

Elina Melgin

Tiedottajien ammattikunnan synty Suomessa

Elina Melgin avaa artikkelissaan suomalaisen tiedottajakunnan ammatin syntyyn vaikuttaneita syitä, tiedottajien keskeisiä kiinnostuksen kohteita sekä viestinnästä käytettyjä aikalaissäsitteitä 1930-luvulta 1950-luvun alkuun. Melgin kuvaa millaista työtä pioneirit tekivät ja keitä he olivat.¹

Toisin kuin tänä päivänä, 1920–1930-luvulla käsitettä propaganda käytettiin myönteisenä ilmaisuna kaikenlaisesta tiedottamisesta, jolla haluttiin vaikuttaa vastaanottajaan. Propaganda oli neutraali yleiskäsite, synonyymi tiedottamiselle. Varsinaisesta tiedottajien ja propagandan osaajien ammattikunnasta ei vielä tuossa vaiheessa voidakaan puhua. Propagandaopit saapuivat Suomeen ulkomailta, etenkin Yhdysvalloista ja Saksasta. Esimerkiksi Walter Lippmann ja Harold D. Lasswell kirjoittivat tästä muodikkaasta ”aselajista” 1920-luvulla levittäen tietoa laajalle yleisölle,² ja seuraavalla vuosikymmenellä kirjoja ilmestyi myös suomeksi. Puolustuslaitoksen sanomakeskuksen (myöhemmin puolustusministeriön sanomatoimiston) everstin Lasse Leanderin opas *Maanpuolustus ja sanomalehdistö* (1935) ja Olavi Huhtalan *Propaganda, uusi sodankäyntiväline* (1937) syntyivät ensimmäisten joukossa. W. K. Latvalan kirja *Propaganda, rauhan ja sodan aseista mahtavin* (1938) korosti propagandan liittoa mainosmaailman kanssa, Jaako Lepon kirja *Propaganda: Ratkaiseva ase* (1939) valmensi lukijoita maanpuolustustyöhön liittyvään propagandaan.

FT Elina Melgin työskentelee ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:n toimitusjohtajana. Sähköposti: elina.melgin@procom.fi.

Kirjojen perusteella voi havaita, että propagandan käsitettä käytettiin kirjavasti, mutta sen psykologiset mahdollisuudet haluttiin 1930-luvun jälkipuoliskolla valjastaa osaksi maanpuolustusta. Toisinaan myös mainonta ja valistus ymmärrettiin informaation luomiseksi ja jakamiseksi, tiedottamiseksi. Propagandan, tiedottamisen ja valistuksen rinnalla puhuttiin myös *suhteista*. Käsitettä suhdetoiminta eli PR (*Public Relations*) ei kuitenkaan Suomessa käytetty ennen toisen maailmansodan päättymistä.³

Sodan vuosina 1939–1944 kaikenlainen tiedon ja mielikuvien välitys liittyi olosuhteiden pakosta propagandaan.⁴ Sotapropaganda tarkoitti jotakin muuta kuin neutraalia tiedottamista. Siihen liittyi vastaanottajan manipulointia ja ohjaamista haluttuun suuntaan. Sotapropagandaan kuului ihmismielen liikkeiden ohjailu psykologisin keinoin, sensuuri, harhautus jopa valehtelu. Käsitteiden sekamelska (tiedottaminen, propaganda, suhteiden hoitaminen, mainonta) jatkui sodan päätyttyäkin. Vaikka propaganda-käsitteestä haluttiin sodan jälkeen eroon, se ei heti onnistunut.

Propaganda oli sodan vuoksi saanut kielteisen maineen ja ilmeisesti tästä syystä tiedottajien ammattikunnan syntyä ei Suomessa alkuun haluttu liittää 1930-luvun lopun ja sodan vaiheisiin. Esimerkiksi 1960-luvulla ilmestynyt tiedottamisen oppikirja katsoi tiedotustoiminnan al-

1. Artikkelin perustuu pitkälti kirjoittajan väitöskirjaan Elina Melgin, *Propagandaa vai julkisuusdiplomatiaa. Taide ja kulttuuri Suomen maakuvaan viestinnässä 1937–52*. Helsingin yliopisto 2014.

2. Yhdysvalloissa toimi useita PR-vaikuttajia 1900-luvun alussa, mutta Lasswellin kirjan katsotaan levittäneen oppia laajoille piireille. Ks. esim. <http://faculty.buffalostate.edu/smithrd/PR/pioneers.htm> (2.5.2016).

3. Anssi Siukosaari, *Suhdetoiminnan lieveilmiöistä yhteydenpitoon*. Teoksessa Pirjo von Hertzen, Elina Melgin & Leif Åberg (toim.) *Vuosisata suhdetoimintaa. Yhteisviestinnän historia Suomessa*. Otava 2012, 124–125.

4. Visa Heinonen & Hannu Konttinen, *Nyt uutta Suomessa. Suomalaisen mainonnan historia*. Mainostajien liitto 2001, 33, 42–43, 70–71, 108–109.



Kuva 1. Ensimmäiset suomalaiset suhdetoiminta- eli PR-kurssit järjestettiin Tiedotusmiesten toimesta vuonna 1956. Mukana oli runsaasti muitakin osallistujia kuin liiton jäseniä. Ensimmäiset Tiedottajapäivät oli järjestetty Helsingissä jo vuonna 1949, teemana oli Suomi-kuva. Kuvassa etualalla (vas.) puheenjohtajistoon kuulunut Olavi Laine, tunnistamaton, Tiedotusmiehet ry:n asiamies Kullervo Heiskanen ja Kalevi Savolainen. Toisessa rivissä Annikki Ukkonen, Veikko Sjöblom, tunnistamaton ja Jusa Hämäläinen. Lähde: ProCom.

kaneen maassa vasta toisen maailmansodan jälkeen.⁵ Sen sijaan rauhanajan ammattilaiset, esimerkiksi Olavi Laine, pyrkivät todistamaan, että propaganda- ja tiedotusosaaminen syntyi 1930-luvun kuluessa. Laineelle ero tiedotuksen ja propagandan välillä liittyi poliittisiin oloihin ja käsitteiden kehittymiseen, ei niinkään työn luonteeseen.⁶ Samankaltainen yhteys löytyy myös kansainvälisistä tutkimuksista. Tiedottajan ammattikunnan synty kietoutuu vahvasti propagandaan ja suhdetoimintaan.⁷

