

00000000000000 1001010010010001001001100100100010010101  
00000000000000 1001010010010001001001100100100010010101  
00000000000000 1001010010010001001001100100100010010101  
00000000000000 1001010010010001001001100100100010010101  
00000000000000 1001010010010001001001100100100010010101  
00000000000000 1001010010010001001001100100100010010101  
00000000000000 1001010010010001001001100100100010010101

00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101  
00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101  
00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101

00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101  
00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101  
00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101

00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101  
00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101  
00100100010010101010100010010010001001001100100100010010101



# INFORMAATIOAJAN SODANKÄYNTI — PSYKOLOGINEN VAIKUTTAMINEN

## ESIMERKKINÄ NATSI-SAKSA JA YHDYSVALLAT

Psykologinen vaikuttaminen on yhtä vanhaa kuin ihmisten väliset ristiriidat. Psykologinen sodankäynti on ympärivuorokautista mielen ammuntaa. Yleisesti puhutaan psykologisista operaatioista, kun suostuttelu ja havaintojen hallinta tapahtuu perinteisen sodankäynnin puitteissa. Toisaalta puhutaan informaatio-operaatioista, kun toiminta kohdistuu esimerkiksi kriisinhallintaoperaatiossa siviiliväestöön. Psykologisen ja informaatio-operaation käsitteet ovat epämääräisiä ja usein harhaanjohtavia. Kaiken perustalla on kuitenkin vanha kunnon propaganda.

### Havaintojen hallinta ja suostuttelu

Vaikka teknologia on lisännyt propagandan vaikuttavuutta, on inhimillinen suostuttelu aina ollut samanlaista. Suostuttelu ei koskaan ole yksinkertaisesti vain viesti, vaan sisältää myös keinot viestin perille saattamiseksi. Vaikka suostuttelun tavoite olisi suoraviivainen, keinot ovat useinkin monimutkaisia ja epäsuoria. Kommunikaatio ei koskaan ole lineaarinen prosessi. Propagandan sisältämä viesti itsessään on neutraali, mutta haluttu vaikutus kohderyhmän käyttäytymiseen on aina luonteeltaan moraalinen. Esimerkiksi natsien sotaelokuvassa *Ilma- taistelut Puolasta* puolalaisia syytetään saksalaisten vankien kiduttamisesta. Tällä pyritään saamaan yleisö vakuuttuneeksi siitä, että saksalaiset itse ovat lempeitä vankejaan kohtaan. Vihjailu pureutuu ihmiseen syvemmälle kuin väite (vrt. Kracauer 1987).

Elokuvatutkija Antti Alasen mukaan sodasta on erittäin vaikea luoda dokumenttielokuvia, koska sota kaikesta huolimatta on odottamista ja itse taistelua on vaikea vangita filmille. Sodan kuvaaminen on aina ollut melko pitkälle rekonstruktioita. Mitä vauhdikkaampia ja iskevempiä taistelukohtauksia ja dramaattisempia käänteitä elokuva sisältää, sitä varmemmin kyse on sodan lavastamisesta. Nykyään sodan uutisointi on enimmäkseen asiantuntijoiden puhetta, joka koskettaa kyläkin ihmisten ajattelua, mutta jolla ei kyetä vaikuttamaan ihmisten tunteisiin. Toisen maailmansodan aikana uutiskatsaukset rintamalta sisälsivät tunteisiin koskettavia kuvauksia. Kuva oli puhetta tärkeämpää. Nykyisessä länsimaaisessa uuti-

soinnissa puheella on ylikorostunut asema ja siksi psykologiset selitykset asioiden kulusta eivät vakuuta.

### Miten vaikuttamisen logiikka synnytetään?

Deduktio merkitsee synn johtamista yleisestä periaatteesta, kun taas induktio merkitsee yksittäisistä havainnoista tapahtunutta yleistystä. Deduktiolla on siis muodollinen vahvuus, kun taas induktio lähtee käytännöllisestä painotuksesta. Deduktio on väline vaikuttaa esimerkiksi ihmisiin, joilta puuttuu oma tilannekokemus. Induktio antaa tilanteessa oleville ihmisille tilanteen mielen.

