

MAANPUOLUSTUSKORKEAKOULU

**STRATEGINEN KOMMUNIKAATIO SOSIAALISESSA MEDIASSA – TUTKIMUS-
KOHTEENA LIBYA**

Kandidaatintutkielma

Kadetti

Ville Timgren

99. Kadettikurssi

Maasotalinja

maaliskuu 2015

MAANPUOLUSTUSKORKEAKOULU

Kurssi	Linja
Kadettikurssi 99	Maasotalinja
Tekijä	
Kadetti Ville Timgren	
Tutkielman nimi	
Strateginen kommunikaatio sosiaalisessa mediassa – tutkimuskohteena Libya	
Oppiaine, johon työ liittyy	Säilytyspaikka
Strategia	MPKK:n kurssikirjasto
Aika	Tekstisivuja 26
maaliskuu 2015	Liitesivuja 0
TIIVISTELMÄ	
<p>Tutkimuksen tavoitteena oli muodostaa teoriapohja strategisesta kommunikaatiosta ja tämän kautta vastata tutkimuskysymyksiin. Päätehtävänä oli analysoida William Haguen ja Anders Fogh Rasmussenin twiittejä vuoden 2011 libyan kriisin ajalta. Tutkimuksen kirjallisuuskatsauksella vastasin sivututkimuskysymyksiin ja loin teoriapohjaa sekä strategisesta kommunikaatiosta että viestinnästä tutkimukseeni. Tutkielmassa vastattiin päätutkimuskysymykseen: Miten strategista kommunikaatiota voi käyttää sotilasoperaatiossa, kun viestikanavana on sosiaalinen media? Aiheeni on median ja viestinnän muutoksen aikakaudella ajankohtainen ja mielenkiintoinen myös sotataidollisesta näkökulmasta.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytin tekstianalyysiä ja kirjallisuuskatsauksella loin kuvan strategisesta kommunikaatiosta, johon peilasin ja jonka pohjalta analysoin Haguen ja Rasmussenin Twitter -viestintää. Viesteistä etsin eritoten viitteitä kansallisen narratiivin edistämiseen, responsibility to protect periaatteeseen sekä oikeutuksen hakemiseen länsikoalition toimille.</p> <p>Tutkimuksen perusteella havaitaan, että sekä Haguen että Rasmussenin viesteistä löytyy strategisen kommunikaation periaatteet ja heidän viestintä on ollut tavoitejohtoista. Molempien viestinnän diskurssit keskittyvät libyalaisiin siviileihin ja r2p -periaatteeseen. Molempia edellä mainittuja käytetään hyödyksi omien toimien oikeuttamiseen, eikä Haguen ja Rasmussenin viestinnässä ole suuria eroja tässä mielessä.</p>	
AVAINSANAT	
Strateginen kommunikaatio, Sosiaalinen media, Viestintä, Libya,	

STRATEGINEN KOMMUNIKAATIO SOSIAALISESSA MEDIASSA – TUTKIMUSKOhteena LIBYA

SISÄLLYS

<i>STRATEGINEN KOMMUNIKAATIO SOSIAALISESSA MEDIASSA – TUTKIMUSKOhteena LIBYA</i>		<i>1</i>
1	JOHDANTO – TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT	1
1.1	TUTKIMUS	2
1.2	KÄSITTEITÄ.....	3
2	SOSIAALINEN MEDIA - MUUTOS PERINTEISTEN MEDIOIDEN AIKAKAUDESTA	5
3	STRATEGINEN KOMMUNIKAATIO	10
3.1	NATON STRATEGISEN KOMMUNIKAATION OHJE	15
3.2	YHDISTYNYT KUNINGASKUNTA JA STRATEGINEN KOMMUNIKAATIO	17
4	HAGUEN JA RASMUSSENIN VIESTINTÄ LIBYAN INTERVENTION AIKANA	20
4.1	SOTILAALLINEN INTERVENTIO LIBYASSA	20
4.2	VIESTINTÄ TWITTERISSÄ STRATEGISEN KOMMUNIKAATION NÄKÖKULMASTA.....	21
5	PÄÄTELMÄT.....	24

LÄHTEET

STRATEGINEN KOMMUNIKAATIO SOSIAALISESSA MEDIASSA – TUTKIMUSKOHTEENA LIBYA

1 JOHDANTO – TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

Sosiaalinen media on kasvanut 2000-luvun alkupuolelta tähän päivään saakka. Poliittinen viestintä sosiaalisessa mediassa on yleistynyt erittäin nopeasti ja sosiaalisen median rooli tiedottamisen ja viestinnän kanavana on vahvistunut jatkuvasti.¹ Toisaalta sosiaalisen median poliittisen viestinnän välineenä on nähty myös heikentävän mahdollisuuksia kontrolloida imagoa ja viestintää.² Tähän ongelmaan pyritään löytämään ratkaisu strategisen kommunikaation keinoin. Strateginen kommunikaatio käsittää viestinnän organisaation jokaisella tasolla ja pyrkii luomaan siitä yhtenäistä ja hallitusti johdettua. Osalla sotilasorganisaatioista kuin myös muilla valtiollisista toimijoista on omat strategisen kommunikaation ohjeensa. Viestimällä kansallista narratiivia pyritään kertomaan itsellemme ja maailmalle siitä, keitä me olemme, mikä maailmankuvamme on ja mikä on haluamamme loppuasetelma.³

Sotilaallinen strateginen kommunikaatio näkee mahdollisuuksia vaikuttaa konfliktin lopputulokseenkin kommunikaation keinoin, mutta keskittyy myös perustelemaan konfliktin oikeutusta ja levittämään omaa kansallista narratiivia. Strategisen kommunikaation kulmakivenä on sen jalkauttaminen organisaation joka tasolle ja siksi onkin mielenkiintoista tutkia kuinka organisaation tai valtion huippuviroissa on onnistuttu käyttämään strategisen kommunikaation oppeja.

¹ Yle Uutiset, Viitattu 12.4.2014

² Suomen vaalitutkimusportaali, Viitattu 12.4.2014

1.1 Tutkimus

Tutkimuksessa tulen tarkastelemaan Yhdistyneet kuningaskunnat ulkoministerin William Hagen ja Naton pääsihteeri Anders Fogh Rasmussenin Twitterissä viestintää sosiaalisessa mediassa käyttäen tutkimuskohteena Libyan interventio vuonna 2011. Tarkastelen viestejä Naton lentokieltoalueen johtovastuun alkamisesta 31.3.2011 Naton sotilaallisen voiman käytön mandaatin loppumiseen Libyassa 31.10.2011. Pyrin vertailemaan tekstianalyysin keinoin Hagen ja Rasmussenin viestejä keskenään ja tarkastelemaan näkyvätkö strategisen kommunikaation periaatteet heidän viestinnässään ja millä tavalla. Pääpaino tutkimuksessa on selvittää, miten Libyan kriisi on näkynyt kansainvälisenä poliittisena viestintänä sosiaalisen median Twitter-kanavassa William Hagen ja Anders Fogh Rasmussenin tileillä ja onko viestintä ollut strategisen kommunikaation periaatteiden mukaista. Primäärilähteinä käytän Hagen ja Rasmussenin henkilökohtaisia Twitter- tilejä @WilliamJHague ja @AndersFoghR.

Tutkielmassa vastataan seuraavaan päätutkimuskysymykseen: Miten strategista kommunikaatiota voi käyttää sotilasoperaatiossa, kun viestikanavana on sosiaalinen media?

Alatutkimuskysymykset ovat:

1. Mikä on painopiste Hagen ja Rasmussenin viestinnässä?
2. Miten Naton ja Yhdistyneen kuningaskunnan toteutunut strateginen kommunikaatio Twitterissä ovat eronneet toisistaan?
3. Onko Hagen ja Rasmussenin viestintä Twitterissä yhteneväinen liittouman linjan kanssa?

Todettakoon, että erittäin nopeasti muuttuvan sosiaalisen median alalla Libyan interventio on tarpeeksi tuore tapahtumaketju tarjotakseen kohtalaisen ajantasaista tietoa, mutta myös tarpeeksi etäällä historiassa, jotta tarjolla on primäärilähteiden lisäksi varteenotettavaa tutkimustietoa. Käytän lähteinä Hagen ja Rasmussenin Twitter tilien lisäksi muutamia kirjallaisia lähteitä selittämään strategisen kommunikaation teoriaa sekä useita internet-lähteitä.

³ Sirén, T., Huhtinen, A. & Toivettula, M. 2011, s.15

Näkemyksistä strategisen kommunikaation teoriasta poikkeaa jonkin verran eri tahojen välillä. Naton strategista kommunikaatiota ohjaa asiakirja nimeltään NATO Strategic Communications Policy⁴. Ison-Britannian hallituksen näkemystä strategisesta kommunikaatiosta ja valtiollisesta viestinnästä selittävät muun muassa teokset Strategic Communications and National Strategy (2011), joka on Catham Housen⁵ julkaisema selvitystyö, sekä Proactive Government Communications Plan 2012/13.

Twitter-viestit eli ”twiitit” ovat omanlaisensa kommunikaation muoto ja viestit on rajattu 140 merkkiin. Rajallinen merkkimäärä tuo sisällön luomiseen haasteen ja haaste voi välittyä myös tweettien tulkitsemiseen. Tarkoitus on mahdollistaa samaan asiayhteyteen tai viestinnän tyyliin liittyvien viestien vertailu kohdehenkilöiden välillä ja käyttää tarkasteluni teoriapohjana strategisen kommunikaation teoriaa.