Propagandaliiton perustaminen vuonna 1937 on selkein ajankohta, jolloin varsinaisen tiedottajien ammattikunnan voidaan katsoa syntyneen Suomessa. Kyseessä oli kokonaan uuden ammattikunnan harjoittajien rekisteröity yhteenliittymä. Liitto teki aluksi maahan vuodelle 1940 luvattujen olympialaisten⁸ promootiotyötä, mutta tehtävät muuttuivat, kun sota Neuvosto-

liittoa vastaan puhkesi marraskuussa 1939. Yhdistyksen toiminta niitattiin tiiviisti puolustus-

5. Olavi E. Jääskeläinen & Uuno Erkki Moisala, *Tiedota oikein*. Karisto 1960, 15.

6. ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:n hallussa on useita ”tiedotusmiesten” 1950-luvulla kirjoittamia esitelmiä ja dokumentteja, joissa kuvataan 1930-luvulla tapahtuneeseen ammatin syntyyn viittaavia vaiheita. Yksi sellainen on esimerkiksi Olavi Laine, Suomalainen propagandasota tilaustyönä v.1932, moniste, Ei päiväystä. Ks. myös Elina Melgin & Minna-Liisa Nurmilaakso, *Sotapropagandasta se alkoi*. Teoksessa Pirjo von Hertzen, Elina Melgin & Leif Åberg (toim.) *Vuosisata suhdetoimintaa. Yhteisviestinnän historia Suomessa*. Otava 2012, 49.

7. Ks. esim. <http://faculty.buffalostate.edu/smithrd/PR/pioneers.htm> (2.2.2016); Tom Watson (toim.) *Western European Perspectives on the Development of Public Relations. Other Voices*. Palgrave MacMillan 2015; Jacque L’Etang, *Public Relations in Britain. A History of Professional Practice in the 20th Century*. Routledge 2004, 28.

8. Olympialaisia ei voitu järjestää puhjenneen sodan vuoksi ja ne toteutuivat Suomessa vasta vuonna 1952.

voimain ja valtioneuvoston ohjaamaan koti- ja ulkomaan tiedotustyöhön. Propagandaliiton perustamisen taustalla vaikuttivat yleiseurooppalaiset trendit, joita alan oppikirjat levittivät.

Yksityinen Propagandaliitto ry muuttui valtiolliseksi

Propagandasta 1930-luvun puolivälissä kirjoittanut puolustuslaitoksen sanomakeskuksen eversti Lasse Leander ryhtyi kouluttamaan reservistä kutsuttuja toimittajia, kirjailijoita ja mainosmiehiä armeijan tiedotus- ja propagandatehtäviin vuonna 1937. Luennoilla opiskeltiin propagandan eri alalajeja, kuten kulttuuri- ja taluspropagandaa, mutta tutustuttiin myös vastapropagandaan, sensuuriin ja erilaisiin tiedonjakamisen välineisiin.⁹ Nämä täsmäkoulutuksen saaneet miehet halusivat laajentaa osaamistaan ja perustivat yksityisen yhdistyksen tätä tehtävää varten.

Propagandaliitto ry syntyi siis tarpeesta turvata tulevien tiedottajien jatkokoulutus, mutta sääntöjen mukaan liiton päätehtäväksi tuli ”maanpuolustustahdon vaaliminen ja kehittäminen”. Tässä tarkoituksessa liitto muun muassa julkaisi kirjallisuutta ja järjesti esitelmätilaisuuksia. Vuoden 1940 olympiatiedottamiseen tarkoitettut, liiton omistaman Finlandia Utististoimiston (FU) tuottamat painotuotteet olivat vaatimattomia mustavalkoisia uutislehtiä. Lehdistöllä oli sisältöön vapaa käyttöoikeus, eli ne olivat käytännössä lehden muotoon luotuja tiedotteita. FU:n säännöissä sanottiin, että se toimi Propagandaliiton toimistona, jotta liiton nimi ei näkyisi julkisuudessa. FU:n tehtävänä oli ”Suomelle edullisten uutisten levittäminen ja väärrien tietojen oikaiseminen ulkomailla ja Suomea vahingoittavan propagandan torjuminen”.¹⁰ Koska toimiston työ liittyi puolustuslaitoksen ja ulkoasiainhallinnon alueeseen, annettiin näille organisaatioille mahdollisuus valvoa toimiston työtä. Yksityisen yhdistyksen toiminta muuttui valtiolliseksi.

Ensimmäinen FU:n tehtävä oli Finlandia Mieskuoron Yhdysvaltojen-matkan yhteyteen

järjestettävä varainkeruupropaganda vuonna 1938. Yhdysvallat koettiin tärkeäksi kohdemaaksi maapropagandalle. Kampanjasta kerrottiin kirjeitse kotimaan päätoimittajille kehottaen lehtiä ”propagandahyökkäykseen” mieskuoron puolesta. Kuoro oli järjestänyt arpajaiset, joiden tuotosta puolet oli sovittu liitolle ”sotakassaa” varten. Kirjeessä sanottiin, että tärkeänä tehtävänä oli muokata julkinen mielipide suosiolliseksi haastattelujen ja pakinoiden avulla. Jokaisen lehtimiehen oli tähän nyt yhdyttävä, koska tavoite oli kiistaton, kuten kirje lievästi painosti. Viestin liitteeksi laitettiin FU:n säännöt.¹¹

Propagandaliiton ja FU:n kantavia voimia olivat propagandasta kirjoittaneet Jaakko Leppo ja W. K. Latvala. FU:n hallituksen puheenjohtajana vuosina 1938–1940 toiminut mainosmies Latvala toi Suomeen Fordin autoja. Miehet olivat myös mukana perustamassa mainonnan ammattilaisten Reklamaamistien Kerhoa jo vuonna 1928. Latvala oli mainosmaailman vaikuttajien H. J. Viherjuuren ja Antero Pihan rinnalla ensimmäisiä, joka rinnasti propagandan Yhdysvalloissa jo 1920-luvulla käytössä olleeseen ja 1940-luvun lopulla useisiin Euroopan maihin voimallisesti levinneeseen *Public Relations* -käsitteeseen. Koska suomennosta ei vielä ollut, Latvala käytti kirjassaan englanninkielistä käsitettä.¹² Suomalainen vastine, suhdetoiminta, vakiintui käyt-

9. Helena Pilke, *Sympatian hankkijasta neljänneksi aseleijaksi*. Suomalaisen sotapropagandaorganisaatioiden synty ja kehitys. Teoksessa Virpi Kivioja, Olli Kleemola & Louis Clerc (toim.) *Sotapropagandasta brändäämiseen. Miten Suomi-kuvaa on rakennettu*. Docendo 2015, 41.

10. Kansallisarkisto (KA), Propagandaliitto ja Finlandia Utististoimisto, Untamo Utrion arkisto, Propagandaliitto ry:n säännöt 1937, 4.

