

## **Propaganda, aikamme uusi sodankäyntiväline.**

Kirj. *kapt. Olavi Huhtala.*

Nykyajan elämälle tunnusomaista on iskulause »mainostus on voimaa». Mainostus ja sille läheinen propaganda ovat tunkeutuneet kaikille elämän aloille, saavuttaneet ennen näkemättömiä muotoja ja luoneet itselleen oman koneiston erikoisine mainostoimistoinen ja propagandaministeriöineen. Tiedämme myös, ettei sotalaitoskaan ole jäänyt tämän propagandapyörteen ulkopuolelle. Tosin meillä Suomessa puolustusvoimiemme rauhanaikainen propaganda eräistä vaatimattomista pikkuyrittelyistä huolimatta on toistaiseksi jäänyt aivan lapsipuolen asemaan, vaikka juuri meillä, missä puolustusvoimilla on voitettavana venäläisten aikaisen vieraan sotalaitoksen synnyttämä antipatia, tarvittaisiin voimakasta propagandaa, jotta saataisiin puolustusvoimamme koko kansan lempilapseksi ja ylpeydeksi.

Varsin luonnollista on, että kun propaganda rauhan aikana on ulottanut vaikutuspiirinsä kaikille elämän aloille, se sodan aikana, jolloin koko elämä ikäänkuin kääntyy sotilasraiteille, kohdistuu juuri erikoisesti sotatoimintaan sen kaikissa eri muodoissa.

Nykyajan sodat ovat kansojen sotia, siksi myös sotapropaganda on kansoihin suunnattua propagandaa, jonka kohteina ovat sekä oman maan, liittolais- ja puolueettomien maiden että vihollismaan asukkaat. Kun näistä sotapropagandan eri haaroista viimeksi mainittu, vastustajaan kohdistuva, on varsinaista hyökkäävää propagandaa, jonka kanssa puolustusvoimissamme palvelevat ja muutkin kansalaiset sodan aikana muodossa tai toisessa joutuvat runsaimmin tekemisiin, tyydytään seuraavassa ainoastaan tämän hyökkäävän sotapropagandan tarkasteluun.

Viholliseen kohdistuva propagandatoiminta ei suinkaan ole sotahistoriassa mikään outo ilmiö, sillä jo varhaisina aikoina käytettiin useita aivan samoja propagandamenetelmiä kuin viime sodissakin on käytetty. Ja on myös tunnettua, että esim. salaisten asiamiesten toiminta on monesti aiheuttanut karkaamisia, kapiinoita, linnoitusten antautumisia (Viapori!) j. n. e. Hyvin ymmärrettävää on kuitenkin, että kun tämänlaatuisista tapauksista ei kumpikaan puoli mielellään levitä tietoja — onhan toisaalta häpeällistä tulla voitetuksi pelkän sanan voimalla, ja toisaalta taas voittaja pitää »kirkkain» asein saatua voittoa paljon kunniakkaampana — ne eivät ole levinneet yhtä yleiseen tietoisuuteen kuin taistelukentällä tapahtuneen aseellisen toiminnan tulokset.

Tästä ja myös kansojen moraalisen kunnan yliarvioimisesta johtui, että maailmansodan alkaessa propagandatoiminta oli miltei aivan järjestämätön samoin kuin sen vastatoimintakin. Sodan loppuun mennessä propagandatoiminta oli kuitenkin jo saavuttanut sellaiset mittasuhteet, joista ei ollut osattu edes uneksia.

Tämä hiljainen taistelutapa, jolle nykyaikaiset yhteiskunnalliset vastakohdat ja teknillinen kehitys ovat luoneet otollisen maaperän, on tulevaa sotaa ajateltaessa otettava varsin vakavana tekijänä huomioon, sillä eräissä tapauksissa sen saavuttamat tulokset saattavat olla arvaamattoman suuret. Hyvin hoidettu propaganda voi korvata moniaita divisioonia, terävä kynä kukistaa kokonaisia sotajoukkoja.

## I. Tarkoitus.

Viholliseen kohdistuvan propagandan tarkoituksena — lyhyesti määriteltynä — on *vihollisen henkisen vastustuskyvyn murtaminen*. Varsinaiseen taistelutoimintaan verrattuna propagandatoiminta toisaalta ei siis pyri vihollisen tuhoamiseen, vaan ainoastaan ikäänkuin sen vangitsemiseen, ja toisaalta taas se ulottaa vaikutuspiirinsä laajemmalle, koko kansaa käsittäväksi.

Propagandan tehtävää tarkasteltaessa huomataan siis, että sen kohde asevoiman kohteeseen verrattuna on moninkertainen ja että itse tehtävä on sikäli vaikeampi, että se on suoritettava vihollisen keskuudessa, sen etulinjoista alkaen aina etäisimpiin maankolkkiin saakka.

Tarkoituksensa mukaisesti viholliseen kohdistuva propaganda, jota seuraavassa lyhyiden vuoksi yleensä kutsutaan vain propagandaksi, vetoaa ihmisluonteen heikkouksiin ja käyttää hyväkseen sodan aiheuttamia intohimojen ailahduksia samalla pitäen aina päämääränään konkreettisiin tuloksiin pyrkimistä.

Näin ollen viholliseen kohdistuvan propagandatoiminnan *perussisältönä* on epäilyksen idun herättäminen, sen kehittäminen tyytymättömyydeksi, syventäminen vihaksi ja johtaminen sota-toimintaa haittaaviin tekoihin.

Propaganda siis vaikuttaa viholliseen samalla tavoin kuin vähissä erin nautittavat huumausaineet vaikuttavat terveeseen ihmisruumiiseen, ensin pienin annoksin, sitten yhä runsaammin ja runsaammin, kunnes uhri itse huomaamattansakin ajan mittaan on täysin kypsä.

## II. Toiminta.

Päämääränsä saavuttamiseksi propagandatoiminta koettaa etsiä vastustajan arimmat kohdat ja tähdätä iskunsa niihin paikkoihin, joissa tulos on helpoimmin saavutettavissa. Kun huonosti suunnattu isku useimmiten aiheuttaa aivan päinvastaisen tuloksen kuin oli tarkoitettu, propagandatyön tekijän täytyy perusteellisen tarkasti tuntea vastustajan arat kohdat ja osata käyttää oikeita keinoja oikeaan aikaan ja oikeilla paikoilla.

### A. Valmistelu.

Propagandatoiminnan valmistelun tärkein osa — vihollisen arkojen kohtien tunteminen — on tehtävä, jota osittain voidaan suorittaa rauhan aikana, osittain sodan kuluessa.

Rauhan aikana suoritettavat tehtävät ovat kaiken perustana, sillä ainoastaan niihin pohjautuen voidaan sodan aikana jo heti alussa saavuttaa toivottuja tuloksia. Tämä rauhan aikana suoritettava tehtävä on pääasiassa yleistä laatua olevaa tutustumista oletettavan vihollismaan kaikkiin elämänaloihin eri tapahtumiseen ja samalla käyttökelpoisen materiaalin keräämistä toimintaa varten.

Sodan aikana suoritettava valmistelu sen sijaan useinkin rajoittuu vain tilapäisten ilmiöiden ja tapahtumien nopeaan selville saamiseen. Ja on aivan luonnollista, että tilapäisluontoiset pikku-seikat jäävät monesti ymmärtämättä, ellei ennakolta olla tarkoin selvillä vihollismaasta ja -kansasta.

Kun propagandatoiminta kohdistuu sekä asukkaisiin että sotilaisiin, se edellyttää mitä moninaisimpia tietoja kaikista asioista. Yleensä voidaan sanoa, että propagandatoiminnan harjoittajien on omattava vihollisesta paljon suurempi tietomäärä kuin kenenkään puhtaasti sotilaallisissa tehtävissä työskentelevän henkilön. Osoitukseksi tästä mainittakoon, että esim. venäläisten käsityksen mukaan yksistään vihollisarmeijasta on tiedettävä seuraavaa: 1) sotajoukkojen kokoonpano, 2) päällystön yhteiskunnallinen asema ja kansallinen kokoonpano, valmistus ja poliittiset mieltipiteet, 3) miehistön ja päällystön suhtautuminen sotaan, maansa hallitukseen ja sen sisäpolitiikkaan, 4) varusteet, terveys ja sen vaikutus joukkoihin, 5) kuri ja siihen suhtautuminen, 6) paikallisen väestön vaikutus vihollisen joukkoihin, 7) kodista saapuvien tietojen luonne ja niiden vaikutus mielialoihin, 8) vihollisen sotilaitten poliittisen kasvatuksen metodit ja muodot, joukkojen suhtautuminen niihin ja tulokset, 9) päällystön ja miehistön keskinäiset suhteet, 10) suhtautuminen Neuvostoliittoon ja punaiseen armeijaan, 11) kommunistisen puolueen ja sen agitaation vaikutus, 12) poliittisen työn vaikutus ja suhtautuminen sen eri ilmenemis- muotoihin.

Kuten huomataan, osa kysymyksiä on sellaisia, jotka jo rauhan aikana voidaan saada selville, osa taas sellaisia, jotka koskevat sota-ajan olosuhteita. Ja luonnollista on, että armeijasta puheen ollen viimeksi mainitut ovat enemmistönä. Samalla on kuitenkin huomattava, että näiden enemmän tai vähemmän sotilaallisten tietojen lisäksi on sekä armeijan että siviiliväestön keskuudessa harjoitettavaa propagandaa varten oltava selvillä erinäisistä yleisluontoisista asioista, joista mainittakoon kansan luonne, yleinen ja paikallinen elintaso, sosiaaliset kysymykset, eri kansallisuuksien asuma-alueet, kansallisuustaistelut, asukkaiden elinkeinot maan eri osissa, rauhan aikaiset lait ja asetukset, sota-aikana annetut erikoismääräykset, uskontoon kohdistuneet toimenpiteet, pakkoluovutukset ja verotus, poliittisten vankien olot, valtion

sisäinen järjestely, ulkopoliittiset suhteet, väestön mieliala yleensä ja maan eri osissa, teollisuuselämä, historialliset erikoisuudet, yleinen ja sotilasmaantiede, sotaväsymys j. n. e. miltei loppumattoon.

