

Annika Kuukka

# **NAISSOTILAAN REPRESENTAATION IDEOLOGISET JÄNNITTEET**

Multimodaalinen kriittinen diskurssianalyysi Yhdysvaltain  
maavoimien rekrytointimainoksista

Johtamisen ja talouden tiedekunta  
Kandidaatintutkielma  
Helmikuu 2024

# TIIVISTELMÄ

KUUKKA, ANNIKA: Naissotilaan representaation ideologiset jännitteet: Multimodaalinen kriittinen diskurssianalyysi Yhdysvaltain maavoimien rekrytointimainoksista  
Kandidaatintutkielma  
Tampereen yliopisto  
Kansainvälinen politiikka  
Helmikuu 2024

---

Tämä tutkielma kohdistuu Yhdysvaltain armeijan, tarkemmin maavoimien, rekrytointimateriaaleissa esiintyviin sukupuolitettuihin diskursseihin. Naissotilaan konstruktio osana maskuliinisesti latautunutta instituutiota on edelleen diskursiivisen kamppailun kohde, ja tämä kiistanalaisuus korostui erityisesti vuonna 2021 julkaistun *The Calling* -rekrytointikampanjan yhteydessä, joka herätti voimakasta kritiikkiä armeijan "emaskulaatiosta" ja "feminisaatiosta". Armeijaa sukupuolitettujen diskurssien tuottajana on tutkittu hyvin vähän, ja tässä tutkielmassa keskeistä onkin esitettyjen representaatioiden kriittinen tarkastelu osana laajempia sukupuoli-ideologisia merkityksenantoja. Tutkimuskysymyksinä esitetään seuraavaa: *Millaisia representaatioita naissotilaista rekrytointimainoksissa esitetään, ja millaisia merkityksiä armeijainstituution taustaintressit ja sukupuoli-ideologia antavat kyseisten representaatioiden valikoitumiselle?*

Teoreettisena viitekehyksenä tutkielmassa toimii postmoderni feministinen kansainvälisen politiikan tutkimus. Kriittisesti asemoitunut postmoderni feministinen tutkimus suhtautuu sukupuoleen ideologisenä merkitysjärjestelmänä ja armeijaan sukupuolitettuna instituutiona, joka tuottaa ja uusintaa omiin tarpeisiinsa diskursiivisesti moninaisia militarisoitujen maskuliinisuuksien ja vastinpareinaan feminiinisyyksien muotoja. Armeijaa koskevan feministisen analyysin tuleekin tunnistaa sekä instituution sukupuolikonstruktioiden suhteellinen ideologinen jäykkyys että hybridisyyden potentiaali. Lisäksi armeijan rekrytointimateriaaleihin suhtaudutaan diskursiivisesti strategisena markkinointina, jolla pyritään mahdollisimman tehokkaasti vetoamaan valikoituun kohderyhmään. Yhdysvaltain armeijan nykyisen "rekrytointikriisin" yhteydessä tämä kohderyhmä onkin korostetusti naisista koostuva värväyspooli. Armeijan rekrytoinnissa ilmeneviä sukupuoli-ideologisia merkityksenantoja tutkitaan analysoimalla *The Calling* -rekrytointikampanjan kolmea naissotilaan representaatiota käsittelevää mainosvideota. Metodologisena viitekehyksenä toimii feministinen, multimodaalinen kriittinen diskurssianalyysi (MCDA), joka on multimodaalisen aineiston kriittiseen analysointiin tarkoitettu monimetodinen instrumentti.

Norman Fairclough'ta mallintavan kolmiulotteisen analyysin myötä käy ilmi, että rekrytointikampanjassaan armeija representoi naissotilaat hybridisinä subjekteina, jotka toimivat pääosin integroituna osana inklusiivisena esitettyä instituutiota. Tästä inklusiivisuusdiskurssia syleilevästä representaatiosta voidaan kuitenkin paljastaa piileviä ideologisia jännitteitä, jolloin representaatiot saavat ensisijaisesti merkityksensä instituution suhteellisen jäykän sukupuoli-ideologian, operationaalisten intressien ja rekrytointistrategian puitteissa. Täten feministisen retoriikan hyödyntäminen ilmenee pitkälti vain merkkiarvona, jota hyödynnetään instituution strategis-pragmaattisten tavoitteiden saavuttamiseksi.

Avainsanat: naissotilas, armeija, Yhdysvallat, representaatio, kriittinen diskurssianalyysi, postmoderni feminismi

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

# SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO .....	1
2. TEOREETTINEN VIIITEKEHYS .....	2
2.1. Postmoderni feministinen kansainvälisen politiikan tutkimus.....	2
2.2. Feministisen tutkimuksen kriittisiä näkökulmia armeijainstituutioon .....	5
2.2.1. Armeija sukupuolitettuna instituutiona.....	5
2.2.2. Militarisoidut miehet: maskuliinisuuksien mosaiikki.....	7
2.2.3. Rauhanomainen, kaunis sielu? Fiktiiviset feminiinisyydet ja naissotilas.....	8
3. REKRYTOINTISTRATEGIAT YHDYSVALTAIN ARMEIJASSA.....	9
3.1. Sotilaiden rekrytointi: strategiaa, mainontaa ja suostuttelua.....	9
3.2. Yhdysvaltain armeijan rekrytointimateriaalien sukupuolitettu jatkumo .....	11
3.3. Kriisi rekrytoinnissa: mistä ”miesvoimaa”?.....	13
4. TUTKIMUSASETELMA JA METODOLOGIA .....	14
4.1. Tutkimuskysymykset ja tutkimusaineisto .....	14
4.2. Multimodaalinen kriittinen diskurssianalyysi metodologisena kehyksenä .....	16
4.2.1. Diskurssien ideologinen rakenne, representaatiot ja feministinen refleksiivisyys .....	17
4.2.2. Kriittisen diskurssianalyysin ulottuvuudet .....	19
4.2.3. Multimodaalisuus: sosiaalisemioottisen kommunikaatioteorian sovellutuksia.....	19
5. ANALYYSI.....	21
5.1. Abstrakti sotilasnainen inklusiivisessa instituutiossa .....	21
5.2. Kuin sinä: representationaaliset strategiat ja hybridisen subjektin potentiaali.....	24
5.3. Voimaantunut nainen vai puolustusvoimien pelinappula? Sukupuoli-ideologian merkityksenannot rekrytointidiskurssissa .....	26
6. JOHTOPÄÄTÖKSET.....	29
LÄHTEET.....	31
LIITTEET .....	37

# 1. JOHDANTO

Naissotilaat ovat olleet välttämätön osa Yhdysvaltain armeijaa toisesta maailmansodasta alkaen, mutta naissotilaan rooli ja paikka korostetun maskuliinisesti latautuneessa instituutiossa on ollut poikkeuksetta kiistelty. Moderni armeija on pyrkinyt laajempien yhteiskunnallisten tasa-arvoistumiskehitysten mukaisesti edistämään ainakin jossain määrin naisten integraatiota luonnolliseksi osaksi asevoimia, mutta sukupuolikysymyksiin sisältyy aina ideologista kamppailua merkityksenannoista. Täten uusien sotilaiden rekrytoinnissa on kyse armeijainstituution tekemistä aktiivisista valinnoista: miten representoida armeijaa ja miten käsitellä militarismia ja maskuliinisuuden välistä suhdetta? (Brown 2012a, 4–5, 10, 24, 63, 70.)

Armeijan rekrytointidiskurssit ovat nykyisen rekrytointivajeen myötä alkaneet keskittyä naisiin aiemmin hyödyntämättä jääneenä potentiaalisena värväyspoolina. Saaden edelleen vaikutteita kansalaisyhteiskunnassa yleistyneisiin tasa-arvoa ja sosiaalista oikeudenmukaisuutta korostaneisiin diskursseihin on armeijainstituution viestinnässä alkanut ilmetä erkaantumista aiemmasta taistelijamaskuliinisuuden hegemonisesta ideaalista. Täten aiemmin ”miesten työtä” alleviivannut mainonta on alkanut sisältää inklusiivisempia viestejä. Erityistä huomiota tässä suhteessa on saanut Yhdysvaltain maavoimien vuonna 2021 julkaistu rekrytointikampanja *The Calling*, jota esiteltiin progressiivisena ja monimuotoisuutta edistävänä kannanottona. Vastareaktiona useat tahot, kuten esimerkiksi senaattori Ted Cruz kampanjaa kärkkäin sanakääntein kritisoivassa twiitissaan, ovat esittäneet tämän uudenlaisen, inklusiivisemmän mainonnan olevan jopa viite armeijan rakenteellisesta emaskulaatiosta ja feminiisaatiosta (ks. Brito 2021).

Voimakkaat vastareaktiot armeijan moninaisempia sukupuolitettuja representaatioita kohtaan indikoivat, että kyse on edelleen hyvin kiistanalaisesta areenasta, jolla sukupuolijärjestyksen koostumuksesta käydään aktiivista ideologista köydenvetoa. Rekrytoinnissa esiintuotavat representaatiot eivät kuitenkaan ole absoluuttinen peili armeijan vallitsevista sukupuolirakenteista, vaan pikemminkin instituutio tuottaa ja vahvistaa omiin rekrytointitarpeisiinsa useita maskuliinisuuksien ja feminiinisyyksien muotoja (Brown 2019, 394). Inklusiivisesta viestinnästä huolimatta maskuliinisuus toimii edelleen rekrytoinnin ideologisena suojavallina (mt., 387), ja tuotetut representaatiot ovatkin pääosin kontekstiriippuvaisia, joustavia ja sisäisesti jännitteisiä. On siis keskeistä kriittisesti problematisoida niitä merkityksenantoja, joita armeija rekrytoinnissaan tuottaa.

Tämä tutkielma keskittyy Yhdysvaltain armeijan (maavoimien<sup>1</sup>) rekrytointimateriaaleihin sukupuoli-ideologisten merkitysten tuottajana erityisesti suhteessa naissotilaisiin. Kyseessä ollen niinkin

---

<sup>1</sup> Englanninkielinen sana *army* vastaa suomeksi sekä sanoja armeija että maavoimat. Tässä tutkielmassa viitataan armeijaan yleisesti instituutiona ja käytän maavoimat-sanaa halutessani erotella sen käsitteellisesti muista puolustushaaroista.

vaikutusvaltainen instituutio kuin Yhdysvaltain armeija, on erityisen tärkeää pureutua sen esittämiin representaatioihin naissotilaista, sillä rekrytointimateriaalit, armeijan eräänlaiset ”julkiset kasvot” (Brown 2012a, 6), muokkaavat käsityksiä sukupuolijärjestyksestä paitsi armeijassa itsessään mutta myös yhteiskunnassa laajemmin. Tästä vaikutusvallasta huolimatta aiempaa tutkimusta armeijan rekrytointin sukupuolitetuista representaatioista on tehty varsinkin kriittisen tutkimuksen perspektiivistä erittäin rajallisesti. Omaksumalla kriittisen tutkimusotteen tulisi armeijaa koskevan tutkimuksen tuottaa kokonaisvaltaisempaa ymmärrystä sukupuolen merkityksenannoista ja niistä ideologisista järjestelmistä, jotka muodostavat rakenteellisen viitekehysten kyseisten merkityksenantojen tulkinnalle.

Tutkimuskysymyksiä tutkielmassa esitetään seuraavaa: *Millaisia representaatioita naissotilaista rekrytointimainoksissa esitetään, ja millaisia merkityksiä armeijainstituution taustaintressit ja sukupuoli-ideologia antavat kyseisten representaatioiden valikoitumiselle?* Tutkimusote on lähtökohtaisesti kriittinen ja asettautuu osaksi postmodernin feministisen kansainvälisen politiikan tutkimuksen perintöä ymmärtäessään sukupuolen ideologisena valtajärjestelmänä sekä armeijan sukupuolitettuna instituutioon, joka tuottaa ja uusintaa omiin tarpeisiinsa diskursiivisesti moninaisia militarisoitujen maskuliinisuuden ja vastinpareinaan feminiinisuuden muotoja. Vastauksia tutkimuskysymyksiin haetaan analysoimalla Yhdysvaltain maavoimien rekrytointivideoita multimodaalisen kriittisen diskurssianalyysin (MCDA) keinoin, joka metodologisena viitekehysenä mahdollistaa useita kommunikaatiomoodeja yhdistelevän aineiston kriittisen tarkastelun. Keskeisintä on tarkastella kriittisesti sukupuoli-ideologian, diskursiivisen vallankäytön ja piilevien strategisten intressien merkitystä armeijan rekrytointidiskursseille ja naissotilaan representaatioille.

## **2. TEOREETTINEN VIITEKEHYS**

### **2.1. Postmoderni feministinen kansainvälisen politiikan tutkimus**

Kansainvälisen politiikan feministinen tutkimus on 1980-luvulta lähtien pyrkinyt haastamaan valtavirtatutkimuksen rationalismia maskulinistisena positiona ja tuonut esiin sukupuoleen liittyviä, tutkimuksessa pitkälti marginalisoituja perspektiivejä (Runyan & Peterson 2014, 74–75; Tickner 2006, 19). Feministiseen tutkimussuuntaukseen ei kuitenkaan tule suhtautua homogeenisesti, ja feminististen suuntausten moninaisuuden ja limittyneisyyden nimissä onkin kenties mielekkäämpää puhua useista feminismeistä (Zalewski 1998, 3; Sylvester 1994, 30–31). Ylipäätään feminismin sisäisten suuntausten väliset rajanvedot ovat parhaimmillaankin kovin keinotekoisia, eikä suuntausten yläkäsitteitä tule tulkita absoluuttisina, kiinteinä tai joustamattomina (Runyan & Peterson 2014, 74).

Tästä käsitteellisestä moniäänisyydestä huolimatta feministiset suuntaukset omaksuvat pääsääntöisesti kriittisen lähtökohdan. Kuten muutkin kriittiset, refleksiiviset ja poststrukturalistiset suuntaukset, myös feministinen tutkimus on tieteenfilosofiselta orientaatioltaan usein postpositivistista, mikä tarkoittaa, että niin sanottu ”todellisuus”<sup>2</sup> konstruoidaan sosiaalisesti ihmisten (subjektien) tuottaessa merkityksiä ja ymmärrettävyyttä vastavuoroisesti konstituoidessaan symboleita, kieltä, identiteettejä, käytäntöjä ja sosiaalisia rakenteita (Runyan & Peterson 2014, 67–68). Kaikki tieto on sosiaalisesti paikantunutta (mt., 69) ja osittaista, perustuen tietäjän tai tutkijan subjektiviteettiin (Tickner 1992, 17). Vaikka havainnointiin perustuvan objektiivisuuden mahdollisuus torjutaan, kyse ei kuitenkaan ole absoluuttisesta relativismista vaan tarpeesta tunnistaa, että kaikki perspektiivit ovat kontekstisidonnaisia ja arvopohjaisia (Runyan & Peterson 2014, 69).

Tämän tutkielman teoreettinen viitekehys tarkentuu postmodernin feminismin piiriin edelleen kuitenkin tunnistaen, että vastaavanlaiset yläkäsitteet ovat harvoin selvärajaisia ja ovat sekä yhteensopivissa että jännitteisissä suhteissa rinnakkaisiin yläkäsitteisiin. Postmodernin feminismin määritelmä perustuu tässä Christine Sylvesterin (1994) näkemykseen, joka tekee käsitteellisen erottelun *postmodernin feminismin* ja *feministisen postmodernismin* välille. Sylvester viittaa feministiseen postmodernismiin osana ranskalaisen poststrukturalismin perinnettä, jossa auktoriteetti, mukaan lukien itsen auktoriteetti, dekonstruoidaan. Täten myös esimerkiksi kategoria ”nainen” on täysin kyseenalaistettava. Vastaavasti postmoderni feminismi on eräänlainen neuvottelunomainen piste kokemuksellista tietoa korostavan, käytännöllis-moraalisen standpoint-feminismin ja skeptisen postmodernismin välillä<sup>3</sup>. Postmoderni feminismi tunnistaa, että subjekti tuotetaan merkityksenantoprosesseissa, mutta naisia kategoriana ei hylätä: naisten subjektiviteetti ja kokemukset ovat silti edelleen tarpeellinen tutkimuskohde. (Sylvester 1994, 11–13, 58–59.)

Postmoderni feminismi ei hyväksy identiteettikategorioita yhtenäisinä, vaan kyse on subjektien, sekä toisaalta myös kaikkien kategorioiden, käsitteiden ja merkityksenantojen, moninaisuudesta ja joustavuudesta. Niin sanotun eletyn sukupuolen merkitystä ei voida kuitenkaan kriittisestä asenteesta huolimatta sivuuttaa, sillä konteksti ja paikantuminen rajoittavat myös sukupuolikäsitteen joustavuutta. (Hooper 1998, 29–30.) Subjekti ei ole kiinteä mutta ei myöskään rajattoman hybridinen, mikä mahdollistaa emansipatorisen tutkimusintressin (Sylvester 1994, 54).