11. KA, Utrion arkisto, Propagandaliitto ry:n asevelikirje 19.12.1938 Utriolle; Melgin 2014, 22–23.

12. Vesa Määttä, Latvala, Väinö (1896–1968). *Kansallisbiografia*. SKS 2007, <http://www.kansallisbiografia.fi/kb/artikkeli/6817/> (26.9.2012); Latvala 1938, 74; Heinonen & Konttinen 2001, 73; Pietilä 1980, 27–28.

töön vasta 1950-luvulla, jolloin siitä tuli tärkeä termi nuorelle tiedottajien ammattikunnalle.¹³

Julkaisutoiminnan lisäksi FU:n tärkeä tehtävä oli rahoittaa ulkomaalaisten lehtimiesten ja kuvaajien vierailuja Suomessa. FU:lla oli ennen sotaa omat kirjeenvaihtajansa Berliinissä, Tukholmassa ja New Yorkissa.¹⁴ Kun sota Neuvostoliittoa vastaan puhkesi, Propagandaliiton ja FU:n tehtävät kuitenkin muuttuivat. FU sijoitettiin Päämajan propagandaosastoon marraskuussa 1939. Vaikka uutistoimistosta tuli peitenimi Puolustusvoimain tiedotus- eli propagandaosastolle, toiminnan sotilaallisuus saattoi olla muita organisaatioita vähäisempää: johtavien propagandistien mukaan sotilaallisuus rajoittui pelkkään asepuvun kantamiseen.¹⁵ Lepon ja Latvalan ohella vaikutusvaltaisiin propagandaosaajiin kuuluivat sodan aikana muun muassa *Suomen Kuvalehden* päätoimittaja Ilmari Turja, radiotoimittaja Pekka Tiilikainen ja kirjailijat Mika Waltari ja Olavi Paavolainen sekä Tampereen teatterin johtaja Arvi Kivimaa. Etenkin ulkomaan propagandasta vastasivat pitkälle lehdistön, kirjallisuuden ja kulttuurin edustajat.¹⁶

Henkinen taistelu bolsevismia vastaan

Propagandaliiton rinnalle syntyi muitakin ulkomaan tiedotusorganisaatioita. Tärkein niistä oli vuonna 1939 perustettu Valtioneuvoston Tiedotuskeskus (VTK). Valtiojohtoisen tiedotustoiminnan tarkoituksena oli johtaa yleisen mielipiteen muodostumista kotimaassa ja ulkomailla niiden suuntaviivojen mukaan, joita hallituksen yleinen politiikka määräsi. Keskukseen tehtävänä oli hankkia tietoja, toimittaa niitä julkisuuteen ja huolehtia siitä, että puolueettomuus- ja maanpuolustusnäkökohdat huomioitiin painotuotteissa sekä Yleisradion, teattereiden ja elokuva-teattereiden esityksissä. Lisäksi se huolehti Suomen olojen puolueettomuuspolitiikan tunnetuksi tekemisestä.¹⁷

Propagandatyötä johtamaan kutsuttiin alaa parhaiten osaavia miehiä. Siviiliammaltaan propagandan tekijät olivat kirjavaa, mutta kou-

lutettua joukkoa: tuomareita, osastopäälliköitä, opettajia, toimittajia ja kirjailijoita: miehiä, jotka osasivat kirjoittaa, puhua ja seurustella eri kielillä. VTK:n päällikköinä aikajärjestyksessä toimivat ulkoasiainministeriön osastopäällikkö Urho Toivola, Otavan toimitusjohtaja Heikki Reenpää ja Kulttuurirahaston asiamies ja pääministerin sihteeri L. A. Puntila. Johtajille annettiin valtiolliseen propagandatoimintaan liittyviä strategisia tehtäviä, kun taas TK-kirjeenvaihtajat tekivät operatiivista tiedotusta.

Tiedottaminen perustui vahvasti painettuun sanaan, vaikkakin radiolla oli oma tärkeä roolinsa. VTK:n organisaatio kasattiin nopeasti eikä työtä ehditty jakaa järkevästi eri toimijoiden välillä. Keskukseen harjoittama tiedottaminen olikin aikalaisten mielestä päällekkäistä ja sekavaa. Organisatorisia yhteistyökumppaneita oli useita: päämajan propagandaosasto, Yleisradio, STT, FU sekä kansalaisjärjestöt Maan Turva ja *Hembygdsfronten*. Kunnollisia ohjesääntöjäkään ei ehditty laatia. Kehnosti koordinoitua tiedottamista haluttiinkin parantaa heti välirauhan tultua.¹⁸ Talvisotaa varten perustetuissa tiedotusorganisaatioissa saatiin kuitenkin kokemusta, jonka pohjalta toimintaa haluttiin parantaa. Tästä esimerkkinä on tiedottamista ja propagandaa talvisodan aikana tehneiden itsearvio eli kyselytutkimus siitä, miten he olivat onnistuneet tehtävissään. Kyselyllä haluttiin saada tietoa myös

13. Heinonen & Konttinen 2001, 124; Pietilä 1980, 13. PR on edelleen kattokäsite viestinnälle monessa maassa, ei kuitenkaan Suomessa.

14. KA, VTL, Lauri Puntilan arkisto, P.M. muistio Finlandia Uutistoimistosta, 21.10.1942, 554.

15. Martti Julkunen, *Talvisodan kuva. Ulkomaiset sotakirjeenvaihtajat Suomessa v 1939–40*. Turun yliopisto 1975, 19.

16. Melgin 2014, 76.

17. KA, Valtion tiedotuselinten arkisto 1939–44, Ha:1, komiteamietinnöt, Asetus tiedotuskeskuksen perustamisesta valtioneuvoston kansliaan.

18. Julkunen 1975, 17; KA, Martti Favorin, *Valtioneuvoston tiedotus- ja tarkastuselimet 1939–48 ja niiden arkistot*. 431:1. 1968, 4–5, 15.

propagandaan soveltuvista miehistä. Kysyttiin esimerkiksi ”oliko prop. henkilöstön valinta oikeaan osunut” ja pyydettiin ehdottamaan ”joitakin uusia henkilöitä kiinnitettäväksi vastaisuudessa prop. tehtäviin (nimi, siviiliammatti, sotilasarvo, toimipaikka, toiminta sodan aikana, perustelu)”.¹⁹

