

Opinnäytetyö (AMK)
Turun Taideakatemia
Elokuvan koulutusohjelma
2016

Heiko Fýr Romu

Propagandan pitkä juoksu

*Urheilu aatteen työkaluna elokuvassa -
Leni Riefenstahlin Olympia ja
Sotšin talviolympialaiset*



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Elokuvan ja animaation koulutusohjelma | Elokuva

2016 | 79 sivua

Ohjaaja: Vesa Kankaanpää

Heiko Fýr Romu

Propagandan pitkä juoksu

Urheilijat ovat tärkeitä esikuvia, urheilua pidetään myönteisenä ja moraalisena. Urheilijoilla on tunteisiin vaikuttava sankarin aura. Urheilun ja urheilujuhlien kautta hallitsijat tarjoavat kansalaisille mielialaa kohottavia vapaahetkiä ja liittävät valtioon positiivisia mielikuvia.

*Propaganda on olennainen ja väistämätön osa sekä yhteiskuntaa että viestintää. Propagandalla jokin ryhmä pyrkii levittämään näkemystään sekä lujittamaan ja edistämään omaa asemaansa. Klassisimpia propagandaelokuvia on Leni Riefenstahlin *Olympia*. Siinä keksitään kerrontakeinoja, jotka nyöhemmin loppumatta toistuvat sekä urheilukuvauksessa että propagandassa. *Olympia* luo haavemaailman, jossa kohteen ihailu on helppoa. Se korostaa ideologisesti sallittua kauneutta, puhdistaa näkymän jokapäiväisestä keskinkertaisuudesta. Kuva luodaan estetisoidun, täydellisen liikkeen, rytmin, komposition sekä virheettömien ihmisvoimien kautta. Kun siivotaan pois banaali tavallisuus, jää tyyliä, klassinen ja vaikuttava sankarimyytti. Tunteisiin keskittyminen, kiiltokuvamaisuus ja ihailu ovat propagandan ydin.*

*Sotšin olympialaisten kuvakerronnassa on paljon samankaltaisuuksia *Olympiaan*. Televisio-ilmaisu on kertakäyttöisempää, mutta urheilijan estetisointi tapahtuu samoilla elokuvallisilla keinoilla. Myös kisojen poliittiset tavoitteet ovat silmiinpistävän analogisia. Tässä tarinassa kaksi diktaattoria tarjoaa kopioituja sirkushuveja ja onnistuu tavoitteissaan.*

Lopulta kuitenkin propagandalla on rajoituksensa. Sillä voidaan lisätä hurmosta, sen työkaluilla voidaan vaikuttaa vastaanottajaan vahvasti, mutta se ei pysty muuttamaan ihmisen ajatuksia uusiksi. Koulutetulle, kriittiselle katsojalle propaganda-elokuva on elokuva muiden joukossa.

ASIASANAT:

propaganda, media, viestintä, urheilu, kansallissosialismi, natsismi, Venäjä, mediakriittisyys, olympialaiset, Leni Riefenstahl, Berliini, Sotši, elokuva, televisio

Bachelor's Thesis | Abstract

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Department of Film and Media | Film Art

2016 | 79 pages

Instructor: Vesa Kankaanpää

Heiko Fýr Romu

The Marathon of Propaganda

Athletes are important role models. Sports is considered a highly positive and moral activity. Athletes have a heroic emanation that affects our emotions. Through sports and sport events rulers offer their subjects uplifting leisure and associate positive opinions to their reign.

*Propaganda is an integral and inescapable part of both society and communications. With propaganda a given faction aspires to spread their beliefs and both to fortify and to advance their position. One of the most definitive propaganda films is Leni Riefenstahl's *Olympia*. It invents ways of narration that later are repeated endlessly both in sports films and in propaganda.*

**Olympia* creates an Utopian world where adoration is born spontaneously. It emphasizes the ideologically approved beauty, it cleanses the scene from everyday mediocrity. The image is created by estheticised perfect motion, rhythm, composition and immaculate human figures. When all banal mundanity is removed, a stylized, classical, imposing heroic myth remains. Reduction to pure emotions, to glittering ideals and worship, is the essence of propaganda.*

*The visual narration of the Sochi olympics is notably similar to *Olympia*. Although television expression is simplified, athletes are similarly esthetized using filmic methods. Likewise the political ambitions appear pronouncedly analogous. In our story, two similar dictators endow plagiarized circus amusements and succeed exquisitely alike.*

Nevertheless, ultimately, propaganda has its limits. It can strengthen zeal, it can impact the crowd very potently, but it cannot impose totally new thoughts. For the educated, critical audience a propaganda film is - just a film.

KEYWORDS:

propaganda, media, communication, sports, national socialism, nazism, Russia, media criticism, Olympic games, Leni Riefenstahl, Berlin, Sochi, film, television

Sisältö

1 Esipuhe	6
1.1 Kohteesta.....	8
1.2 Tutkimusoletus.....	8
1.3 Menetelmästä ja tyylistä.....	9
1.4 Lähteet.....	11
2 Propaganda	12
2.1 Propagandan työkalupakki.....	15
2.2 Nykyajan tuore propaganda.....	17
2.3 Tohtori Göbbelsin tiedotustoimisto.....	18
2.4 Putinin trollit urheilevat.....	20
3 Olympia	22
3.1 Olympian kisat.....	22
3.1.1 Berliinin olympialaiset 1936	23
3.2 Leni Riefenstahl	25
3.2.1 Elokuvat ennen Olympiaa.....	26
3.2.2 Entäs Hitler?	27
3.3 Olympia - Kansojen ja kauneuden juhla.....	28
3.3.1 Dokumenttielokuva 1930-luvulla	28
3.3.2 Tekniikka ja erikoisuudet	29
3.3.3 Tuotanto.....	31
3.4 Elokuvan analyysi.....	32
3.4.1 Timeline kertoo	33
3.4.2 Dynamiikka.....	38
3.4.3 Visuaalinen kuvasto.....	40
3.4.4 Kehon estetiikka.....	44
3.4.5 Ohjaus ja leikkaus.....	46
3.4.6 Ääni ja musiikki.....	50
3.5 Kritiikki.....	51
3.5.1 Aikalaiskritiikki.....	51
3.5.2 Moderni kritiikki.....	51
3.5.3 Oma kritiikki.....	52

prop • a • gan • da

noun

: ideas or statements that are often false or exaggerated and that are spread in order to help a cause, a political leader, a government, etc.

synonyms: information, promotion, advertising, publicity, spin

4 Sotšin olympialaiset	53
4.1 Venäjä 2000-luvulla	53
4.1.1 Vladimir Putin	54
4.2 Sotšin talviolympialaiset 2014.....	55
4.2.1 Urheilunationalismi.....	55
4.2.2 Ne homot - hyvä vihollinen.....	56
4.3 Kuvan analyysiä	57
4.3.1 Värit.....	58
4.3.2 Kuvakerronta.....	59
4.3.3 Liike.....	60
4.3.4 Kehot - miten urheilijaa katsotaan.....	61
4.3.5 Ikonisia elementtejä.....	62
4.4 Ilmaisusta.....	63
4.4.1 Liike ja läheisyys.....	64
4.4.2 Symbolit.....	65
5 Päätelmiä.....	66
5.1 Valtaa ja urheilua.....	66
5.2 Huomioita.....	67
5.3 Medialukutaito.....	68
5.4 Historiaa.....	69
5.5 Ajatuksia.....	70
5.6 DIY - tee se itse.....	71
6 Loppusanat.....	72
7 Lähdeluettelo.....	74
8 Liitteet.....	76
8.1 Propagandan keinoja, selitykset.....	76
8.2 Kuvaluettelo.....	78

pro-pa-gan-da

mielipiteenmuokkaukseen tähtäävä oppien, asenteiden tai ajatusten levittäminen. esim. Poliittinen propaganda. Sotapropaganda.
propagandaelokuva, propagandakirjallisuus, propagandakirjoitus, propagandakuva, propagandalehti.

1 Esipuhe

Päätin tehdä kirjallisen opinnäytetyöni propagandasta.

Minulla on **mielikuva** propagandasta. Se voi olla brutaalin raakaa juoksuhautojen "tapa upseerisi" -lehtolehtisiä. Se voi olla peitettyä, hienonhienoa vaikuttamista taustalla. Propaganda toimii moraalien ulkopuolella, mikä antaa sille keinoja, jotka tavallisessa kulttuurissa ja viestinnässä on kielletty tai piilotettu. Joka tapauksessa propaganda on valtavan voimakasta. Haluan tutkia propagandaa ja selvittää, vastaavatko mielikuvani todellisuutta.

Propaganda **pelottaa**. Tuntuu, että propagandalla voidaan vaikuttaa ihmiseen ohi tietoisuuden ja harkinnan. Propaganda on oleellinen osa totalitaarista järjestelmää, sortoa, harvainvaltaa, keskitysleirejä. Fasismi on nousussa Euroopassa, demokratia heikkenee. Fasismia rakennetaan populistisella, yksipuolisella tai vääristellyllä tiedonvälityksellä - propagandalla. Lehdissä julkaistaan valheita joista tulee valtavan suosittuja totuuksia, vihapuhe täyttää keskustelupalstat. Puheen jälkeen ryhdytään väkivaltaan.

Propaganda **kiinnostaa**. Jos propagandalla voidaan vaihtaa hallitus, siinä täytyy olla valtavasti voimaa. Propagandan keinoilla voidaan ilmeisesti vaikuttaa vastaanottajaan hyvin syvällä tasolla, poikkeuksellisen voimakkaasti. Propaganda tuntuu olevan laatikko työkaluja, joita ihmiskunnan älykkäimmät yksilöt Augustuksesta Leniniin ovat hioneet äärettömän teräviksi. Uskon, että näitä työkaluja tutkimalla voi nähdä elokuvakerronnan keinoja, joita ei muusta materiaalista helposti löydä. Pyrkiessään vahvaan



(mutta huomaamattomaan) vaikuttamiseen propaganda tuo näkyville välineitä, joilla pääsee oikotietä suoraan vastaanottajan mieleen. Olisi kiehtovaa saada nuo työkalut omaan käyttöön, mutta palvelemaan - tietysti! - hyvää.

Myös mainonta on pohjimmiltaan propagandaa, vaikuttamaan ja käyttäytymistä muuttamaan pyrkivää, usein yhtä kyynistä kuin poliittinen puhekin. Yksi haluaa ääniä, toinen rahaa. Molemmat haluavat sieluja.

Propaganda on oleellinen osa sen synnyttävää yhteisöä. Tutkimalla viestintää voi päätellä, minkälainen yhteiskunta on - arvioida vaikka tasa-arvoisuuden määrää. Olen kiinnostunut tästä propagandavalon heijastumasta.

Tällä työllä on myös poliittinen tarkoitus. Mielestäni viestinnän ammattilaisten tulisi ymmärtää yhteiskunnallisia vaikuttamistapoja ja pystyä edistämään demokraattisia, eettisiä ja yhdenvertaisia arvoja. Tämä vaatii laajaa mediakriittistä ajattelua, jossa historian, moraalin ja psykologian ymmärtäminen on oleellista. Haluan herättää opiskelijat tiedostamaan pyrkimykset, joilla parhaillaan siirretään demokraattisia yhteiskuntia kohti harvainvaltaa ja diktatuuria. Haluan osoittaa keinot, joilla tätä edistetään. Tuntuu, että erityisesti historia on useimmille ihmisille kovin hämärää. Haluan siksi valottaa Saksan ja Neuvostoliiton tapahtumia sekä kertoa keskeisistä henkilöistä. Systemin suuret mekanismit on voi nähdä paljaina, kunhan on toimiva taskulamppu. 30-luvun tapahtumille on helppo löytää vastineet nykyhetkestä, kun on osoittava sormi. On jokaisen oma asia minkä poliittisen suunnan valitsee, mutta alan ammattilaisille ymmärtämättömyys on todellinen synti. Viestijän pitäisi lukea sekä *Taisteluni*, *Ruhtinas* että Shakespearena.



1.1 Kohteesta

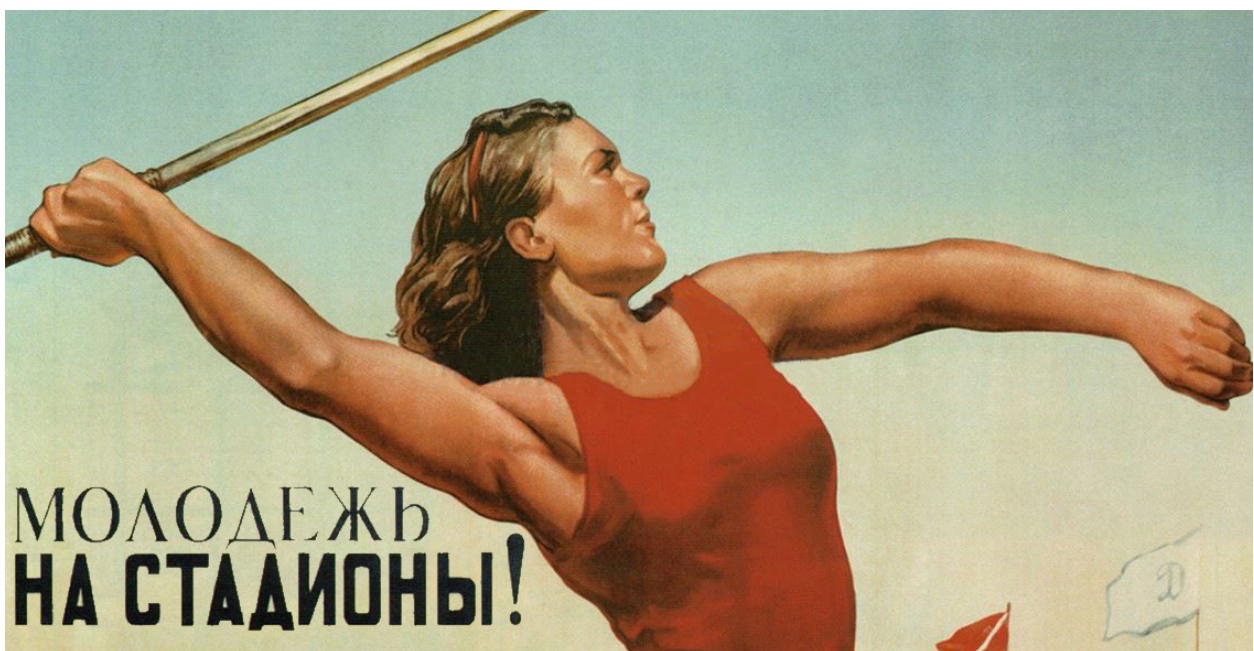
Tutkittava materiaali valikoitui tavallaan lomittain teeman kanssa. Leni Riefenstahlin natsipropaganda tulee säännöllisesti esiin, kun tutustuu elokuvan historiaan. Musta-valkoiset kuvat marssivista joukoista jäivät mieleen, taustalle odottamaan. Sitten tulin katsoneeksi *Tahdon riemuvoiton* joka herätti voimakkaita tunteita. Aloin miettiä, että haluan tutkia propagandaa tarkemmin.

Päättötyön aiheenvalinnan tullessa eteen ratkaisu odotti jo valmiina: katsoisin vihdoin *Olympian* ja selvittäisin, mikä siinä on lumonnut ja inhottanut. Koska propaganda kiinnosti pitempiaikaisena ilmiönä ja pidin tärkeänä huomioida myös propagandaa tavoitteisiinsa käyttävät ihmiset, vaihdoin linssin laajempaan ja otin mukaan Sotšin olympialaiset. Näin olisi mahdollista tutkia asioita 80 vuoden jaksolla. Mukana olisi myös tämän hetken (epä)demokratiakehitys Euroopassa, Venäjän hyvin uhkaavalta tuntuva Putin sekä nykyään keskeinen media, televisio.

1.2 Tutkimusoletus

Tämän tutkimuksen oletus on, että Hitlerin olympialaisia 1936 ja Putinin olympialaisia 2014 kuvattiin samanlaisilla tavoilla ja samoista syistä.

Vaikuttaa uskottavalta olettaa, että tapa esittää urheilua ja urheilijoita on pitkälle Leni Riefenstahlin *Olympian* luomaa. Nämä kerrontatavat ovat sittemmin integroituneet ikoniseksi audiovisuaalisen (ja poliittisen) kerronnan välineistöön. Oletan, että myös Sotšin televisiointi noudattaa näitä samoja menetelmiä, koska a) ne ovat tehokkaita ja b) nykyään osa modernia ammattitaitoa.



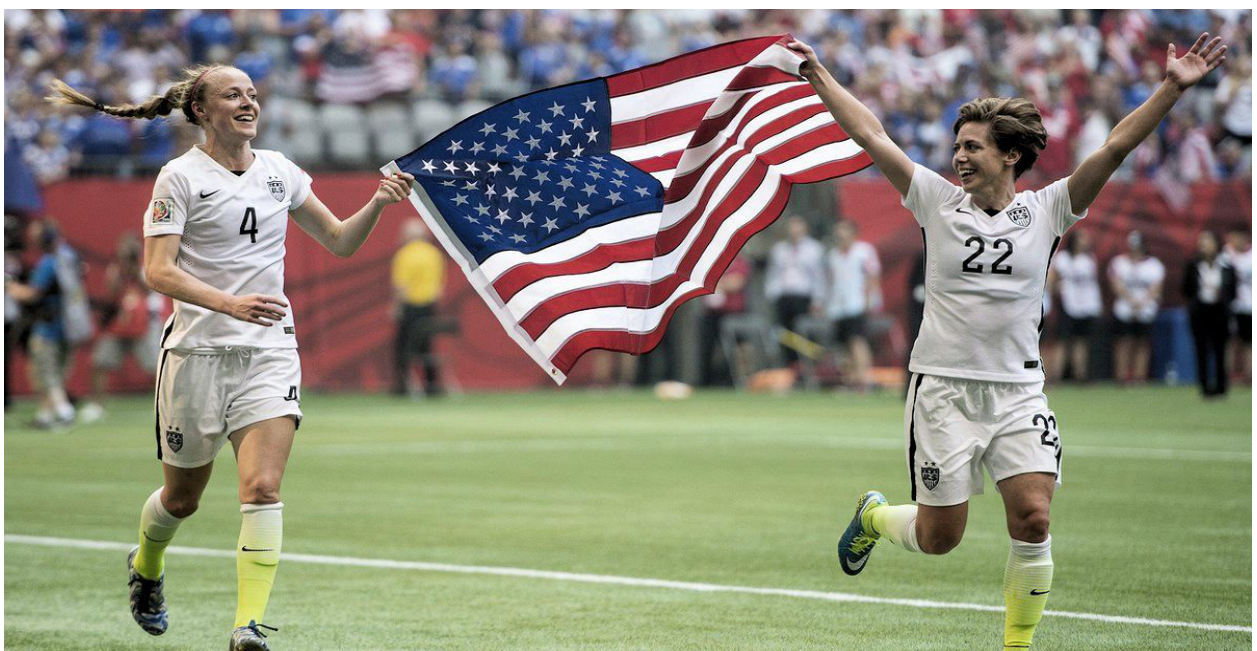
Laajemmalla tasolla oletan, että molempien kisojen julkisuuden tarkoitus oli esittää hallintojärjestelmä positiivisessa valossa ja viedä huomiota yhteiskuntaa muuttavilta, tasa-arvoa heikentäviltä toimilta. Tässä on tutkimuksen yhteiskunnallinen ulottuvuus.

Tutkin myös propagandaa itsessään. Mikä tekee kuvista tai viestistä propagandaa; mitkä ovat erityisiä tekniikoita, joita vain propaganda käyttää. Ovatko tavat jotenkin erityisen hyvin toimivia tai onko niissä jotain erityislaatuista? Tunteeseen perustuva ennakoajatukseni on, että propagandan ydin ei ole tietynlainen kuva, vaan rohkea totuudesta piittaamaton väite, manipulointi ja asettuminen vastaanottajan yläpuolelle. Propagandisti uskoo voivansa muuttaa kuulijan ajatuksia toisiksi mielensä mukaan. Toistamalla uskomatontakin väitettä tarpeeksi se muuttuu ihmeenomaisesti totuudeksi, todellisuus tottelee puhetta kuin taikajuoma velhon loitsintaa.

1.3 Menetelmästä ja tyylistä

Tutkin kuvia ja kohtauksia sisältöanalyysin keinoin tarkoituksena löytää merkityksellisiä yksityiskohtia ja säännönmukaisuuksia. Tulkintatapani on kvalitatiivinen, pyrin ymmärtämään ja tulkitsemaan, en niinkään luetteloimaan. (26JS) Pyrin löytämään tärkeimmistä kohtauksista vastaukset kysymyksiin

- Mitä tekijä haluaa sanoa kuvallaan?
- Mikä kuvassa vaikuttaa? Miten kuva on teknisesti toteutettu?
- Mitä ideologisia sisältöjä kuvassa on? Onko kohteilla symboliarvoa?
- Kenen näkökulmaa edustetaan? Kenelle viesti suunnataan?
- Onko sisällöllä eettisiä erityismerkityksiä?
- Mikä kuvassa oikeastaan on propagandaa?



Työssäni on kaksi näkökulmaa. Pyrin sitomaan asioita **objektiiviseen** teoriaan propagandasta. Tietoni perustuvat viestinnän opintoihin AMK:lla ja muutoin lukemaani materiaaliin, vaikuttavimpina mm. Hilmar Hoffmannin kirja *The Triumph of Propaganda*. Tekstissäni mietin myös materiaalin luomia kokonaan **subjektiivisia** mielikuvia - propagandan ydintä! Kirjaan henkilökohtaisia assosiaatioita - visuaalista ja auditiivista kauneutta, historiallista perspektiiviä, psykologisia, sosiaalisia ja kulttuurallisia tekijöitä; miten kuva vaikuttaa itseeni, millaisia moraalisia ja eettisiä pohdintoja herää.

Työn tyyliissä olen pyrkinyt selkeyteen ja viihdyttävyyteen. Haluan, että tekstiä jaksaa lukea joku muukin kuin työn tarkastaja ja puolitoista opettajaa. Varsinainen kohde-ryhmä ovat muut opiskelijat, joille toivon kirjoituksestani olevan huvia ja hyötyä. Olen yrittänyt välttää kuivaa akateemisuutta parhaani mukaan. Tavoitteenani on ollut eräänlainen valmiiksi popularisoitu kevyt tutkimustyö.

Sitaattien käännökset ovat omiani. Venäjänkieliset lainaukset olen kääntänyt englanninkielisten lähdeostosten kautta. Perusteena kaikkien sitaattien suomentamiseen on antaa lukijalle mahdollisuus niiden luomien mielikuvien parempaan vertaamiseen - propagandalla hallitsevien johtajien mielenmaiseman näkeminen on oleellista ilmiön ymmärtämiseen, eikä saksan- tai venäjänkielen osaaminen ole aivan yleistä.

Käyttämäni lähteiden viittausjärjestelmä liittyy tyylivalintaan. Mielestäni akateemisen tutkimuksen tarkka jokaisen lähdelauseen referointi tekee tekstistä raskaslukuista ja kömpelöä. Olen päätenyt tyyliin, jossa yritän yhdistää lähteen tiedot mahdollisimman sujuvaksi kappaleeksi. Viitteen numero osoittaa lähteen, kirjaimet vähentävät virheitä ja helpottavat hahmottamista. Toivottavasti lukija pitää ratkaisustani.



1.4 Lähteet

Lähteistä olen etsinyt sekä täsmällistä faktatietoa yksityiskohdista että laajempaa ymmärrystä kokonaisuudesta ja taustoista.

Ensisijaisina lähteinä olen käyttänyt Riefenstahlin elokuvaa (englanninkielinen versio) sekä Sotšin olympialaisten saatavilla olevia kisaorganisaation tuottamia televisio-tallenteita (YLE, Youtube).

Tämän työn aiheista löytyy valtava määrä kirjallisuutta. Taloudellisista syistä rajoitin lähteet Turun AMK:n ja kaupunginkirjaston aiheistoon sekä netissä vapaasti jaettavaan kirjallisuuteen (Google Books, Project Gutenberg, yliopistojen tutkimukset jne) sillä kaukolainat ja edullisetkin Amazon.comin tarjoukset tulevat opiskelijalle liian kalliiksi. Näinkin aineistoa löytyi enemmän kuin tarpeeksi.

Nettilähteisiin olen pyrkinyt suhtautumaan kriittisesti. Aineistoa on paljon saatavilla, mutta todennettavuus on vaikeaa. Wikipediaa pyrin käyttämään lähinnä yleiskuvana ja varmistamaan tiedot muualta. Esimerkiksi propagandan työkalujen määritelmä perustuu Wikipediaan, mutta löytyy amerikkalaisten yliopistojen julkaisuista. Usein alkuperäistekstejä - esim. Susan Sontagin esseitä - löytyy paljon nopeammin netistä kuin kirjastosta. Jotkut kirjoittajat julkaisevat pelkästään netissä.

Suuri osa lukemastani aineistosta on päätynyt oman yleiskuvan luomiseen, "näppi-tuntumaan". Taustatietojen ja henkilöhistorioiden toivan antavan lukijalle perspektiiviä. Haluan lukijan myös muodostavan aineistosta omaa mielipidettään - aina lukijan ei tarvitse olla samaa mieltä kanssani.



