

Pääkirjoitus

Mats Bergman

Palasiko propaganda?

Tätä kirjoittaessani Venäjän hyökkäys Ukrainaan on kestänyt lähes neljä kuukautta. Sodan myötä erilaiset yritykset mielipiteiden manipuloimiseksi muuttuvat röhkeämmiksi, ja se näkyy luonnollisesti myös uutisoinnissa. Viime vuosina informaatiovaikuttaminen on toki tuon tuostakin ollut esillä mediassa, mutta nyt perinteinen propagandan käsite on noussut etualalle. Harvassa ovat päivät, joina johtavissa tiedotusvälineissä ei viitattaisi propagandaan jossain yhteydessä – sosiaalisemmista ja vastarintaisemmista medioista puhumattakaan.

Tänä aamuna (15.6.2022) silmiini osui *Helsingin Sanomien* artikkeli, joka oli otsikoitu ”Venäjä esitti propagandaa Gotlannista ja presidentti Niinistöstä”. Juttu käsitteli venäläisessä mediassa – tai ehkä oikeammin propagandakoneistossa, kuten kirjoittaja asian ilmaisi – esiintyneitä väitteitä Suomen presidentin psykoosista ja Gotlannin venäläisjuurista. Kiinnostavasti ingressi ei kuitenkaan viitannut suoraan jutussa käsiteltäviin konkreettisiin tapahtumiin. Sen sijaan se määritteli yleisesti propagandan pyrkimykseksi sekoittaa ”yleisöjen luottamusta oikeaan ja totuudenmukaiseen tietoon”. Artikkelin kategorisoinnin kautta määritelmä yhdistettiin disinformaatioon. Itse tekstissä propagandaa luonnehdittiin informaatiotosodankäynnin muodoksi. Jutun loppupuolella kirjoittaja otti vielä puheeksi tunnetun jaottelun valkoiseen, harmaaseen ja mustaan propagandaan, jonka hän – mielestäni aivan oikein – kytki kysymykseen lähettäjäosapuolen tunnistettavuudesta, eli siihen, onko propagandan luoja avoimesti esillä, jollain tavalla häivytetty vai täysin piilotettu väärennetyn identiteetin avulla.

Artikkeli osoittaa, miten tässä maailmantilanteessa arkipäiväinen uutisointikin välillä nostaa esiin suhteellisen abstrakteja propagandaan liittyviä teemoja. Samalla kirjoitus myös havainnollistaa, miten propagandan, disinformaation ja informaatiotosodankäynnin käsitteistöt tapaavat kietoutua toisiinsa nykykeskustelussa. Tutkimuksen kannalta tilanne on sekä hedelmällinen että haasteellinen. Erilaisille selvityksille ja ratkaisuehdotuksille on viime vuosina eittämättä riittänyt kysyntää, kun viranomaiset ja rahoittajat ovat käyneet taistoon digitaalisen maailman todellisia tai oletettuja haittoja vastaan. Nämä aiheet kiehtovat selvästi myös median edustajia. Propagandaa käsittelevän opetukseni takia olen saanut tänä vuonna useampia haastattelupyyntöjä kuin koko tätä edeltävän tutkijanurani aikana (mikä ehkä kertoo jotain tutkimusprofiilistani).

Mutta propaganda on myös ongelmallinen tutkimuskohde. Aiheen haasteellisuutta lisää käsitteen pitkä historia, johon osa tutkijoista – tietoisesti tai ei – näyttäisi tekevän pesäeroa. Nykytutkimuksessa huomion keskipisteessä ei olekaan propaganda sinänsä,

vaan väitetyt uudet propagandan muodot, joille on annettu sellaisia nimiä kuin digitaalinen propaganda, verkostopropaganda, tietokonepropaganda, viraalipropaganda ja osallistava propaganda. Tästä huolimatta ei ehkä ole aivan väärin puhua propagandan *come-backista*. Jonkinlaisiin yhteisiin nimittäjiin käsitteen käytössä kuitenkin vedotaan, vaikka yhtenäistä määritelmää ei olisikaan näköpiirissä.

Mutta mistä propaganda siinä tapauksessa palasi? Viestinnän oppiala on kertonut kehityksestään tarinaa, joka osaltaan selittää ainakin alan tutkijoiden pitkäaikaista taipumusta ylläpitää tiettyä etäisyyttä kyseiseen käsitteeseen. Perusoppihistorioissa propaganda on liitetty erityisesti maailmansotien väliseen periodiin, eli aikaan ennen kuin viestinnän tutkimuksen institutionaaliset puitteet alkoivat vakiintua. Ainakin minulle opetettiin, että varhainen propagandatutkimus oli vain esivaihe, joka jäi tieteellisempien ja kriittisempien suuntauksien jalkoihin viimeistään joskus 1950-luvulla. Ensimmäisiä propagandaa käsitteleviä tarkasteluja kuvattiin naiiveiksi ja karkeiksi, eikä ehkä täysin syyttä. Toisaalta yksioikoinen edistystarina herätti minussa epäilyksiä jo opiskelijana – olivatko propagandatutkijoiden selityskaavat todella niin yksinkertaisia kuin ne rutiininomaisesti esitettiin? Tarkoitan tässä malleja, joissa kansa oli vain helposti manipuloitavaa massaa, viestintä pelkkää lineaarista siirtoa ja sanomien vaikutusmekanismeja kuvattiin taikaluoti- tai lääkeruiskumetaforien kautta.