Karkeasti yleistäen, yleinen tapa ajatella länsimaissa on ollut praktinen syllogismi. Tämä muodostuu premisseistä ja niiden johtopäätöksistä. Johtopäätös on binaarinen (esim. tosi tai epätosi). Todellisuus vaihtelee kuitenkin binaarisuutta moninaisemmin, kuten tiedämme. Perinteinen propaganda ja massojen havaintojen hallinta on perustunut binaarisuuteen, variaatioiden sulkeistamiseen ja mustavalkoiseen lopputulokseen. Esimerkiksi

Terrorismi on pahuutta (premissi 1)  
Bin Laden on terroristi (premissi 2)  
Bin Laden on paha (johtopäätös)

»Teknisesti natsit panostivat propagandassaan paljon elokuvien leikkaus- ja esitystekniikoihin. Sotilaskatsausten ja -elokuvien tarkoituksena ei ollut niinkään jakaa tietoa, kuin vedota tunteisiin. Kuvallinen ja äänellinen ilmaisu olikin sanallista tärkeämpää. Katsaukset mainostivat sotilasoperaatioiden tehokkuutta.»

Johtopäätös on oikea, jos premissit ovat oikein. Massapsykologiassa edellinen esimerkki toimii, mutta kysyttäessä esimerkiksi terrorismin passiivista vaikutusta, tai missä yhteyksissä terrorismin retoriikkaa käytetään tai miten määritymme itse määrittellessämme terroristin, premissit tulevat suhteellisiksi ja siten johtopäätös ei enää voi olla totta. Uutisoinnin jatkuvuus ja reaaliaikaisuus ajaa monipuolisestikin ajattelevan ihmisen mustavalkoiseen ajatteluun. Alati kiihtyvä tiedottamisen määrä pakottaa reagoivaan ajatteluun. Ihmisellä ei ole aikaa ja mahdollisuutta valikoida informaatiotulvassa, joka syöttää samaa iskevää väitettä kaikilta medioilta 24 tuntia vuorokaudessa.

USA:ssa, toisin kuin Euroopassa, induktio on toiminut selittävänä tekijänä syyskuun 11. tapahtumille, koska ihmiset kokivat USA:ssa tapahtumat henkilökohtaisesti. Jos ihminen itse kokee päälle kaatuvat pilvenpiirtäjät, on asioille annettava selitys hyvin induktiivinen. Kaukana kriisipesäkkeestä kriisin syyt ja maailman menoa voidaan tarkastella hyvinkin kriittisesti ja monipuolisesti. Oman hengen ollessa uhattuna nopeimmat selitykset ja turvallisuuden palauttajat yleensä hyväksytään (vrt. Hutchinson 2002).

USA:n asevoimat onnistuivat informaatiokampanjassaan Afganistanissa, mutta läntisen maailman havaintojen hallinnassa Pentagonilla on ollut ongelmia. Toisaalta mm. Keski-Euroopassa ihmiset ovat kokeneet kesän tulvat pahempina asiaana kuin sodan. Tulta vastaan voi taistella, mutta vettä vastaan ei, kuten epätoivoinen saksalaismies asian ilmaisi kesän tv-uutisissa.

Yhdysvaltojen asevoimien teknologinen ylivoima on mahdollistanut ylivoimaisen tiedustelun Afganistanin operaatioalueella. Tätä logiikkaa on käytetty hyväksi lentolehtisissä, jotka ovat pureet operaation kohteena oleviin joukkoihin:

Jos tiedämme missä olette voimme tuhota teidät (premissi 1)

Tiedustelujärjestelmämme kykenee kertomaan meille missä olette (premissi 2)

Tulemme tuhoamaan tiedät (johtopäätös)

Sen sijaan poliittiset lausumat läntiselle maailmalle ovat olleet

logiikaltaan ristiriitaisia. Vuoden 2001 lopulla pääministeri Tony Blair käytti seuraavaa logiikkaa puhuessaan läntiselle maailmalle terrorismin vastustamisesta:

Taleban käyttää väkivaltaa kasvattaakseen poliittista valtaansa (premissi 1)

Iso-Britannia käyttää pommituksia poliittisen vallan saavuttamiseksi (premissi 2)

Iso-Britannia on hyvä, Taleban on paha (johtopäätös)

Edellisen kaltaisella logiikalla on ollut negatiivinen vaikutus mm. Euroopan valtioissa. Kyseinen logiikka ja yritys hallita ihmisten havaintoja ei ole harmoniassa ihmisten kokemusmaailman kanssa.

Mahdollinen Yhdysvaltojen isku Irakiin kärsii suotuisan julkisuuden puutteesta. Aika ja kansainvälinen media kasvavat Yhdysvaltojen sotilasiskua vastaan. On jopa väitetty, että presidentti Bushin kannatusluvusta voidaan laskea iskun alkamisajankohta (vrt. Sinkko 2002).