2 Propaganda



Sana "propadanga" on peräisin katolisen kirkon sisältä. Se syntyi vastauskonpuhdistuksen aikana vuonna 1622. Paavi Gregorius XV kuuria (kirkon hallitus) perusti *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* ("Uskon edistämisen ryhmä") -nimisen järjestön, jonka tarkoitus oli taistella luterilaisuutta vastaan. Järjestö koulutti vastauskonpuhdistuksen aikana lähetyssaarnaajia työhön ympäri maailmaa. (19TP)

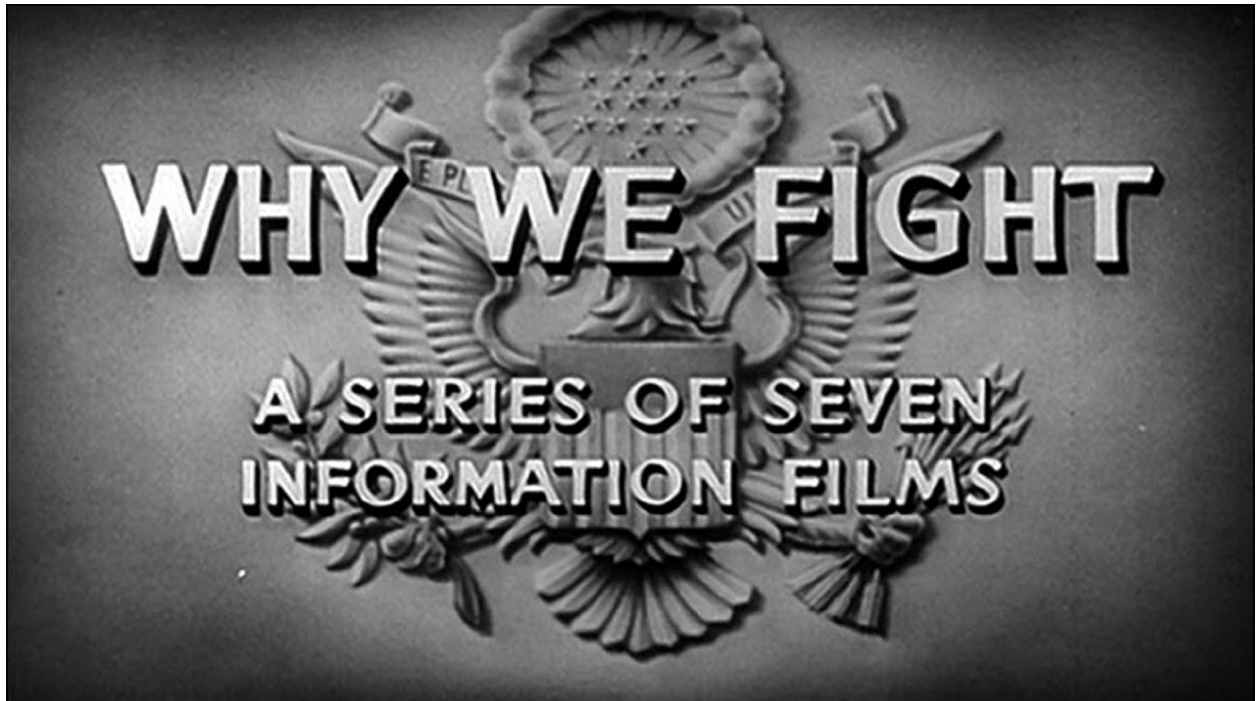
Propagandaa on vaikea määritellä. Yrityksiä ovat esim.

"Ideoiden, tiedon tai huhujen välittäminen ihmisen, asian tai järjestön tukemiseksi tai vahingoittamiseksi."

"Filosofian tai näkökulman aktiivista levittämistä."

Tavanomaisesta kommunikaatiosta propagandan erottaa voimakas *tavoitehakuisuus* ja *vetoaminen ensisijaisesti tunteisiin*, ei järkeen. Propaganda vaikuttaa kertomalla vain osan totuudesta tai esittämällä odottamattomia tai ei-loogisia väitteitä. Propagandan keinot ovat joskus hienovaraisia, usein epäeettisiä.

Nykyaikainen yhteiskunta on täynnä propagandaa - usein nimitettynä mainonnaksi, mielipiteenmuokkaukseksi, etujen ajamiseksi tai tiedotukseksi. Vaikka itse sanalla propaganda on voimakkaita negatiivisia miellelyhtymiä, taitavaa ja hienovaraista



propagandaa käytetään jatkuvasti paitsi tuotteiden myymiseen, poliittisten agendojen ajamiseen, myös tuen pyytämiseen moniin arvokkaihinkin asioihin.

"Taidokkainta propagandaa ei ole valheiden kertominen vaan valikoidun totuuden sekoittaminen asioihin joita yleisö haluaa kuulla." - Richard Crossman, Psychological Warfare Division

Lenin piti propagandaa tärkeänä ja kirjoitti siitä paljon, usein kyynisesti. Hänen massoja aliarvioivat mielipiteensä muistuttavat pitkälle *Hitlerin* myöhempiä ajatuksia. 1930-luvulla *Stalin* toteutti Neuvostoliitossa sosialistista realismia, jossa täysin kuvitteellinen ja epärealistinen sankarityöläinen esitetään "uutena ihmisenä". Tämä on hyvin lähellä natsien omaa versiota "yli-ihmisestä". (19TP)

"Totuus on kaikkein arvokkain asia. Siksi sitä pitää säännöstellä." - V.I. Lenin

Noam Chomskyn mukaan indoktrinaatiojärjestelmiä tarvitaan, koska enemmistö ihmisistä halutaan pitää tietämättöminä, jotta eliitin olisi helppo hallita heitä. Massoja kontrolloidaan ja hämätään **tunteisiin vetoavilla yksinkertaistuksilla**. Ihmiset pitää eristää yhteiskunnallisesta keskustelusta. Kansalaiset ovat yleisöä, eivät osanottajia. Tämä on propagandan tarkoitus. Ihmisille välitetään viestejä ja symboleja joukkotiedotusvälineiden kautta. Ne viihdyttävät, mutta myös iskostavat *arvoja, uskomuksia* ja *käyttäytymiskoodeja*, jotka sitovat yksilöt hallintoon. Epätasa-arvoisessa yhteiskunnassa tämä edellyttää järjestelmällistä propagandaa. Tämä voi helpoimmin havaita maissa, jossa viestimet ovat valtion kontrollissa ja sensuurissa. Propagandakampanjat noudattavat eliitin etuja poliittisesta laidasta riippumatta. (10NC)



Propaganda on usein kyynistä. Se vetoaa ihmisen voimakkaimpiin perustunteisiin ja samalla pimeimpiin motivaatioihin. Pelko on oikotie käyttäytymiseen kuten nälkäkin. Propagandisti ottaa hyötykäyttöön *Maslowin* tarvehierarkian ja *Kohlbergin* moraalisen tasojen teorian.

"Tulen tarjoamaan propagandistisen sodan syyn. Sen uskottavuudella ei ole merkitystä. Voittajalta ei kysytä, kertoiko hän totuuden vai ei." Hitler

Tiettyssä mielessä voidaan ajatella, että propagandaan uppoutuminen on helppoa ihmiselle, jolla itsellään ei ole valtaa vaikuttaa mihinkään. Heille tarjotaan kuviteltu voiman ja kyvykkyyden tunne **kollektiivisen fantasian** kautta. (TP, 88) (19TP) Kun neuvostopropaganda esittää ihmisen sankarina omassa työssään, natsipropaganda kadottaa kokonaan yksilöllisyyden ja esittää ihmisen ainoastaan osana järjestelmää. (19TP)

"sillä hetkellä kun heistä tulee osa massaa, sekä lukutaidottomat että akateemikot menettävät yhtä lailla kyvyn tajuta mitä tapahtuu". Gustave Le Bon (19TP)

Natsien suuret yleisötilaisuudet olivat tarkasti suunniteltuja teatteriesityksiä, joiden tarkoituksena oli antaa yksilölle tunne kuulumisesta suureen, voittamattomaan yhteisöön. Näitä tunteita vahvistettiin säännöllisillä "kansallisilla hetkillä" (*Stunder der Nation*) - yksinkertaisimmillaan Hitlerin säännöllisillä radiopuheilla, suurimmillaan valtavilla puoluejuhlilla ja kansainvälisillä olympiakisoilla. (14TR)

2.1 Propagandan työkalupakki

Amerikkalaisen Institute for Propaganda Analysis -laitoksen tutkijat Alfred M. Lee ja Elizabeth B. Lee määrittelivät 1939 propagandalle seitsemän (sittemmin yhdeksän) päävaikutuskeinoa. Nämä ovat: *Nimittely*; *Kimalteleva yleistys*; *Kiertoilmaukset*; *Siirräntä*; *Todistus*; *Tavallinen kansa*; *Korttien pinoaminen*; *Kelkkaan hyppääminen* ja *Pelko*. Yksinkertaistaen halutaan lähentää omaa asiaa kuulijaan ja etäännyttää kilpailijoita. Menetelmät nostavat **tunteen etusijalle yksinkertaistaen todellisuutta**, luovat ryhmätunnetta ja tarjoavat helpon automatisoituvan reagointimallin. Termien selityksiä **liitteessä 8.1**.

Urheilun käyttö propagandassa hyödyntää tunteisiin vetoavasti *kansallistunnetta* (kimalteleva yleistys, pelko, korttien pinoaminen), *spektaakkelia* (todistus, kelkkaan hyppääminen, siirräntä), voimakkaita visuaalisia *symboleita* (siirräntä, pinoaminen), voiton ja *kauneuden viehätystä* (todistus, pinoaminen, kelkkaan hyppääminen). Katsojalle näytetään todellisuus joka on niin kiehtova, että jokainen haluaa olla osa sitä.

Urheilukilpailussa katsoja pääsee kokemaan positiivisia tunteita, kuten nautintoa, (positiivista) jännitystä ja voiton kokemusta. Tunteisiin vetoamalla ohitetaan tosiasiat ja logiikka. Kansallistunteen rakentaminen liittyy ihmisen suurempaan ryhmään, jossa voi tuntea yhteenkuuluvuutta ja "mennä mukana", luopua oman ajattelun vaivasta.

Spektaakkelit ovat poikkeuksia normaalista elämästä, karnevaaliperinnettä, jossa hetken ajan tavallisen elämän vaikeudet hellittävät. Sirkushuvit saavat yleisön tuntemaan sympatiaa ja yhteenkuuluvuutta niiden järjestäjää kohtaan. Ihmisillä on luonnollinen tarve olla voittajan puolella, siksi on kannattavaa järjestää tilaisuuksia jossa oma ryhmä saa menestystä. Samalla tavalla kauniit ihmiset synnyttävät yhteenkuuluvuuden tunnetta - mainonta on vuosikymmenet laittanut mallit ostamaan.

Urheilukilpailut ovat täynnä symboleita, jotka rakentavat yhteenkuuluvuuden tunnetta. Myös kuvat ovat symboleita, voittaja palkintokorokkeella tai maan liehuva lippu sitovat ihmisiä yhteen ja ideologiaan. Hyvin suunnitellut kuvat yksinkertaistavat totuutta, luovat emotionaalisia linkkejä.



Propagandan totuus on *muunneltua totuutta* - politiikasta tuttua. Propaganda ei pyri tiedottamaan vaan vaikuttamaan, joten sen ei tarvitse pysyä totuudessa. Totuuden sirpaleiden yhdistely valheeseen on tehokkainta, se tekee mediakriittisyyden vaikeaksi.

Kirjallisuudessa mainoslause "perustuu tositapahtumiin" luo myyntimenestyksiä. Ihmisillä on tarve löytää totuus - mutta hiukan todellista parempi. Propaganda käyttää kieltä joka kätkee kyseenalaistukset, jossa lupaukset ovat ylipositiivisia ja yksinkertaisia yleistyksiä. Propagandisti tutkii ensin mielipiteitä, ja lisää sitten sanomaansa mahdollisimman paljon asioita, joita hän tietää yleisön haluavan kuulla.

Kuvaa, ääntä, liikettä, ajatuksia

Elokuvan erikoisominaisuus on kyky luoda illuusio todellisuudesta. Elokuva saa uskomaan, että jotakin tapahtuu juuri nyt, tässä. Niinpä sen on helppo tarjota muokattu versio todellisuudesta. Eräs esim. natsien uutiselokuvissa käytetty keino oli vyöryttää kuvia mitenkään selittelemättä niin nopeasti, ettei katsojalla ollut aikaa ajatella. Vain alitajuinen reaktio jää jäljelle ja kriittinen suhtautuminen ei ehdi herätä. (19TP)

Elokuvapropagandan erikoisuus on myös siinä, että se voi vaikuttaa sekä yksilöön että massaan samanaikaisesti. Jokainen voi tulkita sen nyanseja eri tavoin niinkuin fiktioelokuvaakin, mutta ihmisille syntyy silti *yhdistävä kokemus*.

Lisäksi elokuva ei ole sidottu kieleen. Kuvallisesti vaikuttava kertomus toimii missä tahansa maapallolla.

Tarkoitus pyhittää?

Myös fiktioelokuva pyrkii vaikuttamaan maksimaalisen voimakkaasti, vaikka viihteen viitekehyksessä. Siinä se käyttää propagandan kanssa samoja psykologisia keinoja.

Tietyissä mielessä tarinaelokuvan ja propagandan ero on vain vaikuttamisen syy - viihdyttäminen/vaikuttaminen. Hyvä runo tekee onnelliseksi, hyvä propaganda saa äänestämään. Tässä mielessä elokuvan tekijän on järkevä tutkia propagandan menetelmiä. Erityisesti elokuvantekijän, joka haluaa vaikuttaa positiivisesti - saada ajattelemaan kriittisesti tai rikastuttaa kokemusmaailmaa.



2.2 Nykyajan tuore propaganda

Nykymaailma on propagandan täyttämä. Viestimistä tulvii eri ryhmien vaikuttamiseen pyrkivää materiaalia. Chomskyn mukaan eliitti hallitsee massojen tarpeita ja haluja hienovaraisilla menetelmillä. Ihmiset opetaan toivomaan tietynlaista elintasoja ja hyväksymään elämän kontrollointi talouskasvun ja tuottavuuden nimissä. (10NC)

Propaganda on enää harvoin tökeröä viharetoriikkaa, vaan mielikuvia ja asenteita hiljaa kyseenalaistavaa ja muokkaavaa tarkasti punnettua psykologista vaikuttamista. Jopa ISIS-järjestön väkivaltaiset propagandavideot ovat ammattitaitoisesti tehtyjä ja erittäin selkeään viestintäpsykologian ymmärtämiseen perustuvia.

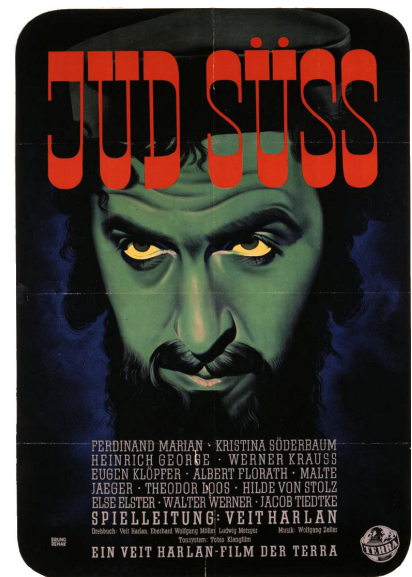
Myös kaupallinen yhteiskunta perustuu propagandalle ja ajatusten muokkaamiselle. Mainonta käyttää virtuoosimaisesti klassisen propagandan keinoja: vähättelee huonoja puolia ja korostaa hyviä, esittelee viehättäviä roolimalleja ja samaistumiskohteita, luo tarpeita ja odotuksia. Laajemmalla tasolla mainonta pyrkii myös luomaan kulutuspositiivisen maailmankuvan ja kiistämään esim. ympäristö- ja terveysongelmia. Nämä voidaan nähdä jo poliittisina päämäärinä.

Mainonnassa hienovaraista propagandaa vastaa *subliminaalinen* mainonta, *tuotesijoittelu* ja *advertorial* -mainonta: tuote piilotetaan tietoiselta huomiolta tai liitetään luonnolliseksi osaksi kiinnostavaa tai erityisen uskottavaa ympäristöä. Kuluttaja ei huomaa liittävänsä positiivisia mielleyhtymiä tuotteeseen. Tämänkaltainen mainonta on länsimaissa epä-moraalisena (ja liian tehokkaana?) kiellettyä tai tiukasti säädeltyä. Uusin askel ovat *longform*-mainoselokuvat, joissa tuotteita ei edes näy ja etusijalla on laadukas tarina. Näillä miljoonien dollarien mainoksilla kokeilevat esim. Nike ja Unilever.

Urheilijat ovat yhteiskunnassa tärkeitä esikuvia. Urheilullisuus käsitetään positiiviseksi piirteeksi, ja huippu-urheilijoilla on sankaruuden aspekti, joka vaikuttaa voimakkaasti tunteisiin. Urheiluun liitetään voimakkaita arvoja kuten *terveys*, *rehellisyys*, *rohkeus*, *puhtaus*, *yhteisöllisyys*, *reiluus*. Urheilua pidetään moraalisesti myönteisenä asiana. Erityisesti nuorisolle urheilijat ovat yksi kaikkein merkittävimpiä roolimalleja. Urheilun uskotaan kasvattavan nuorista parempia kansalaisia. Tällaista ihanteellista ajattelua edustaa erityisesti olympia-aate. (34UM)



2.3 Tohtori Göbbelsin tiedotustoimisto



Kansallissosialistien propagandaministeriön 1935-40 tuottamien elokuvien julisteita.

Pian puolueen valtaantulon jälkeen natsit perustivat uuden organisaation, Kansan valistuksen ja propagandan ministeriön - *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*. Vastaperustettu ministeriö otti haltuunsa koko Saksan median, myös elokuvateollisuuden.

Hitler oli jo *Mein Kampfissa* 1925 kirjoittanut kuvan merkityksessä tiedonvälityksessä, joten aktiivisuus ei ollut yllätys. Natsipuolue perusti oman elokuvaalaitoksensa (*Reich Film Office*) jo 1930. Vuodesta 1934 oli ollut käytössä Valtion elokuva laki, joka sisälsi käsikirjoitusten ennakkosensuurin, jälkitarkastuksen ja tunnusjärjestelmän (*Prädikäte*) valtion mielestä "edistykseksi" elokuville. Vuodesta 1936 natsien elokuvarahoitusjärjestelmä FKB rahoitti kolme neljänestä kaikesta tuotannosta ja sen vaikutusvalta oli valtava. (14TR) Myös propagandaministeri Joseph Göbbels uskoi elokuvaan. (19TP)

"elokuva on yksi kaikkein moderneimpia massojen suostuttelun välineitä eikä voi jäädä käyttämättä". Göbbels

Hitlerin käsitykset propagandasta - ja ihmisistä - voi tiivistää kolmeen lauseeseen:

"Propagandan taito lähtee suurten massojen tunteiden ymmärtämisestä ja sellaisten psykologisesti toimivien tapojen löytämisessä, jotka saavat massojen huomion ja siten sydämen."

"Kaikki tehokas propaganda pitää rajoittaa muutamaaan ydinväittämään. Sen tulee toistaa näitä väittämiä kunnes viimeisinkin yleisön jäsen ymmärtää mitä haluat hänen ymmärtävän."

"Vain kaikkein yksinkertaisimpien ajatusten toistaminen tuhansia kertoja saa massat muistamaan ne. Niinpä kaiken propagandan pitää olla helppoa ja sen älykkyytaso pitää rajoittaa kaikkein vähiten älykkään vastaanottajan mukaan. Vastaavasti, mitä suurempi massa halutaan saavuttaa, sen matalampi tulee älykkyytason olla." Hitler

Hitlerin mukaan "massojen vastaanottokyky on hyvin rajallinen, älykkyys matala mutta kyky unohtamiseen valtava". Teoriaa kokeiltiin ensimmäisen kerran kansallissosialistien omassa sanomalehdessä vuodesta 1925 alkaen - ja levikki nousi tasaisesti. *Völkischer Beobachterin* jutut olivat lyhyitä ja liioittelevia, täynnä rotuennakkoluuloja, yksinkertais-tettuja väitteitä talouskriisistä ja bolsevismilla pelottelua. Siis kuin MV-lehti! (14TR)

Göbbelsin ja Hitlerin suhtautumisessa propagandaan oli selkeitä eroja. Kun Hitler uskoi suoraan päällehuutamiseen, Göbbelsin mielestä propagandan tuli olla huomaamatonta ja ovelaa. Niinpä hän suosi elokuvia, jotka pikemminkin esittelivät kansallissosialismin erinomaisuutta kuin kovaäänisesti ylistivät sitä. Tämä osoittautui erinomaisen tehokkaaksi valinnaksi. Pidetyimmät kansallissosialistisia teemoja esittelevät elokuvat olivatkin kevyttä komediaa tai rakkausfilmejä. (14TR) (28PP)

Puolueen propagandavälineet olivat suhteellisen yksinkertaisia - lehtiartikkeleita, Hitlerin puheita - kunnes Göbbels ryhtyi vastaamaan tiedotuksesta. Välineinä alettiin käyttää myös moderneja audio-visuaalisia medioita. (14TR) Göbbels piti Eisensteinin *Taistelulaiva Potemkinia* tehokkaan propagandan prototyypinä ja halusi tuottaa vastaavia kansallissosialistisia elokuvia. Suurimmillaan sota-aikana ilmoitettiin kuvatun käsittämätön 300 miljoonaa jalkaa filmiä viikossa. Natsien viehtymys dokumentaariseen elokuvaan selittyy ajatuksella "paras tapa kertoa valheita on käyttää totuutta" (Hans Richter, *Der Politische Film*). (19TP)

Urheilusta Göbbelsillä oli selkeä mielipide:

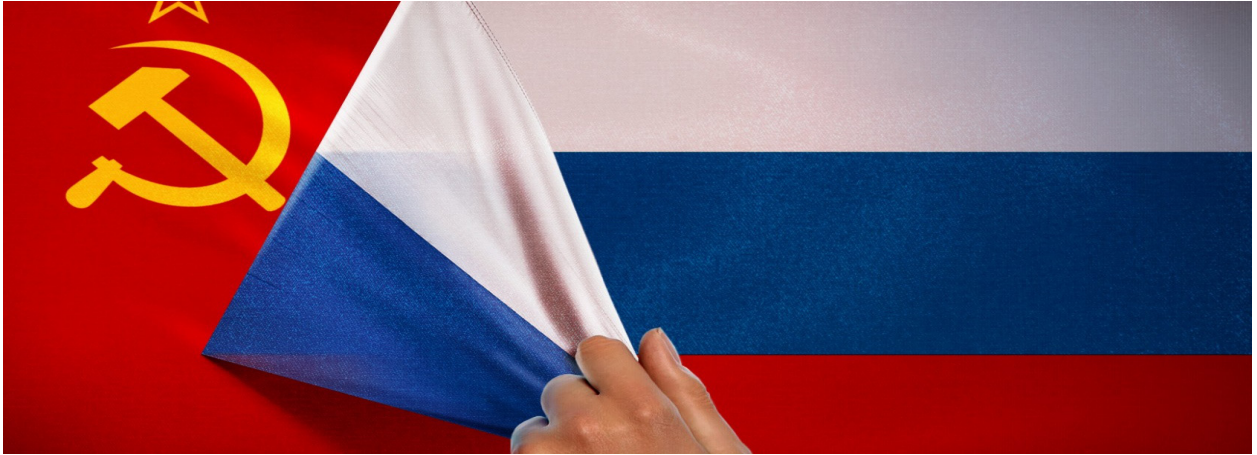
"Saksan urheilulla on vain yksi tarkoitus: vahvistaa Saksan kansan kansallishenkeä valamalla ihmisiin taisteluhenkeä .." Göbbels

Natsien propagandakoneistolla oli erinomainen kyky luoda suuria speaktaakkeleita, jotka innostivat valtavia ihmisjoukkoja mukaan. Aikanaan Berliinin olympialaiset olivat ennennäkemättömän suuri yleisötapahtuma, jolla oli suuri vaikutus asenteisiin. On jopa mahdollista, että juuri olympialaisten menestys sementoi Hitlerin valta-aseman 1930-luvun lopussa niin, että hän uskalsi keskittyä täysin sotavalmisteluihin. (18Ho)



Venäläinen propagandajuliste, 1941

2.4 Putinin trollit urheilevat



Vuoden 2015 uutisia olivat Venäjän perustamat *infosotajoukot*. Niiden tarkoitus on "vastata ulkomaiden harjoittamaan aggressiiviseen propagandaan". Olympiavuonna 2014 perustettiin presidentin käskyllä Sputnik- uutistoimisto, jonka tavoitteena on toimia yli 30 maassa. Tavallaan kyseessä oli olemassaolevan tilanteen tunnustaminen, sillä putinilaista propagandakampanjaa on käyty erityisesti internetissä jo vuosia.

Tiedustelu-upseereina Putin ja hänen lähipiirinsä ymmärtävät erittäin hyvin viestinnän ratkaisevan roolin politiikassa. Ulkomaille levitetään Venäjää suosivia sekä muiden valtioiden etuja sotkevia viestejä. Kansan huomio pyritään suuntaamaan taloudellisista ongelmista ja demokratian vähenemisestä kansallismielisyyteen, vastakkainasetteluun länsimaiden kanssa sekä syrjivien aatteiden suosimiseen. (11AK) Informaatiosota ei tietenkään ole vain venäläinen ilmiö. Mm. Yhdysvallat on 1950-luvulta asti ylläpitänyt maailmanlaajuista amerikkalaismielistä viestintäverkkoa. Kylmän sodan radiokanava *Voice of America* lienee historiassa tunnetuimpia propagandaikoneita. (39IS)

Putin puhuu usein *kansallisesta aatteesta*. Hänen mukaansa se rakentuu "synnyinmaanrakkaudesta" ja "kansakunnan kilpailukyvyystä", klassisista nationalistisista teemoista. Samalla tiedotuskoneisto todistelee demokratiaa esteeksi hyvälle hallinnolle. (22Ud)



Putin-mielikuvien luontia. Putin-kuvia ideoi ja levittää pääasiassa hallituksen kokonaan omistama uutis/kuvatoimisto Sputnik, jolta on lähtöisin myös viereisen sivun urheilijakuva. Sputnik on perustettu "vastaamaan aggressiiviseen propagandaan jota levitetään ympäri maailmaa".