Tutustuttuani tarkemmin alkuaikojen propagandatutkimukseen olen todennut, että oppihistorian valtavirran tarjoama kuva on monella tapaa vääristynyt. En toki ole ensimmäinen, joka on pannut tämän merkille. Hakiessaan 1990-luvulla vastausta kysymykseen ”mistä propaganda tuli ja mihin se meni?” Heikki Luostarinen totesi osuvasti, että myös ”käsitteiden maailmassa historia on voittajien historiaa” (Luostarinen 1998, 24). Kyse ei ollut vain tieteenalan sisäisestä kehityksestä, vaan laajemmasta ilmiöstä, jossa propaganda pyrittiin esittämään pelkästään vastapuolen harjoittamana toimintana. Kylmän sodan paineiden alla aiempi näkemys, jossa propaganda ymmärrettiin informaatiovaikuttamisena laajemmassa yhteiskunnallisessa mielessä, sai väistyä. Kiusalliseksi muuttuneesta termistä haluttiin eron, mistä konkreettisena kotimaisena esimerkkinä voi mainita Suomen Maitopropagandatoimiston muuntamisen Maito ja Terveys -järjestöksi 1950-luvulla. Samoihin aikoihin tieteellisyyteen pyrkivä viestinnän tutkimus rakensi myyttiä taikaluotimallista pönkittääkseen omaa asemaansa. Mitään taikaluoteja tai lääkeruiskuja ei varhaisesta propagandatutkimuksesta löydy (Sproule 1989). Totuutta lähempänä on, että ensimmäisen sukupolven propagandatutkijat eivät juurikaan kartoittaneet viestinnän vaikutuksia, vaan keskittyivät tarkastelemaan propagandan vaikuttimia ja keinoja. Eikä heidän näkemyksensä yleisöstä ollut niin yksiselitteisesti massapsykologian määrittämä kuin oppihistorian valtavirta on antanut ymmärtää. Esimerkiksi amerikkalaisen *Institute for Propaganda Analysis* -tutkimuslaitoksen toimintaa ohjasi ajatus siitä, että kansalle pitäisi tarjota kriittisen ajattelun välineitä, jotta se pystyisi käsittelemään propagandan kyllästämää mediatodellisuutta. Kyseessä oli siis varhainen, progressiivinen versio medialukutaito-ohjelmasta.

Tietyissä mielessä vastaus Luostarisen kysymyksen jälkimmäiseen osaan on: ei propaganda mennyt mihinkään, se vain sivuutettiin tai nimettiin uudelleen. Sana propaganda jäi elämään lähinnä poliittisessa ja populaarimmassa kielenkäytössä – tieteellisissä yhteyksissä sen elintila oli pitkään hyvin kapea. Muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta viestinnän tutkijat – joilla on ollut omat legitimaatiohaasteensa – jättivät miellään ongelmallisen propagandan historian hämärään.

Miksi propaganda sitten näyttää elävän uutta kultakautta niin mediassa kuin tutkimuksessakin juuri nyt? Tarkastellessaan 1990-luvulla käynnissä ollutta kehitystä Luostarinen pohti, voisiko mielekkäästi rehabilitoitu propagandan käsite olla hyödyllinen työkalu tietoyhteiskunnan kysymysten ruotimiseen. Nykyhetken vinkkelistä voi ehkä todeta, ettei eräänlaista propagandan renessanssia ole aikaansaanut niinkään informaatio, vaan disinformaatio. Uusien propagandan muotojen noste liittyy läheisesti viime vuosien kiinnostukseen niin sanottuja informaatiohäiriöitä kohtaan. Jokseenkin paradoksaalisesti tämä kytkös on välillä myös rasite uudemmalle propagandatutkimukselle.

Informaatiohäiriöiden elinkaari muistuttaa usein teknologisia trendejä mallintavaa hypekäyrää. Ensin suuret odotukset, huolet ja paniikit – sitten lähes vääjäämättömästi liuta vähättelyjä ja kumoamisia – ja lopuksi mahdollisesti käsitteen asettuminen osaksi tutkimuksen ja median arkipäiväistä kielenkäyttöä vailla alkuaikojen kuumottavinta hohtoa. Näin on käynyt esimerkiksi filtterikuplille, valeutisille, jälkitotuudellisuudelle ja jopa mis/disinformaatiolle. Kaikki uudiskäsitteet eivät pärjää yhtä hyvin. Koronauupumuksen ja käsiteähkyn keskellä infodemia-neologismien selviytymismahdollisuudet näyttävät minusta heikoilta. Vanhaa konkaria propagandaa ei ehkä uhkaakaan hypekäyrän mukainen ”pettymyksen aallonpohja”, vaan se, että käsite hukkuu informaatiohäiriötulvaan. Keskustelu on välillä niin ylikumentunutta ja yhteiskunnallinen paine torjua todellisia tai oletettuja haittoja niin voimakasta, että tutkijat harvemmin malttavat pysähtyä pohtimaan kunnolla käsitteellisiä kysymyksiä – esimerkiksi sellaista kuin propagandan ja disinformaation väliset suhteet ja erot.