Vaikka feminististen tutkimussuuntausten väliset rajat ovat siis ajoittain hyvinkin häilyviä, tässä tutkielmassa johdonmukaisuuden nimissä viitataan termiin ’postmoderni feminismi’. Kyse on paitsi teoreettisesta suuntauksesta mutta myös eräänlaisesta sukupuolitetusta metalinssistä, jonka avulla

---

<sup>2</sup> Hyödynnän halki tämän tutkielman lainausmerkkejä ilmaisemaan, että käsite tai kategoria on problematisoitu.

<sup>3</sup> Ks. standpoint-feminismin ja postmodernistisen/poststrukturalistisen feminismin määrittelyistä esim. Hansen (2015).

sukupuoleen liitettäviä merkitysjärjestelmiä, tai sukupuolen sosiaalista järjestämistä, voidaan analysoida. Tämä järjestäminen riippuu kontekstissa operoivista valtasuhteista, jotka määrittelevät, mitkä ja keiden järjestyspreferenssit dominoivat. (Runyan & Peterson 2014, 65, 68–69.) Toisin sanoen sukupuolen koodauksella tuotetaan diskursseja, jotka saavat tietyt asiantilat, kuten sukupuolen, näyttämään luonnollisilta ja itsestäänselviltä.

Feministisessä tutkimuksessa sukupuolella ei niinkään viitata minkään tason biologiseen determinismiin vaan joukkoon kulttuurisesti muokkaantuneita ja määriteltyjä piirteitä tai symboleja (Tickner 1992, 7). Tässä käsityksessä sukupuoli on vallan järjestelmä, jossa sosiaalisesti konstruoidut kategoriat, kuten maskuliinisuus ja feminiinisyys, järjestetään hierarkkisesti siten, että maskuliinisuus asetetaan ensisijaiseksi. Samalla maskulinismilla, joka on eräänlainen ideologian moodi, oikeutetaan ja naturalisoidaan miesten ja maskuliinisuuden dominanssi suhteessa sekä ihmisruumisiin että esimerkiksi instituutioihin, kansoihin ja valtioihin. (Runyan & Peterson 2014, 5–7.)

Käsitys sukupuolesta toimii lisäksi itsekin ideologisen järjestelmän puitteissa: siis kyse on sukupuoli-ideologiasta. Tässä ideologialla viitataan maailmaa koskevaan uskonjärjestelmään, joka vääristelee ”todellisuutta” samanaikaisesti oikeuttaessaan *status quon*. Ideologiset järjestelmät linkittyvät kiinteästi vallankäyttöön, sillä ideologiat lähtökohtaisesti palvelevat valtaapitäviä esittäessään ”todellisuudesta” sellaisen määritelmän, joka on epätosi (vajavainen) mutta järjestää silti käsityksiämme maailmasta. (Andersen 1983, 213.) Ideologian tehokkuus perustuu sen kykyyn naturalisoida sosiaalisia hierarkioita, mukaan lukien sukupuolisuhteita. Ajattomasta olemuksestaan huolimatta ideologiat(kin) ovat kontekstisidonnaisia ja muuntuvat valtaapitävien intressien mukaisesti. Täten olosuhteiden muuttuessa sukupuoli-ideologia voi edistää hyvinkin vaihtelevia käsityksiä, jotka kuitenkin dominoivaan asemaan päästessään samalla hämärtävät rakenteellisen epätasa-arvon realiteetteja. (Runyan & Peterson 2014, 47, 49.)

Kuten todettu, sukupuoli-ideologia järjestää sukupuolisuhteet maskulinistisen hierarkian perusteella, joka rakentuu dikotomisen logiikan säännöin. Maskuliinisuus ja feminiinisyys on mallinnettu toisilleen vastakkaisina ja eksklusiivisina: primäärikäsitem (A) on tässä maskuliinisuus ja siihen assosioitavat uskomusjoukot (esimerkiksi rationaalisuus, sota, aktiivisuus), kun taas sekundäärikäsitem (ei-A) käsittää feminiinisuuden (emotionaalisuus, rauha, passiivisuus). Maskuliinisuus on sukupuolijärjestelmässä symbolisesti, diskursiivisesti ja kulttuurisesti etuoikeutettu. Tällaiset dikotomiset käsitykset saattavat kuitenkin hämärtää rakenteisiin sisältyvää pluralismia. (Runyan & Peterson 2014, 61–62.) Maskuliinisuus ja feminiinisyys ovat molemmat sisäisesti moninaisia, eli, kuten feminismistäkin, niistä tulisi puhua monikossa. Maskulinismi ei ole resilienssistään huolimatta kiinteää tai muuttumattomaa, vaan tuotetut käsitykset ”maskuliinisuudesta” muuttuvat vallan vaatimusten ja olosuhteiden

mukaisesti. Ylipäätään sukupuolidikotomioiden dekonstruktio on feministisen tutkimuksen keskeinen tavoite, sillä dualistisilla merkityspareilla usein päädytään vahvistamaan juuri sitä dualismia, jota tutkimuksella on haluttu paljastaa. (Hooper 1998, 31–32.) Maskuliinisuuksia ja feminiinisyyksiä analysoidessa on huomioitava niiden sisältämät moninaisuudet: ei-polaariset, ei-vastakohtaiset konstruktioparit, eli optio ”ehkä” (Runyan & Peterson 2014, 44–45).

Postmoderni feministinen kansainvälisen politiikan tutkimus käsittää siis sukupuolen ideologisena järjestelmänä, joka koostuu hierarkkisesti järjestetyistä maskuliinisuuden ja feminiinisyyden konstruktioista. Tällainen tutkimussuuntaus pyrkii erityisesti purkamaan nimettyjä rakenteita paljastaakseen ne strategiset aktiviteetit, jotka sekä ylläpitävät että hajottavat monoliittisiä valtarakennelmia (Sylvester 2002, 38–39). On kuitenkin samalla vältettävä reduktionismia, jottei analyysillä uusinneta dikotomista ajattelua: niin feminismi, naiset, miehet kuin maskuliinisuudet ja feminiinisyydetkin ovat hybridisiä, sisältäen ristikkäisiä moninaisuuksia.

## **2.2. Feministisen tutkimuksen kriittisiä näkökulmia armeijainstituutioon**

Postmoderni feminismi suhtautuu tutkimuskohteisiinsa lähtökohtaisen kriittisesti, ja sotilaallista sfääriä analysoidessaan tällainen kriittinen linssi ilmenee skeptisenä asenteena sotilaallisia instituutioita ja käytäntöjä kohtaan (ks. Basham & Bulmer 2017, 59). Kriittisyys ulottuu sotilaalliseen kenttään kokonaisvaltaisesti, kyseenalaistaen armeijoihin, sotiin ja militarismiin assosioituneet oletukset ja itsensänselvyydet (Enloe 2015, 3). Suhteessa sukupuoli-ideologisiin konstruktioihin armeijan nähdään yhtäältä peilaavan perinteisesti sukupuolituneita käsityksiä sotilaan olemuksesta, mutta toisaalta maskuliinisuuksien (ja feminiinisyyksien) välisen vuorovaikutuksen tuottamaa ”sotkuista” moninaisuutta instituutiossa aliarvioidaan (Basham & Bulmer 2017, 60–62). Täten kriittisen lähestymistavan armeijainstituutioon tulisi tunnistaa sekä dikotomisten sukupuolikonstruktioiden suhteellinen ideologinen jäykkyys että hybridisyyden potentiaali. Keskeisintä on suhtautua sukupuolen ja vallan järjestelmiin tiiviinä osana instituution ideologista ydintä (Enloe 1983, 122; 2000, 47).

### *2.2.1. Armeija sukupuolitettuna instituutiona*

Feministiset teoreetikot ovat kuvanneet niin kansainvälisen politiikan kuin militarisminkin luonnetta maskulinisoituna, patriarkkaalisena ja antifeministisenä toimintapiirinä (Tickner 1992, 4, 30; Duncanson 2017, 48). Yhteys sodankäynnin ja militarismin sekä maskuliinisuuden välillä on tiiviin dialektinen: maskuliinisuus muokkaa sotaa ja sota maskuliinisuutta (Cockburn 2007, 244, 248). Käsitys eksklusiivisesti miehistä koostuvasta taisteluyksiköstä muodostaakin edelleen sodan ja militarismin sukupuolitettujen mielikuvien keskiön, ja samanaikaisesti tämä idealisoidun maskuliinisen



sankarillisuuden ja rohkeuden myytti legitimoit soti-laallisissa instituutioissa vallitsevaa sukupuoli-hierarkiaa (MacKenzie 2015, 4).

Sukupuoli-ideologisen vallan järjestelmät ovat täten perustavanlaatuinen komponentti soti-laallisissa instituutioissa. Miesvaltaisuudesta huolimatta maskuliinisuudet järjestyvät edelleen hierarkkisesti, eivät vain suhteessa toisiinsa mutta myös naiseuteen (Cockburn 2001, 16). Soti-laallisissa konteksteissa konstruoitujen sukupuolikäsitysten resonanssi ylittää institutionaaliset rajat, joten militarismin, kansallisvaltion ja soti-laana toimimisen risteymät ovat johtaneet merkittävään merkityksenantovaltaan. Soti-laallisilla toimijoilla on siis ollut laajalti kapasiteettia muokata ymmärrystä varsinkin mieheyden merkityksestä yhteiskunnassa. (Woodward & Duncanson 2017, 3–4.)

Armeijat ovatkin instituutioina ja organisaatioina erityisen voimakkaasti sukupuolitettuja sekä sukupuolittavia, mikä peilautuu usein maskulinistisena toimintakulttuurina sekä eksplisiittisinä sukupuolitettua epätasa-arvoisuutta legitimoivina rakenteellisina kaavamaisuuksina (Carreiras 2017, 109). Maskulinistiset ideaalit ovat kuitenkin resilienssistään huolimatta muuttumiskykyisiä. Instituution rakenteiden puitteissa tapahtuvan resistanssin potentiaali ja esimerkiksi integraatiota edistäneet käytännöt ovat indikaattoreita sisäisistä ideologisista neuvotteluista ilmentäen refleksiivisyyttä sekä mahdollisuutta rakenteelliseen muutokseen (Woodward & Duncanson 2017, 2–3). Sukupuolten segregatio ja naisten ekskluusio taistelutehtävistä ovatkin nykyään Yhdysvaltain armeijan institutionaalisella tasolla purettuja käytäntöjä (ks. King 2017, 305–306), mutta kriittisen feministisen analyysin tarkoitus on käsitellä numeeristen arvojen ja formaalisten periaatteiden sijaan armeijassa ilmenevää maskulinistista dominanssia rakenteiden ja kulttuurien tasolla. Kyse on nimenomaan idealisoiduista piirteistä, käytännöistä ja symboleista. (Cockburn 2001, 16.)

Armeijainstituutiossa toteutuneista, progressiivisiksikin nimetyistä institutionaalisten käytäntöjen muutoksista huolimatta on siis syytä analysoida niitä piirteitä, jotka edelleen uusintavat soti-laallisen kulttuurin sukupuolihierarkiaa ja jopa vihamielisyyttä naisia kohtaan (Duncanson 2017, 45). Armeijan organisatorinen rakenne edistää hierarkkisten sukupuolijakojen ylläpitoa suhteessa mahdollisuuksiin ja valtaan, perustuu sukupuolikonstruktioiden moninaisuudesta huolimatta hegemonisen maskuliinisuuden peilaamaan ideologiaan ja on myös määrällisesti miesten dominoima, korostuen erityisesti instituution ydintoimintojen piirissä (Carreiras 2017, 109). Eletyn sukupuolen perspektiivistä instituution rakenteet ovatkin manifestoituneet esimerkiksi naissotilaisiin kohdistuvan seksuaalisen häirinnän ja syrjinnän vallitsemisessa<sup>4</sup> sekä sotilaiden sosialisatiossa hyödynnettävien

---

<sup>4</sup> Aiempien tilastojen mukaan esimerkiksi vuonna 2013 Yhdysvaltain armeijassa tapahtui *joka päivä* keskimäärin yli 70 seksuaalista ahdistelutapausta (ks. Runyan & Peterson 2014, 153). On myös huomioitava, että tilastoidut tapaukset voivat olla hiljenemistä suosivassa kulttuurissa vain jäävuoren huippu (Duncanson 2017, 45).

feminisoitujen, halventavien ilmaisujen (”nynny”, ”neiti”) käytössä (Duncanson 2017, 45–47; Brown 2019, 387). Armeijan sukupuolitetut käsitykset ovatkin sekä diskursiivisesti että ideologisten ja sosiaalisten käytäntöjen kannalta usein moninaisia ja jännitteisessä vuorovaikutuksessa keskenään.

### 2.2.2. *Militarisoidut miehet: maskuliinisuuksien mosaiikki*

Miesten subjektiposition kyseenalaistaminen kansainvälisen politiikan maskulinistisella kentällä on kriittiselle feministiselle projektille erityisen tärkeää, sillä kyse on ensisijaisesta sfääristä maskuliinisuuksien kulttuuriselle ja sosiaaliselle tuotannolle (Hooper 1992, 28). Maskuliinisuuden käsite ei liity pelkästään miehiin itsessään, vaan ”maskuliinisuuden idea kytkee, taivuttaa ja muokkaa kaikkia.”<sup>5</sup> (Berger ym. 1995, 7). Maskuliinisuus ei operoi välttämättä kytkeytyneenä biologisesti määriteltyyn miesruumiiseen ja ruumiillisuuteen, sillä vaikka sukupuoli-ideologian rakenne toimii sukupuolitetun ruumiin kautta, tämä sukupuolitettu ruumis itsessään saa merkityksensä nimenomaan sukupuoli-ideologiasta (Grant 2021, 196). Näin käsitetty maskuliinisuus on konstruktiona nestemäinen ja joustava, ei niinkään kiinteä joukko piirteitä (Hooper 1998, 32).

Maskuliinisuuden ja militarismien yhteenliittymä voidaan juurtaa Machiavelliin viitaten kreikkalaisesta ’kansalaistaistelijasta’ (eng. *citizen-warrior*), joka on kansalaisuuden, sotimisen ja maskuliinisuuden mitta, tietty ”todellista” miehisyttä mallintava sukupuolitettu konstruktio (Tickner 1992, 38–40). Sotilaan idealisoitu identiteetti on tiiviisti maskulinisoitu, kuten J. Ann Tickner (1992, 40) toteaa: ”Olla sotilas on olla mies, ei nainen”.<sup>6</sup> Sotilaallisen maskuliinisuuden ideaali vaatii feminiinisuuden hävittämistä, sillä feminiinisydeksi konstruoidut (fiktiiviset) piirteet, kuten heikkous, riippuvuus ja epäuskollisuus, ovat sotilaan omaamina vaarallisia. Maskuliinisen identiteetin saavuttaminen, täten, kumpuaa feminiinisuuden torjumisesta. (Belkin 2012, 26.)

”Miehisyys” on sodankäynnille välttämätöntä, ja armeijan tehtävä on sosialisoida ”pojista” sotilaita tai ”miehiä” eräänlaisen miehistymisriitin tavoin. ”Luonnollista” aggressiivisuutta korostavat initiaatioprosessit osallistuvat sellaisen sukupuoli-identiteettikonstruktion tuottamiseen, joka painostaa sotilaita todistamaan itsensä ”miehinä”. (Tickner 1992, 40.) Perinteinen sotilasmaskuliinisuus perustuukin pitkälti käsitykseen hegemonisesta maskuliinisuudesta, jonka dominoiva kulttuurinen ideaali tuottaa fantasianomaisia maskuliinisuuden malleja (Connell 1987, 184–185). Hegemonisen aseman ylläpito sukupuolijärjestyksessä vaatii maskuliinisuuden korkeamman arvottamisen (*valorization*)

---

<sup>5</sup> “[...] the idea of masculinity engages, inflects, and shapes everyone.” (Käännökset A.K.)

<sup>6</sup> ”To be a soldier is to be a man, not a woman”.

jatkuvaa tuottamista ja uusintamista, ja armeijainstituutio on keskeisimpiä maskuliinisuuden ideaalia vahvistavia kenttiä (Parpart & Partridge 2014, 553–554).

Hegemonia ei kuitenkaan tarkoita täydellistä kulttuurista dominanssia, vaan kyse on sosiaalisesta valta-asemasta vuorovaikutussuhteessa, jossa muut maskuliinisuuden kaavat marginalisoidaan (Connell 1987, 184). Täten maskuliinisuuksista on syytä puhua monikossa. Hegemonisen maskuliinisuuden lisäksi sotilaallisessa sfäärissä operoi useita militarisoidun maskuliinisuuden muotoja dialektisessa keskinäisyydessä sekä toisiinsa että feminiinisyyksiin (Belkin 2012, 24–26). Keskeistä on mallien hierarkkinen järjestäytyminen ja siitä seuraava identiteettien neuvottelu, jossa yksilöt toimivat hegemonisen ja vaihtoehtoisten maskuliinisuuksien sukupuolimallien välisessä ristipaineessa (Hooper 1992, 34). Hegemoniselle mallille alistettujen maskuliinisuuksien ei tarvitse olla tarkasti määriteltyjä eikä alistainen asema ole myöskään välttämättä pysyvä (Connell 1987, 186). Tämä ilmentää potentiaalia haastaa kyseinen ei-vääjäämätön järjestämistapa.