Nationalismi

Nationalismin yksinkertainen määritelmä on "keino luoda yhteenkuuluvuutta samaan kansakuntaan kuuluviksi katsottujen ihmisten välille". Nationalismille on ominaista erityisyyden korostaminen ja tarve jakaa ihmiset "heihin" ja "meihin". Eron tekeminen on yleinen tapa parantaa oman ryhmän identiteettiä ja sisäistä koheesiota. Urheilumenestys on yksi tapa aikaansaada ja korostaa tätä jakoa. (34UM)

Suurten kansainvälisten urheilukilpailujen alkaessa 1900-luvun alussa valtiot huomasivat urheiluvoittojen poliittisen potentiaalin. Erityisesti totalitaarisissa maissa urheilumenestystä on pidetty merkittävänä asiana valtion julkisuuskuvalle. Toisen maailmansodan jälkeen kommunistisen ja kapitalistisen blokin vastakkaisasettelu lisäsi kilpaurheilun poliittista merkitystä. (34UM)

Urheilu

Urheilusaavutusten ja nationalismin yhteys perustuu uskoon urheilusta puhtaan biologisena aktiviteettina, joka paljastaa erot yksilöiden fyysisessä kyvykkyydessä ja taidoissa. Voitot ja mitatut lukemat ovat kiistämättömiä tuloksia. Katsoja samaistuu urheilijan lisäksi valtioon ja saa todisteen kansakunnan vahvuudesta. Syntyy viehätys, joka saa katsojan *hyppäämään kelkkaan*. (34UM)

Rauhan aikana sotilaallisten voimannäyttöjen lisäksi urheilu on harvoja asioita, joka sitoo ihmisiä kansakunnan jäsenyyteen. Vaikka kansainväliset kilpailut kuten olympialaiset on perustettu tuomaan kansoja yhteen, käytännössä ne kannustavat patriottisuuteen ja oman maan ylistämiseen. Suuret *spektaakkelit* ovat tehokkaita kansallistunteen herättämisessä. (34UM)

"Urheilu .. antaa keskittyä täysillä merkityksettömään, jotta voi unohtaa tärkeistä asioista murehtimisen." Noam Chomsky, *Manufacturing Consent*

Neuvostoliiton urheilukoneisto oli valtava, mutta se sortui valtion hajotessa. Putin on aloittanut urheilujärjestelmän rakentamisen uudelleen ja siihen sijoitetaan merkittäviä resursseja. Suurimmat satsaukset Venäjällä on tehty suuriin massakilpailuihin. Tähän mennessä massiivisin kaikista ovat Sotšin olympialaiset 2014.



3 Olympia



Olympia on saksalaisen Leni Riefenstahlin 1938 kansallissosialistisen puolueen tilauksesta ohjaama Berliinin olympialaisten dokumentaatio. Kahteen osaan jaettu elokuva on massiivinen, liki neljätuntinen eepos. Olympialaiset olivat Hitlerille tärkeitä, sillä onnistuneet kisat voisivat lisätä sekä ulkomaailman että saksalaisten luottamusta häneen. Tästä syystä myös elokuva sai erittäin suuren budjetin ja sitä levitettiin laajalti koko maailmaan. (3LR)

3.1 Olympian kisat

Olympialaisten alkuperä on antiikin Kreikassa, jossa ne olivat kultinomaiset juhlat. Kilpailut järjestettiin Olympusvuoren Prytaneionilla, jolla paloi ikuinen tuli jumalatar Hestian alttarilla. Ensimmäiset varmat tiedot kisoista ovat vuodelta 776 eea. Alun perin Zeuksen kunniaksi järjestetyissä kisoissa kilpailtiin vain juoksusta, mutta lajivalikoima kasvoi hiljalleen ja kisat kasvoivat yksipäiväisistä viisipäiväisiksi. Kristinuskon leviäminen johti lopulta siihen, että Rooman keisari Theodorus I kielsi kisat 393 jaa. (9Ok) (18Ho)

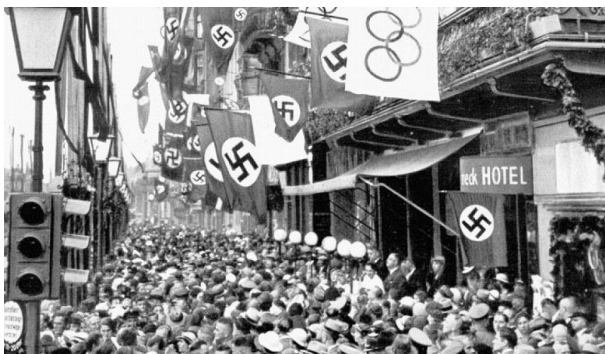
Olympiassa alettiin tehdä kaivauksia 1800-luvun. Löydöt elähdyttivät hiljalleen euroopan yläluokkaa, ja erityisesti ranskalainen paroni de Coubertin alkoi kampanjoida kisojen henkiin herättämiseksi. Kansainvälinen olympiakomitea perustettiin 1894 ja

ensimmäiset kisat pidettiin Ateenassa 1896. Ne olivat suuri menestys. Toinen maailmansota katkaisi perinteen vuosiksi - kisoihin palattiin 1948 Sveitsissä ja Englannissa. 50-luvulla kylmä sota politisoi kisoja voimakkaasti ja eri maiden boikotit olivat säännöllisiä. Itäblokin hajoaminen rauhoitti tilannetta ja nykyään olympialaisten asema on vahva. Kisat ovat myös miljardien eurojen bisnes. (9Ok)

3.1.1 Berliinin olympialaiset 1936

Berliinin kisat myönnettiin kaupungille toukokuussa 1931. Samana vuonna Hitler haastoi istuvan presidentti von Hinderburgin vaaleissa.

Vuoden 1916 kisat oli peruutettu ensimmäisen maailmansodan takia. Tämä osaltaan vaikutti sympatiaan 1936 kisojen myöntämisessä. Natsien valtaannoususta ja juutalaisten syrjinnästä tiedettiin, asiasta keskusteltiin komiteoissa ja tapaamisissa vuosia. 1930-luvulla kansainvälisesti kenelläkään ei ollut mitään käsitystä natsien suhtautumisesta urheiluun. Mussolin fasistinen Italia ilmiselvästi kunnioitti urheilua, joten aavisteltiin, että natsit voisivat toimia samaan tapaan.



Natsi- ja olympialiput kilpailevat Berliinissä 1936.



Olympiatuli saapuu stadionille.

Vuosien 1931-1936 väliin mahtui epärointiä, vaatimuksia ja lupauksia. 1932 olympiakomitea mm. pyysi entistä olympiaurheilijaa, natsipuolueen jäsentä Karl Ritter von Haltia pehmentämään natsien mielipiteitä. Komitea ei halunnut riistää vuonna 1931 myönnettyjä kisoja Saksalta vaikka natsihallinnon rotukäsitykset sotivatkin räikeästi olympia-aatetta vastaan. Toisaalta on myös olemassa näkemys, että voittajakulttuuri, jossa vahvimmat ja nopeimmat voittavat ja heikompia ylenkatsotaan, on samankaltainen sekä olympia-aatteessa että fasisti- ja natiopeissa ja tämä olisi aiheuttanut tiedostomatonta sympatiaa olympiakomiteassa.

Hitler piti kisoja erittäin tärkeänä suhdetoimintana ja oli huolestunut mahdollisista boikotoinneista ja siten propagandatappiosta. Hän lähetti useita suoria lupauksia, ettei kisojen kulkuun puututtaisi eikä juutalaisia ja "muita kuin arjalaista rotua edustavia" urheilijoita häirittäisi kisojen aikana. Antisemitistinen propaganda luvattiin poistaa

kaduilta - mikä kisoissa myös toteutui, sillä natsit huolehtivat julkisivusta äärettömän tarkasti. Huhtikuussa 1933 Kolmannen valtakunnan urheilujärjestöissä tuli voimaan "vain arjalaisille" -periaate (mikä johti olympiakisoissa useisiin mitalien menetyksiin, kun parhaat urheilijat oli karkoitettu) mutta ulkomailla tätä ei juuri noteerattu. Yhdysvaltain työvoimaliiton lehti The Nation sentään kirjoitti 1935:

"Olympiakisat eivät koskaan saa olla luonteeltaan poliittiset. Hallitukset eivät missään nimessä saa sekaantua niihin. .."

Muutama kuukausi ennen kisoja Saksassa avattiin ensimmäisen keskitysleirit. (18Ho)

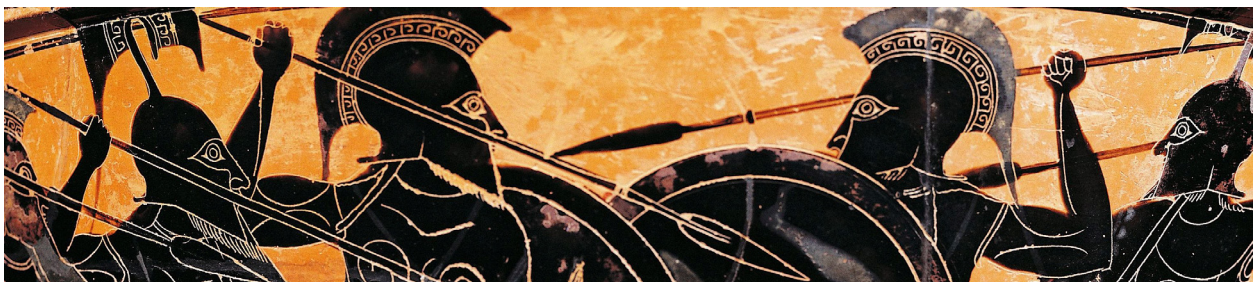
Alustuksena Berliinin kisoille toimivat Garmischin talviolympialaiset vuoden 1936 alussa. Hitler osoitti pidättyväisyyttä, natsipolitiikka pidettiin vähäisenä ja järjestelyjen sujumiseen satsattiin. Saksan tiedotusvälineet järjestivät innokasta propagandaa, mm. puolijuutalaisen Rudi Ballin ottaminen mukaan jääkiekkjoukkueeseen uutisoitiin suurellisesti. Talvikisat sujuivat militarista seremonioista huolimatta erinomaisesti ja tärkein voitto oli Saksan *propagandavoitto*. Amerikkalainen sotahistorioitsija William Shirer kirjoitti kisojen päätöspäivänä (18Ho):

"Pelkään pahoin natsien onnistuneen propagandassaan. Ensin he vetivät olympialaiset läpi suurelliseen, ennennäkemättömän loisteliaaseen tyyliin, joka teki vaikutuksen urheilijoihin. Toiseksi natsit tekivät erinomaisen vaikutuksen vierailijoihin, etenkin merkittävään liikemiehiin."

Olypialaiset olivat Saksalle näyttö, joka varmisti ulkomaisen tuen, rahoituksen ja antoi Hitlerille liikkumavaraa ennen sotaa. Tarkoitus oli vakuuttaa maailma saksalaisten rauhantahdosta ja ylläpitää kansainvälisiä suhteita niin pitkään kuin mahdollista ennen sodan alkamista. Tärkein merkitys kisoilla oli kuitenkin sisäpoliittisena voimannäyttönä, jolla oli merkittävä lisä Hitler-myytin lujittamiseen ja säilymiseen. Kisojen mielikuvilla vaikutettiin koko kansan ajatuksiin ja vahvistettiin Saksan sisäistä kansallistunnetta. (18Ho) (9Ok)

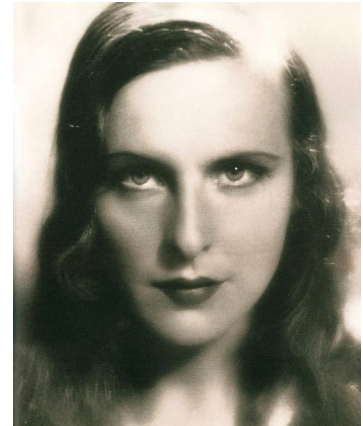
"Saksa tarvitsee rauhaa ja tahtoo rauhaa." - kansansallissosialistien iskulause

Kahdeksan päivää kisojen jälkeen Saksassa astui voimaan pakollinen, kaksivuotinen asepalvelus. (18Ho)



3.2 Leni Riefenstahl

Leni Riefenstahl syntyi 22. elokuuta 1902 köyhällä Berliinin esikaupunkialueella. Hänen isänsä oli putkimies ja äiti ajan tapaan kotona. Isä halusi tyttärestä pienen liikkeensä jatkajaa, äiti haaveili urasta näyttämöllä. Leni oli lapsesta alkaen kiinnostunut taiteesta. Hän oli myös monipuolisesti liikunnallinen ja harrasti ensin voimistelua, myöhemmin tanssia. Kouluaineissa Leni menestyi vaatimattomasti, mutta loisti urheilussa. (3LR)



Parikymppisenä Riefenstahl opiskeli tanssia ja saavutti jopa kuuluisuutta. Tanssiuraa vaivasivat kuitenkin polvivammat; loukkaantumisen jälkeen hän suuntautui täysin näyttelijäksi. Hänen ensimmäinen esiintymisensä on elokuvassa *Tie voimaan ja kauneuteen*, ns. kulttuurielokuvassa joka ylisti ruumiinkuntoa ja voimistelua "väylänä ihmisrodun jälleensyntyiselle". Ensimmäinen rooli alppielokuvassa *Kohtalon vuori* tutustutti Lenin Albert Fanckiin, josta tuli oppi-isä elokuvanteossa. Lenin ensimmäinen ohjaustyö oli alppielokuva *Sininen valo*. Hitler ihastui elokuvaan ja antoi 1933 määräyksen Nürnbergin puoluekokouksen filmaamisesta, ohjaajana Riefenstahl. (3LR)

Sodan aikana Riefenstahl teki useita elokuvia, joiden avustajina hänen väitetään käyttäneen keskitysleirien vankeja. Riefenstahl itse oli vangittuna 1945-48. Vuonna 1954 julkaistun *Tieflandin* avulla hän yritti palata elokuva-alalle, mutta natsisympatiat olivat tuhonneet hänen mahdollisuutensa. 1960-luvulla Riefenstahl saavutti kuuluisuutta afrikkalaisesta Nuba-heimosta kertovilla valokuvillaan. Hänen uransa valokuva-taiteilijana jatkui vuosikymmeniä. 1980- ja 90 -luvulla hän julkaisi sukellusvalokuvia ja 2002, 100-vuotispäivänään, vedenalaisen dokumenttielokuvan. (3LR)

Persoona

Riefenstahl oli nuoresta asti äärimmäisen määrätietoinen, lähes monomaaninen. Päätettyään jotain hän toimi täysin epäroimättä, ilman minkäänlaisia epäilyksiä onnistumisestaan. Ihmisiä Riefenstahl käytti lähinnä työkaluina. Hänellä ei ollut vaikeuksia löytää ja hylätä ihmisiä omien tarpeidensa mukaan. Hän oli valmis unohtamaan opettajansa ja ihmiset, joista hyötyi, ja esittämään menestyksensä omien kykyjensä ansioksi. Leni oli toisaalta kiistämättä visuaalisesti erittäin lahjakas sekä voimakastahtoinen ihminen. (3LR)

Riefenstahl oli erittäin ihastunut Hitleriin. Nähtyään tämän puhuvan ensimmäistä kertaa Leni sanoi "Oli kuin minuun olisi iskenyt salama. Koin lähes ilmestyskirjamaisen näyn, jota en ole koskaan kyennyt unohtamaan."



Adolf Hitler ja Leni Riefenstahl *Triumph of the Will* -elokuvan kuvauksissa ja *Olympian* tuotannon aikana.

3.2.1 Elokuvat ennen Olympiaa

Tie voimaan ja kauneuteen osoittaa, että Versaillesin 1919 rauhansopimus oli luonut tyhjiön militaristiselle päätökselle jo kauan ennen Hitlerin valtaantumista. Elokuva esitti urheilun isänmaan palvelemisena. Kuvaus on tyylikästä. Täydellisiä, kauniita vartaloita esitetään liikkumassa virheettömässä rytmissä toinen toisensa perään - kuin prototyyppinä Riefenstahlin myöhemmälle kuvastolle. *Tietä voimaan ja kauneuteen* kutsuttiin arvosteluissa "huonosti peiteltyksi puolustuspuheeksi Saksan sotilaallisen voiman palauttamiselle". (3LR)

1920-luvulla Saksassa tulivat suosituiksi ns. *alppielokuvat*. Sisältönä oli yleensä vain kiipeily vuorilla ja yksinkertainen ihmissuhdetarina. Kuvasto oli kuitenkin loisteliasta: komeat laskettelijat ja kiipeilijät liikkuvat upeissa luontokuvissa. Alppielokuvien tekijät kehittivät uutta tekniikkaa hankalissa olosuhteissa. Insinöörin koulutuksen saanut Arnold Fanck kokeili linseillä, kameranopeuksilla ja filmityypeillä; hän kiinnitti kamerasuksiin tai varusti hiihtäjät magnesiumsoihduilla saadakseen kiehtovia yökuvia. Fanckin valaisu, kuvasommittelu ja perspektiivin käyttö ovat kiehtovia - ja tyyli huipentuu Leni Riefenstahlin elokuvissa. (19TP) (3LR)

Tahdon riemuvoitto on dokumenttimuotoinen propaganda-elokuva natsien puoluekokouksesta vuonna 1934. Elokuvan tuotantoarvot ovat nykymitassakin valtavat. Käytössä olivat koko natsi-Saksan voimavarat. Puoluekokous lavastettiin osittain elokuvaa varten - näin saatiin puoli miljoonaa (!) avustajaa. Elokuvan ilmaisu on hämmästyttävän modernia - kamera liikkuu, kuvakulmat ovat jännittäviä, perspektiiviä käytetään taitavasti ja leikkaus on nopeaa. Musiikki tukee kuvaa taitavasti. Elokuva on täynnä aggressiivista kansallistunnetta.



3.2.2 Entäs Hitler?

Adolf Hitler syntyi huhtikuussa 1889 Itävallassa. Hänen isänsä oli kova, järjestykseen uskova ja väkivaltainen. Äiti oli syvästi uskovainen. Muistelmissaan Hitler kuvaa isäänsä sadistiseksi öykkäriksi, joka hakkasi perhettä ja joi rahat. Adolf haki kahdesti Wienin taideakatemiaan muttei päässyt sisään. Muutaman vuoden hän eli köyhyysrajalla maalauksia myyden. 1913 Hitler värväytyi ja palveli ensimmäisessä maailmansodassa. Häntä pidettiin urheana mutta epäsoitlaallisena ja johtajaksi sopimattomana. Hän jäi sodan jälkeen palvelukseen ja toimi mm. urkkijana armeijan tarkkaillessa vallankaappausten pelossa poliittista toimintaa. (20Hi)



Vakoilijantyössä Hitler tutustui pieneen Saksan työväenpuolueeseen ja alkoi osallistua sen toimintaan. Kiihkeiden puheidensa ansiosta hän kohosi kärkihahmoksi. Vuonna 1920 puolue nimettiin kansallissosialistiseksi työväenpuolueeksi, *Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei*. Sotakorvausten aiheuttama kurjistuminen teki Saksan maaperän otolliseksi protestiliikkeille ja puolue sai runsaasti kannatusta. 1920 perustettiin SA, *Sturmabteilung*, joka laajeni henkivartiokaartista pienarmeijaksi. 1923 väkivaltainen vallankaappausyritys Münchenissa päättyi Hitlerin vangitsemiseen. Vankilassa hän kirjoitti *Mein Kampf* -teoksensa. (20Hi) (18Ho)

Vapauduttuaan Hitler jatkoi puolueen johtamista. Saksan sosiaaliset olot pahentuivat ja puolueen kannatus kasvoi. Hitler käytti lamaa ja työttömyyttä taitavasti hyväkseen. Vuonna 1932 hän asettui ehdolle presidentinvaaleissa. Hänen vaalilauseensa oli populistinen "Vapauden ja leivän puolesta!" Saman vuoden parlamenttivaaleissa natsipuolueesta tuli Saksan suurin puolue ja Hitler nimitettiin valtakunnankansleriksi. Maaliskuussa 1933 tuli voimaan ns. valtalaki - nyt Hitler oli Saksan diktaattori. Saksassa alkoi voimakas militarisaatio ja totalitaarinen hallinto, vähemmistöt menettivät oikeutensa, juutalaisten vaino käynnistyi, tiedotusvälineet otettiin puolueen kontrolliin. (20Hi) (18Ho)

Hitler on kiinnostava pahuuden arkkityyppinä. Toki jokainen *Mein Kampfia* edes selannut tunnistaa hänet itsekeskeiseksi, empatiakyvyttömäksi ja epäinhimilliseksi - siis psykopaatiksi. Parasta Hitlerin hahmossa on kyky peilata - hänen kauttaan nähtynä mitä tahansa ilmiötä on pakko vähintään ajatella kahdesti.

Jos Leni Riefenstahl oli kiinnostunut Hitleristä, oli viehätys ilmeisen kaksipuolista. Hitlerin kerrotaan sanoneen "Kaunein asia mitä olen ikinä elokuvassa nähnyt, oli Riefenstahlin tanssi meren rannalla *Alppien salaisuudessa*." (3LR)

3.3 Olympia - Kansojen ja kauneuden juhla

Olympia on Leni Reifenstahlin ohjaama kaksiosainen elokuva Berliinin vuoden 1936 olympiakisoista. *Olympiassa* Riefenstahl pitkälle muotoilee kuvakielen, jota urheilun esittämisessä nykyäänkin - vakavissaan, ironisesti tai pastissina - käytetään.



Olympian saksankielisen version julisteita ja alkuteksti itse elokuvasta.

3.3.1 Dokumenttielokuva 1930-luvulla

Dokumenttielokuva oli fiktion tapaan kokenut suuria muutoksia äänen tullessa elokuvaan. Laitteiston hinnan ja uusien kerrontatapojen vaikeuden takia osa vanhoista tekijöistä lopetti ja uusia tuli tilalle. Osa uusista tekijöistä käytti hiljattain kehitettyjä keveitä amatöörivälineitä kuten 16mm filmiä. Kenttä-äänityksiä oli kuitenkin vielä vaikea toteuttaa ja useimmat elokuvat jälkiäänitettiin.

1930-luvun alussa neuvostoliittolaiset elokuvat mm. montaasitekniikoineen kehittivät edelleen ilmaisua. Sosialistisesti asennoituvat elokuvantekijät olivat merkittäviä muuallakin maailmassa vaikuttaen kuvakerronnan tyyliin. Aikakauden dokumenttielokuvat olivat kuitenkin yleensä realismia korostavia ja melodraamaa välttäviä. Dokumentit olivat usein selittäviä ja kertojaaäneen perustuvia. (33FH)

Yleisesti ottaen dokumenttielokuva genrenä yleistyy ja valtavirtaistuu 1930-luvulla. Myös hallitukset ympäri maailmaa kiinnostuivat dokumentaarista elokuvasta vaikuttamisen välineenä ja rahoittivat tuotantoja. Saksassa natsit tutkivat 1930-luvulla viestinnän vaikutusta yleisöön systemaattisesti ja akateemisesti. On vaikea sanoa syntyikö ideologinen kuvasto ensin vai räätälöitiinkö se yleisötutkimuksilla. Lopputuloksena oli kuitenkin tyyli, jossa voimaa, kauneutta, "luonnollisuutta" ja sankaruutta ihannoitiin ja joka nykyään on helppo tunnistaa "natsiestetiikkana". Leni Reifenstahlin kuvailmaisuus on tästä klassinen esimerkki.

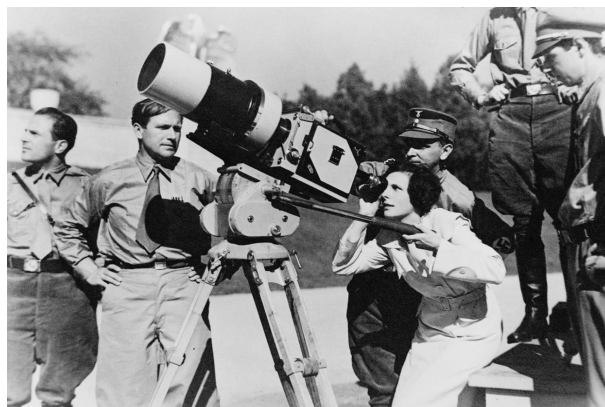
3.3.2 Tekniikka ja erikoisuudet

30-luvun kamerat olivat suuria ja filmit hitaita. Väriefilmien käyttöä tutkittiin, mutta Riefenstahl hylkäsi ne vielä mustavalkofilmiäkin hitaampana. *Olympiaa* varten rakennettiin paljon uutta kameratekniikkaa. Erityisesti nerokas kuvaaja Hans Ertl keksi ainutlaatuisia, omaperäisiä ratkaisuja. (3LR)



Leni ja kuvaaja ajolavetilla sekä turvallinen kamerariggaus. Olympiassa kamera-ajot tehtiin luovasti.

Käytössä oli ylinopeuskameroita hidastuksia varten, maailman pienimpiä piilo-kameroita yleisön reaktioiden kuvaamiseen ja valtavat teleobjektiivit urheilusuorituksia varten silloin, kun kameroita ei saatu vietyä lähelle. Käytössä oli kymmenkunta erilaista filmityyppiä tilanteiden mukaan. Monet tapahtumat kuvattiin samanaikaisesti useilla eri kameroilla ja filmityypeillä. (3LR)



Olympiaa kuvattiin aikansa huippukalustolla. Kuvakulmat ja kamera-ajot olivat hyvin innovatiivisia.

Kameroita lensi ilmalaivoissa, ilmapalloissa (materiaali oli käyttökeltovotonta heilunnan takia) ja lentokoneissa. Niitä kiinnitettiin hevosten satuloihin tai ripustettiin koreissa maratoonareiden kaulaan. Kenttä kaivettiin täyteen juoksuhautoja, jotta päästiin kuvaamaan urheilijoita alakulmasta ja suuria torneja pystytettiin (ja purettiin, kun tuomarit saivat niistä kyllikseen) ympäri kenttää yläkulmien saamiseksi. Hans Ertl

suunnitteli robottikameraradan juoksujen tallennukseen, mutta olympiakomitea kielsi sen liian häiritsevänä. Erityisen nerokas oli Ertlin uimahyppykilpailuihin rakentama vedenpitävä kamera, jolla hyppääjää pystyttiin seuraamaan ilmasta veden alle. (3LR)



Olympian uimahyppyjakson kuvaustilanteen sekä uintikilpailun kuvaa. Veden lähellä tehtävät kuvaukset vaativat paljon suunnittelua ja erikoiskalustoa; silti materiaalista onnistui vain pieni osa.

