu (Butter 2019; Lamerichs et al. 2018). Trumpin kannattajaryhmät ovatkin luoneet omia populaarikulttuurin muotoja ja kanavia.

Näistä lähtökohdista ponnistaa *Trumpwave*, jolla viitataan Trumpia ylis-
täviin musiikillisiin ja meemimäisiin videoihin, joita hänen kannattajansa
tuottavat ja jakavat sosiaalisessa mediassa. Ilmiö pohjautuu internetissä synty-
neeseen *vaporwave*-trendiin. Laura Glitsosin mukaan *vaporwave* on elektronista
musiikkia, jossa yhdistetään vaikutelmia taustamusiikista, kuten ”muzakista”,
hissimusiikista ja new agesta, ja jonka lopputulos soveltuisi erityisesti
hylättyjen ostoskeskusten tunnelmaan. Musiikin lisäksi *vaporwave* hyödyntää
populaarikulttuurin visuaalisia elementtejä, joihin se viittaa melkein pä meemimäisesti.
(Glitsos 2017, 100.) Tältä pohjalta Trumpin kannattajat, erityisesti
äärioikeistolaiset konservatiivisia sukupuoliarvoja ja valkoista nationalismia
peräänkuuluttavat alt-right-ryhmät, ovat rakentaneet omat populaarikult-
tuurin versionsa, jotka yhdistävät populaarikulttuuriin poliittisesti ideolo-
gisia merkityksiä. *Fashwave* (yhdistelmä sanoista *fascist* ja *synthwave*) ihanoi
natsikuvastoa ja -ideologiaa, kun taas rinnakkaisilmiö *Trumpwave* keskittyy
ihannoimaan Donald Trumpia nostalgisessa 1980-luvun retrotyylissä (McLeod
2018, 135). Alt-right-järjestöä edustava Andrew Anglin kutsuu *fashwaven* ja
Trumpwaven elektronista musiikkia erinomaiseksi populaarimusiikin muo-
doksi valkoisen ylivallan kannattajille, sillä se ei kanna mukanaan esimerkiksi
afrikkalaisiin rytmeihin pohjautuvia kulttuurisia merkityksiä (Spearman
2020).⁴ *Trumpwave*-videoissa elektroniseen musiikkiin yhdistetään Trumpin
puheista editoituja pätkiä, häntä tukevia puheita, ajankohtaista kuvastoa,
kuten kuvia kampanjointitilaisuuksista, mielenosoituksista ja kulkueista, ja
populaarikulttuurista tuttuja elementtejä, kuten mainoksia, peli-, elokuva- ja
televisiokuvastoa.

Trumpwave-videot pyrkivät vahvistamaan Trumpin populaarikulttuurista
imagoa, kuten pelillisyyden strategiaa. Esimerkiksi *The Donald* (MikeyNL1038
2017) ja *Keep America Great Again* (Dreak Ilk 2020) korostavat pelillisyyttä.
Jälkimmäinen hyödyntää tässä urheiluviittauksia, muun muassa Trumpin
voittoisaa taistelukohtausta *WrestleMania 23:sta* (2007). Ensimmäisessä nousee
isoon rooliin vuoden 1989 televisiomainos Donald Trumpin lautapelistä, joka
on pilkottu osiksi videon mittaan. Kohtauksissa (”Heard about Trump’s new
deal? What? Trump has a new game”) kuvataan Trumpin liikemiehen taitoja,
rikkauksia ja kykyä solmia sopimuksia. Sekä *The Donaldin* että *Keep America
Great Againin* avulla Trump kehystetään voittajaksi, joka on todistanut johtajan
kykynsä aggressiivisesti.

Videoilla on tuettu Trumpin poliittista kampanjointia. *Keep America Great*
-video tukee Trumpin poliittista retoriikkaa populaarikulttuurisin keinoin.⁵
Alkukuva on lainattu elämäkertaelokuvan *Patton* (1970) ikonisesta avausmo-
nologista, jossa panssarikenraali George S. Patton kohottaa amerikkalaisten
joukkojen moraalia ja taistelutahtoa toisen maailmansodan riehussa. Video
esittää Trumpin altavastajana, joksi hän on joutunut poliittisen pelin seur-
auksena, mutta inspiroivalla puheella itseensä uskomisesta motivoidaan
Trumpin äänestäjiä.

Pääasiallisena puheosuutena toimii Rudy Giulianin *Fox & Friends* -ohjelmas-
sa (24.1.2020) ollut vuodatus, jossa hän salaliittoteoriamaisesti syyttää Trumpin
vuoden 2020 vastaehdokasta Joe Bidenia salaliitosta Venäjän kanssa. Videon
visuaalisuudella puhe kehystetään voitoksi paitsi Bidenista myös niistä epä-
ilyistä, joita julkisuudessa on esitetty Trumpin Venäjä-suhteista. Voitokkuutta
edustavat muun muassa Jimmy-pojan videopelikelipailun voitto elokuvassa
The Wizard (1989), Al Bundy keilaustuuletus tilannekomediassa *Pulmuset*

4 Esimerkiksi rap- ja hip hop -musiikkigenreissä on käytetty ahkerasti viittauksia Donald Trumpiin. 1980-luvulla Trump edusti viittauksissa rikkaiden ihanteita, mutta sävy on muuttunut kriittiseksi sitä mukaa, kun Trump profiloitui valkoisen kulttuurin edustajaksi (Morgan 2017).

5 Uudelleenvalintakampanjoinnin osana videon nimi viittaa Trumpin vuoden 2016 vaaleissa käyttämään iskulauseeseen ”Make America Great Again”.

