

Sami Kolamo ja Jani Vuolteenaho

NATSIT KANSOJEN VÄLISEN YSTÄVYYDEN ASIALLA – propagandan toimintalogiikka Berliinin olympialaisissa 1936

Berliinin olympialaisissa propagandatyöhön oli valjastettu ennennäkemättömällä tavalla aikansa uusimmat mediateknologiat. Kansainvälistä julkikuvaa kiilloittaakseen ja hegemoniaansa saksalaisten silmissä lujittaakseen natsihallinnon pyrkimyksenä oli valtion sisä- ja ulkopuolelle suuntautuva kokemusten muokkaaminen. Tarkastelemme mediavälitteistä kokemusten tuottamista Berliinin olympialaisissa kolmen näkökulman kautta. Näkökulmiamme ovat kaupunki- ja mediatilan limittyminen toisiinsa tapahtuman organisoinnissa ja esillepanossa, lehdistön, radion ja television roolit olympialaisten tarinallistamisessa ja tunnelman kohottamisessa sekä kehollista estetiikkaa ja haltioitunutta ilmapiiriä korostaneen Olympia-dokumenttelokuvan tuotantoprosessi ja dramaturgiset ratkaisut.

Johdanto

Berliini valittiin olympialaisten kisaisännäksi vuonna 1931. Tuolloin Saksassa elettiin Weimarin tasavallan aikakautta. Kun Hitler nousi valtaan vuonna 1933, hän ja monet muut natsit eivät olleet aluksi kovin innostuneita olympialaisten järjestämisestä. Natsit eivät olleet suoritusurheilun suurimpia kannattajia – etenkin kun kilpailut nostivat yksittäiset voittoisat urheilijat korostetusti esille. Natsit arvostivat ei-kilpailullisia ja esteettisiä voimistelunäytöksiä. Kansallismielistä Turnen-voimisteluliikettä hyödynnettiin ideologisessa kasvatusyössä, jonka mukaan yksilön tarpeet ja halut olivat toissijaisia suhteessa valtio-organismien pyrkimykseen. Natsien aatemaailmassa voimisteluopetus kannusti samalla muukalaisvastaisuuteen, mikä oli olympialiikkeen peruseriaatteiden vastaista.¹ *Turner*-lehden mukaan oli häpeällistä, että valkoiset miehet kilpailevat samalla areenalla ”pörrötukkaisten ja höröttävähäuulisten neekereiden kanssa” (Large 2007, 18, 58).

Pian kuitenkin Saksan olympiakomitean pääsihteeri Carl Diem, järjestelytoimikunnan puheenjohtaja Theodor Lewald ja propagandaministeriö Goebbelsin johdolla saivat käännettyä Hitlerin ajattelun kohti niitä poliittis-

Sami Kolamo, YTT, mediatutkimus, Tampereen yliopisto
Jani Vuolteenaho, dosentti, kaupunkitutkimus, Helsingin yliopisto



1 Friedrich Ludwig Jahn (1778–1852) tunnettiin lempinimensä ”Turnvater Jahn” mukaisesti saksalaisen voimisteluliikkeen isähahmona. Hänen seuraajansa 1920- ja 1930-luvuilla, kuten Edmund Neuerdorff, yhdistivät jahnilaisen voimistelun ja kansallissosialistien rotusortoon perustuvan kehohanteen toisiinsa.

ideologisia mahdollisuuksia, joita olympialaiset tarjosivat. Lewaldin kerrotaan painottaneen sitä, että yksikään toinen tapahtuma ei ole propaganda-arvoltaan lähellekään olympialaisten veroinen – etenkin kun Berliiniin saapuisi tuhansia ulkomaalaisia toimittajia (Large 2007, 63). Natsi-Saksan imago ei ollut 1930-luvun puolivälissä kovin mairitteleva muun muassa Yhdysvalloissa, Isossa-Britanniassa ja Ranskassa eli maissa, joiden olympiakomiteat lähettivät runsaasti tasokkaita urheilijoita olympialaisiin. Lisäksi olympialaisten avulla natsihallinto saattoi voittaa puolelleen uusia kannattajia kotimaassaan: vuoden 1933 vaaleissa natsipuoluetta oli äänestänyt alle 50 prosenttia saksalaisista. Järjestämällä ”kaikkien aikojen parhaat olympialaiset” natsit saattoivat siis vahvistaa paitsi sisäistä yhtenäisyyttä ja Hitlerin suosiota, myös korjata ulkoista kuvaa aiempaa myönteisemmäksi. Tätä samanaikaisesti valtion sisä- ja ulkopuolelle suuntautuvaa kokemusten muokkaamista, kielteisten mielikuvien pyyhkimistä pois uusien myönteisten mielikuvien tieltä, Arnd Krüger (2003, 21) kutsuu yhdistetyksi propagandaksi (*concerted propaganda*). Berliinin olympialaisissa propagandatyöhön oli valjastettu ennennäkemättömällä tavalla aikansa mediateknologiat.

Useat historialliset yleisteokset kolmannesta valtakunnasta ovat joko täysin sivuuttaneet tai maininneet hyvin lyhyesti Berliinin olympialaisten merkityksen natsihallinnon vallan sementoimisessa. Vaikka natsit olivat jo hyödyntäneet Nürnbergin puoluepäiviä ja edeltäviä Garmisch-Partenkirchenin talviolympialaisia ulkomaanpropagandaan, Berliinin olympialaiset olivat mittaluokaltaan ennennäkemättömän massiivinen natsien järjestämä propagandanäytös. Kyseessä oli ”uuden” Saksan propagandistinen esilletulojuhla koko maailman katseiden alla. Tämä tapahtui propagandan kulta-aikana, jolloin urheilusta oli tullut koko kansan viihdettä, eikä propaganda-käsitteeseen vielä liitetty nykyisiä negatiivisia merkityksiä. Niin indoktrinaation mahdollisuuksia kuin urheilun suosion kasvua Euroopassa edistivät joukkoliikenteen ja -viestinnän kehitys. Juna- ja raitiovaunuliikenne yhdisti valtiot ja kaupungit toisiinsa, ja maanteiden paraneminen mahdollisti linja-autoliikenteen laajentumisen aiemmin heikosti saavutettavissa olleille alueille. Myös lentoliikenteessä turisteja kuljettavat reittilennot yleistyivät. Sanoma- ja aikakauslehdissä esiintyi yhä enemmän kuvia ja elokuvien katsominen oli suosittu vapaa-ajan viettotapa. Radiosta oli 1930-luvulla tullut lähes joka kodin huonekalu. Lehdissä, uutiskeloilla ja radiolähetyksissä toisistaan mittaa ottavat urheilijat kiinnostivat ihmisiä yli sosiaalisten luokkarajojen (Murray 2003, 3–4).

Menetelmällisesti artikkelimme perustuu historiallisen kirjallisuuden ja Leni Riefenstahlin *Olympia*-elokuvan lähiluentaan. Analyysimme ytimessä on edellä mainittu yhdistetyn propagandan käsite, jonka avulla erittelemme propagandan toimintalogiikkaa ja mediavälitteisyyttä Berliinin olympialaisissa vuonna 1936. Etsimme aikalaistodistuksia propagandasta ja eri joukkoviestimien (lehdistö, radio, televisio) hyödyntämisestä ensisijaisesti tutkimuskirjallisuuden havainnoista ja *Olympia*-elokuvasta, joiltain osin myös muista primäärilähteistä, kuten Berliinin olympialaisten radioselostuksista. Artikkelissa havainnoimme ensiksikin sitä, millä tavoin tapahtumapaikkojen rakentamista ja siistimistä ohjasi tietoisuus laajasta medianäkyvyydestä. Toiseksi kiinnitämme huomiota mediateknologioiden eli lehdistön, radion ja television rooliin megatapahtuman tarinallistamisessa. Kolmanneksi analysoimme Leni Riefenstahlin *Olympia*-elokuvaa osana natsien propagandaa. Päätelmissä vedämme sanottua yhteen puhumalla totalitaristisen natsivaltion (media)propagandan kokonaisvaltaisuudesta ja sen jättämästä perinnöstä.