Koko olympialaisten dokumentointi oli ennenkokematon logistinen haaste, jonka Riefenstahlin perfektionismi teki jatkuvasti vaikeammaksi. Kameroita oli valtavasti ja riidat tuomareiden kanssa niiden sijoittelusta loputtomia. Itse kuvatun materiaalin lisäksi Riefenstahlin käytössä oli tiukan sopimuksen ansiosta myös kaikkien ulkomaisten uutisryhmien kuvaama materiaali. (3LR)

Kaiken kaikkiaan *Olympiaan* materiaalia kuvattiin noin 250 tuntia. Leni tunsu *Tahdon Riemuvoiton* leikkaamisen ajalta valtavan materiaalmäärän edut ja *Olympiassa* hänen ohjeensa filmin suhteen oli "kuvaa nyt vain, katsotaan myöhemmin, voiko sitä käyttää." Kuvaus ei ollut mitenkään dokumentaarista, sillä lähikuvia otettiin karsintojen ja harjoitusten aikana, palkintojen jakamisen jälkeen suorituksia näyteltiin uusiksi ja tapahtumia lavastettiin surutta.

Saksan teollisuus rakensi aivan uudentlaisia kauko-objektiveja ja muuta optiikkaa, äänen tallennukseen kehitettiin uudentlaisia laitteita. Kuvausryhmän käytössä oli kaikki Saksan armeijalle suunniteltu erikoiskalusto, ja mm. lentokuvaus tehtiin käytännössä sotilastekniikalla - eihän siviilitekniikkaa varsinaisesti vielä ollutkaan. Alppielokuvia tehdessään Leni oli tutustunut erikoisiin valaistusratkaisuihin. Yökuvia valaistiin magnesiumsoihduilla ja valoraketeilla. Stadionin päätösjuhlan *Valon katedraali* oli Albert Speerin luoma sadan ilma-avontalonheittimen vaikuttava - ja uhkaava - taideteos.

Kiinnostavasti Berliinin olympialaiset oli maailman ensimmäinen live-urheilulähetys. Telefunken ja Fernseh lähettivät mustavalkoista kuvaa 180 linjan tarkkuudella, 25 ruudun sekuntivauhdilla, noin 70 tuntia erityisiin katseluhuoneisiin Berliinissä ja Potsdamissa sekä muutamia yksityisiin televisioihin.

3.3.3 Tuotanto

Olympian valmistelu alkoi alkukesästä 1935. Marraskuussa solmittiin sopimus valtavasta 1.5 miljoonan markan budjetista. Rahoituksella oli Hitlerin suora hyväksyntä ja summa veloitettiin propagandaministeriöltä. Koska elokuva oli saatava olympiakomitean silmissä näyttämään riippumattomalta, rahat kierrätettiin vastaperustetun tuotantoyhtiön kautta. (3LR) Leni oli kokosi 45-miehisen (sekä runsaasti avustajia) kuvausryhmän hyvissä ajoin ja harjoitutti sitä Garmischin talviolympialaisten aikana. (3LR)

Lavastus

Kesäkisoja valmisteltiin vuodesta 1933 alkaen. Hitler oli taannut rajattoman rahoituksen uuden olympiastadionin rakentamiselle. Rakennusten pääarkkitehti oli Albert Speer, jolla oli luontainen dramaattisten näyttämölavastusten luoja lahja. (18Ho)

Speerin monumentaalinen tyyli vaikutti voimakkaasti siihen, mitä tulnaisiin pitämään ns. natsiestetiikkana (jota on usein pidetty Leni Riefenstahlin ansiona, koska tämä käytti sitä niin paljon elokuvissaan). Speerillä oli viehtymys laajoihin tiloihin, valtaviin lippuihin, puhujien nostamiseen dramaattisen korkealle ja voimakkaaseen valaistukseen. Speerin arkkitehtuurin vaikutus näkyy vahvasti Lenin natsien puoluekokouksia käsittelevissä elokuvissa. Asemakaavat suunniteltiin usein etukäteen näyttämään hyvältä tietyillä polttoväleillä, kameroiden paikat mietittiin tarkkaan sopimaan rakennusten ja aukoiden perspektiiveihin. Jopa kadut ja ihmisjoukkojen kulkureitit kaduilla oli laadittu toimimaan käsikirjoituksen mukaisesti, elokuvallisesti.

Myös vuorikiipeilyelokuvat olivat urheilulliselle Speerille tuttuja, joten valmius lavastaa Lenin suosimaan, Albert Fanckilta opittuun ilmaisutyyliin oli jo olemassa. Saksalainen ilmaisukulttuuri oli synergistä. Olympialaisia kuvattaessa lavastaja ja ohjaaja olivat erinomaisen tuttuja ja yhteistyö helppoa. (3LR) Tavallaan Riefenstahlin kuuluiseksi tekemä "natsiestetiikka" on pitkälle Speerin lavastustaidetta.



Albert Speerin arkkitehtuuri antaa olennaisen ja tunnistettavan kehyksen "natsiestetiikalle" elokuvissa. Tarkkaan suunnitellut ihmismassojen sijoituspaikat ja tyylikäs valaistus luovat massiivisen kehyksen.

3.4 Elokuvan analyysi

Olympia koostuu kahdesta elokuvasta, *Festival of the Nations* (111 min) ja *Festival of Beauty* (90 min). Ensimmäinen elokuva on pitkän prologin lisäksi lähes pelkkiä kilpailu-tapahtumia stadionilla, muistuttaen paljon nykyistä urheilu-TV-lähetystä. Toinen on runollisempi, alkaen rennosti saunovista urheilijoista ja päättyen uimahyppääjien korkealentoiseen balettiin. (3LR)

Olympian elokuvallisiin ratkaisuihin vaikutti paljon myös Albert Fanck. Leni pyysi tältä esituotantovaiheessa kommentteja ja sai monikymmensivuisen analyysin mahdollisuuksista ja ongelmista. Kahden elokuvan toteutukseen Riefenstahl päätyi todennäköisesti juuri Fanckin analyysin pohjalta, vaikka se onkin hänen oma ratkaisunsa. Fanck ehdotti joko vielä suurempaa elokuvasarjaa laji lajilta tai yhteen runollisempaan elokuvaan keskittymistä - Leni päätyi tekemään yhden dokumentaarisemman ja yhden impressionistisemman elokuvan. (3LR)

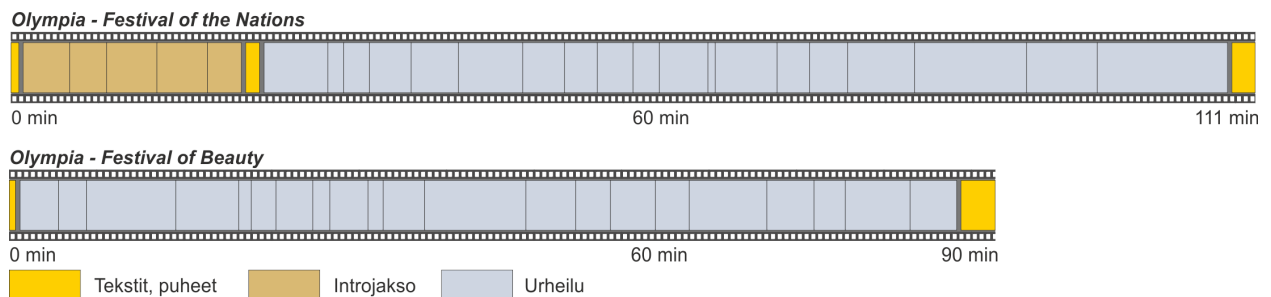
Fanckilla oli oppi-isämäinen merkitys Riefenstahlin ilmaisuun. Muuten on nähtävissä vaikutteita 20-30-luvun *avantdargistisesta* elokuvasta (voimakkaat ala- tai yläkamera-kulmat, filmin kuljetus takaperin, symbolit), neuvostoliiton kokeellisuudesta (Eisenstein ja montaasi) sekä 1930-luvun Hollywoodin tarkasta visuaalisuudesta ja valaisusta.



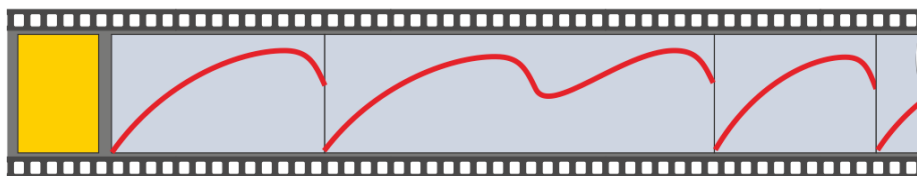
Vuoristofilmien visuaalinen ilme ja rytmi vaikutti Riefenstahlin ilmaisuun. Vasemmalla Albert Fanckin elokuvasta *Myrsky Mont Blancilla*, oikealla Riefenstahl stunt-näyttelijänä *Der Grose Sprungissa*.

Olympian rakenteen tutkiminen on mielenkiintoista, sillä se on prototyyppi urheilun esittämiselle sekä myöhemmissä dokumenteissa että televisiossa. Erityisesti televisio seuraa usein ensimmäisen osan hierarkkista rakennetta; urheilugenren fiktioelokuvissa taas on nähty usein toisen osan tapaista tyyllittelyä. (37Nz) Ensimmäisen osan leikkaustyö kesti viisi kuukautta, toisen kaksi. Riefenstahl etsi muotoa tekemällä satoja tai tuhansia kokeiluja, yrityksen ja erehdyksen kautta. Kaikkine vaiheineen kaksiosaisen elokuvan jälkityöt kestivät kaksi vuotta - *Olympian* ensi-ilta oli 1938. (3LR)

3.4.1 Timeline kertoo



Aikajanelle vietyinä *Olympia*-elokuvat näyttävät siistin järjestelmällisiltä ja hierarkkinen rakenne näkyy selvästi. Lajit seuraavat toisiaan peräperää. I osa sisältää pitkän prologin. Kumpikin osa päättyy juhlaan.



Jokainen laji sisältää aina oman draamaan kaarensa: aloitus - kilpailu/kaksinkamppailu - voitto - palkinto.



Kansojen juhla alkaa pitkällä prologilla Kreikasta ja jatkuu "televisiomaisena" urheilumakasiinina.

Olympia-elokuva oli alusta alkaen suunniteltu propagandaksi - sillä oli selkeästi erotellut sisä- ja ulkopoliittiset tavoitteet. Kansallissosialistit ymmärsivät, että symboliikka, joka toimisi Saksan sisällä, aiheuttaisi ärsyyntymistä ja vastareaktioita ulkomailla. *Olympiasta* tehtiin siksi erilaisia versioita eri alueille kolmella kielellä - saksaksi, ranskaksi ja englanniksi. Englantilaisesta versiosta leikattiin pois erityisesti Hitlerin esiintymistä ja hakaristejä. Kielistä on vielä useita, eri aikana tehtyä erilaista versioita. Erilaisten ja eripituisten versioiden vuoksi *Olympian* analysointi on hiukan hankalaa - arvioita lukiessa ei aina tiedä, mitä versiota kriitikot ovat käyttäneet. Tässä työssä olen käyttänyt 2006 DVD:llä julkaistua englantilaista versiota. (28WO)

Ensimmäinen osa - Fest der Völker

Ensimmäisen osan *Kansojen juhlan* (saksalainen 126 min / englantilainen 111 min) aloittaa 20-minuuttinen prologi hyvin vertauskuvallisesti antiikin Kreikasta alkaen. Nähdään temppelien ja klassisen taiteen kavalkadi, joka häivyttyy Discobolus-patsaasta atleettiseksi saksalaiseksi kiekonheittäjäksi. Seuraa alastomien vartaloiden tanssi ja lopulta olympiatulen matka halki Euroopan (kuin ennustuksena kohta valloitettavien alueiden läpi) hurraavalle stadionille marssivien urheilujoukkueiden luo. (37Nz)



Alastomuus on oleellinen osa *Olympian* prologia, jossa kreikkalaiset patsaat rinnastuvat urheilijoihin.

Sitten seuraavat eri kenttälajit yksi toisensa jälkeen. Jokainen laji alkaa säännömukaisesti introkuvalla, sitten seuraa **urheilija-suoritus-yleisö-seuraava-urheilija** -toisto kunnes laji päättyy tulosten julkaisuun joko tulostaulua tai palkintojenjakoa näyttämällä. Puolentoista tunnin aikana näytetään parikymmentä lajia. Vaikka lajien dokumentointi on kekseliästä - kilpailuun luodaan jännitystä ja kuvakulmia on paljon, koko elokuva on raskas möhkäle kenttälajeista.



Olympiassa urheilijoita seurataan hyvin läheltä. Useat kohtaukset lavastettiin hyvän kuvan saamiseksi.

Riefenstahl itse määritteli ensimmäisen osan "realismiksi" kun toista hän kutsui "runoudeksi". Välttämättömyys dokumentoida kaikki lajit johtui olympiakomitean kanssa tehdystä sopimuksesta, joka vaati näyttämään kisat kokonaisuudessaan.



Olympian urheilusuorituksia tauottavat vilkaisut yleisöön - tietysti kauniisiin ja iloiseihin ihmisiin.

Stadionin "televisiosta tutuissa" yleisurheilukuvauksissa Riefenstahlin kamera näyttää usein yleisön reaktioita urheilutapahtumiin. Yleisö hymyilee, kohahtaa, osoittaa suosiota. Aurinkoiset päivät ja hyvä tunnelma korostuvat, kuten tapahtumien seuraamisen jännitys. Joissain luonnostaan hitaissa lajeissa, kuten pitkän matkan juoksuissa, yleisöä seurataan paljon, katsojien osanotto on kiinnostavampaa kuin itse urheilu. Katsojissa nähdään pikanteja ajankuvan yksityiskohtia - vaatteita, varusteita kuten laatikkokameroita tai piippuja. Tavallisten katsojien seassa nähdään innostunut tai hymyilevä Hitler. Yleisö on oleellinen osa tunnelmaa, se osallistetaan elokuvaan. Myös ihmismassan äänet - hiljaisuus, kohahdukset, valtavat suosionosoitukset - on harkitusti suunniteltu lisäämään tunnelmaa.

Elokuvan prologi tuntuu olevan tekijälle tärkeämpi kuin itse urheiludokumentaatio. Sen loputon antiikin historian ikonien toistaminen ja ihmisvartaloiden ihailu (onko tämä tanssielokuvan osa?) on naiivin intohimoista. Toisaalta prologissa voi nähdä alemmuudentunnetta - Saksan kulttuuri halutaan liittää antiikin saavutuksiin niin varmasti, ettei mitään epäilystä jää. Samalla tavalla Saksa liitetään Eurooppaan - käymällä pedanttisen tarkasti läpi jokainen maa matkalla Kreikasta Berliiniin.

Lajikuvauksista tulee välillä tunne, ettei urheilu edes kiinnosta Riefenstahlia. Hänen perfektionisminsa on vaikuttavaa, mutta ohjaaja vapautuu vain, kun katse osuu kauniiseen urheilijaan. Mitä nämä tekevät on sivuseikka, tärkeintä on että toiminta näyttää hyvältä. Katse on ehdottomasti Riefenstahlin katse - kameroidensa kautta hän liikkuu kentällä ihailemassa atleetteja, tirkistelemässä vapaasti.

Tuntematta tarkasti natsien propagandistien vaikutusta työhön - Leni väitti kiivaasti, ettei kukaan ohjannut häntä, mutta Göbbels vieraili leikkaamossa säännöllisesti - on vaikea sanoa, miten tiedostettua urheilijoiden käyttö samaistumiskohteena (*siirräntä, todistus, speaktaakkeli*) on. Elokuvan propaganda kuitenkin toimii juuri liki jumalallisten sankarien, kauniin liikkeen ja uskomattoman juhlan vuoksi.

Toinen osa - Fest der Schönheit

Toinen osa *Kauneuden juhla* (saksalainen 100 min, englantilainen 90 min) on yhtä selkeästi osiin jaettu - Riefenstahl näyttää ajatelleen tiukan rakenteellisesti, lähes insinöörimäisesti. Elokuva alkaa myös prologilla, romanttisella vapaa-aikajaksolla, jossa urheilijat näytetään rentoutumassa kirmaamalla luonnossa, kauniiden jokien ja metsien läpi. He puhdistautuvat iloisina saunassa ja uivat idyllisessä järvässä. Näytetään upeita, hikisiä, eroottisia vartaloita. Käydään katsomassa olympiakylää, seurataan atleettien vapaa-ajanviettoa. Hymyileviä kasvoja on kaikkialla.



Kauneuden juhlan prologissa kauniit urheilijat rentoutuvat saunomalla, uimalla ja harjoituksilla.

Prologin jälkeen siirrytään urheilulajeihin. **Laji-urheilija-tulos** -rakenne on käytössä tässäkin osassa, mutta ilmaisu on hyvin vapaata. Jaksojen sisällä on lähes impressionistista kuvaa. Monet lajikuvat ovat kuin pienelokuvia. Uimahyppyjakso on puhdasta liikkeen sinfoniaa, siinä kilpailijat sekoittuvat toisiinsa ja tulokset ovat sivuseikka.



Kansallisia symboleita urheilijoiden saapuessa - Suomen joukkue. Voimistelija ja taivas, symboliikkaa.

Elokuva loppuu näyttävään päätösseremoniaan. Stadion on valaistu ilmavalvontavalonheittimillä (kuin näkynä tuleviin pommituksiin), voitonriemuiset urheilijat marssivat stadionilla, mukaan leikataan elokuvassa toistuvia voimasymboleita - tulta, lippuja, taivasta sekä mahtavaa stadionia jylhän wagneriaanisen musiikin soidessa. (37Nz)



Kesäinen taivas tuodaan monen jakson taustalle elävöittämään hiukan ankeaa kenttälajien ympäristöä.

Urheilijoiden persoonaa tuodaan *Olympiassa* yllättävänkin usein esille. Heidät näytetään valmistautumassa, jännittämässä, hikoilemassa, kiihkeässä ponnistuksessa tai välillä makailemassa miltei koomisen laiskasti nurmikolla suoritusten välillä. Elokuvasa on osia, jotka ovat kuin lyhytelokuvia jostakin urheilulajista. Näitä ovat mm. purjehdus, miekkailu, pyöräily, maastoratsastus, soutu ja tietysti uimahypyt. On kuin urheilusta innostumaton Riefenstahl olisi erityisesti syttynyt näihin lajeihin ja halunnut kertoa niistä mahdollisimman erikoisesti ja vaikuttavasti.

Ensimmäisen osan päättävä maratonjakso antaa jo vihjeen toisen osan tyylistä: siinä urheilijoille rakennetaan kuvallisella kerronnalla monimutkaisia sisäisiä ajatuksia, tahtoja ja toiveita näkökulmien ja symbolisten kuvien kautta. *Kauneuden juhlan* ilmaisu on paljon tarinallisempaa (tai runollisempaa) kuin reportaasimaisen *Kansojen juhlan*.

Kauneuden juhlassa katsojana ei ole urheiluselostaja kuten ensimmäisessä osassa, vaan pää pilvissä kulkeva taiteilija. Voisi kuvitella, että elokuvan vastaanottaminen on ns. peruspenkkiurheilijalle haastavampaa kuin *Kansojen juhlan Tavallinen kansa* -moodin. Propagandana elokuvan vaikuttavuus perustuu astetta vaikeammin samaistuttaviin ideoihin kuin aiemmin. Nyt kerrotaan eepisiä sankaritarinoita, ei enää vain näytetä komeita sotureita. Propaganda moodeina ovat vaikeammat *Cult of personality*, *Euphoria* ja *Operant conditioning* - vaikuttamistavat, jotka perustuvat ihailuun. Riefenstahl ehkä alitajuisesti jatkaa Saksassa 1920-luvulla käynnistettyä ruumiinkunnon ja militarisoituneen urheilun kulttia - teini-ikäisenä propaganda osui ja upposi propagandistiin!

Runollinen toinen osa on *Olympiasta* eniten kiitosta saanut ja mieliin jäänyt osa. Tämä vahvistaa väitettä, että propaganda on voimakkaimmillaan, kun se ei ole ilmeistä. Jättäessään taustalle kisojen järjestäjämäärän ja melkein itse kisatkin, elokuva välittää mielikuvan myyttisestä sankarillisuudesta jossain tarkemmin määrittelemättömässä ajassa ja paikassa. Katsojan on helppo tuntee kiinnostusta ja kaipuuta - ja jättää sivuseikaksi ongelmallinen todellisuus - olipa kysessä vuosi 1936 tai 2000-luku.

3.4.2 Dynamiikka

Riefenstahlin kuvan ja leikkauksen lähtökohta ja ydin on *rytmi*. Toisto, visuaalisten hahmojen vyörytys ja marssin kaltainen loppumaton biitti rakentaa koko elokuvan. Rytmin vuoksi logiikka voidaan uhrata - uimahyppääjä lentää loppumatta vedestä ilmaan ja takaisin, urheilijan liikkeen nopeuden määrää tunne, tapahtumia ei tarvitse näyttää aikajärjestyksessä ja mielikuvia voi vilahdella kesken tapahtumien.



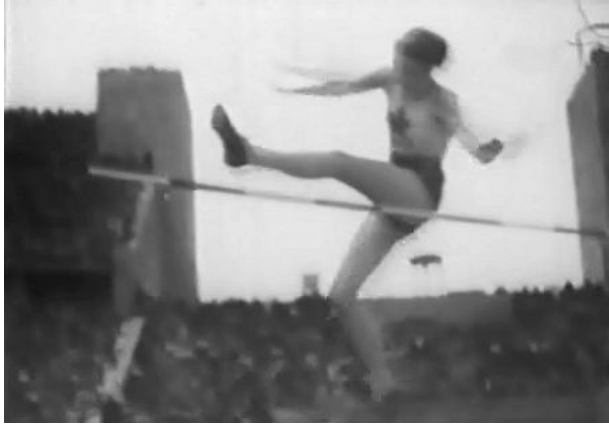
400m aitajuoksu on hyvä esimerkki Riefenstahlin dynaamisesta ajankäytöstä. Juoksu esitetään miltei kokonaan hidastuksena. Kuvakulmia on lukuisia, ja kamera liikkuu juoksijoiden tahdissa.

Yleisurheilukuvauksissa kiinnostavuus synnytetään lukuisissa kamerakulmilla ja nopealla leikkaustahdilla - kuvakulma vaihtuu usein ja dynaamisesti, ollaan kaukana, lähellä, välillä katsomossa ja välillä radalla. Tulee tuntu sekä osanotosta urheiluun että kuulumisesta katsojiin. Kuvassa annetaan usein pääpaino jännittävyydelle laadun kustannuksella - kuva heiluu, urheilija karkaa ruudusta. Syntyy tunne nopeudesta ja kuvaajan yllätyksestä. Kun tiedossa on kuvamateriaalin valtava määrä, on selvää että näistä jokainen on tietoinen ratkaisu.

Riefenstahl käyttää erittäin paljon kamera-ajoja. Kun urheilija liikkuu, kamera liikkuu mukana. Nykyään tämä on normaalia, 1930-luvulla aivan poikkeuksellista ja vaati hyvin työläitä järjestelyjä, puhumattakaan konflikteista olympiakomitean kanssa.

Jotkut erittäin nopeat lajit kuten aitajuoksu ovat lähes kokonaan hidastettuja. Viipyvä aika täytetään kiihkeällä selostuksella, joka hehkuttaa tapahtumia kellontarkasti. Tämä on lähellä nykyaikaista televisiointia, jossa tapahtumat käydään moneen kertaan läpi hidastuksilla ja selostuksilla. Riefenstahl kuitenkin manipuloi koko kohtauksen aikaa, asettaen tunteen korostamisen dokumentaarisen urheilukuvauksen edelle.

Välillä Riefenstahl leikkaa kronologisuudesta välittämättä, rytmi on tärkeämpää kuin urheilusuorituksen tapahtuma. Tämä on kokeellista, impressionistista, avantgardistista elokuvaa *Walter Ruttmannin* ja *Luis Buñuelin* hengessä. Onkin kiinnostavaa, että ainakin



Hyppyjen vauhdinotot ja alastulot ovat kuin toimintafilmeistä. Kuvakulma ja -koko vaihtuu nopeasti.

virallisesti natsit tuomitsivat ja vastustivat ei-realistista ja abstraktia taidetta. Taiteen piti olla helposti ymmärrettävää, se ei saanut herättää kysymyksiä tai olla ambivalenttia. Ehkäpä vielä 1930-luvun alussa nerokkaiden, luovien (usein juutalaisten!) elokuvantekijöiden ilmaisu on tehnyt vaikutuksen Riefenstahliin - ja jopa natsijohtajiin.

Kuvakokoja käytetään *Olympiassa* runsaasti ja dynaamisesti. Riefenstahl haluaa olla lähellä urheilijoitaan. Uuden lajin alku pohjustetaan laajoilla tilanteen kertovilla kuvilla, mutta nopeasti siirrytään lähi- ja erikoislähikuviin urheilijoiden kiihkeistä, keskittyneistä kasvoista. Hyppylajeissa kamera on usein lähellä rimaa tai maassa juuri laskeutuvan hyppääjän lähellä, niin että hiekka roiskuu elokuvan katsojan yli. Katsoja kulkee urheilijan mukana. Siirtymät ovat nopeita ja dynaamisia, urheilijan mukana liikutaan suorituksen paikasta toiseen.

Monissa lajeissa etsitään kaksi kilpailijaa, jotka sitten tuodaan kuin kaksintaisteluun keskenään. Kuvia heistä näytetään vuorotellen, tuloksia viivytetään. Kilpailijat näennäisesti vilkuilevat toisiaan, jännittävät toisen suoritusta. Välillä kirjaimellisesti nostetaan rimaa. Pienillä tuokiokuvilla kentältä elävöitetään kerrontaa. Löytyy pieni puskakomediakin kompuroivasta urheilijasta ja vitsailevasta lähettäjistä.

Vauhdikkaista osista huolimatta nykynäkökulmasta *Olympia* on välillä hidastempoinen ja itseään toistava. 1930-luvun kuvailmaisun kontekstissa se kuitenkin on hengästyttävä, selvää toimintaelokuvaa. Vaikuttavaa on helppous, jolla katsojaa kuljetetaan paikasta toiseen. Valtavalla vaivalla hankittu suunnaton kuvamateriaalin määrä mahdollistaa *CGI-mäisen* kameran vapauden. Katsoja on urheilijoiden tapaan vapaa gravitaatiosta, ajasta ja logiikasta.