Sotatilanteessa maakuvaan liittyvä propaganda oli Suomelle hyvin tärkeää. Suomea koskevassa propagandassa erottuivat selkeimmin viestit maan puolueettomuudesta ja omaperäisestä kulttuurista. Suomi haluttiin esittää maailmalla suopeassa valossa. Urho Toivola kirjoitti joulukuussa 1939, että suomalaiset voisivat olla kiitollisempia lehtimiehistä, sillä he olivat todellisia Suomi-ystäviä. ”Suomi ja sen taistelu on lopultakin vain pieni vaihe ihmiskunnan historiasa”, sen vuoksi suomalaisten olisi Toivolan mukaan syytä ”hoitaa maassamme oleskelevat 50–100 sanomalehtimiestä siten, että maailman yleinen mielipide jatkuvasti säilyttää myötätuntionsa meitä kohtaan ja yhä suuremmalla ponella vaatii asianomaisten maiden hallituksilta nopeita ja tehokkaita toimenpiteitä meidän auttamisksemme”.²⁰

Ulkoasiainministeriön virkamiehenä Toivola ymmärsi muita paremmin lehtimiessuhteiden voiman. Hänen mielestään suurten uutistoimistojen kuten Reutersin olisi pitänyt saada parempaa palvelua kuin mitä sille kyettiin antamaan. Toivolan mielestä oli väärin lähettää rintamaoppaiksi kielitaitoisia, mutta sodan käännteistä tietämättömiä miehiä. Kommentti paljastaa, ettei kielitaitoisia propagandan osaajia vielä ollut riittävästi. Toivola myös muistutti, että *human interest* -reportterit ovat sotareporttereiden rinnalla tärkeitä toimittajia. He kirjoittivat artikkeleita Suomen ankarasta luonnosta ja sen karusta kansasta ulkomaisiin lehtiin, mistä syystä heillä oli vaikutusta myönteisen Suomi-kuvan synnyttämisessä niissä maissa, joissa bolsevismia vastustettiin. Suomi toimi ajankohtaisena esimerkkinä taistelusta kommunismia vastaan, ja se oli omiaan nostattamaan sympatiaa maata kohtaan.

Propaganda- tiedotusorganisaatioiden miehet olivat pioneereja uudella toimialalla. Koskaan aiemmin Suomessa ei ollut tehty vastavassa mittaluokassa olevaa järjestäytyntä kansalais- ja maakuvan viestintää. Näillä journalismin, reklaamiteollisuuden ja kulttuurin edustajilla oli oma vaikutuksensa talvisodan ”ihmeen” synnyssä, vaikka ulkomaanpropagandasta ei tarvinnutkaan huolehtia niin paljon kuin jatkosodan aikana.²¹ Mistään totaalisen myyrtisestä sattumasta talvisodan mediamenestyksessä ja henkisessä yhteisrintamassa ei kuitenkaan ollut kysymys. Vaikka Suomen tilanne kiinnosti ulkomailla, käänsivät propagandistit päivätyökseen kansan mielialoja myönteiseksi sodalle. Parhaita esimerkeistä käyvät Mannerheimin päiväkäskyt, joiden tehokas levitys ja toisto yhtenäistivät joukkoja. Jokaisesta korsusta ja kodista löytyi radio, jonka välityksellä kansalaisten tahtotilaan vaikutettiin. Talvisodan aikana vaikutus jäi tietenkin lyhytaikaiseksi. Käskyillä pyrittiin vaikuttamaan etenkin jatkosodan aikana. Vaikka ulkomaiset lehtimiehet kirjoittivat toki mitä omin silmin näkivät, ei heitä päästetty yksin rintamalle. Propagandistien tehtävänä oli seurustella reporttereiden kanssa ja vaikuttaa siihen, että Suomesta kerrottiin suopeaan sävyyn. Lisäksi on hyvä muistaa, että kotimaan propagandistien luomaa sisältöä käytettiin lähteinä ulkomaisissa lehdissä ja lähetystöjen lehdistöraporttien kautta ne kierrätettiin takaisin kotimaan lehtiin ja radio-ohjelmiin.²²

19. Kenttäpropagandaa koskevassa kyselykaavakkeessa, jonka oli laatinut Propaganda-Aseveljet ry:n johtokunta, oli 128 kysymystä. Kysymykset ryhmiteltiin neljään osaan: viholliseen kohdistuvaan, omiin joukkoihin kohdistuvaan, koti- ja ulkomaihin kohdistuvaan propagandaan ja propagandahenkilöstöä koskevaan osaan. Lasse Leanderin allekirjoittama Asevelikirje 9.12.1940, ProComin hallussa.

20. KA, Valtion tiedotuselinten arkisto 1939–44, De:1, Urho Toivolan promemoria ulkomaalaisten sanomalehtimiesten hoitamisesta 15.12.1939.

21. Pilke 2015.

22. Melgin 2014, 75–93 passim; Helena Pilke, *Julkaisemien kielletty. Rintamakirjeenvaihtajat ja päämajan sensu-*

Propagandistit tähdensivät, että sota Neuvostoliittoa kohtaan oli sotaa koko länsimaisen kulttuurin ja vapauden puolesta. *Suomen Kuvalehti* julisti vuonna 1939:

Perivihollinen, pukeutuneena vielä bolseviikin tähtimantteliin, tuli – vehkeilyään ja valmisteltuaan – rajan yli ja iski herkipäähän, mitä isänmaalla on. Rajapinnan onnelliset kodit tuhottiin, kyläkirkot poltettiin. Vanhat, tyyppilliset rakennukset, koko rajapinnan kiintoisa kansatieteellinen museo tuhottiin. Tulevaisuuden kirkkaat ajatukset katkesivat, ihmisten oli paettava, sillä päälle hyökkäsi raakalainen, joka ei tiedä kulttuuriarvoista mitään eikä mitään siitäkään, että ihmiselle on vapaa elämä korkein onni.²³

Rinnastuksia länsimaiseen kulttuuriin korostettiin ulkomaille suunnatussa propagandassa.²⁴ ”On tapahtunut jotakin, jota enemmän tai vähemmän julkinen propaganda ja mielialan muokkaus vuodesta vuoteen on tankannut keran tapahtuvaksi”, kirjoitti Olavi Paavolainen. ”Suomen kohtalolle etsitään vertauskohteita Hellaasta. Kannas on Suomen Thermopylai...”.²⁵ Kulttuurisiteitä länteen todisteltiin dokumentti-elokuvissa, julkilausumissa ja tiedotteiden kaltaisissa tausta-artikkeleissa. Etenkin jatkosodan tehostetussa propagandaorganisaatioissa Suomi haluttiin esitellä myös omaperäisenä kansana, joten kalevalaisuutta korostettiin.²⁶