Twitterin käyttäjämäärä on kasvanut 2010 luvun alun noin kolmestakymmenestä miljoonasta kuukausittain aktiivisesta käyttäjästä 2014 vuoden lopun 288 miljoonaan kuukausittain aktiiviseen käyttäjään.⁶ On epäselvää, onko strategisen kommunikaation teoriaa vuonna 2011 vielä saatu sisällytettyä sosiaalisen median viestintään vai onko verrattain uusi media unohdettu matkasta ja jätetty muutoin viestintää kontrolloivan strategisen kommunikaation ohjeiden tai teorian käytäntöön soveltamisen ulkopuolelle.

1.2 Käsitteitä

Nato

Pohjois-Atlantin liitto, poliittinen sotilaallinen liittouma

R2P

Responsibility to protect: Ajatus, jonka mukaan valtion tulee suojella kansaansa sotarikoksilta, kansanmurhilta jne. ja kansainvälisellä yhteisöllä on vastuu auttaa tässä

YK:n turvallisuusneuvosto

Arvioi kansainvälisten kriisien uhkia ja päättää mahdollisesta reagoimisesta

⁴ NATO Strategic Communications Policy, 2009

⁵ Catham House on Yhdistyneen kuningaskunnan kuninkaallinen itsenäinen ulkoasiain instituutti

⁶ Statista, Viitattu: 24.3.2015

Kognitiivinen dissonanssi

Kahden keskenään ristiriitaisen ajatuksen (kognition) luoma jännite

Narratiivi

Suullinen tai kirjallinen kertomus tai tarina. Tässä työssä käytetty kuvaamaan poliittista kerronnallisuutta

Diskurssi

Ajattelutapojen ja olettamusten kokonaisuus, joka määrittää tietyn aiheen kielenkäyttöä ja sitä, miten siitä voidaan puhua tai ajatella

2 SOSIAALINEN MEDIA - MUUTOS PERINTEISTEN MEDIOIDEN AIKAKAUDESTA

Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, joka keskittyy vuorovaikutteisen ja käyttäjälähtöisen sisällön tuottamiseen ja ihmisten välisten suhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen.⁷ Sosiaalisen median palvelut, kuten Facebook, Twitter ja YouTube, helpottavat verkostoitumista ja yhteisöjen luomista, joissa vuorovaikutusta ja sisältötuottamista ei voi erottaa toisistaan.⁸ Keskeisiä tekijöitä ovat monien eri henkilöiden osallistuminen sisältötuotantoon ja -arviointiin, erilaiset ja moninaiset roolit sekä välitön vuorovaikutteisuus. Sisällöntuotantoon osallistuvat erilaiset yksilöt ja nimenomaan vertaiset, sillä aktiivisuus ja osaaminen ratkaisevat hierarkkisen aseman sijaan.⁹

”Sosiaalisen median voima osana yhteiskunnallista vaikuttamista perustuu nimenomaisesti sen sosiaaliseen, vuorovaikutteelliseen ja osallistavaan luonteeseen.”¹⁰ Sosiaalisen median voidaan nähdä haastavan vallanpitäjiä ja sen nopeaan sensuuriin onkin vain rajallisesti mahdollisuuksia. Filippiineillä vuonna 2001 nähtiin yksi sosiaalisen median mahdollisuuksien esinäytöksistä, kun yli miljoona ihmistä kokoontui muutaman päivän sisällä Manilan keskustaan osoittamaan mieltään korruptoituneen presidentti Joseph Estradan vastaisten todisteiden hautaamista vastaan. Sana levisi välittämällä yksinkertaista ja lyhyttä tekstiviestiä.¹¹

Sosiaalisen median sisältötuottamisen keskiössä on tavallinen yksilö, joka jakaa sisältöä vertaisille. Tästä syystä myös poliittisten vaikuttajien nähdään sosiaalisen median piirissä käyttävän näennäisesti enemmän omaa harkintakykyä ja valtaa, kuin muissa viestintäkanavissa. On helpompaa ajatella twiitin olevan pääministerin täysin omaa tekstiä kuin vaikkapa puheen tai tiedotteen. Osa poliitikoista myöntää julkisesti omien viestiensä sosiaalisessa mediassa olevan avustajien kirjoittamia. Esimerkiksi Puolustusvoimien komentaja kenraali Jarmo Lindberg merkitsee itse kirjoittamiensa viestien perään omat nimikirjaimet. Muut viestit ovat avustajan käsialaa.

⁷ Auvinen, A-M. s.14

⁸ Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2012 s.36-40

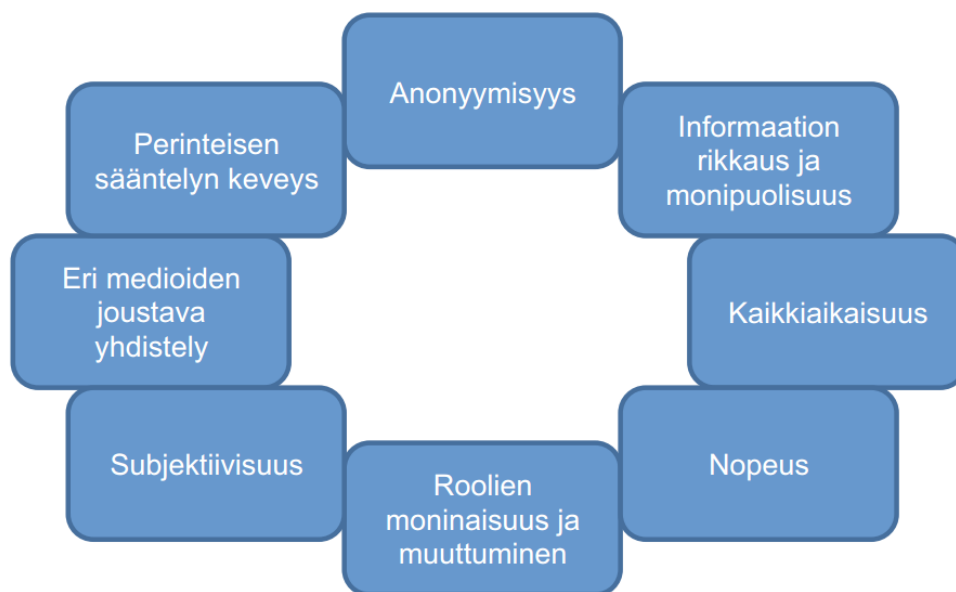
⁹ Auvinen, A-M. s.14

¹⁰ Auvinen, A-M. s.6

¹¹ Shirky, C. 2011

Sosiaalisella medially on tärkeä rooli tiedon välityksessä ja yhteiseen asiaan uskomisen vahvistamisessa.¹² Sosiaalinen media ei muodosta kovin selkeää kokonaisuutta, sillä esimerkiksi Facebookissa olennaista on ihmisten välinen vuorovaikutus ja sosiaalisten verkostojen rakentaminen. Twitter on taas lähempänä joukkoviestintää, sillä passiivisten seuraajien määrä on aktiivisten twiittaajien määrää huomattavasti suurempi.¹³ Tärkeää on se, kuinka kansan mahdollisuudet päästä paremmin käsiksi tietoon, osallistua julkiseen keskusteluun ja kollektiiviseen toimintaan ovat parantuneet.¹⁴

Julkisuudessa käydyllä keskustelulla, johon sosiaalisessa mediassa toteutettu viestintä voidaan lukea, kansa saa tietoon päätöksiä, joita heidän valitsemansa edustajat ovat tehneet. Kansalaiset voivat myös olla avaintekijänä ja voivat vaikuttaa sekä jossain määrin myös kontrolloida ulkopoliittikan päätöksiä.¹⁵ Overbeck väittää Euroopasta tietystä mielessä puuttuvan kunnollisen julkisen keskustelun. Tämä on haitallista EU:n demokratisoitumiselle ja suurena tekijänä tässä on yhteisen kielen ja yhteisten mediakanavien puuttuminen. Sosiaalinen media paikkasi tätä kuilua keskustelussa Libyan kriisistä ja länsimaiden siihen osallistumisesta, joskin vain rajallisesti.



Kuva 1: Kahdeksan sosiaalisen median tuomaa muutosta¹⁶

¹² Auvinen, A-M. s.7

¹³ Seppänen, J. & Väliaverronen, E. 2012 s.36-40

¹⁴ Shirky, C. 2011

¹⁵ Overbeck, M. 2014 s.585

¹⁶ Auvinen, A-M. s.9

Ajatuspaja Suomen Toivo on listannut kahdeksan muutosta, jotka sosiaalinen media on tuonut yhteiskunnalliseen viestintään. En aio pureutua kaikkiin osiin, sillä on selvää, että esimerkiksi yhteiskunnallisten vaikuttajien on pakko esiintyä omalla nimellään eikä anonyymisti sosiaalisessa mediassa.

Informaation rikkaus ja monipuolisuus tarkoittaa sitä, että käyttäjät voivat käyttää rinnakkain ja lomittain useita eri medioita. Voidaan puhua remediaatiosta, joka tarkoittaa sitä, että muut mediat käyttävät, muokkaavat ja järjestelevät jostain muusta mediasta saatua sisältöä. Informaation rikkauden ja monipuolisuuden käänttöpuoli on informaatiotulvan vaikea hallittavuus ja haaste tarkistaa ja arvioida uutisten ja sisältöjen taustoja ja lähteitä.¹⁷ Perinteisestä journalismista poiketen sosiaalisen median tieto voi olla täysin verifioimatonta toisin kuin esimerkiksi painetussa mediassa.