(*Married... with Children*, 1987–1997) ja 1980-luvulla voitokkaan uransa tehneen amerikkalaisen koripallolegendan Larry Johnsonin tuuletukset. Mukana on myös rikossarja *Miami Vicen* (1984–1990) kuvastoa, erityisesti nopeita autoja ja uimapukuisia naisia. *Miami Vicen* kuvasto mahdollistaa viittaukset peite-tehtäviin, jossa paljastetaan salattuja asioita. Kuvaston ja Giulianin puheen avulla Trump kehystetään voittajaksi tilanteessa, jossa hän nousee oletetusta väärin syytetyn asemasta kansakunnan sankariksi. Video loppuukin sanoihin ”remember our heroes”. Populaarikulttuurin ja urheilumaailman sankareiden nostalgisen muistelun avulla Trump kuvataan vastaavanlaisia tunteita ja identifikaatioita herättävänä kansan sankarina. Tällä tavoin Trumpia ihailevat sosiaalisen median videot asettuvat jatkamaan populaarikulttuurista kuvastoa, jota Trump on aktiivisesti hyödyntänyt osana poliittista uraansa.

Sosiaalinen hierarkisuus strategiana

Trumpwave-videot toisintavat oikeistopopulismien tavoitteita ylläpitää ja palauttaa sosiaalisia hierarkioita, jotka perustuvat Trumpin ja hänen kannattajiensa ihanteisiin siitä, millainen on ”amerikkalainen” kansakunta. Sekä populismien ”me” vastaan ”muut” -ajattelu (Vainikkala 2020) että populaarikulttuurin käytänteet linkittyvätkin aina valtakysymyksiin ja yhteiskunnallisiin hierarkioihin (Fiske 2010), kuten intersektionaalisiin kysymyksiin identiteettipolitiikasta. Intersektionaalisuuden käsitteellä tehdään näkyväksi sosiaalisen elämän kerroksisuutta (Rossi 2015), jossa yksilön yhteiskunnallinen asema ja identiteetti muotoutuvat moninaisten syrjinnän ja etuoikeuksien verkostoissa, joihin vaikuttavat muun muassa sukupuoli, seksuaalisuus, rotu, etnisyys, luokka, uskonto, terveys ja fyysinen ulkonäkö.

Yhden näkökulman Trumpin oikeistopopulistiseen ”me”-joukkoon avaa hänen äänestäjensä profiilit. Vuoden 2016 vaaleissa Trumpia äänestivät puolueuskollisten lisäksi erityisesti valkoiset äänestäjät, joille rotu ja etnisyys olivat korostuneesti osa identiteettiä ja identiteettipolitiikkaa (Major et al. 2018; Setzler & Yanus 2018). Vaikka suurin osa Trumpin äänestäjistä oli miehiä, häntä äänestivät myös monet valkoiset naiset, joiden arvoissa korostuivat rodun lisäksi perinteisten sukupuoliroolien ja -hierarkioiden merkitys (Setzler & Yanus 2018). Samoin evankeliskristillisuus nousi esiin yhtenä piirteenä. Kristin Kobes Du Mezin (2020) mukaan Donald Trump toimi valkoisille ja arvokonservatiivisille äänestäjille suojelusta ja valtaa lupaavana heteronormatiivisena patriarkaattisena jatkumona evankeliskristillisyydessä ihannoiduille populaarikulttuurin hahmoille, kuten Ronald Reaganille, Mel Gibsonille ja John Wayneille. Tästä näkökulmasta ”meidän” yhteiskunnallisia hierarkioita määrittäisivät erityisesti valkoisuus, heteronormatiivisuus, maskuliinisuus ja perinteiset sukupuoliroolit.

Nämä hierarkiat ovat nähtävissä *Trumpwave*-videoissa. *The Donald* -videon musiikkiraitana toimii kreikkalaisen musiikkituottajan iamMANOLISin 1980-luvun elektromusiikkivaikutteinen synthwave-kappale ”My Future Girlfriend” (MikeyNL1038 2017). Visuaalisesti videoon on haettu materiaalia kahdelta suunnalta: se on yhtäältä kollaasi Trumpin esiintymisistä elokuvissa ja televisiossa, ja toisaalta se on kollaasi 1980-lukulaisista seksuaalissävytteisistä mainoskuvaston naisista. Video korostaa Trumpin erinomaisuutta ja tätä kautta rakennetaan ymmärrystä siitä, millainen johtajuus ja amerikkalaisuus on ihannoitavaa.

Ensinnäkin videossa kuvataan Trumpin ylivertaista suhdetta muihin miehiin. *Bel Airin Prinsssistä* (*The Fresh Prince of Bel Air*, 1990–1996) käytetään kohtausta, jossa Carlton, yksi tilannekomedian mustista päähahmoista, pyöryty ihastuksesta Trumpin kävellessä sisään ovesta. *The Job* -tilannekomediassa (2001–2002) ravintolaomistaja Trump kävelee tervehtimään asiakkaitaan. Hän kysyy Mikelta tämän seuralaisesta Elizabethista: ”Are you banging her?” Mike ei saa järkytykseltään sanottua mitään, joten Trump kumartuu suutelemaan Elizabethia. *Yksin kotona* elokuvan jatko-osassa (*Home Alone 2: Lost in New York*, 1992) Trump antaa suuntaneuvoja Kevin-pojalle. WWEn *WrestleManiasta* (2007) lainatussa kohtauksessa Trump kamppailee voitokkaasti showpainikilpailijan kanssa. Näissä kohtauksissa korostetaan, miten muut miehet, mukaan lukien mustat miehet, katsovat – joko ihailusta tai pakon sanelemana – Trumpia ylöspäin. Usein tämä toteutetaan myös fyysisesti: Carlton on lyhyt, Mike on istuallaan Trumpin seisoessa ja Kevin lapsena joutuu kallistamaan päätään puhuessaan Trumpille. Trumpin vaikuttavuutta luodaan hänen aktiivisen ja voitokkaan toimintansa kautta, kun hän ottaa itselleen oikeuden suudella toisen miehen seurassa olevaa naista tai hyökätä ammattipainijan kimppuun.