Jatkosodan ajan keskitettyä propagandaa

Talvisodan nopeasti kasatut propagandaorganisaatiot tekivät työtään parhaansa mukaan. Vuonna 1940 pääministeri Risto Ryti asetti komitean ja uuden organisaation strategiksi nousi L. A. Puntila.²⁷ Puntilalla oli jatkosodan aikana, vuoteen 1943 asti huomattavaa valtaa. Hän toimi sotapropagandan strategina ja pääministerin sihteerinä. Uuden propagandaorganisaation tavoitteena oli kohentaa organisaation johtamista ja laajentaa sensuuria. Organisaatio sai nimek-

seen Valtion Tiedotuslaitos (VTL). Sen johtoon valittiin Heikki Reenpää. Myöhemmin johtoporaaseen kuuluivat professori Kustaa Vilkuna ja lopuksi Tupakkayhtiö Strengbergin toimitusjohtaja, entinen jääkäri Heikki Kekoni. Vaikutusvaltaisten VTL:n propagandistien joukkoon kuuluivat myös maisteri Nils Meinander, Suomen matkailijayhdistyksen toimitusjohtaja Yrjö Soini ja yhteiskunnallisen korkeakoulun rehtori Yrjö Ruutu. Keskittyntyt valtaa kuvastaa se, että Vilkuna, Puntila, Meinander ja Reenpää olivat myös Propagandaliiton kantavia voimia vuonna 1941.²⁸

Yleisradio käytti Valtion Tiedotuslaitoksen laatimaa materiaalia ohjelmatuotannossaan. Se oli tyytyväinen keskitettyyn propagandalaitokseen, koska oli helpompi toimia yhden kuin monen keskenään lähetysajasta kilpailevan organisaation kanssa. VTL:n Reenpää ja Puntila antoivat ohjeita Yleisradiolle, miten korkea-arvoisten poliitikkojen puheita tuli hyödyntää etenkin työväestölle suunnatuissa ohjelmissa. Tämä esimerkki kuvastaa strategista tiedottamista poikkeusaikoina. Sekä Yleisradio että STT olivat osa sodan ajan keskitettyä propagandakoneistoa.²⁹

Muutoksia tehtiin kaikissa tiedotusorganisaatioissa sodan käännteissä. Vuonna 1942 Propagandaliitto ry (uutena nimenään Finlandia-Liitto) yhdistyi Propaganda-Aseveljiin, sillä nii-

ri 1941–1944. SKS 2011, 270–274. Vrt. propagandan ja tiedottamisen roolista talvisodan hengen synnyssä Alpo Rusi, *Lehdistösensuuri jatkosodassa. Sanan valvonta sodankäynnin välineenä 1941–1944*. Suomen historiallisen seuran julkaisuja 118, SHS 1982, 43.

23. *Suomen Kuvalehti* 12/1939, 1876.

24. Melgin 2014, 221.

25. Olavi Paavolainen, *Synkkä yksinpuhelu. Päiväkirjan lehtiä vuosilta 1941–1944*. Otava 2012 [1946], 58.

26. Melgin 2014, 222–224.

27. Favorin 1968, 6.

28. Melgin 2014, 96.

29. Timo Vihavainen, Sodan ja vaaran vuodet. Teoksessa E. Lyytinen & T. Vihavainen (toim.) *Yleisradion historia 1, 1926–1949*. Yleisradio 1996, 176–179.

den toimialat sivusivat toisiaan ja jäsenistö oli pitkälti sama. Organisaatioiden nimi- ja miesvaihdot kielivät siitä, että propagandaa koettiin sopeuttava sodan käänneissä. Hyvin tärkeäksi propagandan tehtäväksi muodostui viihdytystoiminnan organisointi kotimaan rintamille.³⁰

Talvisodan ajan kaltaista valtavaa ulkomaista mediasuosiota ei jatkosodan ajan propagandalla enää saavutettu. Sotatilanne oli muuttunut, Suomi oli liittoutunut vaarallisen miehittäjävaltion kanssa. Vähäinen sympatia, jos sitä syntyi muualla kuin asevelimaassa Saksassa, liitettiin Suomen taisteluun bolsevismia vastaan. Sympatiaa haettiin kuitenkin edelleen, kuten myös humanitaarista apua. Propagandisteja työllistivät enenevässä määrin kotimaan mieliala-asiat. He koettivat ylläpitää sodalle myönteistä rintamaa, mutta sodan epävarmoissa tunnelmissa propaganda kääntyi itseään vastaan. Soraääniä keskitettyä sensuurikoneistoa kohtaan oli kuulunut jo välirauhan aikana, mutta sodan loppuvaiheessa julkinen kritiikki voimistui. Kansanedustajat hyökkäsivät omien puolueidensa intressien nimissä keskitettyä tiedotusta vastaan.³¹ Keskustelu propagandasta ja keskitetystä tiedotuksesta tarkoitti keskustelua sodasta, puoluepolitiikasta ja vallasta.

Kritiikkiä ja komiteanmietintöjä sodan jälkeen

Jatkosodan lopulla propagandistit halusivat korvata propagandan tiedottamisen käsitteellä, joskin paradoksaalisesti sensuuria vain kovennettiin.³² Pääministerin alaisuudessa toimineen Puntilan vallankäyttökäin joutui suurennuslasin alle. Puhuttiin ”puntilismista”, millä viestittiin koko sodanajan sensuuria harjoittaneen tiedotusorganisaation kohdistettua luottamuspulaa. Propaganda liitettiin sensuuriin, joten käsitteestä haluttiin eroon, joskin huonolla menestyksellä, sillä muodikas propaganda ei hevillä kielestä kadonnut eivätkä aikalaiset propagandan ja tiedottamisen käsitteiden eroa hahmottaneet. Käsitteet kulkivat rinnakkain etenkin ulkomaille

suunnatussa työssä. Suomi-propagandasta käytettiin myös neutraalia ilmaisua Suomen tunnetuksi tekeminen. ”Propaganda – se mikä on valetta. Mainonta – se mikä on totta... Tiedotustoiminta on osa propagandasta (sic!) miltei aina, sillä missä tarvitaan propagandaa, siellä on kysymys tiedoittamisesta ja vaikuttamisesta asenoitumiseen”, koettiin selventää käsitteitä vuonna 1946 maisteri Matti Viherjuuri Virallisten elinten propagandistien kokouksessa.³³

Joulukuussa 1944 valtioneuvosto ajoi alas tiedotusorganisaationsa osana hävityn sodan ja välirauhan edellyttämiä toimenpiteitä. Myös muista propagandaorganisaatioista luovuttiin. Tiedotuksella oli ollut tärkeä paikkansa hallituskertomuksissa, mutta sodan loputtua käsite katosi niistä kokonaan.³⁴ Neuvostoliitolle kielteinen propaganda kiellettiin. Maakuvaa rasitti asevelisuhde Saksaan ja rauhan tultua ystävyysuhde Neuvostoliittoon. Ulkoasiainministeriö sai tiedotuskoneiston alasajossa vastuun Suomitiedottamisesta. Valvontakomission läsnäolo, kommunistien menestys maaliskuun vaaleissa 1945 ja Suomen rinnastuminen Neuvostoliiton etupiiriin kuuluviin kansandemokratioihin aiheuttivat maailmalla huhuja. Niitä piti oikeista lähetystöjen ja ulkoasiainministeriön voimin, mutta tiedotusmateriaali oli vanhentunut ja resursseja maakuvan tiedotukseen hyvin vähän.³⁵

Neuvostoliiton suhteet aiheuttivat uudenlaisia painetta tiedotukselle sodan päätyttyä. Suurta naapuria ei saanut ärsyttää millään lailla. Tilanne vaati taitavaa julkisuuden hallintaa. Paasiki-

30. Propaganda-Aseveljet ry, *Kertomus Propaganda-Aseveljet ry:n toiminnasta v.1942*. Helsingin Uusi Kirjapaino Oy. 1943, 2.

