

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaalteaduste valdkond

Riigiteaduste instituut

Kertu Kollo

Populism poliitilises kommunikatsioonis 2023. aasta riigikogu valimisdebatide näitel

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Heiko Pääbo, PhD

Tartu 2023

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Töö sõnade arv: 9480

Kertu Kollo, 15.05.2023

Annotatsioon

Populismi ja demagoogiat on uuritud küll juba mõnda aega, kuid tänini puudub teadlaste seas sellele ühtne definitsioon ning arusaam. Ka poliitmaastikul on mõlemad nähtused üsna pikka aega figureerinud, ent suurt tähelepanu neile sageli ei pöörata, mistõttu võibki jääda mulje, et need on nii-öelda poliitilise kommunikatsiooni loomulik osa. Tegelikuses see nii aga ei ole ega tohikski olla. Populism ja ka selle tööriist demagoogia võivad reaalsuses olla suureks ohuks demokraatia põhiväärtustele ning seetõttu ei tohiks seda võtta kui loomulikku nähtust. Vähesel määral on demagoogia kasutamine loogiline, sest poliitilises debatis ei soovi keegi end kaotajana näidata, kuid populism ja demagoogia ei tohiks saada siiski läbivaks retoorikaks. Antud bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida populismi- ja demagoogiakasutust seitsme Eesti erakonna seas, kes osalesid 2023. aasta valimisdebattides, mis viidi läbi Eesti Rahvusringhäälingu poolt viiel korral enne Riigikogu valimisi.

Empiiriline osa tööst analüüsib viite valimisdebatti, kus osalesid seitse Eesti erakonda. Analüüsitavaks meetodiks on kvalitatiivne sisuanalüüs. Analüüsi käigus sooviti leida vastused järgnevatele küsimustele: Milline on enim kasutatud populismi- ja demagoogiavõte iga erakonna lõikes? Milline on üleüldiselt enim kasutatud populismi- ja demagoogiavõte? Milline erakond kasutab populismi ning demagoogiat oma kommunikatsioonis enim ning milline kõige vähem? Lisaks sellele prooviti hinnata ka seda, kui hästi tulevad erakondade esindajad toime oponentide poolt kasutatud võtetega.

Analüüsi käigus sai selgeks, et enim populismi ning demagoogiat oma poliitilises kommunikatsioonis kasutav erakond on EKRE. Nende puhul saab ka väita, et tegemist on tõesti ka erakonna kommunikatsiooni osaga. Teiste puhul oli tegemist pigem üksikute juhtudega. EKRE kasutatuim võte oli eliidi ründamine, mis oli samal ajal ka erakondade üleselt kasutatuim võte. Seda oli ka oodata, sest oponentidel on kõige lihtsam suunata oma kriitika valitsuse ja erakonna suunas, kes on Eesti riiki pikimalt juhtinud. Vähim kasutasid võtteid Reformierakond ja Isamaa. Kõige paremini tuli võtetega toime Reformierakond ja täpsemalt Kaja Kallas. Nagu mainitud esimeses lõigus, on vähesel määral uuritavate võtete kasutamine oodatav, sest kaotajaks ei soovi jääda keegi ning tõenäoliselt populismi- ja demagoogiapuhast debatti tänapäeval oodata ei saa, küll aga ei tohiks see muutuda erakonna kommunikatsiooni iseloomustavaks retoorikaks.

Sisukord

| | |
|---|----|
| Annotatsioon..... | 3 |
| Sisukord..... | 4 |
| Sissejuhatus | 5 |
| 1. Populism..... | 7 |
| 1.1 Populismi definitsioon..... | 7 |
| 1.2 Populismi tunnused..... | 9 |
| 1.3 Vasak- ja parempopulism | 11 |
| 1.4 Populism kommunikatsioonis..... | 12 |
| 1.5 Demagoogia..... | 14 |
| 1.6 Demagoogia- ja populismivaheline suhestus | 15 |
| 2. Metoodika..... | 17 |
| 2.1 Uurimisküsimused..... | 17 |
| 2.2 Valim | 18 |
| 2.3 Analüüsimeetodid..... | 18 |
| 3. Analüüsi tulemused | 22 |
| 3.1 Tulemuste esitamine | 22 |
| 3.2 Näiteid võtetest..... | 27 |
| 3.3 Järeldused | 33 |
| Kokkuvõte | 36 |
| Kasutatud kirjandus..... | 38 |
| Lisa 1. Kodeerimisjuhend..... | 41 |
| Summary..... | 43 |

Sissejuhatus

Populism on miski, mis on Euroopas olnud kasvav nähtus juba mõnda aega ning sellest tulenevalt on seda ka aina rohkem uuritud ja teadvustatud. Tuues näiteks mõne riigi, kus populistlikud parteid on hiljuti teinud märkimisväärse tõusu, saab rääkida Rootsi parteist Rootsi demokraadid, kes tegelikult oma nimele vastanduvalt, on hoopis demokraatiavastased (Olsen, 2022). Sarnast tendentsi on märgata ka Itaalias, kus nii 2018. aastal kui ka 2022. aasta valimistel võidutsesid populistlikud parteid (D'Alimonte, 2019; Chantuz, 2022). Nende kahe riigi näol on tegemist üsna tugevate, demokraatlike ja eeskujulike Euroopa tuumikriikidega, mis näitab eriti selgelt seda, et tänapäevane maailm on suurepäraseks põhjaks populismile ning seda eriti seetõttu, et käimas on mitu erinevat kriisi. Nii ka Eestis, kus lühidalt kokku võttes on kriis silmaga nähtav peaaegu igal elualal. Selline pinnas on äärmiselt sobilik populismile, sest kui tahta, leiab kritiseerimiseks (mitte konstruktiivseks kriitikaks) põhjuseid palju. See võimaldab rõhuda aspektile, et nii nagu hetkel riiki juhitakse ja kriisiolukorras käitutakse, ei ole õige ning taolistel meetoditel riigi juhtimist enam lubada ei saa (Kilp, 2015: 76-77).

Töö uurimisprobleemiks on nagu eelnevalt mainitud üha kasvav populism, mis küll tegelikult on negatiivse kuvandiga, ent mille puhul täna ei ole küsimus, kas seda kasutatakse, sest tõenäoliselt teevad seda mingil määral siiski kõik, vaid pigem selles, kui palju ja milliseid võtteid täpsemalt kasutatakse. 2022. aastal kaitses oma bakalaureusetööd Johann Skytte instituudis Otto Tiidermann, kes uuris konkreetselt EKRE erakonna populismi ning demagoogia kasutust nende poliitilises kommunikatsioonis 2019. aasta valimisdebattide põhjal (Tiidermann, 2022). Käesoleva bakalaureusetöö kirjutamise lähtekohaks on Tiidermanni uurimuse tulemused, millele toetudes on antud töö kirjutatud. Eesmärgiks on vaadata, kuidas ka teised erakonnad võrreldes EKRE-ga populismi ning demagoogiat kasutavad. Kuna populismi üheks levinumaks retoorikavõtteks on demagoogia, siis keskendub antud töö ka suure osas selle uurimisele nii teooria kui ka analüüsi osas. Lisaks sellele hindab autor ka populismi -ja/või demagoogiavõtte efektiivsust.

Töö teema on aktuaalne ning seda on oluline uurida just tulevaste valimiste tõttu, mille osas annab töö selge panuse selgitamiseks välja, milline on Eesti erakondade populismi kasutamine poliitilisest kommunikatsioonist, sest nagu eespool mainitud, on paljudes teistes Euroopa riikides tendentsi selgelt märgata.

Käesolev bakalaureusetöö keskendub 2023. aastal toimunud riigikoguvalimistele ning täpsemalt populismile erakondade valimisdebattides. Valimisdebatid viib läbi Eesti Rahvusringhääling, mis on Eesti avalik-õiguslik meediakanal. Debattides osalevad 7 Eesti erakonda - Eesti Keskerakond, EKRE, Eesti Reformierakond, Isamaa Erakond, Sotsiaaldemokraatlik Erakond, Eesti 200 ja Parempoolsed.

Töö teooria osa keskendub populismi defineerimisele ja määratlemisele, ent nagu mainitud on suur rõhk ka demagoogial, mis on üks põhilisemaid vahendeid. Teooria osas luuakse pinnas töös kasutatava kvalitatiivse sisuanalüüsi jaoks. Esmalt mõtestab autor lahti nii populismi kui ka demagoogia, kust tulevad välja transkriptsiooni kodeerimiseks vajalikud koodid ehk võtted. Sellele eelnevalt tuleb autoril transkribeerida valimisdebati saated (5), mille viib läbi Eesti Rahvusringhääling. Kui kõik saated on kodeeritud teooria osast tulenenud koodidega, siis järgneb sellele uurimisküsimustele vastamine:

- Milline on enim kasutatud populismi- ja demagoogiavõtte iga erakonna lõikes?
- Milline on üleüldiselt enim kasutatud populismi- ja demagoogiavõtte?
- Milline erakond kasutab populismi ning demagoogiat oma kommunikatsioonis enim ning milline kõige vähem?

Lisaks uuritakse ka võtete efektiivsust, ehk mil määral on demagoogiat ning populismi debatis edukalt kasutatud. Edukuse hindamise kriteeriumid on täpsemalt välja toodud metoodika peatükis. Sellele järgneb andmete analüüs ja statistika tegemine Excelis, mis võimaldab anda laiemat ja põhjalikumat ülevaate saadud tulemustest.

Töö on jaotatud kolmeks peatükiks. Esimeses peatükis defineeritakse populism teadusartiklite abil ning selgitatakse lahti populismi tunnused. Kvalitatiivse sisuanalüüsi jaoks. Lisaks sellele on esimeses peatükis selgitatud ka populismi ja demagoogia omavahelist seost, et mõista, miks on demagoogia niivõrd oluline. Sellele järgnev teine peatükk räägib sisuanalüüsis kasutatavast metoodikast ning kolmandas peatükis jõutakse tulemuste, analüüsi ja järeldusteni.

1. Populism

Käesoleva bakalaureusetöö üheks olulisemaks osaks on populism ning selle olemus ja määratlemine. See on vajalik, sest ühegi valimisdebatil osaleva erakonna eesmärgiks ei ole end ise populistlikuks parteiks tituleerida, sest populism on tuntud siiski kui negatiivne tunnus. Küll aga on võimalik eelnevalt paika pandud tunnuste abil erakondade kommunikatsioonis populismile viitavaid ilminguid leida.

1.1 Populismi definitsioon

Populismi defineerimine on tegelikult keerulisem, kui see esialgu tundub, sest erinevaid tähendusi sellele omistatakse palju ning ühte õiget nende seast leida on üpriski raske. Siiski üheks võimaluseks sellele mingi tähendus anda, on käsitleda seda kui diskursust. Selle juured ulatuvad 19. sajandisse, mil toimus laiem demokratiseerimine, millega koos hakkaski pead tõstma ka populism. Populismi kahe olulise üksusena saab välja tuua rahvuse ja rahva, mis ka demokratiseerimise ajastul rahva suveräänsust ellu viisid. Siin on ka põhjus, miks populismi tulekut seostatakse demokraatia tulekuga (Pasquino, 2008: 15; Urbinati, 2019: 112-114). Demokraatia üheks põhilisemaks tunnuseks on kodanike laiem osalus poliitikas ning osalus poliitiliste otsuste tegemisel. Kui aga populism keskendub suure osas rahvale ja rahvale võimu tagasiandmisele, siis ongi need kaks nähtust n.ö koos tekkinud – demokraatia tulekuga tekkis ka populism. Tänapäeval ongi see just demokraatlikes riikides läinud veelgi aktiivsemaks ja intensiivsemaks nähtuseks (Urbinati, 2019: 112-114). Üheks võimalikuks põhjuseks on see, et eriti alates 2010. aastast, on hakanud põhilisemate poliitiliste suundade kõrvale kerkima palju teisi, kellel kõigil on omad eesmärgid ja soovid. Küsimus on aga see, kas uuel kerkinud poliitilisel jõul on demokraatia seisukohast vaadates seda ohustav või vastupidi heatahtlik funktsioon (Müller, 2016: 6). Ka võidakse populistiks nimetada inimesi olukorras, kus see tegelikult asjakohane ei ole – näiteks tituleeritakse populistiks opositsioonipoliitikud, kes valitsusse ei kuulu ning kellel on julgus valitsuse tegevust kritiseerida (Müller, 2016: 29). Reaalsuses ei saa kindlasti lihtsalt igäüht, kes koalitsiooni kritiseerib, tembeldada koheselt populistiks, vaid populistiks olemisel on oma kindlad kriteeriumid, mis peavad olema täidetud, et selle nimetuse alla kvalifitseeruda.

Samuti ei saaks populismi käsitleda kui ideoloogiat, sest seda ei saa seostada kindla programmilise sisuga. Pigem seguneb populism sobiva valitsusvormiga ja võib võtta erinevaid vorme vastavalt vajadusele (Mouffe, 2016). Lisaks sellele puudub populismil ka kindel

ideoloogiline sisu ning muutumatud väärtused, sest nagu mainitud, kohaneb populism vastavalt olukorrale ja vajadusele (Mudde, 2012: 149). Tasub ka märkimist, et üldiselt rääkides ideoloogiast, on sel alati ka austajaid ja järgijaid, kes end mingi ideoloogia järgijaks tunnistavad. Populismi puhul aga on tavapärane, et populistiks või populismi järgijaks end ei tunnistata, sest sel on küljes negatiivne kuvand ning selle kasutajaks ja järgijaks end tunnistada ei taheta. Populismi kohta võiks kasutada küll näiteks terminit „õhuke“ ideoloogia (*thin ideology*), kuid kindlasti mitte ei saa seda samastada tugeva ideoloogiaga. Ideoloogial esineksid kindlad väärtused nn ideoloogiline sisu. Pigem sobib kasutada populismi defineerimiseks väljendit „poliitiline diskursus“ (Anderson & Secor, 2022: 3).