Sosiaalisen median myötä tiedonjakaminen ei ole enää aika tai paikkasidonnaista. Ei ole myöskään olemassa eristäytyneitä paikkoja ja jossain määrin ei edes eroa yhteiskunnallisten vaikuttajien yksityisellä ja julkisella elämällä. Tiedonjako on nopeaa ja osaltaan juuri nopeuteen perustuu sosiaalisen median käytännöllisyys yhteiskunnallisissa murroksissa. Reaaliaikaisuuden ansiosta arabikevään aikana mielenosoittajien oli mahdollista välittää aika- ja paikka-tietoa, sekä tiedottaa niin toisilleen, kuin myös muulle maailmalle tapahtumista.¹⁸

Roolien moninaisuus ja niiden muuttuminen ilmenee usein hierarkioiden puutteena. Yhteiskunnallisen vaikuttajan on hyvä ymmärtää, että erilaisissa rooleissa on hyvä osata toimia ja, että tärkeitä rooleja on monia.¹⁹ Sisällön runsauden vuoksi syntyy myös enemmän sisältöä, joka tarkastelee asioita ja ilmiötä subjektiivisesti ja rajoittuneesta näkökulmasta. Tämän myötä käyttäjät voivat myös tahallaan tai huomaamattaan valikoida median virrasta omaan ajatusmaailmaan sopivat lähteet ja argumentit ja ohittaa siihen sopimattomat.²⁰ Toisin sanoen informaatiokuplan muodostuminen on kohtuullisen yleistä jopa Googlen ohjatessa hakutuloksia käyttäjän edellisten hakujen mukaan.

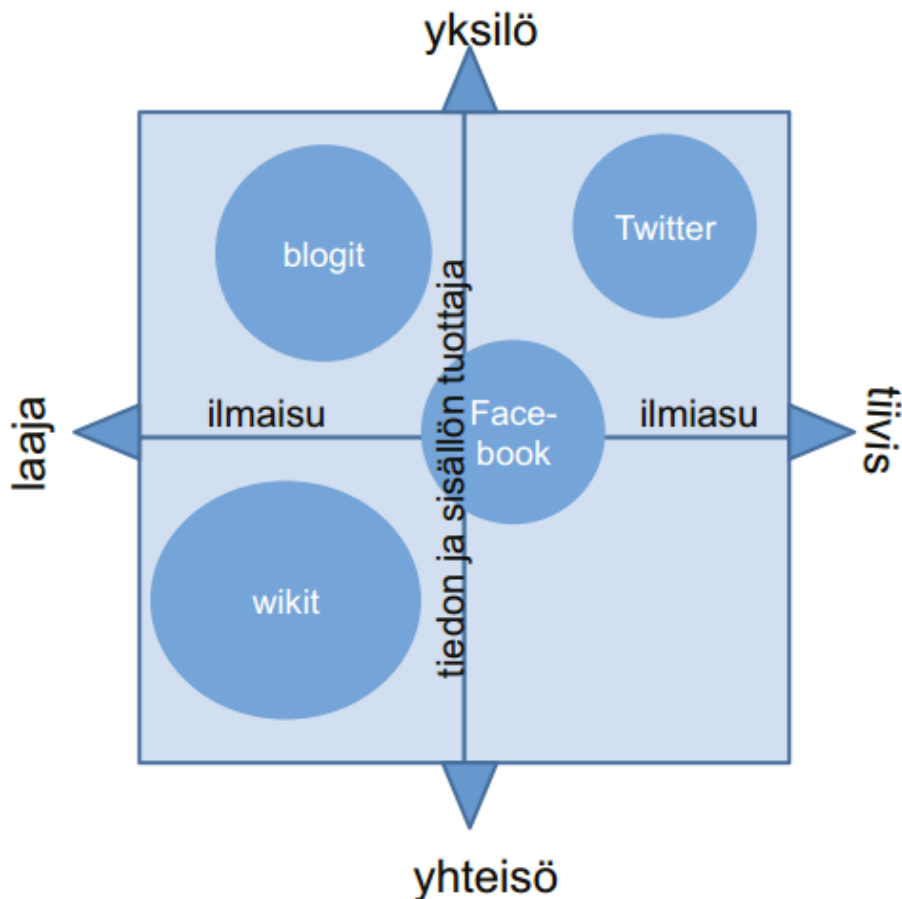
¹⁷ Auvinen, A-M. s.10

¹⁸ Auvinen, A-M. s.10

¹⁹ Auvinen, A-M. s.11

²⁰ Auvinen, A-M. s.11

Perinteisen sääntelykeinojen keveys tai toimimattomuus johtuu lähinnä siitä, että perinteinen sensuuri ei pysy nopeasti muuttuvien sisältöjen perässä.²¹ Autoritäärisissä maissa on ollut normaalia rajoittaa internetin käyttöä ja pääsyä käsiksi tietoon tai vähintään valvoa käyttöä henkilökohtaisesta viestinnästä lähtien.²² Yhdysvallat ovat pyrkineet ajamaan ideologiaa vapaasta internetistä ulkomaille ja vuonna 2010 silloinen ulkoministeri Hillary Clinton ilmoitti rahoituksesta välineille, jotka ovat suunniteltu avaamaan vapaan pääsyn internettiin maissa, joissa sitä on rajoitettu.²³ Shirky:n mielestä lähestymistapa on väärä, sillä keskittyminen pitäisi olla Googlen ja YouTube:n avaamisen sijaan sosiaalisessa mediassa; tavoissa auttaa kansalaisia kommunikoimaan toistensa kanssa.²⁴ Internet on äärimmäisen halpa julkaisualustana verrattaessa muihin medioihin ja siksi se myös luo uudenlaisen mahdollisuuden sosiaaliselle aktiivisuudelle ja luovuudelle. Julkaisukynnys on matala eikä kukaan ulkopuolinen myöskään valvo julkaisua etukäteen.²⁵



Kuva 2: Sosiaalisen median sovellusten asema²⁶

²¹ Auvinen, A-M. s.11

²² Shirky C. 2011

²³ Shirky C. 2011

²⁴ Shirky C. 2011

²⁵ Seppänen, J. & Väliaverronen, E. 2012 s.36-40

²⁶ Auvinen, A-M. s.16

Twitter voidaan nähdä yhdenlaisena mikroblogipalveluna, jonka avulla voi julkaista nopeita tiivistyksiä ja jakaa linkkejä. Kuten Auvisen kuvasta voi tulkita, twiitit kertovat yhden henkilön oman mielipiteen ja ideana on viestiä laajemmalle yleisölle, kuin esimerkiksi Facebookissa, jossa viestintä perustuu ystävien kanssa kommunikointiin. Lyhyt viestimuoto kärjistää helposti poliittista keskustelua, sillä perusteluille ei välttämättä ole tilaa. Eri sosiaalisen median palvelut toimivat lomittain ja ”sosiaalisella kuratoinnilla” on Twitterissäkin oma roolinsa.²⁷ Termi tarkoittaa muiden johdattelemista mielenkiintoisen sisällön äärelle. Kaikkia sosiaalisen median palveluita määrittelee sisällön omaehtoinen tuottaminen, jakaminen ja vuorovaikutus.²⁸

²⁷ Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2012 s.36-40

²⁸ Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2012 s.38

3 STRATEGINEN KOMMUNIKAATIO

Viestintä on viestin välittämistä taholta toiselle ja viestinnän johtaminen on nimensä mukaisesti organisaation viestinnän koordinoitua ja hallintaa. Johtamisen viestintä tarkoittaa taas keinoja, joita käytetään viestittäessä organisaation muille jäsenille tai ulkopuolisille tahoille.²⁹ Viestinnän johtaminen jaetaan useimmiten sisäiseen viestintään ja ulkoiseen viestintään. Sisäisessä viestinnässä johtamisen välineistöön kuuluvat muun muassa sähköposti, internet, intranet ja organisaation henkilöstölehti. Ulkoinen viestintä tarkastelee pääasiassa sitä, kenelle tai mille joukolla viesti on tarkoitettu. Viestinnän johtamiseen kuuluu myös edellä mainittujen tutkiminen.

Viestinnän johtaminen voidaan jakaa myös rikkaaseen ja köyhään viestintään sen mukaan, kuinka monta ihmistä viestinnällä tavoitetaan. Esimerkiksi lehdistötilaisuus tai suurelle joukolla menevä sähköposti ovat rikasta viestintää ja johtohaaran sisäinen tiedotustilaisuus tai yhdelle henkilölle menevä tekstiviesti puolestaan köyhää. On tärkeä tiedostaa, kenelle viesti on tarkoitettu, ja suunnitella sen perusteella, mitä viestintäkanavaa kannattaa käyttää.³⁰

Viestinnän johtaminen on tärkeä teema erityisesti puolustusvoimissa ja varsinkin erityistilanteissa. Sotilasorganisaatioiden viestintä poikkeaa joiltakin osin muiden organisaatioiden viestinnästä. Esimerkiksi Suomessa Puolustusvoimien ja – ministeriön viestintään vaikuttavat viranomaisten toimintaa ohjaavat lait sekä esimerkiksi valmiuslaki ja puolustustilalaki.³¹ Sotilasorganisaatioiden viestinnässä esimerkiksi luotettavuuden ja uskottavuuden esiin tuomiselle on asetettu erityisesti painoarvoa, sillä viestinnällä osallistutaan uskottavan maanpuolustuksen luomiseen. Rauhanajan viestintä voi poiketa merkittävästikin kriisi- ja poikkeusolojen viestinnästä. Viestintäjärjestelmän tulee olla mahdollisimman hyvin järjestelty kriisitilannetta varten, sillä kriisitilanteessa on tärkeää kontrolloida niin organisaatiosta ulospäin tapahtuvaa viestintää kuin myös organisaation sisäistä viestintää. Jos järjestelmä ei ole kunnossa, viestintä voi lähteä rönsyilemään ja esimerkiksi henkilöt, joilla ei ole valtuuksia eikä valmiuksia viestintään, viestivät vääristä asioista. Näin voidaan helposti paljastaa ihmishenkiä vaarantavaa tietoa tai tehdä muutoin haittaa puolustusvoimille. Rauhan aikana puolustusvoimilla viestintää hoitaa oma asiantuntijoiden joukko.³²

²⁹ Jukka-Pekka Puro ”Viestinnän johtaminen ja johtamisviestintä” luento MPKK:lla 7.11.2012 99. kadettikurssille ja 82. merikadettikurssille (Ensimmäisen kolmen kappaleen teksti pohjautuu pääosin kyseiseen luentoan.)