Näistä yleisluontoisista seikoista on ehdottomasti tärkein *kansan luonteen ja mentaliteetin tunteminen*, koska koko propagandatoiminta tähtää juuri vastapuolen ihmisen ajatusmaailman muuttamiseen ja ajatusten johtamiseen tekojen pariin. Muiden yleisluontoisten asioiden selvittämiseksi otettakoon jokin esimerkki. Asukkaiden elinkeinot maan jossakin osassa on propagandamielessä tunnettava esim. sen takia, että jos voidaan propaganda ulottaa k. o. alueelle tai vastassa oleva joukko-osasto on rekrytoitu sieltä, tiedetään väestön pääammatti ja sen mukaan voidaan soveltaa osa propagandatoimintaa m. m. ammatti-epäkohtiin vetoovaksi.

Valmistelutöistä puhuttaessa on tietenkin muistettava myös henkilökunnan valinta ja koulutus. Vaatimuksena on käyttää ammattimiehiä joka alalla, sillä henkilökunnan kyvykkyys on suorastaan ratkaiseva tekijä. Tällöin on hyvin tärkeänä seikkana otettava huomioon vihollismaan kielen hallitseminen. Niinpä esim. Neuvostoliitossa vaaditaankin, että ei ainoastaan sota-akatemiaan käyneiden, vaan myös propagandatehtäviin sodan aikana joutuvien tulee ehdottomasti hallita vähintään yhtä ulkomaan kieltä.

Koska propaganda ensi sijassa pyrkii vaikuttamaan alhaisella sivistystasolla oleviin ihmisiin, on tärkeätä, että propagandatoiminnassa osataan käyttää myös varsinaisen kansan kieltä. Tällöin ei ole unohdettava eri kansallisuuksien kielten taitamisen välttämättömyyttä.

Tietenkin propagandasodallakin on omat lkp.työnsä ja valmistelunsa, joiden käsittely tässä kuitenkin sivuutetaan.

## **B. Propagandan käyttö.**

Tietenkin propagandatoiminnassa on se, että käytetään sellaisia aiheita, joita vastustaja ei voi helposti kumota, ja että propaganda pysyttelee kohteeseensa nähden ystävällisessä hengessä ikäänkuin pyrkisi pelkästään sen auttamiseen. Kaikenlaiset uhkaukset, rajojen siirtämissyrkimykset vieraan kansallisuuden alueelle,

kieelliset rajoitustoimenpiteet, kansallistunnon loukkaukset, uskonnollinen painostus j. n. e. tehoavat viholliseen aivan päinvastoin kuin on tarkoitettu. Tästä saivat esim. saksalaiset maailmansodan aikana karvaita kokemuksia Egyptissä, Irlannissa, Intiassa y. m.

Propagandaa suoritettaessa tulee siis olla selvät suunnitelmat siitä, mihin pyritään, ja vasta sen perusteella on määriteltävä propagandan tehtävät. Esimerkkeinä näistä tehtävistä esitettäköön seuraavat *F. Blumenthalin* mainitsemat puna-armeijan poliittisten elinten sodan aikana viholliseen kohdistuvat perustehtävät:

Vihollisarmeijan suhteen tulee

- »pyrkä kaikkiin keinoihin tutustuttamaan vihollisen joukko-osastot sodan todellisiin syihin, meidän päämääriimme, punaisen armeijan ja neuvostovallan poliittiseen olemukseen,
  - herättää poliittisella työllä työtä tekevän väestön keskuudesta tulneiden sotilaiden luokkatietoisuus,
  - saada vihollisen joukko-osastot suhtautumaan kielteisesti päällystöönsä ja esiintymään aktiivisesti sitä vastaan (tottelemattomuus, siirtyminen puolellemme, kapinat y. m.) ja vetää ne samalla yhteiseen taisteluun kanssamme.»
- Vihollisen selkäpuolella olevaan väestöön nähden taas tulee
- »saada väestö ymmärtämään sodan syyt, tunnuslauseemme, armeijamme poliittinen luonne, neuvostojärjestys j. n. e.,
  - saada apua taistelussamme,
  - saada väestö vaikuttamaan vihollisen armeijaan, niin että tämä liittyy porvaristoa vastaan järjestettävään taisteluun,
  - valmistaa väestö odottamaan saapumistamme ja omaksumaan uusi valtiojärjestys.»

Eri propagandakeinoja käytettäessä on tarkoin harkittava aiheen ja kohteen keskinäinen sopivaisuus. Täytyy näet ottaa huomioon, että kaikki vihollismaan asukkaat eivät ollenkaan ole propagandalle alttiita ja että niilläkin, joihin se voi vaikuttaa, aiheet monesti ovat erilaisia, usein aivan vastakkaisiakin. Tämän johdosta käytetäänkin sekä yleisiä aiheita että erikoisaiheita määrättyjä henkilöryhmiä varten. Asian valaisemiseksi muutamia esimerkkejä.

Yleisiä aiheita ovat muun muassa elintarvepula, kärsityt tappiot, vihollisen ylivoima, taloudellisen romahduksen uhka, hallitusmuoto y. m. s.

Erikoisaiheita taas ovat esim.

- sotamiehille: hävityt taistelut, kaatuneiden lukumäärä, aseistuksen heikkomuus, kaikenlaiset puutteet, kurinpito, omaisten kärsimykset, paremmat olot rintaman toisella puolen;
- upseereille: huonot palkat, perheen pienet eläkkeet, sivuuttaminen ylennyksissä, invalidien kohtalo;
- maanviljelijöille: virkamiesten suuret palkat, korkeat verot, taloustullit, maanomistusolot;
- työläisille: pienet palkat, poliittinen valta, pitkä työpäivä, perheen turvattomuus, diktatuurin uhka, työttömyys;
- virkamiehille: heikko taloudellinen asema, pienet eläkkeet, suosikkijärjestelmä;
- vähemmistökansallisuuksille: kansallisuussorto, kielitaistelut, häviämisen uhka, karkotukset;
- uskovaisille: uskonnon pilkka, kirkkojen häpäisy, vaino.

Luettelo tietenkun voidaan jatkaa vielä pitkälti, varsinkin kun otetaan huomioon sen maan erikoisolosuhteet, jota vastaan propagandasotaa käydään. Yleisesimerkkeinä nämä kuitenkin riittänevät.

Propagandatoiminnassa on myös tarkoin otettava huomioon taktillisen ja strategisen tilanteen erikoisuudet. Eri tavalla menettellään asemasodassa ja liikuntasodassa, hyökkäyksessä ja puolustuksessa j. n. e. Tämän takia ja myös aiheiden saamiseksi on välttämätöntä, että propagandatoiminnan johto on kiinteässä yhteydessä operatiivisen johdon kanssa. Molempien on *keskite- tysti iskettävä samaan maaliin.*

Vielä on huomattava, että propagandatoiminnan tulee olla keskeytymätöntä, säännöllisesti jatkuvaa. Vain tällöin se voi saavuttaa tuloksia.

Edelleen propagandan tulee olla säälimätöntä. Mitään vaikuttavia aiheita ei saa hienotunteisista syistä jättää käyttämättä. Erikoisesti tämä on tärkeätä silloin, kun vastustaja on tappion, sotaväsämyksen tai muun syyn takia vaikeassa asemassa ja mieleltään vastaanottavainen. On myös muistettava, että sota raais-

taa ihmistä, joten voimakas, usein karkeakin kielenkäyttö on paljon tehokkaampaa kuin kaunistuotoiset, sievistellyt lauseet.

Propagandaa käytettäessä on erikoisen tarkkaan huolehdittava siitä, että kaikki, mitä esim. viholliskarkureille luvataan, myös ehdottomasti täytetään. Pieninkin vihollisen korviin tullut vastakkainen tieto aiheuttaa epäuskoa muihinkin lupauksiin.

Täydellisyyden vuoksi huomautettakoon vielä siitä itsestään selvästä asiasta, että viholliseen kohdistuvan propagandan tulee tietysti tapahtua vihollisen omalla kielellä.

Propagandatoiminnan kiintoisimpia kysymyksiä on sen suhtautuminen *totuuteen*. Kun hyvältä propagandalta joka tapauksessa vaaditaan, että sen tulee olla selvää, yksinkertaista ja johdonmukaista, ei sen suhtautumista totuuteen enää voidakaan määrittellä yhtä ehdottoman varmasti. Tosin kaikki propagandan harjoittajat vakuuttavat aina pysyvänsä totuudessa, mutta siitä huolimatta liioittelu on ollut propagandalle ominaisena piirteenä. Vihollisen harjoittaman propagandan suhteen on siis muistettava, että »kun sota on julistettu, on totuus sen ensimmäinen uhri».

Toisaalta taas tietyissä tapauksissa totuudessa pysyminen tuottaa parhaita tuloksia. Kysymys on vain siitä, kehen propaganda kulloinkin kohdistuu, toisin sanoen, tuntee kohte asiaa tai voiko se tarkistaa esitettyjä väitteitä.

Viholliseen suoraan kohdistuva propaganda yleensä pysyttelee melko totuudenmukaisella pohjalla, varsinkin silloin, kun se kohdistuu rintamajoukkoihin. Niinpä m. m. saksalaiset tunnustavat, että n. s. Northcliffen lentolehtisten suurin voima oli niiden totuudenmukaisuudessa, kun taas aikaisemmillä yrityksillä, esim. vankileirien kehumisille, pääasiassa vain naurettiin. Muu sota-propaganda sitä vastoin käyttää runsain määrin liioittelua, vääristelyä ja suoranaista valhetta. Erikoisesti sanomalehdille tämä totuudesta poikkeaminen on ollut ominaista.

Kun tällainen propaganda vaikuttaa hyvin voimakkaasti m. m. puolueettomiin maihin ja siten välillisesti vihollista vahingoittavasti, esitetään seuraavassa muutamia esimerkkejä valheen käyttämisestä.

Maaailmansodan aikana oli sanomalehdissä tavan takaa kertomuksia, miten saksalaiset ovat surmanneet pieniä lapsia, raiskanneet naisia tai leikanneet heiltä rinnat, ristiinnaulinneet van-





Kommunistien kansainvälinen propagandataulu.

keja, tuhonneet taidearteita j. n. e., mutta suoritetuissa tutkimuksissa tapaukset osoittautuivatkin perättömiksi. Näissä kertomuksissa ei suinkaan käytetty hienotunteista kieltä, kuten esim. seuraava 2. 9. 1914 julkaistu uutinen osoittaa:

»He (saksalaiset) leikkaavat pieniltä lapsilta kädet poikki, jotta Ranska ei enää saisi lisää sotilaita.»

Eräs toinen, 14. 5. 1915 julkaistu artikkeli taas kertoo, että »tämän kruunatun vihollisen käskystä on sytytetty kaupungit tuleen, surmattu vanhuksia ja lapsia, raiskattu naisia ja nuoria tyttöjä, upotettu viattomia kalastajia».