Tapahumapaikkojen rakentaminen ja siistiminen

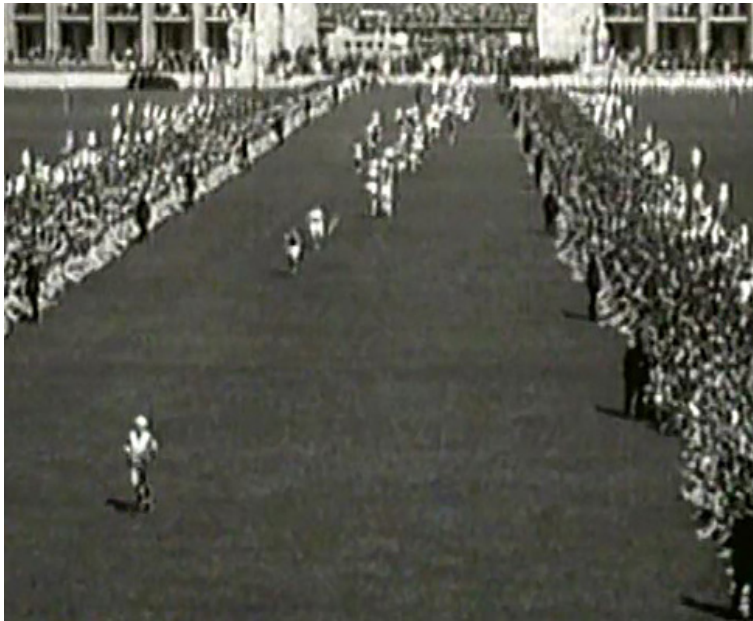
Berliini oli kolmannen valtakunnan taloudellinen, poliittinen ja kulttuurinen keskus. Natsi-Saksan pääkaupunkia ei yleisesti ottaen kuitenkaan pidetty Lontoon, Pariisin ja New Yorkin veroisena metropolina. Verrattuna näihin kolmeen suurkaupunkiin Berliinistä puuttui yhtä toimiva liikenteellinen infrastruktuuri ja visuaalis-esteettisesti vetovoimainen rakennettu ympäristö, eikä Berliinissä ollut samassa määrin hienostuneita maailmanluokan ravintoloita ja hotellejakaan (vrt. Large 2007, 33). Natsihallinto ei ollut tyytyväinen Berliinin asemaan kakkosluokan kaupunkina. Siksi natsiarkkitehtien, kuten Werner ja Walter Marchin sekä Albert Speerin, tehtävänä oli esitellä paikallisille ja vieraille ”uuden uljaan Saksan” ykkösmetropoli, *Germania*. Berliinin olympialaiset istuivat hyvin näihin yleviin suunnitteluhankkeisiin, sillä massiiviset investoinnit kaupunkitilojen ehostamiseen voitiin perustella vetoamalla paitsi taloudellisiin ja imagollisiin hyötyihin myös ennen kaikkea *Volksgemeinsschaftia* eli kansankokonaisuuden yhtenäisyyttä vahvistaviin hyötyihin.

Hitlerin näkemyksen mukaan Saksan tulisi olla kuin Mussolinin Italia, maa, johon ihmiset eivät matkusta vain ihailemaan menneisyyden suuria tekoja ja rakennelmia vaan katsomaan myös sitä, mitä uusi hallinto on saanut aikaiseksi (Large 2007, 152). Tämä ajattelu konkretisoitui ennen kaikkea rakennusprojektissa, jonka tavoitteena oli pystyttää Berliiniin maailman suurin urheilustadion. Hitler halusi tehdä vaikutuksen muiden valtioiden johtajiin – etenkin Mussolinin saavutukset tuli ylittää. Italiassa oli järjestetty vuonna 1934 jalkapallon MM-kisat. Italian valtio Mussolinin johdolla investoi massiivisesti fasistiseen arkkitehtuuriin ja liikenne- ja viestintäinfrastruktuuriin sekä radio- ja uutisfilmituotantoon. Kisoja varten rakennettiin uusia stadioneita, joita leimasi fasisteja miellyttänyt futuristinen arkkitehtuuri (Gordon & London 2006).

Hitlerin sanoin: ”Suurin osa olympiastadionista tulee päällystää luonnonkivellä tai marmorilla, en kaipaa lainkaan sitä kolkkoa ’harmaata sementtiä’, johon italialaiset ovat niin ihastuneita.” Natsit pitivät erityisen tärkeänä myös sitä, että lehdistötilat olivat nykyaikaiset. Toimittajilla oli käytössä 50 kaukopuhelinta ja 80 kirjoituskoneella varustettua koppia sekä kääntäjiä ja sihteeripalveluja. (Large 2007, 246.) Parhaimmillaan olympiastadionia rakensi 2 600 työntekijää kolmessa vuorossa ympärivuorokautisesti. Lopulta sen lehtereille eli 71 penkkiriville mahtui 100 000 katsojaa. Olympialaisten aikana stadion oli myyty loppuun jokaisena kisapäivänä.

Stadionin rakentamista ei ohjannut vain niin kutsuttu turistinen katse, jossa maiseman merkkikieli on rakennettu vastaamaan vierailijoiden odotuksia (Urry 1990).² Uuden olympiastadionin kautta haettiin samalla vahvistusta sille natsi-ideologian ulottuvuudelle, että ”uusi Saksa” ja arjalainen rotu olivat antiikin Kreikan ja Rooman sivilisaatioiden jatketta. Yhteyksiä klassiseen aikakauteen ja Rooman Colosseumiin alleviivattiin olympiastadionin lähiympäristöä ja sisäänkäyntejä koristavilla pylväillä, veistoksilla, ornamenteilla ja kaiverruksilla (Rennen 2007, 108). Stadionin rakennusvaihe, josta alituisen puhuttiin joukkoviestimissä, herätti suurta mielenkiintoa paikallisia ihmisiä. Kun stadion lopulta avattiin huhtikuussa 1936 ja ihmiset päästettiin sen uumeniin kiertelemään, vaikutus oli ”mykistävä”, sillä stadion koettiin ”suureksi ja kauniiksi” sekä ”sankaritekojen näyttämöksi” (Hart-Davis 1986, 50, 141). Stadionin designia pidettiin samanaikaisesti sekä harmonisena että majesteettisena.

2 John Urryn lanseeraama käsite turistin katse (*tourist gaze*) on vaikuttanut laajasti erityisesti matkailututkimukseen. Käsite kertoo turistille tyypillisestä tavasta kiinnittää huomiota ympäristöönsä. Turistinen katse – tai tuijotus – hakeutuu niihin kohteisiin, joihin matkailijalla on jo etukäteen syntynyt odotuksia ja mielikuvia etenkin elokuvien, television ja lehtien kuvien kautta.



Kuva 1. Maratoonarit saapuvat Maifeldille kisan alkutaipaleella. Taustalla Berliinin olympiastadion. Lähde: Kuvakaappaus elokuvasta *Olympia* (1938).

Olympiastadion oli osa kisatapahtumien keskittymää Reichssportfeldia, jonka toinen massiivinen kokonaisuus oli stadionin vieressä sijaitseva joukkotilaisuuksia varten rakennettu Maifeld (Kuva 1). Tälle kentälle mahtui noin 200 000 ihmistä. Uimastadion veti sisäänsä 17 000 katsojaa, kun taas maahockey-kentän ympärille mahtui 20 000 ihmistä. Alueella oli myös ratsastusareena, tennis- ja harjoittelukenttiä sekä seurustelutiloja ja parkkipaikka (Meyer-Künzel 2005). Monien katsojien mielestä Reichssportfeldin kruununjalokivi oli kuitenkin ulkoilmateatteri, joka sijaitsi lyhyen kävelymatkan päässä olympiastadionilta. Antiikin Kreikan amfiteattereita jäljittelevä ja palkintoseremonioita varten rakennettu kokonaisuus oli luonnonkauniissa rinteessä, jota kookkaat männyt reunustivat (Hart-Davis 1986, 50).

Reichssportfeld oli yhtenäinen kokonaisuus, jossa tilan mittakaava ja ihmisjoukkojen volyyymi loivat kokemuksen jonkin suurellisen ja mahtavan äärellä olemisesta (Rennen 2007, 109). Tilan ja ihmisten liikkeen sulautuminen toisiinsa näkyi Reichssportfeldin lisäksi muissakin osissa Berliiniä, kuten olympialaisten pääkadulla, antiikkisesti nimetyllä Via Triumphaliksella. Via Triumphalis tarkoitti noin viidentoista kilometrin pituista reittiä, joka alkoi vanhan kaupungin ytimestä Alexanderplatzilta kulkien Unter den Lindeniä pitkin läpi Brandenburgin portin Ost-West Achseelle (nykyiselle Strasse des 17. Junille) ja edelleen Charlottenburgin kautta Reichssportfeldille. Kisojen aikana katua reunustivat uudet valot, julkisivuremontoidut rakennukset, olympialiput ja hakaristisymbolit, ja sen täyttivät ihmisjoukot, joiden liikkeitä kansallissosialistisen puolueen nuoriso-organisaation (Hitler-Jugend) vapaaehtoisryhmät valvoivat (Rennen 2007). Berliinin kaduilla ihmisiä opastaneet kansallissosialistisen puolueen nuoriso-organisaation talkootyöläiset oli valikoitu vaaleahiuksisten ja sinisilmäisten joukosta. Olympialaisten avajaispäivänä Via Triumphaliksien varret täyttyivät osittain jo yöllä, kun innokkaimmat leiriytyivät parhaille tarkkailupaikoille. Kun KOK:n ja natsijohtajien



Kuva 2. Olympiakylän seesteistä idylliä. Lähde: Kuvakaappaus elokuvasta *Olympia* (1938).

autokolonnat sekä heidän perässään viimeiset soihdunkantajat saapuivat, pelkästään Unter den Lindenille oli pakkautunut 500 000 hurraavaa ihmistä (Hart-Davis 1986, 153).

Hieman toisenlainen toimintojen keskittymä oli urheilijoiden olympiakylä, joka oli rakennettu Saksan armeijan harjoituskeskukseen. Se sijaitsi Döberitzissä 14,5 kilometrin päässä olympiastadionilta. Olympiakylän luonnonympäristö oli hyvin kaunis kukkuloineen, järvineen ja valoisine mänty-, tammi- sekä koivumetsineen. Maksimoidakseen urheilijoiden viihtyvyyden järjestäjät ottivat selvää eri maiden kisajoukkueiden mieltymyksistä: suomalaisia urheilijoita silmällä pitäen saksalaiset rakensivat saunan idylliseen mökkiin järven rannalle (Kuva 2). Australialaisia urheilijoita varten paikalle oli tuotu kenguruita. Eräs yksityiskohta olympiakylän suunnittelussa kertoo osuvasti siitä, kuinka tarkasti natsit etukäteen käsikirjoittivat megatapahtumansa: he hävittivät kesällä 1935 alueen hyttyset myrkyttämällä niiden lisääntymispaikat (Hart-Davis 1986, 50).