Kokonaisuutena kerronta sijoittuu koko olympiakisojen kehykseen: introt ja välikuvat stadionilta tai urheilijoiden kisakylästä toimivat taukopaikkoina, suvantoina. Elokuva päättyy hitaasti taivaista laskeutuvaan kuvaan ja massiivisiin, hidastempoisiin loppujuhlan toistaan seuraaviin symboleihin: lippuihin, olympiarenkaisiin, valoihin.

3.4.3 Visuaalinen kuvasto

Jo *Tahdon riemuvoitto* käyttää kuvastoa, jonka aiempi nationalistinen saksalainen valtionviestintä oli pohjustanut ja jonka kansallissosialistinen mielikuvamarkkinointi oli voimakkaasti yhdistänyt puolueeseen. Hitler esitetään messiaana, yhdistyneen Saksan kauniit lapset ja miehet hymyilevät onnellisesti (naiset näkyvät ainoastaan ja vain siinä roolissa, jonka natsipuolue heille halusikin eli äiteinä taustalla), sotilaallista ylivoimaa peitellään osoittelevasti vaihtamalla kiväärit lapioihin, Rooma-symboliikka ja vähäpukeisten vartaloiden sadomasokistisesti flirttaileva (maskuliininen) seksuaalisuus loistaa. Saksalaisen alueen ulkopuolella teemoja pidettiin silmäänpiستävämminä ja niiden propagandistisuus oli selkeää.

Kuvallisesti *Olympian* materiaali on voimakasta. Valoisuuskontrasteja hyödynnetään paljon. Valkoiset asut ovat loistavan valkoisia, ne pyörivät hidastuksissa vasten kirkkaan valkoisia pilviä. Joidenkin lajien hidastuslähikuvissa huomaa, ettei ympäristöä näy - mikä viittaa kisojen ulkopuolella, harjoituksissa kuvattuun lisämateriaaliin.

Joissain lajeissa, kuten ammunnessa, sotilasunivormut hätkähdyttävät nykykatsojaa. Samoin tekee historiallinen konteksti, kun ammutaan ihmisen muotoisiin tauluihin!



Voimistelijat kieppuvat voimakkaassa valossa avointa taivasta vasten. Välikuvina symboleita esim. kuu.

Johtoaihe

Olympian johtoaihe, *leitmotif*, on *hakaristi*. Se kilpailee keskeisenä symbolina olympiarenkaiden kanssa. Kolmannessa valtakunnassa hakaristi oli kaikkialla, ja vaikka kansainvälisistä levitysversiona natsisymboliikkaa leikattiin pois, hakaristi on niin keskeinen osa natsien kuvakieltä, ettei siltä voi välttyä. Hakaristi on luonnollisesti Saksan lipussa, joka on nykykatsojaa jatkuvasti hämmästyttäen tietysti natsilippu. Hakaristi näkyy urheilijoiden asuissa (Kolmannen valtakunnan *swoosh!*) ja sotilaiden univormuissa. Se on tulostaulun koristeena. Renkaiden ja ristin vuorottelusta tulee kiinnostava ristiriita - kumpi niistä on isäntä, kumpi vieras? (19TP)



Symboliikkaa kuvissa. Olympialogo näkyy usein; hakaristi "jokapäiväisenä" kuviona urheiluvaatteissa.

Lippu

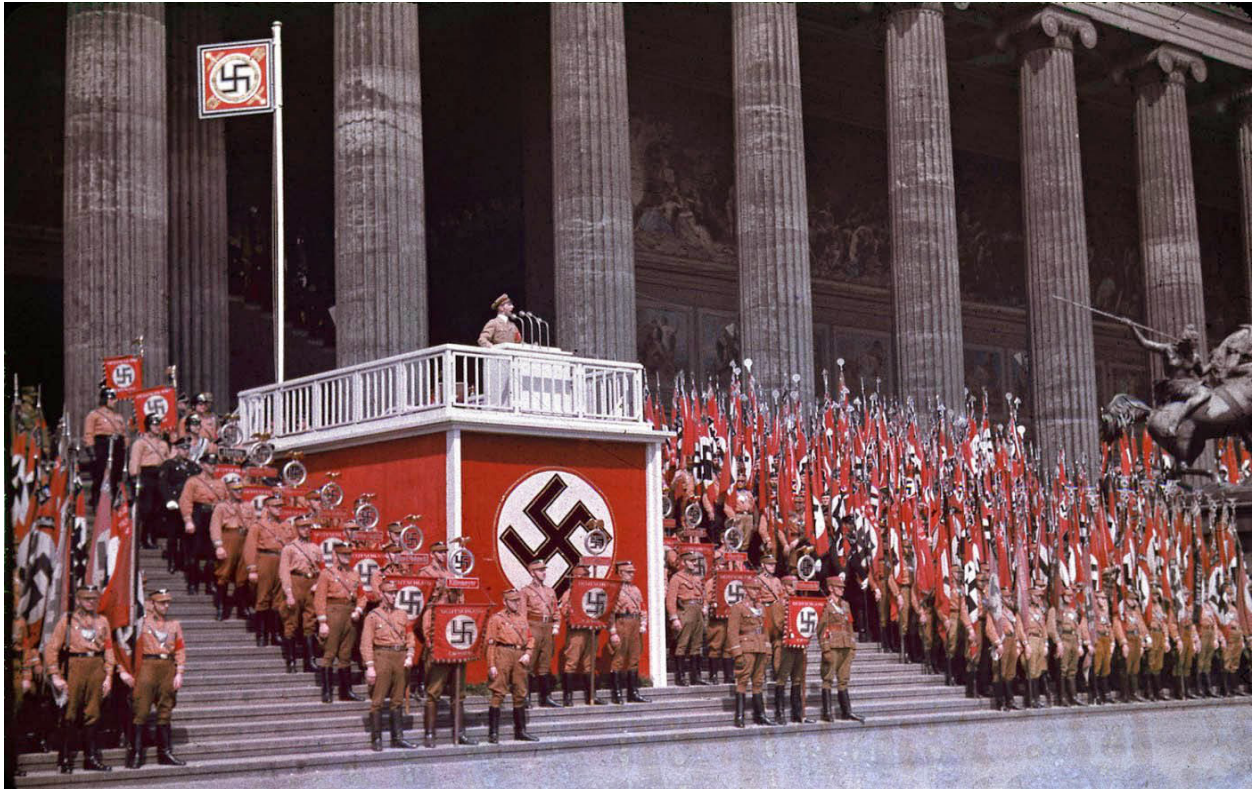
Toinen erityinen symboli Riefenstahlilla on *lippu*. Hän sisäistää täydellisesti lipun tuhansia vuosia vanhan merkityksen historiassa ja psykologiassa. Riefenstahl ilmaisee usein lipun kautta, sen liehuntaan vertautuu urheilijoiden liike ja tulen heittäjä varjo.

Urheilijat saapuvat areenalle lippuineen; elokuvan lopussa eri maiden liput liehuvat edelleen voimakkaina ja sankarillisina. Englanninkielisessä versiossa natsilippu vain vilahtaa sattumalta; saksalaisessa se on ollut paljon näkyvämpi. Ulkomaiden lippuja näkyy hämmästyttävän paljon, mikä antaa tasa-arvoisen ja reilun vaikutelman - mikä on tietysti ollut tarkoituskin.

Lippu toimii usein siltana jaksosta toiseen. Ne liehuvat tulostaulun yllä siirryttäessä lajista toiseen. Stadionin taivaan lippumerestä siirrytään merelle, jossa liput lepattavat laivojen mastoissa. Ne kilpailevat suurten valkoisten purjeiden kanssa, lepattavat kilpaa. Liput korostavat kirkasta *taivasta*, joka on taas yksi toistuva kuva-aihe ja symboli, kiistämättömän kliseinen vapauden vertauskuva. Taivaaseen Riefenstahl yhdistää lähes aina vapaasti, hidastettuna, lentävän urheilijan.



Amerikan lippu lienee Olympiassa voimakkaasti esillä, koska Riefenstahlilla oli kuvausten aikana suhde kymmenottelijä Glen Morrisiin. Lopputuloksena on kuitenkin tasapuolisuuden tuntu suhteessa Saksaan.



Vaikka Olympian mustavalkoinen kuva on upeaa, on harmi, ettei ajan väriä pystytty käyttämään - olisi kiehtovaa nähdä värien voima. Natsit omivat punaisen, valkoisen ja mustan aiemmasta Saksan keisarillisesta lipusta, selvänä tarkoituksenaan luoda jatkuvuus Saksan mahtavuuden aikaan. Väripaletti on poikkeuksellisen vaikuttava. (19TP)

Tuli

Olympiatulen sytyttäminen auringosta ja kuljettaminen kisapaikalle ei ollut natsien keksintö, mutta Saksan järjestelykomitea otti tulen ensimmäisen kerran käyttöön Berliinin olympialaisiin. Olympiatulen matka Kreikasta Saksaan on Riefenstahlin ja hänen avustajiensa käsikirjoittama ja siihen yhdisteltiin mahdollisimman vaikuttavia kuvia Saksan kulttuurista ja nähtävyyksistä - aivan kuten jokainen olympialaisten isäntämaa tekee nykyäänkin. (18Ho)



Olympiatulen kulku stadionille on dramatisoitu samanlaisena kaikissa olympiakisoissa Berliinin jälkeen.

Taiteellista ilmaisu



Välikkeinä on kiinnostavia lähikuvia. Mm. miekkailu näytetään lähes pelkästään varjojen taisteluna.

Useissa kuvissa Riefenstahlin ilmaisu on taiteellista. Moukarinheitossa tapahtumapaikka paljastuu vähitellen, nähdään pitkään vain suojaverkkoa, sitten kuvaan tulee moukari ja kilpailija aloittaa liikkeensä. Miekkailussa puolet ajasta vie intro, jossa varjokuvat taistelevat. Kuvat tuovat mieleen klassiset Hollywoodin toimintaelokuvat - miekkailijoille laittaa lähes itsestään roiston ja sankarin roolit. Itse olympiamiekkailu on paljon vähemmän häikäisevää.

Ratsastus on kuin lännenelokuvapastissi. Kilpaillaan maastossa, rynnistäen kauniin maiseman läpi. Välillä hevoset syöksyvät kesyttömään jokeen, kaatuen veteen tai rotkoihin todella pelottavan näköisesti. Sekä hevoset että ihmiset uivat turvaan. Todella hurjaa, nykyään nämä ehkä sensuroitaisiin tai ainakin kerrottaisiin, ettei kukaan kuollut tai loukkaantunut. Univormujen määrä hätkähdyttää usein. Saksan armeijan kuukausia treenannut osasto voitti kilpailun ylivoimaisesti. Uinnin toteutus on outo, kiinnostava ja kunnianhimoinen. Kamera kulkee välillä aivan uimarin edellä (jaksot kuvattiin harjoituksissa), välillä sukeltaa veden alle. Toiminta on hyvin dynaamista, ollaan hyvin lähellä urheilijaa.



Olympian äärimmäisen toiminnallista kuvaa. Ratsastus on melkein pelottavaa, uinti impressionistista.

3.4.4 Kehon estetiikka

Neljäs oleellinen symboli elokuvassa on idealisoitu *ihmisvartalo*. Kansallissosialistisessa kulttuurissa oli paljon kehon kauneuden palvontaa.

"Arjalaisessa kulttuurissa voimakas, kaunis mies idealisoituu natsismin perussymboliksi. Tämä mies pohjautuu kreikkalaisiin patsaisiin..." (23Vg)



Riefenstahlia kiehtoi ihmisvartalon kauneus. Prologissa kamera ihailee kauniita kehoja ujostelematta.

Leni Riefenstahlin viehtymys ihmiskehon - erityisesti mieskehon - kauneuteen näkyy hänen tuotannossaan. Hänen natsipropagandansa on niin vaikuttavaa osaltaan juuri fyysisesti upeiden sotilaiden ja urheilijoiden vuoksi. 1970-luvulla kuuluisuutta saaneet afrikkalaisia Nuba-heimolaisia esittävät valokuvat ovat myös puhdasta alastoman, voimakkaan vartalon fetissiä. Vaikka *Olympiassa* nähdään natsien sukupuoliassenteet huomioiden paljon naisurheilijoita, miesvartalo on silti pääosassa. Keho on keskeinen osa natsien mielenmaisemaa. Se hakee toteutumattomaa fantasiaa ja fantasiaksi käy miltei mikä tahansa ideologian hyväksymä (arjalainen) keho.

Taide on aina ollut kaksijakoinen kehon esittämisen suhteen. Kehollisuus ja seksuaalisuus kiehtoo, mutta samalla taiteen on haluttu pysyttelevän neutraalissa henkisessä piirissä. Seksuaalisuuden pelätään vähentävän taiteen itseisarvoa.

"Riefenstahlin elokuvat ovat vieläkin tehokkaita, niiden kaipaus tuntuu yhä, koska niiden sisältöä on ihanne, esikuva, jonka romanttisuuteen monet vieläkin ovat kiintyneet ..." Susan Sontag

Natsiestetiikka muuttaa ihmisen osaksi hierarkiaa, jolloin katsoja ihailee enemmänkin hyvin toimivan koneen osia kuin tuntevia tai eroottisia ihmisiä. Kauneus on itsestään selvää, kun kone on hyvin rakennettu. Natsihallinnon aikana alastoman ihmisvartalon esittämistä suosittiin, mutta epätäydellisyyden näyttäminen on kiellettyä. Natsi-ideologiassa seksuaalisuus muuttuu johtajien vetovoimaksi ja seuraamisen nautinnoksi, ajattelu pakottavaksi rytmiksi. Riefenstahlin elokuvat ovat tätä rytmiä. (15SU)

Kuka pelkää mustaa miestä?

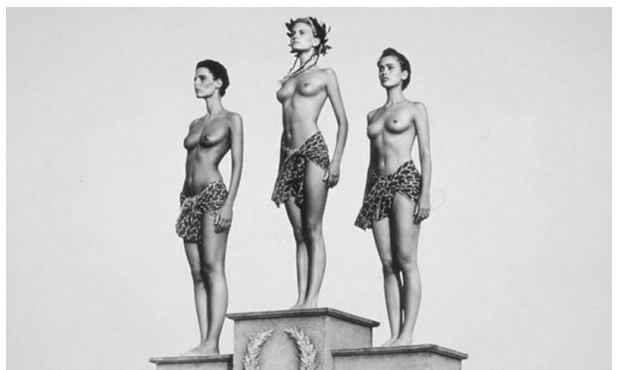
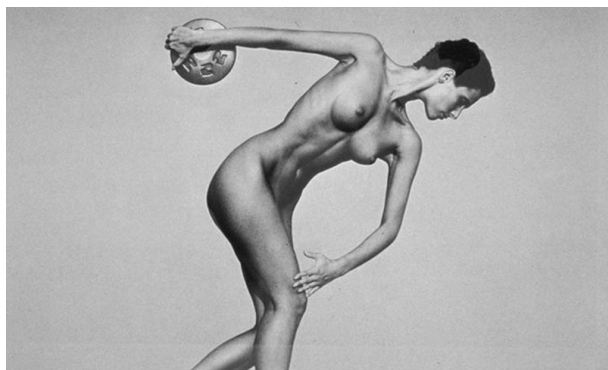
Berliinin kisojen suurin tähti ja ennakkosuosikki oli amerikkalainen 22-vuotias Jesse Owens. Hän oli jo tehnyt lukuisia ennätyksiä ja saanut kansainvälistä kuuluisuutta. Natsien harmiksi Owens oli mustaihoinen, mikä ei mitenkään sopinut rotuajatuksiin. Erityisen vaikeaksi tilanteen teki Owensin ylivoimaisuus - hän voitti yleisurheilussa neljä kultaa. Hitler vältteli Owensia ja sai amerikkalaisen lehdistön loukkaantumaan pahasti. Owens itse suhtautui asiaan varsin välinpitämättömästi - hänellä oli ehkä kokemuksia myös amerikkalaisesta rotusorrosta. (18Ho)

Riefenstahlin natsisympatioista ei ole epäilystä, mutta hän ei suostunut piilottamaan afrikkalaisia, aasialaisia ja muita "ei-arjalaisia" urheilijoita. Syynä ehkä yksinkertaisesti poikkeuksellisten kauniiden ihmisten viehätys. Leni ei näytä olleen rasisti kun oli kysymys kauneudesta. (19TP) (16SU)



Kun ihminen oli kaunis, ihonväri ei ollut Lenille merkityksellinen. Jesse Owens kuvattavana Berliinissä.

Berliinin olympialaisissa myös propagandaministeriö piti huolen, ettei ulkomaille annettu mahdollisuuksia syyttää kansallissosialisteja rasisteiksi tai puolueellisiksi. Kisojen aikana pidettiin tarkkaa huolta sekä ulkomaisten voittojen näyttämisestä että Kolmannen valtakunnan rotupolitiikan kätkemisestä. (3LR)



Pastissi. Valokuvataiteilija Arthur Elgort teki 1990 Olympian kuvastolla leikkitelevän valokuvasarjan eroottisista kalenterista tunnetulle Pirellille. Fasistista taidetta, kritiikkiä vaiko vain pehmpornoa?

3.4.5 Ohjaus ja leikkaus

Olympian valtavasta kuvamateriaalista (250 tuntia) Leni julisti 70% käyttökelvottomaksi (uimahyppöfilmeistä vain 5% hyväksyttiin), mutta leikkaukseen jäi silti 75 tuntia kuvaa. Riefenstahl oli leikkaajana erittäin lahjakas - ja periksi antamaton. Hän oli valmis tekemään tuhansia kokeiluja löytääkseen juuri oikean rytmin kuville.

Paradoksaalisesti se, ettei Riefenstahl koskaan opiskellut elokuva-alaa, mahdollisti hänen ilmaisunsa. Hän ei tuntenut käytäntöjä eikä tapoja, joten hän saattoi valita - ja joutui valitsemaan - omat tapansa. Näistä hän piti kiinni itsepäisen rohkeasti ja tuli käyttäneeksi tuoreita ja yllättäviä ratkaisuja. Oppia Leni kyllä sai - hän työskenteli vuosia lahjakkaiden elokuvantekijöiden kanssa. Nerokkaista mentoreista huolimatta itsepäisyys ja etsiytyminen ennenkuulumattomiin projekteihin, joihin ei ollut vakio-ratkaisuja sai Lenin ratkaisemaan ongelmia ennennäkemättömillä tavoilla. Hän ei yksinkertaisesti suostunut hyväksymään, ettei ongelmia voi kiertää tai ratkaista. (3LR)

Ohjaajana Riefenstahl on ristiriitainen. Hänen diplomaattiset taitonsa olivat vähäiset, hän oli yleensä tyly ja epäkohtelias työntekijöilleen. Kuitenkin hänen vaativuutensa, perfektionisminsa ja ennakkoluulottomuutensa menetelmien suhteen saivat ihmiset työskentelemään äärimmäisen kovaa. Hänen aggressiivisuutensa pakotti työryhmän häkellyttäviin suorituksiin, hänellä oli ohjaalta vaadittava kyky saada ryhmä ponnistelemaan elokuvan takia. (3LR)

Vaikka Riefenstahl myöhemmin kiivaasti väittikin, että hänen elokuvansa ovat *Cinéma véritéä*, dokumentaarisuus ei kiinnostanut häntä. *Olympiassa* lavastettiin kaikki, mikä oli halutulle ilmaisulle eduksi, mm. uudelleenelävöitettiin purjehdusfinaali (kilpailussa kameroita ei sallittu veneissä) ja korkeushyppyjen ylitykset. *Olympia* onkin usein lähinnä urheiluteemainen fiktioelokuva. Riefenstahlin merkitys on hänen tyyllillisessä vaikutuksessaan dokumentti-ilmaisuuun. Hänen tapansa yhdistää kuvissaan yksilö massaan on olennaista natsi-ideologian visualisoinnille. (19TP) (37Nz)



400m aitajuoksu on hyvä esimerkki Riefenstahlin dynaamisesta vaihtelusta. Juoksu esitetään miltei kokonaan hidastuksena. Kuvakulmia on lukuisia, ja kamera liikkuu juoksijoiden tahdissa.



Riefenstahlin kuvakokojen vaihtelu on voimakasta - yleiskuvasta nopeasti lähi- ja erikoislähikuviiin.

Silti ohjauksellisesti *Olympiassa* on vaikuttavaa, kuinka paljon urheilijoiden persoonat nousevat näkyviin. Laajoissakin kenttälajeissa nähdään aina kilpailijoiden *kasvot*. Kamera sijoittuu aina niin, että urheilija tulee kohti, liikkuu mukana, on tiukassa kosketuksessa katsojaan. Katsoja personoituu kilpailijaan, kamppailee häntä vastaan tai on yksi katsomossa olijoista, jolla on maaginen kyky nähdä aivan lähelle.



Olympian maraton on minielokuva, jossa kymmenen minuutin aikana kerrotaan maratonjuoksijan tunneskaala kilpailun aikana. Urheilukuva ja voimakkaan symbolinen näkökulmakuva vaihtelevat.

Mukana kulkeminen näkyy hyvin maratonilla. Maraton on kuin oma minielokuvansa. Juoksijoita seurataan koko raastava matka. Välillä poimitaan yksittäisiä kilpailijoita, joiden mukana kuljetaan lähikuvassa. Nähdään heidän näkökulmansa, siirrytään impressionistisiin *mielensisäisiin kuviin* heidän ajatuksistaan ja tunteistaan. Kameran käyttö on hyvin luovaa, kuvakokoja on paljon. Kamera kuvaa juoksevia jalkoja (juoksijan sylissä kantamasta korista kuvattuna), viliseviä varjoja ja yksityiskohtia maisemista matkan varrelta. Kuva on välillä hyvin laaja - harvinaisesti koko *Olympiassa* - kuvastaen legendaarisen pitkän matkan haastavuutta. Maratoonarin matka tuo mieleen elokuvan prologin matkan antiikin Kreikasta Saksaan. Maraton on hyvä esimerkki tyylin monipuolisuudesta. Kamera kuvaa välillä tietä hakkaavia jalkoja, välillä komeita kasvoja. Välillä seuraa *näkökulmakuva*; juoksijan mielenmaisemaa valotetaan hyvinkin abstraktien symbolisten kuvien kautta.

Myös pyöräily on tarinallinen pienoiselokuva, jossa ensin valmistaudutaan karttojen äärellä, sitten seikkaillaan jännittävä reitti luonnossa. Purjehduskilpailun kuva on vapaata ja upeaa. Aurinko paistaa, purjeet elävät. Tuotantoarvot ovat korkeat. Kamera viistää merenpintaa, kiertää vauhdilla kilpailevien veneiden ympäri. Ilmakuva on runsaasti. Kuva on komeaa ja saa miettimään, kuinka uskomattoman vaativaa sen kuvaaminen ajan kalustolla on ollut.



Purjehduskilpailu on teknisesti uskomattoman vaativaa työtä - vauhdikasta ilma- ja venekuvaa.

Samoin soudussa on kiinnostavaa ja jännittävää kuvaa. Ollaan hyvin lähellä, katsoja istuu selvästi veneessä kilpailijoiden keskellä. Nopeita leikkauksia, liioittelevaa käsi-varaa, toimintaelokuvan tapahtumia johtajan kannustaessa soutajia tahtiin. Modernia, paljon dynaamisempaa kuin monien 1940-luvun elokuvien tappeluhaastaukset.

Leikkaus on äärimmäisen tarkkaa ja harkittua. Kuvakulmia on paljon, materiaalista ei ole ollut pulaa. Joissain runollisissa jaksoissa tarina tosin etenee nykykatsojalle varsin hitaasti. Symboli seuraa toista, varmistellaan, että viite menee perille. Kuvia käytetään silti paljon, leikkausrytmi itsessään on pysähtymätön. Riefenstahlin leikkaus on yksinkertaista, suoraa kuvasta toiseen siirtymistä ja siksi dynaamisen tuntuista, nopeaa. Vain usein tunnelmoivissa kohdissa käytetty ristikuva tuntuu usein toistuvana ja hitaana vanhanaikaiselta.

Liikkeen suunta on aina hiottua ja huomion kuljetus on virheetöntä, taitavaa. Usein tavoitellaan tyyliä, jossa kamera leijuu tapaasti kohteen ympärillä, siirtyen unenomaisesti muun liikkeen mukana.

Valtavasti ylistetty uimahyppyjakso ansaitsee kaiken kehuun. Se on lentämisen taitavien olentojen balettia ilmassa, täydellisesti ajastettu. Tämä ei todellakaan ole pelkkää urheilutelevisiota - hyppääjä loikkaa uudestaan ja uudestaan, lentää välillä vedestä takaisin laudalle, liike jatkuu pysähtymättä. Kehot sulautuvat toisiinsa, kyseessä on valveunen kaltainen sinfonia lentämisestä, ei putoamisesta tai hyppäämisestä.



Ylistetty uimahyppajakso on todellakin huikea. Ihmisvartalot lentävät painotta ilmassa ja ajassa.

Ensimmäisillä katsontakerroilla *filmin kuljetus takaperin* jää aivan huomaamatta. Vasta tarkkaan katsoen tajuaa, että hyppääjien ajan suunnan määrää ainoastaan estetiikka, ei fysiikka. Ajan ja rytmin käyttö on mestarillista. Uimahypyissä myös ihmisvartalo korostuu äärimmilleen: taustana on vain taivas tai vesi, ei mitään kilpailevaa elementtiä.



Uimahypyissä filmin kuljetusta takaperin ei huomaa, sillä leikkauksen rytmi on täydellinen.

Toisaalta urheilija on pysyvästi (kaunis) hahmo, ihmisen arkkityyppi, ei persoona. Usein ei voi erottaa, kuka kilpailee tai henkilön vaihtumista toiseen. Fasistinen estetiikka tulee näkyväksi. Selostaja kuvaa kilpailijoita, "the Japanese girl", nimiä mainitsematta. Yksilö ei ole tärkeä vaan yhteisesti hyväksytty idoli. Puhtaus, selkeys, kyseenalaistamattomuus ja kaikkien liikkuminen samaan (käskettyyn) suuntaan on tavoite. Riefenstahl eristää fyysisen täydellisyyden *fetissiksi*. Fasistinen estetiikka luo symbolin, joka on yhtä aikaa kiihottava ja turvallisen *aseksuaalinen*. Tämä on myös modernin mielikuvamarkkinoinnin hyvin hallitsemaa tekniikkaa.