Ja vielä v. 1918 kirjoitettiin, että

»runsaasti 14,000 aseetonta on murhattu keisarin käskystä».

Molemmat viimeksi mainitut »uutiset» tarkoittavat Saksan keisaria. Eipä uskoisi, että sivistyskansat jaksoivat niellä tällaista, mutta täydestä kaikki vain meni sodan aikana.

Vaikuttavimpia uutisia maailmansodan kuluessa oli 16. 4. 1917 lehdistössä kiertämään lähtenyt kertomus, että saksalaiset valmis-

tavat kuolleiden ruumiista glyseriiniä ja steariinia, vieläpä keittävät lihatkin käyttötarkoituksiin. Todellisuudessa oli kysymys eläinten raatojen käytöstä luujauho- y. m. s. tehtaissa.

Kiittämättömyys on maailman palkka, voi hyvällä syyllä huu-dahtaa se saksalainen upseeri, josta väitettiin, että hän olisi heittänyt Löwenin alttaritaulun liekkeihin ja siten tuhonnut arvokkaan taideteoksen, sillä todellisuudessa mainittu upseeri oli päinvastoin pelastanut alttaritaulun liekeistä ja luovuttanut sen kaupungin belgialaiselle pormestarille, joka muurautti taulun kaupungintalon kellariin. Totuus julkaistiin vasta 12. 4. 1924.

Kuten jo on mainittu, käytetään paljon valokuvien väärentä-mistä. Tästäkin muutamia esimerkkejä.

Rauhan aikana oli eräässä saksalaisessa lehdessä valokuva ratsastuskilpailuissa palkinnon saaneista upseereista. V. 1915 oli sama kuva venäläisessä lehdessä, mutta nyt se esitti saksalaisia, jotka ovat ryöstäneet kulta- ja hopea-aarteita! V. 1905 oli kuvattu juutalaisvainoja Venäjällä, mutta v. 1915 nämä kuvat esittivätkin »saksalaisten laumojen tihutöitä Puolassa».

Tällainen tekstin muuttaminen on helppoa ja hyvin yleistä. Valokuvien väärennyksessä mennään kuitenkin vielä pitemmälle. Niinpä kerrotaan bolševikkien Aunuksessa 1919 sitoneen omia miehiään puolialastomina puihin, ja sitten otettiin valokuva todis-tukseksi valkoisten muka käyttämistä rangaistuskeinoista. Ja maail-mansodan ajoilta väitetään, että erään suurvallan propaganda-rakennuksen kellarikerroksessa oli osasto, joka valmisti ja valo-kuvasi puisia malleja, joilta oli kädet leikattu, silmät puhkaistu, kieli revitty, pääkallo murskattu j. n. e. Avustajina oli m. m. oopperan parhaat kullissimaalarit.

Lopuksi vielä esimerkki siitä, miten pientä liioittelua käyttäen helposti »kärpäsestä syntyy härkänen». Saksalaisen »Kölnische Zeitungin» kerrottua, että kun saatiin tieto Antverpenin valtauks-esta, soitettiin kirkonkelloja (Saksassa nim.), ranskalainen »Le Matin» kirjoitti jo, että »Kölnische Zeitungin» mukaan pakotet-tiin Antverpenin papit linnoituksen valtauksen jälkeen soittamaan kirkonkelloja. Englantilainen »Times» puolestaan meni myös vähän pitemmälle kertoen, että »Le Matinin» mukaan belgialaiset papit erotettiin virasta, koska eivät suostuneet soittamaan voiton-kelloja. »Corriere della Serra» taas tiesi, että »Timesin» mukaan

nämä papit tuomittiinkin pakkotyöhön. Ja nyt oli uutinen jo siinä määrin muuttunut, että »Le Matin» ei sitä enää tuntenut, vaan kirjoitti, että »Corriere della Serran» Kölnistä ja Lontoosta saaman tiedon mukaan Antwerpenin barbaariset valloittajat olivat rangaissseet belgialaisia pappi-parkoja heidän sankarillisen kieltäytymisensä takia ripustamalla heidät elävinä ja pää alaspäin kellojen kieliksi.

### III. Järjestely.

#### A. Maailmansodan aikana.

Maailmansota osoitti, että jättiläismäiseksi paisunut propagandatoiminta tarvitsi kokonaisen armeijan työntekijöitä sekä ennen kaikkea kiinteän järjestelyn ja keskitetyn johdon. Sodan alkaessa ei kuitenkaan missään maassa ollut vastaavia rauhan aikaisia elimiä, eihän ollut osattu varustautua edes pienimpäänkään propagandatoimintaan. Propagandatoiminnan järjestelystä ei siis saada maailmansotaa vanhempia esimerkkejä, mutta maailmansodan ajalta on kuitenkin nyt jo siksi paljon tiedossa, että voidaan saada yleiskuva tästä järjestelystä, ja muutahan ei tämän esityksen puitteissa ole tarviskaan.

Maailmansodan aikana käytettiin seuraavaa kolmea järjestelymuotoa:

- 1) Yksinkertainen toimeenpaneva propaganda.
- 2) Yhdistetty, s. o. suunnitteleva, johtava ja toimeenpaneva propaganda vihollista, puolueettomia maita, siviiliväestöä ja sotilaita varten.
- 3) Sanomalehtineuvottelukunta kaikkia alueita varten ja erillinen ulkoministeriön, päämajan, sotilasdepartementtien ja sisäministeriön propagandatoiminta.

Näistä järjestelyistä Yhdysvallat käyttivät ensimmäistä, Englanti toista ja Saksa kolmatta muotoa.

*Yhdysvaltain* propagandatoiminnan järjestelyn yksinkertaisuus ja heikkous johtui osaksi siitä, että sen liittyessä sotaan muut ympärysvallat jo olivat järjestäneet propagandatoimintansa, joten amerikkalaisille pääasiassa riitti tyytyä kauhistuttamaan saksalaisia amerikkalaisten joukkojen lukumäärää ilmaiseksi lentolehtisillä.

*Saksalaiset* järjestivät propagandatoimintansa aivan omaperäisellä, saksalaiseksi harvinaisen hajanaisella tavalla. Yhtenäistä laitosta koko valtakuntaa varten ei ollut, sillä hallitus suhtautui propagandaan melko kylmästi. Propagandasta huolehti kotiseutualueella »Kriegspresseamt» ja sotänäyttämöllä päämajan tiedusteluosasto, minkä lisäksi oli vielä erikoinen sanomalehdistön edustajisto ym. Kaikissa korkeimmissa esikunnissa oli propagandaelimä.

Muista maista mainittakoon lyhyesti, että *Ranska* koko sodan ajan kokeili eri muotoja pyrkien keskitettyyn järjestelyyn. Ulkomailla se käytti hyväkseen virallista ja epävirallista edustustaan puolueettomissa maissa, kun taas kotimaasta käsin propagandaa pääasiassa johti virallinen »Maison de la Presse» ja puolivirallinen »Alliance Française». *Italian* propagandatoiminta seurasi sen järjestäneiden englantilaisten suuntaviivoja; *Itävalta-Unkarissa* oivallettiin propagandan merkitys, mutta suurin osa voimista oli käytettävä vastapropagandaan ja -vakoiluun; *Venäjä* taas luhistui ennen kuin se ennätti järjestää laajempaa propagandatoimintaa.

Koska *Englannin* propagandatoiminta osoittautui aivan ylivoimaisesti parhaaksi, ei liene tarpeen selostaa muiden maiden enemmän tai vähemmän puutteellisia järjestelyjä tämän laajemmin, sillä on antoisampaa tarkkailla hieman yksityiskohtaisemmin sitä järjestelyä, jonka saksalaisetkin mainitsevat esikuvalliseksi.

Jo sodan alussa Englannissa oltiin propagandan suhteen hieman pitemmällä kuin muissa maissa, mutta siitä huolimatta propagandatoiminta sodan alkuvuosina oli hajanaista, hapuilevaa ja voimatonta. Huomattavimpana tekijänä ensimmäisinä sotavuosina olikin sanomalehdistö, joka oikeastaan jo ennen maailmansotaa oli aloittanut propagandan Saksaa vastaan ja veti nyt tähän propagandaan mukaan muidenkin maiden lehtiä. Tämä lehdistön melko yhtenäinen propagandatoiminta saa selityksensä siitä, että yksi ainoa mies, Alfred Harmsworth, sittemmin nimeltä Northcliffe, omisti  $\frac{3}{4}$  Englannin sanomalehdistä, minkä lisäksi hänellä oli kiinteitä suhteita eräisiin Ranskan, Yhdysvaltojen, Hollannin ja Venäjän sanomalehtiin.

Kun Englannin virallinen propagandatoiminta maailmansodan aikana ei tuottanut toivottuja tuloksia, tultiin siihen käsitykseen, että vika oli *keskitetyn johdon* puuttumisessa. Tämän takia perus-

tettiin v:n 1918 helmikuussa erikoinen propagandalaitos, jonka päälliköksi kutsuttiin mainittu »sanomalehtikuningas» Northcliffe. Toiminnan johdon muodosti hänen lisäksi varajohtaja, eversti-luutnantti Campbell Stuart, ja varta vasten nimitetty toimikunta, johon kuului 8 jäsentä, niistä 1 eversti, 2 parlamentin jäsentä ja 4 sanomalehtimestä, ja joka kokoontui miltei joka viikko. Varsinaisina työntekijöinä oli lukuisia sanomalehtimiehiä, kirjailijoita, upseereja, tiedemiehiä, taiteilijoita, poliitikkoja j. n. e. Mainittakoon, että esim. Saksaa vastaan suunnatun propagandan johtajana oli tunnettu sosialisti, kirjailija Wells.

Laitos toimi — se huomattakoon — suoraan pääministerin alaisena ja jakaantui kahteen osastoon, joista toinen huolehti valmistamisesta ja toinen jakamisesta. Kumpikin osasto jakaantui lisäksi eri »toimistoihin». Yhteydestä ulkoministeriöön huolehti sitä varten määrätty virkamies, sotaministeriön tiedusteluosastoon yhdysupseeri ja amiraliteettiin itse sen tiedusteluosastoa johtava amiraali. Lisäksi laitoksella oli kiinteä kosketus moniin ministeriöihin ja sanomalehdistöön.

Laitos työskenteli suurella antaumuksella ja asiantuntemuksella. Erikoisesti se on tunnettu lentolehtisistään, joilla se suorataan lumisateen tavoin peitti vihollismaat. On syytä huomauttaa siitä, että eri vihollisia vastaan käytetyt lentolehtiset olivat erilaisia sävyltään ja aiheeltaan (kansan luonne ja mentaliteetit).