Militarisoidun maskuliinisuuden homogeenisuus onkin vain näennäistä, sillä ideaali ja käytäntö ovat usein jännitteisessä suhteessa toisiinsa (Belkin 2012, 29). Esimerkiksi Charlotte Hooper (1992, 31–32) on esittänyt, että vaikka sotilaana toimimisen ideaalipiirteet on tyypillisesti assosioitu ”maskuliinisuuteen” (fyysinen voima, strategisuus, kyky väkivaltaan), voitaisiin sama työnkuva määritellä ”feminiinisinkin” piirtein (tottelevaisuus, kurinalaisuus). Maskulinistisen ideologian tuottamien maskuliinisuuksien koostumus on siis altis kontekstikohtaisille muutoksille riippuen vallitsevista intresseistä ja valtaan liittyvistä vaatimuksista (mt., 32). Muutokset sotilasideaaliin assosioiduissa maskuliinisuuksissa eivät kuitenkaan välttämättä merkitse postfeminististä armeijan sukupuolettomuutta tai emaskulaatiota vaan muutoksia sukupuolijärjestyksen hierarkiassa: olosuhteiden muuttuessa uudet muodot saavuttavat dominantin aseman (Brown 2012a, 22).

### *2.2.3. Rauhanomainen, kaunis sielu? Fiktiiviset feminiinisyydet ja naissotilas*

Feminiinisyydet konstruoidaan sukupuolijärjestelmässä lähtökohtaisesti toiseuttavassa suhteessa maskuliinisuuksiin. Sukupuoli-ideologiassa mies ja maskuliinisuus on neutraali peruskategoria, varaukseton pooli, ja nainen ja feminiinisyys dikotomisesti vastinpariksi konstruoitu toinen (Runyan & Peterson 2014, 44). Toisin kuin maskuliinisuudella, feminiinisyydellä ei ole hegemonista muotoa, vaan myös niin sanottu korostettu feminiinisyys rakentuu maskulinististen intressien mukaisesti (Connell 1987, 183). Feminiinisyydet ovat siis maskuliinisuuksiakin joustavampia ideajoukkoja.

Perinteisissä sukupuolitetuissa sotanarratiiveissa nainen ei ole aktiivinen toimija, vaan naisen rooli on olla passiivinen ja hauras, oikeudenmukaisen miessotilaan suojelema ”kaunis sielu” (Sjoberg 2014, 536). Myös Machiavellille feminiinisyys suhteessa maskuliinisuuteen on sekä heikkouden

ilmentymä että uhka miehyydelle ja valtiolle (Tickner 1992, 39). Täten feminiinisyys maskuliinisuudelle vastakkaisena asemituu sotilaallisen sfäärin ideaalien, taisteluaktin ja aseistumisen ulkopuolelle, ja feminiinisyden läsnäolo johtaakin herkästi ideologisiin pelkoihin emaskulaatiosta ja armeijan feminisaatiosta (Carreiras 2017, 111–112).

Dikotomisat sukupuolinarratiivit ovat kuitenkin pitkälti symbolista abstraktiota, sillä naiset ovat olleet systemaattisesti osa sotilaallisia toimintoja halki historian (Sjoberg 2014, 536). ”Miesvoiman” kysymykset ovat lähtökohtaisesti sukupuolitettuja ja asemituvat militarisoitujen maskuliinisuuksien ideologiseen viitekehukseen, naissotilaan konstruktion ollessa heterogeenisyydessään laajalti kiistetty (Enloe 1983, 122). Armeijan tarvitessa naisia asettuukin feminiinisyden merkitys ja käyttötarkoitus julkisesti kyseenalaistettavaksi (Enloe 1993, 203). Naiset, jotka osallistuvat taisteluun, kehystetään tällöin edelleen naisina (Sjoberg 2014, 540). Feminiinisydet itsessään ja niihin liitettävät essentialisoidut piirteet, kuten rauhanomaisuus, ovat kuitenkin spesifin määrittelypotentiaalillaan ulkopuolella ja sisäsyntyisesti toiseuttamisen logiikkaan perustuessaan fiktiivisiä konstruktioita (Runyan & Peterson 2014, 60–62).

Naissotilaan sukupuolitettu identiteetti konstruoituu maskuliinisuuksien ja feminiinisyksien välisessä vuorovaikutuksessa: yhtäältä naissotilaisiin kohdistuu militarisoitujen maskuliinisuuksien ideaalien mukaisia sukupuolitettuja oletuksia, toisaalta naissotilaiden ”feminiinisyttä” pyritään varjellemaan, jotta armeijan maskuliininen identiteetti ei tulisi uhatuksi (Brown 2012a, 64–68). Tämä vaatii tasapainon löytämistä: naissotilaan on oltava tarpeeksi feminiininen tullakseen nähdyksi naisena mutta tarpeeksi maskuliininen tullakseen nähdyksi kykenevänä sotilaana (Brown 2019, 391–392).

### **3. REKRYTOINTISTRATEGIAT YHDYSVALTAIN ARMEIJASSA**

#### **3.1. Sotilaiden rekrytointi: strategiaa, mainontaa ja suostuttelua**

Armeijoiden rekrytointiprosessien ja -materiaalien päätehtävä on suostutella yksilöitä värväytymään armeijaan, ja värväämisen tehokkuuden tutkimisen sijaan kriittisesti suuntautunut sotilastutkimus (*Critical Military Studies*) suhtautuu rekrytointiin osana militarisoitua kulttuurista tilaa ja on lähtökohtaisesti analyttisen skeptistä. Rekrytointimateriaaleja lähestytään täten diskursiivisen ja kriittisen linssin kautta, jolloin keskiöön voidaan asettaa esimerkiksi sukupuolijärjestykseen, identiteetteihin ja militarismiin liitettävät merkityksenannot. (Rech 2014, 248, 251–252.) Kyse on rekrytoinnissa tapahtuvasta kohdentamisesta ja eksklusoinnista, minkä ymmärtäminen vaatii auttamatta kriittistä analyysia (Enloe 2015, 3–4).

Yhdysvalloissa armeijainstituutio operoi edelleen yhteiskunnan ytimessä, ja sillä on poikkeuksellisen etuoikeutettu positio, jota ylläpidetään valtavien resurssein<sup>7</sup> (Enloe 2000, 47). Rekrytointimateriaalit toimivatkin Melissa T. Brownin (2012a, 6) mukaan armeijan julkisina kasvoina: esiintyvän kuvaston tarkoitus on paitsi vedota potentiaalisiin rekrytteihin mutta myös tuottaa laajempaa tukea instituutiolle. Keskeistä rekrytointipyrkimyksille on, että kohdeyleisö identifioituu esiintyviin representaatioihin vähintään suhteessa idealisoituun omakuvaan. Materiaalien tarkoitus ei ole reflektoida sotilaallisen elämän realiteetteja tai edes instituution itsensä omakuvaa vaan vedota suurimpaan mahdolliseen yleisöön, jotta nämä yksilöt saadaan armeijan ovien sisäpuolelle. Sosialisointi instituution toimintakulttuuriin tapahtuu vasta myöhemmin koulutuksen yhteydessä: rekrytointivaiheessa riittää, että peilataan niitä tekijöitä, joiden julkinen yleisö toivoo olevan totta suhteessa armeijaan. (Mt., 6–8.)

Vaikka rekrytoinnissa pyritään usein korostamaan armeijaa yhtenä työpaikkana toisten joukossa, ura sotilaana eroaa kuitenkin merkittävästi siviiliyhteisön työnkuvauksista (Enloe 1983, 150). Jotta väestö saadaan suostuteltua ”riskeeraamaan elämänsä” armeijan, tai vastaavasti kotimaansa, vuoksi, rekrytointiviestien on oltava luonteeltaan suostuttelevia, koordinoituja vetoamuksia (Maartens 2020a, 3–6). Suostuttelevaa sanomaa voidaan tehostaa muun muassa puhuttelemalla vetoamuksen kohdetta henkilökohtaisin ja individualistisin keinoin, ja täten kokemusperäiset tarinarakenteet ovat korostuneet rekrytoinnin välineenä. Esimerkiksi Yhdysvaltain ja Ruotsin armeijoiden viimeaikaisissa rekrytointikampanjoissa sotilaiden omat, vapaaehtoisuutta korostaneet kasvutarinat ovat toimineet ideaalisotilaan konstruktion tehokkaina määrittelijöinä. (Stern & Strand 2024, 2–3.)

Yhteiskunnan kiihtyvän digitalisaation myötä on erityisesti rekrytoinnin, median ja mainonnan välinen tiivis dynamiikka korostunut merkitykseltään. Konsumeristisin termein armeijainstituutio niin sanotusti myy itseään promotionaalisten materiaalien avulla, jotka tuotetaan usein yhteistyössä kaupallisten mainontayritysten kanssa. (Maartens 2020b, 18–19.) Erilaisin keinoin toteutetun multimodaalisen promootion avulla voidaan pyrkiä maksimoitua selkeyteen, synteesiin, toimintasäteeseen ja vaikutukseen (Ghilani 2020, 149). Mainonnan sisäsyntyinen toimintalogiikka onkin diskursiivisesti omalaatuinen. Se on viestinväline, joka pyrkii samalla sekä simuloimaan, ei siis esittämään, ”todellisuutta” että tuomaan esille sitä, mihin tulisi pyrkiä (Berger ym. 1991, 130–132, 146–153; Ghilani 2020, 150). Mainonnan kuratoiduilla viesteillä armeija kykenee lisäksi peittämään esimerkiksi uutismediasta kumpuavia viestejä ja siten muokkaamaan julkisia käsityksiä asevoimista (Ghilani 2020, 151–152).

Sekä mainonnan että suostuttelun piirissä ”totuudenmukaisuus” ei omaa sisäsyntyistä ensisijaisuutta keinovalikoimassa, vaan kyse on ”totuuden” käyttökelpoisuudesta päätarkoituksen ollessa

---

<sup>7</sup> Esimerkiksi vuonna 2022 puolustusmenot olivat noin 760 miljardia dollaria (U.S. Department of Defense 2022a).

vetoimuksen tehokas onnistuminen (Bivins 2020, 78). Vaikka ”totuutta” ei käsitettäisi absoluuttisena, voidaan rekrytointimainonnan diskursseja peilata muun muassa vallitseviin käsityksiin tai subjektien kokemusmaailmaan. Esimerkiksi Leonard Shyles ja John E. Hocking (1990) toteavat rekrytointikampanjoita käsitelleessä haastattelututkimuksessaan, että sotilaat itse ovat reagoineet negatiivisestikin tiettyihin materiaaleihin, sillä niiden on koettu tuottavan virheellisiä odotuksia asevoimista.

Sukupuolitettua lähestymistavaa kautta voidaan edelleen tarkastella rekrytointimateriaalien diskursiivista yhteyttä sukupuolitettuihin rekrytointistrategioihin. Armeijainstituution ”miesvoimasta” vastaavat (eliitti)tahot operoivat useiden sukupuoli-ideologisten vaateiden ristipaineessa, ja usein jaetun käsityksen mukaan naisia hyödynnetään lähtökohtaisesti nimenomaan paikkaamaan ”miespulasta” johtuvia operationaalisia vajauksia (ks. Enloe 1983, 122; Nuciari 2003, 280–284.) Tällöin armeijan strategisten tulee ratkaista, keihin vetoamukset kohdennetaan ja miten naisten integroiminen voidaan toteuttaa riisumatta armeijaa sen maskuliinisesta identiteetistä (Enloe 2015, 6). Tyypillisesti rekrytoijat pyrkivätkin käyttämään hyväkseen naisten turhautumia, toiveita ja tarpeita, jolloin vetoamukset muokataan mahdollisimman osuvien kannustimien perusteella (Enloe 1983, 133–136).

Rekrytointimateriaalien luonne voidaan täten mieltää samanaikaisesti suostutteluna, strategiana ja mainontana, riippuen käsitteellisistä mieltymyksistä. Oleellinen huomio on, etteivät rekrytointimateriaalit pyri, tai edes kykene, representoimaan minkäänlaista nykyhetkenä vallitsevaa materiaalista ”todellisuutta” vaan eräänlaista idealisoitua simulaatiota siitä, mitä voisi olla (Ghilani 2020, 157; Berger ym. 1991, 130–132). Rekrytointikuvastoa määrittelevät henkilöstöön liittyvät intressit, ja kuten Cynthia Enloe (2015, 6–7) toteaa, minkäänlaisia asevoimia ei ole passiivisesti olemassa käyttövalmiudessa, vaan armeijat tulee tarkoituksenmukaisesti luoda.

### **3.2. Yhdysvaltain armeijan rekrytointimateriaalien sukupuolitettu jatkumo**

Naisten ja naishahmojen representaatiot ovat olleet halki lähihistorian keskeisiä sotimiseen, rekrytointiin ja patriotismiin liittyville vetoamuksille, vaikka itse sota onkin mielletty maskuliinisena sfäärinä. Ensimmäisessä maailmansodassa naisia hyödynnettiin visuaalisen myynnin ikoneina muun muassa vapauden (*Lady Liberty*) tai suojelusenkelin hahmoina (Bivins 2020, 81–82, 88), mutta vasta toisen maailmansodan yhteydessä perustetut Naisten armeijan apujoukot (*Women’s Army Auxiliary Corps, WAAC*; myöh. *Women’s Army Corps, WAC*) toivat itse naissotilaan konstruktion keskiöön. Vaikka naiset olivat pitkään toimineet osana armeijaa, naisten virallinen inkluusio armeijainstituutioon tapahtui sotilaallisen mobilisaation vaatimusten viitoittamana, johtaen diskursiiviseen kamppailuun sukupuolirooleista, seksuaalisuudesta ja sotilasideaalista. Toisen maailmansodan yhteydessä tämä ilmeni erityisesti korostuneena patriarkaalisena kontrollina yli naisten ruumiiden, sillä naiset

armeijassa nähtiin ”miesmäisinä” ja täten poikkeavina: naissotilas nimettiin usein joko ”lesboksi” tai ”huoraksi”. (Hampf 2004, 13–17, 23, 26.)

Rekrytointidiskurssien seuraava merkittävä käänne tapahtui vuonna 1973 Yhdysvaltain armeijan siirtäessä asevelvollisuudesta vapaaehtoisuuteen. Tarvittavien rekrytointien värväämiseksi puolustusministeriölle suositeltiin rekrytointibudjetin kasvattamista, ja puolustushaaroista maavoimille allokoitiinkin suurin budjetti, jotta mainonta saavuttaisi laajimman mahdollisen yleisön ja olisi kustannustehokasta. (Ghilani 2020, 145.) Kylmän sodan aikaiset rekrytointimainokset pyrkivät tyypillisesti vetoamaan taloudellisiin kannustimiin, henkiseen kasvuun ja/tai patrioottiseen suojelusrooliin. Nämä vetoomukset ammensivat siis jo alusta alkaen useista hierarkkisesti järjestyneistä maskuliinisuuden muodoista: eri ideaaleista tulisi tällöin paikallisesti hegemonisia, ja ne olisivat tarkan kohdentumisen myötä tehokkaita. (Brown 2012a, 37, 46–47.)

Maskuliinisuuksien ensisijaisuudesta huolimatta vetoomuksia kohdennettiin myös naisiin. Tällöin naisille määrätty feminiininen imago näyttäytyi tärkeänä, armeijan pyrkiessä ”kesyttämään” naissotilaita, jotta heidän läsnäolonsa ei haastaisi maskulinisoitua armeijakulttuuria. Naiset eivät menettäisi armeijassa feminiinisyyttään, ja armeija itse asiassa tukisi pyrkimyksiä (formaaliin) tasa-arvoon. (Brown 2012a, 64–66.) Jessica L. Ghilanin (2020, 146, 148) mukaan armeija pyrki jo kylmän sodan aikana tuottamaan vastaavia vetoomuksia perustuen kansalaisoikeusliikkeiden, mukaan lukien naisten liberaali liikkeen, retoriikan omaksuntaan, jolloin armeijasta välittyvä kuva näyttäytyi ”merito-kraattisena utopiana”. Tällaisessa mahdollisuuksien tasa-arvoa mallintavassa utopiassa kyvyt, ei-identiteettikategoriat, saavat ratkaisevan roolin. Näiden vetoomusten tehokkuus perustui kansalaisyhteiskunnassa kasvavaa sijaa saaneiden vastaliikkeiden ajatuksiin, mikä korostaa, ettei armeija konstruoi vetoomuksiaan eristyksissä muista joukkoviestimistä. (Mt., 146, 151–154.) Kyseinen retoriikka viittaa myös laajemmin naisiin kohdentuvassa mainonnassa jalansijaa saaneeseen postfeministiseen diskurssiin (ks. Rome ym. 2020, 548): mainonnassa vallitseva asiantila vastaa jo tasa-arvoista utopiaa, eikä täten tilaa avaudu resistanssille.