Sodan jälkeen Riefenstahl toisti toistamistaan, ettei hän tehnyt tietoista natsipuolueen propagandaa. Valheeseen kätkeytyy ehkä totuus - uskon Lenin olleen niin speaktaakkeli-maisen tapahtumansa ja sankareidensa (sekä urheilijoiden että Hitlerin) lumossa *Tahdon riemuvoitosta Olympiaan*, ettei hän välittänyt asiasta kunhan sai toteuttaa elokuviaan. Kolmannen valtakunnan teot olivat sivuseikka, sen brutaali kauneus ei.

3.4.6 Ääni ja musiikki



Ilman ääntä *Olympia* olisi loputon kollaasi croquis-piirtäjän vartalomalleja. Musiikki on oleellinen osa elokuvaa ja aikanaan jotain täysin uutta. *Olympia* on musiikkivideo, jossa sävellys on tehty tarkalleen tukemaan kuvaa. Riefenstahl itse valvoi maanisella tarkkuudella sinfoniaorkesteria, jotta iskut saataisiin talteen filmiruudun tarkkuudella.

Olympian musiikin sävelsi *Tahdon riemuvoiton* säveltäjä Herbert Windt Riefenstahlin yksityiskohtaisten ohjeiden perusteella. Windt oli aikanaan hyvin tunnettu sekä ooppera- että radiosäveltäjänä. Hän teki musiikin niin monelle Kolmannen valtakunnan ohjaajalle, että häntä pidetään myös "natsisoundin" isänä. Riefenstahlin elokuvissa musiikki on dynaamista, sotilaallista, voimakasta ja koko ajan läsnä. Dokumentin (tai propagandafilmin) läpisäveltäminen oli 30-luvulla poikkeuksellista ja elokuva-musiikkiin tottuneen nykyaikaisen katsojan on vaikea ajatella, kuinka suuren vaikutuksen musiikki saattanut katsojiin tehdä. (3LR)

Äänet

Olympien ääniraita on yksinkertainen mutta tehokas. Yleensä taustalla on vain yleisön kohinaa, starttipistoolin pamauksia ja välillä urheiluselostusta. Vähäeleisyydestään huolimatta äänet on tarkkaan harkittu ja ne ovat hyvin dynaamisia. Selostus seuraa kilpailun rytmiä, yleisö huudahtaa urheilijan hypätessä ja heidän keskittyessään voi olla hyvinkin hiljaista.

Ääniraidan tarkkuus ei ole ihme - onhan se lähes täysin synteettinen!

Kisojen aikana nauhoitetut tallenteet osoittautuivat miltei kaikki epäonnistuneiksi ja valtavaksi tappioksi työryhmälle. Ääniosasto rakensi lopulta kaiken uudelleen äärettömän työläänä ja hitaana rekonstruktiona. Kameraäänistä poimittiin kaikki käyttökelpoinen ja saatua täydennettiin studiossa rakennetuilla täytteillä. Jokainen hurraus, loiskahdus, tuulenpuuska tai pamaus luotiin tyhjästä aikakauden uskomattoman työläillä menetelmillä. Selostukset äänitettiin studiossa kisojen jälkeen kolmella kielellä eri maihin suunnattuihin esityskopioihin. (3LR)

3.5 Kritiikki

Olympiaa on vuoroin kammoksuttu äärimmäisen pahan moraalittomana mainoksena, vuoroin ylistetty kauneuden ja elokuvakerronnan helmeksi. Todellisuudessa siinä lienee molempia. Joka tapauksessa *Olympia* on vaikuttanut hyvin voimakkaasti sekä dokumentti- että elokuvakerrontaan ja on oleellinen osa 1900-luvun historiaa.

3.5.1 Aikalaiskritiikki

Natsihallinnon aikana todellinen kritiikki oli luonnollisesti tukahdutettua ja Riefenstahlin elokuvat olivat sekä virallisesti että sisällöltään tilaustöitä natsihallinnon tiedotusosastolle. Kritiikki oli siis tietysti ylistävää ja elokuvia keuhuttiin. *Olympia* sai Saksassa ylistäviä arvioita toisensa jälkeen. Elokuva levitettiin Saksan valtion tukemana laajasti ulkomaille ja siitä kirjoitettiin paljon. Myös Manner-Euroopassa arviot olivat positiivisia ja Riefenstahl vieraili ensi-illoissa ympäri Eurooppaa. (19TP)



Olympian ensi-ilta Berliinissä 1938.

Britanniassa elokuvaa pidettiin "räikeänä saksalaispropagandana" ja sitä esitettiin julkisesti vasta sodan jälkeen. Amerikassa *Olympia* joutui boikottiin kun juutalaisvainot tulivat yleiseen tietoisuuteen. Elokuva ehdittiin silti kehua "kaikkien aikojen parhaaksi urheiluelokuvaksi". (3LR)

3.5.2 Moderni kritiikki

Myös propagandaa voi tehdä hyvin tai huonosti. *Olympian* taiteellisista ansioista on kiistelty puoli vuosisataa. Natsien teot ovat muuttaneet natsipropagandaksi tehdyn elokuvan lähes mahdottomaksi arvostella puhumatta samalla äärimmäisistä eettisistä asioista. Susan Sontagin mukaan Riefenstahl:

"glorifioi alistumisen, juhlisti sokeaa tottelemista ja teki kuolemasta sankarillista"

Riefenstahlin rytmillinen ja visuaalinen lahjakkuus onnistui muuttamaan tylsät, loputtomat puheet ja paraatit kiihottavaksi juhlaksi. Sontagin mukaan Riefenstahlin elokuvat sisältävät taiteellista arvoa, joka voidaan erottaa propagandasta. Sontag tuomitsee fasistisen estetiikan mutta myöntää hammasta purren

"Olympia on epäilemättä erinomainen elokuva .. mahdollisesti kaikkien aikojen parasta dokumenttielokuvaa."

Sontagin mukaan Riefenstahlin kuvien sommittelullinen kauneus ei vaadi tuhoavien tunteiden propagoimisen hyväksymistä. Hänen mukaansa eettiset ja kulttuuriset kysymykset ylittävät kauneuden ylistämisen. (3LR) Sontag kirjoittaa:

"Riefenstahlin elokuvat tekevät vaikutuksen, koska ne sisältävät romanttisen ihannekuvan, joka yhä vetää monia puoleensa .. ihannekuvan elämästä taiteena, kauneuden kultista, rohkeuden palvonnasta, älyn lakkauttamisesta ja ihmiskunnan muodostamasta perheestä (jonka vanhempia ovat johtajat)."

Sontagin mukaan on merkityksetöntä ajaako Riefenstahl näitä aatteita tietoisesti, sillä Leni ei ollut ajattelija ja keskittyi vain kauneuteen. (19TP) (3LR)

3.5.3 Oma kritiikki

Kiinnostuin Riefenstahlin elokuvista ehkä kielletyn viehätyksen kautta. *Olympiaan* tai *Tahdon riemuvoittoon* viitataan kaikkialla. Kuvat puhujanpöntössä huutavasta Hitleristä tai muodostelmassa marssivista natsisotilaista ovat kulttuurisia ikoneja. Silti koko teoksia ei koskaan näytetä. Dokumenttielokuvan historian kurssilla katsoin viimein *Tahdon riemuvoiton*. Luultavasti koin juuri ne ihastuksen ja inhotuksen tunteet, joista kriitikot ovat kirjoittaneet hyllymetrejä. *Olympia* on hyvin samanlainen elokuva eri aiheesta - tai täysin samasta aiheesta.

Olympia on suunnattoman pitkä. Vain monomaaninen hullu tekisi nykyään nelituntisen dokumenttielokuvan. Sen katsoo alusta loppuun vain, jos tekee tutkimusta urheilusta, elokuvasta tai politiikasta.

Kuitenkin elokuvan kompositiot, rytmi ja huomion ohjaus toimivat uskomattoman hienosti. Musiikki ja äänimaailma tukee kerrontaa tarkasti. Taiteellisemmat jaksot - sauna, maraton, miekkailu tai uimahypyt - ovat kaunista ja jopa hauskaa taide-elokuvaa. Toisaalta urheilulajien läpikäynti on itseään toistavaa, monotonista vaikka kellosepäntarkkaa. Tekniset oivallukset - kamera-ajot, vedenalainen kuva, taaksepäin kulkeva filmi - ihastuttavat, varsinkin kun tajuaa niiden vaativuuden aikoinaan. Ihmisten kuvaus on oivaltavaa, kamera on lähellä kasvoja ja tunteet ovat uskottavia. Kuitenkaan yksilöllisyyttä ei ole, Riefenstahl katsoo massoja.

Päälimmäiseksi jää ajatus, minkälainen ihminen tekee tällaisen elokuvan. Dokumentissa *The Wonderful Horrible Life of Leni Riefenstahl* näkyy mielestäni ihminen joka on nerokas mutta tarvitsisi terapiaa. *Olympia* on kaunis mutta kylmä, niinkuin tekijänsä. Tavallaan se toteuttaa hienosti fasistista estetiikkaa - heikkoutta ei saa näyttää. Elokuvana *Olympia* on teknisesti uudet standardit asettava, ajallisesti ylipitkä, sisällöllisesti ontto. Esteettisesti se on kaunis, eettisesti vastenmielinen. Sillä on myös merkittävä historiallinen jalanjälki, mistä enemmän luvussa **5, Päätelmiä**.

4 Sotšin olympialaiset



Talviolympialaiset 2014 olivat Venäjälle valtava satsaus ja historian kalleimmat kisat. Ne televisioitiin laajalti koko maailmaan, osittain uudella 4K-tekniikalla. Kisoja edelsi laaja kansainvälinen keskustelu korruptiosta ja tasa-arvokysymyksistä, mutta tapahtumaa pidettiin jälkikäteen hyvin onnistuneena.

4.1 Venäjä 2000-luvulla

Venäjän hallinto on Vladimir Putinin valtaannousun jälkeen muuttunut nopeasti autoritaarisemmaksi, Putinin muokatessa maata yksinvallaksi. Uudistukset ovat jääneet taka-alalle. Putinin kabinetti on ottanut valvontaansa television ja valtaosan mediasta. Käynnissä on voimakas kansan mielipiteen muokkaaminen ja asenteiden muuttaminen. Venäjälle on rakennettu voimakas propagandakoneisto, joka kuvaa maan erityisen historiallisen tehtävän omaavana poikkeuksellisena valtiona, jonka pitää palata maailmanmahdiksi. Ilmoille on noussut voimakas kansallismielisyys, *uustalinismi* ja vähemmistöjen syrjintäkulttuuri. (22Ud)

Venäjä on hyvä esimerkki maasta, jossa massiivisilla propagandakampanjoilla on saatu aikaan suuria muutoksia ihmisten käyttäytymisessä. Muutaman vuoden aikana on synnytetty voimakas *homofobia* ja luotu presidentti Putinin *henkilökultti*. Keskeisinä työkaluina ovat olleet *ad nauseam* toistetut väitteet ja lupaukset.

Venäjällä on myös voimakas informaatio-osaston organisaatio, joka käyttää suuria resursseja ulkomailla tapahtuvaan Venäjälle myönteisen ja Venäjän vastustajille negatiivisten tietojen ja huhujen levittämiseen ("*aktionye meropriyatiya*").

4.1.1 Vladimir Putin

Vladimir Putin syntyi Leningradissa työläisperheeseen 7.10.1952. Nuorena hän oli vaatimaton oppilas ja vietti mieluummin aikaa kadulla, usein tappeluissa. Judoharrastuksessa Putin pärjasi erinomaisesti. 16-vuotiaana hän yritti töihin KGB:hen ja sai neuvoksi mennä ensin yliopistoon tai asepalvelukseen. Yllättäen keskinkertainen oppilas Putin pääsi Leningradin yliopistoon ja menestyi hyvin. Valmistuttuaan hän sai työpaikan KGB:stä. Putin työskenteli tiedustelussa - vakoojana - vaikkei hänen tiedetä tehneen mitään erityisen salaista, vuodesta 1975. Hän asui Itä-Saksassa 1985-1990 ja yleni everstiluutnantiksi. Berliinin muurin murtuessa Putin palasi Venäjälle. (13Km) (21VP)

1994-1998 Putin toimi Pietarin apulaispormestarina. Putinia pidettiin älykkäänä, tehokkaana ja modernina. Esimiehet pitivät hänestä. Vuoteen 1999 mennessä Boris Jeltsinin kansansuosio oli romahtanut ja Jeltsin loppuunpalanut. Hän erotti kiivaasti hallinnon henkilöstöä. Valtatyhjiöön tuli nuoria tuntemattomia ihmisiä. Putin yleni taas nopeasti ja oli pian Venäjän salaisen palvelun johtaja. (13Km)

Miljoonat venäläiset pitivät Jeltsiniä vastuussa kaikista vastoinkäymisistä. Jeltsin erosi 31.12.1999 ja Putin astui virkaatekeväksi presidentiksi. (13Km) (12MR)

Kuusi päivää virkaanastumisensa jälkeen Putin vahvisti uusia lakeja, joiden tarkoitus oli "vertikaalisen vallan vahvistaminen", tosiasiaa vallan keskittäminen Putinille. Osin Putin yritti ratkaista todellista ongelmaa - valtionvelkojen ja talouskriisien kanssa taisteleva maa oli luisunut epämääräiseen, löyhään alueelliseen päätöksentekoon, joka ei enää muistuttanut oikeaa valtiota. Kolme kuukautta Putinin virkaan astumisen jälkeen kahdelta Venäjän rikkaimmalta mieheltä oli riistetty omaisuus ja heidät oli karkoitettu. Vuosi valtaantulosta kaikki kolme televisioverkkoa olivat valtion valvonnassa ja Putinin valta oli ehdoton. (13Km)

Kansan mahdollinen kapina pelottaa kaikkia hallitsijoita. Kansalla on voimaa, jos se on yhtenäinen. Hyvä esimerkki on esim. Ukrainan Oranssi vallankumous 2004. Putinin on väliin sallinut, väliin kieltänyt, sitten taas sallinut mielenosoituksia. (13Km) Hallitsijana Putin toimii huikaisevan nopeasti, empimättä ja häikäilemättömästi.

Putin ymmärtää kuitenkin voiman lisäksi psykologiaa. Hän kampanjoi pysyäkseen ehdottomana johtajana. Venäjällä on myös vastustavia voimia ja mielenosoituksia on järjestetty usein. Niiden tukahduttamista voimalla ja näennäistä apatiaa on usein Venäjällä seurannut *bunt*, kansan kapina. Siksi hallinnon on välttämätöntä vaikuttaa kansan mielipiteisiin pelkän alistamisen lisäksi. Tiedotuksen hallitseminen, sensuuri ja propaganda on otettu Putinin hallinnossa tehokkaaseen käyttöön. (13Km) (11AK)

4.2 Sotšin talviolympialaiset 2014

Sotšin talviolympialaiset pidettiin helmikuussa 2014 Krasnodarissa, yhdessä Venäjän eteläisimmistä maakunnassa. Kisat kestivät kaksi viikkoa, urheilulajeja oli viisitoista, osallistujamaita 88. (24WS) Venäjä voitti KOK:n äänestyksen suurelta osin siksi, että presidentti Vladimir Putin itse matkusti äänestyspaikalle ja vakuutti komitean esiintymisellään. (12MR) Kisojen budjetti oli huimaava 51 miljardia dollaria. Suuri osa rahoituksesta tuli Putinin määräämänä suoraan valtion budjetista. Järjestäjiä syytettiin toistuvasti korruptiosta ja ihmisoikeusloukkauksista. (17PG)

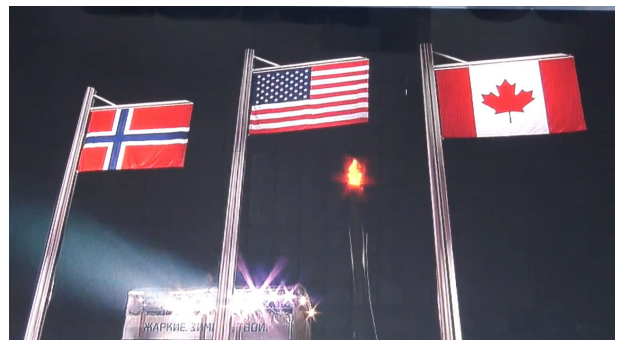
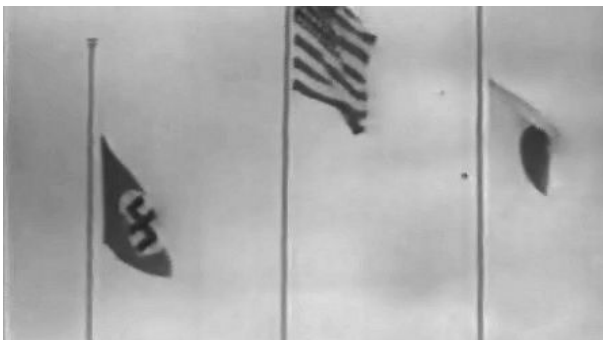
Neljä päivää Sotšin kisojen jälkeen aseistautuneet Venäjä-mieliset separatistit valtaavat Ukrainan parlamentin.

4.2.1 Urheilunationalismi

2003 Putin huomautti, että Venäjää yhdistävän ideologian keskustaksi on nostettava yleisvenäläinen *patriotismi*. Putinin onkin korvannut järjestelmällisesti läntistä vaikutusvaltaa Venäjällä kansallisella hengellä. (11AK) Urheilu on yksi tavoista, joilla voidaan vertauskuvallisesti osoittaa kansakunnan kilpailukyky. Urheilu on myös suosittu nationalistisen käyttäytymisen muoto - suuret ihmisjoukot voivat kokea suuria tunteita kannustaessaan omia joukkueitaan. (34UM)

Urheilunationalismi ei tietenkään ole erityisesti venäläinen piirre, vaan sitä käyttävät kaikki yhteiskunnat järjestelmästä riippumatta, myös Suomi. Meilläkin on tarkkaan harkittu *kansallinen urheilustrategia*, jota päivitetään säännöllisesti. Valtaosa kansasta pitää suomalaisten urheilijoiden menestystä tärkeänä. Urheilutapahtumat pystyvät yhdistämään suuren osan suomalaisista kuvitelluksi yhteisöksi. (34UM)

Vaikkei stadionille marssiva urheilijajoukko edes mielikuvan tasolla symboloisi sotaan marssivaa taistelijajoukkoa (ja länsimaissa "turvallinen" kaupallisuus on korvannut urheilun suoria nationalistisia ja militaristisia mielikuvia), suuret urheilutapahtumat ovat erinomainen tapa siirtää huomio muualle politiikasta.



Urheilukilpailuissa nationalismi on ollut aina mukana. Kansallislippuja Berliinistä ja Sotšista.

4.2.2 Ne homot - hyvä vihollinen

Seksuaalivähemmistöjen sorto on Venäjällä jatkuvasti lisääntyvää. Ihmisoikeusjärjestöt kritisoivat Putinin politiikkaa, erityisesti lakia niin sanotusta homopropagandasta. Sotšissa LGBT-symbolien näkyvyyden uhattiin johtavan kilpailukieltoihin. (16HR)

"Poliitikot tarvitsevat hyviä vihollisia, joita vastaan taistella vuodesta toiseen ilman toivoa voitosta. Hyvää vihollista vastustava poliitikko on aina vahvoilla." - Jyrki Kasvi 2013

Putinin hallinto käyttää tehokkaasti hyväkseen *hyvä vihollinen* -ajatusmallia. Hyvä vihollinen on menetelmä, jossa käytetään *nimittelyä, valehtelua, demonisointia, pelkoa* ja *toistoa Ad nauseam*. Huomio suunnataan toisaalle oikeista ongelmista luomalla uusi kohde peloille. Klassinen esimerkki on tietysti juutalaisten kohtelu ja kohtalo Saksassa. Hyvän vihollisen luomisessa toisto on oleellista - kun uhasta puhutaan riittävän kauan, siihen aletaan uskoa vaikkei todisteita olisi. Putin Venäjällä hyvä vihollinen ovat seksuaalivähemmistöt. Viime vuosina on säädetty useita lakeja "suojelemaan lapsia homoilta" ja käynnistetty järjestelmällisiä ihmisoikeusloukkauksia.

Ennen kisoja Putinia hallinnon epädemokraattisuutta ja väärinkäytöksiä kritisoitiin ja boikottiuhkauksia oli paljon. Yhdysvaltain presidentti Obama ei ilmoittanut suoraan boikotoivansa kilpailuja, mutta Valkoinen Talo arvosteli Venäjää - varsin kiltisti - lausunnoissaan. Lopulta ongelmat kuitenkin painettiin villaisella eikä boikotteja juuri tapahtunut. Vain muutama valtionpäämies jätti saapumatta. (16HR) (25BT)

Saksalaisen dokumentin haastatteleman asiantuntija sanoin (17PG)

"Kun kisat käynnistyvät, kukaan ei enää muista ongelmia." - *Putin's Games*

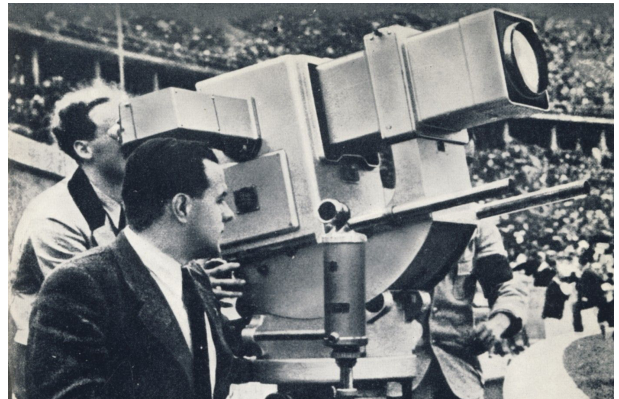
Niin kävi. Kisojen aikana sekä Venäjän sotilaallinen aggressiivisuus että vähemmistöjen oikeudet unohtuvat. Otsikoissa olivat urheilijoiden ihmishuhdekiistat, loukkaantumiset ja doping-epäilyt. Yleisesti ottaen Sotšin olympialaisia pidettiin mediassa onnistuneina ja järjestelyjä hyvin toimivina. Ihmisoikeusongelmien sanottiin olleen näkymättömiä. Tämä on hämmästyttävän samanlaista kuin kommentit Berliinin 1938 kisoista!

Toisin sanoen Putinin olympiasatsaus toimi täydellisesti.



4.3 Kuvan analyysiä

Sotšin olympialaisista saatavilla oleva kuva on TV-kuvaa. Vaikka nykyaikainen televisiointi on massiivista, pääosin suoraan lähetykseen ohjattu ohjelma ei ole läheskään niin hiottua kuin dokumenttielokuvaksi kuvattu ja kuukausia leikattu *Olympia*. Tutkin kuvaa siis vain yksityiskohtien tasolla, en niinkään arvioi Sotšin lähetysten draaman kaarta tai tarinallisuutta.



Kameratekniikkaa Sotšista 2014 ja Berliinistä 1936. Suurissa kisoissa on varaa kokeilla uutta teknologiaa.

Materiaalini on pääosin netissä saatavilla olevaa (olympiakomitean) "virallista" kuvaa, osittain myös Ylen elävän arkiston kautta levittämää. Tarkoituksena on katsoa kuvaa mahdollisimman alkuperäisenä, kisojen järjestäjän näkökulman kautta. Saatavilla on myös dokumentteja, eri maiden urheilumakasiineja ja kommentoituja lähetyksiä. Näitä katsoin pikemminkin (poliittisten) taustojen hahmottumisen vuoksi.

Rakenteeltaan TV-Sotši näyttää samalta kuin kaikki muutkin suuret urheilukilpailut. Avajaiset, eri lajien kilpailut, selostukset, välikuvat, tulokset, loppujuhlat. Ja hyvin samanlaiselta kuin Berliini *Olympiassa*! Vain *human interest* -haastattelut näyttävät uudelta keksinnöltä. Kun *Olympia* yhdistää urheilijat arkkityypeiksi, Sotšissa heistä pyritään etsimään persoonallisia erikoisuuksia. Individualismin aika on tullut yhtenäistävän fasismin tilalle, nyt sankareilla on nimet (ja omat skandaalit).



Yökuva on vaikuttavaa millä vuosikymmenellä vain. Sotšin freestyle-laskua ja Berliinin juoksukilpailu.

4.3.1 Värät

Välittömin ero Berliinin ja Sotšin välillä on tietysti väri. Sotši on luonnollisesti kuvattu kokonaan väreissä. 1936 värifilmin käyttö oli Riefenstahlin resurssellakin mahdotonta. Toinen ero on valaistuksessa. *Olympiassa* kuvan valaisuun voitiin kiinnittää enemmän huomiota, tarvittaessa kohtaukset lavastettiin ja valaistiin keinotekoisesti.



Värillisen ja mustavalkoisen urheilukuvan vertailua. Pitkän matkan hiihto Sotšissa.

Tietyt avainkohdat ovat Sotšin kuvassa oleellisesti vaikuttavampia värien vuoksi. Olympiatuli on yksi - Sotšin stadionilla käytettiin massiivista pyrotekniikkaa ja sen vaikuttavuus välittyy mahtavasti jopa tv-kuvassa. Toinen ovat lopun ilotulitukset ja stadionille lavastetut juhlarakennelmat, jotka loistavat väreissä.