Englantilaisen (Northcliffen) propagandan ylivoimaisuus johtui, paitsi oikeaan osuneesta järjestelystä, myös siitä, että sillä oli selvät toimintasuunnitelmat, että se pyrki yksinkertaisiin päämääriin, pysytteli kansanomaisissa puitteissa ja toimi väsymättömästi, sekä että sillä oli tarkat perustiedot vastustajasta.

Voimaperäisestä työskentelystä huolimatta kustannukset olivat tavattoman pienet, mikä osittain johtui siitä, että suuri osa toimihenkilöistä työskenteli palkatta. Kaiken kaikkiaan käytettiinkin esim. vilkkaimpana aikana, 1. 9.—31. 12. 1918, vain 31,360 punttaa eli n. 7,120,000 Smk, ja koko 9 kuukauden aikana ainoastaan n. 16 milj. Smk.

## B. Maailmansodan jälkeen.

Tarkasteltaessa propagandatoiminnan järjestelyä maailmansodan jälkeisinä aikoina kiintyy heti huomio siihen suureen salaperäisyyteen, mikä useissa maissa vallitsee tässä suhteessa. Kun kuitenkin Neuvostoliiton propagandatoiminnan järjestelystä on saatavissa runsaimmin tietoja ja tämä järjestely tietenkin myöskin kiinnostaa meitä eniten, selostetaan sitä seuraavassa erikseen ja hieman laajemmin.

### *1. Neuvostoliitto.*

Heti alussa on sanottava, että Neuvostoliiton propaganda-toimintaa järjestelyineen voitaneen pitää rauhan aikaisista järjestelyistä pisimmälle kehitettynä. Propaganda itse asiassa on oleellinen osa neuvostokoneistoa, tärkeydeltään aineelliseen ravintoon verrattava, ehkäpä toisinaan sitä tärkeämpi, ainakin yleisempi.

Propagandatoiminta on Neuvostoliitossa liitetty puolue- ja poliittiseen toimintaa, minkä takia propagandatoiminnan järjestelyä tarkasteltaessa on tarkasteltava poliittisten elinten järjestelyä. Lyhyiden vuoksi tyydytään tässä vain puna-armeijan poliittisten elinten tarkasteluun.<sup>1</sup>

Puna-armeijan korkeimpana poliittisena elimenä on poliittinen hallinto, joka keskuskomitean sotilasosastona johtaa puolue-työtä rintamien, sotilaspiirien, laivaston j. n. e. poliittisten osastojen ja toimihenkilöiden kautta.

Jokaiseen sotilaspiiriin, divisioonaan ja rykmenttiin y. m. s. kuuluu poliittinen esikunta tai poliittinen osasto omine päällikköineen ja henkilökuntineen. Ellei yksikön komentaja ole saanut vastaavaa poliittista koulutusta, johtaa yksikössä suoritettavaa poliittista työtä melko suurin valtuuksin sotilaskomissaari, joka on »rinnan komentajan kanssa täydessä edesvastuussa joukko-osaston poliittis-moraalisesta tilasta ja taisteluvälmiudesta». Niissä tapauksissa taas — ja nämä lienevät nykyisin jo enemmistönä — jolloin

<sup>1</sup> Teoksessa »Poliittinen työ punaisessa armeijassa sodan aikana» julkaistujen, 1. 11. 28, 22. 11. 28 ja 24. 11. 28 annettujen, rauhan aikaa koskevien asetusten perusteella.



Bolševikkien kansalaissotien aikainen kuvataulu: »Perääntyessään puna-armeijan edellä valkokaartilaiset polttavat viljan.»

yksikön komentajana toimii asianmukaisen poliittisen koulutuksen saanut upseeri, hän johtaa myös puoluepoliittista toimintaa yksikössään. Tällöin tällaisella »komentaja-yksinpäälliköllä» on apunaan poliittinen apulainen.

Poliittiset toimihenkilöt auttavat päällystää myös kaikissa opetus-, rintamakoulutus- ja kasvatuskysymyksissä sekä osittain kurinpitoasioissakin. Myös joukko-osaston sijoituspaikalla olevan paikallisen väestön poliittinen valmistaminen kuuluu heidän tehtäviinsä.

Varsinainen poliittinen perustoiminta suoritetaan komppanioissa, joissa tätä työtä johtaa poliittinen ohjaaja, apunaan puolueeseen kuuluvia joukkueenjohtajia tai muita sopivia henkilöitä.

Silloin kun komppanianpäällikkönä on poliittisen koulutuksen saanut yksinpäällikkö, hän samalla toimii komppaniansa poliittisena ohjaajana ja hänelle määrätään, samoin kuin suuremmissa yksiköissäkin, joka suhteessa hänen alaisenaan toimiva poliittinen apulainen.

Miehistön keskuudessa välittömästi poliittista työtä suorittava elin on yleisliittollisen kommunistisen puolueen solu. Solu avustaa

sotilaallista ja poliittista päällystöä lujan poliittis-moraalisen hengen ja hyvän sotilaskurin saavuttamiseksi komppaniassa, minkä lisäksi sen tehtäviin kuuluu m.m.: taktillisten harjoitusten ja kenttäharjoitusten aikana jakaa puolueen jäsenet poliittiseen työhön; tiedoittaa poliittiselle ohjaajalle komppanian poliittisesta ja taloudellisesta tilasta sekä omalta osaltaan avustaa paljastettujen puutteiden poistamista koskevia toimenpiteitä; ottaa osaa propagandan suorittamiseen paikallisen väestön keskuudessa; pitää säännöllistä ja kiinteää yhteyttä paikallisiin puoluejärjestöihin; toimittaa komppanian seinälehteä j. n. e.

Komppanioitten solut yhdistetään rykmentin kollektiiviksi, jolla on jokapäiväisen työn johtamista varten oma rykmentin kollektiivin toimikunta (7—13 jäsentä), joka jakaa jäsentensä kesken puolue työn eri alat siten, että sihteerillä on kaikkien työalojen yleinen johto ja puolueen sisäistä kasvatusta koskevien kysymysten hoito, yksi jäsen toimii järjestelykomitean puheenjohtajana, toinen jäsen toimii kiihotus- ja propagandakomitean sekä kerhon hallinnon puheenjohtajana, kolmas jäsen johtaa työtä puolueettomien keskuudessa sekä ohjaa puna-armeijan itsenäisesti toimivia järjestöjä, ja neljäs jäsen johtaa nuorisoliittotyötä.

Edellä selostettujen elinten lisäksi toimii joukko-osastoissa toisena rinnakkaisjärjestönä kommunistinen nuorisoliitto, »Komsomol», joka kuitenkin on alistussuhteessa joukko-osaston varsinaisiin poliittisiin elimiin.

Erikoisesti on syytä huomauttaa siitä suuresta propaganda-merkityksestä, mikä poliittisilla elimillä on johtaessaan ja toimittaessaan puna-armeijan satoihiin nousevia sanoma- ja seinälehtiä. Jokaisella sotilaspiirillä on näet oma lehtensä, samoin jokaisella joukko-osastolla ja komppanialla.

Poliittiset elimet johtavat myös a. o. yksikön alueella ilmestyviä yleisiä sanomalehtiä niiden toimituksissa olevien sotilasosastojen avulla. Näin ollen bolševistinen lehdistö tarkan valvonnan alaisena toimien ja tietoisesti johdettuna on mitä erinomaisin propagandaväline puna-armeijalle. Tästä myös johtuu, että sikäläiset sanomalehdet ovat paljon pidättyväisempiä sotilasasioiden julkaisemisessa kuin esim. meidän sensaatiohaluinen ja melko omanvaltainen lehdistömme.

Koska sanomalehdillä on m. m. tärkeä propagandamerkitys



sodan aikana, koulutetaan Neuvostoliitossa sanomalehtimiehiä ja kirjailijoita järjestelmällisesti kaikkiin sodan aikaisiin propagandatehtäviin. Tätä varten he suorittavat kursseja ja ovat vuosittain mukana armeijan sotaharjoituksissa toimien tällöin erilaisissa propagandatehtävissä.

Kuten jo on mainittu, puna-armeijan poliittiset elimet ottavat osaa propagandatyöhön myös sodan aikana ja vihollisen keskuudessa. Eroaako, ja jos eroaa, niin miten, sodan aikainen järjestely rauhan aikaisesta järjestelystä, sitä eivät venäläiset ammattimiehet kuitenkaan julkisesti selvitä. Niinpä esim. *F. Blumenthal* teoksessaan »*Politišeskaja rabota v vojennoje vremja*» tyytyy järjestelyn suhteen ainoastaan toteamaan, että »punainen armeija ja sen poliittiset elimet ottavat osaa tämän päämäärän saavuttamiseen — meitä vastaan taistelevan maan työtä tekevän väestön vetämisen meidän puolellemme, niin että se osallistuu aktiivisesti taisteluun — käytettävissään olevilla keinoilla ja yleisten tehtäviensä yhteydessä». Kokoelmateoksesta »*Poliittinen työ punaisessa armeijassa sodan aikana*» tosin selviää, että sodan aikana toiminta tapahtuu samalla tavoin kuin rauhan aikana, mutta varsinaista järjestelyä ei siinäkään yksityiskohtaisesti esitetä.

## 2. *Muut maat.*

Ulkomailla yleensä on täysin oivallettu propagandan merkitys ja siinä mielessä m. m. perustettu erikoisia propagandaministereitä. Käytyjen sotien aikana propagandatoiminta myös on ollut vilkasta, ikävä vain, että propagandakoneistoa ei tarkemmin tunneta. Sen verran kuitenkin sanomalehdistä on voitu päätellä, että esim. italialaisten joukkojen mukana Abessiniasa on ollut poliittisia viranomaisia, »*l'autorità politiche*».

## IV. Propagandakeinot.

Yleensä voidaan sanoa, että propagandatoiminnassa käytetään hyväksi kaikkia niitä samoja keinoja, joilla jokin asia ilmoitetaan toisille ihmisille jokapäiväisessä elämässä, mutta sen

lisäksi koetetaan keksiä toinen toistaan ovelampia tapoja vihollisen vastavakoilun pettämiseksi.

Propaganda voidaan jakaa painotuotteiden avulla, henkilökohtaisesti ja muilla keinoin suoritettavaan propagandaan.

## A. Painotuotepropaganda.

Painotuotepropagandaa harjoitetaan sanomalehtien, kirjallisuuden, lentolehtisien ja kuvien y. m. s. avulla.