³⁰ Puro J-P. 7.11.2012

³¹ Puolustushallinnon viestintästrategia 2007, s.6

³² Puro J-P. 7.11.2012

Strateginen kommunikaatio tarkoittaa nimenomaan yllä mainittua informaation virtaamisen kentän johdonmukaista organisointia ja koordinoitua.³³ Siinä missä strategisella kommunikaatiolla pyritään estämään mediakatastrofin syntyminen, pyritään sillä myös ajamaan valtion kansallisia etuja muun muassa viranomaisyhteistyön, diplomatian, julkisuussuhteiden hoidon ja sotilaallisten informaatio-operaatioiden keinoin.³⁴ Strateginen kommunikaatio näkee viestinnän keinona saada aikaan haluttuja ja mitattavia vaikutuksia.³⁵ Toisin sanoen strategisella kommunikaatiolla pyritään luomaan kerronnan ja diskurssien keinoin oikeutusta valtion tai muun tahon toimille. Strategisen kommunikaation keinoin ei pyritä vaikuttamaan pelkästään valtion tai organisaation ulkopuolelle, vaan esimerkiksi William Haguella on kohteena myös Ison Britannian kansalaiset. Informaatiota ei siis jaeta enää pelkästään perinteisten medioiden kautta, vaan myös suoraan asioista kiinnostuneille.

Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategyn³⁶ mukaan strategisen kommunikaation tavoitteita ovat muun muassa Yhdysvaltojen uskottavuuden ja oikeudellisuuden parantamisen, vastustajan kansallisen uskottavuuden ja oikeudellisuuden heikentämisen, valittujen yleisöjen saamisen tekemään tiettyjä toimia, jotka tukevat Yhdysvaltoja tai kansainvälisiä toimia, ja kilpailijan tai vastustajan saamisen tekemään (tai olemaan tekemättä) tiettyjä toimia. Toisin sanoen siis pyritään vaikuttamaan yleisön tapaan ajatella ja toimia.

Viestintään kuuluvat esimerkiksi kaikki sanotut asiat, sanomatta jätetyt asiat, ilmeet, eleet, painotukset, kielikuvat ja metaforat. Strategisen kommunikaation onnistunut jalkauttaminen vaatii tärkeimpien yleisöjen ymmärtämistä ja kommunikaation kohdistamista heihin.³⁷ Tämän takia yllä mainittujen viestinnän osa-alueiden tulisi olla mahdollisimman hyvin linjassa toistensa kanssa. Kaikkien viestittyjen teemojen tulisi myös olla linjassa organisaation ylemmän tason teemojen kanssa aina korkeimmalle strategiselle tasolle asti.³⁸ Tämän takia strategisen kommunikaation, kuten myös valtioiden ja puolustusyhteisöjen, tulee toimia kaikilla tasoilla niin strategis-poliittisen kuin myös taktisen toiminnan tasolla samanaikaisesti ja rinnakkain.³⁹

³³ Hirvelä, A. & Huhtinen, A-M. 2012, s.10

³⁴ Hirvelä, A. & Huhtinen, A-M. 2012, s.10

³⁵ Jantunen, S. 2013, s.90

³⁶ US Joint Forces Command. 2010, kappale III, s.18-19

³⁷ Jantunen, S. 2013, s.90

³⁸ Jantunen, S. 2013, s.92

³⁹ Hirvelä, A. & Huhtinen, A-M. 2012, s.10

Synkronoitu ja organisaation kaikille tasoille ulottuva toiminta muodostaa strategisen kommunikaation suurimman kompastuskiven. Tapa käsitellä ja jakaa informaatiota yhteiskunnassa on radikaalisti muuttunut. Teknologinen kehitys ja tiedonvälityksen uusien ja monipuolisempien menetelmien luomat katkeamattomat ja nopeat informaatiovirrat ovat tuoneet valtioille vaatimuksen reagoitakykyisten ja joustavien prosessien luomiseen ja kykyyn säilyttää ja tehostaa valtiollista vaikutusvaltaa ja uskottavuutta.⁴⁰ Toisaalta strateginen kommunikaatio vastaa tähän vaatimukseen, mutta toisaalta vaatimus kommunikaation synkronoidusta luonteesta organisaation kaikkien tasojen läpi luo suurimman vaaran teorian jalkautuksessa.

Kerronnallisuus strategisessa kommunikaatiossa nähdään lähes taisteluna kognitiivisella tasolla siitä, saadaanko yleisö uskomaan viestijälle hyödyllisellä tavalla sen esittämät syyt ja todennäköiset tulokset konfliktista. Mikäli tämä onnistuu, vastustajan kertomuksesta tulee yhdenmukainen ja se menettää seuraajansa. Jantunen⁴¹ mukaan pääasia oman kertomuksen luomisessa on johdonmukaisuus, jolla pyritään välttämään kognitiivisen dissonanssin syntymistä. Kertomusta ei pidä nähdä yksinkertaisena tarinana, vaan sosiokulttuurisena tuotteena, lähes ideologiana, jolla pyritään ei-kineettisin keinoin vaikuttamaan kohdeyleisön kognitioon.⁴²

Johdonmukaisuuden lisäksi tärkeäksi muodostuu oikeutuksen hakeminen. Valtiollisen toimijan tulee pyrkiä saamaan yleisö uskomaan omien toimien oikeudellisuus ja vakuuttaa vastapuolen toimien oikeudellisuuden puutteesta. Van Leeuwen⁴³ käsitteellistää oikeutuksellistamisen seuraavasti:

- lupa tai valtuutus, jolla tarkoitetaan vetoamista perinteisiin, tapoihin, lakiin ja statukseen
- moraalinen arviointi, jolla tarkoitetaan vetoamista arvoihin
- rationalisointi, jolla tarkoitetaan vetoamista tavoitteisiin ja käyttöihin sosiaalisissa toiminnaissa sekä kognitiiviseen oikeellisuuteen
- myyttien luominen, joka tarkoittaa oikeutuksen luomista tarinoiden kautta joko palkitsemalla
- oikeutettuja toimia tai rankaisemalla epäoikeutettuja toimia

⁴⁰ Hirvelä, A. & Huhtinen, A-M. 2012, s.10

⁴¹ Jantunen, S. 2013, s.93

⁴² Jantunen, S. 2013, s.93

⁴³ Van Leeuwen, T. 2007, s.91-112

Jantunen⁴⁴ mukaan viestijän arvovalta määrittää paljon tiedonvälityksen vaikutuksesta varsinkin viestittäessä esimerkiksi lehdistötilaisuuksissa. Moraalisen arvioinnin tulee taas kulkea mukana asevoimien ja muiden valtiollisten toimijoiden jokaisessa jäsenessä, kaikissa toimissa ja heidän käyttämissä diskursseissaan. Rationalisointi toteutuu kognitiivisessa ulottuvuudessa lähinnä pyrkimyksillä välttää dissonanssia ja epäjohdonmukaisuutta. Myyttien luominen taas näkyy lähinnä kansainvälisille yleisöille tähdättyjen mediaspektaakkeliin luomisena.

Siren, Huhtinen ja Toivettula tiivistävät strategisen kommunikaation kokonaisvaltaiseksi lähestymistavaksi valtion kansallisten etujen edistämiseen osana läntistä arvomaailmaa. Keinoina ovat viranomaisyhteistyö, diplomatia, julkisuussuhteiden hoito, informaatio-operaatiot sekä kauppa- että sotilaspolitiikka.⁴⁵ ”Strateginen kommunikaatio on luonteeltaan prosessi, jossa samaa perusviestiä (narrative) pyritään *proaktiivisesti* levittämään edellä mainitulla keinovalikoimalla sekä toimimaan narratiivin mukaisesti”⁴⁶

Strateginen kommunikaatio voidaan käsittää kuuluvaksi sotilaalliseen, ei-tappavien suorituskykyjen kokonaisuuteen. Näiden suorituskykyjen suhde kineettiseen vaikuttamiseen on tapauskohtaista.⁴⁷ Myös Cornish, Linley-French ja Yorke alleviivaavat strategisen kommunikaation tähdellisyyttä maailmassa, jossa ”pehmeän” voiman nähdään olevan yhä useammin vaihtoehtona ”kovan” sotilaallisen voiman käytölle.⁴⁸ Ei-tappavien suorituskykyjen kokonaisuus, johon siis strateginen kommunikaatio sisältyy, voidaan nähdä tukevan kineettistä vaikuttamista. Toisaalta kineettisen vaikuttamisen voidaan joissain tapauksissa nähdä tukevan ei-tappavien suorituskykyjen käyttöä.⁴⁹ Esimerkiksi valtion, joka soveltaa r2p periaatetta lähtiessään operaatioon vieraaseen valtioon, voidaan nähdä tukevan tällä toiminnalla oman maansa arvomaailman säilyttämistä ja narratiivin yhtenäisenä pysymistä.