Laaja medianäkyvyys vaikutti niin mahtipontisten urheilutilojen kuin niiden vastakohtan olympiakylän rakentamiseen – kaiken piti näyttää hyvältä etenkin toimittajien, turistien ja urheilijoiden silmissä. Tähän propagandatyöhön osallistettiin myös paikalliset ihmiset. Heidät ymmärrettiin kolmannen valtakunnan hyvän tahdon lähettiläiksi. Berliinin asukkaille annettiin konkreettisia käyttäytymisohjeita:

Miesten tulee luovuttaa istumapaikkansa naisille busseissa, raitiovaunuissa ja junissa – niissäkin tilanteissa, joissa nainen näyttäisi olevan juutalainen. Ihmisten ei tule keskustella antisemitismistä heinäkuun 30. ja syyskuun 1. päivän välisenä aikana: heidän ei tule myöskään kysellä yhdeltäkään eksoottisen näköiseltä muukalaiselta hänen alkuperäänsä. (Hart-Davis 1986, 126)

On pidettävä mielessä, että ennen Berliinin olympialaisia natsit organisoivat samana vuonna talviolympialaiset Garmisch-Partenkirchenissa. Talviolympialaisissa natsit testasivat toimintoja, jotka koskivat turvallisuutta,

väkijoukkojen kontrollointia, liikennejärjestelyjä, vieraanvaraisuutta, mainostamista ja mediavälitteisyyttä (Large 2007, 160; Goldblatt 2016, 172). Toisin kuin Garmisch-Partenkirchenissa, jossa järjestelyt eivät sujuneet ongelmitta ja ilman protesteja, Berliinissä propagandakoneiston – erityisesti väkijoukkojen liikkumisen ja tunnelman luomisen osalta – tuli toimia täydellisesti ilman pienintäkään merkkiä soraäänistä ja sekavuudesta (Mandell 1971, 139; ks. myös Jokisalo 1995, 94). Aivan kuten nykyisissäkin urheilun megatapahtumissa, näiden tavoitteiden toteuttamista varten Berliinin kaupunkiympäristöjä siistittiin ennen olympialaisia.

Erytisen tarkasti natsit kunnostivat eläintarhan aseman seudun, sillä ulkomaiset turistit saapuivat sen kautta Berliiniin (Large 2007, 160). *Tiergartenin* ympäristöä muokattiin siten, että se näyttäisi aiempaa valoisaammalta ja elävämmältä. Rautatieasemalle näkyvien talojen seinät maalattiin valkoisiksi tai kermanvärisiksi. Nuhriset kadunkulmat siistittiin ja tyhjiä kauppataloja vuokrattiin keinotekoisella alhaisilla vuokrilla, jotta saatiin tuotettua vaikutelma vauraudesta ja vilskkeestä. Unter den Linden koki totaalisen muodonmuutoksen, kun sen puita kaadettiin ja muinainen kalkkipohjainen tie poistettiin. Tilalle tuli raitiotielinja, uudet katulamput ja lipputankoja massiivisia hakaristilippuja varten. Talonomistajia vaadittiin kasvattamaan ikkunalaatikoissaan vihannesten sijaan värikkäitä kesäkukkia. (Hart-Davis 1986, 125.)

Ennen olympialaisia poliisit noukkivat talteen kahdeksansataa romania Berliinin kaduilta ja kuljettivat heidät väliaikaisiin leireihin kaupungin ulkopuolelle – myöhemmin nämä väärärotuisiksi luokitellut ihmiset kuljetettiin leireille, joista useimmilla ei ollut elävänä paluuta. Myös natseja vastustaneet poliitikot ja kansalaisaktivistit koottiin yhteen ja vietiin junilla pois Berliinistä. Natsien maatalousministeri Richard Walther Darré ohjeisti paikallisia auktoriteetteja kaikkialla Saksassa:

Kaikki antisemitistiset julisteet pitää poistaa olympialaisten ajaksi. Hallituksen perusasenne ei tule muuttumaan, mutta kisojen aikana juutalaisia kohdellaan yhtä korrektisti kuin arjalaisiakin [...] pääkatujen talot tulee valkaista, ja jopa maalata uusiksi mikäli mahdollista. Katuvalaistusta tulee parantaa. Kadut ja aukiot tulee puhdistaa. Maatalouden peltotyöläiset eivät saa syödä eväitään tai kulkea lähellä teitä. (Schaap 2014)

Ranskalainen *Le Jour* -lehti kirjoitti: ”Kyse ei ole enää Berliinistä; kyse on elokuvan kuvauspaikasta” (Goldblatt 2016, 152). Yhtenä Berliinin keskeisimpänä lavastajana toimi aiemmin mainittu Carl Diem. Hän oli haastatellut vuoden 1932 Los Angelesin olympialaisten kisaorganisaation edustajia ja PR-henkilökuntaa sekä vierailut Enkelten kaupungissa ja selailut tapahtumapaikoilta otettuja valokuvia. Hollywoodilaisissa kulisissa Coca-Colan ja Kelloggsin kaltaiset suuryhtiöt olivat saaneet runsaasti mainostilaa (Goldblatt 2016, 162). Niiden sijaan Diem suunnitteli valtiopropagandistisen mediaspektaakkelin. Diemin käsikirjoitukseen kuuluivat propagandaan sopimattomien aineiden poistaminen kaupunkikuvasta. Myönteisen julkisuuskuvan ylläpitämiseksi esimerkiksi häpeilemättömän juutalaisvastainen sanomalehti *Der Stürmer* katosi kadunkulmien myyntipisteistä joitakin viikkoja ennen olympialaisten avajaispäivää. Juutalaisilta kansalaisoikeudet vieneet Nürnbergin lait vuodelta 1935 olivat edelleen voimassa, mutta puistoihin ja virastorakennuksiin kiinnitetyt ”Ei juutalaisia”- ja ”Pääsy kielletty juutalaisilta ja koirilta”-kyltit poistettiin olympialaisten ajaksi (Jokisalo 1995, 94; Christensen 2016).

Berliinin olympialaisten järjestäjät onnistuivat mobilisoimaan koko yhteiskuntajärjestelmän tapahtuman taakse. Pierre de Coubertin kehui estoitta

natsi-Saksaa kisaisäntänä: ”Hitler on voimallaan ja kurillaan suurenmoisesti palvellut olympiaanisia ihanteita” (Guttmann 2006, 72). Näissä de Coubertin sanoissa ei ole sinänsä mitään outoa, sillä Krügerin (1971, 234) tulkinnan mukaan olympialiikkeen isänä pidetty de Coubertin oli pro-fasistinen. Hän oli nuorena osallistunut ranskalaisten fasistien toimintaan ja monet hänen ajatuksensa miellyttivät natsia. de Coubertin puhui esimerkiksi voimakastahtoisten valkoisten miessoturiurheilijoiden puolesta. Hänen mukaansa nuori urheilijamies on paremmin valmistautunut sotaan kuin hänen kouluttamat tomat maanmiehensä (emt.).

Kun olympialaisten jälkeen *Le Journalin* toimittaja André Lang esitti haastattelussa de Coubertinille kritiikkiä kisaisännästä, kansainvälisen yhteisymmärryksen äänitorvi esitti vastakysymyksen: ”Mitä eroa on siinä, että mainostatko eteläisen Kalifornian säätä [viittaus vuoden 1932 Los Angelesin olympialaisiin] vai poliittista johtoa Berliinissä? Olympialaiset hyötyvät kisaorganisaation markkinointityöstä ja vain tällä on merkitystä” (Krüger 2003, 234; ks. myös Murray 1992). de Coubertinin argumentit kertovat raadollisella tavalla KOK:n johtajien arvomaailmasta ja asioiden asettamisesta tärkeysjärjestykseen – etenkin kun natsien harjoittama sortopolitiikka oli heidän tiedossaan. Hart-Davis (1986, 10) väittää, että KOK:n puheenjohtaja Henri de Baillet-Latour oli tietoinen keskitysleireistä. On toki tiedostettava, etteivät natsien keskitysleirit olympialaisten aikaan olleet toisen maailmansodan kaltaisia tuhoamisleirejä. Yksi natsi-Saksan keskitysleireistä joka tapauksessa sijaitsi Oranienburgissa, vain puolen tunnin ajomatkan päässä Reichssportfeldilta.