Urheilukuva itsessään ei mielestäni vaadi värejä. Sotšin urheilijoiden äärimmäisen värikkäät asut ovat kiehtovia (Berliinissä urheilijat pukeutuivat paljon lakonisemmin) mutta kilpailun seuraaminen ei ole värien takia helpompaa tai kiinnostavampaa. Kuvassa tärkeintä on liike. Monet *Olympian* kuvat ovat Sotšin kuvaa selkeämpiä. Tämä näyttää johtuvan huolellisemmin valituista kompositioista ja paremmasta valosta. On mahdollista, että Riefenstahlille työskentelevillä kuvaajille oli nykyisiä televisiokuvaajia paremmat tiedot klassisesta studiovalaisusta tai enemmän mahdollisuuksia valaista - *Olympian* kohtaukset näyttävät usein kultakauden Hollywood-elokuvalta tausta- ja hiusvaloineen. Kansalliset symbolit taas kaipaavat värejä - Venäjän lippua ei tunnista mustavalkoisena. Natsien lavasteet ovat täysissä väreissä mahtavan vaikuttavia.



Tuli on aina kiehtova elementti. Värillisyyttä vaikuttaa Sotšissa vaikka *Olympian* kompositio on upea.

4.3.2 Kuvakerronta

Urheilun kuvaus on Sotšissa hyvin samanlaista kuin *Olympian* stadionjaksoissa. Lajit esitetään yksi kerrallaan, ajallisesti **lähtö-kilpailu-voitto-palkinnot** -rakenteella. Koska TV-lähetys on reaaliaikaista, sen täytyy olla toteavaa. Mahdollisuudet lyhytelokuvan rakentamiseen ovat hyvin vaatimattomia, tarinaa korostaa lähinnä selostus.



Nykytelevisioinnissa on oleellista olla lähellä kohdetta. 1930-luvulla se vaati valtavasti vaivaa.

Sotšissa lähikuvaa käytetään paljon, se on vaikuttavaa. Nykyaikainen televisiointi tiedostaa, että katsojan on päästävä hyvin lähelle urheilijaa. Matkan hinnan ja vaivan lisäksi syy katsoa kilpailu kotona on mahdollisuus nähdä aivan läheltä. Sotšissa käytettiin vaijeri- ja robottikameroiden lisäksi lentäviä drone-kameroita. *Olympian* lähikuvat ovat harvoin samasta tilanteesta, vaan muualta leikattuja tai lavastettuja.

Sotšissa hidastuksia käytetään eri tavalla kuin *Olympiassa*. Riefenstahl hidastaa koko elokuvaa korostaakseen välillä suorituksen tunnelmaa tai liikkeen kauneutta. Suorassa lähetyksessä ei voi tietää ennalta mitä tulee tapahtumaan. TV-ohjaaja poimii jälkikäteen parhaat palat ja näyttää ne hidastuksina dokumentaaridemmin.

Kummassakin kilpailussa keskiössä on - luonnollisesti, tietysti - urheilija. Ympäristö on liikkumaton teatterin lava, urheilijan liike ja tahdon suunta tekee siitä kiinnostavan.



Sotšin akrobaattinen lumilautailu vastaa ehkä parhaiten *Olympian* uimahyppyjen painottomia lentoja.

4.3.3 Liike

Elokuvaa ei voi olla ilman liikettä. Liike tuo uutta informaatiota, kuljettaa tarinaa ja aktivoi katsojaa. Urheilukuvassa dynaaminen liike on olennaisen tärkeää. Kaikessa pyritään saamaan aikaan jatkuva toiminta.



Syöksylasku ja pyöräily ovat huippuvauhdikkaasti kuvattuja lajeja Sotšissa ja Berliinissä. Molemmissa on käytetty paljon vaivaa, jotta kamera pysyisi koko ajan kilpailijan mukana, mielellään hyvin lähellä.

Sotšin kuva on erittäin dynaamista. Paikalla pysytään oikeastaan vain, kun halutaan esitellä uusi paikka kilpailun alussa. Muutoin joko kamera liikkuu tai ruudussa on paljon liikettä. Liikkeen suunnat ovat yleensä kuvan poikki tai kohti. Kuvaajien taito on huomattavaa, kohteita seurataan uskomattoman vakaasti. Leikkaustahti on nopea lukuunottamatta runollisia hitaampia hetkiä esim. taitoluistelussa.

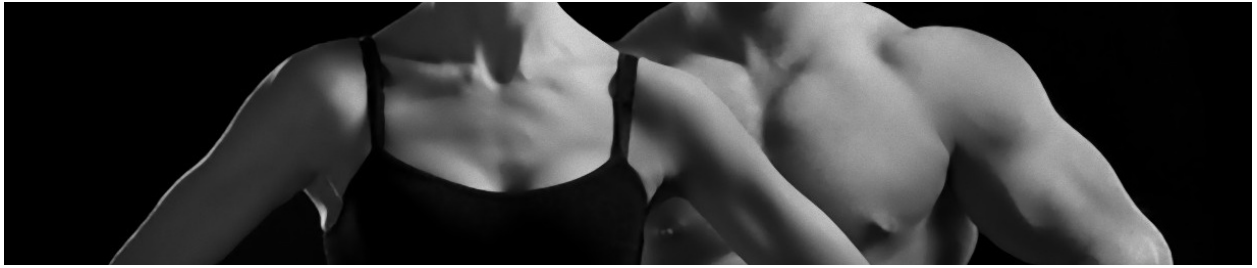
Kamera-ajo on keskeinen väline Sotšin ja Berliinin urheilukuvassa. Liikkuva kamera vie katsojan mukaan kilpailuun. Nykyään urheilulähetystiä katsomalla maastosta löytää helposti valtavat kamerarakennelmat ja voi nähdä radalla vilistävät kauko-ohjatut kamerat. Usein ajo jatkuu - kamerasta toiseen siirtyen - läpi koko kilpailun.

Sotšissa urheilijoiden liikkeen näyttävyys kiinnittää huomion. Kun 80 vuoden aikana tulokset ovat kehittyneet hurjasti, niin on myös koreografia ja akrobatia. Berliinissä olympiatason voimistelu näyttää lämmittelyltä Sotšin freestyle-laskijoiden tai taitoluistelijoiden kieppumisen rinnalla. Tässä elokuvien toimintakohtauksilla ja tehosteilla voi olla osuutensa - "luonnollinen" liike ei ehkä enää jaksa kiinnostaa.



Sotšin kuvassa näkyy ajorata, jonka olympiakomitea ehdottomasti kielsi Riefenstahlilta 1936.

4.3.4 Kehot - miten urheilijaa katsotaan



Urheilijoihin on aina liittynyt eroottinen kiinnostus. Antiikin urheilijoita ei kuvattu alastomina pelkästään sankarimyytin takia. Sotšin TV-kuvassa eroottinen katse ei ole niin kaikenkattava kuin Riefenstahlilla, mutta erotisoivaa kuvaa on silti paljon. Eroa tuo luonnollisesti se, että Sotši on talviolympialaiset ja urheilijoilla on ulkovaatteet päällä. Mutta kun se on mahdollista - hallilajeissa kuten taitoluistelussa tai curlingissa - vaate vähenee. Vartaloa myötäilevät vaatteet ovat kuitenkin olleet normi jo vuosikymmeniä - ja niistä on keskustellaan jatkuvasti urheilun etiikan yhteydessä.



Seksikkyyttä on osa urheilun julkisuuskuvaa. Venäjän Anna Sidorova ja Saksan Alfred Schwarzmann.

Kilpailuissa urheilijat keskittyvät suoritukseensa eivätkä ulkonäköön. Eroottista on kuitenkin jo kauniisti liikkuva, hyväkuntoinen ihminen. Jos hän on viehättävä kentän ulkopuolellakin, suosio on varmaa ja TV-lähetysten ohjaajat ja tuottajat tietävät tämän. Hyvältä näyttäminen myös kentän ulkopuolella on oleellinen osa urheilumarkkinointia ja urheilijat ovat käytännössä pakotettuja hyväksymään tämän.



Liikettä ja musiikkia, kauniita vartaloita, esteettisiä konventioita - taitoluistelu ja voimistelu vierekkään.

4.3.5 Ikonisia elementtejä

Tietyt teemat, tapahtumat ja jopa kuvat ovat aivan toistensa kaltaisia sekä Berliinissä että Sotšissa - sekä kaikissa olympialaisissa niiden välissä. Olympiatulen matka avajaisissa kulkee täysin saman kaavan mukaan kuin sen ensimmäisellä matkalla Kreikasta Berliiniin. Urheilijat saapuvat areenalle joukkueittain marssien ja kisat päättyvät aina mahtipontisiin loppujuhliin.

Monet kilpailut näyttävät lähdöstä maaliin samalta kuin Berliini vuonna 1936. Kilpailua rytmittää tulostaulun ilmestyminen kuvaan, kamppailu päättyy voittajien noustessa palkintojenjakoon korokkeelle kansallislaulun soidessa ja lippujen noustessa tankoihin.



10 km hiihto ja maraton muistuttavat toisiaan sekä massalähdön että kilpailun kuvakerronnan osalta.



Palkintojenjako on Olympian ja Sotšin televisioinnin yhteinen toistuva elementti.



Mahtavat loppujuhlat ovat osa olympialaisten perinnettä. Sotšin ilotulitus ja Berliinin valonheittimet.

4.4 Ilmaisusta

Sotšin TV-kuvassa on paljon samankaltaisia elementtejä kuin *Olympia*-elokuvissa.

Olisi mielenkiintoista tutustua tarkemmin ennen *Olympiaa* tehtyihin 1920- ja 1930-lukujen urheiluelokuvaan jotta selviäisi, muuttuuko ilmaisu oleellisesti Riefenstahlin elokuvan jälkeen. 1920-30 -lukujen *newsreel* -urheilukuva vaikuttaa tyypillisesti olevan jäykkää, jalustakameralla kuvattua laajaa yleiskuvaa. British Film Councilin *The Great Game* -jalkapallokäsittelyssä vuodelta 1945 taas on selkeästi *Olympiaa* muistuttavaa tunnelmoivaa taustoitusta, yksityiskohtia tapahtumista, tyyliltään samankaltaista ristikuvausta ja toiminnan keskellä liikkuvaa kameraa. Mukana on jopa samankaltainen voimistelijoiden massaesitys.



MEN'S GIANT SLALOM			OLYMPIC RINGS
STANDINGS - RUN 1			
1	USA	7 TED LIGETY	1:21.08
2	CZE	28 ONDREJ BANK	1:22.01
3	ITA	20 DAVIDE SIMONCELLI	1:22.35
4	AUT	18 MATTHIAS MAYER	1:22.41
4	FRA	5 THOMAS FANARA	1:22.41
6	FRA	1 ALEXIS PINTURALT	1:22.44
7	AUT	3 MARCEL HIRSCHER	1:22.47
8	GER	2 FELIX NEUREUTHER	1:22.51
9	SUI	23 CARLO JANKA	1:22.52
10	FRA	10 STEVE MISSILLIER	1:22.58



Tulostaulun ilmaantuminen kuviin on aivan samanlaista Sotšissa ja Berliinissä. Kuten taulun sisältökin.

Riefenstahl ottaa elokuviansa kehykseksi kisapaikan, jonka rakennuksiin ja alueisiin palataan aina säännöllisesti. Sotšin kuvamateriaali toimii hyvin samalla tavalla - liki jokaisen uuden lajin aloittaa pieni tuokiokuva olympiakaupungista.

Kilpailujen draamallinen rakenne on myös samantyyppinen. Uusi laji esitellään jollakin oleellisella kuvalla, juoksuradalla tai välineidensä kanssa verryttelevällä urheilijalla. Sitten seuraa **lähtö-kilpailu-voitto-palkintojenjako** -kulku. Riefenstahlille tyypillistä kahden keskenään taistelevan urheilijan jännitettä ei TV-kuvassa juuri koskaan pyritä synnyttämään, 2014-vuoden urheilija kamppailee selvästi vain itseään vastaan.



Olympiatuli ei ollut natsien keksintö, mutta Berliinissä sitä käytettiin ensimmäisen kerran.



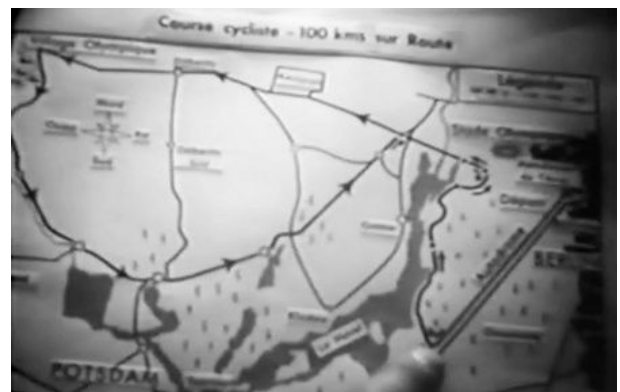
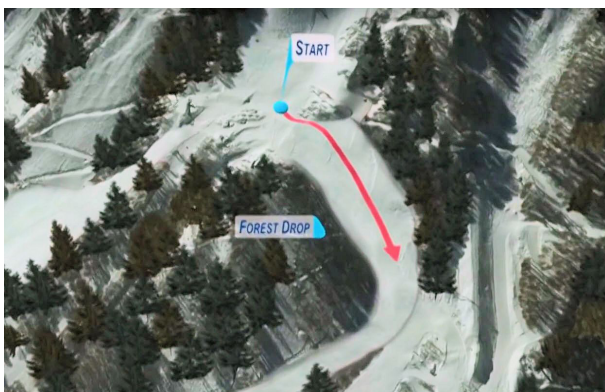
Palkintojenjako taas on hyvin samanlainen: ylväs sankari seisoo kansallisten symbolien keskellä voittoisana.

4.4.1 Liike ja läheisyys

Olympian keskeinen kuvallinen tekijä on liike. Liikettä on joka hetki ja paljon. Liput liehuvat, urheilijat liikkuvat tai kamera liikkuu. Erityinen liikkeen tyyli on kuvan poikki tapahtuva, usein diagonaalinen liike, jota kuvan suuri kontrasti (taustalla valkoinen taivas, musta yö) vielä tehostaa. Muutoin Riefenstahlin urheilija syöksyy kameraa ja katsojaa kohti. Nämä ovat oleellisia ilmaisukeinoja myös modernissa TV-urheilukuvassa. Niin lähdeissä kuin kilvan keskeltäkin löytyy aivan *Olympian* näköistä kuvaa.

Liikkeeseen liittyy liikkuva kamera. Niin *Olympiassa* kuin Sotšin TV-lähetyksessäkin liikkuvaa kameraa on materiaalista suurin osa. Kamera ajaa radalla, kulkee mukana käsivaralla tai lentäen. Ajo on selvästi oleellinen osa urheilukuvan dynaamisuutta. Seuraava yhdistävä tekijä on lähelle tuleminen. Jos 1920-luvun urheilukuva on kaukaa kuvattua, *Olympiasta* lähtien tullaan aivan urheilijaan kiinni, näkemään silmien ilmeet, hikipisarot kasvoilla ja ponnistelevat lihakset.

Läheltä katsomiseen liittyy eroottisuus. Kun Riefenstahl erotisoi urheilijaa omista lähtökohdistaan, moderni urheilukuva yhdistää seksikyyden mainontaan. Kauniit vartalot ovat täynnä **tuotemerkkejä**. Viehättävästä, virheettömästä ulkonäöstä lähtevä katsomisen tarve ja halu on silti aivan samaa.



Esitysgrafiikkaa. Pujottelun reittianimaatio kartalla Sotšissa ja maastopyöräilyn kartta Olympiassa.

Materiaaleista löytyy siis erittäin paljon samankaltaisuutta, mikä puoltaa ajatusta *Olympian* esikuvallisuudesta. Oikeastaan vain Riefenstahlin erikoisen avantgardistiset ylä- tai alakamerakulmat ja näkökulmakuvat nykyaikaisesta urheilusta puuttuvat. Ne eivät myöskään ole kovin tyypillisiä urheiluelokuvissa, mikä selittynee tyyli-ajankausilla. 1936 Euroopan kokeellinen elokuva vaikutti vielä voimakkaasti.

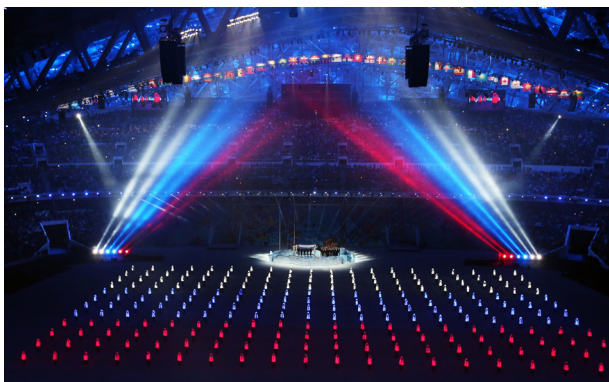
Sotšin materiaalin suuri ero on tietysti värillisyyden. Värien käyttöön myös selkeästi panostetaan - urheilijat pukeutuvat toinen toistaan loistavampiin pukuihin ja kilpailupaikat ovat täynnä värikkäitä mainoksia.

Kokeellisuus taas Sotšin kuvasta tuntuu kokonaan puuttuvan. Tulee ajatus, että televisiolähetys on työtä, dokumentaatiota jossa tapahtumat välitetään tehokkaasti katsojille mutta varsinaista luovaa työtä ei tehdä. Riefenstahl teki uuden kokeilua henkilökohtaisista syistä. Nyt samojen keinojen osaaminen on osa perusammattitaitoa, eikä työkaluilla leikitä. Näyttävät kamera-ajot, teknisesti virheetön kuva ja vauhdikas leikkaus ovat välttämätön osa kuvakerrontaa päivittäisessä ohjelmavirrassa, mutta silti vain perustyökaluja. Taide tehdään sitten erikseen.

4.4.2 Symbolit

Kuvassa näkyvä symboliikka on mielenkiintoista. *Olympian* symboliikasta kirjoitan edellisissä luvuissa. Sotšista on löydettävissä saman kansalliset symbolit - liput, hymnit ja maitaan edustavat urheilijat. Aivan uusi lisä ovat kaupalliset symbolit. Sotšin kuva on loppumatta täynnä *logoja*, yritysten nimiä ja sponsorien tuotteita sekä värimaailmaa. Lähes poikkeuksetta kaupallinen kuvallisuus peittää kansalliset symbolit. Vain alku- ja loppujuhla on selkeästi nationalistista kieltä kaikkialla toistuvina Venäjän lipun väreinä.

Sotšin kaupallinen mainonta luo kiinnostavan kontrastin - tuotteiden logot hyppäävät silmille hyvin aggressiivisesti - Niken kenkiä ja Fischerin laskettelusuksia pitäisi ostaa nyt heti. Kaupallinen sponsori haluaa tuottonsa nopeammin kuin poliittinen.



Venäjän lipun värit olivat usein näkyvissä Sotšissa eräänlaisena toistuvana väri- ja valoteamana.

5 Päätelmiä

5.1 Valtaa ja urheilua

Urheilun merkitys oli ymmärretty Saksassa jo varhain. 1935 julkaistussa poliittisen koulutuksen oppaassa (*Deutschland über Volk, Staat, Leibesübungen*) määriteltiin:

"Voimistelu ja urheilu ovat koulu kehon ja tahdon ottamiseksi Valtion palvelukseen. Epäpoliittinen urheilu on sietämätön ajatus Hitlerin valtiossa."



Diktaattorit käyttävät mielellään urheilua mielikuvamainonnassa, pitävätpä siitä itse tai eivät.

Muullakin urheilusta tuli poliittinen väline viimeistään sodan jälkeen. Neuvostoliitossa urheilu otettiin puolueen kontrolliin ja siellä se pysyi itäblokin hajoamiseen asti. Esim. Klaus Härön *Miekkailijassa* kommunistisen puolueen hallitsema urheiluopetus näyttäytyy kiehtovalla tavalla 1950-luvun sosialistisessa Virossa.

Sekä ihmisten hallinnan että propagandan välineenä urheilulla on erikoinen asema, sillä millään muulla yhteiskunnan toiminnalla ei ole valmiiksi yhtä valtavaa harrastajakuntaa. Urheilulla voi koskettaa yhtä aikaa miljardeja ihmisiä, niinkuin olympialaisten televisioinneissa. Urheilu on myös toimintana lähes valmis pohja propagandalle. Se on yksinkertaista, siinä voitot ja tappiot tapahtuvat **heti**, näkyvissä kentällä. Urheilusta puuttuu epävarmuus. Urheilu synnyttää luonnostaan *ihailua* voittajia ja samalla heidän tuottanutta järjestelmää kohtaan. Tämäkaltaiset yksinkertaistukset ja automaattiset reaktiot ovat propagandan keskeistä toimintatapaa.

Berliinin olympialaiset antoivat Hitlerille sisäpoliittisen vakauden ja ulkopoliittisen hengähdystauon, joka mahdollisti valmistautumisen ennen hyökkäyssodan alkua. Sotšin olympialaisia pidettiin kansainvälisesti viihdyttävänä ja onnistuneina. Ennätyksiä syntyi, ja mediaan jännittäviä pieniä skandaaleita huonokuntoisista majoituksista ja urheilijoiden seksiseikkailuista. Presidentti Putin tunsi asemansa vahvistuneen.

"Sijoitimme hyvin suuren määrän rahaa. Nyt ei ole oikea aika keskustella siitä, oliko sijoitus hyvä vai huono ..." Putin

5.2 Huomioita

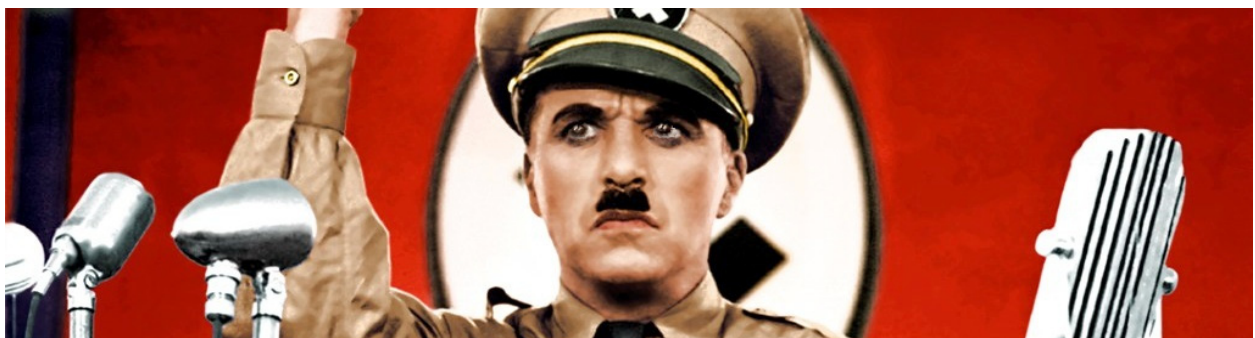
Olympia on hienovaraista vaikuttamista. Se ei tyrkytä ideologiaa, vaan avaa ikkunan virheettömään maailmaan, jossa yli-ihmiset kisailevat huolettomina keskenään. Kaikki on idealisoidun täydellistä, salskeat vartalot, upea valo, kaunis liike. Ei näy tuskaisia irvistyksiä, suoritukset ovat helppoja. Hiki on puhdasta ja seksikkään tuoksuista. Rumia ihmisiä ei ole, rimanpudotukset ja kaatumisetkin näyttävät onnistumisilta.

Göbbels piti parhaana tunteisiin vaikuttavaa, subliminaalista propagandaa. (27PP) Sen menetelmiä ovat positiivisia mielikuvia herättävät suggestio ja estetiikka (työkaluina *siirräntä, todistus, korttien pinoaminen, kelkkaan hyppääminen, kansallistunne, spehtaakkele, kauneuden viehätys*). Yleisö haluaa viihdettä, ei tietoa eikä ajattelua. Glamour, jännitys ja kauneus myy paremmin. Näyttää siltä, että onnistunut propagandafilmi tarvitsee myös hyvän tarinan, tuotantoarvot ja tähdet. (28PP)

Myös modernien tutkimusten mukaan hienovarainen propaganda on tehokkainta. Sotšin TV-lähetys on puhdasta (puhdistettua!) sankarien kilvoittelua, jossa ei puututa politiikkaan tai ongelmiin. Se tarjoaa katsojalle mahdollisuuden unohtaa arkihuolet ja elää ylätasoa fantasiaa, elokuvan tai TV-sarjan tapaan. Välitettävää propagandaa on se oletus, että vain tietynlainen yhteiskunta voi tarjota tämän miellyttävän olon. Katsojalle tarjotaan yhteenkuuluvuus sankareiden ryhmään ja sitä kautta vallanpitäjiin.

Propagandistin kannalta negatiivista on, että vaikutuksen syntyminen kestää kauan, viikkoja tai kuukausia. Silloinkaan musta ei muutu valkoiseksi, tunteenomaisella viestillä voidaan vain vahvistaa reaali maailman havaintoja. Muiden kannalta nämä esteet huoventavat. Ihminen ei onneksi ole miten vain muokattavissa, vaan suodattaa viestejä tietojensa ja kokemustensa kautta - hyvässä ja pahassa.

Propagandan tekee silti kaikkein voimakkaimmaksi se, ettei sillä ole totuusvelvoitetta. Propagandisti voi väittää mitä tahansa. Oikeanlainen havainto ratkaisee - totuus on vain lavaste, joka oikeasta kulmasta kuvattuna näyttää miltä tahansa. Joskus tämä pieni askel voi tehdä viestistä äärettömän houkuttelevan, hinnasta piittaamatta. Tämä *amoraalisuus* on vaarallista ja ajatteleva yhteiskunta asettaa sille rajoja, varojärjestelmiä.



5.3 Medialukutaito

Medialukutaito on kykyä nähdä viestin ilmiselvien merkitysten taakse, arvioida informaatiota kriittisesti ja punnita viestin lähettäjän pyrkimyksiä.

Medialukutaito on oleellinen osa vastustuskyvyssä haitallista viestiä, ihmisen informaatiovirusta vastaan. Se antaa yksilölle mahdollisuuden päättää, onko viesti hänelle eduksi vai vahingoksi. Mediakriittisyys on nykyisessä yhteiskunnassa yhtä tärkeää kuin myrkkukasvien tai miekkailutaidon tunteminen menneessä maailmassa. On joitain nyrkkisääntöjä tunnistaa propaganda (37Nz).

Varmuus. Todellisuudessa on harmaata, ei mustaa ja valkoista.

Huumorintajuttomuus. Huumori kyseenalaistaa, se on propagandalle myrkyä.

Vihollinen. Propagandisti etsii vihollisen jotta muu unohtuisi.