Onko tällä sitten väliä? Väittäisin, että on. Vastatessaan tämän hetken haasteisiin, viestinnän tutkimus on usein nopealiikkeistä – tai ainakin pyrkii siihen. Tämä on sekä hyvä että huono piirre, vaikka painotan nyt enemmän negatiivisia puolia. Eräs niistä on vaara toisintaa aiempien aikojen virheitä. Esimerkiksi tietokoneellistetun propagandan ohjelmassa kiinnostuksen keskipisteessä ovat olleet digitaaliset välineet – se, mikä erottaa uuden propagandan vanhasta on nimenomaan automatisoitu vaikuttaminen (Woolley ja Howard 2019). Tässä kohdeyleisö jää usein yhtä vähälle, jos ei peräti vähemmälle, huomiolle kuin alkuperäisessä propagandatutkimuksessa, eivätkä tietokoneellistetun propagandan näkemykset kommunikaatiosta vaikuta juurikaan sofistikoituneemmilta kuin vanhat siirtomallit. Lupaavamman lähestymistavan tarjoaa mielestäni osallistavan propagandan näkökulma, jossa korostetaan vastaanottajien/käyttäjien eriasteista ja paikoitellen tietoistakin osallistumista propagandan levittämiseen ja luomiseen – mikä on ainakin osittain uutta aikamme propagandassa – sekä pyritään irti siirtomallin yksinkertaistuksista (Wanless ja Berk 2020).

Propagandan paluu tarjoaa mielestäni viestinnän tutkijoille oivan mahdollisuuden uudelleenarvioida varhaista historiaansa, syventää ymmärrystään propagandistisista ilmiöistä ja käydä niistä mielekästä vuoropuhelua muiden toimijoiden kanssa omilla ehdoillaan. On toki mahdollista, että propaganda on käsitteenä liian kulunut ja hajanainen toimiakseen tehokkaasti tutkimuksen työkaluna, mutta en usko, että se on tässä suhteessa ainakaan heikommassa asemassa kuin uudemmat informaatiohäiriökäsitteet. Propaganda-termin hyötykäyttö vaatii kuitenkin sellaista aatehistoriallista ja käsitteellistä työtä, jota viime aikoina ovat harjoittaneet lähinnä filosofit (esim. Stanley 2015; Wimberly 2020).

Uskaltaisin väittää, että viestinnän tutkimuksella voisi olla tällä saralla paljon annettavaa pitkän ja osittain vaikeankin propagandasuhteensa takia. Siksi toivoisin näkeväni

tämänkin lehden sivuilla enemmän propagandaan ja informaatiohäiriöihin liittyvien käsitteiden *työstöä*: niiden tarkennusta ja erittelyä, ”arkeologisia” selvityksiä, eri kytkösten, muotojen ja merkitysten perusteellisempaa ruodintaa. Se olisi teoreettista työtä, jolla olisi käytännöllistä arvoa – ja kuten alkupuolella mainitsemani esimerkki päivälehden sivuilta antoi ymmärtää, ei pelkästään tutkimuksenteon kannalta, vaan myös julkisen keskustelun edistämisen näkökulmasta.

Kirjallisuus

- Luostarinen, Heikki. 1998. ”Mistä propaganda tuli ja mihin se meni?” *Media & viestintä*, 21 (3): 24–35. <https://doi.org/10.23983/mv.61389>.
- Sproule, J. Michael. 1989. ”Progressive Propaganda Critics and the Magic Bullet Myth.” *Critical Studies in Mass Communication*, 6: 225–246. <https://doi.org/10.1080/15295038909366750>.
- Stanley, Jason. 2015. *How Propaganda Works*. Princeton: Princeton University Press.
- Wanless, Alicia ja Michael Berk. 2020. ”The Audience is the Amplifier: Participatory Propaganda.” Teoksessa *The SAGE Handbook of Propaganda*, toimittaneet Paul Baines, Nicholas O’Shaughnessy ja Nancy Snow, 85–104. Los Angeles: SAGE.
- Wimberly, Cory. 2020. *How Propaganda Became Public Relations: Foucault and the Corporate Government of the Public*. New York: Routledge.
- Woolley, Samuel C. ja Philip N. Howard. 2019. ”Introduction: Computational Propaganda Worldwide.” Teoksessa *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*, toimittaneet Samuel C. Woolley ja Philip N. Howard, 3–18. New York: Oxford University Press.