Sosiaalisia hierarkioita rakennetaan myös suhteessa naisiin. Seksualisoitu kuvasto korostaa naisia tanssimassa tai katsomassa viettelevästi kameraan. Kuvasto on kohdentunut takapuoleen, rintoihin ja suuhun. Viettelevät ilmeet leikataan yhteen Trumpin kuvaston kanssa siten, että naiset vaikuttavat viehättyvän seksuaalisesti Trumpista. Heteroseksuaalisuutta ihannoivaa tyyliä korostetaan leikkaamalla mukaan Trumpin kommentteja, kuten ”you know, you are really beautiful”. *The Donald* -videossa Trumpin miehisyyden tunnistavat seksuaalisesti halukkaat ja tarjolla olevat kauniit naiset, ja hänen dominoivan asemansa tunnustavat myös muut miehet.



Kuva 2. Esimerkki *Trumpwave*-videoiden retrotyylistä ja Trumpin maskuliinisesta ylivertaisuudesta, jota edustaa kohtaaminen *The Job* -tilannekomediasta. Kuva: ruutu-kaappaus *The Donald* -videosta, MikeyNL1038, YouTube.com, 2017.



Kuva 3. Esimerkki *Trumpwave*-videoiden seksualisoidusta naiskuvastosta. Kuva: ruutukaappaus *The Donald* -videosta, MikeyNL1038, YouTube.com, 2017.

Oikeistopopulismissa sosiaalisia hierarkioita onkin rakennettu erilaisilla eronteoilla, kuten sukupuolen suhteen maskuliinisuuden korostamisella, seksuaalisuuden suhteen heteroseksuaalisilla arvoilla, rotukysymyksissä valkoisuuden ensisijaistamisella ja luokkaerotteluissa eliittiä vastaan asettumalla (Norocel et al. 2020). Samoin *The Donald* -videossa on huomattavaa sen hyvin valkoinen maailma. Seksualisoidussa kuvastossa on ainoastaan valkoisia naisia, ja muutaman videolla esiintyvän tummaihoisen rooli rajoittuu joko Trumpin ihannoimiseen tai hänen sanomansa esille tuomisen mahdollistamiseen. Mukana on muun muassa kohtaus Trumpin vierailusta *Oprah Show*ssa (1988), jossa Trump pohtii presidenttikilpaan ryhtymistä. Kokonaisuutena *Trumpwave*-videot ihannoivat amerikkalaisuutta, jossa korostuvat valkoisuus, heteronormatiivisuus ja patriarkaaliset sukupuoliroolit.

Nostalgisuus ja populismi

Voimakkaista tunteellisista reaktioista muuttuviin sukupuolikäsityksiin on tullut yksi populistisen politiikan strategia, jolla puhutellaan patriarkaalisia sukupuolipuolirooleja arvostavia ihmisiä (Eksi & Wood 2019; Norocel et al. 2020; Saresma 2017). Trumpin löyhästi järjestyneitä ja moninaisia kannattajakuntia yhdistää usein halu palauttaa perinteisenä nähty valkoinen maskuliininen roolimalli ja yhteiskunnallinen status ajassa, jossa on enenevästi vaadittu sukupuoleen ja rotuun liittyvien tasa-arvokysymysten huomiointia (Kimmel 2017; Roose 2019). Omalta osaltaan *Trumpwaven* 1980-luvun populaarikulttuurin kuvasto vahvistaa affektiivista kokemusta ihannoidusta menneestä. *Trumpwave* toimiikin, esikuvansa *vaporwaven* tapaan, kollektiivisen populaarin

muistin ja henkilökohtaisen luomisen yhtymäkohdassa, jossa audiovisuaalisten kollaasien kautta synnytetään muistamisen ja nostalgian prosesseja (Glitsos 2017; Trainer 2016, 409). *Trumpwavessa* nostalgiaisuus asettuu osaksi populistista ideologiaa ja sen kerronnallisia strategioita.

Trumpwaven suosituin⁶ YouTube-palvelussa julkaistu video *Make America Great Again* toistaa Trumpin nostalgisuutta henkivää iskulausetta (AngloSaxophone 2016). Videossa on nähtävissä samat seikat, joita Saresma (2017, 163) on nostanut esille MRA-blogeista (*Men's rights activists*): video esittää sukupuolittunutta, seksualisoitua, luokkaan sidottua ja rodullista sosiaalista todellisuutta, sillä on nostalginen suhde sukupuolen ja rodun hierarkioihin ja se toimii kaipuun sävyttämänä affektiivisena tilana omalle yhteisölleen.

Video alkaa Trumpin julistuksella, että hän ryhtyy presidenttiehdokkaaksi, koska maa tarvitsee johtajaa. Tähän leikataan kuvia aiemmista presidenteistä ja viimeimpänä kuva viipyilee Ronald Reaganin kasvoissa. Reagan edustaa monella tapaa Trumpin kannattajien nostalgista suhtautumista 1980-lukuun sekä maskuliiniseen johtajuuteen. Tälle vastakohtana video esittelee maata kohtaavia ongelmia, kuten typerät johtajat (kuva pysähtyy Barack Obamaan). Amerikkalaisen työn ja unelman nähdään kariutuneen laittoman maahanmuuton takia. Tässä yhteydessä painottuu 1980-luvun maanviljelyskuvasto, mikä yhdistää tematiikan Trumpin valkoiseen (ja maaseudulla asuvaan) kannattajakuntaan. Samalla Trumpin ääni toteaa, että amerikkalainen unelma on kuollut, ja ratkaisuksi hän ilmoittaa voivansa tuoda sen takaisin isompana, parempana ja vahvempana kuin koskaan aiemmin.