### Nykyaikaisen sotilaspropagandan lähtökohta

Kansallissosialistisissa sotilaskatsauksissa ja elokuvissa oli Sigfried Kracauerin mukaan (1987) muutama perusasia. Niiden tuli olla totuudenmukaisia, mutta ei välttämättä totta. Totuudenmukaisuutta korostettiin katsausten alussa mainitsemalla sankareina kaatuneiden reportterien nimet, vaikka yleensä natsit vaikenivat omista tappioistaan. Toinen periaate oli tiedon nopeus. Negatiivit toimitettiin rintamalta nopeilla lentokoneilla. Välittömästi kaikkialla Saksassa mainostettiin uusia katsauksia sensaatioiksi ja järjestettiin hinnoiltaan alennettuja erikoisnäytäntöjä. Propagandaministeriö valmisti katsauksia myös 16 eri kielellä ja elokuvastudio UFAn toimisto raportoi New Yorkissa, että saarrosta huolimatta katsaukset olivat nähtävissä New Yorkin teattereissa parissa viikossa niiden ilmestymisen jälkeen. Hitlerin diplomaatit käyttivät katsauksia painostaessaan valtioita antautumaan natsien toimintaan. Propagandaelokuvat olivat poliittisen kaupanteon väline.

Teknisesti natsit panostivat propagandassaan paljon elokuvien leikkaus- ja esitystekniikoihin. Sotilaskatsausten ja -elokuvien tarkoituksena ei ollut niinkään jakaa tietoa, kuin vedota tunteisiin. Kuvallinen ja äänellinen ilmaisu olikin sanallista tärkeämpää. Katsaukset mainostivat sotilasoperaatioiden tehokkuutta. Esimerkiksi elokuva *Voitto Lännessä* alkaa tulevaa toimintaa koskevalla ilmoituksella, jota seuraa heti perään toiminnan tulos. Aikaa vievät hankkeet päättyvät nopeasti toteutukseen. Näin vihollisen vastarinta kuivutetaan elokuvan tempaavalla toiminnalla pois. Elokuvassa ranskalaisten Maginot-linja kuvataan puolustukselliseksi ja vanhan ajan taantumukselliseksi sodankäynniksi, joka joutuu väistymään uuden, hyökkäävän ja nopean liikkeeseen perustuvan sodankäynnin tieltä. Elokuvan teho perustuu siihen, että Maginot-linjan rakenteet oli kuvattu ennen sotaa ja saksalaisten sotatoimet itse taisteluista. Saksalaisten voitto on siis tulevaisuuden voitto.

Karttoja hyökkäysnuolineen käytettiin erityisesti symboloimaan fyysikaalisen voiman tapaista sotaa, jossa tämä uusi sota uuden aineen tapaisesti hajottaa, läpäisee, työntää ja syö pois kaikki sitä vastustavat esteet. Lisäksi ilmasta otetut kamera-ajot panoroivat, kohosivat ja sukelsivat niin, että katsojalle tuli penkissään vaikutelma edessä avautuvan todelli-

suuden täydellisestä hallinnasta. Taistelukohtaukset kuvattiin usein karttojen ja ilmakuvien välissä yleispäteviksi esimerkeiksi niin, että ne osoittautuvat kaikkialle soveltuviksi sota-toiminnan stereotyypeiksi. Ne kuvasivat marssivia kolonna, jotka eivät sopineet mihinkään erityiseen operaatioon, vaan toimivat yleispätevinä esimerkkeinä.

Samaa tekniikkaa käytetään nykyisessä uutisoinnissa. Jokainen kuva Persianlahdelta tai Afganistanista, Palestiinan konfliktista puhumattakaan, sopii mihin nykyaikaiseen taisteluun tahansa. Ikuinen kivien heittäminen, lentotukialuksilta lähtevät taistelukoneet ja yössä lentävät risteilyohjukset kertovat esimerkkeinä kaikesta ja eivät mistään. Välissä sotilasasiantuntijat puhuvat auktoriteetin tavoin taistelujen kulusta.

Natsien katsauksissa asetettiin vastakkain lähikuvassa eläimellinen neekeri ja saksalaisen sotilaan kasvot. Viholliselta saatu elokuvamateriaali leikattiin niin, että se kääntyi kyseistä maata vastaan. Silloin tällöin marssivien joukkojen seasta putkahti esiin saksalaisen sotilaan ihannetyyppi: pehmeät ja sentimentaaliset kasvot, jotka paljastavat arjalaisen sielun ja veren. Marssimusiikilla vastustajan aseet muutettiin leikkikaluiksi ja omien sotilaiden väsymys haihdutettiin pois. Katsauksissa sotilaskomentajat jäivät kuvauksen varjoon ilmaantumisen esiin yksinään ja karttojensa ääressä toimivina toimihenkilöinä. Tämä johtui siitä, että sota kuvattiin mekaaniseksi toiminnaksi, joka oli osa laajempaa historiallista ja poliittista kohtalon prosessia.