Kylmän sodan jälkeisenä aikakautena militarisoitujen maskuliinisuuksien koostumus kehittyi edelleen rinnakkain siviiliyhteiskunnan sukupuolidiskurssien kanssa. Perinteiseen taistelijamaskuliinisuuden malliin yhdistyi piirteitä muun muassa niin sanotusta bisnesmaskuliinisuudesta, jolloin professionaalisen menestyksen potentiaalia alettiin tuoda esiin. Samalla, vaikkei naisia välttämättä aina visuaalisesti esitettyään, vastaavanlaisia maskuliinisuuteen linkitettyjä autonomian ja mahdollisuuksien rajattomuuden tarjouksia esitettiin myös naisille. (Brown 2012a, 52–55, 70–73.) Kannustimiksi konstruointiin vetoomuksia esimerkiksi pääsystä ensiluokan kansalaisuuden piiriin, taloudellisesta itsenäisyydestä sekä ylöspäin suuntautuvasta mobilisaatiosta (Enloe 2000, 47–48). Toisaalta naiset on

systemaattisesti irrotettu ja edelleen irrotetaan taistelukuplastosta: naissotilaan olalle ei kuulu ase (Brown 2012a, 71). Natalie Jester (2021, 69) onkin esittänyt nykyisen vuosituhanen aikaisia anglo-amerikkalaisia rekrytointimainoksia käsitelleessä tutkimuksessaan, että mainokset ovat lähtökohtaisesti ideologiselta koostumukseltaan ristiriitaisia ja että inklusiivisuudesta huolimatta naiset kuvataan usein väkivallattomina toimijoina.

Kuvailtu meritokraattinen ”eskapismi”, kuten Ghilani (2020, 151) sitä kutsuu, on ollut erityisen vallitsevaa nimenomaan maavoimissa, joiden rekrytointimateriaaleissa esiintyy eniten naisia, yleensä arkipäiväisenä osana instituutiota (Brown 2012a, 62). Esimerkiksi merijalkaväen rekrytinnissa hyödynnetään silti edelleen elitististä, taistelullisen maskuliinisuuden mallia, ja visuaalisesti mainosten maailma on korostuneen miehinen. Tässä naissotilaiden feminiinisyys on ollut erityissuojelussa, ja muun muassa kosmetiikan käyttöä on vaadittu. (Brown 2012b, 166–168.) Eroja puolustushaarojen välillä voidaan selittää jälleen operationaalisilla henkilöstövaatimuksilla: maavoimilla on suurin tarve rekryteille, kun taas ne haarat, joilla on mahdollisuus olla valikoivampia, ovat voineet marginalisoida tai jopa sivuuttaa tarpeen naissotilaiden rekrytointiin (Brown 2012a, 178–180; Brown 2019, 394). Valitut representaatiot ja ideaalit eivät ole sattumaa vaan olosuhteiden määrittelemää strategiaa.

Rekrytointimainosten vallitsevat sukupuolidiskurssit ovat siis kehittyneet merkittävässä määrin kulu- neen vuosisadan aikana, mutta mainonnan logiikka on pysynyt ennallaan. Vapaaehtoisarmeijan aika- kautena inklusiivisuuden retoriikalla on ajoittain pyritty tuottamaan kuvaa ”meritokraattisesta utopi- asta”, joka kuitenkin operoi lähtökohtaisesti ideaalitasolla eikä ole vastuussa esimerkiksi rakenteelli- sista epäkohdista tiedottamisesta. Mainontaan kuuluu täten sisäsyntyinen jännite utopian ja minkään tason ”todellisuuden” välillä, mutta mainonnalla voidaan samalla muokata yhteiskunnassa vallitsevia julkisia käsityksiä asevoimista. (Ghilani 2020, 150–151.) Maavoimien mainoksilla on voitu tarvitta- essa konstruoida kuvaa tasa-arvoisesta naissotilaasta ja samalla instituutiosta inklusiivisena, jopa de- sukupuolitettuna ympäristönä, jossa sukupuolella (sekä esimerkiksi rodulla tai seksuaalisuudella) ei ole toiminnan kannalta merkitystä. Samalla sukupuolitettuihin representaatioihin liittyvät strategiset pohdinnat tai esimerkiksi naissotilaiden kokema seksuaalinen häirintä (ks. Brown 2019, 392; Enloe 1983, 146–149) sivuutetaan. Rekrytointimainosten idealisoidussa simulaatiossa tulevaisuus on täynnä mahdollisuuksia ja hyvyyttä: liity joukkoon, ja tule itse katsomaan.

### **3.3. Kriisi rekrytinnissa: mistä ”miesvoimaa”?**

Erityisesti viime vuosina amerikkalaismedioissa on esiintynyt laajalti väitteitä armeijan rekrytointi- pulasta, jopa rekrytointikriisistä. Maavoimien omat julkaisut ovat tuoneet esiin useiden prosenttiyk- siköiden vajaukset suhteessa rekrytointitavoitteisiin, ja yhdeksi selitykseksi on tarjottu liittovaltion



vahvaa taloustilannetta (Henderson 2020, 2). Taloudelliset kannustimet ovatkin olleet vapaaehtoisarmeijan aikana yksi tärkeimmistä houkuttimista (Ghilani 2020, 146). Täten rekrytointistrategistit ovat joutuneet kehittämään lähestymistapojaan siten, että mainontaa voidaan kohdentaa tarvittaviin ryhmiin. Maavoimien edustajat ovat esittäneet palvelukseen värväytyneiden naisten määrän romahtaneen varsinkin koronapandemian jälkeisenä aikana, ja tämän vajeen paikkaamiseksi rekrytointikäytännöissä on kiinnitetty entistä enemmän huomiota tapoihin, joilla rekrytointia voidaan kohdentaa naisiin (Thayer 2023). Edelleen asiantuntijoiden on todettu viittaavan naispopulaatioon tärkeimpänä rekrytointireservinä (Myers 2023).

Löytääkseen ratkaisuja nykyisiin rekrytointihaasteisiin on esimerkiksi ajatushautomo RAND Corporation tuottanut Yhdysvaltain puolustusministeriön käyttöön tutkimusraportin naisiin kohdennetusta rekrytointipolitiikasta ja -käytännöistä. Kyseinen raportti sijoittuu erityisesti naisia koskeneen taistelukiellon purkamisen<sup>8</sup> jälkeiseen kontekstiin ja esittää suosituksia naisten rekrytoinnin tehostamiseksi. (Yeung ym. 2017.) Tutkimusraportin suositusten mukaan esimerkiksi naisrekrytoijien ja naisroolimallien näkyvyyttä tulisi lisätä, mainontaa tehostaa sekä korostaa, ettei naissotilaiden tarvitse olla ”miesmäisiä” (*butch*). Toisaalta naisten spesifejä huolenaiheita ei eksplisiittisesti pyritä huomioimaan tai tuomaan esiin. Esimerkiksi ajatushautomolle annetun ohjeistuksen mukaisesti puolustusvoimissa tapahtuvaa seksuaalista häirintää ei otettu raportin haastateltavien kanssa puheeksi. (Mt., 1, 33–34, 53–54.)

## 4. TUTKIMUSASETELMA JA METODOLOGIA

### 4.1. Tutkimuskysymykset ja tutkimusaineisto

Yhdysvaltain armeijan rekrytointimateriaaleja ei tuoteta kontekstuaalisessa tyhjiössä, eivätkä ne tuota merkityksiä irrallaan armeijainstituutiota ja sotilaana toimimista järjestävästä sukupuoli-ideologiasta. Laajempien diskursiivisten ymmärrysten lisäksi maavoimien operationaaliset vaatimukset vaikuttavat rekrytointia ohjaaviin strategiisiin valintoihin, ja voidaan pitää perusteltuna olettaa, että nämä strategiset tarkoituserät ja intressit toimivat vuorovaikutuksessa sukupuolijärjestelmän merkityksenantojen, tai sukupuolikoodauksen, kanssa. Täten rekrytointimainoksista ilmenevät representaatiot, erityisesti tässä kontekstissa niiden kohdentuessa naisiin ja naissotilaisiin, voivat analyysin kohteena auttaa tuottamaan ymmärrystä niistä sukupuoleen ja palvelukseen liittyvistä diskursseista ja arvotuksista, joita armeija pyrkii tuomaan esiin. Armeijan rekrytointiin liittyviä merkityksenantoja on tutkittu feministisestä näkökulmasta hyvin vähän (ks. Brown 2012b, 153), vaikka rekrytointimainosten

---

<sup>8</sup> Naisten taistelukiellon (*combat ban*) purkamisesta ilmoitettiin vuonna 2013 (ks. MacKenzie 2015, 2).

sukupuolidiskurssien on todettu vaikuttavan laajalti yleisiin käsityksiin sekä sukupuolesta että asevoimista (Brown 2012a, 185).

Jotta rekrytointimateriaalien diskursseja voidaan yhtäältä ymmärtää ja toisaalta niihin vääjäämättä limittyneitä intressejä paljastaa tai tuoda näkyviin, esitetään tässä tutkielmassa seuraavanlaiset tutkimuskysymykset: *Millaisia representaatioita naissotilaista rekrytointimainoksissa esitetään, ja millaisia merkityksiä armeijainstituution taustaintressit ja sukupuoli-ideologia antavat kyseisten representaatioiden valikoitumiselle?* Kyse ei ole täten ainoastaan representaatioiden näennäisestä substanssista vaan kriittisestä tulkinnasta suhteessa postmodernin feminismin tarjoamaan teoriakäsitykseen ja laajempaan sosiokulttuuriseen kontekstiin.

Vastauksia edellä mainittuihin kysymyksiin haetaan tutkimusaineistosta, joka koostuu maavoimien vuoden 2021 *The Calling* -rekrytointikampanjan kolmesta lyhyestä mainosvideosta. *The Calling* on viiden Youtube-videopalvelussa ja muilla sosiaalisen median alustoilla julkaistun animaatiovideon sekä niihin liitetyn verkkosivun laajuinen kampanja, joka esittelee viiden sotilaan ”tunteellisia” ja ”monimuotoisia” alkuperätarinoita (U.S. Army 2021). Näistä viidestä videosta kolme keskittyy erityisesti naissotilaiden tarinoihin, ja videot on nimetty kertojiansa mukaan: maavoimien alikersantti Emma Malonelordista kertova *Emma* (GoArmy 2021a), yliluutnantti Janeen Phelpsistä kertova *Janeen* (GoArmy 2021b) ja lääkintämies Jennifer Lirianosta kertova *Jennifer* (GoArmy 2021c).

Tämän tutkielman tutkimusaineisto koostuukin nimenomaan edellä mainituista kolmesta videosta, sillä naissotilaiden representaatioita analysoidessa keskeisintä on huomioida eksplisiittisesti naisten roolia käsittelevät materiaalit. Kaksi muuta videota, jotka kertovat miessotilaista, tarjoavat oleellisen sukupuolikoodausta koskevan vertailukohdan, mutta niiden vetoomukset eivät spesifisti kohdistu potentiaaliin naisrekryytteihin. Rekrytointimainosten suostuttelevat vetoomukset nojaavat kuitenkin pitkälti identifikaation logiikkaan (Brown 2012a, 7), ja rekrytointistrategiaraporteissa on tuotu esiin naisroolimallien tärkeys mainonnassa (Yeung ym. 2017, 53). Täten naisiin kohdentuvien vetoomusten, joiden purkaminen on tutkielman analyttisessä keskiössä, voidaan olettaa rakentuvan valitussa tutkimusaineistossa pitkälti naissotilaista esitettävien representaatioiden varaan.

Aineiston yhteydessä on syytä huomioida, että myös tammikuussa 2024 julkaistun Maria Sternin ja Sanna Strandin (2024) tutkimusartikkelin aineistona toimii muun muassa *The Calling* -kampanjan muodostavat rekrytointivideot. Sternin ja Strandin artikkeli tarkastelee kriittisesti henkilökohtaisiin todistuksiin perustuvia rekrytointimainoksia sekä Yhdysvalloissa että Ruotsissa mutta hyödyntää kriittisen diskurssianalyysin sijaan (poststrukturalistista) narratiivista metodologiaa eikä edusta kriittistä feminististä teoriakehystä. Sternin ja Strandin analyysin keskiössä on aspirationaalisten

tarinoiden kielioppi ja vetoomusten rakentuminen eikä niinkään sukupuoli- tai representaatit tai ideologisten merkitysten purkaminen. Täten aineiston yhtäläisyyksistä huolimatta tämän tutkielman suhde samoihin aikoihin julkaistuun Sternin ja Strandin artikkeliin on täydentävä mutta erillinen.

Aineistoon kohdistuvaa erityistä analyttistä mielenkiintoa korostaa lisäksi kampanjan herättämä julkinen debatti ja sosiaalisessa mediassa ilmenneet vastareaktiot, joissa esitettiin väitteitä muun muassa armeijan emaskulaatiosta, ”wokeismista” ja poliittisesta teatterista varsinkin *Emma*-videon sosiaalista oikeudenmukaisuutta ja seksuaalivähemmistöjä korostaneen sanoman seurauksena (Martinez 2021; Brito 2021). Julkisen polemiikin vaikutuksesta kertoo myös se, että videoiden kommenttikentät jouduttiin pian julkaisun jälkeen poistamaan käytöstä (Sicard 2021). Kampanjan herättämät voimakkaat reaktiot indikoivatkin, että rekrytointimainosten diskurssit ovat lähtökohtaisesti sisäisesti jännitteisiä ja omaavat merkittävää merkityksenantovaltaa, joka ei operoi pelkästään sotilaallisessa sfäärissä vaan laajemmin myös siviiliyhteiskunnassa.

#### **4.2. Multimodaalinen kriittinen diskurssianalyysi metodologisena kehyksenä**

Laajalti yhteiskunnallisessa tutkimuksessa, mukaan lukien feministisessä ja kansainvälisen politiikan tutkimuksessa, niin sanottu diskursiivinen käänne on tuonut tutkimuksen keskiöön kielen ja diskurssin limittyneet kysymykset (Lazar 2007, 144). Kriittinen diskurssianalyysi (CDA) on tätä perspektiiviä korostava metodologinen kehys, jolla tutkitaan erityisesti kielen, vallan ja ideologian yhteenliittymiä sekä piileviä poliittisia ja ideologisia sitoutumia (Fairclough 2010, 26–28). Erityisesti eliittitoimijoihin ja instituutioihin kohdistuvassa analyysissä diskurssianalyysi onkin erityisen produktiivinen instrumentti, mahdollistaen tekstien lukemisen ’vastakarvaan’ (Runyan & Peterson 2014, 81). CDA:lla voidaan lähtökohtaisesti analysoida tekstejä niin verbaalisessa kuin esimerkiksi visuaalisesakin muodossa, mutta multimodaalinen kriittinen diskurssianalyysi (MCDA) tarjoaa tarkemman välinejoukon eri kommunikaatiomoodeja yhdistävien tekstien analyysiin. MCDA ei ole kiinteästi määritelty metodi vaan multimodaalista aineistoa eri keinoin analysoiva poikkitieteellinen, kriittinen instrumentti. (Machin & Mayr 2012, 1, 6–10.)

Tämän tutkielman viitekehys koostuu metodologisesti yhdistelmästä eri instrumentteja, joiden kautta tutkimusaineistoa voidaan mahdollisimman soveltuvalla tavalla analysoida ja tutkimuskysymyksiin löytää vastauksia. Käsitteellisesti tutkielma ammentaa pitkälti feministisen CDA:n mukaisesta lähestymistavasta löytäen samalla yhtymäkohtia sosiaalisemioottiseen kommunikaatioteoriaan sekä dualistiseen semiotiikkaan. Tämän poikkitieteellisen ja monimetodisen kehyksen tarkoitus on pureutua kriittisesti multimodaaliseen aineistoon, jotta voidaan analysoida, mitä diskursseja aineistossa esiintyy, miten niitä tuotetaan ja lopulta, miten sukupuoli-ideologia ja valta operoivat upotettuina tekstiin.

#### 4.2.1. Diskurssien ideologinen rakenne, representaatiot ja feministinen refleksiivisyys

Kielenkäytön ja sosiokulttuuristen rakenteiden välistä suhdetta tutkivan kriittisen diskurssianalyysin keskiössä on käsitys diskurssista sosiaalisena käytäntönä, joka osallistuu sosiaalisten suhteiden ja identiteettien sekä tiedon ja merkitysten järjestelmien konstruktioon. Sosiaalisissa instituutioissa tai toimintapiireissä esiintyvät diskurssit ja diskursiiviset käytännöt eivät ole monoliittisia vaan rinnakkaisia, kilpailevia ja jännitteisiä, ja täten muodostuu diskurssien järjestys (*order of discourse*). (Fairclough 2010, 92–93.) CDA:n mukaan diskurssin suhde sosiaalisena käytäntönä muihin sosiaalisiin ulottuvuuksiin on dialektinen: diskurssit sekä konstituovat sosiaalisia rakenteita mutta myös reflektivat niitä, tullen konstituoiduiksi muiden sosiaalisten käytäntöjen toimesta (Jørgensen & Phillips 2002, 61). Diskurssi, mukaan lukien sukupuolidiskurssi, on siis yksi sosiaalisten käytäntöjen elementti eikä absoluuttinen määrittelijä, kuten postmodernisteille (Lazar 2007, 151).