Kisaisännän ja KOK:n maine ja kunnia näyttivät siis olevan tärkeämpiä arvoja kuin ihmisoikeuksien toteutuminen kisaisäntämaassa – kovin tuttu lähtökohta myös nykypäivänä urheilun megatapahtumissa. Ja juuri näin propaganda toimii: se kääntää huomion todellisten yhteiskunnallisten ongelmien sijaan julkisivuun. Voi perustellusti väittää, että natsien propagandakoneisto onnistui tehtävässään. Berliini osoitti olevansa varteen otettava tapahtumakaupunki (vrt. Smith 2015) myös tuleville megaluokan tilaisuuksille. Edes säröt, kuten natsijohtajien kielteinen suhtautuminen tummaihoisen yhdysvaltalaispikajuoksija Jesse Owensin tähtiasemaan, eivät vaikuttaneet ylistyspuheisiin, joiden mukaan Berliinin olympialaiset olivat suuri menestys. Natsit sovelsivat rotuopissaan sosiaalidarwinismia tavalla, jossa valkoiset ”arjalaiset” määriteltiin henkisesti kaikkein kehittyneimmiksi yksilöiksi. Heitä pidettiin olemassaolon kamppailussa älyllisesti vahvimpina, ja heidän myös katsottiin soveltuvan parhaiten tulevien sukupolvien siittäjiksi. Hitlerin näkemyksen mukaan Owensin ”esi-isät tulivat viidakosta”, ja olivat siksi ”alkukantaisia ja fyysisesti vahvempia kuin sivistyneet valkoiset” (Christensen 2016). Goebbelsin päiväkirjamerkintöjen mukaan ”valkoisen ihmiskunnan on hävettävä”, kun yhdysvaltalaiset voittavat mitaleita ”neekerien avulla” (Jokisalo 1995, 95). Natsien rotuopin mukaan tummaihoiset urheilijat olisi ollut parasta sulkea pois olympiakisoista. Näitä rasistisia ajatuksia harva aikalaiskokija syventyi kuitenkaan tarkemmin pohtimaan, sillä tuolloin tummaihoisiin suhtauduttiin monin paikoin muuallakin toisen luokan kansalaisina.

Mediateknologiat ja tunnelman kohottaminen

Berliinin olympialaisia varjosti boikottiuhka. Nürnbergin lait, joiden avulla juutalaisilta riistettiin kansalaisoikeudet, julistettiin syyskuun 15. päivänä vuonna 1935. On ymmärrettävää, että tällaiset diskriminoivat lait johtivat

kiihkeisiin protesteihin myös urheilun päättävissä elimissä etenkin Yhdysvalloissa, sillä maassa asui runsaasti vaikutusvaltaisia juutalaisia. Yhdysvaltojen olympiakomitean – ja tuleva KOK:n – puheenjohtaja Avery Brundage lobbasi kuitenkin vahvasti sen puolesta, että Yhdysvallat osallistuu Berliinin olympialaisiin. Hänen mukaansa urheilu ja politiikka olivat kaksi erillistä asiaa, minkä vuoksi urheilijoita ei tule sotkea juutalaisten ja natsien väliseen kiistaan. Samoin ajattelivat Italian ja Suomen olympiakomiteat, jotka ensimmäisinä hyväksyivät Carl Diemin osallistumiskutsun.

Lopulta Berliinin olympialaisiin osallistuivat kaikki tuon ajan merkittävät urheilumaat.

Boikotointia koskevat kabinetti- ja lehtikeskustelut vaikuttivat natseihin siten, että he propagoivat toistuvasti ulkomaisissa lehdissä hyväntahtoisesta ja rauhanomaisesta sekä organisointikykyisestä kisaisännästä. Osoituksena tästä natsit lupautuivat nimeämään kisajoukkueeseensa juutalaistaustaisia urheilijoita. Kuten arvata saattaa, tämä lupaus ei pitänyt. Natsit levittivät myös julisteita ja mainoslehtisiä ulkomailla. Saksan rautateiden mainostoimisto värväsi 40 sämpylöiden myyjää kulkemaan Thamesin vartta pitkin ja mainostamaan Berliinin olympialaisia Oxfordin ja Cambridgen yliopistojen soutukilpailun aikana; Buenos Airesin metroasemille liimattiin puolestaan mainosjulisteita; Chicagon ilmatilassa olympialaisia tekivät tunnetuksi saksalaiset taitolentäjät (Goldblatt 2016, 154; Hart-Davis 1986, 119). Kisapropagandaa esiintyi paitsi natsimielisissä kotimaisissa ja ulkomaisissa sanoma- ja aikakauslehdissä myös olympialaisiin erikoistuneissa lehdissä, kuten olympialaisten virallisessa tiedotuslehdessä (*Olympic bulletins*). Vuonna 1935 tiedotuslehti ilmestyi neljällätoista eurooppalaisella kielellä (Krüger 2003, 32).

Saksassa kisatunnelmaa nostatti olympiavuonna päivittäin heinäkuun 21. ja elokuun 19. päivän välisenä aikana ilmestynyt *Olympia*-lehti (*Olympia Zeitung*). Lehden päätoimittajana toimi Diem. Yhdessä *Olympia*-lehden numerossa Diem kuvasi mitä moninaisimpia yksityiskohtia, joita järjestäjät joutuivat ottamaan huomioon, mukaan lukien ”kuinka monta puhelinta toimitetaan Reichssportfeldille [...] miten valot, mikrofoni ja kaiuttimet sijoitetaan, kuinka korkealle lipputankojen tulee yltää [...] miten uima-altaan lämpötilaa säädellään ja kuinka vesi pidetään puhtaana ja kirkkaana [...] miten ruoankuljetushissit sijoitetaan, minkä maan urheilijat pitävät enemmän kylmästä ja minkä maan urheilijat lämpimästä ruuasta” (Mandell 1971, 87). Eräässä toisessa numerossa Diem vakuutteli, että soihdun sytyttämiseremonia Kreikassa oli luotettava todiste siitä, että Berliinissä antiikin olympiaaniset arvot tulisivat loisteliaasti heräämään henkiin (Large 2007, 4).

Kerran kuussa ilmestynyt *Olympic Games* -propagandalehti linkitti vuoden 1935 heinäkuun numerossa taiteen ja urheilun toisiinsa. Parhaimmillaan nämä yhdessä vaalivat oikeaa ja aitoa kreikkalaista ”kauneusihannetta”, ”täydellistä ihmisfiguuria eli jäntevää ja alastonta vartaloa”. Lehden mukaan kansallinen sivistyneisyys kukoistaa ruumiin fyysisiä ominaisuuksia arvostavassa kulttuurissa: ”urheilulliset saavutukset kannustavat taiteilijat suurtekoihin” (Hart-Davis 1986, 54).

Natsit etsivät lähes pakkomielteisesti yhteyksiä antiikin Kreikan kulttuuriperintöön, monessa suhteessa KOK:n vaaliman olympismin hengessä. Yksi keskeisimmistä Berliinin olympialaisissa lanseeratuista rituaaleista, jota etenkin saksalaismedia tarkasti ja innostuneesti seurasi, oli olympiatulen kuljettaminen soihtuviestinä Kreikan Olympian lehdosta kisakaupunkiin. Soihtuviesti oli Diemin keksimä rituaali, johon KOK suhtautui ymmärrettävän suopeasti. Vaikka antiikin aikana soihtuja käytettiin erinäisissä seremonioissa,

soihuviestiä ei tuolloin tunnettu. Teräksen, aseiden ja ammusten valmistukseen erikoistunut Friedrich Krupp -yhtiö muotoili kromatut noin 700 grammaa painavat soihdut ja niiden pidikkeet. Soihdun kärjessä oli syttymisherkkää kemikaalia, joka oli tarpeen siinä vaiheessa, kun soihtu ja soihdunkantaja vaihtuivat. Tunnettu optisten laitteiden valmistaja Zeiss-yhtiö rakensi puolestaan auringonsäteisiin reagoivan peilin, jonka avulla ensimmäinen soihtu Kreikassa saatiin liekehtimään (Mandell 1971, 130–131).

Viesti kulki Kreikasta Bulgarian, Jugoslavian, Unkarin, Itävallan ja Tšekkoslovakian kautta Saksaan. Natsitoimittajien mukaan soihtuviesti otettiin kaikkialla vastaan riemuiten, vaikka tosiasiaissa joissakin kylissä natsveja vastustaneet etniset ryhmät pitivät viestiä halpamaisena julkisuustemppuna. Nämä soraäänät tietysti sensuroitiin. Kun soihtu lopulta saapui Berliiniin, Lewald julisti: ”Soihtu rakentaa todellisen ja hengellisen sidoksen saksalaisen isänmaamme ja Kreikan pyhien paikkojen välille, jotka lähes 4 000 vuotta sitten pohjoisen ihmiset löysivät” (Mandell 1971, 151). Yli 3000 soihdunkantajan ketjun viimeinen lenkki oli kauniista juoksutyylistään tunnettu Fritz Schilgen, joka kantoi soihdun olympiastadionille ja sytytti tulen yleisön pauhatessa suosiotaan (Kuva 3). Hart-Davis (1986, 159) kirjoittaa vaaleakutrisen ja kurnisvartaloisen Schilgenin ilmestymisestä olympiastadionille: ”On helppo kuvitella, että jokin myyttinen juoksija taianomaisesti ilmestyi antiikista jatkaen juoksuaan suoraan muinaisista olympiakisoista.”