### I. Sanomalehdet.

Sanomalehdistön, »kolmannen valtiomahdin», merkitys rauhan aikana on yleisesti tunnettu ja tunnustettu. Sen merkitys sodan aikana ei suinkaan ole pienempi, vaan päinvastoin suurempi, koska sitä silloin toisaalta tietoisesti johdetaan ja toisaalta karsitaan sen käyttöaineistoa.

Sodan aikana sanomalehdistön avulla harjoitetaan propaganda-toimintaa kotimaassa, ulkomailla (liittolaiset ja puolueettomat maat) ja vihollismaassa. Näistä tapauksista kuitenkin vain kaksi viimeksi mainittua kuuluvat aiheeseemme.

*Ulkomaihin* sanomalehdistö pyrki vaikuttamaan kahdella tavalla, nimittäin herättämällä luottamusta ja myötätuntoa omaa maata kohtaan ja epäluottamusta, antipatiaa vihollista kohtaan.

Tässä mielessä annetaan sanomalehdistölle tietoja, paitsi omista hyvistä puolista, vihollisen kärsimistä tappioista, sen keskuudessa tapahtuneista levottomuuksista, vallitsevasta taloudellisesta pulasta, nälänhädästä, luoton horjumisesta, suoritetuista julmuuksista j. n. e. Erikoisesti pyritään herättämään ulkomaisten suuren yleisön inhoa vihollista kohtaan, eikä tällöin jätetä käyttämättä mitään keinoja. Kirkkojen vahingoittaminen, lasten murhaaminen, asukkaiden kiduttaminen, ambulanssien pommittaminen, naisten ampuminen y. m. s. ovat varsin yleisiä ja kiitollisia aiheita, olkootpa ne sitten alkujaan miten perättömiä tahansa. Tarpeen vaatiessa uutinen vahvistetaan valokuvalla, vaikkapa väärennetylläkin.

Apuna käytetään kaikkia lehtiä, päivä-, aikakaus-, pila-, taloudellisia- y. m. lehtiä, vieläpä suurella menestyksellä uskonnollisia-kin lehtiä. Ja vihollinen on osoitettava niin julmaksi ja heikoksi kuin vain keksitään, kuitenkin joutumatta ajoissa valheesta kiinni.

Maailemansodan aikana sanomalehdistön vaikutus oli merkittävän suuri, ja varsinkin ympärysalloissa osattiin käyttää sen voimaa hyväksi. Toiminnan tuloksena oli m. m. Yhdysvaltain, Italian ja Romanian yleisen mielipiteen voittaminen ja suureksi osaksi myös näiden maiden liittymisen sotaan.

Puolueettomiin maihin tehtävässä propagandassa on tärkeä osuus suurilla tietoisilla, sillä pienempien maiden sanomalehtien, joilla ei ole varaa pitää suurta tietoverkostoa, on tietien tai tietämättänsä pakko käyttää hyväkseen niiden uutisaineistoa, jos mielivät pysyä aikansa tasalla.

*Vihollismaahan* sanomalehdistö voi vaikuttaa joko ulkomaiden välityksellä tai suoraan.

Varsin luonnollista on, että sodan aikana, jolloin sensuuri estää epämieluisien tapahtumien ilmoittamisen, puolueettomien mai-



Bolševikkien kuvataulu myöhäisemmiltä ajoilta. Kolmannen päättävän viisivuotiskauden ja punaisen rintaman kädenlyönti. Alhaalla vasemmalla 2:nen internationale ja oikealla paavi.

den sanomalehdet ovat hyvin haluttuja, ja niitä uskotaan miltei ilman epäilystä, varsinkin jos uutisen lähtöpaikaksi on merkitty jokin puolueeton maa. Tällä tavoin voidaan siis välittömästi vaikuttaa vihollismaan asukkaisiin, mutta ennen kaikkea sen sanomalehdistöön, erikoisesti niihin lehtiin, jotka ovat alttiimpia esittämään tyytymättömyyden ilmauksia.

Paitsi puolueettomien maiden lehtiä on myös omassa maassa ilmestyviä sanomalehtiä käytetty propagandan tekoon vihollismaassa. Tällöin eivät kuitenkaan uutiset ole yhtä tehokkaita kuin laajemmat selostukset, todistelut ja vetoamukset.

Suoraan vihollisen keskuudessa vaikuttavia lehtiä ovat vankileirien lehdet, väärennetyt sanomalehdet ja n. s. ampumahauta-lehdet.

Vankileirien lehdet palvelevat kahta propagandatarkoitusta. Ensiksikin niiden avulla voidaan vähitellen vaikuttaa sotavankien mielipiteisiin ja siten heidän kirjeittensä välityksellä vihollismaan asukkaisiin. Toiseksi voidaan vihollisiin vaikuttaa toimittamalla koko lehti vihollismaahan, eikä luonnollisestikaan tarvitse olla epätietoinen siitä, missä määrin sotavankien yleinen mielipide vastaa näissä numeroissa esitettyjä kertomuksia ja kehoituksia.

Vihollismaassa ilmestyvien sanomalehtien väärentäminen voi myös tulla kysymykseen, ja se onkin melko tehokas, mutta käytännössä vaikeasti suoritettava propagandakeino. Tunnetuin tapaus on ranskalaisten maailmansodan aikana suorittama saksalaisen vasemmistolehden »Frankfurter Zeitungin» väärennys. Vähemmän tunnettu, mutta vaikuttavampi oli englantilaisten suorittama väärennetyn bulgarialaisen lehden toimittaminen.

Myöskin bolševikit käyttivät menestyksellä vihollisen lehden väärentämistä. Koltšakia vastaan taistellessaan he nimittäin saivat käsiinsä Koltšakin armeijan lehden »Siperialainen jalkamies» ja alkoivat painattaa ulkoasultaan aivan alkuperäisen näköistä lehteä, jota sitten propagandateksteineen levitettiin vihollispuolelle. Tuloksena oli kahden valkoisen rykmentin kapina.

Ampumahautalehdet ovat oikeastaan sanomalehden ja lento-lehtisen välimuoto. Niillä pyritään tietenkin vaikuttamaan vastassa oleviin vihollisotilaisiin. Näistä lehdistä mainittakoon, että maailmansodan aikana ympäröivät painattivat niitä viikoittain 250,000—500,000 kpl. ja että usein nämäkin olivat väärennetyjä,

otsikkokuvana Saksan keisari. Näissä ampumahautalehdissä tavallisesti totuudenmukaisesti selostettiin tapahtumia rintamalla, ja asian selvittämiseksi niissä oli usein karttapäiirroksia.

## 2. Kirjallisuus.

Kirjallisuuden avulla suoritettava propaganda pyrkii syvempään, perusteellisempaan todisteluun kuin muut painotuotteet. Aiheina on sotilaallisia, taloudellisia, poliittisia y. m. s. kysymyksiä. Kirjat voivat olla joko tavallista kokoa tai erikoisvalmistetta kuljetuksen helpottamiseksi. Niinpä maailmansodan kuuluisin propagandakirja »J'accuse», jonka oli kirjoittanut eräs saksalainen omaa isänmaataan vastaan ja joka käännettiin kymmenelle kielelle, oli kooltaan vain  $10,5 \times 7,5 \times 1,0$  cm, ja painoi 50 gr mutta sivuja oli kuitenkin 423.

Kirjallisuuden avulla pyritään ennen kaikkea vaikuttamaan sivistyneistöön, johon perustelemattomat väitteet eivät yleensä tehoa. Kuljetusvaikeuksista huolimatta kirjallisuuspropagandaa käytettiin maailmansodassa runsaasti, olivathan useimmat vastakkain olevat kansat korkealla sivistystasolla.

Maailmansodan aikana tapahtui kirjallisuuden levittäminen pääasiassa puolueettomien maiden kirjakauppojen välityksellä.

Maailmansodan jälkeisten sotien aikana m. m. japanilaiset ovat suuressa määrin levittäneet propagandakirjoja puolueettomiin maihin.

## 3. Lentolehtiset.

Viholliseen kohdistuvan propagandatoiminnan yleisin keino on lentolehtisten levittäminen. Niillä onkin monta etua muihin keinoihin verrattuna, sillä niitä voidaan nopeasti valmistaa, ne eivät tule kalliiksi, niiden avulla voidaan erikseen vedota eri ihmisluokkiin, niitä on helpoin levittää j. n. e.

Tarkoituksena on, ei enää ainoastaan muokata yleistä mieliä pidettä, vaan useissa tapauksissa kehoittaa ja yllyttää tekoihin. Niinpä vihollisarmeijan sotilaita kehoitetaan karkaamaan, kuten esim. seuraavasta ranskalaisten maailmansodassa levittämästä lentolehtisistä ilmenee:

Saksalaisille sotilaille.

EI OLE TOTTA,

että me, ranskalaiset, ammuimme kuoliaaksi saksalaiset vangit tai pahoinpitelemme heitä.

PÄINVASTOIN, sotavankejamme kohdellaan hyvin ja he saavat syödä ja juoda. Ne teistä, jotka ovat kyllästyneet tähän kurjaan elämään, voivat pelotta aseettomina ilmoitautua ranskalaisille etuvartijoille.

Heidät otetaan siellä hyvin vastaan.

Sodan jälkeen pääsee jokainen kotiin.

Toisinaan lentolehtisissä tekstin lisäksi oli kuvia esim. vankileirien muka paratiisimaisesta elämästä.

Saksalaiset toverit.

Taistelussa ovat ranskalaiset vaarallisia ja leppymättömiä vastustajia. Te tiedätte sen kyllä. Mutta niin pian kuin taistelu on ohi, he osoittautuvat hyväsydämisiksi ihmisiksi.

Jos Teidän tienne johtaisi Teidät linjoillemme, joko sen tähden, että olette eksyneet vartiostostanne tai inhosta äärettömään verenvuodatukseen, niin älkää pelätkö. Teille ei tehdä mitään pahaa. Tässä suhteessa on ranskalaisille joukoille annettu ankarat määräykset.

Kolme kuvaa, joissa selitykset

- 1) Hyväntekeväisyyslahjojen jako.
- 2) Konsertti vankileirissä.
- 3) Tästä voitte nähdä, miten vanhoja tovereitanne kohdellaan.

Vihollissotilaiden moraalia koetetaan järkyttää esim. kertomalla omaisten kärsimyksistä, vastustajan ylivoimasta, kaatuneiden lukumäärästä y. m. s. Tästäkin esimerkki maailmansodan ajalta.

Arv. saksalaiset sotilaat.