Diskursseilla on rooli sekä dominanssin tuottamisessa ja uusintamisessa että haastamisessa, dominanssin ollessa epätasa-arvoisuuteen johtavaa sosiaalisen vallan käyttöä. Tällainen valta on kontrollia, joka on usein tehokkaimmillaan manifestoituessaan intressien ohjaamana suostutteluna tai manipulaationa sekä kontrollia legitimoivina diskursiivisina strategioina. (van Dijk 1993, 249–250, 254.) Täten valta ja valtasuhteet ovat diskursiivisia, ilmeten usein luonnollisina ja vääjäämättöminä, ja todellisuutta konstruoidessaan nämä rakenteet ovat usein myös ideologisia (Fowler 1985, 61; Kress 1985, 29). Ne käsitykset, joista diskurssi konstituoituu, järjestyvät tietyn ideologian mukaisesti (Kress 1985, 29–30), ja ideologia operoi usein institutionaalisesti naturalisoivana voimana, tuottaen konsensusta ja legitimeettiä itsestäänselviksi mielletyille asiantiloille. Ideologialla on täten usein valtasuhteita hämärtävä funktio. (Lazar 2007, 147.)

Keskeistä diskurssien analyysille on lisäksi tutkia sosiaalisia tapahtumia ja toimijoita koskevia representaatioita ja representationaalisia strategioita. Representaatio on kaikessa (media)diskurssissa konstruktiiivinen käytäntö, eli ajatuksia ja tapahtumia ei voida koskaan kommunikoida luonnollisessa rakenteessaan viestinväliseen itsensä rakenteiden takia (Fowler 1991, 25). Erilaisin representationaalisin strategioiden tuotetaan erilaisia merkityksiä suhteessa kuvattuun ilmiöön, ja täten on kysyttävä, millaista ”todellisuutta” representaation keinoin pyritään konstruoimaan (Seppänen 2005, 78). Representaatioita tuottava taho omaa tällöin myös diskursiivista valtaa, mahdollistaen dominanssin uusintamisen (van Dijk 1993, 257, 263). Representationaalisissa strategioissa ammennetaan lisäksi usein mielikuvien välittämästä identifikaation logiikasta, jolloin subjekti johonkin samaistuessaan erottuu jostakin muusta, ja althusserilaisittain kyse on vapaan toimijuuden sijaan ideologian ohjailevasta vaikutuksesta (Seppänen 2005, 42).

Representaation suhteen tehdyillä diskursiivisilla valinnoilla paikannetaan siis toimijoita osaksi sosiaalista maailmaa (Machin & Mayr 2012, 77). Analyttisestä perspektiivistä representaatioita voidaan tutkia muun muassa tarkastelemalla ilmeneviä eksklusion ja inklusion strategioita eli sitä, millä elementeillä on merkittävin asema tai mitkä sivuutetaan, sekä sosiaalisten tapahtumien representaatioiden konkreettisuutta tai vastaavasti abstraktiota (Fairclough 2003, 135–138). Syvimmillään representaatiot konnotoivatkin laajemmin eri arvoja. (Machin & Mayr 2012, 103.)

Kriittisen diskurssianalyysin käsitteet linkittyvät merkittävässä määrin feministiseen teoriaan. Sekä postmoderni feministinen tutkimus että CDA omaavat emansipatorisia päämääriä, joten myös tässä tutkielmassa omaksutaan emansipatorisen tieteenintressin ohjaava rooli analyysissä. Sorron, vallankäytön ja ideologian piilomerkitysten paljastaminen diskursseissa on osa emansipatorista tutkimusprojektia, liittäen yhteen postmodernin feminismin sukupuolikäsitykset sekä kriittisen diskurssitutkimuksen analyttiseen otteen (Lazar 2007, 144; Tickner 2006, 25, 29). Feministinen kriittinen analyysi ottaa lähtökohdaksi marginalisoidut subjektit, tarkoituksenaan dekonstruoida ”objektiivisiksi” koettuja aspekteja ja paljastaa vallan epäsymmetristä jakautumista sosiaalisissa suhteissa, instituutioissa ja rakenteissa (Tickner 2006, 30, 34). Lisäksi kriittistä ja feminististä tutkimusta luonnehtii normatiivinen asemoituminen: kyse on analyttisestä aktivismista ja pyrkimyksestä sosiaaliseen muutokseen (Lazar 2007, 145–146).

Feministisen CDA:n käsitteellinen viitekehys jakaa postmodernin feminismin käsityksen sukupuolesta ideologisena vallan järjestelmänä, jonka hegemoninen asema perustuu diskursiivisesti tuotettuun dominanssiin yhteiskunnassa. Sukupuoli-ideologia ei ole absoluuttisen kiinteä vaan sisältää myös resistanssin potentiaalin, johtaen dialektiseen jännitteeseen rakenteellisen pysyvyyden ja käytännöllisen toiminnan välillä. Tämä jännite on yhteydessä gramscilaiseen käsitykseen valtasuhteista dominanssina, joka ilmenee dynaamisena taisteluna intresseistä. Feministinen CDA pureutuukin kysymyksiin siitä, kuinka valtaa ja dominanssia diskursiivisesti tuotetaan ja vastustetaan ja kuka diskurssin muotojen äärelle päästetään. (Lazar 2007, 147–149.)

Feministinen CDA kiinnittää huomionsa myös refleksiivisyyteen, jolla viitataan jälkimoderneissa yhteiskunnissa esiintyvään tendenssiin hyödyntää sosiaalisia prosesseja ja käytäntöjä koskevaa tietoa myöhempiin omiin käytäntöihin (Giddens 1991, 20–21). Institutionaalinen refleksiivisyys (*institutional reflexivity*) voi ilmetä paitsi progressiivisina käytäntöinä mutta myös feminismin strategisena hyödyntämisenä. Näistä ensimmäinen viittaa esimerkiksi inklusiivisuuteen, sukupuoli-integraatioon ja sukupuolen valtavirtaistamiseen instituution sosiaalisten käytäntöjen tasolla. Sen sijaan mainonnassa sekä valtionhallintojen ja muiden instituutioiden suostutteluakteissa saatetaan hyödyntää sellaisia refleksiivisiä käytäntöjä, jotka omaksuvat feminististä egalitarismin ja voimaantumisen

retoriikkaa ei-feministisiin tarkoitukseen, muun muassa omakuvan progressiivisuuden korostamiseksi tai muista puhtaasti pragmaattisista syistä. Tällöin kyse on feminismien tyypistämistä poliittisena voimana pelkäksi merkkivoksi. (Lazar 2007, 153–154.) Instituutioiden tuottamien diskurssien analysoinnissa onkin syytä tarkastella kriittistä refleksiivisyyttä: missä määrin kyse on rakenteellisesta edistyksellisyydestä ja missä määrin strategisesti omaksutusta retoriikasta.

#### *4.2.2. Kriittisen diskurssianalyysin ulottuvuudet*

Yksi CDA:lle keskeisimpiä analyttisiä viitekehyksiä on Norman Fairclough'n kolmiulotteinen analyysimalli, jonka mukaan diskurssi koostuu kolmesta, sisäkkäin mallatusta ulottuvuudesta: järjestyksessä sisimmästä uloimpaan teksti, diskurssikäytäntö ja sosiaalinen käytäntö. Jokaista kolmea ulottuvuutta vastaa edelleen omat analyysimoodinsa, joten tekstiä analysoidaan mikrotason tekstianalyysillä (kuvaileva), diskurssikäytäntöä välittävänä toimivan mesotason prosessin analyysillä (tulkitseva) ja sosiaalista käytäntöä makrotason sosiaalisella analyysillä (selittävä). (Fairclough 2010, 60–61, 132–133.) Erillisyydestään huolimatta on lisäksi hedelmällistä tunnistaa, että tekstianalyysissä tuskin voidaan välttää diskurssikäytännön analyysiä ja vastaavasti myös toisinpäin (Jørgensen & Phillips 2002, 68–69). Tässäkin tutkielmassa analyysi rakennetaan kolmiulotteisen jaottelun mukaisesti, huomioiden kuitenkin ulottuvuuksien väijäämättömän limittyneisyyden ja toisiaan vastavuoroisesti konstituoivan tendenssin.

Diskurssin sisin ulottuvuus, eräänlainen mikrotaso, on siis teksti, jota analysoidaan tutkimalla erityisesti sen muodollisia, lingvistisiä (ja esimerkiksi visuaalisia) ominaisuuksia (Jørgensen & Phillips 2002, 69). Seuraavassa luvussa käsitellään tarkemmin, miten semioottisia instrumentteja voidaan soveltaa osana tekstianalyysiä. Diskurssikäytännöllä viitataan tekstin tuotannon ja tulkinnan prosesseihin, mikä toimii samalla välittäjänä tekstin ja sosiaalisen käytännön välillä (Fairclough 2010, 94). Kyse on tilanteellisesta ja intertekstuaalisesta kontekstista, jossa sosiaaliset toimijat tuottavat ja vastaanottavat tekstin sekä myös itsessään sosiaalista maailmaa konstituovasta käytännöstä (Jørgensen & Phillips 2002, 61, 69). Lopulta tekstin sosiaalinen analyysi pureutuu vallan ja dominanssin diskursiivisesti konstruoituihin sosiokulttuurisiin käytäntöihin tarkoituksenaan avata diskursiivisten ja sosiaalisten prosessien välistä suhdetta (Fairclough 2010, 94, 132). Sosiaalinen analyysi linkittykin täten tiiviisti käsityksiin ideologiasta ja dominanssista diskursseissa.

#### *4.2.3. Multimodaalisuus: sosiaalisemioottisen kommunikaatioteorian sovellutuksia*

Diskurssien analyysissä on enenevässä määrin pyritty huomioimaan multimodaalisuuden merkitys (Machin 2016, 323; Lazar 2007, 144) perustuen huomioon siitä, ettei merkityksiä tuota pelkästään

kieli vaan muutkin semioottiset moodit, kuten kuva ja ääni<sup>9</sup>. Erityisesti mikrotason tekstianalyysissä huomioidaan lingvististen ja visuaalisten semioottisten valintojen merkitys niiden signifioimille laajemmille assosiaatiojoukoille, jotka voivat viitata identiteetteihin, arvoihin ja toimintoihin. (Machin & Mayr 2012, 6, 15.) Tällainen multimodaalinen analyysi ammentaa laajalti sosiaalisemioottisesta kommunikaatioteoriasta, jonka perustana toimii näkemys sekä kielessä että visuaalisessa kommunikaatiossa hyödynnettävistä semioottisista resursseista. Kommunikaattori käyttää näitä resursseja realisoimaan intressejään, ja tehdyt valinnat ovat lähtökohtaisesti ideologisesti merkittäviä. (Machin & Mayr 2012, 17–19; Kress 1985, 30–31.) Lisäksi multimodaalisessa analyysissä sosiaalisemioottisella teoriolla voidaan jalostaa barthesilaisen dualistisen semiotiikan perusajatusta merkkien denotaatioista, eli tietyn entiteetin kuvaamisesta, ja konnotaatioista, eli merkin representaatioiden kommunikoimista arvoista ja ajatuksista. Kyse ei ole pelkästään yksittäisen merkin konnotaatiosta, vaan sosiaalisemioottinen teoria tutkii spesifejä semioottisia valintoja olemassa olevien resurssien kontekstissa. (Machin & Mayr 2012, 19, 49–50.)

Tässä tutkielmassa tekstianalyysin välineinä hyödynnetään lingvistisellä tasolla konnotaatioiden lisäksi erityisesti ylileksikalisaation (*overlexicalisation*) sekä supression (*suppression*) ja abstraktion (*abstraction*) käsitteitä. Ylileksikalisaatio ja supressio ovat toisilleen vastakkaisia – eli tiettyjen termien ylikorostaminen tai tukahduttaminen –, mutta molemmat viittaavat siihen, että jokin tekstissä on problemaattista tai ideologisesti kamppailulle keskeistä. (Machin & Mayr 2012, 37–39.) Siis, mitä korostetaan ja mitä piilotetaan? Abstraktioilla voidaan generalisoida toimintaa tai käsityksiä ja täten sivuuttaa mikroprosessien yksityiskohtia, mikä viittaa ideologiseen toimintaan (mt., 115, 133).

Edelleen visuaalisella tasolla voidaan tehdä huomioita vastaavista semioottisista valinnoista, vaikkakin tässä tutkielmassa pääpaino onkin lingvistinen. Visuaalisten merkkien denotaatioilla ja konnotaatioilla voidaan siis tutkia kuvien merkityksenantoja, mutta varsinkin representationaalisissa strategioissa on syytä analysoida muun muassa sosiaalisen toimijan attribuutteja (*attribute*), eli representoituja ajatuksia ja arvoja, asennoitumista, yksilöllistämistä tai yhteisöllistämistä sekä toimijuutta. (Machin & Mayr 2012, 49–52, 70, 97–102.) Myös visuaaliselle kommunikaatiolle varsinkin abstraktion ja supression strategiat ovat keskeisiä: mitä ei spesifioida ja mitä ei kuvata?

Semioottisten resurssien valikointi on siis poliittista ja vallankäyttöä erityisesti siinä, miten niillä muokataan diskursseissa esiintyviä representaatioita ja samanaikaisesti korostetaan tai tukahdutetaan entiteettejä tietyn ideologian legitimaation nimissä (Machin & Mayr 2012, 18, 26). Mikrotasolla

---

<sup>9</sup> Auditivisen analyysin potentiaalia on esitelty (M)CDA:n kannalta vielä hyvin rajallisesti, joten tämän tutkielman fokus on ensisijaisesti lingvistisissä ja toissijaisesti visuaalisissa merkeissä.

analysoivat semioottiset valinnat heijastuvatkin myöhemmillä, kriittisillä analyysitasoilla, esimerkiksi linkittyessään tekstin intertekstuaaliseen kontekstiin ja tuottaessaan ideologisia merkityksiä.

## 5. ANALYYSI

### 5.1. Abstrakti sotilasnainen inklusiivisessa instituutiossa

Kriittinen diskurssianalyysi voidaan toteuttaa lähtien ensin mikrotason tekstianalyysistä, edeten sitten analyysissä laajemmille, kriittisille analyysitasoille. Tekstianalyysissä tarkoitus on pureutua armeijan mainosvideoissa esiintyviin semioottisiin valintoihin sekä lingvistisen että visuaalisen analyysin avulla, jotta voidaan tutkia, miten kieleen ja visuaalisuuteen liittyvillä semioottisilla valinnoilla tuotetaan merkityksiä. Kyse on muodollisen koostumuksen analyysistä, jota ei voida kuitenkaan irrottaa merkityksenantoprosesseihin liittyvästä tulkinnasta.

Sisällöllisesti muutaman minuutin pituiset videot noudattavat yhtenäistä juonellista kaavaa: kertojina toimivat naissotilaat kertovat elämästään, tavoitteistaan ja intohimoistaan, tarinoiden päättyen naisten löytämiin syihin värväytyä armeijaan. Videot päättävä iskulause on aina sama: ”vastasin kutsumukseeni.”<sup>10</sup> Alikersantti Malonelord korostaa *Emma*-videossa (GoArmy 2021a) kahta äitiään vahvoina roolimalleina sekä muistelee tasa-arvoprotettiin osallistumisen lisäksi aikaansa kalifornialaisen yliopiston sisarkunnassa. Kokiessaan saaneensa lähes kaiken elämässään annettuna, Malonelord värväytyy armeijaan löytääkseen haasteita ja seikkailuja ja löytääkseen ”sisäisen vahvuutensa” (*inner strength*). *Janeen*-videon (GoArmy 2021b) tarina seuraa yliluutnantti Phelpsia, joka kasvoi armeija-perheessä mutta ei saanut isältään lupaa värväytyä. Vuosien ajan Phelps keskittyy uraansa laulajana maailmaa kiertävällä risteilijällä, kunnes epävakaa maailmantilanteen havahduttama Phelps saa vihdoin isänsä siunauksen ja aloittaa uransa armeijassa. *Jennifer*-videossa (GoArmy 2021c) taas lääkin-tämies Liriano kertoo haastavasta nuoruudestaan, jolloin hänen isänsä yritti itsemurhaa perheensä edessä. Ongelmiin hankkiutunut nuori Liriano lähetetään Dominikaaniseen tasavaltaan, mistä hänen vanhempansa ovat kotoisin ja missä hän olosuhteista huolimatta oppii uskomaan ihmisten hyvyteen. Armeijaan hänet lopulta vetää ajatus siitä, että armeija koostuu nimenomaan ”hyvistä ihmisistä”.