31. Melgin 2014, 96; Rusi 1982, 49–50.

32. Sensuurin kiristämisestä ks. esim. Favorin 1968, 5–6; tiedottaminen käsitteen käytöstä esim. Melgin 2014, 23, 112, 155; Pilke 2011, 38–29, 273–274.

33. KA, Tiedotusmiehet ry:n arkisto, P. M. muistio 28.10.1946.

34. Melgin 2014, 155, 115.

35. Ibid, 151–159.

ven varovainen ulkopoliittinen linja saneli reuna-ehjoja ylipäänsä sodanaikaan verrattuna vähentyneelle tiedotustoiminnalle. STT:ssa omakuttiin heti rauhan tultua uusi linja, ja Neuvostoliitosta tulleita uutisia julkaistiin tavallista enemmän. Yleisradio antoi Suomi–Neuvostoliitto-Seuralle oman ohjelma-ajan vuonna 1945.

Valtioneuvosto asetti Asko Ivalon johdolla asiantuntijaryhmän pohtimaan rauhanajan tiedotusta. Tämä on osoitus siitä, että tiedotus- ja propagandatyön arvo tunnustettiin, vaikka sen luonnetta tulikin nyt muuttaa. Vuonna 1945 ilmestyi komiteanmietintö, johon kirjattiin, että rauhan asetelmissa valtiollinen tiedottaminen tuli ymmärtää uudella tavalla: mieluummin ”teknillisenä välittäjäkoneistona” ja ”hallituksen apuneuvona” kuin keskitettyä valtaa edustavana tiedotuskoneistona.³⁶ Mietinnössä moitittiin kalliiden tiedotuslehtien ja koosteiden tuotantoa ja kaivattiin kielitaitoista henkilökuntaa. Ajan hengen mukaisesti korostuivat suhteet naapurimaahan: “[...] varsinkin Neuvostoliiton radion seuraaminen on tarpeellista, koska muut suoranaiset tiedoitusyhteydet lehdistömme ja Neuvostoliiton välillä ovat tällä hetkellä hitaita ja hataria.”³⁷ Rauhanajan tiedotusorganisaation tehtäviksi katsottiin lehtimiessuhteiden hoito ja tiedotteiden laadinta. Uudelleenjärjestelyssä ulkomaantiedotuksen tehtävät palautettiin takaisin ulkoasiainministeriön haltuun. Mietintöön kirjattiin lisäksi, että ”valtion tiedoitus- ja propagandatoiminnan täydelliseen keskittämiseen ei näytä olevan olemassa tarpeeksi perusteita”.³⁸

Vuonna 1945 perustettiin rauhanaikaan soveltuva tiedotuselin, jolle annettiin nimeksi (jälleen) Valtioneuvoston tiedotuskeskus, mutta se lakkautettiin jo kaksi vuotta myöhemmin. Vas- tuunotto valtion tiedotuksen uudelleenorgani- soinnista tuskin oli kenellekään mieluinen tehtävä heti sodan jälkeen. Sota oli hävitty. Propagan- da ja sensuuri liitettiin sotaan. Lehdistön kritiik- ki valtion tiedotustoimintaa kohtaan oli armo- tonta. Nimimerkki Valtteri pilkkasi vuonna 1946 apulaispäälliköksi noussutta ministeri Lauri

Kajjalaista ”valtakunnan propagandaministerik- si” ja moitti tiedotuskeskuksen hyödyttömiä in- formaatiotilaisuuksia.³⁹ Toimittajien ja poliitik- kujen kritiikin kärki kohdistui sodanajan keski- tettyyn sensuuriin eikä sellaista enää haluttu. Näkökulmissa kulminoitui oikeisto–vasemmis- to-asettelu ja taistelu vallasta. Kukaan kansan- edustaja ei kuitenkaan esittänyt vaihtoehtomal- lia siitä, millaista sotapropagandan ja -tiedotuk- sen olisi pitänyt olla. Samalla olisi pitänyt esittää vaihtoehtoiset suuntaviivat sisä- ja ulkopoliiti- kalle, sillä propaganda oli ollut sotastrategisen johdon työkalu.

Samaan aikaan tiedotustoiminnan komitean- työn rinnalla perustettiin Ulkomaankaupan tie- doituskomitea. Se syntyi Suomen Teollisuuslii- ton ja Suomen Puunjalostusteollisuuden Kes- kusliiton aloitteen pohjalta. Tässä mietinnössä etsittiin tiedotustoiminnan tehostamisen avulla keinoja ulkomaankaupan edistämiseksi. Pu- heenjohtajaksi kutsuttiin kauppaneuvos Samuli Harima.⁴⁰ Toimikunnat ja lehtikirjoittelu kielivät siitä, että tiedotus uutena ammattialueena kiin- nosti yhä enemmän myös yrityksiä. Vienninedis- tämistä ajanut komitea tutki lausuntoaan varten muun muassa Ruotsin, Ranskan ja Yhdysvalto- jen vientiin liittynyttä tiedotustoimintaa ja pää- tyi toteamaan että Suomi oli muita maita jäljes- sä. Komitea toivoi lisää julkaisuja, mainoseloku- via sekä yhteistyötä vientiä edistävään tiedotuk- seen. Komitea ehdotti, että perustettaisiin pysy- vä komitea, jossa olisivat edustettuina tärkeim-

36. Komiteanmietintö, Mon. 1945, 32 Tiedotustoimintaa pohtivina asiantuntijoina toimivat pääkonsuli Ville Niskanen, tohtori Tauno Nurmela, maisterit Väinö Meltti ja Matti Valtasaari. Meltti oli kuulunut sodan aikana vangit- tuina pidettyihin poliittisiin mielipidevankeihin eli ns. kuutosiin.