Tulles tagasi selle juurde, kuidas mõned uued poliitilised suunad on tulnud selleks, et anda uut hingamist demokraatiale, siis teised on tulnud selleks, et demokraatiat õhnestada. Nii ka populism. Demokraatia põhiväärtustena saab välja tuua huvide, ideede ja gruppide mitmekesisust ehk pluralismi ning ka võimude lahusust. Nende kahe põhiväärtuse vastasuses seisnebki populismi oht demokraatiale.

Populismi kolme põhilise joonena saab välja tuua pluralismi vastasuse, teiste poliitiliste jõudude alavääristamine ning püüdlus ainuvõimule. Lisaks sellele on populistlikule erakonnale omane valitsusse pääsedes ümber korraldada riigiasutuste tööd ja muuta ka seadust, mis on jällegi ohuks põhiseaduslikule demokraatiale (Müller, 2016: 6-7). Neist kolmest tunnusest tulenevalt selgubki, et reaalsuses ei saa tembeldata igäht, kes valitsust kritiseerib, populistiks, sest sageli ei olda siiski näiteks ainuvõimule pürgija või pluralismivastane. Iseenesest võib muidugi mõelda, et populismi näol on tegemist väljakutsega demokraatiale, mis ei lase selle järgijatel liialt mugavaks muutuda. Selles võtmes on võimalik populismi kohta ka midagi positiivset välja tuua.

Peale selle keskenduvad populistid sageli mingile kindlale grupile, kellele senimaani on vähem tähelepanu pööratud, mis on ka justkui positiivne (Müller, 2016: 161). Siiski ei muuda need kaks punkti populismi mingil moel õigustatuks.

Antud töö käsitleb populismi kui poliitilist diskursust, mis end vastavalt vajadusele ja olukorrale muuta võib. Diskursus on antud töö raames, aga ka üleüldiselt populismile parem sõnakasutus, kui seda oleks ideoloogia, sest sellel puudub ideoloogiale omane sidus argumentide kogum, omane sõnavara ja teadlikult väljatöötatud tegevusprogramm, mis ideoloogia puhul oleks märgitavad tunnused (Hawkins, 2010: 30).

1.2 Populismi tunnused

Nagu eelmises peatükis öeldud ei saa igat kritiseerijat populistiks nimetada, vaid täidetud peavad olema kindlad kriteeriumid. Võib-olla kõige olulisema tunnuseks populistik olemisel on **pluralismivastastus**, millest eelnevalt ka veidi juttu tuli. See seisneb mitmekesisuse vastasuses, kus õigeks „rahvaks“ peetakse vaid oma toetajaid samal ajal, kui teised kodanikud sisuliselt rahva hulka ei kuulugi. Lisaks sellele kujutatakse teisi poliitilisi jõude halbade, korrumppeerunud ja ebaväärikatena, kuigi tegelikult vastatakse sageli just ise sellele kirjeldusele. Taolise tegutsemise taga on ei miski muu, kui ainuvõimu ihaldamine (Müller, 2016: 29). Teise tunnuseks tuleb ära märkida ka **vastandumine eliidile**, kes on jällegi korrumppeerunud ning vaid oma huvide eest väljas (Urbinati, 2019: 117; Müller, 2016: 29; Mair, 2002: 88). Sii alla kuulub ka iseenda kehvades otsuste ja tagajärgedes eliidi süüdistamine. Sage väide võib olla ka see, et lihtrahvas on ainus grupp, kes tõesti kõvasti tööd teevad, vastupidiselt eliidile (Müller, 2016: 57, 84). Huvitav on see, et sageli, kui populistlik erakond võimule saab, muututakse ise selleks samaks eliidiks, keda senimaani teravalt kritiseeriti ning maha tehti. Populistidele on omane ka **rahva tahte väljendamine**. Märkimist vajab ka see, et rahva all ei peeta üldiselt silmas näiteks kõiki kodanikke, vaid ainult seda **õiget rahvast**. Võimalik on ka see, et neid, kes selles kontekstis rahva hulka ei kuulu, koheldakse karmimalt, kui teisi ning võib-olla isegi kiusatakse taga (Müller, 2016: 17, 90). Ka siin on selge oht demokraatialle, mis kutsub inimesi vastupidiselt olema ühtsed, õiglased ja võrdsed olenemata meie erinevustest ehk sisuliselt vastanud teatud määral ka inimõigustele. Inimene, kes mingi kindla grupi huvide eest võitleb, ei tee teda veel populistiks, kuid väites, et vaid see kindel grupp on „rahvas“, on juba teine asi. Rääkides sisuliselt kogu aeg rahva tahte eest, on populistidel üsna lihtne oma tegusid omaks võtta ja neid seletada, sest ka rahvas usub, et kõike tehakse ju nende endi nimel (Müller, 2016: 31).

Prantsuse politoloog Pierre Rosanvallon on kirjutanud, et populistid lihtsustavad sageli keerulisi poliitilise probleeme selgelt üle. Tema arvates on neid lihtsustusi kolm. Esimese lihtsustuse puhul ongi tegemist sotsioloogilise lihtsustusega, kus inimesi eraldatakse eliidist ning see „õige“ rahvas saab ühtseks justkui imeväel niipea, kui õel eliit on võimult kõrvaldatud. Samuti kasutatakse selle rahvaga suhtlemisel kõnekeelseid väljendeid, mis lihtsustaks rahva jaoks aru saamist ning ka lihtsustavaid lahendusi probleemidele (Bucy & Foley et al. 2020: 637). Tegelikuses aga ei piisa probleemide lahendamiseks vaid valitsuse kukutamisest. Teiseks toob ta välja institutsionaalse lihtsustuse, mis samuti läheb kokku sellega, et võimule

pääsedes soovitakse institutsioonisüsteemi ja ka põhiseadust muutma hakata, sest näiteks kohtud kui vaheorganid on samuti korrumppeerunud ja nad suhtuvad rahva muredesse ükskõikselt. Populistide arvates oleks ainus õige vorm rahva enda arvamusel küsimine rahvahääletuse näol. (Rosanvallon, 2011: 6). Kuid ka siin ei ole tegelikult kõik nii lihtne, kui esmapilgul näib, sest isegi, kui referendumite propageerimine võib tunduda kui üllas tegu saamaks teada, mida rahvas tegelikult soovib, siis realsuses on sel nende jaoks teistsugune funktsioon. Tegelikult ei soovi populistid, et rahvas liialt palju poliitikatagemises osaleks ja kaasa räägiks, mistõttu ei ole nende eesmärgiks algatada referendumid kaudu analüüsi- ja arutlusprotsessi kodanike vahel. Nende jaoks on rahvahääletuse eesmärgiks tõestada seda, mille populistlik partei või juht on juba selle „õige“ rahva tahtena varasemalt kindlaks teinud ning seda mitte empiirilisel, vaid identiteedi huvid kaudu (Müller, 2016: 66). Selles võttes on ka referendumite pooldamine justkui lihtsustav lahendus. Kolmandaks toob Rosanvallon välja sotsiaalsete sidemete kontseptsiooni, mille kohaselt populistid usuvad, et identiteet ühiskonnas toob meile ühtekuuluvuse. Identiteedist rääkides rõhutatakse alati negatiivselt neile, kes kuuluvad näiteks immigrandide või teise religiooni järgijate hulka (Rosanvallon, 2011: 6-7). Seega selgub siit ka neljas tunnus, milleks on **immigrantide ja muudest religioonist pärit inimeste halvustamine** ning arusaam, et nemad ei kuulu selle õige ja eheda „rahva“ hulka. Pärast valimistulemuste saabumist on huvitav näha ka seda, kuidas reageerivad populistid sellele, kui nende erakond valitsusest välja jääb. Üldiselt järgneb sellele **institutsioonide mahategemine** ja väitmine, et tegelikult rikuti institutsioonide poolt hääletustulemusi. Oluline on märkida ka seda, et populistid ei ole mitte kõikide institutsioonide vastu, vaid ainult selliste, mis kõige lihtsamalt mõttes neile endile ei sobi ning mis nende arvates teevad valesid otsuseid. Sarnaselt käsitatakse ka meediaga, kus ajakirjanikke süüdistatakse alatasa vahendamises, kuigi tegelikult ongi just see ajakirjanduse ülesanne. Eestis on taolist käitumist võimalik ära tunda EKRE retoorikas. Siinkohal on mõeldud eliidi vahendamist. Siiski väidavad populistid, et see on tõe moonutamine (Müller, 2016: 70,74). Seda ilmestamiseks, saab näiteks tuua USA 2020. aasta presidendivalimised, kus Joe Biden võitis populist Donald Trumpi. Pikka aega väitis Trump, et tulemused on valed ja võltsitud ning tõe tuleb paljastada.

Taoliste väidete taga ei ole aga üldiselt mitte kunagi empiirilist tausta ega tõestust. Populistid jäävad oma otsustele ja sõnavõttudele kindlaks, väites, et need on **moraalselt ja sümboliseerivalt õiglased**. Need ei ole empiirikal toetuvad, mis sageli demokraatide puhul nii on. Oma koht on populistide tegevuses ka kriisidel. Kriisid on hea pinnas populismi tekkimiseks, mis võib olla ka üheks põhjuseks, miks just viimastel aastatel on populism Euroopas niivõrd intensiivseks muutunud - kui üks kriis lõpeb, algab sisuliselt teine. Kriisinarratiivi rõhutamine annab neile

võimaluse juhtida tähelepanu sellele, kui halvasti kõik praegu on ja samal ajal legitimeerida populistide enda tegevust (Müller, 2016: 85; Rosanvallon, 2011: 4; Kilp, 2015: 75).

Populismi tunnuste hulka kuuluvad seega:

- 1) Pluralismivastatus – rõhutamine, et ainult nemad on legitiimsed ja moraalsed valitsejad. Selle taga on ei miski muu, kui ainuvõimu ihaldamine. Teisi poliitilisi jõude ei aktsepteerita.
- 2) Vastandumine eliidile – väitmine, et valitsevad erakonnad on vaid oma huvide eest seisev eliit, mis on lisaks ka korrumppeerunud. Tihtipeale süüdistatakse ka oma ebaõnnestumises justnimelt eliidi tegevust.
- 3) Rahva tahte väljendamine – populistidele meeldib jätta muljet, justkui teaks nemad täpselt seda, mida rahvas tegelikult tahab.
- 4) „Õige“ rahva rõhutamine – kui populist räägib rahvast, siis sellele on omane, et silmas ei peeta mitte kõiki riigi kodanikke, vaid ainult näiteks nende endi toetajaid. Samal ajal ei pruugi ülejäänud kodanikud nende arvates moraalse rahva hulka kuuludagi.
- 5) Immigrantide ja muudest religioonist pärit inimeste halvustamine – populistid usuvad, et ühtekuuluvus tekib identiteedist, mistõttu ei tolereerita sageli immigrante, aga ka teisest religioonist inimesi.
- 6) Institutsioonide halvustamine – populistidele ei meeldi institutsioonid nii kaua, kuni need segavad nende tööd või võimulpüsimist. Võimule pääsedes on omane hakata riigiinstitutsioonide tööd, aga ka põhiseadust muutma neile sobival viisil. Tihtipeale pooldatakse ka referendum, mille eesmärgiks ei ole siiski laiema arutelu tekitamine rahva seas.
- 7) Moraalsed ja õiglasem otsused – kuna populistide väited ei põhine enamjaolt faktidel, siis rõhutakse sellele, et otsused on moraalsed ja sümboolselt õiglasem ning need on tehtud keskendudes rahva tahetele ja soovidele.

1.3 Vasak- ja parempopulism

Populismist rääkides keskendutakse üldiselt pigem parempopulismile, ent siiski saab eristada ka vasakpopulismi. Vasakpopulistid keskenduvad sageli sotsiaal-majanduslikele küsimustele (March, 2007: 74). Nende sagedaseks väiteks on see, et poliitilise eliidi huviks ja eesmärgiks on seista vaid selle „ärieliidi“ eest ning tavalise töötava inimese huvid jäetakse tähelepanuta. Parempopulistidele iseloomulikuks väiteks on see, et riigis peaksid elama vaid „puhtad“

rahvuslased ning mitte sisserändajad ehk keskendutakse rohkem näiteks migratsiooniküsimustele (Mudde, 2007). Siiski on varasemad uuringud (Jagers & Walgrave, 2007; Rooduijn & Pauwels, 2011) leidnud ka kahe äärmuse sarnaseid jooni, milleks näiteks on eliidivastasus ja rahva esindamine. 2015. aastal vaadeldi Hollandis kahte parteid, millest üks parempoolne populistlik ning teine vasakpopulistlik. Kõige suuremad erinevused nende kahe vahel löid välja näiteks immigrantide küsimuses, kus vasakpopulistlik erakond ei jaganud samu käitumismustreid nagu parempopulistlik erakond. Uuring seab seetõttu kahtluse alla migratsioonivastasuse kui üldise populismile omase tunnuse, kuivõrd soovitab seda käsitleda pigem kui paremäärmuslikku radikaalset populismi tunnust. Sarnaselt käituti Euroopa Liidule suveräänsuse andmise küsimuses, kus mõlemad suhtusid sellesse negatiivselt (Otjes & Louwerson, 2015). Vasakpopulistid kujundavad oma arusaama „rahvast“ pigem majanduslikus võtmes ja rõhuvad näiteks vaestele. Parempoolsed populistlikud parteid aga määratlevad rahvast rahvuslikust aspektist vaadatuna, mille kohaselt peaks riigis sisuliselt elama vaid põlisrahvas (Mudde, 2004). Kokkuvõtlikult tahavad vasakpopulistid kaitsta töölisklassi eliidi ärakasutamise eest ning parempopulistid soovivad kaitsta põlist patriotismi ja tõelist rahvast igasuguste sisserändajate eest (Mudde, 2007). Vasakpopulistlikel parteidel ei ole üldiselt midagi vähemusgruppide ega neile täiendavate õiguste andmise vastu ning peavad teisi rahvusi rahva osaks, samal ajal, kui parempopulistid sellele vastu seisavad. Küll aga ühendab mõlemaid soov olla rahva tõeline ja ainus esindaja. Mõlemat äärmust iseloomustab soov kohtutelt ja ka muudelt institutsioonidelt võim eemale viia, et need ei takistaks populistide võimu teostamist (Huber & Schimpf, 2017).