Tieteen, teknologian ja median keskeisyys nykyaikaisessa sodassa on vain korostanut tätä natsien katsauksista alkanutta kehitystä. Esimerkiksi Yhdysvallat on varonut henkilöittä-mästä Afganistanin sotaa kehenkään rintama-kenraaliin siitä syystä, että sotilaalliset tavoitteet eivät ajautuisi ristiriitaan poliittisten tavoitteiden kanssa. Sodan johtajina on esitelty presidentti Bush ja hänen lähin poliittinen orkesterinsa. Myös natsien katsauksissa komentajat kokoontuivat Führerinsä ympärille.

Natsien propaganda ei koskaan tyytynyt levittämään ainoastaan sanomaa, vaan myös valmisti suotuisaa maaperää sanoman hyväksynnälle. Radiossa ja elokuvissa samoja teemoja käsiteltiin eri tavoin. Molemmissa massojen hyväksyntä oli tärkeää, ei niinkään itse sanoma. Massat haluttiin kytkeä tunteella natsismiin. Tämän jälkeen niitä pyrittiin liikuttelemaan paraateissa kuin konetta. Sanomat julistivat mitä on tulossa ja kanavoivat näin ihmisten odotuksia.

Odotusta ja jännitystä kasvatettiin vaikeuksien ja helpon nopealla rytmillä. Helpotusta ei kuitenkaan saanut kestää kuin hetken, etteivät katsojat tulleet tietoiseksi ympärillä vallitsevasta tyhjyydestä. *Voitto Lännessä* elokuvassa toimii propagandalle tyyppillinen elliptisyys: selostavaa karttaa seuraa jokin este, joka näyttää tukkivan voittoon vievän tien – sitten äkillinen hyppäys, ja voiton torvet kajahtavat. Tunnelma on kuin nykyaikaisissa mainoksissa. Useissa kohdin ensimmäinen voitto tai menestys sivuutettiin nopeasti, millä luotiin seuraaville voitoille laajuutta ja syvyyttä. Vallattuja vankeja ja aseita panoroidaan, jolloin niiden määrä saadaan näyttämään valtaisa.

Natsien toiminnassa propagandalle annettiin niin suuri valta, että kukaan ei enää ollut varma onko sen tehtävä muuttaa todellisuutta vai onko todellisuutta muutettava propagandan vuoksi. Koko natsien vallan suunnitelmat projisoitiin tyhjiöön. Informaation virtauksen painetta ei voitu hellittää, koska koko liikkeen ja informaation todellisuus olisi saattanut kadota jäljettömiin. Ihminen oli informaatioverkkojen jatku-

»Ihminen oli informaatioverkkojen jatkuvassa psyykkisessä hieronnassa, joka samanaikaisesti rentoutti ja jännitti sodan arjen keskellä. Oleellista oli, että katsojaa estettiin pakenemasta. Iskevät uutiset ja marssimusiikki seurasivat kaikkialla kadulla kulkijaa. Natsit supistivat minimiin ajan, joka kului sotatapahtumista niiden ilmaantumiseen valkokankaalle. Muuttamalla sodan uutiskatsauksiksi natsit paljastivat, kuinka vähän todellisuus heitä kiinnosti. He jäljittivät itsepintaisesti jokaisen itsenäisen mielipiteen ja steriloidivat sen kollektiiviseksi mediaksi. Todellisuuden esiin kasvaminen pyrittiin tukahduttamaan.»

vassa psyykkisessä hieronnassa, joka samanaikaisesti rentoutti ja jännitti sodan arjen keskellä. Oleellista oli, että katsojaa estettiin pakenemasta. Iskevät uutiset ja marssimusiikki seurasivat kaikkialla kadulla kulkijaa. Natsit supistivat minimiin ajan, joka kului sotatapahtumista niiden ilmaantumiseen valkokankaalle. Muuttamalla sodan uutiskatsauksiksi natsit paljastivat, kuinka vähän todellisuus heitä kiinnosti. He jäljittivät itsepintaisesti jokaisen itsenäisen mielipiteen ja steriloidivat sen kollektiiviseksi mediaksi. Todellisuuden esiin kasvaminen pyrittiin tukahduttamaan.