⁴⁴ Jantunen, S. 2013, s.96

⁴⁵ Sirén, T., Huhtinen, A. & Toivettula, M. 2011, s.4

⁴⁶ Sirén, T., Huhtinen, A. & Toivettula, M. 2011, s.4

⁴⁷ Sirén, T., Huhtinen, A. & Toivettula, M. 2011, s.4

⁴⁸ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.7

⁴⁹ Sirén, T., Huhtinen, A. ja Toivettula, M. 2011, s.4

”Strategisessa kommunikaatiossa on kyse ennen kaikkea proaktiivisesta ja jatkuvasta vaikuttamisesta jo syvän rauhan aikana”⁵⁰ Perinteisen länsimaisten armeijoiden keskittyminen kiinteeseen vaikuttamiseen kaivaa maata toimivan strategisen kommunikaation alta. Strategista kommunikaatiota käytetään liikaa toimien perustelemiseen tai oikeuttamiseen ja liian vähän toimien muovaamiseen. Strateginen kommunikaatio tuodaan myös liian myöhään mukaan konfliktin sykliin.⁵¹

Sirén, Huhtinen ja Toivettula kuvailevat strategisen kommunikaation ehdottomaksi valtionhallinnon eri toimijoiden tekemien informaatiovaikutusten hallinnassa ja näiden informaatiovaikutusten tuottamisessa. Myös narratiivin tulee sopia kaikkiin valmiustiloihin ja sen tulee olla yhteneväinen toiminnan kanssa, kasvojen menettämisen uhalla. Uutisten välityksen reaaliaikaistuminen kriisialueilta maailmanlaajuisesti, sosiaalisen median käytön laajeneminen ja median manipulointi ovat nostaneet informaation ja mielikuvien roolit keskeiseen asemaan.⁵²

Chatham Housen raportti strategisesta kommunikaatiosta tiivistää sen, mitä käytännössä tulee ottaa huomioon. Raportin esittelemät kymmenen kohtaa ovat muovautuneet Afganistanin ja Irakin operaatioiden kokemusten perusteella. Ensinnäkin Strategisen kommunikaation on oltava komentaja-johtoista, niin puhuttaessa koalitio-, kuin myös kansallisesta tasosta. Myös monikansallisissa operaatioissa sen tulee olla sisällytettyä organisaatioon.⁵³

Narratiivin tulee olla vahva ja räätälöity vastaanottajia varten. Me vastaan ne -narratiivia tulee välttää ja suosia he ja he -narratiivia, jonka tähtäimenä on kuvailla uutta ja parempaa tulevaisuutta. Viestinnän tulee olla myös selkeää, johdonmukaista, suoraviivaista ja ylimääräisiä nyansseja on vältettävä.⁵⁴ Edellä mainituista varsinkin johdonmukaisuus on olennaista ja strategisen kommunikaation viestittämä strategia tulee olla jatkuvasti selkeänä.

Viestinnän kohteet ja keinot kohteisiin vaikuttamiseen selviää vain tekemällä selvitystyötä. Sekä narratiivin keskiössä olevia ihmisiä että ympäristöä, jossa he elävät, on tutkittava. Suunnitelma, joka näiden perusteella tehdään, on oltava käyttäjätystävällinen, mutta siinä on myös pitädyttävä.⁵⁵

⁵⁰ Sirén, T., Huhtinen, A. ja Toivettula, M. 2011, s.12

⁵¹ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.32

⁵² Sirén, T., Huhtinen, A. ja Toivettula, M. 2011, s.14-15

⁵³ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.32

⁵⁴ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.32

Strategisen kommunikaation tulisi olla kaksipuolinen keskustelu. Suurin osa kommunikatiotavoista on tällä hetkellä yksisuuntaista viestintää suosivia ja dialogia on haastavaa käydä. Julkisen dialogin käyminen on kuitenkin tärkeää korkeinta poliittista johtoa myöten. Sitä, kuka sanoo mitä kenelle, tulee myös arvioida esimerkiksi seuraamalla eri medioita ja sitä, miten ne vaikuttavat ihmisten uskomukseen ja näkemyksiin.⁵⁶ Koska strateginen kommunikaatio voidaan nähdä narratiivien taisteluna, on tärkeää olla ensimmäisenä kertomassa ”totuutta”. Ajoitusta tulee suunnitella ja kommunikoinnin tahtia, tähtäintä ja sisältöä tulee myös vaihdella.⁵⁷

3.1 Naton strategisen kommunikaation ohje

Nato strategic communications policy (2009) perustelee muuttuneella informaatioympäristöllä tarpeen yhtenäiselle, kaikki Nato-maat sekä tähdelliset toimijat kattavalle, johdonmukaiselle strategisen kommunikaation ohjeelle. Ohjeen alkusanoissa todetaan, että sillä kuinka Naton viestit vastaanotetaan, voi olla suora vaikutus Naton operaatioiden sekä sen harjoittaman politiikan menestykseen. Ohjeen mukaan on lisääntyvissä määrin tärkeää, että liittouman tarkoituksenmukainen, oikea-aikainen, tarkka ja reagoiva kommunikaatio on osa sen poliittisia ja sotilaallisia tavoitteita.

Strategisen kommunikaation tavoitteina ovat:

- Osallistua positiivisella tavalla ja suoraan Naton operaatioiden, tehtävien ja toimintojen onnistuneeseen täytäntöönpanoon sisällyttämällä strategisen kommunikaation suunnittelu kaikkeen operationaaliseen ja poliittiseen suunnitteluun.
- Rakentaa läheisesti ja pitkäkestoisesti rinnakkain Nato-maiden kanssa yleistä tietoisuutta, ymmärrystä ja tukea määrätyille Naton politiikalle, operaatioille ja muille relevanteille toiminnoille kaikkien yleisöjen piirissä.
- Osallistua luomaan yleistä julkista tietoisuutta ja ymmärrystä Naton roolista laajemmassa ja meneillään olevassa julkisen diplomatian pyrkimyksessä.

⁵⁵ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.25

⁵⁶ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.25

Nämä tavoitteet pyritään saavuttamaan kuudella eritellyllä keinolla:

- Kaikkien johtamisen tasojen viestinnän johdonmukaisuus
- Aktiivinen sitoutuminen informaatioympäristössä, sosiaalinen media mukaan lukien, pitäen painopisteen nopeudessa ja reagoitakyvyssä
- Tarkkuus ja selkeys
- Vaikuttavuus, joka on mahdollisimman selkeästi määriteltyä, mitattua ja arvoiteltua
- Ponnistusten moninaisuus ja maksimaalinen ulottuvuus, ottaen käyttöön kaikki Naton viestintämahdollisuudet ja -alustat vahvistamaan johdonmukaisten viestien leviämistä
- Yleisten mielipiteiden pyytäminen ja pyrkimysten adaptoiminen

On huomioitavan arvoista, että Naton strategisen kommunikaation ohjeessa käytännössä kehoitetaan koko henkilöstöä käyttämään sosiaalista mediaa. Ohjeessa mainitaan erikseen, että sosiaalisessa mediassa voidaan puhua ja kuvaila sekä siviili- että sotilashenkilöiden ammatillisia asioita ja jokapäiväisiä työnkuvia. Tämän on luonnollisesti tapahduttava turvallisuusajattelun puitteissa. Ajatuksena taustalla on mahdollisesti pyrkimys luottamuksen herättämiseen ja läpinäkyvyyden luomiseen.

⁵⁷ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.33

3.2 Yhdistynyt kuningaskunta ja strateginen kommunikaatio

Yhdistyneen kuningaskunnan julkinen valtiohallinnollinen suunnitelma viestinnästä ei yhtenäkkään vuotena keskity yksistään strategiseen kommunikaatioon ja termiä käytetään hyvin säästeliäästi. Sen sijaan ohjeessa on monia selviä viittauksia strategiseen kommunikaatioon, olkoonkin, että teoriapohjaa ei ole avattu ehkä yksinkertaistamisen nimissä. Ero Naton strategisen kommunikaation ohjeeseen on selvä myös sen valossa, että Yhdistyneen kuningaskunnan viestinnän suunnitelma on selvästi myös poliittinen työkalu, jonka esisanoissa sen olemassaoloa perustellaan muun muassa viestinnän ohjeistamisesta koituvilla säästöillä. Ohje keskittyy sisäpoliittiseen viestintään ja se sisältää materiaalia lähes jokaiselle valtion hallinnolliselle osa-alueelle. William Hagen päämäärät omassa Twitterissä tapahtuvassa viestinnässä ovat olleet eittämättä osaksi sisäpoliittisia ja poliitikon äänestäjille tähdätyjä. Ensimmäinen julkiseksi määritetty suunnitelma on vuodelta 2012. Myöhemmät ohjeet ulottuvat hieman syvemmälle ja ne ovat selvästi koordinoitumpia ja käyttökelpoisempia. Vuoden 2012 lähteen tutkiminen on tarkoitettu vain avaamaan Yhdistyneen kuningaskunnan näkemystä koordinoitusta viestinnästä, sillä se ei ole varsinaisesti ollut vielä voimassa vuoden 2011 Libyan kriisin aikana.

Vuoden 2012 Yhdistyneen kuningaskunnan viestintäohje⁵⁸ on myöhempien vuosien vastaviin verrattuna kevyt pintaraapaisu, eikä se tarjoa kovin syvää kuvaa todellisista viestinnän tavoitteista. Kappaleessa, joka keskittyy Yhdistyneen kuningaskunnan toimintaan ulkomailla, on listattu tavoitteiksi ja prioriteeteiksi muun muassa kansallisen turvallisuusneuvoston prioriteettien viestiminen ja terrorisminvastaisten operaatioiden tukeminen kohdennetulla viestinnällä. Viimeisenä kohtana listalla voidaan nähdä Yhdistyneen kuningaskunnan kansallista narratiivia edistämään tähdätty esitys. Sen mukaan viestinnällä tulee pyrkiä demonstroimaan tuloksia, joita on saavutettu ulkomailla köyhyydessä asuvien hyväksi veronmaksajien rahoilla. Yhtenä viestinnän tehostuskeinona listataan sosiaalisen median toimintojen koordinointi ja siellä jaetun materiaalin näkyvyyden edistäminen, joka kuuluu keskeisimpien strategisen kommunikaation keinoihin.