1.4 Populism kommunikatsioonis

Üks põhjuseid, miks populism on kommunikatsioonis niivõrd laiaks nähtuseks muutnud, võib olla internetiajastu tulek, kus sotsiaalmeedia on niivõrd suur osa inimeste igapäevast. Infot saab levitada sisuliselt igauks, kellel on tahet ning sõnum, mis kõnetab kasvõi väga väikest osa ühiskonnast (Müller, 2016: 8). Sotsiaalmeedias tähelepanu köitmiseks sobivad aga muidugi pigem ägedaloomulised ja otsekoheusest pakatavad sõnumid, kus sõnakasutusega tagasi ei hoita. Muidugi ei ole sotsiaalmeedia ainuke põhjus populismi levikul, ent üks võimalik ajend siiski.

Populismi võib kommunikatsioonis esineda sel moel, kui populistlik liider hakkab eespool kirjeldatud „rahvast“ konstrueerima. Sageli on selleks grupp, kelle nõudmised ja vajadused on eliidi poolt täitmata jäänud. Rahva konstrueerimise eesmärgiks on kukutada eliit (Block & Negrine, 2017: 182). Sellise grupi loomine on tegelikult üsna lihtne viis tagada endale toetus, sest põhimõtteliselt alati on ühiskonnas mingi hulk inimesi, kelle vajadustele pööratakse vähem tähelepanu ning kes sooviksid näha muutust.

Teiseks on oluline tähelepanu pöörata populistide keelekasutusele, mis on enamjaolt alati otsekohene, agressiivse alatooniga ning intrigeeriv. Taolised pöördumised tekitavad inimestes emotsioone ja on kaval viis, kuidas oma toetajate tähelepanu köita ning neid ka koosmõjus sellega eliidi vastu üles kütta. Kolmandaks tuleks märkida populistide meediakasutus sotsiaalmeedia kanalites, sest tänapäeval toimub suur osa poliitikast meedias. Populistidel on neli viisi meediaga suhtlemiseks – esiteks võidakse jätta endast ohvri muljet (Mazzoleni, 2008). Siia juurde võib käia ka eespool kirjeldatud olukord, kus oma vigades ja tegematajätmistes süüdistatakse eliiti ning ennast näidatakse ohvrina. Teiseks nende karm (*abrasive*) kõnekasutus. Kolmandaks püütakse meedia tähelepanu kritiseerides institutsioone ning viimaks tehakse end nähtavaks lavastades poliitilisi situatsioone, mis oleksid uudisväärtselikud (Mazzoleni, 2008). Viimane on jällegi huvitav, sest nagu kirjutatud eelmises alapeatükis, siis populistid sageli hoopis kritiseerivad meediat, ent samal ajal nagu selgub, tahavad siiski, et neist kirjutataks. Populismi võtted on heaks vahendiks eelkõige siis, kui argument jääb nõrgaks või millelegi faktiliselt toetuda ei osata. Kommunikatsioonis võidakse populismi kasutada ka läbi rahva suveräänsuse rõhutamise, eliidi ründamise, paatose esilekutsumise ja rahva eest seismise näol (Engesser & Ernst & Esser & Büche 2015, 1111).

Olulist rolli populismi kasutamise puhul kommunikatsioonis, mängivad ka emotsioonid. Kindlasti on lihtsam inimeste tähelepanu endale tõmmata, tehes seda emotsionaalse ja intrigeeriva kõnepruugiga. Tihti puudub nendel emotsionaalsetel üleskutsetel ka selge sisu (Kilp, 2015: 75). Küll aga on ka üleüldiselt poliitilises debatis, mitte ainult populistlike erakondade puhul, näiteks vihakõne kasutamine kasvanud (Estelles & Castellevi: 1). Drew Westen on oma raamatus tabavalt öelnud, et kui poliitikas kohtuvad omavahel mõistus ja emotsioonid, siis jäävad peale emotsioonid (Westen, 2008: 35). Hirmu ja viha õhutamist seostatakse eelkõige rahvusele rõhuvate populistidega. Nende peamiseks küsimusvaldkondadeks on näiteks immigratsioon, kultuur ja töötus (Estelles & Castellevi: 4). Nagu eelmises alapeatükis selgeks sai, siis äsja nimetatud teemad lähevad kokku pigem parempopulistidega.

Selleks, et illustreerida, milline näeb välja populism kommunikatsioonis, toob autor näite ühe maailma tuntuima populist, Ameerika president Donald Trumpi kõnepruugist. Kuna presidendiks kandideerides, oli Trumpi puhul tegemist telenäo ja kinnisvara ärimehega, siis valitsuskogemus, kui selline, tal puudus. Seetõttu presenteeris ta ennast rahvale kui autsaidarit ja „nendesugust“ (Wojczewski, 2020: 292). Näiteks on ta viidanud eliividivastase tunnusele ja valitsuse korrupsioonile:

„Me teeme lõpu valitsuse korrupsioonile ja hävitame kahjuliku Washingtoni.“ (Donald Trump, 18.10.2016).

Lisaks sellele kasutab ka näiteks ka negatiivset narratiivi teiste rahvuste suhtes:

„Trumpi administratsioon...astub vastu välismaisele petmisele, peatab töökohtade kadumise ameeriklastele ning toob need tagasi.“ (Donald Trump, 18.10.2016).

Neis kahes lauses võib leida kaks erinevat populismi tunnust, kuid on näha, et mõlemas rõhub ta tugevalt ka emotsioonidele. Vaadates mõne aasta eest peetud Trumpi kõnesid, on näha, kuidas rahvas on samuti emotsionaalne ja ülesköetud, just nagu nende karismaatiline liider. Nagu ka eelnevalt mainitud mängivadki emotsioonid populismi puhul suurt rolli, sest see püüab rahva tähelepanu.

1.5 Demagoogia

Euroopas seostatakse populismi tihtipeale demagoogiaga, sageli isegi sünonüümidenäna (Müller, 2016: 40). Näiteks ajaloolises võtmes Vana-Kreekas puudus demagoogial kui terminil sisuliselt igasugune negatiivne alatoon (McDonough, 2018: 140). Olgugi, et tänapäeval saadab mõlemat negatiivne varjund, ei saa neid reaalsuses aga samatähenduslikena kasutada. Kui populismi puhul on tegemist diskursusega, siis demagoogia puhul on tegemist pigem vahendiga. Antud töö käsitlebki demagoogiat kui ühte populismi tööriista ja võtet.

Lühidalt öeldes kasutab juht demagoogiat, kui võimu saamiseks on tema meetodiks valeväidete ja lubaduste levitamine ning liialt populaarsed seisukohad. Kui demagoogia ei pruugi vastu

minna avalike huvidega, siis on selle peamiseks eesmärgiks siiski isiklik kasu. Tihtipeale halvustatakse näiteks mõnda välisgruppi, millesse ise ei kuuluta (McDonough, 2018: 140-141). J. Justin Gustainis on üles märkinud mõned kompaktsed demagoogiaale omased tunnused, mida demagoogid võivad kasutada: liigne lihtsustamine (näiteks väga lihtsad lahendused keerulistele probleemidele), emotsionaalsele üleskutsele rõhumine, isiklikuks minev rünnak, valeargumentide kasutamine, anti-intellektuaalsus (Gustainis, 2009: 158). Inimesi eksitatakse eesmärgi saavutamiseks ja kasu saamiseks, neile räägitakse seda, mida nad tahavad kuulda, ent mis paraku ei pruugi absoluutselt tõele vastata (Baskerville, 2009: 9). Kui presidendiks kandideeris tuntud populist Donald Trump, siis oli tal vaja end tõestada kui sobivat riigijuhti omamata eelnevalt mingit poliitika kogemust. Ta pidi veenma rahvast, et ärimees on sobilik riigijuht. Selleks halvustas ta välist gruppi, kelleks olid tegutsevad poliitikud, sest tema ise ju ei kuulunud poliitikute hulka. Lisaks antud näitele, kasutas Trump ka isiklikke solvanguid teise kandidaadi H. Clintoni vastu (McDonough, 2018: 146-148). Demagoogia kui nähtus on niivõrd levinud, et selle vastu võitlemiseks on vaja, et sellest aru saadakse ja seda mõistetakse (Gustainis, 2009: 161). Demagoogia kasutamine debattides on sisuliselt ohuks poliitilise debati eesmärgile, milleks on anda rahvale relevantne ülevaade kandidaadist, tema plaanidest ja eesmärkidest. Demagoogia retoorika aga vastupidiselt hajutab inimeste arusaama ja ettekujutust kandidaadist ning võib luua nendest täielikult väära ja eksitava pildi (McDonough, 2018: 152).

1.6 Demagoogia- ja populismivaheline suhestus

Nagu on kirjutatud alapeatükis 1.5, mängivad populismi puhul kommunikatsioonis suurt rolli emotsioonid. See ongi üks võtme elemente demagoogia- ja populismivahelises suhestuses, kuna demagoogia põhieesmärgiks on lülitada välja tsentraalne infotöötlus ehk mitte lasta oponendil anda loogilisi, kaalutletud ja argumenteeritud sisulisi vastuseid. Selle asemel proovib demagoogia välja tuua perifeeriatud infotöötluse, kus otsuseid tehakse emotsioonide pealt. Demagoogiline strateegia on tegevusmudel, mille eesmärk on poliitilise võimu võitmine ja selle hoidmine. Demagoogiline strateegia mängib inimeste ärevuse, lootuste ja hirmudega, kasutades selleks erinevaid tehnikaid ja retoorikaid (Dramnescu, 2014: 9).

Populism taotleb kõige lihtsamalt öeldes rahva enda poole võitmist ja võimule pääsemist nagu iga teinegi erakond. Küll aga erineb retoorika, mida selle saavutamiseks tehakse, ent peamiseks võtteks võiks olla eliidivastatus, kus kõiki teisi erakondi proovitakse näidata justkui

rahvavaenlasena. Võtteid, mida populismi retoorikas võidakse kasutada, on muidugi mitmeid ning siinkohal võibki minna piir populismi ja demagoogia vahel häguseks. Näiteks võib populist kasutada oma retoorikas sisutihje lubadusi, ent siinkohal on tegemist pigem demagoogia, kui populismiga, sest demagoogiavõtet (sisutihje lubadus) kasutatakse populistliku eesmärgi saavutamiseks. Seetõttu ongi demagoogia kasutusel enamjaolt kui populismi töövahend ning selles võtmes on demagoogiat käsitletud ka antud töös. Samas võib populist kasutada ka äärmiselt argumenteeritud kõnet oma seisukohtade väljendamiseks, seega ei käi need kaks alati tingimata käsikäes. Põhimõtteliselt on võimalik ka see, et demagoogiat rakendab isik, kes ise tegelikult populist ei olegi, sest demagoogiat saab kasutada kergekäelisemalt. Samuti ei pruugi isik isegi teada, et ta demagoogiat rakendab, sest see võib esineda diskussioonis ka spontaanselt.

2. Metoodika

Bakalaureusetöö eesmärgiks on saada aimu populismi ja demagoogia kasutamise kohta Eesti erakondade seas 2023. aasta valimisdebattides. Töö eesmärk on selliselt seatud, sest esiteks annab see ka ülevaate erakonna poliitilisest kommunikatsioonist üldisemalt ning teiseks on tegemist aktuaalse eesmärgiga, mis on seatud, arvestades tulevasi 2023. aasta riigikogu valimisi.

Töö teoreetilises osas sai defineeritud nii populism kui ka demagoogia ning toodud nende kohta ka näiteid. Mõlemat nähtust kui sellist, saadab negatiivne kuvand ning sisuliselt puuduvad poliitilised organid, kes end kummagi nähtusega sooviks seostada. Populismi käsitletakse töös kui poliitilist diskursust ning demagoogiat kui populismi töövõtet. Olgugi, et tegemist on negatiivsete nähtustega, on need tänapäeval kujunenud lahutamatuks osaks igapäevapoliitikas. Nagu selgus alapeatükis 1.1, võib sellel olla ka demokraatiat õõnestav funktsioon. Kuna mingil määral leiab populismi ja demagoogiat suure tõenäosusega kõikide erakondade kommunikatsioonist, siis ei ole põhiküsimuseks see, kas seda kasutatakse, vaid see, mil määral ning milliseid alavõtteid kasutatakse.

2.1 Uurimisküsimused

Uurimisküsimused annavad vastuse kolmele püstitatud põhiküsimusele ning ka lisaküsimusele, mis on seotud retoorikavõtte õnnestumise või ebaõnnestumisega.

Kolm peamist uurimisküsimust on:

- 1) Milline on enim kasutatud populismi- ja demagoogiavõtte iga erakonna lõikes?
- 2) Milline on üleüldiselt enim kasutatud populismi- ja demagoogiavõtte?
- 3) Milline erakond kasutab populismi ning demagoogiat oma kommunikatsioonist enim ning milline kõige vähem?

Põhiküsimustele järgneb veel ka demagoogia- ja populismivõtete edukuse hindamine, mida tehakse läbi kolme aspekti:

- 1) Kas võtte tuntakse ära ning sellele ka viidatakse, mis tähendaks võtte läbikukkumist;
- 2) Kas laskutakse vaidlusesse, mida võib lugeda üpris õnnestunuks võtte kasutamiseks, sest reaktsioon teiselt poliitikult on kätte saadud;

- 3) Kas vastatakse populismi/demagoogia võttega, mida võib määratleda kui võtte õnnestunud kasutamiseks, sest ka konkurent on viidud selleni, et peale populismi või demagoogia kasutamise, ei osata muud targemat vastata.