Videon toisessa vaiheessa siirrytään symbolisesti toteuttamaan tätä lupusta. Musiikin päällä vuorottelevat Trumpin sanat "we will make America great again" ja hänen äänestäjiään edustava rytmikäs "we want more" kannustus. Visuaalisesti osiota tuetaan tunnetuilla amerikkalaisilla symboleilla, kuten Vapaudenpatsaalla (vapaus arvona),⁷ Mount Rushmorella (Trumpin vertaaminen kansakunnan perustajaisiin George Washingtoniin ja Thomas Jeffersoniin sekä erityisesti Theodore Rooseveltiin, jota on pidetty amerikkalaisen miehisyyden mielikuvan luoja, ks. esim. Roos 2018), Made in the USA -tunnuksilla ja teollisuustuotannon kuvilla (kotimaisen teollisuustyön ja työpaikkojen arvostaminen), asevoimien kuvastolla (valtion vahvuus muihin verrattuna) ja urheilukuvastolla (valtion voitokkuus muihin verrattuna). Vahvasti symbolisten visualisointien jälkeen mukaan otetaan populaarikulttuuriset tuotteet. Kuvastoon nousevat nopeat autot, tietokonepelikuvastoa, Bart Simpson, vaaleat kauniit naiset Miss USA -kilpailuista, Michael Jacksonin *Thriller*-musiikkivideo ja jopa pätkä Bill Clintonista soittamassa saksofonia *The Arsenio Hall* -showssa vuonna 1992.

Sekä symbolinen että populaarikulttuurinen kuvasto vahvistavat nostalgista tunnelmaa, mihin myös valittu 1980-lukulainen musiikki *Trumpwave*-videoissa tähtää. Faye Woodsin mukaan musiikki toimii merkittävänä nostalgian lähteenä esimerkiksi televisio-ohjelmissa, jossa se synnyttää tunteellisen yhteyden johonkin tiettyyn aikaan. Hänen mukaansa kyse ei ole kuitenkaan vain siitä, mikä on mennyttä tai menetettyä, vaan myös tapa tuoda nämä tunteelliset kokemukset osaksi nykykulttuuria ja sen tapaa luoda uusia merkityksiä. (Woods 2008, 27–32.) *Make America Great Again* -video kuvastaakin Trumpin kampanjaan liittyvää nostalgista houkutusta palata aikaan, jossa ihannoitiin valkoisen miehen yhteiskunnallista statusta ja jossa vahvat konservatiiviset miehet, kuten Ronald Reagan, johtivat maata ja jossa muut maat tunnistivat Yhdysvallat (läntisen) maailman johtajana. Donald Trump esitetään tässä videossa ratkaisuna palauttamaan nykytilanne entiselleen. Videon viimeisessä

6 Videolla on 1 053 099 katselukertaa 25.11.2020 mennessä, kun keskimäärin nämä videot saavat parikymmentätuhatta katselukertaa.

7 Vapaudenpatsaan käyttö vapauden symbolina näyttäyty ironisena, sillä ranskalaista alkuperää olevalla patsaalla juhlistettiin orjuuden lakkauttamista. Patsas symboloi myös maahanmuuttoa. Tässä videossa sillä ei niinkään tueta nykyistä maahanmuuttoa, vaan se edustaa amerikkalaista vapautta erityisesti eurooppalaisten siirtolaisten jälkeläisille.

jaksossa tämän viestin merkittävyttä koko kansalle korostetaan kuvilla eri puolilta Yhdysvaltoja – villihevosia, peltoja, vuoria, rantoja ja kaupunkia.

Make America Great Again -videolle jatkeena toimiva *Keep America Great* vahvistaa samalla tavalla maskuliinisuuden ihannoitua nostalgisella retromusiikilla ja 1980-luvun populaarikulttuurin kuvastolla, joissa Trump nähdään osana maskuliinisten johtajien perinnettä. Video korostaa sukupuolihierarkioita, sillä siinä miehet esitetään onnistuvina voittajina ja vähäpukeiset naiset palkintoina ja miesten viriiliyden vahvistajina. Kerronta luo tunteellista sitoutumista aiheeseen, sillä sukupuoliasetelma vaikuttaa paitsi kaipaavalta myös tavoitteelliselta. Linda Hutcheonin (1998) mukaan menneisyyttä ihannoiva nostalgisuus tulisikin ymmärtää osana sosiaalisia ja poliittisia kriisejä, joissa paluu turvallisemmaksi koettuun menneisyyteen tuntuu houkuttelevalta, riippumatta siitä, että ihannoitu menneisyyden hetki perustuu mielikuviin, eikä todelliseen historialliseen hetkeen. Trumpin maskuliinisuutta korostava johtajuus tarjoaakin nostalgiseksi koettuja sukupuoliasenteita ratkaisuksi uhkaavalta tuntuviin muuttuviin yhteiskunnallisiin arvostuksiin.

Vulgaarius strategiana

Intersektionaaliin kysymyksiin sisältyvät myös luokkaan kiinnittyvät merkitykset, jotka populistisessa puheessa tyypillisesti kiteytyvät ”kansan” ja ”eliitin” vastakkainasettelussa. Trumpin taloudellinen asema voisi asettaa hänet yhtä lailla osaksi eliittiä, mutta hänen perinteistä poikkeava poliittinen uransa on mahdollistanut ulkopuolisen statuksen, jolloin hänestä tulee yksi ”meistä” (Eksi & Wood 2019). Tulkintaa tukee Trumpin vulgaari, eli kansanomaisen ja jopa karkea, kielenkäyttö, joka yhdistyy pikemminkin populaarikulttuuriseen kontekstiin, ei poliittiseen puheeseen (Kanzler & Scharlaj 2017, 317). Tämä mahdollistaa sen, että Trumpin kannattajat voivat yhtä aikaa idealisoida varallisuudella pröystäilyä ja kokea Trumpin edustavan ”tavallista kansaa”.