⁵⁸ Government Communication Service, Viitattu 4.6.2014

Chatham House on Yhdistyneen kuningaskunnan itsenäinen ulkoasiain instituutti, joka on pureutunut strategiseen kommunikaatioon osana kansallista strategiaa raportissaan. Strategisen kommunikaation ohje pitäisi omaksua osaksi kansallista strategiaa jo pelkästään siitä syystä, että viestintäympäristö kehittyi niin nopeasti ja ulottuu yhtä aikaa monille julkisen-, yritys- ja yksityiselämän osa-alueelle. Koska internet ja sosiaalinen media ovat muodostamassa omaa poliittista luonnettaan, on valtion, Cornishin, Lindley-Frenchin ja Yorcken näkemyksen mukaan, reagoitava jotenkin.⁵⁹ Ne valtiot, jotka ovat olleet mukana monimutkaisissa interventioidissa ja tasapainotusoperaatioissa maailman kriisipesäkkeissä ovat todenneet oman tarinansa kerronnan haastavaksi. Yhdistyneen kuningaskunnan puolustusministeriö on huomannut tarpeen strategiselle kommunikaatiolle muun muassa siinä, että koherenttien strategioiden luominen Irakia ja Afganistania varten ja niistä viestiminen taustalla vaikuttavan 24 tuntia vuorokaudessa toimivan ja läpätunkevan sosiaalisen median takia on osoittautunut haastavaksi.⁶⁰

Chatham Housen raportti pyrkii selittämään miksi strategista kommunikaatiota tarvitaan neljällä teesillä. Ensinnäkin demokraattisella valtiolla on perustuslaillinen velvollisuus viestiä ja selittää. Demokraattinen legitimiys perustuu yksimielisyyteen, mutta se on mahdotonta ilman ymmärrystä, joka on taas mahdotonta ilman kommunikointia. Strategisen kommunikaation keinoin äänestäjät on helpompi saada vakuuttuneeksi siitä, että viestinnällä pyritään nimenomaan levittämään tietoa, eikä manipuloimaan äänestäjiä.⁶¹ Suurelta osalta kansallinen strategia onkin selkeätä ja ajoitettua kommunikaatiota, sillä ilman konseptuaalista ja narratiivista puitetta valtion on hyvin hankalaa selittää mitä ja ketä se haluaa puolustaa ja miltä uhkilta tai haasteilta sekä kuinka paljon siihen halutaan käyttää panoksia ja julkista rahaa.⁶² Ongelmaksi muodostuu se, että kansalliseen strategiaan liittyy monia eri valtiollisia tahoja ja laaja-alaisia ja moninaisia haasteita eri aikoina, eri intensiteetillä ja monimutkaisuuden tasolla. Näin ollen myös vastauksia näihin ongelmiin on lukuisia ja Chatham housen raportin mukaan strategisen kommunikaation tarkoitus tulisi olla tukea tilanteeseen sopivinta, oikea-aikaisinta ja tehokkainta vastausta näihin strategisiin ongelmiin. Näin todettiin lähes samoin sanoin myös Naton strategisen kommunikaation ohjeessa.

⁵⁹ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.10

⁶⁰ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.10

⁶¹ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.11

⁶² Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.27

Valtion vakauttamiseen tähtäävissä operaatioissa (Yhdysvaltain armeijan termi: stability operations) strategisen kommunikaation tarkoitus on vaikuttaa konteksteihin ja käyttäytymiseen operaation sisällä ja vaalia toimien yhtenäisyyttä ja tarkoitusta.⁶³ On siis oletettavaa, että William Hagen twiiteissäänkin tulee näkymään strategisen kommunikaation käyttöä eri tarkoitukseen; niin kansallisen strategian vaalimiseen, kuin myös Libyan operaation sisäisten tarkoitusten edistämiseen. Tämän lisäksi Haguella tulee mitä ilmeisimmin olemaan myös sisäpoliittisia tavoitteita viestinnässään. Varmaa tietoa siitä tveettako Hague itse vai hoitaako avustaja hänen twitter tiliään ei löytynyt, joskin huhujen mukaan kaikki tweetit olisivat Hagen itsensä kirjoittamia.

⁶³ Cornish, P., Lindley-French, J. & Yorke, C. 2011, s.30

4 HAGUEN JA RASMUSSENIN VIESTINTÄ LIBYAN INTERVENTION AIKANA

Tässä luvussa käytän lähteenä Libyan kriisin aikaisten Naton pääsihteeri Anders Fogh Rasmussenin ja Yhdistyneen kuningaskunnan ulkoministeri William Haguen twiittejä. Twiitit on valikoitu heidän henkilökohtaisilta tileiltään @WilliamJHague ja @AndersFoghR käyttäen aikarajauksena 31.3.2011 ja 31.10.2011 välistä aikaa ja aiheajauksena #Libya tunnistetta. Haguella tähän rajaukseen löytyi 93 twiittiä ja Rasmussenilla 64. Molempien viestinnässä oli tunnistettavissa oikeutuksen hakemista r2p -ajatuksen kautta sekä vahvaa argumentointia Gaddafia vastaan käyttäen siviilien turvallisuutta tukipilarina.

4.1 Sotilaallinen interventio Libyassa

Libyan konflikti oli jatkumoa arabikevään tapahtumille, joiden seurauksena Tunisia ja Egypti olivat jo saaneet aikaiseksi vallanvaihdon maissaan. Libyassa Muammar Gaddafin vastustajat marssivat kaduille helmikuussa ja ottivat nopeasti haltuun öljyllä rikastuneen itä-osan maasta. Vallankumouksen johtajat ilmoittivat perustaneensa kansallisneuvoston maan itä-osaan. Gaddafi vastasi kapinaan väkivallalla, jonka kansainvälinen yhteisö tuomitsi jyrkästi.⁶⁴

Yhdysvallat määräisivät Libyalle pakotteita ja seuraavana päivänä YK:n turvallisuusneuvosto äänesti Libyan aseidenvientikieltoon ja jähdytti sen varat. Maaliskuun 17. 2011 YK:n turvallisuusneuvosto päätti valtuuttaa kaikkien tarpeellisten keinojen käytön siviilien suojelemiseksi Libyassa.⁶⁵

Muiden Pohjois-Afrikan ja Lähi-idän valtioiden tavoin Libyan kansalaiset vaativat maahansa poliittista vapautta ja oikeusvaltiota. Monet länsimaiden johtajat ylistivät länsikoalition interventiota ja näkivät sen mallisuorituksena responsibility to protect -periaatteen täytäntöönpanosta. Kampanjan lopputulos oli sen loppumisajankohdalta katsottuna onnistunut sillä, Muammar Gaddafi oli saatu pois vallasta ja tapettu, siviilien verilöyly oli estetty ja maata hallitsi nyt demokratiaan sitoutunut siirtymävaiheen neuvosto.

⁶⁴ Geneva Academy of International Humanitarian Law and Human Rights, Viitattu: 20.1.2015

⁶⁵ Geneva Academy of International Humanitarian Law and Human Rights, Viitattu: 20.1.2015

Nato käytti älykkäitä aseita ilmaiskussa ja piti yllä ilmatiedustelua vuorokauden ympäri minimoidakseen siviilitappiot. Tästä huolimatta eri medioissa kyseenalaistettiin siviiliuhrien määrä.⁶⁶ Monissa Euroopan pääkaupungeista valtaosa kansalaisista oli selvästi tuloillaan olevaa invaasiota vastaan.⁶⁷ Pohdittaessa EU:n ja Yhdistyneen kuningaskunnan roolia Libyan kriisissä on pohdittava kysymystä EU:n päätöksenteon yhtenäisyydestä. Voidaan pohtia oliko havaittavissa mitään yhtenäisyyttä eurooppalaisen identiteetin ja EU:n ulkopoliittista roolia koskevien yhteisten arvojen ja periaatteiden välillä. Vai toimiiko rationaalinen itsekkyyks EU:n kansalaisten ja poliitikkojen yhteen sitovana tekijänä puolustus ja turvallisuus asioissa?⁶⁸ Tutkimukseen liittyen esimerkiksi Ranskassa Libyan sodasta keskusteltiin intensiivisesti yhteiseen poliittiseen identiteettiin liittyen. Yhdistyneessä kuningaskunnassa tilanne ei ollut läheskään samanlainen.⁶⁹

On yleisesti tiedossa, että demokratioiden päättäjien, yhdessä journalistien, sidosryhmien ja muiden sosiaalisten toimijoiden, tulee oikeuttaa, kommentoida ja selittää heidän poliittisia päätöksiään. On myös selvää, että julkisuudessa esitetyillä kommentteilla on vaikutusta kansainvälisiin suhteisiin.⁷⁰

4.2 Viestintä Twitterissä strategisen kommunikaation näkökulmasta

Haguen viestintää voi luonnehtia aktiiviseksi ja varmasti Naton kumppanina sopivaksi. Oikeutuksen hakeminen välittyi viesteistä vahvasti ja Hague keskittyi käyttämään siviileihin viittaavia diskursseja. Hague argumentoi r2p -periaatteen avulla ja alleviivaa niin Yhdistyneen kuningaskunnan, kuin myös koko kansainvälisen joukon olevan Libyassa vapaan Libyan ja kansalaisten sorron lopettamisen puolesta. Viestinä ”UK determined to help protect civilians in Libya – have announced military liaison advisory team to Benghazi...”⁷¹ on hyvä esimerkki siitä, kuinka samassa viestissä alleviivataan sitä, että Yhdistynyt kuningaskunta tuntee vastuuta suojella libyalaisia ja parhaiten se onnistuu siten, ettei lähetetä brittijoukkoja kyseenalaisesti varsinaisiin sotatoimiin Libyaan, vaan mennään kouluttamaan ja auttamaan paikallista väestöä.