2.2 Valim

Antud bakalaureusetöö valimiks oli 2023. aastal toimunud riigikogu valimisdebatid, mis aitasid saabuvate riigikogu valimiste raames kujundada kodanike arvamust erinevatest erakondadest ning nende kandidaatidest, aga ka nende ideedest ja eesmärkidest. Valimisdebatidel osalesid 7 Eesti erakonda - Eesti Keskerakond, EKRE, Eesti Reformierakond, Isamaa Erakond, Sotsiaaldemokraatlik Erakond, Eesti 200 ja Parempoolsed. Et vastata kuuete uurimisküsimusele tuli uurida kõikide poliitikute sõnavõtte, mille põhjal sai hiljem teostada kodeerimise. Kuna valimisdebati puhul on tegemist otsesaatega, on poliitikute sõnavõttudest saadav informatsioon vahetu, sest neil puudub sisuliselt parandamisvõimalus ning kehtib printsiip – mis on öeldud, see on öeldud. Samuti ei ole neil ka arutluse käigus liialt aega piiratud eetriaja tõttu oma vastuseid läbi mõelda. Valimisdebatte viis läbi ERR ning need koosnesid viiest saatest, mida näidati viiel järjestikusel kolmapäeval ajavahemikus 01.02.2023-01.03.2023. Saate ametlik nimi on „Valimisstuudio“ ning ühe saate pikkuseks on 1 tund ja 30 minutit. Saadet juhtisid Andres Kuusk, Johannes Tralla, Liisu Lass ja Mirko Ojakivi.

2.3 Analüüsimetodid

Vastamaks püstitatud uurimisküsimustele, tuli esmalt transkribeerida kõik saated ning kõik sõnavõttud. Seejärel sai lähtuvalt loodud kodeerimisjuhendile tuvastada kodeerimise käigus populismi- ja/või demagoogiavõttes. Läbi viidi ka järel kodeerimine, et ükski võtte ei jääks märkamata. See võimaldas luua numbrilise statistika, et vastata kolmele põhiküsimusele. Demagoogia- ja populismivõttes on tuvastatavad tänu teooriapeatükkidele, mis keskendusid nende kahe nähtuse kirjeldamisele ning nende toel on loodud ka demagoogia- ja populismivõtte määraja ehk kodeerimisjuhend (Lisa 1). Igal võttel on määrajas kindel omadus, mis aitab neid analüütilises üksuses kindlaks teha. Analüütiliseks üksuseks on töös mõtte/seisukoht. See on üks terviklik argument, mis võib koosneda mitmest lausest, kuid terviklikult puudutab vaid ühte teemat või fookust debatis. Kuna debatis annab sõna erakonna esindajale saarejuht, siis loetakse sõnavõtuks saatejuhi antud luba erakonna esindajal rääkida. Sama moodi on sõnavõttuna märgitud olukorrad, kus esindaja ise ilma saatejuhi loata sõna

võtab. Analüütilise üksusena ei ole mõistlik kasutada näiteks ühte lauset, sest sageli areneb mingi mõte debatis terviklikuks alles paari lause jooksul. Juhendis on välja toodud kolm kategooriat – populism, demagoogia ja populistlik demagoogia, millel on omakorda alakategooriad. Populismi võtet tähistab märg (P) ning demagoogiavõtet tähistab märg (D). Kui poliitiku sõnavõttus on leitav side lause ja võtte vahel, saabki väita, et kasutatakse kas populismi või demagoogiat. Kuna tihtipeale võib esineda tsitaadis nii demagoogiat kui ka populismi, siis siinkohal on tegemist populistliku demagoogiaga, mille märkeks on (PD). Teise olulise osana, mis aitab hinnata võtte efektiivsust, on kolmele täiendküsimusele vastamine. See tähendab, et ei analüüsita mitte vaid poliitiku sõnavõttu, vaid jälgida tuleb ka oponenti vastust. Selle põhjal on näha, kes tuleb kõige paremini toime rakendatud võtetega ning kes langeb hoopiski võtete ohvriks. Küll aga ei saa luua antud osa juures relevantset statistikat, sest debati käigus ei anta kõigile võrdselt võimalust oponenti sõnavõttule vastata, mis tähendab, et isegi, kui rünnatav oleks soovinud ründaja võttele vastata, ei pruugi ta selleks sõna saada. Lisaks sellele on võimalik analüüsi käigus tuvastada ka vasak- ja parempopulismi, mille erinevused on samuti kirjeldatud teooria osas. Vasak- ja parempopulism on märgitud kodeerimisjuhendis (Lisa 1) vastavalt (VP) ja (PP).

Populismivõteteks on:

- 1) Pluralismivastatus – väitmine, et põhimõtteliselt vaid nende enda erakond on legitiimne ja sobilik valitseja (selle taga on ainuvõimu soov). Ollakse kahtleval seisukohal igasuguste pluralismi põhiseisukohtade osas, k.a institutsionaalsete protseduuride ja organite suhtes (Mudde, 2007).
- 2) Eliidi ründamine – valitsevad erakonnad ning pikalt Eestit juhtinud erakonnad seatakse halba valgusesse ning luuakse hea-halb vaatepilt. Eesmärgiks ei ole mitte oma erakonna mõtteid vahendada, vaid süüdistada ja rünnata valitsevat erakonda. Võttes võidakse viidata ka sellele, kuidas riigis teevad otsuseid kõrged eliidid (Urbinati, 2019: 117; Müller, 2016: 29; Mair, 2002: 88). Kui antud kriteerium keskendub pigem sotsiaal-majanduslikele aspektidele (näiteks töölisklassi kaitsele eliidi eest), siis on tegemist vasakpopulistliku võttega VP (March, 2007: 74). Rahvuslusele keskenduva eliidi rünnaku puhul on tegemist parempopulismiga (PP) (Mudde, 2007).
- 3) Rahva tahte väljendamine – populistidele meeldib jätta muljet, justkui teaks nemad täpselt seda, mida rahvas tegelikult tahab. Nad räägivad selgelt rahva soovidest, kuigi tegelikkuses ei saa nad rääkida rahva eest (Müller, 2016: 17, 90).

- 4) „Õige“ rahvas – rahvast rääkides, ei peeta rahvaks mitte kõiki riigi kodanikke, vaid ainult näiteks nende endi toetajaid. Samal ajal ei pruugi ülejäänud kodanikud nende arvates moraalse rahva hulka kuuludagi (Müller, 2016: 17, 90).
- 5) Välisgrupi vastase viha õhutamine – populistid usuvad, et ühtekuuluvus tekib identiteedist, mistõttu ei tolereerita sageli immigrante, aga ka teisest religioonist inimesi. Võidakse tuua kriitilisi argumente näiteks sisserände osas, kus võõrtööjõud võtab oma rahvalt töötegemise võimaluse ära (Rosanvallon, 2011: 6-7). Siinkohal on tegemist parempopulistliku kriteeriumiga PP (Mudde, 2007). Sageli ollakse oma arvamustega kriitilised ka LGBT õiguste osas.
- 6) Paatose esilekutsumine – see võtte seostub eelkõige isamaa-armastuse ja patriootlike omadustega, kus rõhutakse eestlusele ja rahvale. Kuulajate tähelepanu proovitakse püüda rahvuslike teemadega (Engesser & Ernst & Esser & Büche 2015, 1111).
- 7) Ajaloole tuginemine – teise erakonna esindaja kuvandi halvustamine toetused ajaloole. Sageli tuuakse tähelepanu alla näiteks varasemate valimislubaduste mittetäitmine, et tuletada kuulajale meelde erakonna puuduseid. Tegelikult ei kaasne sellega soovi diskussiooni laskuda, vaid lihtsalt oponenti õõnestada (Anderson & Secor, 2022).

Demagoogiavõteteks on:

- 1) Isiklik rünnak (Ad Hominem) – rünnak on suunatud selgelt inimese enda või ka erakonna vastu. Tegelikult puudub soov vastata küsitud küsimusele või rääkida etteantud teemal ning soovitakse end lihtsalt repliigi korras sõimamisega nähtavaks teha (Gustainis, 2009: 158).
- 2) Emotsionaalne kõnepruuk – tegemist on nii populistile kui ka demagoogile omase võttega, mistõttu esindab see võtte populistlikku demagoogiat. Emotsioonidele rõhumine on üks populistide lemmik võtteid. Kasutatakse värvikaid ning emotsionaalseid sõnakasutusi. Samuti ka vihakõne. Sageli puudub sellistel sõnavõttudel selge argument ja eesmärk, öeldakse vaid seetõttu, et muud sisulist ei osata repliigi korras välja tuua (Gustainis, 2009: 158).
- 3) Liiga lihtsad lahendused – probleemidele pakutakse välja ilmselgelt liiga lihtsaid lahendusi, et rahvale mitte liialt keeruliselt mõjuda (Bucy & Foley et al. 2020: 637). Kui küsitakse näiteks raha leidmise kohta, siis on vastus liialt lihtne ja napolisõnaline.
- 4) Valeargumentide loomine – sageli valetatakse ja painutatakse tõde endale sobival viisil (Gustainis, 2009: 158). See on nii populismi kui ka demagoogiavõtte, mistõttu liigitub populistliku demagoogia alla.

Populistliku demagoogia võtteks liigitub võte juhul, kui see sisaldab nii populistlikku kui ka demagoogilist elementi.

Järgnevas peatükis on esitatud tulemused ehk on kirjeldatud diskursust kvantifitseeritud andmete kaudu. Esmalt on esitatud tulemused rohkem statistilises võtmes, sellele järgneb analüüs ka näidete kaudu, et presenteerida lugejale, milliseid võtteid debattides kasutati ning kolmandaks on esitatud autori järeldused, mis tuginevad eelnevale analüüsile.

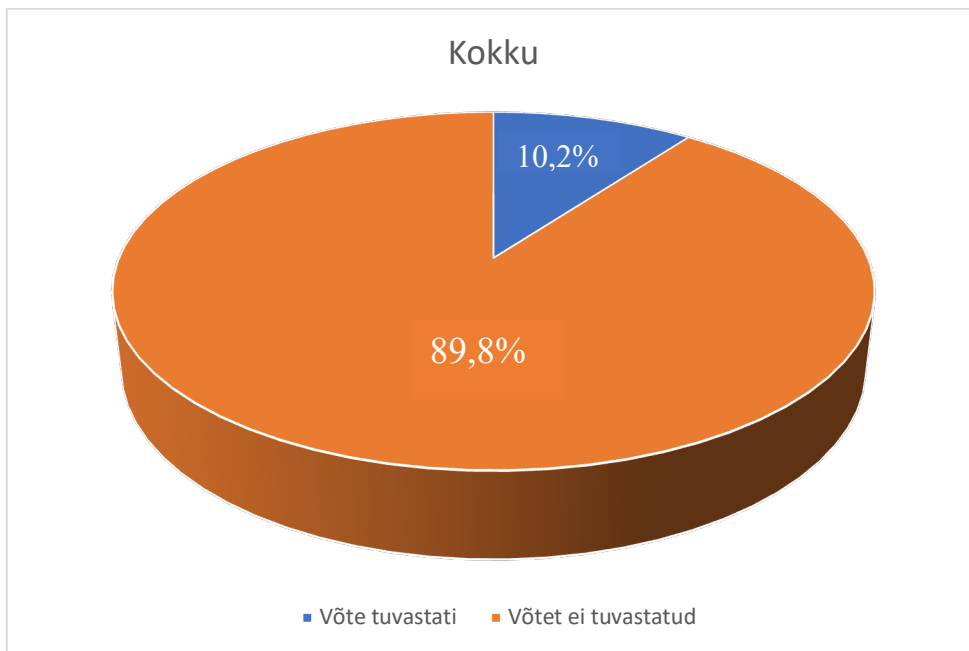
3. Analüüsi tulemused

Kolmandas peatükis esitatakse analüüsil saadud tulemused Eesti erakondade poliitilise kommunikatsiooni kohta 2023. aasta ERR-i valimisdebatide toel. Tulemused lähtuvad eelnevates peatükkides loodud teoreetilisest baasist ja kodeerimisjuhendist. Valimi tulemusena analüüsiti viite valimisdebatti, kokku kestusega 7,5h.

3.1 Tulemuste esitamine

Valimisdebatis osalenud seitsme erakonna seast anti enim sõna ülekaalukalt Reformierakonnale – 75-l korral. Neile järgnesid Keskerakond ning Sotsiaaldemokraadid. Selgelt vähim said sõna Parempoolsed. Üldiselt on antud statistika osas tulemused oodatavad, sest enim sõna said erakonnad, kes näitasid ka reitingute osas üles suurimat populaarsust ning on enamjaolt olnud ka pikemalt valitsuses. Kaks viimast erakonda, kelleks olid Parempoolsed ja Eesti 200, kumbki valitsuses olnud ei ole, mistõttu oli ka oodatav, et oma seisukohti saadakse esitada vähem.

Viie saate peale oli sõnavõtte kokku 432 ning neist võis leida kokku neljakümne neljal korral populismi- ja/või demagoogiavõtet. See tähendab, et 89,8% sõnavõttudest ei tuvastatud ühtegi võtet ning 10,2% sõnavõttudest tuvastati. Kui ühes sõnavõtus oli võimalik tuvastada kahte erinevat laadi võtet, siis liigitus see siiski võtte kasutamise alla ühes sõnavõtus ehk üldine number ei suurenenud. Näiteks, kui poliitik kasutas võtteid siiani neljas sõnavõtus, ent viimases ehk viiendas sõnavõtus kasutas erinevaid võtteid kahel korral, siis see tähendab, et võtted olid tema puhul tuvastatavad siiski viies sõnavõtus, mitte kuues.