Sota oli natsille epäilemättä totta, mutta sota oli myös järjestetty massojen hallintaa varten. Tunteet hallittiin organisoimalla liikkeellä. Lepattavat liekit, lippumeret, torvisoitto ja alituiset panoroinnit ovat olleet esikuvina nykyiselle informaatiotodellisuudelle. Katsoja ei enää tuntenut ja nähnyt todellisuuden kulkevan ohitse, vaan koki joutuvansa kiskotuksi omilta juuriltaan tuohon epätodellisen informaation tyhjiöön.

Samoin kuin nykyään Tora Boran vuoristoro, natsi-lentäjät pommittivat Leningradia niin korkealta, että eivät voineet kuvitella kaupunkia eläväksi paikaksi, vaan kartalla olevaksi pisteeksi. Nykyiset risteilyohjusten maalit seuraavat tätä tyhjiössä tapahtuvaa sodankäynnin logiikkaa. Natsit eivät käsitelleet kuolemaa sotakatsauksissaan. Kuoleman mukaantuonti olisi ehkä aiheuttanut katsojissa tyhjyyden tiedostamisen. Toisin kuin natsit, mm. sotaretkielokuvassa *Mannerheim-linja* neuvostoliittolaiset kuvaajat kuvaavat alastomasti omia tappioita ja kuolleita sotilaita. Jos ajatellaan tämän päivän uutisointia, kuolema puuttuu yhä vahvemmin sodan kuvasta.

## Kuinka propagandaa on yritetty hillitä propagandalla

Psykologisten operaatioiden ja informaatio-operaatioiden katsotaan kohdistuvan ihmisten ja ihmisryhmien havaintojen hallintaan ja käyttäytymisen suuntaamiseen. Ensimmäisen maail-

»Informaatio-operaatiot ovat informaatiotosodankäynnin yläkäsite, koska esimerkiksi yritykset rauhan aikana toteuttavat informaatio-operaatioita mutta eivät käy informaatiotosota. Informaatio-operaatiot ovat syntyneet teknologiayritysten suojaamiseksi, koska julkinen hallinto on yhä riippuvaisempi teknologisten yritysten turvallisuudesta. Yhdessä yksityisen sektorin kanssa hallitukset luovat kansallisen informaation ylivoiman.»

mansodan aikana lordi Kitchener tiivistä propagandan sanoihin ”Maasi tarvitsee sinua” (ei maamme!). Vuoden 1938 Münchenin kriisin yksi avaintekijä oli saksalaisten suorittama mustan propagandan operaatio radio Luxemburgin avulla englantilaisia vastaan. Englantilaisten suurin virhe oli keskittyä Natsi-Saksan hallituksen mustamaalaamiseen kun propagandan painopiste olisi pitänyt olla itse kansa.

Vasta Sefton Delmer kykeni ”näkyttömällä radioasemillaan” tukemaan Churchillin inspiroimaa ajatusta ”Euroopan liekeistä” ja hyödyntämään BBC:tä, joka oli sodan kuluessa kasvanut kansallisesta mediasta kansainväliseksi fasismin ja natsismin vastaiseksi informaation lähteeksi. Käyttämällä koodinimiä ”tutkimusyksiköt” Delmer loi ”mustat radioasemat” Soldatensender Calais ja GS1 (Gustav Siegfried Eins), joita saksalaiset kuuntelivat tajuamatta niiden lähetyksien tulevan Englannista. Perusteema oli uskotella saksalaisille, että heidän keskellään tapahtui natsien vastaista järjestäytyntä ja organisoitua toimintaa. Esimerkiksi ”vastarintaliikkeen” lentolehtisiä tuettiin saman aikaisesti saksalaisille suunnatuilla radiolähetyksillä, joissa ohjelma oli muka saman vastarintaliikkeen tekemää. Yksi lähetyksistä oli *Atlantiksender*, jonka takana itse asiassa oli Sefton Delmer ja hänen esikuntansa Englannissa.