Presidenttikampanjan myötä julkiseen keskusteluun nousivat Trumpin arveluttavat kommentit ja käytös muun muassa naisia kohtaan. Tunnetuin tapaus on *The Washington Postin* julkaisema video, jossa Trump kommentoi voitonsa julkisuuden henkilönä tehdä mitä vaan naisille (”you can do anything... Grab ’em by the pussy”) (Fahrenheit 2016). Syytökset seksuaalisesta ahdistelusta ja valta-aseman väärinkäytöstä eivät vaikeuttaneet presidenttikampanjaa, vaan joidenkin äänestäjien kohdalla kenties jopa edesauttoivat valintaa. Ryan ja Meredith Neville-Shepard (2020) nostavat esille, että maskuliinisen ja voimakkaan seksuaalisen imagonsa takia Trump hyötyy seksistisestä maineesta, koska se tukee mielikuvaa aidosta, dominoivasta ja auktoriteettia omaavasta miehestä, joka uskaltaa rikkoa (hyvän käytöksen) rajoja. Tällainen toiminta vahvistaa konservatiivisia arvoja, joissa kyse ei ole vain miesten yhteiskunnallisen aseman pönkittämisestä, vaan yhtä lailla siinä asetetaan naiset omalle paikalleen konservatiiviseen sosiaalisen hierarkiaan.

Trumpwave-video *Rosie, You’re Fired* (Moskalus 2016) kiteyttää vulgaariuden kautta tapahtuvaa sosiaalisten hierarkioiden vahvistamista. Temaattisesti video keskittyy parhaamaan Donald Trumpin arkkivihollista, Rosie O’Donnellia. Näyttelijä O’Donnellin ja Trumpin välinen kiista takautuu vuoteen 2006, jolloin O’Donnell kritisoi *The View* -ohjelmassa Trumpin päätöstä olla erottamatta Miss USA Tara Conneria tämän päihteiden käytön takia. Kritiikissään O’Donnell maalasi Trumpista kuvan limaisena ja moraalittomana miehenä.

Trumpin miehisyyteen kohdistuva kritiikki innoitti Trumpin vuosia kestäneeseen vihanpitoon, jota hänen kannattajansa ovat ylläpitäneet.

Videota varten on tuotettu oma elektroninen musiikkiraitansa, ja visuaalisesti synteettiseen kuvastoon on yhdistetty afrikkalaisamerikkalaisia tanssijoita, joiden liikkeitä on hidastettu, nopeutettu, sulatettu yhteen rytmiin sopivaksi. Musiikin päälle on lisätty kokoelma Trumpin lausumia loukkauksia O'Donnellista. Videon aloittaa Trumpin kommentti: "If I were running *The View*, I would fire her. I mean, I'd look her right in that fat, ugly face of hers, and I'd say Rosie, you're fired." Seuraavaksi mukaan on leikattu Trumpin kommentti, jossa hän haukkuu Rosieta sekä ulkoisesti että sisäisesti epäviehättäväksi henkilöksi. Kokonaisuuden huipentaa Trumpin uhkaus, että Rosien pitäisi olla onnellinen siitä, että tällä on tyttöystävä, koska Trump voi tulla ja varastaa hänet itselleen. Kokoelma toistetaan kappaleen aikaan kolmesti, ja sen lisäksi kokonaisuutta rytmitetään toistuvalla "olet erotettu"-ilmaisulla. Lausahdus hyödyntää tehokkaasti populaarikulttuurisia viittauksia, koska ilmaisusta kehittyi tunnistettava piirre paitsi *Diili*-ohjelmalle myös Trumpin maskuliiniselle johtajuudelle. Samalla se pyrkii mitätöimään Rosie O'Donnellin mahdollisuuden haastaa Trumpin miehisyyttä.

Vulgaari ilmaisu on osa populaarikulttuurin vastakulttuurisuutta, mutta myös osa työväenluokkaista kulttuuria, jossa vulgaarius vastustaa vallitsevaa (eliitin) moraalista järjestystä (Skeggs 2005). Sama strategia on ollut toimiva oikeistopopulismille, joka on raivannut tilaa työnväenluokkaiselle ja rosoiselle poliittiselle toiminnalle. Tällä tavoin on korostettu käsitystä "kansasta", jota ohjaa eronteko jäykkään ja aristokraattisesti esitettyyn poliittiseen "eliittiin". (Kovala & Pöysä 2018.) Vulgaarisuutta osana Trumpin populistista strategiaa ylläpidettiin vuoden 2020 vaaleissa erityisesti hänen kannattajiensa toimesta.⁸ Korostamalla ja luomalla erilaisia sosiaalisia hierarkioita Trumpin kannattajat ovat vahvistaneet hänen populaarikulttuurista imagoaan ja tukeneet populaarikulttuurin keinoin Trumpin populistisia teemoja.

Lopuksi

Mielikuva Trumpista populistisena johtajana pohjautuu merkittävillä tavoilla niihin kertomuksiin, joita *Diili* ja muut populaarikulttuurin tuotteet ovat hänestä luoneet. *Diilissä* Trump näyttäytyi voitokkaana, menestyvänä ja maskuliinisena johtajana. Trumpin kannattajat ovat vahvistaneet ja tukeneet tätä kuvaa omaehtoisessa populaarikulttuurissaan, kuten *Trumpwave*-videoissa, joissa Trumpin ihannoimisen ohella rakennetaan nostalgista ymmärrystä "kansasta". Videot toimivat osana populistista kerrontamallia, jossa pyritään palauttamaan rotuun, luokkaan ja sukupuoleen liittyviä sosiaalisia hierarkioita, kuten valkoisuuden, heteroseksuaalisuuden ja patriarkaalisten sukupuoliroolien valta-asemaa.