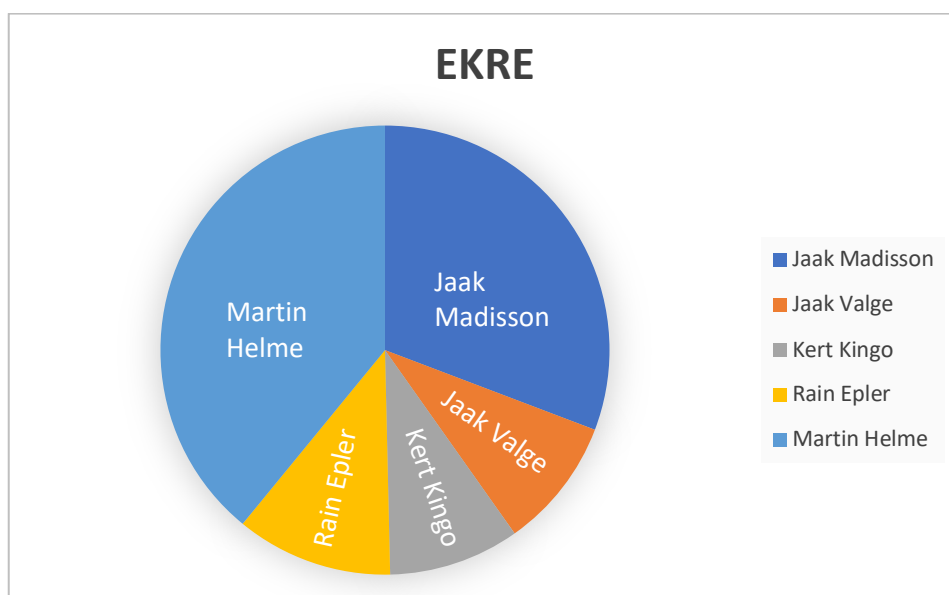


Joonis 1. Populismi ja demagoogia osakaal sõnavõttudes.

Nagu selgub (Joonis 1) on siiski suur osa sõnavõttudest populismi- ja demagoogiavõtetest vaba, mis on iseenesest positiivne. Küll aga on üheks põhjuseks see, et mõned erakonnad kasutasid võtteid kas väga vähesel määral või üldse mitte ning teised jällegi rohkem, seega tegelikkuses on erakonniti pilt erinev. Järgnevalt lähebki analüüs veidi detailsemaks ning vaadatakse tulemusi erakondade lõikes, mis annab sisukama ülevaate iga erakonna kommunikatsiooni kohta.

Peaministriparteid ehk Reformierakonda esindasid viies debatis Hanno Pevkur, Liina Kersna, Signe Riisalo, Kristen Michal ja Kaja Kallas. Nagu mainitud, osutus Reformierakond erakonnaks, kes sai debattides kokkuvõttes enim sõna. Seda oli ka mõnevõrra oodata, sest tegemist on peaministriparteiga, kus on ka enim ministreid, seega ka vaatajate jaoks on erakonna vaated ning mõtted tõenäoliselt olulised. Kõige rohkem sai sõna tervishoiu teemadel kõnelenud Signe Riisalo (19-1 korral), kes on ka praegune sotsiaalkaitseminister ning terviseetemetega hästi kursis. Reformierakond kasutas otsitavaid võtteid 75-st korrast vaid ühel, mis on märkimisväärselt hea tulemus. Protsentuaalselt vaid 1,3%. Ära märgitud ühe võtte sooritas Hanno Pevkur esimeses julgeolekupoliitika debatis, kes kasutas Ad Hominem rünnakut vastusena EKRE saadikule Jaak Madissonile. Jaak Madisson esitas valefakte praeguse valitsuse julgeolekupoliitika kohta ning demagoogiavõtet kasutades, ründas vastu ka Hanno Pevkur.

EKRE puhul oli tegemist oodatavalt kõige rohkem oma kommunikatsioonis populismi- ja/või demagoogiat kasutava erakonnaga. EKRE-t esindasid Jaak Madisson, Jaak Valge, Kert Kingo, Rain Epler ja Martin Helme. Kokku saadi sõna kuuekümne kolmel korral, mis on neljas tulemus. EKRE puhul on tegemist parteiga, kes suurel määral just Reformierakonnaga valimisvõidu eest võitles. Enim sõna sai Rain Epler neljandas debatis, kus vesteldi majandus- ja energiateemadel (15-l korral). 63-st sõnavõtust tuvastati otsitavaid võtteid 22-l korra, mis protsentuaalselt teeb 34,9%. Enim kasutas võtteid Martin Helme, kes sai sõna 13-l korral ning kasutas võtteid 9-l korral (protsentuaalselt 69,2%). Temast teisele kohale osutus Jaak Madisson, kes sai sõna 11-l korral ning kasutas võtteid 6-l korral (protsentuaalselt 54,5%). Ülejäänud 3 saadikut kasutasid võtteid vähem. Järgnevalt on toodud ka joonis EKRE saadikute võtete osakaalu võrdluse kohta.



Joonis 2. EKRE saadikute võtete osakaalu võrdlus.

Sotsiaaldemokraate esindasid Raimond Kaljulaid, Piret Hartmann, Helmen Kütt, Riina Sikkut ja Lauri Läänemets. Sotsiaaldemokraadid said sõna 66-l korral, mis asetab nad Reformierakonna järel teisele kohale. Sotsiaaldemokraatidest sai enim sõna neljandas saates majandus- ja energiaküsimustes debateerinud Riina Sikkut. See oli ka oodatav, sest tegemist on praeguse majandus- ja taristuministriga, kellel ongi antud teemade osas palju seisukohti. Sotsiaaldemokraatide sõnavõttude puhul tuvastati otsitavaid võtteid 66-st neljal korral

(protsentuaalselt 6,1%) ning need kõik tehti ühe isiku poolt, kelleks on esimeses julgeolekudebatis sotse esindanud Raimond Kaljulaid.

Keskerakonda esindasid viies debatis Neeme Väli, Jaak Aab, Tanel Kiik, Taavi Aas ja Jüri Ratas. Kokku saadi sõna 65-l korral, mis on Reformierakonna järel kolmas tulemus. Enim sõna sai Tanel Kiik, kelle puhul on tegemist endise sotsiaalministriga ning ka tervise- ja tööministriga, mistõttu võis eeldada, et ka temal on sarnaselt Signe Riisaloga palju mõtteid jagada. Keskerakonnale kuulub ka debatis vähim sõna saanud erakonna tiitel. Viie debati peale sai vähim sõna Neeme Väli esimeses julgeolekudebatis – vaid kaheksal korral. Keskerakonna puhul oli võimalik tuvastada võtteid viiel korral, mis on protsentuaalselt 7,7% 65-st. Arvestades seda, et ka Keskerakond on üheks erakonnaks, kes peab Reformierakonnaga valimistel tihedalt võistlema, on see üpris hea näitaja, sest kohti, kus peaministriparteid süüdistada, oleks olnud iseenesest palju rohkem. Enim kasutas võtteid Taavi Aas kolmandas saates - majandus- ja energiadebatis ning seda kolmel korral.

Isamaa sai sõna 60-l korral. Parteid esindasid Urmas Reinsalu, Tõnis Lukas, Lea Danilson-Järg, Priit Sibul ja Helir-Valdor Seeder. Isamaa sõnavõttudest oli võimalik tuvastada võtet vaid ühel korral neljandas debatis Priit Sibula poolt, mil debateeriti majanduse küsimuste üle. Sibul kasutas emotsionaalse kõnepruugi demagoogilist võtet.

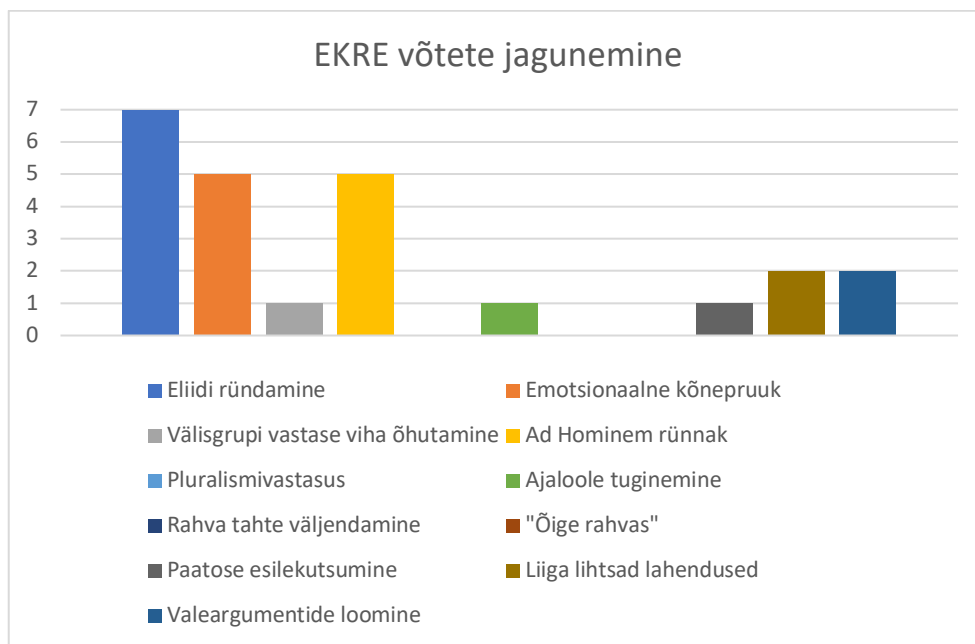
Erakonda Parempoolsed esindasid saadikud Ilmar Raag, Tauno Õunapuu, Marelle Erlenheim, Siim Kiisler ning Lavly Perling. Parempoolsed said sõna oodatult kõige vähem – kokku 44-l korral. Tulemus on oodatav, sest tegemist ei ole kuigivõrd populaarse erakonnaga ning kindlasti valitavuselt esiotsa ei kuulu. 44-st sõnavõttust oli võimalik võtteid tuvastada viiel korral, mis protsentuaalselt on 11,4%. Enim kasutas võtteid Siim Kiisler neljandas majandusdebatis ning seda neljal korral. Sõna sai Kiisler 13-l korral. Eelnevalt oli Parempoolsete erakond jätnud endast üsna tagasihoidliku mulje ning seetõttu oli ka ühes debatis rohkelt kasutatud võtete protsent (30,8%) üllatav.

Eesti 200 erakonda, kes Eestis on selgelt tõusuteel, esindasid Margus Tsahkna, Kristina Kallas, Irja Lutsar, Marek Reinas ning Lauri Hussar. Professor Irja Lutsar sai oma erakonnast viies debatis enim sõna ning seda tervishoiu debatis, mis oli ka oodatav, sest tegemist on ühe võtmeisikuga, kes koroonakriisis Eestis esile kerkis ning kes on ka laiemalt pikalt tervise valdkonnas tegelema. Eesti 200 sai kokku sõna 59-l korral, mis asetab nad eelviimasele

kohale. Neist taga pool on vaid Parempoolsed. Nagu mainitud on erakonna reitingud olnud tõusuteel ning seetõttu oleks oodanud, et erakonna saadikud saavad sõna isegi rohkem. Võtteid oli võimalik tuvastada 59-st korrast kuuel, mis protsentuaalselt on 10,2%, siiski ei ole tegemist märkimisväärselt negatiivse tulemusega. Enim kasutas võtteid esimeses debatis osalenud Margus Tsahkna.

Kokkuvõtvalt sai sõna enim Reformierakond, mis oli ka oodatav ning vähim erakond Parempoolsed, mida võis samuti eeldada. Küll aga oleks lootnud, et erakond Eesti 200 saab isegi rohkem sõna, kui seda saadi, sest tegemist on populaarsuselt kasvava erakonnaga ning seda just eriti noorte seas. Tegemist on erakonnaga, keda aina suurem osa sooviks näha Eestit valitsusemas. Enim võtteid oli võimalik tuvastada oodatavalt EKRE sõnavõttudes, kelle kommunikatsioonist on ka varem palju demagoogiat ning populismi leitud (Tiidermann, 2022). Kui rääkida eraldiseisvalt debattidest, siis kasutati enim võtteid viimases ehk peaministri kandidaatide debatis, mis oli ka oodatav, sest vastuseis Reformierakonna ja EKRE vahel on valimistel märkimisväärne. Palju on esitatud vastasseisu Kaja Kallas vs Martin Helme. Ükski erakond ei saanud viie debati peale puhast tulemust, mis tähendaks, et ei oleks kasutatud võtteid ühelgi korral. Küll aga saab vastata uurimisküsimusele: Milline erakond kasutab populismi ning demagoogiat oma kommunikatsioonis enim ning milline kõige vähem? Vähim võtteid oli võimalik tuvastada seitsmest erakonnast Reformierakonna kommunikatsioonis ja sõnavõttudes ning nende järel Isamaa kommunikatsioonis. Kõige rohkem esines populismi ning demagoogiat EKRE kommunikatsioonis. Järgnevalt minnakse võtete osas sisulisemaks, et saaks aimu, milliseid võtteid täpselt kasutati ning saaks vastata ka ülejäänud uurimisküsimustele.

Enim populismi ja/või demagoogiat kasutanud erakonnaks osutus oodatavalt EKRE. EKRE esindajatest kasutasid viies debatis võtteid kõik poliitikud. Küll aga oli nende osakaal erinev, mida oli näha esimesel joonisel (Joonis 1). EKRE eelistatuimaks võtteks oli eliidi ründamine, mida kasutasid Jaak Madisson, Rain Epler ning Martin Helme. Erandiks olid Kert Kingo ning Jaak Valge. Vähim kasutasid võtteid Jaak Valge ning Kert Kingo, seda kahel korral. Eliiti rünnati kokku seitsmel korral. Eliidi ründamine oli samuti oodatavalt kasutatav võte, sest nagu eelnevalt mainitud, on nendel valimistel EKRE n.ö suurim vastand Reformierakonnale, seega kasutati palju ära võimalust rahvale Reformierakonna kui eliidi vigu ja puudusi meelde tuletada.