37. Ibid, 11.

38. Mietintö 1945, 32, 27.

39. Valtion tiedotustoimintaa koskeva eduskuntakeskus- telu ja lehtileikkeet, valt.tied.ark., Hu:2, *Kaleva* 3.4.1946.

40. Mietintö 1945, 32, liite Ulkomaankaupan tiedotusko- mitean mietintö 12.3.1949.

mät liike-elämään liittyvät ministeriöt sekä vienninedistämisen järjestöt ja yritykset.

Propagandistit yhdistyivät Tiedotusmiehet ry:ksi vuonna 1947

Sota-aika oli yhdistänyt tiedotusorganisaatioiden miehiä ja antanut kokemusta uudesta ammatista. Rauhan tultua miehet palasivat omiin siviiliammatteihinsa yliopistoissa, lehdissä, ministeriöissä ja taidelaitoksissa. Se pieni osa heistä, jotka palvelivat etupäässä virkamiehinä ministeriöissä kuten Sotevassa, Suomen Huollossa, Metsäkeskusjohdossa ja Yleisradiossa jatkoivat tiedottamiseen liittyvää agendaa Suomen puolesta.⁴¹ He järjestivät ”Virallisten elinten propagandistien neuvottelukokouksia” maanantaiaamuina vuodesta 1945 alkaen niin sanotulla Metsätalolla Helsingissä. Kokousten tavoitteena oli löytää keinoja, joilla voitaisiin avustaa valtiolta eri kampanjoiden, mutta myös jälleenrakentamiseen liittyvien asioiden organisoimisessa. Muistioihin kirjautui seikkaperäisiä keskusteluja esimerkiksi teollisuuden raaka-aineista, maaseudun opetuselokuvatoiminnasta sekä työväen asuinympäristöistä.⁴² Metsäpropaganda kuului kokoonpanon erityisiin intresseihin.⁴³

Joulukuussa 1947 kokouksissa käyneet miehet perustivat julkisen yhdistyksen, joka sai nimekseen Tiedotusmiehet ry. (i-kirjain tiputettiin pois alkuvuosina). Ilmoitus yhdistysrekisteriin tehtiin vuonna 1948, mutta järjestö saatiin kirjattua yhdistysrekisteriin vasta helmikuussa 1949. Virallisena syntyvuotena on kuitenkin pidetty vuotta 1947, ja Suomi kuuluu edelläkävijöiden joukkoon viestinnän ammattilaisten järjestäytymisessä Euroopassa.⁴⁴ Yhdistyksen perustajiin kuuluivat puheenjohtajaksi valitun Kulkulaitosten ja yleisten töiden ministeriön tiedotuspäällikkö Yrjö Kankaanpään⁴⁵ lisäksi ekonomi Juha Laurila, varatuomari Pentti Sakari Sauramo, toimittajat Kurt Nordfors, Erkki Paavola ja Mary Olki, tiedotussihteeri Sakari Lappi-Seppälä ja tohtori Erik Martimo. Rauhanajan tiedottajien yhdistykseen tulikin mukaan paljon

toimittajia, sillä ammatti-identiteettiin liittyvät erot tiedottajien ja toimittajien välillä eivät vielä 1940-luvun lopulla estäneet heitä toimimasta yhteisten päämäärien eteen. Perustamiskokoukseen osallistuivat myös muun muassa varatuomari Kallio Kotkas ja tohtori Antero Piha. Moni Tiedotusmiehiin alkuvuosina liittynyt oli toiminut TK-kirjeenvaihtajana sodan aikana.⁴⁶

Taloudellisten ja yleishyödyllisten järjestöjen tiedotushenkilöstön yhdistys Tiedotusmiehet ry lausui viiveellä näkemyksensä tiedotusta koskeneeseen vuoden 1945 komiteamietintöön. Puheenjohtaja Kankaanpään kirje sisälsi ehdotuksia valtion tiedottamisen tilanteen parantamiseksi.⁴⁷ Talouden elvyttäminen tiedotuksen avulla tuli esiin myös hallituskertomuksessa vuodelta 1947, mikä kielii siitä, että tiedottamisen arvo ymmärrettiin, vaikka resursseja oli niukasti käytettävissä. Hallituskertomuksessa todettiin, että valtiovallan tiedotuksen avulla oli koetettu ”kiihottaa maan tuotantokoneistoa tehokkaaseen toimintaan sekä sovittaa kuluttajain ja tuottajain välisiä ristiriitaisuuksia”.⁴⁸

Tiedotusmiehet ry:n päiväämättömiä esitelmiä löytyy ProCom ry:stä, joka alan yhdistysten fuusioiden ja nimenvaihdosten jälkeen toimii

41. von Hertzen, Melgin & Åberg 2012, 13, 45–46.

42. KA; Tiedotusmiehet ry:n arkistossa olevat kokousmuistiot vuosilta 1946–47.

43. Pietilä 1980, 96.

44. Elina Melgin, Finland. Teoksessa Tom Watson (toim.) *Western European Perspectives on the Development of Public Relations. Other voices*. Palgrave Macmillan 2015, 19–31; PR-historiasta 5 teosta (mukana 79 valtiota) vuosina 2014–2015 toimittaneen professori Tom Watsonin suullinen tiedonanto tekijälle 29.10.2014. Muita tiedotusalan varhaisia yhdistyksiä: Alankomaihin perustettiin vastaava yhdistys 1946, Ranskaan 1947, Ruotsiin 1950, Saksaan 1958. Ks. myös Thomas Achelis *Public Relations in Europe and beyond*. CPI books 2015.

45. Kankaanpää muutti nimensä Koutiksi vuonna 1951.

46. Touko Perko, *TK-miehet jatkosodassa. Päämajan kotirintaman propaganda 1941–1944*. Otava. 1974, 36, 43.

47. Mietintö 1945, 32, liite Tiedotusmiehet ry, ei päiväystä sekä muistio 6.2.1948.

48. Hallituksen kertomus 1947, 177.

nykyisin viestijöiden järjestönä. Dokumenteista voi havaita, että sekä Jaakko Leppo, eversti Leander että ulkoasiainministeriössä lehtimiesten kanssa suhdetoimintaa sodan aikana tehnyt lehdistöneuvos Heikki Brotherus olivat mukana Tiedotusmiesten toiminnassa. Yhdistyksen agendalla oli edelleen Suomi-kuvaan liittyviä asioita. On todennäköistä, että tiedotusmiehillä oli toive päästä mukaan vuoden 1952 olympialaisten järjestelyihin.⁴⁹