Soihtuviesti on bravuuriesimerkki keksitystä perinteestä (ks. Hobsbawm 1983), josta nytemmin on tullut olympiakisojen arvostettu ja globaalisti uutisoitu perinne. Paikallinen sovellus soihtuviestistä oli kookkaan, noin kolme metriä korkean olympiakellon useita viikkoja kestänyt ja viestinten tarkasti seuraama matka terästehtaalta Bochumista Berliiniin Reichssportfeldille. Kellon valutyöt vaativat 16,5 tonnia sulaa terästä ja sen jäähdytys, metallinpakotus eli kaiverrusten tekeminen sekä kiillotus kestivät useita viikkoja. Kelloon kaiverrettiin Hitlerin lanseeraama olympiakisojen motto: ”Ich rufe die Jugend der Welt” – suomeksi ”Minä kutsun maailman nuoria” (Goldblatt 2016, 175; Rennen 2007, 105). Olympiakello tuotiin Berliinin erikoisvalmisteisella rekalla,



Kuva 3. Schilgen pysähtyi suunnitellusti Maratonporttia vastapäätä olevalle sisääntuloaukulle, jotta hetki saatiin ikuistettua valokuvakameroille ja Riefenstahlin *Olympia*-elokuvaan. Lähde: Kuvakaappaus elokuvasta *Olympia* (1938).

joka pysähtyi lukuisissa matkan varrella sijainneissa kaupungeissa. Braunschweigissa kelloa tervehtivät tehtaiden sireenit, kirkkojen kellot ja Luftwaffen eli natsien ilmavoimien orkesteri. Magdeburgissa asukkaat oli hälytetty ulos seuraamaan, kun lapsikuoro esitti olympiahymnin kellon kunniaksi (Hart-Davis 1986, 118). Joseph Goebbels myös määräsi, että matkan viimeisissä kaupungeissa ennen Berliiniä olympiakellon vastaanottokomiteoiden tuli suunnitella erityisen kunnioitusta herättävä isänmaallinen seremonia. Seremonioiden juhlapuheet välitettiin radion kautta koko maahan. Itse Berliinissä ihmisiä pyydettiin tulemaan kaduille tervehtimään ”uutta kansan symbolia” (Mandell 1971, 126–127). Lopulta olympiakello laitettiin roikkumaan Führerin torniin, joka sijaitsi Maifeldin päädyssä puhujakorokkeen vieressä. Kellolla oli merkittävä rooli avajaisseremoniassa. Kello kumisi siinä vaiheessa, kun osallistuvien maiden liput nostettiin salkoihin.

Kuten sanotusta voi päätellä, innostuneesti kisoissa mukana elävä yleisö oli tärkeä palanen natsien propagandistista performanssia. Siegfried Krauerin (2005) käsittein yleisö muodosti yhtenäisen massaornamentin, joka istui tilojen estetiikkaan ja tapahtumien kulkuun natsien haluamalla tavalla. Yleisön rooli näkyi myös Berliinin olympialaisten avajaispäivänä, kun stadionille pakkautunut väkijoukko jännittyneenä odotti johtajansa saapumista. Kun Hitler sitten astui Maratonportista sisään, yleisö metelöi niin äänekkäästi, että olympiastadion muistutti enemmän ”purkautumaisillaan olevaa tulivuoren kraatteria kuin urheiluareenaa” (Hart-Davis 1986, 155). Tämän jälkeen tunnetuin elossa ollut saksalainen säveltäjä Richard Strauss, hänen johtamansa sinfoniaorkesteri sekä 3 000 hengen kuoro esittivät *Deutschland über alles* -kansallishymnin, *Horst-Wessel-Lied*-puoluehymnin ja Straussin itsensä säveltämän *Olympiahymnin* (Mandell 1971, 147) – viimeksi mainittu yksi esimerkki Berliinin olympialaisiin keksityistä perinteistä.

Monia ulkomaisia turisteja hämmästytti eniten Hitlerin hysteerinen palvonta: ”Missä tahansa hän liikkui, miehet huusivat äänensä käheäksi ja naiset kirkuivat korvia vihlovasti sekä kyynelehtivät ja pyörtyilivät” (Hart-Davis 1986, 160). Myönteisen mediajulkisuuden rakentamisen ja Hitlerin mahtiaseman esittämisen näkökulmasta myös urheilijat voi ymmärtää eräänlaisiksi yleisöiksi. Esimerkiksi Berliinin olympiastadionin avajaisseremoniassa ”antiikkisen” *Heil Hitler* -tervehdyksen tekivät myös monen muun valtion urheilijat, kuten kreikkalaiset ja ranskalaiset, eivät siis ainoastaan Saksan edustusurheilijat.

Natsit levittivät urheilun hyvää tarinaa myös Saksan maaseudulle erityisen olympiakaravaanin (*Olympia-Zug*) avulla, jonka muodosti neljä suurikokoista Mercedes-Benz-rekka-autoa. Karavaanissa ei kuljetettu niinkään todistusaineistoa natsi-Saksan ja antiikin Kreikan välisistä yhteyksistä vaan tietoa olympialaisten rakennusprojekteista ja kisoihin valmistautumisesta, kuten ääninauhoja saksalaisten urheilijoiden tavoitteista ja muista näkemyksistä. Olympiakaravaanin ensisijaisena tehtävänä oli muistuttaa myös syrjäseutujen asukkaille, että olympialaiset olivat koko kansan voimanponnistus. Siksi tapahtumaan tuli suhtautua suurella arvokkuudella ja yhteisötunteella. Kaupungeissa kiersi puolestaan suuri olympialaisista kertova näyttely. Mandellin (1971, 123–124) mukaan näillä molemmilla oli yhteinen tehtävä: kansainvälisen urheilufestivaalin isäntänä natsi-Saksa halusi näyttää ihmisille, että juuri se edustaa 1900-luvun elinvoimaisinta kulttuuria. Olympialaisten aikana Berliinissä oli lukuisia kulttuuritapahtumia, konferensseja ja taidenäyttelyitä. Yksi tällainen oli ”Urheilu helleenisenä aikakautena”-näyttely, johon oli Saksan museoista koottu runsaasti klassisia urheiluaiheisia taideteoksia (Large 2007, 162, 201).

Vaikka Goebbels kuvaili lehdistöä ”suureksi näppäimistöksi, jota hallitus voi soittaa”, natsipropagandan tärkein mediateknologia oli radio. Goebbels itse nautti suuresti radiomikrofoniin puhumisesta ja tunteesta, että hän voi tavoittaa tuhansia ihmisiä reaaliaikaisesti. Jotta kaikkiin koteihin voitiin välittää urheilutapahtumien varjolla hallituksen viestejä, Goebbels järjesteli myyntiin massoittain halpoja radioita, niin kutsuttuja *Volksempfänger* eli ”kansan vastaanottimia” (Large 2007, 248). Berliinissä Via Triumphalikes varrelle sijoitettiin kaiuttimia. Kisatapahtumat levisivät näiden välittämänä kaikkialle lähiympäristöön. Radiolähetykset alkoivat *Achtung*-huudahduksella. Toisin sanoen radion välittämä äänimaisema levisi kodin piiristä julkisiin kaupunkitiloihin ja kirjaimellisesti ”pysäytti” tapahtumapaikoilla liikkuvat ihmiset samanaikaisesti yhteisen kokemuksen äärelle (Rennen 2007, 117–118).

Berliinin olympialaisissa käytössä oli ensimmäistä kertaa maailmassa liikkuva lähetyksikkö, radioauto. Autoa oli testattu vaihtelevalla menestyksellä jo soituviestin aikana. Radioauton toimittajat välittivät muun muassa sen tunteikkaan hetken, kun ”antiikin Jumalten tuli” vaihtui soihdunkantajalta toiselle Tšekkoslovakian ja Saksan rajalla 50 000 ihmisen seurattuna operaatiota tapahtumapaikalla. Olympialaisten aikana radiotoimittajat nostattivat tunnelmaa Yhdysvalloista imitoiduilla ”lähellä ja henkilökohtaista”-haastatteluilla (*up close and personal*). Nämä lyhyet puhejaksot sisälsivät muun muassa Jesse Owensin ja keihäänheittäjä Tilly Fleischerin haastatteluja sekä kuvauksia olympiakylästä (Large 2007, 249). Radio esiintyy dramaturgisena välineenä myös Riefenstahlin *Olympiassa*. Elokuvan kertojäänä toimiva Paul Laven kuvataan radiomikrofonin edessä ikään kuin puhumassa näkymättömissä olevalle yleisölle (Kuva 4). Tällä tavalla Riefenstahl saattoi sekä elävöittää kerrontaa että ylevöittää saksalaista radioteknologiaa, jota pidettiin yhtenä Berliinin olympialaisten suurimpana saavutuksena.



Kuva 4. Paul Laven leipätyössään radioselostajana Berliinin olympialaisissa Lähde: Kuvakaappaus elokuvasta *Olympia* (1938).

Vaikka televisio vasta teki tuloaan, tv-lähetykset tavoittivat yhteensä 162 000 katsojaa 25 teatteritilassa eri puolilla Berliiniä. Nykystandardeihin verrattuna kehnosta kuvanlaadusta huolimatta tv-lähetykset olivat Largen (2007, 252) sanoin ”niin suosittuja, että toisinaan oli vaikeampaa päästä televisiohuoneisiin kuin saada istumapaikka olympiastadionilta”. Hurmioituneita olivat myös useat ulkomaalaiset toimittajat, kuten suomalainen Vuokko Arni, joka ihmetteli uuden keksinnön kaukonäköradion kykyä silloittaa etäisyyksiä:

Aivan vähän ennen olympialaisia kisoja valmistuivat tarpeelliset koneet ja laitteet parannettua mallia. Ja nyt voi eri puolilla Berliiniä muun muassa Potsdamer Platzilla [...] seurata kaukonäköradiossa tapahtumia stadionilla. Eikö kuulosta uskomattomalta, että kilometrien päässä stadionilta näkee ja kuulee mitä siellä tapahtuu. (Yle Elävä Arkisto)

Berliinin olympialaiset rikkoivat katsojamääräennätyksiä niin tapahtumapaikoilla kuin radion ääressäkin. Berliinin olympialaisten radiolähetyksiä kuunteli 300 miljoonaa ihmistä. Tapahtumapaikoilla Berliinissä katsojia oli yli 3,7 miljoonaa. Berliinin oli saapunut 105 ulkomaalaista radiotoimittajaa ja reilut 18 000 sanomalehtitoimittajaa. Los Angelesin olympialaisissa neljä vuotta aiemmin radiolähetykset eivät olleet reaaliaikaisia kisaselostuksia, ja tapahtumia seurasi paikan päällä vain miljoona katsojaa. Radion ohella elokuva oli väline, jonka avulla natsit laajensivat ja tehostivat halutun tunneefektin toteutumista massojen mobilisoinnissa, olympiastadionin ja muiden kisapaikkojen arkkitehtuurissa ja uudessa infrastruktuurissa, julkisten tilojen siistimisessä ja koristelussa sekä historian valikoivassa esittämisessä. Natsit palkkasivat kollektiivisen muistin sementoijaksi ja historian kertojaksi suosikkielokuvaohjaajansa Leni Riefenstahlin, joka vuonna 1935 ensi-iltansa saaneessa *Tahdon Riemuvoitossa* oli jo osoittanut kykynsä.