Joonis 3. EKRE võtete jagunemine.

3.2 Näiteid võtetest.

Järgnevalt on toodud näitena 2 eliidi ründamise võtet EKRE saadikute poolt:

„No minu väide on see, et tänane valitsus on käitunud Euroopas silmapaistvalt kõige halvemini, kõigepealt lihtsalt keeldus reageerimast nendele ohtudele, mis olid väga selgelt näha ja tuvastatavad, mis olid näha ja tuvastatavad enne loomulikult, kui Venemaa sissetung Ukrainasse toimus.“ (Martin Helme, 01.03.2023, Valimisstuudio 5)

„Ma tahtsin öelda seda, et kuidas ma ütlen valijale, valida erakonda, kes on teinud 20 aasta jooksul kordades vigu, noh ütleme küll riigikaitstes, elanikkonnakaitstes, majandusküsimustes ja nüüd loota, et äkki nad õpivad ja teevad midagi muud ja õigesti ja paremini, siis valija on loll. Ära ole rumal.“ (Jaak Madisson, 01.02.2023, Valimisstuudio 1)

Esimeses refereeritud võttes on kujutatud eliidina tänast valitsust, mis asetab nad hea-halb skaalale. Viidatud on sellele, kuidas valitsuse toimetulek Ukraina sõjaga kaasnenud julgeolekukriisis on Euroopa halvim. Võtte eesmärgiks on faktidele mittetugineva väitega kuulaja tähelepanu püüda ning näidata, mida valitsus on halvasti teinud. Tegelikult puudub selles lauses igasugune sisu ning soov antud teemal oma erakonna mõtteid ja plaane väljendada, mis peaks olema repliigi tegelik eesmärk. Teises võttes on samuti selge, et

sõnavõtu eesmärgiks on halvustada eliiti, kes on Eestit juba 20 aastat juhtinud, mitte rääkida sisulistest teemadest. Loomulikult on EKRE-l võimalus öelda seda seetõttu, et nende puhul ei ole tegemist erakonnaga, kes oleks Eestit pikalt valitsenud, mis annab neile võimaluse viidata kõikidele vigadele, mis siiani justkui teiste poolt tehtud on. Võtte eesmärgiks on panna kuulajat mõtlema oma valiku üle ning mõjutada inimesi mitte valima neid „eliit-erakondi“, kes Eestit siiani juhtinud on, sest nende hinnangul on seda nende juhtimisel tehtud ilmselgelt valesti.

Erakonna teiseks kasutatumaks võtteks oli emotsionaalne kõnepruuk, mida kasutati viiel korral. Emotsionaalse sõnavõtu puhul oli EKRE kasutuses tegemist populistliku demagoogiaga, sest lisaks emotsioonidel põhinevale sõnavõtule, sisaldas see ka populistlikke jooni. Emotsionaalset kõnepruuki kasutasid Jaak Madisson ning Martin Helme. Järgnevalt on toodud näide Martin Helme emotsionaalsest kõnepruugist:

„Jaa, no ma muidugi Kaja loosungite kohta ütleks, et avatud on ta ainult suurele immigratsioonile. Ja läänelikkus on, noh see korruptsioonitase, mis meil Reformierakonna juhtimisel Eestis on, on Venemaaga sarnane“ (Martin Helme, 01.03.2023, Valimisstudio 5)

Antud võtte eesmärgiks on selgelt emotsioonidel põhineva sõnavõtuga rünnata Reformierakonna valimistel kasutatavat sloganit. Samuti toob Martin Helme välja Reformierakonna kui valitseva erakonna korruptsioonitaseme, mis on samuti üks populismi tunnuseid – kujutada eliiti kui korrumpeerunud gruppi. Lisaks sellele manipuleeritakse kuulajaga tuues sisse Venemaaga sarnasuse narratiivi, sest praegusel ajal, mil Venemaa viib läbi sõda Ukrainas, on inimeste tundlikkus Venemaaga seotud teemade suhtes kasvanud. Võtte eesmärgiks on panna inimestele südamele, et valides Reformierakonda, muutub Eesti Venemaaga sarnaseks riigiks ning see on justkui koputus inimeste südametunnistusele. Tegelikuses puudub antud lauses sisuline eesmärk oma erakonna ideid väljendada. Tulles selle juurde, kuidas tuli toime EKRE demagoogia-ja populismivõtetega, saab vaadata vaid ühte vastust, sest teiste erakondade puhul ei tuvastatud ühtegi suunatud rünnakut EKRE poliitikute ega nende erakonna vastu, millele oleks olnud võimalik reageerida. Ainsa toimetulekuna saab vaadata Jaak Madissonile suunatud isiklikku rünnakut Raimond Kaljulaiu poolt, millele vastas Jaak Madisson sama moodi demagoogilise vastusega. Kuna Madisson läks rünnakuga kaasa, ei olnud see tema poolt võttega õnnestunud toimetulek.

Reformierakond kasutas võtet vaid ühel korral, mil seda tegi Hanno Pevkur, vastates Jaak Madissoni demagoogiale. See muudab koheselt ka Jaak Madissoni kasutatud võtte edukaks, sest vastaspoliitikult saadi kätte reaktsioon, milleks oli Ad Hominem rünnak. Sellega astus Hanno Pevkur samale tasemele, et kasutada demagoogiavõtet. Hanno Pevkuri vastus Jaak Madissoni Ad Hominem rünnakule oli järgnev:

„Sa oled liiga pikalt Brüsselis olnud, see on jama, mis sa siin ajad!“

Tegemist on Jaak Madissoni vastu tehtud isikliku rünnaku vastu. Kui tegelikkuses oleks saanud ka oponendi demagoogiavõttele vastamata jätta, otsustas Pevkur siiski samaga vastata ehk demagoogiat kasutada. Tegelikkuses ei anna antud lause mitte midagi debatile juurde ning on lihtsalt üks emotsionaalne väljapurse teise isiku suunas, sest see, et Jaak Madisson räägib faktidel mittepõhinevat juttu, ei ole siiski mingil moel seotud sellega, et ta töötab Brüsselis. Küll aga jäigi see ainsaks Reformierakonna tuvastatud võtteks. Lisaks sellele saab välja tuua ka Reformierakonna positiivse külje populismile vastamisel. Hanno Pevkuril oli võimalus vastata Jaak Madissoni eliidi ründamisele ning eriti märkimisväärselt sai vastata viiendas debatis osalenud Kaja Kallas, mis on ka oodatav, sest süüdistusi tuli EKRE saadikult palju. Kaja Kallas sai vastata kuuete võttele üheksast, mis on üle poole. Kaja Kallas on nende näitajatega ka edukaim populismi ja demagoogiaga toimetulija. Lisaks sellele, et Reformierakonna saadik tegeles sisukalt oma erakonna ideede väljendamisega, jõudis ta tegeleda ka oponendi väidete ümberlükkamise või iseenda kaitsmisega.

Keskerakonna puhul oli võtteid võimalik tuvastada viiel korral, mil seda tegid Tanel Kiik, Jüri Ratas ning Taavi Aas. Eranditeks olid Jaak Aab ning Neeme Väli. Kasutati kahte võtet, milleks oli ajaloole tuginemine ning eliidi ründamine. Kuna Keskerakond enam hetkeseisuga valitsusse ei kuulu, siis saavad nad kujutada ennast kui eliiti mittekuulijat. Eliiti rünnati neljal korral ning ajaloole tuginemise võtet kasutati ühel korral. Järgnevalt on toodud näited Keskerakonna võtete kasutamisest:

„Täna me oleme tõesti olukorras, kus me oleme negatiivse majanduskasvuga riik, ainus muide Euroopas ja selle põhjus kindlasti on see, et tänane valitsus ei ole astunud ühtegi sammu, et aidata meie majandust taas tõusuteele.“ (Taavi Aas, 22.02.2023, Valimisstudio 4)

*„Ja kui on nii kiire olnud selle asjaga, siis ma küsin, et Reformierakond on hoidnud kaitseministri portfelli kaks aastat ja seda pole algatatud, et miks siis seda pole algatatud?“
(Jüri Ratas, 01.03.2023, Valimisstuudio 5)*

Esimeses näites on tegu populismi võttega, mis rõhub sellele, et põhjuseks, miks Eesti on negatiivse majanduskasvuga riik, on tänane valitsus. Lause jätab lihtsustades mulje, justkui ei oleks valitsus teinud mitte midagi selleks, et riiki kriisist välja aidata, kuigi tegelikkuses ei saa kindlasti väita, et mitte midagi ei ole tehtud. Võte mõjutab inimest mõtlema nagu oleks tõesti tänane valitsus lihtsalt niisama istunud ja vaadanud, kuidas Eestist saab Euroopa ainus negatiivse majanduskasvuga riik. Teise võtte puhul on tegemist populistliku demagoogia võttega, sedapuhku ajaloole tuginemisega, kus on ka eesmärgitu emotsionaalne küsimus. Debatis osalejate ülesanne ei ole esitada üksteisele emotsioonide pealt küsimusi, miks midagi tehtud ei ole, vaid tegelikult peaks olema eesmärgiks oma erakonna ideid väljendada, vastates saatejuhi konkreetsele küsimusele. Antud sõnavõtt on tehtud lihtsalt selleks, et kuulajaga manipuleerida ning panna teda mõtlema asjadele, mis Reformierakond on minevikus tegemata jättnud ning jätab omakorda mulje nagu Keskerakonna juhtimisel sellist asja juhtunud ei oleks.

Keskerakonnal oli võimalik vastata demagoogiale ühel korral, mil Tanel Kiige vastu kasutati isiklikku rünnakut EKRE saadiku Kert Kingo poolt. Tegemist oli Ad Hominem rünnakuga, mis sisaldas endas õhku visatud eesmärgita küsimust, mida Tanel Kiik oma ministriks olemise aja jooksul üldse tegi, et Eestit tervisekriisist välja tuua. Tanel Kiik suutis sellele edukalt vastata, loetledes üles asjad, mida tema ministri aja jooksul tegi või algatas.

Eesti 200 kasutas võtteid kuuel korral. Enim kasutas võtteid Margus Tsahkna – kolmel korral, Lauri Hussar ühel korral ning Marek Reinas kahel korral. Enim kasutatavaks võtteks oli Eesti 200 puhul eliidi ründamine, mida kasutasid kõik kolm poliitikut. Võtteid ei kasutanud Irja Lutsar ning Kristina Kallas. Samuti ei saa antud erakonna puhul välja tuua ühtegi vastust oponentide populismi- või demagoogiavõtetele, sest erakonna ega erakonna esindajate vastu mingisuguseid võtteid ei rakendatud. Järgnevalt on toodud välja Marek Reinase eliidi ründamise populistliku demagoogiavõtte ning ka vasakpopulistlik võtte Margus Tsahkna poolt:

„Mul puudub igasugune arusaam, millega tegelesid Eesti ametnikud ja ministrid Brüsselis, kui need otsused seal vastu võeti, selle pärast, et me ei saa seal Brüsselis niisama mängida toredaid kukupaisid ja kõigele alati alla kirjutada, Eesti huvid ja Eesti majanduse huvid peavad olema

esimesed, mille peale tuleb mõelda, aga antud juhul ausalt öeldes seal ka mängiti mäkra ja nii palju, kui mina sellest asjast aru sain, põhimõtteliselt aastas umbes 100-200 miljonit lasti vastu taevast tänu sellele.“ (Marek Reinas, 22.02.2023, Valimisstuudio 4)

„Enne, kui sotsiaaldemokraadid ajavad käe tööinimese taskusse ja hakkavad uusi makse kehtestama, peame me tõmbama riigikulud kokku.“ (Margus Tsahkna, 01.02.2023, Valimisstuudio 1)

Reinas viitab Eesti ametnikele kui eliidile, kes võtavad vastu otsuseid Brüsselis vastavalt sellele, mida Brüssel kui kõrgem toimija meile ette kirjutab, jättes sealjuures tahaplaanile Eesti huvid. Võtte eesmärgiks on rünnata poliitikuid, kes võtavad Euroopa Liidus vastu otsuseid, mis meieni käskudena jõuavad, kuigi tegelikult peaksime me ise teadma palju paremini, kuidas Eestis asjad käima peaksid. Olgugi, et võttes on läbivaks koodiks eliidi ründamine populismi võttena, kasutab poliitik ka väga värvikaid ning emotsionaalseid väljendeid nagu „kukupaid“ ja „mäkra mängima“, mis viitab ka demagoogilisele tunnusele, seetõttu on võtte liigitatud populistliku demagoogia alla. Tsahkna sõnavõtu puhul on selge viide tööinimese ja riigi kui eliidi vahel, mida on selgitatud teooria osas. Tegemist on vasakpopulistliku võttega. Otsustajad riigis, keda määratletakse kui eliiti, teeb otsuseid võtmata arvesse tavalise tööinimese huve ja vajadusi. Eliidi eesmärgiks on riigikassasse raha tuua kehtestades uusi makse, ent mida tehakse „tavalise“ inimese heaolu arvelt.