Sekä Trumpin omat populaarikulttuuriset esiintymiset, että hänestä tehdyt esitykset osoittavat populismin ja populaarikulttuurin monitasoista suhdetta. Ensinnäkin ne osoittavat, miten populaarikulttuuria voidaan hyödyntää poliittisen imagon luomiseen osana populistista toimintaa. Toiseksi ne tuovat esille erityisesti populaarikulttuuriin liittyviä strategioita, joita ovat kertomuksellisuus, tunteiden merkitys ja osallistuva mediakulttuuri. Kertomuksellisuudella rakennetaan tarinoita, jotka ovat helposti lähestyttävissä ja tunnistettavia, kuten tositelevisiomainen pelillisuus osana politiikkaa. Kertomuksiin liittyy myös tunteellisten ja affektiivisten mielikuvien luonti esimerkiksi nostalgisuuden ja

8 Videoiden lisäksi muun muassa Trumpin kannattajaksi julistautunut rockmuusikko Kid Rock tuotti t-paitasarjan, jota syytettiin mauttomaksi tekstien "God Guns and Trump" takia. Trumpin kannattajakunnassa paidat herättivät intoa, ja esimerkiksi Amazonin tuoteosteluissa tekstit nähtiin osana Trumpin luonnetta: "A shoot from the hip, tells it like it is" (Amazon.com). T-paidat korostavat paitsi kannattajakunnan "me"-ajattelua myös sitä, että *Trumpwave*-videot eivät suinkaan ole ainoita populaarikulttuurin tuotteita, joilla on osallistuttu Trumpin populistisen johtajuuden rakentamiseen.

kansanomaisuuden avulla. Tällä tavalla katsojia kutsutaan kokemaan asioita populistisesta näkökulmasta ja vedotaan äänestäjiin ”tavallisten ihmisten” tasolla. Osallistuva mediakulttuuri mahdollistaa ”kansan” mobilisoinnin, jossa koettuja tarinoita uudelleen tuotetaan, muokataan ja jaetaan omaehtoisten viestien ja yhteisöllisyyden kautta. Kertomuksellisuuden, tunteiden ja osallistavuuden sisältä voidaan (ainakin Trumpin tapauksessa) tunnistaa samoja strategioita, joita populismissa on laajasti hyödynnetty populaarikulttuuristen kontekstien ulkopuolella. Muun muassa johtajuuden, maskuliinisuuden ja intersektionaalisten sosiaalisten hierarkioiden (rotu, sukupuoli, seksuaalisuus, luokka) kautta rakennetaan populismille tyypillisiä erontekoja ”meidän” ja ”heidän” välille. Populaarikulttuurin maine laajojen yleisöjen kulttuurimuotona vahvistaakin ajatusta kansalle puhumisesta ja kansan edustamisesta.

Onkin huomioitava, että mikäli haluamme ymmärtää populismia, meidän on tutkittava myös niitä populaarikulttuurisia muotoja, joissa ilmennetään, muokataan ja haastetaan arvoja ja käsityksiä siitä, mikä on suosittua. Poliittiset liikkeet eivät ponnistakaan pelkästään (puolue)poliittisesta kulttuurista, vaan niihin vaikuttaa populaarikulttuuri samalla tavoin kuin poliittiset ilmiöt vaikuttavat populaarikulttuurin sisältöihin ja tulkintoihin.

Lähteet

Amazon.com. God Guns And Trump Shirt 2nd Amendment T Shirt Trump 45. Saatavilla: <https://www.amazon.com/God-Guns-Trump-Shirt-Amendment/product-reviews/B07BTCRK5B/ref=cm_cr_dp_d_show_all_btm?ie=UTF8&reviewerType=all_reviews> (linkki tarkistettu 23.11.2020).

Ang, Ien; Isar, Yudhishtir Raj & Mar, Phillip (2015) Cultural diplomacy: Beyond the national interest? *International Journal of Cultural Policy* vol. 21:4, 365–381. <doi.org/10.1080/10286632.2015.1042474>

AngloSaxophone (2016) TRUMPWAVE - Make America Great Again (TRUMP SONG). *YouTube*. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=x1FW36keZJw>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).

Anker, Elisabeth (2014) *Orgies of Feeling: Melodrama and the Politics of Freedom*. Durham: Duke UP.

Baum, Matthew A. (2005) Talking the Vote: Why Presidential Candidates Hit the Talk Show Circuit. *American Journal of Political Science* vol. 49:2, 213–234. <doi.org/10.2307/3647673>

Brownell, Kathryn Cramer (2016) The Historical Presidency Gerald Ford, Saturday Night Live, and the Development of the Entertainer in Chief. *Presidential Studies Quarterly* vol. 46:4, 927–931. <doi.org/10.1111/psq.12326>

Butter, Michael (2019) ”This Beast in the Shape of a Man”: Right-Wing Populism, White Masculinity, and the Transnational Heroization of Donald Trump. Teoksessa Barbara Korte; Simon Wendt & Nicoel Falkenhayner (toim.) *Heroism as a Global Phenomenon in Contemporary Culture*. London & New York: Routledge, 114–132.

Cassidy, John (2019) As a Businessman, Trump Was the Biggest Loser of All. *The New Yorker* 8.5.2019. Saatavilla: <<https://www.newyorker.com/news/our-columnists/as-a-businessman-trump-was-the-biggest-loser-of-all>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).

Compton, Josh (2016) Live from DC: Saturday Night Live political parody references in presidential rhetoric. *Comedy Studies* vol.7:1, 1–17. <doi.org/10.1080/2040610X.2016.1139808>

Demertzis Nicolas (2019) Populisms and Emotions. Teoksessa Cossarini, Paolo & Vallespín, Fernando (toim.) *Populism and Passions: Democratic Legitimacy after Austerity*. New York: Routledge, 31–48.

Dread Illk (2020) Trumpwave - Keep America Great. *YouTube*. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=SjrOn8VbkX0>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).

Du Mez, Kristin Kobes (2020) *Jesus and John Wayne: How White Evangelicals Corrupted a Faith and Fractured a Nation*. New York: Liveright.