Jokainen esitellyistä tarinoista on perspektiiviltään lähtökohtaisesti yksilökeskeinen ja sävyiltään henkilökohtainen. Tarinoissa vietetään eniten aikaa kertojien taustoissa ja elämässä ennen armeijaan värväytymistä, korostaen esimerkiksi perheen merkitystä naisten omakuvulle. Erilaisia taustoja esittelemällä pyritään osoittamaan erilaisten polkujen mahdollisuus, tämän ollessa samalla tarkoitettu merkiksi armeijan inklusiivisuudesta. Hahmojen feminiinisyyttä ei uhata, millä kenties halutaan todistaa

---

<sup>10</sup> ”I answered my calling.”



naisuuden ja armeijan olevan yhteensopivia. Temaattisella tasolla korostuvat lisäksi oikeudenmukaisuuden eri aspektit: Malonelord puolustaa vapautta ja tasa-arvoa, Phelps huolestuu maailmalla tapahtuvasta pahuudesta, ja Liriano haluaa olla mukana auttamassa isänsä kaltaisia ihmisiä.

Tarkemmassa mikrotason analyysissä voidaan tutkia yksittäisten sanavalintojen eri konnotaatioita. Kielenkäyttö on pääosin neutraalin sijaan tunneperäisen voimakasta, jolla pyritään tuottamaan positiivisia samaistumisen tuntemuksia sekä päähenkilöitä että armeijaa kohtaan. Esimerkiksi iskulauseessa toistuva kampanjan nimi, eli ”the calling”, tai kutsumus, viittaa armeijauraan eräänlaisena kohdalona sen sijaan, että siitä puhuttaisiin velvollisuutena tai pelkkänä ammattina. Yhdysvaltoihin viitataan ”sinun kansakuntanasi” (*your nation*) (GoArmy 2021a), jolla on vahvempi tunneperäinen, kohdettaan puhutteleva lataus kuin sanoilla liittovaltio tai valtiokoneisto. Ura armeijassa on siis jotain mystifioidumpaa ja merkittävämpää: jotain, jolla on suurempi tarkoitus ja päämäärä.

Tunteisiin vetoava retoriikka on henkilökohtaisempaa, ja tämä henkilökohtaisuus korostuu myös ylileksikalisaatiota tutkimalla. Yleisin toistuva yksittäinen sana on ”minä”, joka vie huomion armeijaa edustaviin yksilöihin sen sijaan, että alleviivattaisiin kollektiivisia ”me”. Muut korkeimman frekvenssin sanat maalaavat melko tyypillistä, maskuliinisestikin latautunutta mielikuvaa sotilaana toimimiseen liitettävistä piirteistä ja ideaaleista: painoarvoa saavat esimerkiksi sanat vahvuus, voimakkuus, haaste ja vapaus. Sanan ”vapaus” (*freedom*) yleisyys linkittyy oikeudenmukaisuuden ja liberaalien arvojen temaattiseen painottamiseen, ja (nais)sotilaat esitetään siten kyseisten arvojen puolestapuhujina ja edistäjinä osana armeijauraansa. Erityisesti silmiinpistävää on *Emma*-videon (GoArmy 2021a) seksuaalivähemmistöjen asemaa korostava sanoma, ottaen huomioon, että erityisesti homoseksuaalien oikeudet ovat olleet hyvin kiistelty aihe armeijassa vuosikymmenten ajan<sup>11</sup>. Malonelord toteaaakin kokevansa, että on tasa-arvomarssien myötä ”puolustanut vapautta lapsesta asti”<sup>12</sup>. Valikoidulla tematiikalla ja sanavalinnoilla pyritään täten konnotoimaan niitä arvoja, joihin armeija ilmaisee sitoutuneensa. Armeija ei ole pelkästään patrioottinen puolustuksellinen voima vaan vääryyksiä oikeiksi korjaava, sosiaalisen oikeudenmukaisuuden eteen taisteleva instituutio.

Naishahmojen representaatioista huolimatta suorien sukupuolta koskevien viittausten poissaolo viittaa siihen, että sukupuolikysymysten korostaminen on pitkälti implisiittistä konnotaatiota, ei niinkään eksplisiittistä kannanottoa. Toisin sanoen naisten pelkän läsnäolon annetaan toimia viitteenä sukupuolidiskurssista. Ainoastaan *Emma*-videossa (GoArmy 2021a) naisuus mainitaan tekstin tasolla: Malonelord ei halua olla ”sisarkuntatytön stereotyyppi” (*sorority girl stereotype*) vaan ottaa mallia

---

<sup>11</sup> Ks. lisää seksuaalivähemmistöjen historiasta Yhdysvaltain armeijassa esim. Sinclair (2009). Muun muassa kiistanalainen ”Don’t Ask, Don’t Tell” -käytäntö purettiin vasta vuonna 2011 (Belkin ym. 2012, 588).

<sup>12</sup> ”I like to think I’ve been defending freedom from an early age.”

häntä ympäröivistä ”vahvoista” ja ”inspiroivista” naisista. Malonelord siis inspiroituu itse naisroolimalleistaan ja esitetään vastaavasti roolimallina tuleville (nais)sotilaille. Armeijauraa itsessään ei sanatasolla juurikaan käsitellä vaan typistetään abstraktion keinoin nimettyihin sotilasarvoihin.

Visuaalisesti videot on rakennettu lyhyiksi animaatioelokuviksi, joiden piirroksellinen tyyli vetoaa tarkoituksenmukaisesti nimenomaan nuorisoon. Kohtaukset ovat kerronnallisesti tehokkaita ja emotionaalisesti latautuneita, ja piirroselokuvaformaatti mahdollistaa monipuolisemmin visuaalisen vetoavuuden. Esimerkiksi *Emma*-videossa (GoArmy 2021a; liite 1) kuvattava tasa-arvomarssi sateenkaariväreineen ja *Janeen*-videon (GoArmy 2021b; liite 2) viittaukset maailman poliittiseen myllerrykseen esimerkiksi sataman pommituksen muodossa on muotoiltu strategisesti mieleen jääviksi ja tukevat mainosten kerronnallista sanomaa.

Lisäksi naishahmojen attribuutit ovat monimuotoisia ja piirrosmuodostaan huolimatta samaistuttavia, konnotoiden edelleen inklusiivisuuden periaatetta. Hahmojen ulkomuoto on naisellinen muttei ylikorostetusti. Toisaalta on keskeistä huomata, että videoissa esiintyviä naissotilashahmoja näytetään suhteellisesti hyvin vähän pukeutuneena sotilasunivormuun tai osallistuneena sotilaalliseen toimintaan. *Emma*-videossa (GoArmy 2021a) Malonelordin hahmo on ainakin abstraktilla tasolla osallisena ohjuksen ammuntaan, ja hän ohjeistaa kanssasotilaitaan muutaman sekunnin ajan jonkinlaisen kartaston edessä (liite 3) mutta ei ole kertaakaan konkreettisesti samassa ruudussa asekuvaron kanssa. Kahdessa muussa videossa aseikonografiaa tai työnkuvaa ei korosteta tämänkään vertaa. Nämä huomiot viittaavat tekstitasolla hyödynnettyyn abstraktioon ja supressioon: toisin sanoen, naissotilaiden armeijaurat ilmenevät hyvin abstrakteina ja kaukaisina, ja tarinoiden painopiste on voimakkaasti väräytymistä edeltävässä ajassa. Naiset ovat osa armeijaa mutta vain väläyksinä, ja armeijauriin liittyvät konkreettiset tekstuaaliset maininnat tai visuaaliset merkit jäävät hyvin vähiin.

Mainosvideoissa keskitytään siis luomaan kuvaa inklusiivisesta armeijainstituutiosta, jossa ura on kohtalonomainen ”kutsumus”. Hyvin erilaisista taustoista tulevat naissotilaat ovat kaikki tervetulleita armeijaan ja värvädystä voivat toteuttaa itseään, todistaa sisäisen vahvuutensa ja saavuttaa tavoitteitaan samalla, kun he edistävät oikeudenmukaisuuden toteutumista sekä kotona että maailmalla. Sukupuolitettuna metalinssin läpi naissotilaat ovat ainakin pintapuolisesti luonnollinen osa armeijaa, kuten Browninkin (2012a, 70) aiempi tutkimus on osoittanut, ja armeija sukupuolitettuna organisaationa ilmenee maskulinistisen hierarkkisuuden sijaan tasa-arvoisena, syrjimättömänä ja progressiivisena. Hegemonista maskuliinisuutta mallaavia piirteitä ei ylikorosteta, vaan mainoksissa tuotetaan ja uusinnetaan useita maskuliinisuuksien ja feminiinisyksien rinnakkaisia ja ristikkäisiä muotoja. Kriittisesti tarkasteltaessa voidaan kuitenkin huomata, että konkreettiset viittaukset sukupuolitettuihin teemoihin tai elämään armeijassa on pitkälti tukahdutettu: naissotilaita ei juuri kuvata työssään tai

yhdistetä aseikonografiaan vaan feminiinisyyden käsitteellinen segregatio militarismista säilytetään. Kyseiset hahmot ovat täten naisina spesifejä ja moninaisia mutta sotilaina abstrakteja, jopa etäisiä.

## **5.2. Kuin sinä: representationaaliset strategiat ja hybridisen subjektin potentiaali**

Tekstianalyysin perusteella toteutettavassa prosessin analyysissä perehdytään representationaalsiin strategioihin ja tulkitaan tekstiä tilanteellisessa ja intertekstuaalisessa kontekstissa. Tulkinnessa keskeistä on tekstin tuottaminen ja vastaanottaminen sekä valtasuhteiden merkitys sosiaalisten toimijoiden kesken kommunikaatioprosessissa. Lähtökohtaisesti videoihin on siis suhtauduttava genrensä mukaisesti rekrytointitavoitteisiin pyrkivänä strategisena suostutteluna ja mainontana, joka operoi idealisoituna simulaationa siitä, minkä halutaan olevan ”totta” (ks. Ghilani 2020, 150).

Rekrytointimainokset tuotetaan siis aina valikoidun strategian ja määriteltyjen operationaalisten vaatimusten mukaisesti, joten on keskeistä tunnistaa kohderyhmän merkitys representaatioiden tuottamiselle ja tehdyille semioottisille valinnoille. Perustuen aiempaan tutkimusraporttiin (Yeung ym. 2017) ja maavoimien edustajien julkilausumiin (Thayer 2023; Myers 2023) voidaan esittää, että rekrytointivajeen paikkaamiseksi keskeiseksi kohderyhmäksi on valikoitunut (nuorista) naisista koostuva rekrytointipooli, ja tämä naisten kohdentaminen ilmenee konkreettisesti muun muassa siten, että viidestä kampanjassa julkaistusta videosta kolme keskittyy naissotilaiden tarinoihin. Tätä voidaan verrata esimerkiksi naisten todelliseen tilastolliseen osuuteen (noin 17 prosenttia) aktiivipalveluksessa olevista sotilaista (U.S. Department of Defense 2022b).

Aiemman mukaisesti representationaalisissa strategioissa nojataan usein identifikaation logiikkaan (Seppänen 2005, 42). Tässä viitekehyksessä representaatioita on tulkittava ideologisesti rakentuneina vetoomuksina, joissa lukijaa ei pyritä informoimaan vaan suostuttelemaan. Aineistossa tätä suostuttelevaa otetta heijastaa esimerkiksi yksikön ensimmäisen ja toisen pronominin käyttö, jolla puhutellaan henkilökohtaisesti ja kavennetaan välimatkaa vetoomuksen kohteeseen. Tämä huomio kokemuksellisen ja individualistisen tarinarakenteen hyödyntämisestä vastaa myös Strandin ja Sternin (2024, 5, 11) artikkelin osittain samaan tutkimusaineistoon perustuvia havaintoja: tarinoiden yksilöt kertovat kutsumuksestaan samalla kutsuen lukijaa potentiaalisena rekryytinä.

Rekrytointidiskursseissa representationaalisilla strategioilla tuotetaan samanaikaisesti useita rinnakkaisten militarisoitujen maskuliinisuuksien ja feminiinisyyksien muotoja, joita naissotilaisiin sovelletaan (Brown 2019, 385). Tämänkin tutkielman primääriaineiston representaatioissa ilmenee resistanssin potentiaalia maskulinistista sukupuoli-ideologiaa kohtaan niiden torjuessa binäärilogiikan mukaan konstruoidun käsityksen sotilaasta. Naissotilaan ei tarvitse olla joko feminiinisyydestä riisuttu, androgyyninen ja miesjoukkoon sulautunut ”yksi pojista”; tai vastaavasti korostetun puunattu

ja seksuaalisesti haluttava ”kaunis sielu”. Naissotilas esitetäänkin hybridisenä subjektina: hän voi samanaikaisesti osallistua sisarkunnan toimintaan ja marssia seksuaalivähemmistöjen oikeuksien puolesta sekä omata sotilaallista auktoriteettia ja haastaa itsensä maskuliinisessa ympäristössä. Toisaalta tämä mahdollistaminen kuvataan vain abstraktilla, teoreettisella tasolla: naissotilaat linkitetään sekä lingvistikseen että visuaalisesti feminiinisyyden kuvastoon mutta militarisoitujen maskuliinisuuden merkityksenannot konkretisoituvat lähes pelkästään sotilasarvojen nimeämisellä ja sivulauseissa esiintyvänä viittauksina. Naissotilaita kuvataan erittäin rajallisesti yhteydessä työnkuvaansa tai taistelukuplastoon. Tämä ristiriita herättää kysymyksen ilmaistun resistanssin todellisesta potentiaalista: onko diskursiivinen resistanssi siis poliittisesti sitoutunutta vai mukautuvaa, strategista suostuttelua?

Intertekstuaalisuuden kannalta tätä representaatiota voidaan mallata sekä aiempaan rekrytointikuvastoon että saman kampanjan miessotilaita käsitteleviin videoihin. Yhdysvaltain maavoimille inklusivisemmat representaatiot ovat olleet muita puolustushaaroja yleisempiä, sillä maavoimien tarve rekryteille on suurin (Brown 2012a, 179). Naissotilaiden ja laajemmin ”feminiinisyyden” eristäminen sotilaallisesta ikonografiasta on rekrytointimateriaaleissa kuitenkin enemmän sääntö kuin poikkeus, sillä naisten läsnäolon ei olla haluttu haastavan ytimeltään maskulinistisiin ideaaleihin edelleen nojaavaa armeijakulttuuria (mt., 64–65, 71). Feminiinisyytensä säilyttävien naisten representaatio noudattaa myös RANDin tutkimusraportin huomiota siitä, etteivät ”miesmäisten” naisroolimallien ja taistelupainotteisten työnkuvien representaatiot edistä naisten rekrytointia (Yeung ym. 2017, 34, 55).

Esitetty sotilasideaali mukautuukin laajalti individualistisempaan, professionaalista bisnesmaskuliinisuutta peilaavaan militarisoitujen maskuliinisuuden malliin, jonka yleistymisestä ja sementoitumisesta rekrytointidiskursseissa on aiempaa näyttöä (ks. Brown 2012a, 179–182). Tässä mallissa veto-omukset rakentuvat pitkälti taloudellisten kannustimien sekä neoliberaalin amerikkalaisen maskuliinisuuskuvaston merkitsijöiden varaan, sävyn ollessa taistelijamaskuliinisuutta vähemmän aggressiivinen (mt. 72–73). Kyse on tällöin nimenomaan muutoksista suhteessa dominoivaan maskuliinisuuden malliin. Nämä muutokset eivät kuitenkaan ole välttämättä viite toimintakulttuurin ideologisista muutoksista, vaan maskuliinisuuksien ja feminiinisyyksien muotojen soveltaminen rekrytoinnissa riippuu armeijan tarpeista (Brown 2019, 394).

Naissotilaiden representaatioiden abstraktio korostuu erityisesti suhteessa miessotilaita esittäviin rekrytointitarinoihin (ks. GoArmy 2021d; GoArmy 2021e). Miessotilaiden kuvataan työskentelevän ankarasti armeijaunelmansa eteen, ahkeroivan fyysisesti ja esimerkiksi lentävän taisteluhelikopteria (liite 4). Videoiden fokus on voimakkaammin armeijauran substanssissa ja sen konkreettisissa vaatimuksissa, kun taas naissotilaiden tarinat kertovat heidän taustoistaan ja poluistaan naisina, eivät sotilaina. Toisin kuin miessotilaiden tarinoissa, naisten päätyminen armeijaan kuitataan muutamalla

idealistisella lauseella kuin jälkiajatuksena. Esimerkiksi yliluutnantti Phelps in pitkä armeijaura tiivistyy yhteen lauseeseen: ”[...] nyt olen muuttanut palvelustahtoni uraksi maavoimissa ja kahdeksi maisterin tutkinnoksi.”<sup>13</sup> (GoArmy 2021b). Tällainen abstraktion hyödyntäminen paljastaa pintapuolisesta inklusiivisuudesta huolimatta diskurssiin upotetut ideologiset jännitteet, joita positiivisella viestinnällä pyritään mainoksissa peittämään. Kuten todettu, vastaavanlaiset abstraktiot ja supressiot ovat tyypillisesti indikaattori ideologisesta työskentelystä (Machin & Mayr 2012, 48).