Riefenstahlin *Olympia* – Poliitiikan estetisointia

Leni Riefenstahlin *Olympia* on ollut kiistelty elokuva siitä asti, kun se ilmestyi vuonna 1938. Elokuvan koostaminen ja editointi oli monivaiheinen prosessi, joka kesti puolitoista vuotta. Elokuvaa on pidetty sekä ainutkertaisena taide-elokuvana innovatiivisine kuvakulmineen että natsien propagandan huipputuotoksena. Riefenstahl (1902–2003) ei pitänyt tunnetuinta ohjaustyötään poliittisena tai ideologisena, eikä myöskään itseään niinkään ohjaajana vaan pikemminkin suuren sinfonian säveltäjänä, jolle keskeisintä on kuvan ja äänen muodostama rytminen kokonaisuus.

Riefenstahlilla oli Berliinin olympiastadionilla käytössään useita kameroita, joita liikuteltiin maahan kaivetuissa käytävissä ja kentälle pystytetyissä torneissa. Näin saatiin runsaasti ala- ja yläviistosta kuvattuja otoksia, jotka hidastettuina estetisoivat urheilijoiden atleettisia vartaloita ja ruumiiden liikkeitä. Taivaalle laskettiin puolestaan minikameroilla varustettuja kuumailmapalloja, jotka automaattisesti räpsivät panoraamakuvia (ks. myös Large 2007, 300).³ Nykyisen tv-urheilutuotannon tavoin Riefenstahlin tavoitteena oli tuottaa sellainen televisuaalinen kokemus, jota ei voi tavoittaa itse tapahtumapaikalla (ks. Kolamo 2018).

Elokuvan esteettistä ilmaisuvoimaa, joka kohdistuu monelta osin myös ei-saksalaisiin urheilijoihin, on toisinaan pidetty ikään kuin todisteena sille, etteivät Berliinin olympialaiset olleet korostetusti propagandistinen poliittinen

3 Taivaalla ajelehtivat ”kuvauspallot” karkasivat ilmavirtausten mukana usein omille teilleen. Jotta järjestäjät saivat kamerat kuvineen takaisin, niiden palautuspaikat ilmoitettiin sanomalehdissä (Mandell 1971, 259).

tapahtuma. Ei-saksalaisia tähtiurheilijoita, joita kuvataan *Olympian* lähikuvissa myönteiseen sävyyn, ovat ennen muuta neljä kultamitalia voittanut Jesse Owens ja japanilainen maratonin ykkönen Son Kitei (ks. esim. Guttman 2006, 74–75).

Toisaalta *Olympiassa* ei esiinny yhtään kuvaa saksalaisista lapsista, jotka kärttivät nimikirjoitusta Owensilta. Ei voi olla myöskään havaitsematta, että hidastuskuviin on valikoitunut useimmiten saksalaisia urheilijoita. Saksa voitti kisojen mitalitilaston, ja isäntämaan urheilijoiden voittoja alleviivataan korostetusti otoksilla riemuitsevista natsijohtajista ja muista fanaattisista katsojista. Saksalaisia kuvataan silloinkin, kun he eivät päässeet mitaleille. Tällainen on kohta Erich Borghmeyerin puolivälierävoitosta 100 metrin juoksussa. Japanilaiset, joiden valtiojohto teki Saksan kanssa antikommunistisen sopimuksen marraskuussa 1936 (*Olympian* ensi-ilta oli huhtikuussa 1938), saavat Riefenstahlin elokuvassa niin ikään runsaasti tilaa.

Riefenstahlin dramaturgiseen formaattiin kuului, että hän kuvasi voittajia – ja usein myös palkintoseremonioita sekä mitalikolmikkoa edustavien maiden lippuja – loppukilpailun päätyttyä. Näin ei kuitenkaan tapahdu tummaihoisen 800 metrin voittajan yhdysvaltalaisen John Woodruffin kohdalla. Ehkäpä estetiikkatietoisien Riefestahlin mielestä isokokoinen ja omintakeisella loikkivalla tyylillä edennyt Woodruff ei ollut riittävän kuvauksellinen kohde.

Lisäksi Son Kitein taistelu uupumusta vastaan on dramatisoitu niin, että kuva ja musiikki eivät sovi yhteen. Kuvien perusteella Kitein juoksurytmi ja askellus hidastuvat, jota otokset asfalttiin iskeytyvistä jaloista viestivät. Mutta mahtipontinen musiikki ei istu kuvissa esiintyvään kehon ”murenemiseen”. Päinvastoin, musiikkia voi tulkita niin, että Kitein henkinen vahvuus tai tarkemmin sanoen tahto on yliveräinen: tahdonvoima asettuu kehon yläpuolelle ja voittaa sen. Elokuvan musiikkiraidasta vastaa Riefenstahlin hovisäveltäjä Herbert Windt. Tahdon voiman korostaminen kuului natsi-ideologiaan. Voi spekuloida, että Kitein henkisen vahvuuden elokuvallinen dramatisointi heijasti Japanin ja Saksan vahvistunutta liittolaisuutta *Olympian* editointivaiheessa. Juuri tällaisen kehon estetisoinnin voi tulkita poliittiseksi – etenkin jos nämä kuvat yhdistää sotilasunivormupukuisiin valtion johtajiin ja toimitsijoihin sekä avausseremonian ja palkintojenjakojen symboliikkaan natsitervehdyksineen (ks. politiikan estetisoinnista Benjamin 1989).

Vielä maratonkuvia vaikuttavampi dramaturginen – ja kehon poliittinen – kokonaisuus on elokuvan alkukohta. Kamera vaeltaa Kreikassa olympialaisten synnyinsijoilla ja Akropolis-kukkulalla kuvaten antiikinaikaisia patsaita, pylväitä ja temppeleiden raunioita. Suorituksensa jähmettynyt lihaksikas kiekonheittäjäveistos muuttuu vähitellen (leikkaustrikin avulla) eläväksi ja toimintaan kykeneväksi urheilijaruumiiksi. Kuvissa lihaksi muuntunutta klassista antiikin ruumisihannetta edustaa raamikas, kapeaan alusasuun pukeutunut saksalainen kymmenottelija Erwin Huber, jonka ruumiin voimaa ja kauneutta korostetaan hidastuskuvien avulla (Kuva 5). Seuraavaksi kuvissa esiintyy naisvoimistelijoita, jotka ulkoilmassa rinnat paljaana suorittavat symmetrisiä liikesarjoja. Pian voimistelijoiden vartaloiden päälle kuviin ilmestyy liekkejä, ja kamera siirtyy Kreikkaan olympiatulen sytytyspaikalle.

Alkukohtauksen päätteeksi kuvataan olympiatulen matkaa Kreikasta läpi Euroopan, joka päättyy Berliinin täyteen ahdetulle olympiastadionille. Fanfaarit ja olympiakello soivat taustalla. Elokuvan alku viestii, että täydellistynyt urheilijan ruumis kantaa antiikin kulttuurista perintöä. Antiikki ja sen saavutukset ovat heränneet uuteen kukoistukseen kansallissosialistisessa Saksassa ja Berliinin olympialaisissa.



Kuva 5. Erwin Huber natsien vastineena antiikinaikaiselle urheilijalle ja ihannekeholle. Lähde: Kuvakaappaus elokuvasta *Olympia* (1938).

Olympian poliittis-esteettisestä arkaluontoisuudesta kertoo se, että elokuvasta tehtiin useita erilaisia versioita. Largen (2007, 304) mukaan saksalaisille leikatussa versiossa korostui ”kansojen ja rotujen välinen suuri kamppailu maailman ylivallasta”. Sadan metrin juoksu nimettiin selostuksessa ”mustan ja valkoisen rodun vahvimpien edustajien väliseksi mittelöksi”. Kun suomalaiskolmikko eteni maratonilla yhtä matkaa rinnakkain, kaikui natsislogan: ”kolme juoksijaa, yksi maa, yksi tahto”. Myös Hitler valikoitui useammin kuviin kuin muissa versioissa. Natsien elokuvakriitikko Frank Maraun julisti, että kyse on ”elokuvasta, joka on toteutettu kansallissosialistisen valtakunnan ideologisten periaatteiden mukaan”. Goebbels puolestaan väitti, että *Olympia* on todistusvoimainen näyte ”Saksan kyvykkyydestä ja kansamme suuruudesta koko maailman silmien edessä” (emt., 310).