- Eksi, Betul & Wood, Elizabeth A. (2019) Right-wing populism as gendered performance: Janus-faced masculinity in the leadership of Vladimir Putin and Recep T. Erdogan. *Theory and Society* vol. 48:733–751. <doi.org/10.1007/s11186-019-09363-3>
- Fahrenthold, David A. (2016) Trump recorded having extremely lewd conversation about women in 2005. *The Washington Post* 8.10.2016. Saatavilla: <https://www.washingtonpost.com/politics/trump-recorded-having-extremely-lewd-conversation-about-women-in-2005/2016/10/07/3b9ce776-8cb4-11e6-bf8a-3d26847eed4_story.html?postshare=3561475870579757&tid=ss_tw&itid=lk_inline_manual_3> (linkki tarkistettu 6.9.2020).
- Fiske, John (2010 [1989]) *Understanding popular culture*. New York: Routledge.
- Gabriel, Shira; Paravati, Elaine; Green, Melanie C. & Flomsbee, Jason (2018) From Apprentice to President: The Role of Parasocial Connection in the Election of Donald Trump. *Social Psychological and Personality Science* vol. 9:3, 299–307. <doi.org/10.1177/1948550617722835>
- Geva, Dorit (2020 [2018]) Daughter, Mother, Captain: Marine Le Pen, Gender, and Populism in the French National Front. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* vol. 27:1, 1–26. <doi.org/10.1093/sp/jxy039>
- Glitsos, Laura (2017) Vaporwave, or music optimized for abandoned malls. *Popular Music* vol. 37:1, 100–118. <doi.org/10.1017/S0261143017000599>
- Grynbaum, Michael M. & Parker, Ashley (2016) Donald Trump the Political Showman, Born on “The Apprentice”. *The New York Times* 16.7.2016 Saatavilla: <<https://www.nytimes.com/2016/07/17/business/media/donald-trump-apprentice.html>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).
- Herkman, Juha (2019) *Populism in aiki*. Tampere: Vastapaino.
- Hutcheon, Linda (1998) *Irony, Nostalgia, and the Postmodern*. Toronto: University of Toronto English Language Main Collection.
- Jansen, Robert S. (2011) Populist mobilization: A new theoretical approach to populism. *Sociological Theory* vol. 29:2, 75–96. <doi.org/10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x>
- Kanzler, Katja & Scharlaj, Marina (2017) Between Glamorous Patriotism and Reality-TV Aesthetics: Political Communication, Popular Culture, and the Invective Turn in Trump’s United States and Putin’s Russia. *Zeitschrift für Slavistik* vol. 62:2, 316–338. <doi.org/10.1515/slav-2017-0015>
- Kimmel, Michael (2017 [2013]) *Angry White Men: American Masculinity at the End of an Era*. New York: Nation Books.
- Kovala, Urpo & Pöysä, Jyrki (2018) The “Jytky” of the Finns Party: Or, How to Take Advantage of Masculinity in Populist Politics. Teoksessa Urpo Kovala; Emilia Palonen; Maria Ruotsalainen & Tuija Saresma (toim.) *Populism on the Loose*. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto, 161–175.
- Kusz, Kyle W. (2020) Making American White Men Great Again: Tom Brady, Donald Trump, and the Allure of White Male Omnipotence in Post-Obama America. Teoksessa Rory Magrath; Jamie Cleland & Eric Anderson (toim.) *The Palgrave Handbook of Masculinity and Sport*. Cham: The Palgrave MacMillan, 283–304.
- Laclau, Ernesto (1977) *Politics and Ideology in Marxist Theory*. London: Verso.
- Laclau, Ernesto (2005) Populism: What’s in the name? Teoksessa Panizza, Francisco (toim.) *Populism and the mirror of democracy*. London: Verso, 32–49.
- Lamerichs, Nicolle; Nguyen, Dennis; Melguizo, Mari Carmen Puerta; Radojevic, Radmila & Lange-Böhmer, Anna (2018) Elite male bodies: The circulation of alt-Right memes and the framing of politicians on Social Media. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies* vol. 15:1, 180–206.
- Lee, Jayeon & Lim, Young-shin (2016) Gendered campaign tweets: The cases of Hillary Clinton and Donald Trump. *Public Relations Review* vol. 42:5, 849–855. <doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.07.004>
- Lichter, Robert S.; Baumgartner, Jody C & Morris, Jonathan S. (2018) *Politics Is a Joke!: How TV Comedians Are Remaking Political Life*. New York & London: Routledge.
- Major, Brenda; Blodorn, Alison & Blascovich, Gregory Major (2018) The Threat of Increasing Diversity: Why Many White Americans Support Trump in the 2016 Presidential Election. *Group Processes & Intergroup Relations* vol. 21:6, 931–940. <doi.org/10.1177/1368430216677304>
- Marcus, G. E. (2000) Emotions in Politics. *Annual Review of Political Science* vol. 3:1, 221–250. <doi.org/10.1146/annurev.polisci.3.1.221>