Edellä toteutettu prosessin analyysi sukupuolitetun linssi läpi yhtäältä täydentää ja toisaalta monimutkaistaa Sternin ja Strandin (2024) huomioita sekä lähivuosisikymmenen rekrytointidiskursseista että nimenomaan *The Calling* -kampanjasta. Myös Sternin ja Strandin analyysissä inklusiivisuusdiskurssi korostuu, mutta sukupuolta tulkitaan rajoitetummin siviiliyksilölle konstruoituna ”puutteena”, jonka ylittäminen armeijassa narratiivisesti mahdollistetaan. Sen sijaan tässä tutkielmassa sukupuolitetuttujen merkityksenantojen purkaminen osana ideologista kehystä on ensisijaisemmassa fokuksessa.

Armeijan tuottamien sukupuolitetuttujen representaatioiden tulkinta prosessiulottuvuuden kautta alleviivaa täten ymmärrystä naissotilaan konstruktion sisäisistä jännitteistä, mikä rajoittaa diskursiivisen resistanssin potentiaalin toteutumista. Yhtäältä representaatiot edustavat käsitystä hybridisestä ja jopa de-sukupuolitetusta subjektiviteetista, jota omaksuttu inklusiivisuusdiskurssi tuottaa; toisaalta armeija diskursiivisena vallankäyttäjänä tekee ratkaisuja representaatioiden substanssista suhteessa mainonnan ja rekrytoinnin toimintalogiikkaan. Keskeisintä on siis suhtautua sukupuolikonstruktioiden koostumuksen muutokseen varauksellisesti, huomioiden rekrytointistrategian, kohderyhmän sekä tilanteellisen kontekstualisoinnin merkityksen.

### **5.3. Voimaantunut nainen vai puolustusvoimien pelinappula? Sukupuoli-ideologian merkityksenannot rekrytointidiskurssissa**

Viimeisimpänä sosiaalinen analyysi kohdistuu kriittisesti edeltävillä analyysitasoilla tehtyihin tulkituksiin tarkoituksenaan yhdistää analysoitava teksti sosiokulttuuriseen ja historialliseen kontekstiin sekä arvioida ideologian, intressien ja valtasuhteiden merkitystä diskursiivisille valinnoille. Tarkoituksena on paitsi tuottaa ymmärrystä tutkimuskohteesta mutta myös kyseenalaistaa aineistoihin upotettuja itsestäänselvyksiä.

Kuten aiemmin alleviivattu, sekä rekrytointidiskurssit että niissä ilmenevien sukupuolikonstruktioiden koostumus riippuvat valtaapitävien, tässä tapauksessa erityisesti rekrytointistrategistien, määrittelemistä intresseistä ja siitä diskursiivisesta vallankäytöstä, jota ideologisen toiminnan keinoin hyödynnetään näiden intressien saavuttamiseksi. Kaikki representaatioita muokkaavat semioottiset

---

<sup>13</sup> “[...] now I have turned my desire to serve into an Army career and two master’s degrees.”

valinnat ovat ideologisesti merkittäviä (Machin & Mayr 2012, 18), ja ideologisten jännitteiden läsnäoloa on tässä pyritty paljastamaan muun muassa tutkimalla abstraktiota ja supressiota osana naissotilaan representaatiota. Strategisina valintoina esimerkiksi armeijaelämän abstraktio ja sukupuolitettujen kysymysten tukahduttaminen viittaisivat siihen, että rekrytointimateriaaleissa pyritään piilottamaan armeijan sukupuolijärjestykselle ominaisia sosiaalisia käytäntöjä. Tuskin on sattumaa, ettei naissotilasta vielääkään haluta aseistaa tai ettei naissotilaiden konkreettisia huolenaiheita kuvata.

Armeijainstituution hyödyntämä inklusiivisempi diskurssi osana rekrytointimainontaa viittaa institutionaaliseen refleksiivisyyteen, eli laajemmista yhteiskunnallisista kehityskuluista inspiroituneiden käytäntöjen omaksumiseen (Giddens 1991, 91). Siinä tapauksessa, että vastaava hybridistä (nais)subjektia representoiva inklusiivisuusdiskurssi saisi vallitsevan aseman yhdessä rakenteellisten muutosten ja sosiaalisten käytäntöjen transformaation kanssa, voitaisiin tämän tulkita olevan viite armeijainstituution syvempitasoisesta sisäisestä muutoksesta. Feministinen diskurssi voisi mainosten avulla toimia armeijassa emansipatorisena voimana ja edistää tasa-arvoistumiskehitystä – tuottaahan diskurssi ”todellisuutta”, vaikkei se sitä postmodernin, kriittisen teorian mukaan absoluuttisesti määrittele (Lazar 2007, 151). Mainosten monimuotoisten sukupuolikonstruktioiden rinnakkaisuus ja näennäinen ei-hierarkkisuus viittaisikin tältä osin kriittisten feministien näkemysten mallintamiseen.

Tämä myötämielinen tulkintatapa on kuitenkin asetettava laajempaan kontekstiinsa, jossa analyysin tulos on merkittävästi ristiriitaisempi. Aiemman mukaisesti kriittisen pohdinnan on huomioitava esimerkiksi diskursiivisen tapahtuman sosiaalinen ja historiallinen konteksti. Toisin sanoen kyse on rekrytointikriisin operationaalisten vaatimusten kannalta välttämättömiä naisrekryttejä koskiskelevasta kampanjasta, joka on tuotettu armeijainstituution nykytarpeisiin. Kohderyhmän halutaan identifioituvan armeijan esittelemiin naisroolimalleihin, signaloituun arvomaailmaan ja tarjottaviin mahdollisuuksiin. Strateginen arviointi ohjaa tällöin representationaalista strategiaa: mihin naiset samaistuisivat, mitä arvoja he jakaisivat ja mihin vetoamukset voitaisiin kohdistaa? Ideologista suunnanvalintaa ohjannee siis armeijan itsensä strategiset, ei poliittiset, tavoitteet. Vastaavaa ”utopistisen” retoriikan hyödyntämistä ilmenikin jo kylmän sodan aikaisessa rekrytointikuvastossa (Ghilani 2020, 154).

Moninaisten feminiinisyyden ja maskuliinisuuden rinnakkaisten konstruktioiden tuottamaa hybridistä representaatiota voidaan tarkastella kriittisesti myös spesifimmällä tasolla. Militarisoitujen maskuliinisuuksien käsitteellinen sitominen sotilaalliseen auktoriteettiin järjestää edelleen annettua toimintaympäristöä sekä sitä ideaalijoukkoa, jota sotilaisiin sovelletaan. Feminiinisyyteen assosioitu toimijuus hyväksytään, mutta naisista sotilaita tekevät sisäisen vahvuuden ja haasteiden kohtaamisen sekä modernin individualismin ideaalit, jotka vastaavat aiemmin kuvattua, hegemoniselle maskuliinisuudelle osittain vaihtoehtoista maskuliinisuuden mallia. Naissotilaiden eristäminen väkivallan ja sotilaallisen toiminnan konkreettisista merkitysijöistä viittaisi siihen, että tietyt sotilaina toimimisen

aspektit on ainakin diskursiivisesti varattu miehille. Fyysisyys, taistelu ja aseistus ovat maskuliinista sfääriä, kun taas naissotilaat toteuttavat itseään, auttavat yhteisöjä ja edistävät globaalia oikeudenmukaisuutta. Lisäksi tutkimukset ovat indikoineet, että armeijaorganisaation toimintakulttuuri peilaa nykyisinkin hegemonisen maskuliinisuuden mukaista eetosta ja käytäntöjä (Carreiras 2017, 109, 112). Tämä korostaa kriittisen analyysin tarvetta tunnistaa sekä sukupuolijärjestyksen suhteellinen ideologinen jäykkyys että hybridisyyden potentiaali samanaikaisesti vallitsevina asiantiloina.

Edelleen on huomioitava myös armeijainstituution hierarkkinen valta-asema suhteessa naissotilaiden representaatioon osana rekrytointidiskurssia. Malonelord, Phelps ja Liriano kertovat (oletetusti) omalla äänellään omista henkilökohtaisista poluistaan ja esiintyvät videon lopuksi myös omilla kasvoillaan ei-piirrosmuodossa, mikä antaa vaikutelman siitä, että tarinat olisivat välittömiä ja aitoja, kuin armeija tarjoaisi ainoastaan alustan tarinoiden jakamiselle. Sinänsä tätä ei voida absoluuttisesti kiistää, mutta epäilemättä videot edustavat vain valikoituja narratiiveja ja perspektiivejä yksilöiden elämäntarinasta. Myös Stern ja Strand (2024, 5–6) analysoivat mainosvideoita nimenomaan armeijan kuratoituuksina tarinoina. Lisäksi kampanjan iskulauseen (”vastasin kutsumukseeni”) toistaminen lieenee käsikirjoitettua ja asettaa kyseenalaiseksi sen, missä määrin subjektit itse kokevat armeijan ”kutsumuksenaan”. Tällainen diskursiivinen vallankäyttö toimii naturalisoivana ja institutionalisoivana ideologisena voimana, tuottaen ”todellisuuden” kuvauksia naissotilaiden elämästä. Onhan mahdollista tietää, missä määrin ideologinen toiminta hämärtää tässä subjektien elettyä kokemusta.

Suhteessa institutionaaliseen refleksiivisyyteen Michelle M. Lazar (2007, 152–153) on argumentoinut, että erityisesti mainosteollisuudella (mukaan lukien tässä rekrytointimainonnan) on tendenssi hyödyntää feminismiä ja voimaantumisen progressiivista arvoretoriikkaa ei-feministisiin päämääriin esimerkiksi omien pragmaattisten tavoitteiden nimissä. Tällöin kiinnittyminen feministisiin arvoihin on vain pintapuolista ja näennäistä. Kyse on feminismiä typistämistä merkkiarvoksi, jolloin feministiseltä vaikuttava ”emansipatorinen” mainos saattaa vain fetisoida feminististä projektia tuodakseen esiin progressiivista omakuvaa ilman todellista sitoutumista emansipatorisiin sosiaalisiin käytäntöihin. (Lazar 2007, 152–153; Goldman 1992, 131.)

On täten syytä esittää, että armeijainstituution rekrytointimainokset ilmentävät ainakin osittain kyseisellä tavalla strategis-pragmaattista institutionaalista refleksiivisyyttä suhteessa feministiseen sukupuolidiskurssiin. Edelleen *The Calling* -kampanjan kirvoittamat voimakkaat vastareaktiot, joissa naissotilaiden läsnäolon korostaminen ja esimerkiksi seksuaalivähemmistöjen aseman esiintuonti koettiin uhkana armeijainstituution imagolle ja toiminnalle (ks. Martinez 2021), antavat viitteitä siitä, ettei inkluusiivisia käytäntöjä ainakaan yksimielisesti hyväksytä osaksi armeijainstituution sukupuolijärjestyksiä. Naisten ja naissotilaiden (tai muiden sukupuolivähemmistöjen) aseman edistämisen sijaan rekrytointimainoksissa tuotetaan niin kutsuttua postfeminististä käsitystä armeijasta: siis armeija

esitetään paikkana, jossa sukupuolten välinen tasa-arvo on jo toteutunut, eikä feministiselle projektille keskeisiä aiheita tarvitse aktiivisesti huomioida tai korostaa. Spekuloiden 'feministinen' mainonta kenties ottaisi inklusiivisen representoinnin lisäksi kantaa sukupuolitettuihin epäkohtiin armeijassa ja maskulinistisen ideologian vallitsevuuteen organisaation tasolla tai olisi muilla tavoilla eletyn sukupuolen kokemuksia peilaavaa. Nykyinen, jopa utopistiseksi leimaantuva 'postfeministinen' mainonta pyrkii ainoastaan vakuuttamaan naiset siitä, että heidän tulisi liittyä armeijaan.

Mainokset voivat toki olla hyvä aloituspiste ja muokata diskursiivisesti käsityksiä siitä, millaisia yksilöitä armeija niin sanotusti kutsuu joukkoihinsa. Rekrytointimarkkinoinnin piiriin rajautuva "utopistinen eskapismi" ei kuitenkaan yksinomaan riitä ollakseen naissotilaille emansipatorinen voima. Lisäksi Jesteriä (2021, 69–70) mukaillen on tarpeellista alleviivata, että jäykkien, maskulinististen sukupuolikonstruktioiden haastaminen mainoksissa parhaimmillaan ilmentää armeijan sukupuoli-ideologian sisäisiä ristiriitoja ja pahimmillaan hämärtää mahdollisuutta problematisoida armeijan vallankäyttöä ja militaristista väkivaltaa. Vaikuttaa täten pikemminkin siltä, että armeija syleilee inklusiivisuusdiskurssia niin kauan, kunnes naisista tehdään sotilaita: ovien sisäpuolella tarina ei välttämättä ole yhtä yksiselitteinen.

## 6. JOHTOPÄÄTÖKSET

Yhdysvaltain armeijan rekrytointimainoksista ilmenevien sukupuolitettujen representaatioiden merkitys sukupuolijärjestyksen kehitykselle on keskeinen, sillä armeijainstituutiolla on merkittävää kapasiteettia sekä heijastaa että muokata sosiaalisesti vallitsevia käsityksiä sukupuolikonstruktiosta. Brown (2012a, 184–185) onkin korostanut, että vaikka armeijan vaikutusvalta pyrittäisiin sivuuttamaan, laajemmassa yhteiskunnassa omaksutaan silti sen levittämiä viestejä sukupuolesta. Tätä diskursiivisen vallan potentiaalia korostaakseen tämän tutkielman tarkoitus on ollut ideologisten ja intressejä koskevien merkitystenantojen paljastaminen osana rekrytoinnin diskursseja, mikä tukee emansipatorisen tutkimusintressin toteutumista suhteessa sukupuolitettuihin kysymyksiin.

Rekrytointimainosten analyysissä käy ilmi, että videoissa yhtäältä korostuva inklusiivisuusdiskurssi representoi naissotilaan hybridisenä subjektina, johon sovelletaan rinnakkaisia ja näennäisesti ei-hierarkkisia (militarisoituja) maskuliinisuuksien ja feminiinisyyksien muotoja; toisaalta representaatioiden sisäiset ideologiset jännitteet sekä taustalla vaikuttavat operationaaliset intressit ja edelleen maskuliinisia ideaalijoukkoja tukeva toimintakulttuuri puoltavat tulkintaa valikoidusta diskurssista osana rekrytointitavoitteiden mukaista strategiaa. Resistanssi maskulinistista sukupuolijärjestystä kohtaan toteutuu rajallisesti, sillä feministinen retoriikka tyypistyy mainoksissa pitkälti vain merkkiarvoksi,



jota hyödynnetään pragmaattisin, ei poliittisin, perustein. Inklusiivisuusvetoimuksista huolimatta sukupuoli-ideologiset rakenteet kehystävät toimintaa, jolloin yksilöiden transgressiivisetkin teot jäävät rajallisiksi: myös resistanssi tapahtuu sukupuolirakenteita vastaan (Lazar 2007, 146). Lisäksi edistetty postfeministinen narratiivi, jossa tasa-arvo esitetään jo sementoituneena, vallitsevana asiantilana, voi olla jopa haitaksi feministiselle projektille (ma., 159). Johtopäätöksenä on siten tunnistettava yhtäältä hybridisyyden tuottama potentiaali vallitsevalle sukupuolijärjestykselle ja toisaalta tätä potentiaalia rajoittavan institutionalisoidun ideologian suhteellinen jäykkyys. Jälleen Brownia (2012b, 159) siteeraaten, ”[n]ainen armeijassa on edelleen nainen.”<sup>14</sup>

Armeijaa ja erityisesti armeijan rekrytointia koskevaa (kriittistä) feminististä tutkimusta on tehty valittavan vähän, ja mahdollisuuksia jatkotutkimukselle onkin laajalti. Tämän tutkielman rajoitettu fokus on ollut Yhdysvaltain armeijan, tarkemmin ottaen maavoimien, naissotilaissa, ja esimerkiksi laajempi sukupuolivähemmistöjä, seksuaalivähemmistöjä ja rodullistettuja aspekteja käsittelevä intersektionaalinen analyysi olisi aiheelle erittäin tärkeää. Tämän fokuksen säilyttämiseksi ei tutkielmassa myöskään käsitelty sukupuolidiskurssien spesifejä merkityksenantoja miessotilaiden representaatioissa. Täten olisi enemmän kuin toivottavaa, että jatkotutkimuksella voitaisiin tuottaa kokonaisvaltaisempaa kriittistä ymmärrystä sukupuolesta armeijassa.

Edelleen postmodernille feministiselle tutkimukselle ominaisesti tutkijan on syytä reflektoida omaa asemoitumistaan osana tutkimusprosessia. Tulkinallisen tutkimuksen tuottamaa tietoa ei voida absoluuttisesti erottaa tutkijan subjektiviteetista, joten tämänkin tutkielman johtopäätöksiin sisältyvä tutkijan oman position myötävaikutus on tunnistettava ja hyväksyttävä. Feministisessä tutkimuksessa sukupuolirakenteiden sosialisovaa vaikutusta on mahdollista reflektoida muttei eliminoida.