⁶⁶ Esim. BBC, Viitattu: 23.3.2015

⁶⁷ Overbeck, M. 2014. s.583

⁶⁸ Overbeck, M. 2014, s.584

⁶⁹ Overbeck, M. 2014, s.584

⁷⁰ Overbeck, M. 2014, s.585

Sekä Hagen, että Rasmussenin diskursseista on huomattavissa selvät erot viitatessa heidän omaan toimintaansa ja vastapuolen toimintaan. Hague maalaa kuvaa uudesta Libyasta esimerkiksi sanaparein ”Unity on Libya”, ”Libyan people have bravely stood up”, ”free libya”, ”democratic Libya post-Qadhafi” ja ”free, stable, open Libya”. Vastavuoroisesti Gaddafin joukoista puhuttaessa Hague käyttää vain diskursseja kuten ”Qadhafi’s massacre”, ”Qadhafi & catastrophe” ja ”Qadhafi out of touch with reality”.

Rasmussenin käyttää aivan yhtä värikkäitä diskursseja kuin Hague, mutta hieman harvemmin. Kahtiajako aiheesta riippuen on kuitenkin sama. Libyan kansalaisista ja Naton joukoista ja toimista puhuttaessa viesteissä käytetään sanapareja kuten ”Libyans” ja ”freedom” tai ”future”. Gaddafin joukoista puhuttaessa taas ”Qadhafi’s henchmen”, ”Qadhafi’s rule of fear” ja ”Qadhafi’s regime clearly crumbling”. Huomattavaa on, että toisin kuin Hague, Rasmussen yrittää välittää useilla viesteillä länsikoalition ja Naton roolia Libyassa. Hän painottaa Naton olevan paikalla niin kauan kuin on tarpeellista, mutta ei yhtään pidempään. ”Nato will support international efforts if requested and needed.”⁷², ”We started this mission. We will complete it.”⁷³ Rasmussen muistuttaa myös toimivansa YK:n mandaatin alaisuudessa. Kaiken tämän voi nähdä oikeutuksen hakemisena operaatiolle.

Van Leeuwenin oikeutuksellistamisen periaatteista⁷⁴ arvoihin vetoaminen ja myyttien luominen nousevat Hagen ja Rasmussenin viestinnässä esille. Kaksijakoiset diskurssit voidaan nähdä tietynlaisena myyttien luomisena. Libyan kansa mainitaan vain tietyssä kontekstissa ja Naton operaation tavoitteet liittyvät aina siihen, että kansalle annetaan mahdollisuus demokraattiseen ja vapaaseen maahan. Nykyhetken lisäksi viitataan usein tulevaisuuteen, mutta tulevaisuuden toteutumisen ehtona on saada maan silloisen hallitsijan Muammar Gaddafin valtakausi loppumaan. Samalla Gaddafista puhutaan vain presensissä ja häneen liitetty sanasto on vahvasti negatiivissävytteistä; verilöylystä pelon valtaan.

⁷¹ @WilliamJHague 19.4.2011

⁷² @AndersFoghR 15.7.2011

⁷³ @AndersFoghR 6.6.2011

⁷⁴ Van Leeuwen, T. 2007, s.91-112

Valtaosa sekä Hagen että Rasmussenin yleisöstä Twitterissä koostuu länsimaalaisista. Siksi he myös vetoavat usein länsimaalaiseen arvomaailmaan hyvin sopivaan käsitykseen jokaisen ansaitsemasta mahdollisuudesta ja hyvästä elämästä. Twiiteissä viitataan siviileihin useasti teeman ollessa aina heidän suojeleminen ja turvatun tulevaisuuden tarjoaminen. ”Libya belongs to the Libyan people - future founded on reconciliation and respect for human rights.”⁷⁵ Huomion arvoista on se, että yllä oleva twiitti on kerännyt Rasmussenin twiiteistä huomattavasti eniten uudelleentwiittauksia, eli sitä on jaettu eniten.

Rasmussen tweettaa kohtuullisen vähän operatiivisista asioista, mutta kertoo muun muassa tilastoja Naton aseellisista toimista Libyassa. On selvää, että Rasmussen ei tweettaa mahdollisista sivullisista uhreista. ”Around 10.000 sorties destroyed or damaged almost 1800 legitimate military targets, around 100 command and control sites.”⁷⁶ Tässä viestissä Twitterin rajoitetun viestikoon voidaan nähdä olevan hyödyksi kirjoittajalle. Lukija ei jää odottamaan lähteitä luvuille, eikä muitakaan perusteita. Kyseenalaistaa voi vastaamalla viestiin, mutta harva lukija jaksaa nähdä sitä vaivaa. Kyseiseen tweettiin ei ollut vastannut kukaan. Saman ilmiön huomaa Rasmussenin lähes julistavassa viestissä: ”Libya operation started for the right reasons, was conducted in right way and will end at right time.”⁷⁷

Sekä Hague että Rasmussen pyrkivät selvästi erottamaan Libyan kriisin esimerkiksi Irakin kriisistä. Rasmussen alleviivaa Naton olevan paikalla auttamassa vain ja jos sitä Libyalaiset pyytävät ja tweettaa operaation loppuvaiheissa: ”We continue monitoring, will take action if needed.”⁷⁸ Hague vertaa Libyan tilannetta suoraan Irakin tilanteeseen: ”Key difference between Libya & Iraq: stabilisation will be led by Libya, based on Libyan plans, with others like UK giving advice & help”⁷⁹

Yllä oleva toimii hyvänä esimerkkinä siitä, kuinka strategisen kommunikaation avulla pyritään välttämään mediakatastrofin syntymistä ja varotaan antamasta lausuntoa, joka voisi tarjota medialle tai kriisin vastapuolelle oljenkorsia mustamaalata omaa kansallista narratiiviamme. Vakuuttamalla, että vanhoista virheistä on opittu, ei vastustajalle anneta ainakaan valmiita jo jonkun toisen tahon kokeilemia aseita narratiivien sotaan.

⁷⁵ @AndersFoghR 21.8.2011

⁷⁶ @AndersFoghR 6.6.2011

⁷⁷ @AndersFoghR 21.10.2011

⁷⁸ @AndersFoghR 21.10.2011

⁷⁹ @WilliamJHague 31.8.2011

5 PÄÄTELMÄT

Sodan päämäärän voidaan nähdä olevan vastustajaan vaikuttaminen tai sen tuhoaminen siten, että saavutetaan ”parempi rauha”⁸⁰ Perinteiset vaikutuskeinot ovat kineettisiä, mutta se ei riitä. Sota on eittämättä edelleen politisoitunut termi, vaikka sille ei varsinaisesti ole universaalisti hyväksyttyä määritelmää.⁸¹ Valtioiden välinen sota käsitetäänkin ensisijaisesti aseelliseksi konfliktiksi, jossa aseina toimivat pommit ja luodit. Uudenlaisen verkottumisen aikakautena sotaa käydään kuitenkin myös muualla ja kuten William Haguen ja Anders Fogh Rasmussenin twiittejä analysoimalla on voitu huomata, myös poliitikot osallistuvat sotaan ja toteuttavat sanallisia hyökkäyksiä yhdessä valtionsa tai organisaationsa kanssa.

Strategisen kommunikaation käyttö sotilasoperaatiossa palvelee ainakin kahta tarkoitusta. Silmä turvataan oman toiminnan jatkuvuus varmistamalla, että omat joukot ja oma kansa näkevät konfliktin tilanteen päättäjien haluamalla tavalla. Sotilasoperaatio voi pahimmillaan epäonnistua omien kansalaisten jakautuneisuuden tai perinteisen median painostuksen alla. Tämä on mahdollista ehkäistä varmistamalla, että kansalaiset ja media saavat yhtenäistä tietoa, eikä riskiäinen tiedonjako herätä kysymyksiä ja epäluottamusta. Samalla päättäjien aktiivinen viestintä tarjoaa mahdollisuuden korostaa omia tarkoituksiaan, ja kuten esimerkiksi Rasmussenin twiiteistä huomasimme, se tarjoaa mahdollisuuden muistuttaa uudestaan ja uudestaan mandateista ja yhteisistä sopimuksista, joiden nojalla valtio tai tässä tapauksessa Nato toimi.

Toinen strategisen kommunikaation käyttötarkoitus on lähempänä viholliseen vaikuttamista. Oman kansallisen narratiivin vahvistaminen sekä ohjaaminen ja vihollisen kansallisen narratiivin kyseenalaistaminen tai vahingoittaminen ovat vähemmän perinteisiä tapoja vaikuttaa konfliktissa. Libyan konfliktin tapauksessa Muammar Gaddafin luoma kuva Libyan valtiosta ohitettiin ja tyrmättiin ja suoraan sen tilalle tarjottiin kuvaa Libyasta, joka pohjautuu demokratiaan, jokaisen kansalaisen yhtenäiseen mahdollisuuteen ja vapauteen. Hague ja Rasmussen vaativat ja pitivät itsestäänselvyytenä sitä, että tulevaisuuden Libyan tulee näyttää edellä mainitulta.