Parempoolsete puhul oli võtet võimalik tuvastada viiel korral, mil seda tegid Marelle Erlenheim ning Siim Kiisler. Marelle Erlenheim ühel korral ning Siim Kiisler neljal korral, mis oli üpris kiüllatav. Marelle Erlenheim kasutas emotsionaalse kõnepruugi demagoogia võtet ning Siim Kiisler kahel korral demagoogilist Ad Hominem rünnakut, ühel korral demagoogilist emotsionaalset kõnepruuki ning ühel korral ka populistlikku eliidi ründamist. Vastamiseks oponentide võtetele Parempoolsetel võimalust ei tulnud, sest nende vastu ühtegi kommentaari ei esitatud. Järgnevalt on välja toodud neljandas debatis osalenud Siim Kiisleri emotsionaalne kõnepruuk:

„Minister langetab otsuseid RMK raiemahtude osas ilma igasuguste analüüsideta, lihtsalt tulistab numbreid, aga samas patus on süüdi Keskerakond, üks Keskerakonna minister viimasel tööpäeval, noh sisuliselt tegi sama, enam-vähem viimasel tööpäeval, ka praegune

keskkonnaminister langetab raiemahtu, kui tuleb järgmine Keskerakonnaminister tõstab raiemahtu, keegi aru ei saa, mis toimub.“ (Siim Kiisler, 22.02.2023, Valimisstuudio 4)

Tegemist on sisuliselt repliigi korras öeldud emotsionaalse kirjeldusega sellest, mida teevad teised erakonnad valesti. Sõnavõtu eesmärk ei ole seotud erakonna plaanide väljendamisega, vaid nagu ta ka ise selgelt ütleb, on tegemist teiste süüdistamisega, mis tihtipeale võib juhtuda siis, kui kõnelejal endal puuduvad antud teema osas argumenteeritavad mõtted. Tegemist on demagoogilise võttega. Lisaks saab välja tuua ka mõnetise isikliku rünnaku joone, mida võib märgata kõneleja korduval süüdistusel just Keskerakonna vastu. Ad Hominem rünnak võib kujuneda ka selgelt ühe erakonna vastu, mitte pelgalt isiku vastu.

Isamaa puhul olid võtete näitajad positiivsed, kui neid oli võimalik tuvastada vaid ühel korral neljandas debatis, mil emotsionaalset kõnepruuki kasutas Priit Sibul. Ühelgi korral oponentide võtetele vastata ei saanud, sest nende erakonna suunas suurel määral rünnakuid ei tehtud. Järgnevalt on välja toodud Priit Sibula emotsionaalse kõnepruugi võte:

„Tegelikkuses on muidugi see, et väga palju on siin pika vinnaga, et siin võib olla ka vabalt eelmise majandusministri tegemata töö.“ (Priit Sibul, 22.02.2023, Valimisstuudio 4)

Repliigi korras öeldud lühike, ent eesmärgita emotsionaalne lause, mis justkui ei ole otseselt süüdistusena mõeldud, kuid siiski jätab kuulajale küsimuse õhku, mille peale mõelda – äkki on praegune majanduskriis siiski majandusministri tegemata töö? Tegemist ei olnud mõne pikema sõnavõtu sees esinenud võttega, vaid kõneleja võttis sõna selleks, et öelda see ühelauseline repliik, mis näitab, et tegelikult puudus sellel etteantud teemal debateerimise eesmärk ning sooviti lihtsalt panna kuulaja mõtlema selle peale, kus võib peituda kehvade majandustulemuste põhjus tegelikult.

Viimaseks analüüsitavaks erakonnaks on Sotsiaaldemokraadid, kelle sõnavõttudest võis võtteid tuvastada neljal korral. Kõik võtted on tehtud ühe esindaja poolt, kelleks oli Raimond Kaljulaid. Teiste kommunikatsioonist võtteid ei tuvastatud. Raimond Kaljulaidi repertuaarist võib leida kaks emotsionaalset kõnepruuki ning kaks Ad Hominem rünnakut. Sotsiaaldemokraadid vastasid oponentide demagoogiale ühel korral, mil vastuse andis jällegi Raimond Kaljulaid, kuid sellest kujunes tegelikult omakorda tema võte. Kaljulaid vastas Madissoni populistliku demagoogia võttele, mis kutsus üles inimesi mitte valima valitsuses

olevaid erakondi (eliidi ründamine), sest need erakonnad on kõiges süüdi ja on jätnud ka paljud vajalikud asjad tegemata (emotsionaalne kõnepruuk). Kaljulaid laskus vaidlusesse ning süüdistas omakorda EKRE-t asjade tegematajätmises, millest kujuneski omakorda välja emotsionaalne kõnepruuk. Võttes oli kasutatud vastu süüdistamise tendentsi noodiga „aga teie tegite ka!“. Järgnevalt on lisaks välja toodud üks Raimond Kaljulaiu Ad Hominem rünnak:

„Ja punkt 2 Jaak Madissonile lihtsalt väike majanduse õppetund, et kui majandus kasvab ehk SKP kasvab ja me oleme kokku leppinud protsendis, siis midagi ei ole teha, aga pagan, see piir, millest üle tuleb hüpata, läheb ka kogu aeg üles. Lihtsalt et te teaksite.“ (Raimond Kaljulaid, 01.02.2023, Valimisstuudio 1)

Sõnavõtu eesmärgiks on nagu Kaljulaid isegi ütleb, anda oponendile õppetund ning näidata, et teatud kohtades jääb EKRE saadikul teadmistest vajaka. Sõnavõtu sisu debatile sisulises mõttes midagi juurde ei anna, sellele viitab ka Kaljulaiu viimane lause sõnavõtus – „lihtsalt, et te teaksite,“. Muud otstarvet sõnavõtul ei olnud, kui pigem sarkastiline õppetund oponendile. Küll aga saab öelda, et Madissoni ajas see igal juhul endast välja, sest Madissoni vastus tuli samuti üsna emotsionaalne.

3.3 Järeldused

Võttes kokku analüüsi tulemused, on selge, et enim oma poliitilises kommunikatsioonis populismi ning demagoogiat kasutanud erakonnaks on EKRE. Teisel kohal olid tänavustel valimisdebattidel Eesti 200 ning nende järel Parempoolsed ja Keskerakond. Siiski jääb autorile mulje, et üldiselt kasutatakse nii populismi- kui ka demagoogiavõtteid üpris harva (Joonis 1). Vähim võtteid sai tuvastada Reformierakonna ja Isamaa erakonna sõnavõttudest, kes tegid seda mõlemad ühel korral. Vastates iga erakonna lõikes detailsemalt ning tulles uurimisküsimuste juurde, oli esmalt EKRE kasutatavaks võtteks eliidi ründamine. Eliidi ründamise võte erakondade puhul ning seda eriti Reformierakonna vastu, oli ka oodatav, sest Reformierakond on tõesti üks pikemalt valitsuses olnud erakondi, kelle õlgadele on lihtne süüd panna ning neid probleemides süüdistada, sest ollakse ju Eestit valitsenud. Reformierakonna puhul on paljude opositsiooni erakondade vaates tegemist justkui eliidiga, kes seisab endi huvide eest, jättes tavainimeste heaolu tahaplaanile. Reformierakond kasutas võtteid ühel korral ning selleks oli demagoogiline Ad Hominem rünnak. Isamaa kasutas samuti võtteid ühel korral ning tegi seda emotsionaalse kõnepruugiga. Sotsiaaldemokraatidest kasutas võtteid vaid üks poliitik, kes

kasutas emotsionaalset kõnepruuki ning Ad Hominem rünnakut võrdselt kahel korral. Eesti 200 eelistatuimaks võtteks oli samuti eliidi ründamine, nagu EKRE-lgi. Parempoolsete kasutatuimaks võtteks oli võrdselt emotsionaalne kõnepruuk ning Ad Hominem rünnak. Keskerakond kasutas enim eliidi ründamist. Ka kõikide erakondade lõikes kokkuvõtvalt kasutati enim eliidi ründamist. Kolmele lisaküsimusele vastamine, mis olid seotud sellega, kui õnnestunud on populismi- ja demagoogiavõtted ning kui edukalt poliitikud nendele reageerivad, osutus veidi raskemaks vastata, kui alguses arvatud. Sellel on kindel põhjus, mida autor esialgu ette ei osanud näha – kõigile lihtsalt ei anta vastamiseks võimalust. Kuna saateag on väga piiratud ning saatejuhid järgivad rangelt sõnavõttude aega, mis peab jääma iga poliitiku puhul ühe minuti sisse, siis veel omakorda oponentide võtetele vastamiseks ei jää aega ning paljude olukordade puhul ei anta selleks isegi võimalust. Küll aga oli selgelt parim populistlikele ja demagoogilistele võtetele vastaja Kaja Kallas viiendas Valimisstuudio debatis, sest EKRE erakonna saadiku Martin Helme poolt tuli süüdistusi peaaegu igas sõnavõtus, mida Kallas edukalt ümber lükkama asus. Vasak- ja parempopulismi oli võimalik eristada üsna vähe, sest näiteks parempopulismi tunnust, milleks on sisserändega seotud teemad, oli võimalik eristada vaid kahel korral (mõlemad EKRE sõnavõttudes) ning vasakpopulismile omaseid tunnuseid, milleks on sotsiaalmajanduslikele aspektidele keskenduv eliidi vastandamine (tööinimene vs riik), ei olnud samuti märkimist väärt arv (vaid kolmel korral – Eesti 200, EKRE ning Keskerakonna sõnavõttudes). Mõnevõrra oodatav on populismi ja demagoogia kasutamine niikuinii, sest seda ei pruugita teha isegi teadlikult, vaid märkamatuult lause osana, kuid ühe erakonna puhul on see nähtavalt siiski ilmselge kommunikatsiooni osa. Kui EKRE puhul oli selgelt näha, et võtteid tuvastati iga erakonna poliitiku kommunikatsioonis, siis teiste erakondade puhul oli variatsioon suurem, mistõttu ei saa öelda, et teiste puhul oleks see läbiv joon. Lisaks sellele kasutas EKRE selgelt nii populismi kui ka demagoogiat. Lisaks oli ka võtteid, kus tuvastatavad olid mõlemad, sest demagoogia on ju sageli populismi tööriistaks. Nende puhul on võimalik öelda, et tegemist on populismi ning demagoogiat oma poliitilises kommunikatsioonis kasutava erakonnaga. Küll aga ei saa sama öelda näiteks Sotsiaaldemokraatide kohta, kelle puhul oli tuvastatud 4 võtet Raimond Kaljulaiu poolt, ent mille kõigi puhul oli tegemist demagoogia võtetega ning nagu selgus töö teooria osast, siis pelgalt demagoogia ei tee isikut või erakonda veel populistlikuks. Eesti 200 puhul oli võimalik leida nii populismi, demagoogiat kui ka populistlikku demagoogiat, ent populismi siiski rohkem, sest enamus võtetest oli seotud eliidi ründamisega, mida oli neil n.ö mugav teha, kuna ise valitsusse nad kuulnud veel ei ole. Küll aga on tegemist üsna noore ja uue erakonnaga, keda uuritud on veel vähe, mistõttu ei tahaks autor öelda, et populism ja demagoogia on osa Eesti

200 kommunikatsioonist. Kuna enne valimisi ei soovi kaotajaks keegi jääda, siis on võimalik, et tegemist oli vaid kampaania korras kasutatava eliidi ründamisega. Parempoolsete puhul kasutati enim demagoogilisi võtteid, mis nagu öeldud isegi siis, kui demagoogia on sageli populismi tööriistaks, ei muuda erakonda veel populistlikuks. Keskerakond ründas enim eliiti, mis muudab nende vahekorra populismi ja demagoogia kasutuses populismi kasuks, ent jällegi paneks autor selle debati osa alla, kus kaotada ei soovita, mitte ei liigitaks seda erakonna kommunikatsiooni osaks, sest kokkuvõtvalt kasutas erakond võtteid siiski minimaalselt. Autor järeldeb sellest, et Eestis on üks erakond, kes kasutab populismi oma kommunikatsiooni osana, segades seda populismi tööriista demagoogiaga. Teiste erakondade puhul ei saa autor väita, et tegemist on läbiva stiiliga erakonna kommunikatsioonis, kuigi episoodiliselt neid siiski ette tuleb.

Kokkuvõte

Antud bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida populismi -ja demagoogiakasutust Eesti erakondade poliitilises kommunikatsioonis. Seda uurimaks, võeti vaatluse alla 2023. aastal toimuvate Riigikogu valimiste raames tehtavad erakondade valimisdebatid. Valimisdebatte oli kokku viis ning neid viis läbi Eesti Rahvusringhääling, mistõttu on need ka ainsad ametlikud valimisdebatid, kus erakonnad oma ideid ja mõtteid väljendavad. Teema on aktuaalne, sest ka maailma eri riikides üldisemalt on populism ning demagoogia olnud aina suurem osa poliitikute kommunikatsioonist, mis nagu teooria osast selgub, ei ole demokraatiat sugugi toetav retoorika, pigem vastupidi. Kuna ka Eestis olid valimised just algamas, siis on seda ka äärmiselt aktuaalne Eesti puhul uurida. Tegelikuses puudub siiani demagoogiast ning populismist ühtne käsitlus ja arusaam, mistõttu on kasutatud teooria osas erinevate autorite käsitlusi selleks, et panna paika mõlema nähtuse pidepunktid ning tunnused. Nende sama teoreetiliste tunnuste alusel kujunesidki välja kodeerimiseks vajalikud äratuntavad võtted.

Töö eesmärgiks oli teada saada erakondade enim kasutatavad võtted ning vaadata seda ka kõikide erakonna kontekstis koos ning seeläbi näha, mis erakond kasutab võtteid oma kommunikatsioonis enim. EKRE kasutatumaks võtteks osutus eliidi ründamine, Reformierakonna puhul Ad Hominem rünnak (ühel korral), Isamaa puhul emotsionaalne kõnepruuk (ühel korral), Parempoolsete puhul võrdselt emotsionaalne kõnepruuk ning Ad Hominem rünnak. Täpselt samasugune võtete vahekord esines ka Sotsiaaldemokraatidel. Keskerakond kasutas samuti enim eliidi ründamist nagu ka EKRE, aga ka Eesti 200. Selgelt enim uuritavat retoorikat oma poliitilises kommunikatsioonis kasutab EKRE, kes on autori hinnangul ainuke erakond, kelle puhul saab öelda, et see on ka realselt nende erakonna üks kommunikatsiooni elemente. Teiste puhul oli kasutus selgelt väiksem ning varieerus oluliselt rohkem ka erakonna esindajate vahel. Vähim võtteid leidis Reformierakonna ja Isamaa kommunikatsioonis. Teatud määral on populism ja demagoogia sõnavõttus oodatav, sest seda võidakse teha ka endale märkamatult ning debatis on aega väga vähe tutvustamiseks ja kaitsmaks oma erakonna ideid, mistõttu on ka taolised võtted vahel kerged tulema, sest kaotajaks ei soovi ju keegi jääda, kuid kui erakonna iga liige uuritavat retoorikat kasutab, saab öelda, et tegemist on juba erakonna kommunikatsioonis kasutatava nähtusega.