Teillä on tapana panna pieniä paperilappuja asemiemme eteen, joissa te suvaitsette surkutella Ranska-rukkaamme. Tämä sääli johtuu hyvästä sydäimestä. Me palkitsemme sen

mielellämme. Me säälimme teitä todellakin, kun teidän esimiehenne pettävät teitä niin kirostusti.

Muuten ymmärrämme oikein hyvin, että sanomalehdiltänne kielletään tappioittenne lukumäärän julkaiseminen. Mutta me itse olemme tehneet pienen laskelman. Olemme käyttäneet teidän virallisia tappioluettelojanne yhteenlaskemiseen: tästä yksinkertaisesta laskuesimerkistä on tuloksena luku

Miljoonakolmesataaviisikymmentätuhatta kuollutta.

Lentolehtisien avulla ei tyydytty ainoastaan vaikuttamaan vihollismaan kansalaisiin, vaan niitä käytettiin myös käskyjen antamiseen vihollismaassa vankina oleville sotilaille. Tavallisesti nämä käskyt koskivat pakenemista, vakoilua tai sabotaašin suorittamista.

Bolševikit, jotka esim. kansalaissodissaan käyttivät lentolehtisiä hyvin runsaasti, ovat kehittäneet lentolehtispropagandansa korkealle tasolle. He vaativat, että lentolehtisen tulee olla sisällöltään lyhyt, tarkoituksenmukainen ja todellisuus pohjainen, kieleltään yksinkertainen sekä painatukseltaan siisti ja täsmällinen.

Esimerkkinä bolševikkien lentolehtisistä otettakoon tähän käänös Denikinin joukkoja vastaan taistelleen 46. divisioonan käyttämästä lentolehtisestä, jossa sisältö ja kieli (alkukielisessä kansanomaisia sanontatapoja) on sovellettu kohteen mukaisiksi.

Kenraali Dekinin armeijassa palveleville kasakoille ja talonpojille.

Me käännyimme teidän puoleenne sydämellisen veljellisellä kutsulla:

Mihin asti everstit ja kenraalit saavat pettää teitä?

Millä he ovat lumonneet teidät niin, että vuodatatte heidän hyväkseen sekä omaa vertanne että meidän vertamme, meidän, jotka olemme samanlaisia känsäkouraisia työläisiä kuin tekin?

Mistä alkaen te, työn orjat, olette siinä määrin rakastaneet tilanomistajia, kenraaleja, everstejä, vieläpä ata-

maanejakin, että ette epäröi uhrata omaa henkeänne heidän puolestaan?

Joko olette unohtaneet, miten he meitä köyhiä vainosivat, lautanvetäjinä kiusasivat?

Eiväthän he edes pitäneet meitä ihmisinä: me olimme heille ainoastaan orjia, ainaisia työntekijöitä. Työllä, hiellä ja verellä me elätimme heitä, noita kuhnureita.

Muuttakaa mieltänne, veljet, vapauttakaa itsenne petoksesta, herrastaakasta, ja tulkaa luoksemme, työläisveljienne luokse.

Me tiedämme, että aateliset, kultakaluunaiset upseerit ovat levittäneet meistä paljon valheita: punaiset muka surmaavat armotta kaikki karanneet valkoiset, punaiset kun ovat muka jonkunlaisia ihmispetoja.

Kirotusti valehtelee kirottu herraslauma.

Karkulaiset me otamme vastaan suurella veljellisellä ilolla.

Jos me todella olisimme julmureita, niin tuskinpa päisitikkaa pakenevasta Koltšakin armeijasta karkaisi puolellemme kokonaisia tuhatmääriä. Vieläpä Siperiassa siirtyi kerralla puolellemme 20,000 ihmistä. Ja joka päivä tulee lisää sotnioita, kokonaisia pataljoonia, rykmenttejä.

Minkä takia? Sen takia, että he ovat oivaltaneet, tulleet vakuutetuiksi siitä, kuka taistelee totuuden puolesta. He ovat päässeet varmuuteen siitä, että vain me, bolševikkikommunistit, onnistumme Venäjällä saavuttamaan sen, että jokainen, jolla on känsäiset kädet, joka niska köyryssä raataa pellolla tai tehtaassa, pääsee elämän isännäksi.

Älkää uskoko, veljet, upseerienne inhoittavia valheita.

Hylätkää heidät ja tulkaa meidän luoksemme.

Ketään teistä ei tulla kiduttamaan, eihän edes hiuskaan teidän päästänne tule katkeamaan.

Takauksena tästä on meidän luja, veljellinen työläis-sanamme.

Työläistalonpoikaisen puna-armeijan

N-divisioonan sotilaat.



Kuten huomataan, bolševikit eivät lentolehtisissään suinkaan käyttäneet mitään kukkaskieltä.

Osoitukseksi lentolehtisten suuresta käytöstä esitettäköön seuraavia maailmansodan aikaisia lukuja:

Englantilaisten kuukausivalmistus vuoden 1918 jälkipuoliskolla nousi 1,689,000:sta 5,360,000:een; syyskuussa 1918 toimitettiin Saksaan kaikkiaan runsaat 17 milj. lentolehtistä, ja koko sodan aikana n. 65 milj., joista ranskalaiset 43, englantilaiset 19 ja amerikkalaiset 3 milj. Saksalaiset sen sijaan eivät päässeet kuin muutamaan miljoonaan. Itävaltalaisten väitteiden mukaan taas Italiasta käsin toimitettiin Itävalta-Unkariin sodan loppuaikoina n. 1 milj. lentolehtistä joka päivä. Täydellä syyllä voidaan siis jo puhua paperi-rumputulesta!

#### 4. Muut painotuotteet.

Puolan sodassa bolševikit toimittivat vihollisen puolelle erilaisia *pääsylvupia* Neuvosto-Venäjälle. Ne oli painettu sekä puolan että venäjän kielellä ja varustettu allekirjoituksilla ja leimoilla. Tekstin mukaan sellaisen pääsylvuvan omaavalla puolalaisella sotilaalla oli esteetön pääsy punaisten puolelle.

Vielä mainittakoon *lahjapaketeissa*, kuten savukkeissa, tultikkulaatikoissa, tupakkapusseissa y. m. pienissä esineissä käytetyt lyhyet propagandatekstit.

#### 5. Kuvat.

Propagandatarkoituksessa käytetään sekä valokuvia että piirrettyjä kuvia.

##### *Valokuvat.*

Valokuvien avulla pyritään vaikuttamaan sekä ulkomaiden asukkaisiin että vihollisiin.

Ulkomaista propagandaa varten käytettävistä valokuvista on jo mainittu sanomalehtien yhteydessä, lisättäköön ainoastaan, että esim. italialaiset ovat julkaisseet erikoisen valokuvakokoelman abessinialaisten suorittamista julmuuksista, minkä kokoelman tarkoituksena tietenkin on vihollisen asian huonontaminen.



»Punaisen Pietarin, punaisen Suomen puolesta!» Taustalla todennäköisesti Olavinlinna. Tankoon vedetyssä punaisessa lipussa Neuvosto-Suomen tunnukset. — »Taiteilija» nimestä päätellen virolainen. Taulu tuskin tarkoitettu Suomeen levitettäväksi, koska teksti on vain venäjäksi.

via henkilöitä esittävät luonnolliset tai karikatyyripiirroksiset, joihin aina liittyy jokin ilkeämielinen viittaus tai piirros jostakin omahyväisyydestä massojen kustannuksella. Varsinkin suureen yleisöön karikatyyreillä on huomattava vaikutus. Sanotaankin, että karikatyyreissä propaganda saavuttaa huipputehonsa. Tällä alalla muuten venäläiset ovat mestareita.

Kuvataulujen — niiden käyttöä muuten vaikeuttavat kuljetusvaikeudet — yhteydessä on yleensä aina jokin kehoitus tai vetoo-

Vihollismaahan lähettävissä valokuvissa esitetään enimmäkseen joko omien voimien mahtavuutta, ihmisten hyvinvointia, varastojen suuruutta y. m. s. tai vihollisen sotilaiden ja asukkaiden kurjuutta.

Tarpeen vaatiessa käytetään väärennettyjä valokuvia.

*Muut kuvat.*

Tarkoituksena on ennen muuta vaikuttaa alhaisella sivistystasolla oleviin ihmisiin. Kuvia joko julkaistaan lehdissä, lentolehtisissä ja kirjoissa tai levitetään postikortteina ja kuvatauluina. Niitä käytetään sekä ulkomaiden yleisöön että viholliseen vaikuttamiseksi.

Hyvin yleisiä propagandakuvia ovat johta-

mus, mutta jos vastustajan joukossa on paljon lukutaidottomia, tyydytään vain lyhyeen iskulauseeseen.

Kuvien aiheina käytetään omaa hyvyttä ja vihollisen heikkouksia, pyrkimyksenä herättää vihollisessa pelkoa, houkutella kapinaan, karkaamiseen y. m. s. Sodan raaistamien mielen kiihottamiseksi asia useimmiten esitetään mahdollisimman karkeasti. Aiheet ovat alkuvaistoihin vetoavia ja värit hyvin räikeitä.

Bolševikit, jotka mainitsevat propagandataulujen avulla saavuttaneensa huomattavaa menestystä kansalaissodissaan ja myöskin Puolan sodassa, käyttävät taulupropagandaa hyvin runsaasti. Niinpä he viisivuotiskautena 1918—22 valmistivat 854 eri aiheista propagandataulua, joita levitettiin yhteensä kymmeninä miljoonina kappaleina. Bolševikit panevatkin suurta painoa tämänlaatuiselle propagandatoiminnalle, mikä heikkolukutaitoiseen ja arvoستelukyvyttömään väestöön nähden ei olekaan ihmeteltävää. Jo rauhan aikana Neuvostoliitossa suorastaan tulvii propagandakuvia, ja varmaa on, että saavutettuja kokemuksia tullaan sodan aikana täydellä voimalla käyttämään vihollisen vastustuskyvyn murtamiseksi.

## 6. Levittäminen.

Painotuotepropagandan levittämiseen käytetään monia eri keinoja, joko julkisia tai salaisia. Koska tämä propagandatoiminnan osa on vaikein, on syytä tarkastella sitä hieman perusteellisemmin.

*Salaiset asiamiehet.* Kun vakoojia ei yleensä käytetä propagandatehtäviin, koska heillä on muita tärkeämpiä tehtäviä eikä heidän ilmitulonvaaraansa saa mitenkään lisätä, niin painotuotteiden levittämiseen käytetään heistä aivan erillään olevia salaisia asiamiehiä, jotka kulkevat vihollismaahan joko läpi tai yli rintaman tahi puolueettomien maiden kautta.