- McLeod, Ken (2018) Vaporwave: Politics, Protest, and Identity. *Journal of Popular Music Studies* vol. 30:4, 123–142. <doi.org/10.1525/jpms.2018.300409>
- MikeyNL1038 (2017) The Donald – Trumpwave. *YouTube*. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=4LLTbjJD2No&t=40s>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).
- Moffitt, Benjamin & Tormey, Simon (2014) Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style. *Political Studies* vol. 62:2, 381–397. <doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Moon, David S. (2020) The role of cultural production in celebrity politics: Comparing the campaigns of Jesse “The Body” Ventura (1999) and Donald Trump (2016). *Politics* vol. 40:2, 139–153. <doi.org/10.1177/0263395719862446>
- Morgan, Joseph E. (2017) Popular music and the impending tyranny of Donald Trump. Teoksessa Morgan, Joseph E. & Reish, Gregory N. (toim.) *Tyranny and Music*. Lanham, Maryland & London: Lexington Books, 217–251.
- Moskalus (2016) Trumpwave - Rosie, You're Fired. *YouTube*. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=XFAMbwbYQE8>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).
- Mudde, Cas (2004) The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition* vol. 39:4, 542–563. <doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, Cas & Kaltwasser, Cristóbal Rovira (2017) *Populism. A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Neville-Shepard, Ryan & Neville-Shepard, Meredith (2020) The pornified presidency: hypermasculinity and the pornographic style in U.S. political rhetoric. *Feminist Media Studies*. <doi.org/10.1080/14680777.2020.1786429>
- Norocel, Christian (2013) “Give us back Sweden!” A feminist reading of the (re)interpretations of the folkhem conceptual metaphor in Swedish radical right populist discourse.” *Nordic Journal of Feminist and Gender Research* vol. 21:1, 4–20. <doi.org/10.1080/08038740.2012.741622>
- Norocel, Ov Cristian; Saresma, Tuija; Lähdesmäki, Tuuli & Ruotsalainen, Maria (2020) Discursive Constructions of White Nordic Masculinities in Right-Wing Populist Media. *Men and Masculinities* vol. 23:3–4, 425–46. <doi.org/10.1177/1097184X18780459>
- Nye, Joseph. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York, NY: Public Affairs.
- Online Etymology Dictionary* (2001–2020). Popular / populism. Saatavilla: <<https://www.etymonline.com/>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).
- Palonen, Emilia (2020) Populismien muoto, diskursiivisuus ja retoriikka: analyysi soinnillisuudesta. *Politiikka* vol. 62:2, 125–145. <doi.org/10.37452/politiikka.89431>
- Powell, Gary N.; Butterfield, Anthony & Jiang Xueting (2018) Why Trump and Clinton won and lost: the roles of hypermasculinity and androgyny. *Equality, Diversity and Inclusion* vol. 37:1, 44–62. <doi.org/10.1108/EDI-08-2017-0166>
- Roos, Dave (2018) How Teddy Roosevelt Crafted an Image of American Manliness. *History Stories* 6.7.2018. Saatavilla: <<https://www.history.com/news/teddy-roosevelt-american-manliness-rough-riders>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).
- Roose, Joshua M. (2019) Non-Western new populism: Religion, Masculinity and Violence in the East. Teoksessa Fitzi, Gregor; Mackert, Juergen & Turner, Bryan S. (toim.) *Populism and the Crisis of Democracy. Volume 3: Migration, Gender and Religion*. London and New York: Routledge, 111–129.
- Ross, Andrew (2014 [1989]) *No Respect: Intellectuals and Popular Culture*. New York: Routledge.
- Rossi, Leena-Maija (2015) *Muuttuva sukupuoli: seksuaalisuuden, luokan ja värin politiikkaa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Saresma, Tuija (2017) Fictitious Memories of the Nostalgic Past: Racialised Gender Melancholy in the Manosphere. Teoksessa Maja Mikula (toim.) *Remembering Home in a Time of Mobility: Memory, Nostalgia and Melancholy*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 151–165.
- Saresma, Tuija (2018) Gender Populism: Three Cases of Finns Party Actors’ Traditionalist Anti-Feminism. Teoksessa Urpo Kovala; Emilia Palonen; Maria Ruotsalainen & Tuija Saresma (toim.) *Populism on the Loose*. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto, 177–200.
- Setzler, Mark & Yanus, Alixandra B. (2018) Why Did Women Vote for Donald Trump? *Political Science & Politics* vol. 51:3, 523–527. <doi.org/10.1017/S1049096518000355>

- Skeggs, Bev (2005) The Making of Class and Gender through Visualizing Moral Subject. *Sociology* vol. 39:5, 965–982. <doi.org/10.1177/0038038505058381>
- Spearman, Kahron (2020) “Trumpwave” emerges as the alt-right’s meme-heavy soundtrack. *Daily Dot* 28.2.2020. Saatavilla: <<https://www.dailydot.com/upstream/trumpwave-bad-music/>> (linkki tarkistettu 6.9.2020).
- Storey, John (2018) *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. London & New York: Routledge.
- Sung, Chit Cheung Matthew (2013) Media representations of gender and leadership: from a discourse perspective. *Brno studies in English* vol. 39:1, 89–105. <doi.org/10.5817/BSE2013-1-5>
- Trainer, Adam (2016) From hypnagogia to distroid: postironic musical renderings of personal memory. Teoksessa Sheila Whitely & Shara Rambarran (toim.) *The Oxford Handbook of Music and Virtuality*. New York: Oxford University Press, 409–427.
- Ungureanu, Camil & Popartan, Alexandra (2020) Populism as narrative, myth making, and the ‘logic’ of political emotions. *Journal of the British Academy* vol. 8:s1, 37–43. <doi.org/10.5871/jba/008s1.037>
- Vainikkala, Erkki (2020) Populismän väkevöityminen – populistisesta retoriikasta ideologiseen fantasiaan. *Politiikka* vol. 62:2, 107–124.
- Voth, Ben (2008) Saturday Night Live and Presidential Elections. Teoksessa Jonathan S. Morris (toim.) *Laughing Matters: Humor and American Politics in the Media Age*. New York & London: Routledge, 229–240.
- Weyland, Kurt (2017) Populism: a political-strategic approach. Teoksessa Cristóbal Rovira Kaltwasser; Paul A. Taggart; Paulina Ochoa Espejo & Pierre Ostiguy (toim.) *The Oxford Handbook of Populism*. New York, Oxford University Press, 48–72.
- Woods, Faye (2008) Nostalgia, Music and the Television Past Revisited in American Dreams. *Music, Sound & the Moving Image* 2:1, 27–50. <doi.org/10.1353/msm.0.0028>