Johtaja. Suuren virheettömän johtajan luominen on varma merkki.

Helppous. Jos se tuntuu liian hyvältä ollakseen totta, se ei ole totta.

Onneksi propagandan tutkimus on paljastanut, että se on lähes tehoton muuttamaan mielipiteitä aivan toiseksi. Aivopesua propagandalla ei voi tehdä. Jo 30-luvun yleisö oli niin kasvanut elokuvakerrontaan, että se kykeni ohittamaan manipuloivat menetelmät. Yleisö ei suinkaan hyväksynyt filmeissä esitettyjä ideologioita noin vain. Propaganda on tehokkaimmillaan vahvistamaan vanhoja, jo olemassa olevia asenteita ja kertoessaan viestin, jonka vastaanottaja haluaa jo kuulla. Se on erinomainen sitomaan ihmisen tiukemmin ennestään tuttuun ryhmään ja asenteisiin. (28PP)



5.4 Historiaa

HOPE.

Leni Riefenstahlin *Olympia* on ollut piikki kriitikoiden lihassa puoli vuosisataa. Natsi-aatteen mainoksena se haluttaisiin unohtaa, mutta sen vaikuttavuus ja uudistavuus sekä dokumenttikerronnassa että urheilugenressä tekee siitä sivuuttamattoman. Se on pakko ottaa esiin merkityksensä takia. Toisaalta *Olympia* (kuten *Tahdon riemuvoittokin*) piilotetaan usein sivuhuomautuksiin, se löytyy lähdeluettelosta muttei tekstistä.

Riefenstahlin elokuvat ovat jääneet 1900-luvun muistiin ikonisena muistona natsien elokuvatyylisiä. Estetisoidut väkijoukot, arjalaiset sotilaat ja urheilijat ovat jääneet

ACTION.

historiaan kuin *Panssarilaiva Potemkin* tai *Citizen Kane* - ehkä vahvemmin, sillä natsien pahuuden "mainokset" ylittävät realismin rajat. Ne eivät ole pelkkää kuvaa, vaan pelottavaa ja kiihottavaa historiaa.

Toisen maailmansodan jälkeen propaganda muuttuu. 1950-luvun ihmisille syntyi ehkä sodan propagandakylvyssä vastenmielisyys ja vastustuskyky, heistä tuli mediakriittisiä. Mahdollisesti hallitukset ja tiedottajatkin olivat väsyneitä propagandan käyttöön. Ideologinen propaganda on elänyt hiljaiseloa. Kehittyvät maat tekevät vielä poliittista

CHANGE.

propagandaa, mutta länsimaisesta näkökulmasta se on rujoa parodiaa jolle voi nauraa YouTubessa.

1950-2000-lukujen ajatuksenmuokkaus suunnattiin kaupallisiin päämääriin. Mainonnan tutkijat löysivät uudelleen propagandistien tekemät havainnot ja mainonta kehittyi nopeasti - niin nopeasti, että keinoja alettiin kieltää. Subliminaalinen mainonta ja totta sekä mainosta sekoittavat *advertoriaalit* kiellettiin nopeasti, tuotesijoittelua valvotaan tarkkaan. 80-luvun mainonta on jo selvästi esteettistä mielikuvamainontaa, keinoiltaan

hyvin paljon *Olympian* kaltaista. Se vaikuttaa, mutta siitä ei tarkoituksellisesti saa kiinni, sitä on vaikea määritellä ja kieltää.

Ei ole eroa, myydäänkö puoluetta vai pesukonetta. Propagandan tekniikat soveltuvat molempiin. 2000-luvun uudet ideat mm. sosiaalisesta mediasta tai sissimarkkinoinnista ovat siirrettävissä politiikkaan. Ajatuksia mainostetaan ja liataan huhuihin ja vihapuheihin, ryhmien ympärille rakennetaan sädekehää tai piikkilankaa. Kuvia väärennetään ylistämään ja vahingoittamaan.

5.5 Ajatuksia

Vertailllessani *Olympiaa* ja Sotšin kuvamateriaalia löysin todella paljon yhtäläisyyksiä. Tieteellisellä varmuudella ei selviä, paljonko nykyisen urheilutelevision kuvakerronta perustuu nimenomaan *Olympiaan*. Siihen tarvittaisiin laajempi vertailututkimus. Selviä viitteitä kuitenkin on. Näkemäni 1930-luvun *newsreel*-urheilukuvat ovat jäykkää, kaukaa kuvattua kuvaa; *The Great Game* -dokumentti (1945) ja Kon Ichikawan elokuva *Tokio Olympiad* (1965) sisältävät selkeästi *Olympiaa* muistuttavaa visuaalisuutta. (37Nz) Nämä osoittavat, että oletus ei ainakaan ole selvästi väärä. Sotšin kuvamateriaali rinnastuu *Olympiaan* vähällä yrittämisellä.

Toinen tutkimuskohde, urheilutapahtumien käyttö (Saksan ja Venäjän) hallinnon etujen ajamiseen, näyttää selvältä. Olympialaisten rahoittamisen syyt, kansallisten symbolien korostaminen ja urheilun käyttäminen ideologisen viestin kiinnostavuutta lisäämään sekä vaikuttavan spektaakkelin tarjoaminen kansalle on analogista. Tästä mieltä ovat myös käyttämäni lähteet. Mm. Valtioneuvoston strategia Suomelle 2010 linjaa, että urheilua rahoitetaan nimenomaan kansallisten etujen takia (34UM).

Urheilukerronnassa ei näytä tapahtuneen suuria muutoksia välillä 1936-2014. Berliinin ja Sotšin välisestä kuvamateriaalista on mahdotonta helposti sanoa, mistä kilpailuista kuva on peräisin. Uusia kerrontatapoja on valtavirtamediassa minimaalisesti (taide-elokuvassa on kiinnostavia kokeellisia töitä, mutta ne eivät saavuta valtavirtaa). (38Sf)



Sekä Riefenstahlin *Olympian* että Sotšin olympialaisten vaikuttamiskeino ovat *spektaakkeli, euforia* ja *todistus* - mahtavan tapahtuman luoma innostus ja siitä seuraava positiivisuus. Molemmat ovat taitavaa, pitkäjänteistä propagandaa, sillä varsinainen agenda on mukana lähes subliminaalisesti, se jätetään luottavaisena vaikuttamaan tulevaisuudessa. Molemmat synnyttävät yhteenkuuluvuudentunteita sekä kansallisylpeyttä.

Samankaltaisuuksia on siis paljon ja muutosta hämmästyttävän vähän. Urheilun televisiointi on jatkuvasti lisääntynyt 1950-luvulta lähtien. Erityisen voimakasta kasvu on ollut vuoden 1984 Los Angelesin olympialaisten jälkeen. Urheilu on myös vasta-
vuoroisesti muuttunut visuaalisemmaksi, lähestynyt televisiota ollakseen helpompaa näyttää. (34UM) Nyt hyödynnetään koko ajan lähes kaikkia *Olympian* aikana kalliita ja erityistä ammattitaitoa vaativia tekniikoita. Voi ajatella, että *Olympia* on paljon aikaansa edellä - siinä nähdyt urheilun esittämisen metodit ovat tulleet tavanomaisiksi ja siirtyneet elokuvailmaisusta televisioon.

5.6 DIY - tee se itse

Työkaluja voi käyttää sekä hyvään että pahaan. Fiktioelokuvalla on sama halu vaikuttaa tunteisiin kuin propagandalla, niinpä propagandaa kannattaa tutkia oppiakseen.

Propaganda on parhaimmillaan mestari siinä, miten logiikka ja todellisuus työnnetään syrjään uskomattoman tieltä. Ohittaakseen torjunnan pitää puhua siitä, mitä vastaan-ottaja haluaa kuulla. Tavallaan propaganda on oppikirjakerrontaa - tarina on etusijalla. Viestinnässä edetään usein tarkoitus edellä ja mennään siksi vikaan. Taiteessa taas tyyli ylittää usein tarinan, eikä katsoja ymmärrä näkemäänsä.

Myös rytmiä haluan tutkia lisää. Riefenstahlin töissä rytmi on kaikki kaikessa, kauniit kuvat toistuvat hypnoottisesti loppumatta. Rytmi toimii niin hyvin, että tietoinen ajattelu unohtuu ja kuvat vain hyväksyy. Toki tärkeää on myös tekninen taitavuus ja kuvien kauneus, mutta rytmi sitoo ne yhteen teokseksi. Tavoitteenani on elokuvataide, jossa rytmisen kauneus kuljettaa kiinnostavaa tarinaa.



6 Loppusanat

"Ei riitä että ihmiset alistetaan aatteellemme - heidän pitää tulla siitä riippuvaisiksi." Göbbels

Leni Riefenstahlin kuvien kiehtovuus oli yksi syy aiheen valintaan. Halusin tiedostaa, mikä minua - ja lukemattomia muita - siinä viehätti. Päädyin tulokseen, että keskeistä on estetisointi ja fantasia. *Olympia* on kiiltokuva, johon ei kuulu epämiellyttävä. Se seuraa Homeroksesta alkavaa sankarimuotoa, jossa suuruus, sankaruus, urhoollisuus - ja seksikkyys - tekee hien ja veren sivuseikaksi. Gloria häikäisee. Teknisesti *Olympia* toteuttaa eepoksen taidokkaalla kuvauksella ja leikkauksen virheettömällä rytmillä.

Analyysini keskittyi huomattavan paljon kuvien herättämiin tunteisiin. Jälkikäteen ajatellen olisin voinut käyttää neutraalimpaa ja tiedostetumpaa tutkimusmetodia, purkaa kuvia osiin ja rakentamaan numeraalista arviointia. Vaikka sitä suunnittelin, en lopulta piirtänyt yhdestäkään *Olympian* kohtauksesta kamerakarttaa tai valaistusmallia. Päädyin ajattelemaan, että nykyään *Olympian* kuvat ovat teknisesti helppoja toteuttaa (innovaatiosta rutiiniksi!) ja vaikuttavuus on kokonaisuuden kokemuksessa. Myös Riefenstahlin itsensä työskentelytapa oli hyvin tunteenomainen, melkein psykoottisen intuitiivinen. Tunteissa kulkeminen sopinee siksikin metodiksi. Samoin natsiestetiikka eristää analyysin tunteista, joten olin oma ajanmukainen koe-eläimeni.

Toinen aiheenvalinnan syy oli pelko. Yläasteen historiantunneista asti propaganda on näyttänyt alkemialta, joka vastustamattomasti vie miljoonien ihmisten tahdon.

Tutkimusta tehdessäni sain hyvin positiivisen palkinnon. Löysin paljon todisteita siitä, että ihmiset ovat valtavasti vahvempia. Yleisö on herkkä haistamaan propagandan ja haraa joka vaiheessa aivopesua vastaan. Yksilö kykenee ajattelemaan myös itse! Tästä syntyi yllättävänkin voimakas huojentava kokemus. Mustavalkoinen marssiva demoni kutistui kameran etsimeen mahtuvaksi pikkunatsiksi.

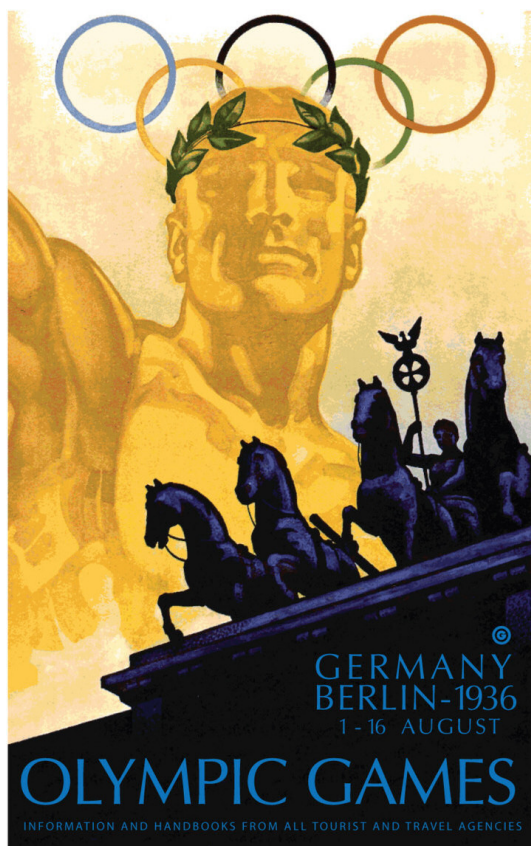
Kaiken kaikkiaan työni ei ole hiottu tieteellinen tutkimus propagandasta tai urheilupropagandan kuvakielestä. Se on osittain päiväkirja altistumisesta yhdelle vaikuttavimmista propagandateoksista ja tämän kokemuksen heijastamista omaan aikaani ja elämäni. Sellaisena uskon sen opettaneen minulle paljon.

Haluan tuotokseni antavan lukijalle kiinnostavia ja viihdyttäviä hetkiä, ehkä uusia ajatuksia ja löytöjä. Pyrkimykseni oli tehdä päättötyö, johon tutustuminen olisi sen verran kivaa, ettei tee mieli päättää myös päiviään. Toivottavasti olen onnistunut kohtuullisesti.



7 Lähdeluettelo

- 1RO Leni Riefenstahl, *Olympia part 1 - Festival of the Nations*, 1938, Saksa
- 2RO Leni Riefenstahl, *Olympia part 2 - Festival of Beauty*, 1938, Saksa
- 3LR Steven Bach, *Leni Riefenstahl: elämäkertä*, 2007, Otava, Helsinki
- 4YA Yle Areena <http://areena.yle.fi/tv>
- 5YU Yle Urheilun Sotši 2014 -sivut http://yle.fi/urheilu/suurtapahtumat/sotshi_2014/
- 6Yt YouTube <https://www.youtube.com/>
- 7WH Ray Müller, *The Wonderful Horrible Life of Leni Riefenstahl*, 1993, Saksa
- 8Wp https://en.wikipedia.org/wiki/Leni_Riefenstahl
- 9Ok Markku Siukonen, *Olympiakisat 100 vuotta*, 1996, Gummerus
- 10NC Noam Chomsky, *Ideologia ja valta 1*, 2002, Like, Helsinki
- 11AK Antti Karppinen, *Sirppi, vasara ja tähti*, WSOY 2006, Helsinki
- 12MR Marja Rantanen, *Aika avata silmät*, Kuva ja sana, 2007, Helsinki
- 13Km Masha Gessen, *Kasvoton mies - Putinin nousu Venäjän valtiaaksi*, 2012, Otava, Helsinki
- 14TR David Welch, *The Third Reich - Politics and Propaganda*, 1993, Lontoo
- 15SU Susan Sontag, *Under the Sign of Saturn*, 1981, Random House, New York
- 16HR <http://www.hrw.org/news/2014/01/14/russia-silencing-sochi-critics-intensifies-eve-olympics>
- 17PG *Putin's Games*, 2014, Cinephil Productions, Saksa
- 18Ho Anton Rippon, *Hitlerin olympialaiset*, 2013, Minerva, Helsinki
- 19TP Hilmar Hoffmann, *The Triumph of Propaganda*, 1996, Berghahn Books, Oxford
- 20Hi https://en.wikipedia.org/wiki/Adolf_Hitler
- 21VP https://en.wikipedia.org/wiki/Vladimir_Putin
- 22Ud Ants Laaneots, *Putinin Venäjän uusi doktriini*, 2014, Suomen Sotilas, Helsinki
- 23Bo Stephanie Viggiano, *Bodies represented in Leni Riefenstahl's Olympia*, 2011
- 24WS https://en.wikipedia.org/wiki/2014_Winter_Olympics
- 25BT International Business Times, <http://www.ibtimes.com/>
- 26JS Janne Seppänen, *Visuaalinen kulttuuri*, 2005, Vastapaino, Tampere
- 28WO https://en.wikipedia.org/wiki/Olympia_%281938_film%29
- 28PP Nicholas reeves, *The Power of Film Propaganda*, 1999, Cassell, Lontoo
- 29Wp https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_techniques
- 30Sp *7 Propaganda Techniques* <https://www.youtube.com/watch?v=q8R9MDt4jEc>
- 31Pt *Propagandan työkalut* <https://fi.wikipedia.org/wiki/Propaganda>
- 32Do Erik Barnouw, *Documentary*, Oxford University Press, 1974
- 33FH Thompson, Bordwell, *Film History*, McGraw-Hill, New York, 2010
- 34UM Maija Alasentie, *Urheilumenestyksen merkitys kansalliselle identiteetille*, Jyväskylän YO, 2011
- 35PD Katri Pynnöniemi, <http://politiikasta.fi/propagandan-ja-disinformaation-maarittelysta/>
- 36US Mäkelä, Pirttimäki, *Median ja urheilun välinen suhde*, DIAK 2010
- 37Nz Karthik Narayanaswami, *Analysis of Nazi Propaganda*, Harvard University, 2011
- 38Sf Bruce Babington, *The Sports Film*, Wallflower, 2014, New York
- 39IS Saara Jantunen, *Infosota*, 2015, Otava



8 Liitteet

8.1 Propagandan keinoja, selitykset

Nimittely *Name-calling*

Nimittelyn avulla vastustettava henkilö tai ajatus yhdistetään kielteiseen symboliin. Yleisiä haukkumanimiä ovat esim. "kommari", "fasisti", "sika", "rasisti", "terroristi".

Kimalteleva yleistys *Glittering generalities*

Mairittelevilla yleistyksillä propagandisti hakee ajamilleen asioille hyväksyntää yhdistämällä ne alitajuisesti käsitteisiin, joista yleisöllä on myönteinen mielikuva. Näitä ovat esim. sivistys, kristillisuus, hyvä, demokratia, isänmaallisuus.'

Kiertoilmaukset *Eufemism*

Käyttämällä ikävistä asioista pehmenettyjä ja latteita kiertoilmauksia propagandisti voi saada ne tuntumaan hyväksyttävämiltä. Esim. "maahanmuuttokriittinen".

Siirräntä *Transfer*

Propagandisti voi siirtää yleisön arvostaman auktoriteetin alitajuisesti johonkin, jonka hän haluaa yleisön hyväksyvän. Tällainen voi olla esim. kirkko tai eduskunta ja sitä voi edustaa tunteita herättävä symboli kuten risti, lippu tai presidentti.

Todistus *Testimonial*

Suosittuja ihmisiä - näyttelijöitä, tiedemiehiä - käytetään propagandassa nostamaan propagoitavan asian arvoa, vaikka heillä ei olisikaan mitään asiantuntemusta.

Tavallinen kansa *Plain-folk*

Poliitikot ja mainostajat vetoavat usein siihen, että he ja heidän ajatuksensa olisivat "kansanomaisia". He väittävät olevansa "eliittiä" vastaan ja "tavallisen kansan" puolella.

Korttien pinoaminen *Card-stacking*

Manipuloiva tapa esittää asiasta vain halutut puolet halutussa järjestyksessä, jotta asia vaikuttaisi myönteiseltä. Kielteiset puolet jätetään esittämättä tai niitä vähätellään.

Kelkkaan hyppääminen *Bandwagon*

Propagandisti hyödyntää ihmisten tarvetta olla "voittavassa joukkueessa". Hän haluaa saada yksilöt ajattelemaan ja toimimaan yhtenä ryhmänä.

Pelko *Fear*

Pelko on helppo tapa ohjata ihmisen toimintaa. Propagandisti luo pelon - ja mikä tärkeintä - todellisen tai kuvitellun, tehokkaalta tuntuvan tavan torjua uhka.

Henkilökultti *Cult of Personality*

Poliittisen johtajan ympärille rakennetaan ylistystä ja hänet nostetaan ainutkertaisen mytologisen sankarin asemaan propagandan keinoin. Kulttihenkilöön tunnetaan luottamusta, joka estää kaiken kyseenalaistamisen ja toimii perusteluna kaikille tämän toimille. Totalitaarisille järjestelmille henkilökultti on lähes välttämätön.

Euforia *Euphoria*

Nautintoa tai onnellisuutta tuottavaa tapahtumaa käytetään vaikuttamaan mielihyväkokeeseen. Hyvinvointia voidaan aikaansaada esim. julistamalla vapaapäiviä, jakamalla luksustuotteita tai järjestämällä sotilasparaati. Tapahtuman aiheuttama hyvä olo yhdistyy sanomaan: "puolueen paraatit ovat hienoja, puolueen täytyy olla mukava".

Ehdollistuminen *Operant Conditioning*

Ehdollistuminen on oppimista, jossa ärsykkeiden välille syntyy mielle-yhtymä. Esimerkiksi viehättävän henkilön ostamat tuotteet alkavat vaikuttaa miellyttäviltä. Propagandafilmissä saatetaan näyttää toiminnan (lojaalisuuden, sankaruuden) johtavan kiitokseen ja palkintoihin. Ehdollistuminen on myös *toiston* taustavaikuttaja.

Toisto *Ad Nauseam*

Tekniikka, jossa viestiä toistetaan väsymättä loputtomasti. Riittävän monta kertaa toistettu yksinkertainen viesti saattaa alkaa vaikuttaa todelta, vaikkei mitään muita todisteita ole. Toisto tunnetaan mainonnassa nimillä *sleeper effect* - vaikka mainos ei alkuun vaikuttaisi tai sitä pidettäisiin tökerönäkin, pitkäaikainen toisto vaikuttaa silti käyttäytymiseen viikkojen ja kuukausien kuluessa.

Propagandan jaottelua

Valkoinen propaganda - "valikoiva totuus". Maailmankuvaa yksinkertaistamalla luodaan vääristynyt kuva todellisuudesta.

Harmaa propaganda - totuuden ja valheen yhdistelmä, jossa totuus lisää valheen uskottavuutta.

Musta propaganda - täysin valheellinen väite.

<https://fi.wikipedia.org/wiki/Propaganda>

https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_techniques

8.2 Kuvaluettelo

sivu kuva(us)

- 6 Olympia, kuvakaappaus videolta
- 7 Lipunnosto Iwo Jimalla 1945, Joe Rosenthal
- 8 Neuvostoliittolainen propagandajuliste, 1940-luku
- 9 Naisten maailmancup 2015, Jonathan Hayward/The Canadian Press
- 10 Setä Sam, amerikkalainen propagandajulista, J.M. Flagg 1917
- 11 Mao Zedong vieraillee koulussa, Kiina 1959
- 12 Kiiinalainen propagandajuliste, 1950-luku
- 13 Why We Fight, amerikkalainen propagandaelokuvasarja, 1943-45.
- 14 Disneyn propaganda-animaatio Der Fuehrer's face, 1943.
- 15 Kim Jong-il tarkastaa elokuvatuotantoa, Pohjois-Korea
- 16 Donald Trump, CNN 2015
- 17 Logo, Nike Corporation
- 18 Elokuvajulisteet, Saksan propagandaministeriö 1935-1940
- 19 Neuvostoliittolainen propagandajuliste, Boris Efimov 1941
- 20 Lippu, Euromaidan press, Ukraina
Putin-propagandakuvia, 2009-2013, Reuters
- 21 Jelena Isinbaieva, Moskova 2013, Sputnik Images
- 22 Berliinin olympialaisten juliste, Saksa 1936
- 23 Berliini 1936, Carl and Liselott Diem Archive
Olympia, kuvakaappaus videolta
- 24 Kreikkalaiset soturit, 600 e.a.a. De Agostini/Getty Images
- 25 Leni Riefenstahl, 1930
- 26 Hitler ja Riefenstahl, 1935-1936, Saksa
Tahdon riemuvoitto, kuvakaappaus videolta
- 27 Hitler-kortti, Varusteleka Oy
- 28 Olympia, julisteita ja alkutekstit, 1938
- 29 Olympia, tuotantokuvia, mm. Getty Images
- 30 Olympia, tuotantokuvia
- 31 Berliinin olympiastadion, 1936
Tahdon riemuvoitto, kuvakaappaus videolta, 1934
- 32 Albert Fanckin elokuvat, kuvakaappauksia videolta
- 33 Olympia, kuvakaappaukset videolta
- 34 Olympia, kuvakaappaukset videolta
- 35 Olympia, kuvakaappaukset videolta
- 36 Olympia, kuvakaappaukset videolta
- 37 Olympia, kuvakaappaukset videolta
- 38 Olympia, kuvakaappaukset videolta
- 39 Olympia, kuvakaappaukset videolta

- 40 Olympia, kuvakaappaukset videolta
41 Olympia, kuvakaappaukset videolta
42 Göbbels puhuu 1938, Propagandaministeriö, Hugo Jager
Olympia, kuvakaappaukset videolta
43 Olympia, kuvakaappaukset videolta
44 Olympia, kuvakaappaukset videolta
45 Olympian tuotantokuvia; Jesse Owens 1936
Kalenterikuvia, Arthur Elgort 1990
46 Olympia, kuvakaappaukset videolta
47 Olympia, kuvakaappaukset videolta
48 Olympia, kuvakaappaukset videolta
49 Olympia, kuvakaappaukset videolta
50 Reichsrundfunkin tallenne Hitlerin olympiapuheesta
51 Olympian ensi-ilta 1938, saksalainen lehtikuva
53 Sylvain Dufour Sotšissa 2014, Reuters
55 Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
56 Mielenosoittajia Moskovassa 2014, Dmitry Lovetsky/AP
57 Sotšin tv-kameroita; Berliinin kamerakalustoa, BBC
Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
58 Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
59 Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
60 Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
61 Urheilijat, Shutterstock
Anna Sidorova, Venäjä, 2014; Schwarzmann, Saksa 1036
Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
62 Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
63 Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
64 Lontoon olympialaiset, 1948, BBC
Olympia / Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
65 Sotšin TV-kuva, kuvakaappaukset videolta
66 Putin Sotšissa 2014; Hitler Berliinissä 1936, Olympia kuvakaappaus
67 Elokuvajuliste The Great Dictator, Charles Chaplin, 1940
68 Pohjois-Korealainen propagandajuliste
69 Iskulauseita Barack Obaman kampanjamateriaalista, 2007
70 Kaiuttimia Koreoiden rajalla, The Korea Times, 2015
71 Sotaharjoitukset, Etelä-Korea, forces.tv, 2015
73 Sotšin olympialaisten postimerkkisarja, Venäjä 2014
75 Berliinin olympialaisten juliste, Saksa 1936