Teise uurimisküsimuste osana sooviti vaadata, kuivõrd hästi tullakse toime demagoogia ja populismi kasutamisega. See osutus plaanitust keerulisemaks ja n.ö teostamatumaks, kui esialgu ette nähtud, sest paratamatult ei anta kõikidele esindajatele vastamiseks aega ka siis, kui poliitik tunneb demagoogilise või populistliku võtte ära ning sooviks sellele vastata ja ümber lükata. Kui debatis osalejatel on valida, kas presenteeritakse televaatajale oma erakonna mõtteid või laskutakse diskussiooni oponenti demagoogia- ja populismivõtetega, siis üldiselt valitakse esimene variant, sest sisutu vaidluse puhul katkestatakse saatejuhtide poolt lihtsalt see diskussioon ning liigutakse teiste juurde edasi. Küll aga oli selgelt parim võtetega toimetulija Kaja Kallas, kes esindas Reformierakonda peaministri kandidaatide debatis viiendas Valimisstudios. Kuna Martin Helme kasutas palju retoorikat, mis oli suunatud selgelt tänase valitsuse ja Reformierakonna vastu, siis oli Kallasel võimalik ka oma sõnavõttude sisse mahutada rohkelt ümberlökkamisi. Kokkuvõtvalt väidab autor siiski, et kui välja arvata EKRE poliitiline kommunikatsioon, siis teiste erakondade puhul ei ole demagoogia ega populism erakonda läbiv joon, mis on demokraatia vaatenurgast ülimalt positiivne.

Kasutatud kirjandus

Anderson, Ben & Secor, Anna. 2022. "Propositions on right-wing populism: Available, excessive, optimistic" *Political Geography* 96 (1-10).

Baskerville, Barnet. 2009. „Joe McCarthy, brief-case demagogue.“ *Communications Quarterly* 2 (3): 8-15.

Bucy, Erik P, & Foley, Jordan M, & Lukito, Josephine, & Doroshenko, Larissa, & Shah, Dhavan V, & Pevehouse, Jon CW, & Wells, Chris. 2020. "Performing Populism: Trump's transgressive debate style and the dynamics of Twitter response". *New Media & Society* 22 (4): 634-658.

Cubbe, Giovanni de Chantuz. 2022. „A populist shift or business as usual? Explaining the outcome of the Italian general election.“ <https://blogs.lse.ac.uk/europpblog/2022/09/30/a-populist-shift-or-business-as-usual-explaining-the-outcome-of-the-italian-general-election/> (kõlastatud 17. oktoober, 2022).

D'Alimonte, Roberto. 2019. „How the Populists Won in Italy.“ *Journal of Democracy* 30 (1): 114-127.

Dramnescu, Marin. 2014. „Populism and its Metamorphoses.“ *South-East European Journal of Political Science – A. Zamfira (eds). Populism and Democratic Values*, 1-17.

Engesser, Sven, & Ernst, Nicole, & Esser, Frank, & Büche, Florin. 2015. "Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology" *Information, Communication & Society* 20 (8): 1109–1126.

Estelles, Marta, & Castellvi, Jordi. 2020. "The Educational Implications of Populism, Emotions and Digital Hate Speech: A Dialogue with Scholars from Canada, Chile, Spain, the UK, and the US." *Sustainability* 12 (15): 1-16.

Gustainis, J. Justin. 2009. „Demagoguery and political rhetoric: A review of the literature.“ *Rhetoric Society Quarterly* 20 (2): 155-161.

Hawkins, A. Kirk. 2010. *Venezuela's chavismo and populism in comparative perspective*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Jagers, Jan, & Walgrave, Stefaan. 2007. „Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium.“ *European Journal of Political Research* 46 (3): 319-345.

Kilp, Alar. 2015. „Populismi demokraatlikud funktsioonid.“ *Riigikogu toimetised* 32: 74-83.

Mair, Peter. 2002. „Populist Democracy vs Party Democracy.“ *Democracies and the Populist Challenge* - Y. Mény, Y. Surel (eds). *Democracies and the populist challenge*, 81–99. New York: Palgrave Macmillan.

March, Luke. 2007. „From Vanguard of the Proletariat to Vox Populi: Left-Populism as a “Shadow” of Contemporary Socialism.“ *The SAIS Review of International Affairs* 27 (1): 63-77.

Mazzoleni, Gianpetrio. 2008. „Mediated populism“. *The international encyclopaedia of communication* – W. Donsbach (eds). New Jersey: Wiley-Blackwell.

McDonough, L. Marnie. 2018. „The Evolution of Demagoguery: An Updated Understanding of Demagogic Rhetoric as Interactive and Ongoing.“ *Communication Quarterly* 66 (20): 138-156.

Mouffe, Chantal. 2016. „The populist moment.“ (21. november). <https://www.opendemocracy.net/en/democraciaabierta/populist-moment/> (külastatud 02. detsember, 2022).

Mudde, Cas. 2004. „The populist zeitgeist.“ *Government and Opposition* 39 (4): 542–563.

Mudde, Cas. 2007. „Populist Radical Right Parties in Europe.“ Cambridge: Cambridge University Press.

Mudde, Cas & Kaltwasser, Cristobal Rovira. 2012. "Exclusionary vs. Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America". *Government and Opposition* 48 (2): 147–174.

Müller, Jan-Verner. 2018. „Mis on populism?“ Tallinn: Tallinna Ülikooli Kirjastus.

Olsen, Henri. 2022. „Opinion: Sweden’s populists have surged to power. Elites have only themselves to blame.“ (16. september). <https://www.washingtonpost.com/opinions/2022/09/16/sweden-democrats-election-results-populists/> (külastatud 25.september, 2022).

Otjes, Simon, & Louwense, Tom. 2015. „Populists in Parliament: Comparing Left-Wing and Right-Wing Populism in the Netherlands.“ *Political Studies* 63 (1): 60-79.

Pasquino, G (2008). „Twenty-First Century Populism. D. Albertazzi, D. McDonnell (toim). *Populism and Democracy* (lk 15-29). London: (Palgrave Macmillan).

Rooduijn, Matthijs, & Pauwels, Teun. 2011. „Measuring Populism: Comparing Two Methods of Content Analysis.“ *West European Politics* 34 (6): 1272-1283.

Rosanvallon, Pierre. 2011. „A Reflection on Populism“. *La Vie des Idées* 1-10.

Tiidermann, Otto. 2022. „Populism ja demagoogia poliitilises kommunikatsioonis: EKRE 2019.“

Urbinati, Nadia. 2019. „Political Theory of Populism.“ *Annual Review of Political Science* 22 (111-127).

Westen, Drew. 2006. „The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation.“ New York: Public Affairs.

Wojczewski, Thorsten. 2020. „Trump, Populism, and American Foreign Policy.“ *Foreign Policy Analysis* 16 (3): 292-311).

Lisa 1. Kodeerimisjuhend.

Kriteeriumid:

- 1) Tsitaadis on leitav otsene seos öeldu ja teooria osas välja kujunenud populismi/demagoogia tunnuste vahel;
- 2) Tsitaat markeeritakse, kui see sisaldab mingit osa või ka terve tsitaadi ulatuses eristatavat võtet.
- 3) (P) – populism
- 4) (D) – demagoogia

Kategooria 1:

Populism (P)

Tunnused:

- 1) Pluralismivastatus – rõhmine sellele, et vaid nende erakond on legitiimne ja sobilik valitseja, mille taga on ainuvõimu soov. Teisi poliitilisi jõude ei aktsepteerita (Müller, 2016: 29). Ollakse kahtleval seisukohal igasuguste pluralismi põhiseisukohtade osas, k.a institutsionaalsete protseduuride ja organite suhtes (Mudde, 2007).
- 2) Eliidi ründamine – väitmine, et valitsev erakond on vaid oma huvide eest seisev eliit. Tihtipeale võidakse süüdistatakse ka oma ebaõnnestumises justnimelt eliidi tegevust. Valitsevad erakonnad seatakse halba valgusesse ning luuakse hea-halb vaatepilt. Võttes võidakse viidata ka sellele, kuidas riigis teevad otsuseid kõrged eliidid (Urbinati, 2019: 117; Müller, 2016: 29; Mair, 2002: 88). Kui antud kriteerium keskendub pigem sotsiaal-majanduslikele aspektidele (näiteks töölisklassi kaitsele eliidi eest), siis on tegemist vasakpopulistliku võttega (March, 2007: 74).
- 3) Rahva tahte väljendamine – populistidele meeldib jätta muljet, justkui teaks nemad täpselt seda, mida rahvas tegelikult tahab. Nad räägivad selgelt rahva soovidest, ent tegelikult ei saa rääkida rahva eest (Müller, 2016: 17, 90).
- 4) „Õige“ rahvas – kui populist räägib rahvast, siis sellele on omane, et silmas ei peeta mitte kõiki riigi kodanikke, vaid ainult näiteks nende endi toetajaid. Samal ajal ei pruugi ülejäänud kodanikud nende arvates moraalse rahva hulka kuuludagi (Müller, 2016: 17, 90).
- 5) Välisgrupi vastase viha õhutamine – populistid usuvad, et ühtekuuluvus tekib identiteedist, mistõttu ei tolereerita sageli immigrante, aga ka teisest religioonist inimesi. Võidakse tuua kriitilisi argumente näiteks sisserände osas, kus võõrtöötajad

võtab oma rahvalt töötegemise võimaluse ära. Siinkohal on tegemist parempopulistliku kriteeriumiga (Rosanvallon, 2011: 6-7).

- 6) Paatose esilekutsumine – see võte seostub eelkõige isamaa-armastuse ja patriootlike omadustega, kus rõhutaks eestlusele ja rahvale. Kuulajate tähelepanu proovitakse püüda rahvuslike teemadega (Engesser & Ernst & Esser & Büche 2015, 1111).
- 7) Ajaloole tuginemine – teise erakonna esindaja kuvandi halvustamine toetused ajaloole. Sageli tuuakse tähelepanu alla näiteks varasemate valimislubaduste mittetäitmine, et tuletada kuulajale meelde erakonna puuduseid. Tegelikult ei kaasne sellega soovi diskussiooni laskuda, vaid lihtsalt oponenti õõnestada (Anderson & Secor, 2022).

Kategooria 2

Demagoogia (D)

Tunnused:

- 1) Isiklik rünnak – rünnak on suunatud selgelt inimese enda või ka erakonna vastu. Tegelikuses puudub soov vastata küsitud küsimusele või rääkida etteantud teemal ning soovitakse end lihtsalt repliigi korras sõimamisega nähtavaks teha (Gustainis, 2009: 158).
- 2) Emotsionaalne kõnepruuk – tegemist on nii populistile kui ka demagoogile omase võttega, mistõttu esindab see võte populistlikku demagoogiat. Emotsioonidele rõhumine on üks populistide lemmik võtteid. Kasutatakse värvikaid ning emotsionaalseid sõnakasutusi. Samuti ka vihakõne. Sageli puudub sellistel sõnavõttudel selge argument ja eesmärk, öeldakse vaid seetõttu, et muud sisulist ei osata repliigi korras välja tuua (Gustainis, 2009: 158).
- 3) Liiga lihtsad lahendused – probleemidele pakutakse välja ilmselgelt liiga lihtsaid lahendusi, et rahvale mitte liiale keeruliselt mõjuda (Bucy & Foley et al. 2020: 637). Kui küsitakse näiteks raha leidmise kohta, siis on vastus liialt lihtne ja napisõnaline.
- 4) Valeargumentide loomine – sageli valetatakse ja painutatakse tõde endale sobival viisil (Gustainis, 2009: 158).

Kategooria 3

Populistlik demagoogia (PD)

Populistliku demagoogiaga on tegemist, kui lauses esineb nii populismile kui ka demagoogiale omaseid tunnuseid.

Summary

Using populism and demagogy in political communication has been growing in the world almost everywhere. In some ways this is expected, but it should not be an everyday tool to use in communication, because it is also a threat for democracy in some ways. But regardless, the definition and correct essence has not been decided yet. The aim of this bachelor's thesis is to study the use of demagogy and populism in the communication of 7 parties in Estonia.

For the empirical part of the work, a national TV debates by the Estonian Public Broadcasting are being used. Debates take place in 2023 February and March because of the upcoming Parliament elections in 2023 March. Method that has been used is qualitative content analysis. The questions that the research should answer are: Which party uses the most demagogy and/or populism in their political communication? Which party uses the least demagogy and/or populism in their political communication? Which technique is used the most in every party? How successfully are the politicians dealing with opponents demagogy and/or populism?

To sum up the results, the most demagogy and/or populism is used by EKRE. They are also the only party that can be said that demagogy and populism is part of their party's political communication. Other parties did use demagogy and/or populism way less than them and also the use of the rhetoric varied a lot more between the representatives of the party. The most used technique for EKRE, but also concluding every other party, was attacking elite, which is a populism tool. Populism overall could basically be like a strategy in today's political field. Some scientists have also defined it as thin ideology, but this thesis does not define it that way. Demagogy on the other hand does not give any content in the matter of debate and it also does not include substantive arguments.

Lihtlitsents

Mina, Kertu Kollo, (isikukood: 60005302751) annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Populism poliitilises kommunikatsioonis 2023. aasta riigikogu valimisdebattide näitel (Populism in Political Communication: Debates of the Estonian Parliamentary Elections in 2023), mille juhendaja on Heiko Pääbo,

- reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- üldsusele kättesaadavaks tegemiseks ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;
- kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.