Radiolähetykset suunnattiin saksalaisille sotilaille Wehrmachtin käskynä OKW-Befehl 967/42g, jossa ilmoitettiin, että sotilaiden, joiden koti on osuneiden pommitusten kohteina, on lupa vieraila kotonaan. Sen jälkeen lueteltiin lista pommitetuista kaduista. Lista kaduista oli niin huolellisesti valmistettu, että Saksan salainen poliisi (Gestapo) uskoi vastarintaliikkeen olemassaoloon. Sodan jälkeen Saksassa uskottiin yleisesti, että vastarintaliike todella oli olemassa. Saksalaiset valmistivat jopa itse propagandaelokuvan nimeltä *Soldatensender Calais*, jossa vastarintaliikkeen agentit siirretään Englantiin Essenin pommitettaessa. Lentolehtiset kuvataan siirtoa tukevin. Todellisuudessa Delmer esikuntineen haastatteli Englantilaisten pommituslaivueiden miehistöjä, jotka olivat ottaneet valokuvia Saksan kaupungeista ja niitä verrattiin englantilaisten kirjastojen tietoihin.

Hyvin tunnettuja mustan propagandan tuotteita ovat vas-

tustajan sotilaille ja työntekijöille suunnatut ohjeet kuinka tekeydytään sairaiksi ja vältetään haavoittuminen ja kuolema. Eräs niistä on pieni tieteellisesti kirjoitettu kirjanen nimeltään Sairaus pelastaa (*Krankheit rettet*). Kirjanen on suunnattu Wehrmachtin sotilaille Normandian maihinnousun alla, ja kertoo kuinka teeskennellä sairastumista ja välttää näin tuhoisa taistelu ja päästä ylimääräiselle rintamalomalle (Fronturlaub). Delmer esikuntineen kirjoitutti kirjan Cambridgen tutkijoilla. Kirjassa annetaan myös psykologiset ohjeet siitä, kuinka kuvata sairauden aiheutuminen palveluksessa tai työssä tapahtuneeksi ”huonoksi onneksi”. Ohjeissa kielletään ”potilasta” kertomasta mistä sairaudesta on kyse, jotta diagnoosin teko jää itse lääkärille ja jotta teon tarkoituksellisuus ei paljastuisi. ”Potilaan” tulee vain kuvata vamma tai sairaus, mutta johtopäätösten teko on jätävä tohtorille.

Delmer esikuntineen oletti kirjalla voivan olla kolmenlaista vaikutusta. Ensimmäinen ja epätodennäköisin olisi, että kirjan tarkoituksellisuutta ei huomattaisi ja sanoma vaikuttaisi saksalaisten taistelutahtoon. Toisena vaihtoehtona olisi, että kirja huomattaisiin ja saksalaiset sotilasviranomaiset rintamalla rajoittaisivat hoitoon ja rintamalomalle pääsyä sillä seurauksella, että aidosti sairaat sotilaat jäisivät hoitamatta. Tuloksena olisi saksalaisten rivivahvuuden lasku. Kolmantena ja todennäköisimpänä vaihtoehtona pidettiin sitä, että kaikki, joilta kirja löydetään, ammutaan Saksan sotapoliisien toimesta. Sillä olisi dramaattinen vaikutus saksalaisten sotilaiden taistelutahtoon. Saksalaiset huomasivat propagandan ja käännettävät kirjan englanniksi. Kirjaa luettiin Englannissa ja jopa sodan jälkeen sitä oli ostettavissa englantilaisista kirjakaupoista.

## Propaganda aseena

Propaganda on edelleen ase tai paremminkin puolustushaara maa-, meri- ja ilmapuolustuhaaran lisäksi. Se on ainoa näistä neljästä, joka voi estää sodan (vrt. Leppo 1939, 7). Kuten mainonta ratkaisee tuotteiden kilpailussa usein paremmuuden, myös propaganda voi tehdä mitättömistäkin kiistoista suuria ja päinvastoin. Tärkeää on ymmärtää psykologisten ja mediaoperaatioiden tarvitseman ajan ero. Jos psykologisille operaatioille annetaan tarpeeksi aikaa, ne voivat estää aseellisen konfliktin. Sen sijaan mediaoperaatiot ovat osa nopeaa sotilaille tyyppillistä tiedottamista.

Yhdysvallat käy tällä hetkellä kovaa sisäpoliittista kamppailua tulevien vaalien suhteen. Poliitikko kulminoituu asenteisiin Irakia kohtaan. Ns. ”kyyhkyset” (esim. Colin Powell, Richard Armitage, Chuck Hagel) propagoivat mahdollista Irakin iskua vastaan ennen kuin länsivallat saadaan operaatiolle myönteiseksi. Mielenkiintoista on, että sotasankarit ovat pehmeiden keinojen kannalla kun taas poliitikot haluaisivat heti vaimentaa Saddamin.