*Partiot.* Erikoisesti bolševikit suosittelevat partioiden ja myös sissijoukkojen käyttöä propagandapainotuotteiden levittämiseen, ja heillä onkin tästä hyviä kokemuksia kansalaissotiensä ajoilta. Tässä sopinee huomauttaa, että heillä n. s. suksijoukon varusteisiin aina kuuluu propagandavälineitäkin. Niinpä komppanialla on niitä mukanaan 10—15 kg, ja sitä suuremmalla yksiköllä vastaa-

vasti enemmän, m. m. joukko-osastolla 300—400 kg, joukossa elokuvakone, monistaja, kirjoja ja lehtiä 30—45 kg, piirustus-tarpeita, punaista kangasta 20—30 m j. n. e.

Ansaitsee mainita, että maailmansodassa pyrittiin propaganda-partiotoimintaan käyttämään vastustajan armeijan karkureita, varsinkin vähemmistökansallisuuksiin kuuluvia.

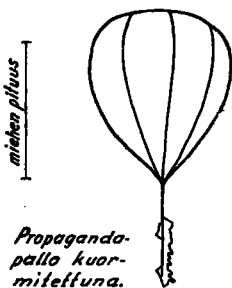
*Lentokoneet.* Lentokone on paras painotuotteiden levittäjä, ja sitä käytettiin maailmansodassa hyvin runsaasti. Painotuotteet joko heitetään alas sellaisenaan tai pudotetaan laskuvarjostimien avulla pieninä paketteina.

Maailmansodan jälkeisissä sodissa lentokoneiden käyttö painotuotteiden levittämisessä on tullut yhä yleisemmäksi. Niinpä bolševikkien yksi ainoa eskadrilli suoritti Puolan sodassa v. 1920 kahden viikon aikana 633 propagandalentoa, ja unohtaa ei myöskään sovi italialaisten lentokoneiden propagandalentoja Abessiniasa.

Tässä yhteydessä on syytä huomauttaa siitä, että Neuvostoliitossa jo rauhan aikana harjoitetaan suorastaan propagandalehtisten kylvöä lentokoneista, ja tehtävään käytetään kaikkein suurimpiakin lentokoneita. Mainittakoon, että esim. jättiläiskoneessa »Maksim Gorki» oli erikoiset osastot toimitusta, elokuvaa, kirjapainoa ja valokuvalaboratoriota varten. Neuvostoliitossa käytetään myös erikoisia agit-eskadrillejä propagandatoimintaan. Aikana 1933—34 muuan tällainen eskadrilli suoritti 4,500 lentoa, oli ilmassa 3,710 lentotuntia, teki matkaa 397,064 km ja levitti painotuotteita 4,000 kg.

*Propagandapallot.* Kun lentokoneen käytöllä on useita epäkohtia, ne maailmansodassa monesti korvattiin erikoisilla pienillä ilmapalloilla, jotka valmistettiin kemiallisesti impregnoidusta paperista silkkivahvikkein. Pallo oli kooltaan n.  $2 \times 1,5$  m, ja

kuorma riippui joko suoraan pallostä tai palloon kiinnitetyn puuristin päistä. Kellolaitteen tai hitaasti palavan ruutisydämen avulla säädettiin pudotusaika. Yksi pallo kuljetti n. 2,5 kg:n kuorman (500—1,000 lentolehtistä) 20—30 km:n päähän, mutta edullisella tuulella aina 300 km:iin saakka. Käytön suuruutta osoittaa se, että englantilaiset lasivat viikoittain ilmaan 2,000 tällaista palloa.



Maailmansodan loppuaikoina amerikkalaisilla oli rakenteilla 10,000 lentolehtistä kantava pallo, jonka piti lentää n. 1,000 km.

*Omat joukot.* Tavallisimpia levittämistapoja on peräännyttäessä jättää jälkeen erilaisia painotuotteita majapaikkoihin, maahan, seinille j. n. e. Myös jälkeen jätettävien vihollishaavoituneiden tai kaatuneiden taskuihin niitä pannaan.

*Ammukset.* Tykistössä käytetään erikoisammusta, jonka sisälle pannaan lentolehtisiä. Räjähdyspanos on laskettu sellaiseksi, että se ainoastaan rikkoo kuoren. Useimmin käytetään šrapnelleja, ja yhteen ammukseseen mahtuu 1—1,4 kg painotuotteita. Mainittakoon, että heinäkuussa 1918 ranskalaiset ampuivat saksalaisten puolelle runsaasti 300,000 lentolehtistä. Tällainen n. s. agit-ammus kuuluu puna-armeijan tykistön normaalsiin ammuslajeihin.

Paitsi tykkeitä maailmansodassa käytettiin muitakin aseita propagandan levittäjinä. Niinpä ranskalaisilla oli kivääriskranaatti, joka kantoi 150 lentolehtistä 200—300 m:n päähän. Niillä he eräänä kertana ampuivat 2 milj. lentolehtistä  $\frac{1}{4}$  tunnin aikana; englantilaiset taas käyttivät käsikranaatteja ja n. 30 lentolehtistä kuljettavia raketteja; saksalaisilla oli käytännössä kevyt miinanheitinjä ja kranaatinheitinjä j. n. e.

*Tavaralähetykset.* Pienemmässä määrin lähetetään painotuotteita perille erilaisten tavaroiden mukana. Lähetys tapahtuu tavallisesti puolueettomissa maissa toimivien hengenheimolaisten välityksellä.

## B. Henkilökohtainen propaganda.

Henkilökohtaisen propagandan suorittamiseen käytetään sitä varten koulutettuja salaisia asiamiehiä. Tarkoituksena on yllyttää lakkoihin, kapinaan y. m. s. vihollisen toimintaa tavalla tai toisella haittaaviin tekoihin. Aiheet ovat mainittuja erikoisaiheita.

Tämä propagandakeino on vaikuttava, mutta se on myös suorittajaan nähden kaikkein vaativin. Tämän takia toimitetaan suorittajien suhteen tarkka valinta, ja sen jälkeen sopivat henkilöt koulutetaan tehtävään erikoisilla kursseilla. Kurssit käytyään täten valmistuneet salaiset asiamiehet komennetaan ulkomaille erilaisiin tehtäviin, kuten esim. tehdaskeskuksiin harjoittamaan

propagandaa tehdastyöläisten keskuudessa, jolloin työläisissä koetetaan herättää tyytymättömyyttä palkkoihin ja työnantajiin. Kun tyytymättömyys on saatu kasvamaan kyllin suureksi, ruvetaan yllyttämään lakkoon, jotta saataisiin järjestynyt työ seisahdukseen, mikä tietysti olisi kova isku asianomaisen maan teollisuudelle.

Erittäin paljon painoa pannaan myös satamakaupunkeihin, joihin lähetetään koulutettuja agitaattoreita satamatyömieheksi. He harjoittavat propagandaa satamatyöläisten keskuudessa ja voivat siten saattaa satamatyöt täydelliseen epäjärjestykseen.

Ulkomailla toimivat salaiset asiamiehet kuuluvat yleensä erikoiisiin järjestöihin, joilla on omat päällikkönsä. Paitsi tällaisia järjestöjä toimii ulkomailla joukko itsenäisiä agenteja, jotka ovat saaneet ohjeensa suoraan lähtöpaikastaan. He ovat n. k. kiertäviä asiamiehiä, jotka matkustavat paikasta toiseen, suorittavat satamakaupungeissa y. m. jonkin verran propagandaa ja perustavat yllä mainittuja järjestöjä, jota varten heidät varustetaan tarpeellisella rahamäärällä.

Kaikkien ulkomailla toimivien asiamiesten on, jos suinkin mahdollista, asetettava yhteyteen asianomaisen maan armeijan ja laivaston sotilaiden kanssa. Heidän on koetettava löytää tyytymättömiä ja tarkoitukseen sopivia sotilaita, joille annetaan rahavaroja käytettäväksi tehtävänä levittää propagandaa ja toimittaa saboteeravia tekoja asianomaisessa armeijassa tai laivastossa.

Henkilöjä valittaessa kiinnitetään huomiota, paitsi luontaisiin lahjoihin ja luotettavuuteen, vihollismaan olojen tuntemiseen, kielitaitoon ja ammattiin. M. m. Itävallan yleisesikunnan tiedusteluosaston maailmansodan aikainen johtaja, kenraali *Ronge*, painostaa erikoisesti näiden ominaisuuksien merkitystä, ja hänellä jos kellään on siinä suhteessa suuret kokemukset, sillä hän lähetti paljon salaisia asiamiehiä, m. m. upseereja, venäläisten puolelle. Venäjän vallankumouksen jälkeen useat rintamalla venäläisten kanssa veljeilleet itävaltalaiset olivatkin juuri propagandaa harjoittavia upseereja tai muita asiamiehiä.

Henkilökohtaiseen propagandaan on myös luettava varsinkin asemasodassa veljeilyn lisäksi käytetty tapa huudella etulinjasta viholliselle (jääkäri-yliiloikarit!).

### C. Muut keinot.

Edellä selostettujen propagandatoiminnan pääkeinojen lisäksi käytetään mitä erilaisimpia muita keinoja tarkoituksen saavuttamiseksi. Niistä mainittakoon muutamia esimerkkejä.

#### *Yleisradio.*

Radioalalla maailmansodan jälkeen tapahtunut edistyminen on tuonut propagandatoiminnan käytettäväksi uuden tehokkaan välineen, jonka merkitystä ei ehkä vielä täysin aavistetakaan.<sup>1</sup> Varmana voidaan joka tapauksessa pitää sitä, että vihollisväestöön nähden yleisradio tulee olemaan tärkein propagandakeino.

Yleisradion avulla voidaan sekä suorittaa puhdasta propagandaa että antaa salamerkkisanomia vihollismaassa toimiville asiamiehille. — Yleisradion käytössä propagandavälineenä on itäinen naapurimme jo rauhan aikana päässyt hyvin pitkälle.

#### *Kirjeet.*

Ankaran sensuurin takia kirjeiden avulla suoritettava propaganda ei voi saavuttaa erikoisia tuloksia. Yksityishenkilöihin niiden avulla kuitenkin joskus voidaan vaikuttaa, ja erikoisesti tällöin on huomattava sotavankileireiltä saapuvien kirjeiden merkitys.