Ei ollut sattumaa, että *Olympian* ensi-iltaa vietettiin elokuvateatteri Ufa-Palast am Zoossa Hitlerin 49-vuotissyntymäpäivänä eli huhtikuun 20. päivänä vuonna 1938. Ensi-iltanaan *Olympia* sai natsien keskuudessa haltioituneen vastaanoton. Elokuva pyöri Saksassa pitkään täysille katsomoille, voitti lukuisia palkintoja (muun muassa Venetsian elokuvajuhlien Kultaisen leijonan) sekä kiersi Eurooppaa erilaisina enemmän tai vähemmän sensuroituina versioina.

Elokuvan myönteisestä vastaanotosta innostuneena Riefenstahl teki markkinointimatkan myös Yhdysvaltoihin. Siellä elokuvan esittämistä kuitenkin vastustettiin. Useat juutalaiset kansalaisjärjestöt esittivät elokuvastudioiden johtajille ja elokuvateattereiden levityksestä vastaaville henkilöille tiukkasanaisen pyynnön, jonka mukaan elokuvan esittäminen tulisi kieltää Yhdysvalloissa. Natsien elokuvan katsottiin olevan hyökkäys amerikkalaista demokratiaa vastaan. Toiveikkaana Yhdysvaltoihin saapunut Riefenstahl joutuikin palaa-

maan kotimaahansa pettyneenä, sillä yksikään teatteri ei suostunut ottamaan palkittua dokumenttia ohjelmistoonsa. Yhdysvalloissa Riefenstahlin ainoa ”tosifani” oli natsuja sympatisoinut KOK:n jäsen ja tuleva puheenjohtaja Avery Brundage, joka järjesti harvoille ja valituille juhluvieraille erikoisnäytöksen sekä kotikaupungissaan Chicagossa että Hollywoodissa.

Kaiken kaikkiaan *Olympian* valmistumisen taustaehtona oli valtion poikkeuksellisen vahva taloudellinen tuki. Elokuva tehtiin 80 hengen työryhmän voimin. Ryhmä asui pitkään yhdessä ja suunnitteli kuvauksia etukäteen. Käsikirjoituksessa tuli ottaa huomioon KOK:n vaatimukset siitä, etteivät kuvaukset saa häiritä kilpailijoita. Esimerkiksi uintilajien vedenalaiskuvauksia erikoislinssineen harjoiteltiin puoli vuotta. (Mandell 1971, 259–260.)

Riefenstahlin pyrkimyksenä oli ikuistaa täydellisiä kohtauksia, joissa urheilijoiden kehollinen kauneus ja liikkeen esteettisyys pääsisivät kukoistamaan. Nykyaikaisesta mediakalustosta huolimatta tämä tavoite ei aina kuitenkaan onnistunut, sillä ajoittain pilvinen ja sateinen sää häiritsivät kuvauksia. Siksi Riefenstahl halusi uusintaotoksia. Seiväshypyn ratkaisukierros ”näyteltiin” uudelleen Riefenstahlin kameroille varsinaisen kisapäivän jälkeen. Samoin joutuivat tekemään uimarit ja voimistelijat sekä kymmenottelijat 1500 metrin juoksun osalta. Maratonjuoksun klassiset otokset jaloista, jotka tömähtelevät asfalttiin, kuvattiin harjoituslenkeillä ripustamalla erikoiskameroita juoksijoiden kaulaan (Large 2007, 300–301).

Olympiastadionilla oli valtava meteli yleisön kannustaessa suosikkejaan. Hitlerin lyhyt 15 sanan mittainen lause, jonka aikana hän julistaa kisat avatuiksi, on ainoa hetki jolloin voi kuulla synkronoidun äänen. Elokuvan äänimaisema on siis jälkikäteen rakennettu. Riefenstahl muun muassa kokosi yhteen Berliinissä asuvia yhdysvaltalaisia ja japanilaisia opiskelijoita ja pyysi heitä esittämään tyypillisiä kannustushuutojaan. Näitä nauhoituksia on upotettu etenkin elokuvan yleisurheilutapahtumia koskevaan äänimaisemaan. Elokuvan kasaan kursiminen oli valtavan työn takana: filminauhaa oli noin 400 000 metriä ja Riefenstahl avustajineen puursi leikkaushuoneessa sen parissa yli puolitoista vuotta.

Totalitaristisen natsivaltion propagandan kokonaisvaltaisuus ja perintö

Propagandan kulta-aikaa elettiin 1930-luvulla. Toisin kuin nykyisin, propaganda-käsitteeseen ei vielä tuolloin liitetty sen nykyisiä negatiivisia merkityksiä, vaan esimerkiksi Suomessa termiä käytettiin pitkälti synonyymisesti ”viestinnän” kanssa. Yleisesti ajateltiin, että myös demokraattisissa yhteiskunnissa poliitikot, journalistit, mainostajat ja PR-henkilöt toimivat propagandan piirissä. Propagandan käsitettä alettiin kuitenkin hyljeksiä toisen maailmansodan ja natsi-Saksan luhistumisen jälkeen. Toisaalta niin kylmän sodan aikaisen psykologisen sodankäynnin kuin nykyisten vale uutisten (*fake news*) ja trollitehtaiden aikana voi ajatella, että propaganda ei ole kadonnut mihinkään vaan pikemminkin päinvastoin: organisoitu suostutteleva ja valheellinen viestintä eli propaganda (ks. Luostarinen 1998, 26) on saanut sekä entistä suoraviivaisempia että hienovaraisempia muotoja.

Huomionarvoista natsien propagandassa Berliinin olympialaisissa oli sen kokonaisvaltaisuus ja yksityiskohtainen suunnitelmallisuus – se oli tarkoin ja harkitusti käsikirjoitettu. Monumentaaliset kisapaikat ja muu symboliikka, tapahtumatilojen siistiminen ja estetisoiminen, ihmisten aktiivinen osallistuminen sekä mediateknologioiden käyttäminen toimivat keinoina tuottaa

haluttuja kokemuksia. Propagandaministeriö valvoi tarkasti etenkin sitä, miten saksalaiset toimittajat kisoista raportoivat. Yhteisöllisen muistin sementoijaksi natsit palkkasivat Leni Riefenstahlin, jonka ohjaama *Olympia* on visuaalis-esteettisesti poikkeuksellisen näyttävä kokonaisuus.

Kuten johdannossa tuli esille, ihmisten kokemusten muokkaaminen suuntautui *yhdistetyn propagandan* mukaisesti samanaikaisesti sekä natsivaltion sisä- että ulkopuolelle. Kisajärjestäjät halusivat tehdä juhlavieraisiin, ulkomaisiin toimittajiin ja kisaturisteihin vaikutuksen paitsi mahtipontisilla arkkitehtonisilla rakennelmilla ja myyteistä ammentavilla tarinoilla myös ennen muuta paikallisten ihmisten vieraanvaraisella käytöksellä. Saksalaisten käyttäytymisestä oli lumoutunut myös suomalaistoimittaja Vuokko Arni:

En kuitenkaan malta olla kertomatta, mikä minua eniten hämmästyttää kun järjestys ja tottelevaisuus, joka on aivan esimerkillinen. Ajatelkaa nyt, kun esimerkiksi eilen yleisöä kiellettiin polttamasta juhlaavalaistuksen aikana, koska se häiritsi valaistusefektejä, niin yleisö kiltisti oli polttamatta. Kun taas satatuhantinen ihmispaljous tungeksi sisään käytävillä, niin kuuluttaja stadionilta käsin ilmoitti, ettei ole tarpeen tungeksia. Yleisö pääsee varmasti nopeammin stadionille, jos asettuu jonoon eikä turhaan tungeksi sisäänkäytävien edustalla. Niin ja niin monta minuuttia kestää vielä ennen kuin kilpailut alkavat, on turhaa tungeksia. Niin kuvitelkaa, yleisö todella oma-aloitteisesti asettui jonoon ja tuli rauhallisesti sisään stadionille. (Yle Elävä Arkisto)

Jo ennen kisoja Saksan rautateiden matkatoimistot aloittivat ulkomailla mainoskampanjan, jonka mukaan Berliinin olympialaiset ovat vuoden 1936 paras lomakohde. Olympialaisten jälkeen laatulehtenä pidetty *The New York Times* oli varma siitä, että ”Hitler on yksi maailman suurimmista poliittisista johtajista, ellei suurin, ja saksalaiset ovat väärinymmärrettyä, vieraanvaraista ja läpeensä rauhanomaista kansaa” (Christensen 2016).

Kisajärjestäjät ”kouluttivat” puolestaan omia kansalaisiaan pitämään urheilullisesti lahjakkaita saksalaisia kansallissosialistisen valtion ruumiillistumina. Berliinin olympialaisia voi pitää yhtenä natsien valtakauden emotionaalista kohokohdista. Tuolloin jos koskaan todellistui natsien ajatus yhdestä kansasta, valtakunnasta ja johtajasta – *ein Volk, ein Reich, ein Führer*. Berliinin olympialaisten propagandistinen ”myyntipuhe” oli saksalaisten keskuudessa täydellinen menestys. Sisäinen propaganda oli niin onnistunut, että aina 1970-luvun alkuun saakka Saksassa esiintyi hyvin vähän kritiikkiä kisoja kohtaan (Krüger 2003, 27).