Ns. ”haukat” (esim. Donald Rumsfeld, Dick Cheney, Paul Wolfowitz) kannattavat välitöntä iskua Irakiin Al Qaedan verkostojen tuhoamiseksi ja Saddam Husseinin eliminoimiseksi. Koko maailma seuraa ja analysoi tätä suurta propagandatapahtumaa. Propagandalla tempaistaan amerikkalainen kansa mukaan käsikirjoitettuun todellisuuteen, jossa sisäiset ongelmat yritetään peittää suurvallan ulkoisilla haasteilla. Presidentti Bushin ”haukat” kiertävät ”konsultoisissa” ympäri maailmaa liittolaisia iskun taakse, mutta myös omaa kongressia ”konsultoidaan” kovin sanakääntein. Vaikka presidentti

Bush ei häikäisekään älyllään, on hänen hovinsa luomassa uutta *Pax Americanaa*, jonka pyrkimyksenä on nousta asemaan, jossa Yhdysvaltojen ei tarvitse välittää maailman mielipiteistä.

## Yhdysvallat ja propaganda syyskuun 11. jälkeen

Keskeinen lähtökohta on yhdysvaltalaisen kulttuurin näkemys vaikuttamisen ja julkisuuden positiivisuudesta. Informaatio nähdään länsimaisen yhteiskunnan voiman lähteenä. *Kansallinen turvallisuusstrategia* perustuu talouden menestykseen, sotilaalliseen kykyyn, vapaaseen informaatioon ja diplomatian korostamiseen. Kun suljetun yhteiskunnan tiedonvälitys konkretisoitui radiossa, informaatioyhteiskunta on internetin yhteiskunta.

Kansallisen turvallisuuden strategia alkaa Reaganin kaudelta vuodelta 1987, jolloin keskeinen tavoite oli informaation vapaa liikkuvuus. Poliittisena tavoitteena oli tietysti Neuvostoliiton uhan romahduttaminen. Tällöin informaatio nähtiin kuitenkin diplomatian tukena. Vuonna 1990 Bush vanhempi toi esiin postmodernin ajan informaatiotarpeen puhuen julkisesta diplomatiasta, mutta tuohon aikaan ei vielä mainita informaatioylikyvön käsitettä. *Julkisella diplomatialla* tarkoitetaan omaan kansaan ja yhteistyökumppaneihin kohdistuvaa propagandaa. Yhdysvallat pyrkii maksimoimaan kansainvälisen julkisuuden mahdollisuudet. Kosovossa serbit tappoivat tuhansia, mutta länsimainen media ei saanut tapahtumista kuvia. Sen sijaan Yhdysvallat aiheuttivat muutamia siviili-ihmisten tapioita, jotka näkyivät medioissa. Tästä virheestä pyritään oppimaan. 1990-luvun keskivaihe Yhdysvalloissa on talouden, informaation ja turvallisuuden kytkemistä toisiinsa. Tullessa Clintonin kaudella kohti vuosituhennen vaihdetta informaatiouhat korostuvat. Puhutaan yhä vahvemmin yksityisen sektorin, valtion hallinnon ja kansallisen turvallisuuden kumpuudesta informaatiouhkien torjumisessa. Epäsymmetriset uhat ja strateginen informaatiohyökkäys nousevat keskustelun kohteeksi ja Yhdysvallat nähdään kyberavaruudesta riippuvaimmaksi valtioksi. Informaatorakenteet ja sodankäynti yhdessä julkisen diplomatian kanssa nousevat kansallisen turvallisuuden keskiöön. Tulevaisuudessa Yhdysvaltojen informaatioylikyvöä ei nähdä uhkaavan mikään ja tämän mahdollisuuden laajentamista on tavoiteltava.

Keskeinen asiakirja on asevoimien *Joint Doctrin for Information Operations (3-13)*, jossa määritellään informaatiooperaatiota toteuttava kokoonpano, esitellään suunnittelun tuotteet ja kuinka kyseistä prosessia koulutetaan. Informaatiooperaatiot käsittävät elektronisen vaikuttamisen elektronisena sodankäyntinä ja verkkosotana sekä havaintojen hallinnan psykologisina operaatioina ja mediasodankäyntinä. Informaatiooperaatiot ovat informaationsodankäynnin yläkäsite, koska esimerkiksi yritykset rauhan aikana toteuttavat informaatiooperaatioita mutta eivät käy informaationsotaa. Informaatiooperaatiot ovat syntyneet teknologiayritysten suojaamiseksi, koska julkinen hallinto on yhä riippuvaisempi teknologisten yritysten turvallisuudesta. Yhdessä yksityisen sektorin kanssa hallitukset luovat kansallisen informaation ylivoiman. Keskeinen kysymys myös Yhdysvalloille on tulevaisuudessa päättää, kuka johtaa informaatiooperaatioita. Joku jo olemassaoleva vai uusi toimija? Yhdysvaltalaisessa ajattelussa tehokkuus menee periaatteiden edelle. Esimerkiksi psykologiset operaatiot laitetaan yhteistyöhön julkisen tiedottamisen kanssa, mikäli se on ko-

konaistavoitteen kannalta tehokasta. Skandinavian maissa tällaista informaation käytännöllistämistä mustavalkoiseksi viestitetaan.

