

Propagandan aikakausi

Radiokuunnelmassa ”Propagandanaikakausi” tutkija Saara Jantunen ja toimittaja Joonas Pörsti keskustelivat nykyvaikuttamisesta toimittaja Ruben Stillerin johdolla. Yhtenä keskustelun aiheena oli käsitteiden ja yksittäisten sanojen kautta vaikuttaminen. Haastateltavat pohtivat, miten kielellä voidaan tehdä propagandaa luomalla uusia käsitteitä, uusia sanoja tai uusia merkityksiä tutuille käsitteille. Käsitteillä pyritään vaikuttamaan kuulijan tunteisiin käsitteiden selkokielisyydellä ja toistolla. Keskustelussa esimerkkinä käytettiin natsien juutalaisvastaista propagandaa, jonka avulla juutalaiset kuvattiin parasiiteiksi, jotka kantoivat muun muassa ruttoa. Käsitteiden avulla pyritään vaikuttamaan kuulija tietyn ihmisryhmän dehumanisuudesta. Natsit onnistuivat erinomaisesti dehumanisoimaan juutalaiset saksalaisten silmissä.

Poliittisena aseena on käytetty ja käytetään myös uusien sanojen luomista, jotka toiston avulla saatetaan suuremman yleisön puhevarastoon. Demokratioissa esimerkiksi suora rasistinen puhe ei kuulu sananvapauden piiriin. Tästä syystä äärioikeisto on kehittänyt esimerkiksi termin matu – maahan tunkeutuja – maahanmuuttajaa tai laiton turvapaikanhakija, vaikka kansainvälisten lakien mukaan jokainen turvapaikan hakija on laillinen. Näiden termien avulla luodaan negatiivista mielikuvaa maahanmuuttajista.

Keskustelussa nousi esiin amerikkalainen politiikan ja viestinnän konsultti Frank Luntz ja hänen työnsä. Luntz on sanonut, että 80 prosenttia elämästämme on tunteita ja vain 20 prosenttia älyä. Hän on kiinnostuneempi siitä, miten ihmiset tuntevat kuin siitä, mitä he ajattelevat. Luntzin tekniikka on kokeilla testiryhmään, miten ihmiset resonoivat tunnetasolla uusiin sanoihin tai ilmaisiin. Tutkimuksen tulosten perusteella toivotunlaisia tunteita herättävät sanat on viety republikaanipoliitikkojen puheisiin. Luntzin mukaan sanat ja tunteet ovat ihmiskunnan tunnetuin voima.

Luntzin oppeja valjastettaessa suomalaiseen kontekstiin, voisi alkaa kutsumaan digitalisaatiota vaikkapa arjenparantajaksi tai mukavaksi elämäksi. Toki usein digitalisaatio korvataan sanalla etuliitteellä äly; älypuhelin, älytelevisio tai älylaite. Jos ihminen kokee itsensä vähemmän älykkääksi, ostaako hän älypuhelimien? Uskoisin, että kyseinen henkilö voisi olla kiinnostuneempi arkea parantavasta puhelimesta tai mukavan elämän mahdollistavasta televisiosta.