Lopuksi kriittisen, sukupuoli-ideologian ja taustaintressien merkitystä käsittelevän analyysin tuloksena syntyvää kuvaa naissotilaan representaatiosta ja armeijasta sen diskursiivisena tuottajana voidaan viime kädessä pitää melko monitahoisena, jopa niin sanotusti sotkuisena. Toisaalta postmodernin feministisen armeijaa koskevan tutkimuksen osalta dekonstruoivan analyysin sotkuisuutta on eksplisiittisesti peräänkuulutettu, sillä feministisellä tutkimuksella on ollut ajoittain tendenssi uusintaa niitä binäärikonstruktoita, joita analyysillä on pyritty purkamaan (Basham & Bulmer 2017, 60, 62). Toisin sanoen kiinteiden kategorioiden nimeäminen tai absoluuttisten, yksipuolisten tulkintojen tekeminen, vaikkakin selkeää ja helposti omaksuttavaa, itse asiassa tylsistyyttää analyttisen kritiikin terää. Kriittisen tutkimuksen on täten katsottava pintaa syvemmälle ja hyväksyttävä tuotetun ymmärryksen hämärärajaisuus. Monimutkaisia kysymyksiä tuskin ratkaistaan yksinkertaistetuilla vastauksilla.

---

<sup>14</sup> ”A woman in the Army is still a woman.”

# LÄHTEET

## Primääriaineisto

GoArmy (2021a). *Emma, The Calling*. Youtube. 4.5.2021. Saatavilla <<https://www.youtube.com/watch?v=MIYGFSONKbk>>, katsottu 18.1.2024.

GoArmy (2021b). *Janeen, The Calling*. Youtube. 4.5.2021. Saatavilla <<https://www.youtube.com/watch?v=rDmRafqeQPg>>, katsottu 18.1.2024.

GoArmy (2021c). *Jennifer, The Calling*. Youtube. 4.5.2021. Saatavilla <<https://www.youtube.com/watch?v=BjrLcenZPEg>>, katsottu 18.1.2024.

## Sekundääriaineisto

Andersen, Margaret L. (1983). *Thinking About Women: Sociological and Feminist Perspectives*. New York, NY: Macmillan Publishing Co., Inc.

Basham, Victoria M. & Sarah Bulmer (2017). "Critical Military Studies as Method: An Approach to Studying Gender and the Military". Teoksessa Woodward, Rachel & Claire Duncanson (toim.), *The Palgrave International Handbook of Gender and the Military*. Lontoo: Palgrave Macmillan, 59–71.

Belkin, Aaron (2012). *Bring Me Men: Military Masculinity and the Benign Façade of American Empire 1898–2001*. Lontoo: Hurst & Company.

Belkin, Aaron, Morten G. Ender, Nathaniel Frank, Stacie R. Furia, George Lucas, Gary Packard, Steven M. Samuels, Tammy Schultz & David R. Segal (2012). "Readiness and DADT Repeal: Has the New Policy of Open Service Undermined the Military?", *Armed Forces & Society* 39 (4): 587–601.

Berger, John, Sven Blomberg, Chris Fox, Michael Dibb & Richard Hollis (1991). *Näkemisen tavat*. Helsinki: Painokaari Oy.

Berger, Maurice, Brian Wallis & Simon Watson (1995). *Constructing Masculinity*. New York, NY: Routledge.

Bivins, Thomas (2020). "It takes a good woman to sell a good war: the use of women in World War I United States propaganda posters". Teoksessa Maartens, Brendan & Thomas Bivins (toim.), *Propaganda and Public Relations in Military Recruitment: Promoting Military Service in the Twentieth and Twenty-First Centuries*. Abingdon, Oxon: Routledge, 75–95.

Brito, Christopher (2021). "Veterans call out Ted Cruz after senator says U.S. Army ad shows 'woke, emasculated military'". *CBS News*, 22.5.2021. Saatavilla <<https://www.cbsnews.com/news/ted-cruz-army-veterans-military>>, luettu 18.1.2024.

Brown, Melissa T. (2012a). *Enlisting Masculinity: The Construction of Gender in US Military Recruiting Advertising during the All-Volunteer Force*. New York, NY: Oxford University Press.

- Brown, Melissa T. (2012b). "A Woman in the Army Is Still a Woman': Representations of Women in US Military Recruiting Advertisements for the All-Volunteer Force", *Journal of Women, Politics & Policy* 33 (2): 151–175.
- Brown, Melissa T. (2019). "Gender and state militaries". Teoksessa Gentry, Caron E., Laura J. Shepherd & Laura Sjoberg (toim.), *Routledge Handbook of Gender and Security*. Abingdon, Oxon: Routledge, 385–395.
- Carreiras, Helena (2017). "Gendered Organizational Dynamics in Military Contexts". Teoksessa Woodward, Rachel & Claire Duncanson (toim.), *The Palgrave International Handbook of Gender and the Military*. Lontoo: Palgrave Macmillan, 105–122.
- Cockburn, Cynthia (2001). "The Gendered Dynamics of Armed Conflict and Political Violence". Teoksessa Moser, Caroline O. N. & Fiona C. Clark (toim.), *Victims, Perpetrators or Actors? Gender, Armed Conflict and Political Violence*. Lontoo: Zed Books, 13–29.
- Cockburn, Cynthia (2007). *From Where We Stand: Women's Movements Against Militarism and War*. Lontoo: Zed Books.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Duncanson, Claire (2017). "Anti-Militarist Feminist Approaches to Researching Gender and the Military". Teoksessa Woodward, Rachel & Claire Duncanson (toim.), *The Palgrave International Handbook of Gender and the Military*. Lontoo: Palgrave Macmillan, 39–58.
- Enloe, Cynthia (1983). *Does Khaki Become You? The Militarisation of Women's Lives*. Boston, MA: South End Press.
- Enloe, Cynthia (1993). *The Morning After: Sexual Politics at the End of the Cold War*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Enloe, Cynthia (2000). *Maneuvers: The International Politics of Militarizing Women's Lives*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Enloe, Cynthia (2015). "The recruiter and the sceptic: a critical feminist approach to military studies", *Critical Military Studies* 1 (1): 3–10.
- Fairclough, Norman (2003). *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*. Lontoo: Routledge.
- Fairclough, Norman (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. 2. painos. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Fowler, Roger (1985). "Power". Teoksessa van Dijk, Teun A. (toim.), *Handbook of Discourse Analysis. Volume 4: Discourse Analysis in Society*. Lontoo: Academic Press, 61–82.
- Fowler, Roger (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Lontoo: Routledge.

- Ghilani, Jessica L. (2020). "The Army just sees green': utopian meritocracy, diversity, and the United States Army recruitments in the 1970s". Teoksessa Maartens, Brendan & Thomas Bivins (toim.), *Propaganda and Public Relations in Military Recruitment: Promoting Military Service in the Twentieth and Twenty-First Centuries*. Abingdon, Oxon: Routledge, 145–160.
- Giddens, Anthony (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- GoArmy (2021d). *David, The Calling*. Youtube. 4.5.2021. Saatavilla <<https://www.youtube.com/watch?v=rkmOteNE24g>>, luettu 18.1.2024.
- GoArmy (2021e). *Rickie, The Calling*. Youtube. 4.5.2021. Saatavilla <<https://www.youtube.com/watch?v=DWo5-pFrjNg>>, luettu 18.1.2024.
- Goldman, Robert (1992). *Reading Ads Socially*. Lontoo: Routledge.
- Grant, Judith (2021). *Fundamental Feminism: Radical Feminist History for the Future*. 2. painos. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Hampf, M. Michaela (2004). "Dykes' or whores': Sexuality and the Women's Army Corps in the United States during World War II", *Women's Studies International Forum* 27 (1): 13–30.
- Hansen, Lene (2015). "Ontologies, epistemologies, methodologies". Teoksessa Shepherd, Laura J. (toim.), *Gender Matters in Global Politics*. Abingdon, Oxon: Routledge, 14–23.
- Henderson, Steven J. (2020). "Modernizing Recruiting for the Great Power Competition". *NCO Journal* 11/2020. Saatavilla <<https://www.armyupress.army.mil/Journals/NCO-Journal/Archives/2020/November/Modernizing-Recruiting>>, luettu 18.1.2024.
- Hooper, Charlotte (1998). "Masculinist Practices and Gender Politics: The Operation of Multiple Masculinities in International Relations". Teoksessa Zalewski, Marysia & Jane Parpart (toim.), *The "Man" Question in International Relations*. Boulder, CO: Westview Press, 28–53.
- Jester, Natalie (2021). "Army recruitment video advertisements in the US and UK since 2002: Challenging ideals of hegemonic military masculinity?", *Media, War & Conflict* 14 (1): 57–74.
- Jørgensen, Marianne & Louise Phillips (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Lontoo: SAGE Publications Ltd.
- King, Anthony (2017). "Gender and Close Combat Roles". Teoksessa Woodward, Rachel & Claire Duncanson (toim.), *The Palgrave International Handbook of Gender and the Military*. Lontoo: Palgrave Macmillan, 305–317.
- Kress, Gunther (1985). "Ideological Structures in Discourse". Teoksessa van Dijk, Teun A. (toim.), *Handbook of Discourse Analysis. Volume 4: Discourse Analysis in Society*. Lontoo: Academic Press, 27–42.
- Lazar, Michelle M. (2007). "Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis", *Critical Discourse Studies* 4 (2): 141–164.
- Maartens, Brendan (2020a). "Your country(ies) need you! The case for global analysis of military recruitment campaigning". Teoksessa Maartens, Brendan & Thomas Bivins (toim.), *Propaganda*

and *Public Relations in Military Recruitment: Promoting Military Service in the Twentieth and Twenty-First Centuries*. Abingdon, Oxon: Routledge, 3–16.

Maartens, Brendan (2020b). “Your media nees you! How recruiters use advertising, public relations and propaganda to promote service and allegiance”. Teoksessa Maartens, Brendan & Thomas Bivins (toim.), *Propaganda and Public Relations in Military Recruitment: Promoting Military Service in the Twentieth and Twenty-First Centuries*. Abingdon, Oxon: Routledge, 17–30.

Machin, David (2016). “The need for a social and affordance-driven multimodal critical discourse studies”, *Discourse & Society* 27 (3): 322–334.

Machin, David & Andrea Mayr (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. Lontoo: SAGE Publications Ltd.

MacKenzie, Megan (2015). *Beyond the Band of Brothers: The US Military and the Myth that Women Can't Fight*. Cambridge: Cambridge University Press.

Martinez, Gina (2021). “Now the U.S. Army? Force puts out call for soldiers in a woke recruitment ad featuring soldiers at a gay wedding and an LGBTQ pride march after CIA’s ‘cisgender millennial with anxiety disorder’ campaign was panned”. *DailyMail*, 14.5.2021. Saatavilla <<https://www.dailymail.co.uk/news/article-9577365/Now-U-S-Army-Force-puts-call-soldiers-woke-recruitment-ad-featuring-gay-wedding.html>>, luettu 18.1.2024.

Myers, Meghann (2023). “Experts, data point to women as best military recruiting pool”. *Military Times*, 26.1.2023. Saatavilla <<https://www.militarytimes.com/news/your-military/2023/01/26/experts-data-point-to-women-as-best-military-recruiting-pool>>, luettu 18.1.2024.

Nuciari, Mariana (2003). “Women in the Military: Sociological Arguments for Integration”. Teoksessa Caforio, Giuseppe (toim.), *Handbook of the Sociology of the Military*. New York, NY: Springer, 279–297.

Parpart, Jane & Kevin Patridge (2014). “Soldiering on: Pushing Militarized Masculinities into New Territory”. Teoksessa Evans, Mary, Clare Hemmings, Marsha Henry, Hazel Johnstone, Sumi Madhok, Ania Plomien & Sadie Wearing (toim.), *The SAGE Handbook of Feminist Theory*. Lontoo: SAGE Publications Ltd, 550–565.

Rech, Matthew F. (2014). “Recruitment, counter-recruitment, and critical military studies”, *Global Discourse* 4 (2–3): 244–262.

Rome, Alexandra Serra, Stephanie O’Donohoe & Susan Dunnett (2020). ”Problematizing the Postfeminist Gaze: A Critical Exploration of Young Women’s Readings of Gendered Power Relations in Advertising”, *Journal of Micromarketing* 40 (4): 546–562.

Runyan, Anne Sisson & V. Spike Peterson (2014). *Global Gender Issues in the New Millenium*. 4. painos. Boulder, CO: Westview Press.

Seppänen, Janne (2005). *Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Vastapaino.

- Shyles, Leonard & John E. Hocking (1990). "The Army's 'Be All You Can Be' Campaign", *Armed Forces & Society* 16 (3): 369–383.
- Sicard, Sarah (2021). "Comment section removed from Army recruiting ad featuring soldier with two moms". *ArmyTimes*, 20.5.2021. Saatavilla <<https://www.armytimes.com/news/your-army/2021/05/20/comment-section-removed-from-army-recruiting-ad-featuring-soldier-with-two-moms>>, luettu 18.1.2024.
- Sinclair, G. Dean (2009). "Homosexuality and the Military: A Review of the Literature", *Journal of Homosexuality* 56: 701–718.
- Sjoberg, Laura (2014). "Female Combatants, Feminism, and Just War". Teoksessa Evans, Mary, Clare Hemmings, Marsha Henry, Hazel Johnstone, Sumi Madhok, Ania Plomien & Sadie Wearing (toim.), *The SAGE Handbook of Feminist Theory*. Lontoo: SAGE Publications Ltd, 535–549.
- Stern, Maria & Sanna Strand (2024). "The aspirational promise of soldiering: an analysis of military recruitment testimonials", *Critical Military Studies*, julkaistu verkossa 22.1.2024. Saatavilla <<https://doi.org/10.1080/23337486.2023.2300023>>.
- Sylvester, Christine (1994). *Feminist Theory and International Relations in a Postmodern Era*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sylvester, Christine (2002). *Feminist International Relations: An Unfinished Journey*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thayer, Rose L. (2023). "Fewer women are choosing the Army as the service fights to find more recruits". *Stars and Stripes*, 15.6.2023. Saatavilla <<https://www.stripes.com/theaters/us/2023-06-15/army-soldiers-recruiting-women-10451347.html>>, luettu 18.1.2024.
- Tickner, J. Ann (1992). *Gender in International Relations: Feminist Perspectives on Achieving Global Security*. New York, NY: Columbia University Press.
- Tickner, J. Ann (2006). "Feminism meets International Relations: Some methodological issues". Teoksessa Ackerly, Brooke A., Maria Stern & Jacqui True (toim.), *Feminist Methodologies for International Relations*. Cambridge: Cambridge University Press, 19–41.
- U.S. Army (2021). "U.S. Army Reveals the People Behind the Uniform in New Animated Film Series". *U.S. Army*, 4.5.2021. Saatavilla <[https://www.army.mil/article/245937/u\\_s\\_army\\_reveals\\_the\\_people\\_behind\\_the\\_uniform\\_in\\_new\\_animated\\_film\\_series](https://www.army.mil/article/245937/u_s_army_reveals_the_people_behind_the_uniform_in_new_animated_film_series)>, luettu 18.1.2024.
- U.S. Department of Defense (2022a). "Defense Budget Overview: United States Department of Defense Fiscal Year 2023 Budget Request". *Office of the Under Secretary of Defense (Comptroller)/Chief Financial Officer*, huhtikuu 2022.
- U.S. Department of Defense (2022b). "Department of Defense Releases Annual Demographics Report — Upward Trend in Number of Women Serving Continues". Tiedote, 14.12.2022. Saatavilla <<https://www.defense.gov/News/Releases/Release/Article/3246268/department-of-defense-releases-annual-demographics-report-upward-trend-in-numbe>>, luettu 18.1.2024.

van Dijk, Teun A. (1993). "Principles of critical discourse analysis", *Discourse & Society* 4 (2): 249–283.

Woodward, Rachel & Claire Duncanson (2017). "An Introduction to Gender and the Military". Teoksessa Woodward, Rachel & Claire Duncanson (toim.), *The Palgrave International Handbook of Gender and the Military*. Lontoo: Palgrave Macmillan, 1–20.

Yeung, Douglas, Christina E. Steiner, Chaitra M. Hardison, Lawrence M. Hanser & Kristy N. Kamarck (2017). *Recruiting Policies and Practice for Women in the Military: Views from the Field*. Santa Monica, CA: RAND Corporation.

Zalewski, Marysia (1998). "Introduction: From the 'Woman' Question to the 'Man' Question in International Relations". Teoksessa Zalewski, Marysia & Jane Parpart (toim.), *The "Man" Question in International Relations*. Boulder, CO: Westview Press, 1–13.

## LIITTEET

Liite 1. GoArmy 2021a, kuvakaappaus kohdasta 0:58.



Liite 2. GoArmy 2021b, kuvakaappaus kohdasta 1:45.





Liite 3. GoArmy 2021a, kuvakaappaus kohdasta 2:02.



Liite 4. GoArmy 2021d, kuvakaappaus kohdasta 2:30.