Perinteinen sotilasoperaatioiden kohteiden määrittely ei enää riitä. Informaatiooperaatiot hyödyntävät informaationsodankäyntiä, mutta myös sitä tukevaa tiedustelua, informaatioturvallisuutta, vastatiedustelua ja fyysistä toimintaa sekä mediaa ja yleistä mielipidettä. Tavoite on oman päätöksenteon turvaaminen. Perinteisten sotilasoperaatioiden (maa-, meri-, ilma-, avaruus- ja erikoisoperaatiot) kohteiden (yhteiskunta, politiikka, sotilastoiminta, talous ja infra) lisäksi on informaatiooperaatioiden uutena kohteena niin sanottu e-avaruus (sähköiset olosuhteet ja ihmisten havaintojen maailma). Uusi käsite *strateginen vaikuttaminen* merkitsee juuri koko kansallisen informaatiovoiman koordinoitua käyttöä halutun kohteen havainnoinnin muokkaamiseen. Yhdysvallat ovatkin perustaneet informaatiooperaatioiden voimat, joka koordinoi Valkoisen talon, vastatiedustelun (FBI, CIA) ja kansallisen strategian konseptin avulla kaikkea informaatiota diplomatiasta aina asevoimien antamiin julkisiin lausuntoihin asti. PR-toiminnassa puhutaan ”hybersodasta”, joka tapahtuu kaikilla ulottuvuuksilla mediassa ja mainonnassa. Hypercoverage voidaan nähdä mediassa tapahtuvaksi huipputeknologialla toteutetuksi ”suureksi kertomukseksi”. Erona jymyutiseen on hypercoveragen pitkäkestoisuus ja kyky ruokkia itse itseään.

## Lopuksi

Nykyinen maailmantilanne muistuttaa erehdyttävästi vuonna 1997 valmistunutta Barry Levisonin ohjaamaa elokuvaa *Wag the Dog*. Kyse on fiktiivisestä satiirista, jossa Yhdysvaltojen presidenttiä ravisuttavat skandaalit ja paikalle kutsutaan propagandisteja muuttamaan totuutta tulevien vaalien vuoksi. Pääpropagandisti Mr Fix-It (Robert de Niro), veteraani Hollywood-tuottaja (Dustin Hoffman) ja Valkoisen talon edustaja (Anne Heche) järjestävät medioihin käsikirjoituksen Albaniaa vastaan käytävästä sodasta, jotta presidentin sekaantuminen partiolaistyttyöön ei estäisi hänen valintaansa kahden viikon kuluttua toiselle kierrokselle. Nälkäinen media syö jokaisen vihjeen Mr Fix-It:n kädestä ja levittää sankarillista kertomusta sodasta Albaniaa vastaan kaikissa medioissa. Kaikki näyttää todelta, sillä tapahtuahan se TV:ssä. Itse asiassa kaikki lavastetaan veteraanituottajan studioilla. Willie Nelson säveltää kansakunnan kamppailuun kantriaiheisen laulun, joka raikaa kaikkialla kaupungeissa.

## Kirjallisuus

- Hutchinson, William, ”The Use and Abuse of Logic in Contemporary Western Perception Management”. *European Conference on Information Warfare and Security*. Edited by Bill Hutchinson. Brunel University, Uxbridge 2002.
- Kracauer, Siegfried, *Caligariista Hitleriin. Saksalaisen elokuvan psykologinen historia*. Suomennos Reijo Lehtonen. Valtion painatuskeskus, Helsinki 1987.
- Leppo, Jaakko, *Propaganda. Ratkaiseva ase*. Otava, Helsinki 1939.
- Sinkko, Risto, *Mielipidetutkimukset ”uudessa” informaationsodassa*. Maanpuolustuskorkeakoulu, Johtamisen laitos. Julkaisusarja 1, Tutkimuksia N:o 22. Helsinki 2002.