Kirjeistä puheen ollen on mainittava, että propagandatarkoituksissa käytetään tunnettujen henkilöiden julkaisemia kirjeitä tai vetoomuksia määrätyille ryhmille vihollisen keskuudessa. Niinpä esim. bolševikit kertovat kenraali *Brusilovin* kirjoittamalla ja julkaisemalla kirjeellä olleen suuren vaikutuksen valkoisiin venäläisupseereihin.

#### *Ilmapallot.*

Maailmansodassa itävaltaiset käyttivät asemasodassa itärintamalla propagandailmapalloja, jotka oli ankkuroitu omalle puolelle ja joihin oli maalattu sopivia kehoituslauseita.

<sup>1</sup> Parhaillaan riehuvassa Espanjan sisällissodassa tapahtunut propaganda-toiminta antaa jo ennakkokuvan tulevaisuudesta.



Neuvostoliittolainen jättiläislentokone »Maksim Gorki» suunniteltiin. Eri osat ovat: 1) toimitus, 2) lentäjät, 3) matkustajahuone, 4) radiolähetinosa, 5) automaattinen puhelinosa, 6) W.C., 7) konekirjoitustoimisto, 8) ravintolakahvila, 9) elokuvalliset, 10) pesuhuone, 11) radiovastaanotinosa, 12) kirjapaino, 13) vaatekomo, 14) käytävä, 15) sähkölaboratorio, 16) valokuvauslaboratorio, 17) makuuhuone, 18) matkatavaraosa, 19) bensiinisäiliöt, 20) mekaanikon paikka.

Myös kiintopalloja käytettiin maailmansodassa propagandatarkoituksiin. Sopivalla tuulella niistä pudotettiin lentolehtisiä, jotka sitten tuulen viemänä ajautuivat vihollisen puolelle.

### *Propagandakulkuvälineet.*

Kansalaissodissaan ja Puolan sodassa bolševikit käyttivät n. s. agit-junia propagandan tekemiseksi m. m. vallatun alueen väestön keskuudessa. Samaa tarkoitusta varten heillä on nykyisin agit-junien ja aikaisemmin mainittujen agit-lentokoneitten lisäksi agit-autoja, agit-vaunuja ja agit-laivoja, onpa propagandaveneitäkin. Pää tarkoituksena lienee propagandanteko omien kansa-



laisten keskuudessa, mutta tarpeen tullen toiminta kohdistetaan myös viholliseen.

### *Gramofoni.*

Haluttu propaganda-aihe otetaan gramofonilevyille, minkä jälkeen levyt salakuljetetaan vihollismaahan. Menetelmää ovat m. m. bolševikit käyttäneet. Toisillakin tavoin on gramofonia käytetty propagandatarkoituksessa. Niinpä maailmansodassa italialaiset rintamien välissä, »ei kenenkään maalla», soitattivat Itävallan vähemmistökansallisuuksien kansallislauluja y. m. s.

### *Maalaukset.*

Yleisenä, joskin uskallettuna ja pienitehoisena keinona on maalata vihollisalueella näkyville paikoille tunnuksia ja kehoituksia. Sodan aikana tämä kuitenkin harvoin onnistuu. Tässä yhteydessä on syytä huomauttaa, että saksalaiset kommunistit ovat käyttäneet maalin asemesta kemikaaleja, jotka tulevat näkyviin vasta tuntien kuluttua käyttämisestä ja joita ei voida poistaa veden avulla.

Näiden muutamien esimerkkien lisäksi on vielä mainittava elokuvan, teatterin, kirkon, koulun j. n. e. merkitys propagandatoiminnassa, mutta koska niitä vain harvoissa poikkeustapauksissa voidaan käyttää viholliseen kohdistuvana propagandan välineenä, ei niitä tässä yhteydessä laajemmin käsitellä, niin suuriarvoisina kuin ne varsinkin kotimaisessa propagandatoiminnassa ovatkin.

## **V. Merkitys.**

Viholliseen kohdistuvan propagandatoiminnan merkitystä on vaikea ennakolta arvioida, koska niin monet eri tekijät vaikuttavat siihen. Yksi asia on kuitenkin kiistämätön: propagandalla on ollut jo viime sodissa hyvinkin merkittävä osuutensa.

Tämän väitteen tukemiseksi esitetään muutamia esimerkkejä, lausuntoja ja tapahtumia.

### A. Maailmansodan aikana.

— *Hindenburg* kirjoittaa omaelämäkerrassaan »Elämäni» m. m., että »sotilaamme antoivat lukemansa myrkyttää mieliään ja he aiheuttivat toistenkin mielet vastaanottamaan myrkyä».

— *Ludendorff* puolestaan tunnustaa, että propagandatoiminta aiheutti saksalaisten sotilaiden moraalisen murtumisen ja siten Saksan lopullisen häviön.

— Itävalta-Unkarin päämajan tiedusteluosaston johtaja kenraali *Ronge* kertoo, että suurimpana syynä kaksoismonarkian luhistumiseen oli vihollisen suorittama propaganda.

— Sodan loppuessa Yhdysvaltain Ranskassa toimiva tiedusteluosasto ilmoitti hallitukselle Washingtoniin, että »todellisudessa Saksan vallankumous tuskin olisi puhjennut oikeaan aikaan, ellei sitä olisi kiihotettu liittolaisten propagandalla ja avustettu rahalla».

— Venäjän vallankumouksen puhkeamiseen vaikuttivat keskusvallat suuressa määrin.

— Italian, Rumanian ja Yhdysvaltojen liittyminen ympärysvaltujen puolelle.

— Eräs saksalainen rintamaupseeri mainitsee, että jos ententevallat olisivat tietäneet, missä määrin propaganda myrkytti saksalaisten sotilaiden mieliä, he olisivat ammuksien asemesta pommittaneet vain paperilla.

— Turkkiilaisten musertavat tappiot Arabiassa.

— Kokonaisten rykmenttien karkaaminen vihollisen puolelle.

— Englantilaisten propagandatoiminnalle antamasta tunnuksesta mainittakoon, että propagandalaitoksen johtaja ja varajohtaja aateloitiin, että Lontooseen pystytettiin Northcliffen muistopatsas ja että Lontoon yliopistossa on nykyisin hänen nimeään kantava professuuri.

### B. Maailmansodan jälkeen.

— Kenraali *Denikin* kertoo muistelmissaan m. m., että »taistelun kääntyessä kasakat ja vapaaehtoiset sotilaat joutuivat neuvostopropagandan alaisiksi».

— Ranskalainen kenraali *Serrini* kirjoittaa, että »bolševikit

osoittivat erikoista taituruutta moraalisten tekijöiden yhdistämisessä sotilaallisiin. Heidän operaatioitaan Siperiassa, Puolassa, Kaukaasiassa y. m. seurasi tarvittaessa agitaatio, jonka kärki oli tähdätty vihollisen armeijan ja kansan syvien rivien hajoittamiseen. Tulokset olivat hämmästyttäviä.»

— Valkoisten venäläisten joukossa taistelleiden sotilaiden karkaaminen joukoittain bolševikkien puolelle, mukana runsaasti alempaa upseeristoakin.

— Abessinialaisten johtajien ja joukkojen siirtyminen italialaisten puolelle.

Kuten edellä olevasta selostuksesta on selvinnyt, on propagandan merkitys ollut varsin vaikuttava, mutta samalla se on vaatinut paljon järjestelyjä ja suuren, hyvin koulutetun henkilökunnan. Varmana voidaan myös pitää sitä, että tulevaisakin sodissa propagandatoiminta tulee olemaan laajaa ja aktiivista, milteipä voitaneen väittää, että se tulee saavuttamaan aivan ennätyselliset mittasuhteet.

Tämä uusi sodankäyntiväline, jonka edessä niin taktillisen nerouden kuin teknillisen täydellisyydenkin on pakko taipua, jos pohja, taktiikan väline ja tekniikan käyttäjä, pettää, asettaa meidät varsin vakavien kysymysten eteen. Onko meidän valtiokoneistomme ja erikoisesti puolustusvoimiemme rauhan aikainen järjestely ja koulutus ajan vaatimusten tasalla? Vai olisimmeko ehkä jääneet pahasti ajasta jälkeen?

Näiden kysymysten yksityiskohtainen pohtiminen jääköön lukijan harkittavaksi. Yleiskäsityksenä kuitenkin on sanottava, että meidän on varottava propagandan ja siihen liittyvän poliittisen kasvatuksen merkityksen aliarvioimista. Tulevaisuuden sota ratkaistaan yhtä hyvin sanan kuin aseiden voimalla, yhtä suurella määrin rintaman takana kuin rintamalla.

### Lähdeluettelo.

*Berlin, V., Subotskij, M.:* Puna-armeijalaisen poliittinen oppikirja. — Petroskoi 1935.

*Blumental, F.:* Polititšeskaja rabota v vojennoje vremja. — Moskva 1929.

*Boltin, E.:* Polevaja podgotovka i polititšeskaja rabota. — Moskva 1929.

- Sir Campbell Stuart, K. B. E.*: Secrets of Crewe House. — London 1920.
- Foerster, Wolfgang*: Kämpfer an vergessenen Fronten. — Berlin 1931.
- Gervin, J. E.*: Listovka — orudije agitatsii v vojennoje vremja. — Moskva 1930.
- Grote, Hans Henning*: Vorsicht! Feind hört mit. — Berlin 1930.
- Hansi et E. Tonnelat*: A travers les lignes ennemies. Trois années d'offensive contre le moral allemand. — Paris 1922.
- Heller, I.*: Gazeta na manevrah. — Moskva 1932.
- Huber, Georg*: Die französische Propaganda im Weltkrieg gegen Deutschland 1914 bis 1918. — München 1928.
- von Lettow-Vorbeck ym*: Die Weltkriegsspionage — München 1931.
- Nicolai, W.*: Geheime Mächte. — Leipzig 1925.
- Nicolai, W.*: Nachrichtendienst, Presse und Volkstimmung im Weltkrieg. — Berlin 1920.
- Ponsonby, A.*: Lügen in Kriegszeiten. — Berlin 1930.
- Redaktsija*: Sovjetskaja vojennaja entsiklopedija. — Moskva 1932.
- Ronge, Max*: Kriegs- und Industriespionage. — Wien 1930.
- Thimme, Hans*: Weltkrieg ohne Waffen. — Berlin 1932.
- Toivola, A.*: Poliittinen työ punaisessa armeijassa sodan aikana. — Leningrad 1931.
- Wanderscheck, Hermann*: Weltkrieg und Propaganda. — Berlin 1936.
- Wissen und Wehr N:o 6/21: *Northcliffe*. Die Geschichte des englischen Propaganda-feldzuges. — Berlin 1921.
-