Toki kriittisiäkin ääniä esiintyi olympialaisten jälkeen – etenkin ulkomailla. Yksi arvostelijoista oli brittiläinen diplomaatti Sir Robert Vansittart, jonka mukaan aiemmat olympialaiset kehittivät kansainvälistä yhteisymmärrystä. Sen sijaan Berliinin olympialaiset olivat kaukana olympialiikkeen alkupe-
räisistä ihanteista, sillä niitä kuvastivat yltiönationalismi ja kansalliskiihko. Vansittartin mukaan näköpiirissä on siirtymä kohti ”kilpailuhenkistä kansallismielistä mainostamista, jonka arvovalan merkkejä voi melkein kuulla urheilukentältä. Katsoja ei koe niinkään amatöörihengen vaan pikemminkin varovaisesti varjellun poliittisen mielenosoituksen läsnäoloa” (ks. Hart-Davis 1986, 233). Walter Benjaminin (1989) sanoin kyse oli politiikan estetisoinnista tavalla, jossa natsit manipuloivat laajoja kansanjoukkoja tarjoamalla heille ”mahdollisuuden ilmaista itseään” muuttamatta kuitenkaan poliittisia valta-asetelmia. Tätä mahtipontista estetiikkaa edusti paitsi Berliinin olympiastadion lähiympäristöineen ja Via Triumphalis myös monet yksityiskohdat, kuten hakaristein koristettu ilmalaiva Hindenburg, joka lipui Berliinin ja täyteen

ahdetun olympiastadionin yllä ja sai paikalliset ihmiset kokemaan vahvaa yhteisötunnetta Hitlerin Saksaa kohtaan.

Hannah Arendtin (1976, 466–468) mukaan totalitarismi riistää ihmiseltä kyvyn muodostaa mielipiteitä ja määrittellä itsensä erilliseksi muista yhteiskunnan jäsenistä ja valtion johdosta. Siegfried Kracauer (1987, 295) puhuu suurin piirtein samasta asiasta kirjoittaessaan ”mielten sterilisoinnista” natsien yhteiskuntajärjestelmän takeena. Tällainen autonomiansa menettänyt yksilö (ks. Adorno 1984) on parasta mahdollista propagandan rekvisiittaa valtiolle, jonka yhteiskuntaelämän mobilisoinnin ytimessä ovat militaristisen tarkasti organisoidut ja laajasti medioidut paraatit, kulkueet, festivaalit ja urheilutapahtumat. Ihmisten ja heidän tunteidensa mukaan tempaamisessa tärkeää on lisäksi puolijumalan asemaan kohotettu (mies)johtaja, joka osallistuu näihin valtion järjestämiin tilaisuuksiin vähintäänkin näyttäytymällä kunnia-aitiossa.

Natsien kokonaisvaltainen ja etukäteen käsikirjoitettu propaganda perustui paljolti siihen, että he näkivät urheilijoiden sijaan propagandanäytöksensä ”tähdeksi” megatapahtuman kokonaisuutena, jota myös *Olympia* alleviivaa (Kärki 2011). Niin elokuva, radio kuin televisiokin – eli Benjaminin (1989) sanoin massamittaiseen uusintamiseen kehitetyt mediateknologiat – valjastettiin menneisyyden kulttien ja rituaalien voimistamiseen, ei kriittisen ajattelun kehittämiseen (ks. Seppä 2007, 21–22). Berliinin olympialaisissa totalitaristinen ”uusi Saksa” pyrki rakentamaan mielikuvia ”loistavasta tulevaisuudesta”, vaikka natsien retoriikka itse asiassa ammensi menneisyyden palvonnasta: se perustui ”antiikkisten mielikuvien” pyhittämiseen. Samalla ajassa taaksepäin katsova estetisoiva kuvasto kätki poliittis-ideologisen luonteensa ja sitä pystyessä pitävän – totalitaristisen valtion tärkeimmän tunnusmerkin – terroristikoneiston (ks. Arendt 1976).

On selvää, että Berliinin olympialaiset vahvistivat natsien valta-asemaa. Samalla tuotteen omistaja KOK tuli välittäneeksi kansainväliselle urheiluyhteisölle ja erityisesti diktatuurivaltioille implisiittisen viestin: kun olympialaiset on järjestetty natsihallinnon alaisuudessa, kisat on mahdollista järjestää riippumatta siitä, millaista politiikkaa valtaapitävät hakijamaassa toteuttavat, millaisia sotilaallisia laajentumispyrkimyksiä heillä on tai miten ihmisoikeuksia kyseisessä valtiossa poljetaan. Natsi-Saksan julmuudet toki paljastuivat koko karmeudessaan vasta myöhempinä vuosina. Tästä tendenssistä, jossa urheilun megatapahtumien kisaisännäksi valitaan epädemokraattisia ja korruptoituneita valtioita, on viimeaikaisina esimerkkeinä mieliimme ikuistuneet mediavälitteiset tunnekuvat vuoden 2008 Pekingin ja vuoden 2014 Sotšin olympialaisista.

Lähteet

Adorno, Theodor W. (1984) Yhteenveto kulttuuriteollisuudesta. *Tiedotustutkimus* vol. 7:3, 21–28.

Arendt, Hannah (1976) *The Origins of Totalitarianism*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Benjamin, Walter (1989) *Messiaanisen sirpaleita. Kirjoituksia kielestä, historiasta ja pelastuksesta*. Suom. Sironen, Raija. Toim. Koski, Markku, Rahkonen, Keijo & Sironen, Esa. Jyväskylä & Helsinki: Kansan sivistystyön liitto & Tutkijaliitto.

Christensen, Else (2016) Berliinin olympialaiset: Natsi-Saksa oli propagandan olympiavoittaja. *Historia* 19.8.2016. Saatavilla: <<https://historianet.fi/kulttuuri/berliinin-olympialaiset-natsi-saksa-oli-propagandan-olympiavoittaja>>. (linkki tarkistettu 1.12.2018)

Goldblatt, David (2016) *The Games. A Global History of the Olympics*. London: MacMillan.

- Gordon, Robert S. C. & London, John (2006) Italy 1934: Football and fascism. Teoksessa Tomlinson, Alan & Young, Christopher (toim.) *National identity and global sports events. Culture, politics, and spectacle in the Olympics and the football World Cup*. New York: State University of New York Press, 41–64.
- Guttmann, Allen (2006) Berlin 1936: The most controversial Olympics. Teoksessa Tomlinson, Alan & Young, Christopher (toim.) *National identity and global sports events: culture, politics and spectacle in the Olympics and the football World Cups*. New York: State University of New York Press, 65–82.
- Hart-Davis, Duff (1986) *Hitler's Games. The 1936 Olympics*. New York: Harper & Row.
- Hobsbawm, Eric (1983) Mass-producing traditions: Europe, 1870–1914. Teoksessa Hobsbawm, Eric & Ranger, Terence (toim.) *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, 263–307.
- Jokisalo, Jouko (1995) *Kansallissocialismin ideologia*. Snellman-instituutin A-sarja 17. Kuopio: Kuopion kaupungin painatuskeskus.
- Kolamo, Sami (2018) *Mediaurheilu – Tunnetalouden dynamo*. Tampere: Vastapaino.
- Kracauer, Siegfried (1987) *Caligarista Hitleriin. Saksalaisen elokuvan psykologinen historia*. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Kracauer, Siegfried (2005) *The Mass Ornament – Weimar Essays*. Harvard University Press: Cambridge.
- Krüger, Arnd (2003) Germany: The propaganda machine. Teoksessa Krüger, Arnd & Murray, William (toim.) *The Nazi Olympics. Sport, politics and appeasement in the 1930s*. Chicago: University of Illinois Press, 17–43.
- Kärki, Kimi (2011) Mediaspektaakkeli tähteysilmionä. Mahtipontisuuden estetiikka olympialaisten avajaisissa Berliinissä 1936 ja Torinossa 2006. *Kulttuurintutkimus* vol. 28:3, 43–56.
- Large, David Clay (2007) *Nazi Games: The Olympics of 1936*. New York: W.W. Norton.
- Luostarinen, Heikki (1998) Mistä propaganda tuli ja mihin se meni. *Tiedotustutkimus* vol. 21:3, 24–35.
- Mandell, Richard D. (1971) *The Nazi Olympics*. Lontoo: Souvenir Press.
- Meyer-Künzel, Monika (2005) Berlin 1936. Teoksessa Gold, John R. & Gold, Margaret M. (toim.) *Cities of culture. Staging international festivals and the urban agenda, 1851–2000*. Aldershot: Ashgate, 165–182.
- Murray, William (1992) France, Coubertin and the Nazi Olympics: Response. *Olympika: The International Journal of Olympic Studies* 1, 46–49.
- Murray, William (2003) Introduction. Teoksessa Krüger, Arnd & Murray, William (toim.) *The Nazi Olympics. Sport, politics and appeasement in the 1930s*. Chicago: University of Illinois Press, 1–16.
- Rennen, Ward (2007) *City events. Place selling in a media age*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Riefenstahl, Leni (1938) *Olympia*.
- Schaap, Jeremy (2014) *Triumph: Jesse Owens and Hitler's Olympics*. London: Head of Zeus.
- Smith, Andrew (2015) *Events in the City: Using Public Spaces as Event Venues*. New York: Routledge.
- Seppä, Anita (2007) Kulttuurin kuvallistuminen. Teknologisoitumisen seuraus vai teoreettinen ylilyönti? Teoksessa Rossi, Leena-Maija & Seppä, Anita (toim.) *Tarkemmin katsoen. Visuaalisen kulttuurin lukukirja*. Helsinki: Gaudeamus, 14–35.
- Urry, John (1990) *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- Yle Elävä Arkisto. Näköradiota esitellään Berliinissä. Saatavilla: <<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2006/09/08/nakoradiota-esitellaan-berliinissa>>. (linkki tarkastettu 1.12.2018).