⁸⁰ Sirén, T., Huhtinen, A. ja Toivettula, M. 2011, s.7

⁸¹ Sirén, T., Huhtinen, A. ja Toivettula, M. 2011, s.8

Gaddafilla tuskin oli mahdollisuutta yrittää peittää Hagen ja Rasmussenin luoma ja tarjoama kuva uudesta Libyasta, ottaen huomioon, että arabikevättä ja libyalaistenkin kansanliikettä leimasi huomattavan runsas sosiaalisen median käyttö. Hagen ja Rasmussenin viestintää voi pitää siinäkin mielessä varsin onnistuneena, että molemmat muistivat painottaa sitä, että heidän tarjoamansa uusi Libya olisi luonnollisesti libyalaisten päätäntävällän alla eikä länsimaisista arvoja pakotettaisi maahan. ”Future to be shaped by Libyan people. Nato will support...”⁸²

Rasmussen jopa vetosi suoraan Gaddafille lojaaleihin joukkoihin viestillä: ”Qadhafi’s remaining allies and forces also have a great responsibility.”⁸³ Tämän kaltainen viestintä osoittaa sen, että viestinnän yhdeksi kohdeyleisöksi tarkoitettiin libyalaisia ja myös Gaddafin joukkoja. Tämä on esimerkki strategisen kommunikaation mahdollisuudesta vaikuttaa suoraan vastustajan joukkoihin. Sosiaalinen media on viestikanavana tässä mielessä hyvä, sillä viestijä voi julkaista suoraan omalla nimellään ja kuvallaan sisältöä ja myös jakaa muiden samankaltaista sisältöä vahvistaen sillä omaa viestiään.

Sekä Haguella, että Rasmussenilla painopiste heidän viestinnässään ja heidän käyttämissä diskursseissa Twitterissä oli oman toiminnan oikeutuksellistamisessa. Suurin yhteinen twiiteistä löytynyt tekijä oli siviileihin ja heihin kohdistuviin rikoksiin ja uhkiin viittaaminen. Rasmussenin 64 twiitistä seitsemässätoista viitattiin libyalaisiin siviileihin tai heihin kohdistuviin uhkiin. Haguella samaa aihetta koski 93 twiitistä 21. Muina keinoina oikeutuksen hakemiseen voidaan nähdä muun muassa toiminnan mandaateista muistuttaminen, kansainvälisen yhteisön operaatiolle antamasta laajamittaisesta tuesta kertominen, oman toiminnan vilpittömyyden korostaminen (”olemme auttamassa siviilejä”), oikeusvaltiollisten teesien korostaminen ja muun muassa tarvikeavustuksesta sekä rahallisesta ja koulutuksellisesta avustuksesta kertominen. Yhteensä toiminnan oikeutuksen hakemiseen liittyviä twiittejä voitiin nähdä olevan Rasmussenilla 32 kappaletta ja Haguella 27.

⁸² @AndersFoghR 15.7.2011

⁸³ @AndersFoghR 21.8.2011

Liittouman linjaa on vaikea määrittää, muutoin kuin luonnollisesti pyrkimyksenä oikeuttaa omat toimet varsinkin r2p periaatteen mukaan. Erityisesti Euroopan sisällä yhteisessä linjassa oli havaittavissa rakoilua. Tämä ei kuitenkaan näkynyt Haguen, eikä Rasmussenin viestinnässä ja päinvastoin, yhtäläisyyksiä oli runsaasti ja viestintä oli hyvin samantyylistä. Suurimmat erot ovat nähtävissä siinä, että Hague viestii poliittisista tapahtumista, jotka liittyvät Libyan kriisiin, kuten tapamisista, puheista ja matkoista Libyaan. Haguen viestintä on henkilökohtaisempaa ja viesteistä saa sen kuvan, että hän hallinnoi tiliään itse. Hague myös viestii, kuin vain operaatioon osallistuvan valtion edustaja, siinä missä Rasmussenin viestinnästä huomaa hänen edustavan Natoa.

Huoli siitä, että Naton interventio Libyassa nähdään tunkeiluna, on selvä ja Rasmussen painottaa useita kertoja sitä, että Naton rooli on niin sanotusti vain kevyt ja auttava. Kuten twiitissään ”Once political settlement is reached, I don’t expect Nato to play leading role”⁸⁴, Rasmussenin voidaan nähdä linjaavan asioita. Hague ei ole vastaavassa asemassa operaatiossa, jotta voisi tehdä samaa. Rasmussenin viestintä kiihtyi operaation loppua kohti siinä missä Haguen pysyi entisellään. Rasmussen twiittasi lokakuussa 23 kertaa aiheesta Libya ja Hague 13 kertaa, vaikka Haguella oli koko aikahaarukassa twiittejä 29 enemmän. Tämä johtuu luultavasti operaation kohtuullisen onnistuneesta lopputulemasta ja Rasmussenin sen tarjoaman positiivisen mediahuomion hyväksikäyttämisestä.

LÄHTEET

Anders Fogh Rasmussenin Twitter -tili. @AndersFoghR [Saatavilla: <https://twitter.com/AndersFoghR>] Viitattu 3.11.2014

Auvinen, A-M. Sosiaalinen media – poliittisen vaikuttamisen uusi voima. Suomen Toivo – ajatuspaja, Versio 1.0 [Saatavilla http://toivoajatuspaja-fi-bin.directo.fi/@Bin/184cfdb33acb5d37956f82fb27afd0ea/1422443226/application/pdf/119127/SoMe_kirja_A4_netti_2.pdf] Viitattu 29.9.2014

BBC News. (2011) Counting the cost of Nato's mission in Libya. [Saatavilla: <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-15528984>] Viitattu: 29.9.2014

Cornish, P., Lindley-French J., ja Yorke C. (2011) Strategic Communications and National Strategy. The Royal Institute of International Affairs. [Saatavilla: <http://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/International%20Security/r0911stratcomms.pdf>] Viitattu 3.6.2014.

Geneva academy of international humanitarian law and human rights (2012) Armed conflict in Libya. [Saatavilla: http://www.geneva-academy.ch/RULAC/current_conflict.php?id_state=128] Viitattu: 30.9.2014

Government Communication Service (2012) Proactive Communication Plan 2012/13. [Saatavilla: <https://gcn.civilservice.gov.uk/proactive-communication-plan-201213/>] Viitattu 4.6.2014

Hirvelä, A. & Huhtinen, A-M. (2012). Strateginen kommunikaatio informaatioyhteiskunnan kansallisten tavoitteiden edistämiseksi – realismista sosiaaliseen konstruktion. Tiede ja ase 2012, 70, s. 9-19

Jantunen, S. (2013). Strategic Communication: practice, ideology and dissonance. Maanpuolustuskorkeakoulu, National Defence University Department of Leadership and Military Pedagogy Publication Series 1: No. 11. Tampere: Juvenes Print.

⁸⁴ @AndersFoghR 15.7.2011

Nato, Private Office of The Secretary General. (2009) NATO Strategic Communications Policy. [Saatavilla: <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>] Viitattu 3.6.2014

Overbeck, M. (2014) European debates during the Libya crisis of 2011: shared identity, divergent action. *European Security*, vol. 23, issue, 4, s.583-600

Puolustusministeriö. (2007). Puolustushallinnon viestintästrategia. [Saatavilla: <http://www.defmin.fi/files/1095/viestintastrategia.pdf>] Viitattu 14.4.2014

Puro, Jukka-Pekka (7.11.2012) Viestinnän johtaminen ja johtamisviestintä-luento 99. kadettikurssille ja 82. merikadettikurssille.

Seppänen, J. & Väliverronen, E. (2012) *Mediayhteiskunta*. 1. painos, Vastapaino.

Shirky, C. (2011) The Political Power of Social Media. *Foreign Affairs* January/February 2011, vol. 90, no. 1 [Saatavilla: <http://www.foreignaffairs.com/articles/67038/clay-shirky/the-political-power-of-social-media>] Viitattu 27.9.2014

Sirén, T., Huhtinen, A-M. & Toivettula, M. (2011) Informaatiosodankäynnistä kokonaisvaltaiseen kommunikaatioon. *Strateginen kommunikaatio ja informaatio-operaatiot 2030*. Maanpuolustuskorkeakoulu, Johtamisen ja sotilaspedagogiikan laitos, Julkaisusarja 2, Artikkelikoelmat N:o 7, toimittanut Torsti Sirén, s.3-19. Helsinki: Juvenes Print.

Statista (2015) Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 4th quarter 2014 (in millions). [Saatavilla: <http://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>] Viitattu 24.3.2015

Suomen vaalitutkimusportaali. Sosiaalinen media. [Saatavilla: http://www.vaalitutkimus.fi/documents/4_Kim%20Strandberg_mv2011j_29032012.pdf] Viitattu 12.4.2014

US Joint Forces Command (2010). *Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy*, Versio 3.0, 24 kesäkuu 2010 [Saatavilla: http://www.dtic.mil/doctrine/doctrine/jwfc/sc_hbk10.pdf] Viitattu 6.12.2014

Van Leeuwen, T. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication* 2007, vol. 1 no.1, s.91-112

William Hagen Twitter -tili. @WilliamJHague [Saatavilla: <https://twitter.com/WilliamJHague>] Viitattu 3.11.2014

Yle Uutiset (2013) Sosiaalisen median rooli politiikan viestinnässä kasvaa nopeasti. [Saatavilla:

http://yle.fi/uutiset/sosiaalisen_median_rooli_politiikan_viestinnassa_kasvaa_nopeasti/65467

13] Viitattu: 12.4.2014