Tiedotusmiehet ry oli suoran linjan jatke Propagandaliitolle. Näin kehityskulun määritteli yhdistysmies, Suomen Työn Liiton toimitusjohtaja Olavi Laine: ”Propaganda-Aseveljet ry:n nimi muutettiin keväällä 1944 Finlandia-Liitto ry:ksi, joka lakkautettiin kesäkuussa 1946, syntyäkseen jälleen 1947 Tiedotusmiehet ry:n nimellä”.⁵⁰ Yhdistys toimi sisäänpäin lämpiävästi kuin ”kiinteä veljespiiri” ja hyväksyi jäseniksi vain ”konsulttien lisäksi yhteisönsä johtokuntaan kuuluvat ja sen tasolla itsenäisesti toimivat PR-asioiden hoitajat”.⁵¹ Yhdistystä tukivat apurahoin tai välillisesti muun muassa Huhtamäki-yhtymä, Aero, ulkoasiainministeriön sanomalehtiasian toimisto ja *Svenska Kulturfonden*.⁵² Jäseniä yhdistyksessä oli alkuvuosina sadasta pariin sataan, vain muutama oli naisia. Tavanomaisia toimintamuotoja olivat tapaamiset, matkat ja seminaarit. Tiedotusmiehiä yhdisti paitsi sota, myös huoli valtiollisen tiedotuksen tulevaisuudesta maassa.

Sodan jälkeen Olavi Laine ajoi kirjoitustensa avulla maahan uutta ammattikäsitettä suhdetoimintaa eli PR:ää. Suhdetoiminta-käsite esiintyi ilmeisesti suomeksi jo vuonna 1947 Artturi Raulan STK:n teollisuuslehden jutussa.⁵³ Jos sodan ajan propagandaorganisaatioon oli haettu oppia ennen kaikkea Saksasta,⁵⁴ rauhan tultua mielenkiinto kääntyi Yhdysvaltojen PR-toimintaan.⁵⁵ Laine ja moni muu yhdistysmies pääsi Fulbright-stipendiaattina opiskelemaan suhdetoimintaa USA:han. Opintomatkoista tuli apurahojen ansiosta huomattavan suosittua suomalaisille.⁵⁶ PR-oppeja haettiin ensisijaisesti sieltä, vaikka Tiedotusmiehet tekivät opinto- ja suhdetoimin-

tamatkojaan myös Englantiin ja Skandinaviaan.⁵⁷

Suomi-instituuttia ei saatu, mutta suhdetoimintaoppi levisi

Paitsi Tiedotusmiehillä myös ulkoasiainministeriöllä oli olympialaisten alla huoli Suomi-kuvasta maailmalla. ”Virallisten edustustojen osuus teknillisessä tiedotuspalvelussa on peräti vähäinen. Mahdolliset propagandamonistheet ovat hukkaan heitettyä vaivaa ja rahaa. Oikaisuja lähetystöt voivat toimittaa lehtiin, mutta luottamus niihin on tunnetusti heikko. Jää jäljelle yleinen, henkilökohtainen valistus, joka luonnollisesti on jokaisen virallisen edustajan ensisijaisia velvollisuuksia” lausui synkkään sävyyn Haagin lähettiläs Asko Ivalo vuonna 1949.⁵⁸ Mallia maakuva-työn organisoimiseksi haettiin Ruotsista, sillä vuonna 1945 sinne perustettiin *Svenska Institu-*

49. Kertomukset Tiedotusmiehet ry:n toiminnasta 1949–52.

50. Olavi Laine, Talvisodan propaganda, moniste, päivä-mätön, ProComin hallussa.

51. Olavi Laine, Kuinka kalkkiksi tullaan. *Tiedottaja*-lehti 10/1982.

52. Kertomukset Tiedotusmiehet ry:n toiminnasta 1949–51.

53. Pietilä 1980, 27–28.

54. Esimerkiksi kotimaan sotapropagandaa johtanut Kalle Lehmus haki oppia Saksasta. Pilke 2011, 24; Esko Salminen. *Propaganda rintamajoukoissa 1941–1944. Suomen armeijan valistustoimikunta ja mielialojen ohjaus jatkosodan aikana*. Otava 1976, 38; Rusi 1982, 45.

55. Myös mainonnassa opit haettiin sodan jälkeen Yhdysvalloista. Visa Heinonen Mainonnan amerikkalaiset juuret ja muita näkökulmia mainonnan historiaan. *Kansantaloudellinen Aikakauskirja* 2 (1999), <http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/images/stories/kak/kak21999/kak21999heinonen.pdf> (2.2.2016).

56. Tarkka 2012, 102–104.

57. Ks. esim. Per-Erik Lönnforsin vuonna 1962 ilmestynyt *Hufvudstadsbladetin* eripainos Public Relations 10.2.1962, jossa tuotiin esiin amerikkalaisia vaikuttajia ja käsitteitä alasta. Eripainos tuotettiin Tiedotusmiehet ry:n käyttöön. ProComin hallussa; Melgin-Nurmilaakso 2012, 51.

58. Suomi maailmankartalle. *Ylioppilaslehti* 24.11.1949.

tel.⁵⁹ Instituutin toiminta tuli tutuksi työryhmälle, jonka tehtäväksi valtioneuvosto asetti vuonna 1948 selvittää maan kulttuurisuhteita ja tiedottamista ulkomaille. Raportti ilmestyi vuonna 1949 ja se edesauttoi sanomalehtiavustajien virkojen saamista muutamaaan keskeiseen lähetykseen. Myös vanhentuneita ulkoasiainministeriön maakuvaesitteitä saatiin uusittua.⁶⁰

Vaikka komiteamietintö koski kansainvälisiä kulttuurisuhteita, kyse oli pitkälti maakuvan tiedottamisesta. Aihe oli ajankohtainen olympialaisten alla. Tiedotusmiehet tekivät oman eduskunta-aloitteensa Suomi-instituutin perustamisesta vuonna 1949. Instituutti ja Suomi-kuva olivat yhdistyksen ensimmäisten Tiedottajapäivien teemana vuonna 1949. Yhdistyksen hallituksen kokouspöytäkirjat käsittelivät vuosina 1949–1958 säännöllisesti instituutin perustamista. Vielä huhtikuussa 1958 Tiedotusmiehet ry:n johdokunnan listalla oli esitelmä siitä ”Kuinka Suomi-instituutti haudattiin”. Lehdistökin kirjoitteli instituutti asiasta etenkin ennen olympialaisia.⁶¹ Tärkeä ulottuvuus kirjoittelussa koski tiedotustoiminnan valtiojohtoisuutta. Sellaista ei haluttu takaisin.

1950-luvun alussa tiedottamisesta puhuttiin lehdistössä etenkin suhteessa maapropagandaan⁶², mutta julkinen keskustelu tiedotuksen ja suhdetoiminnan roolista yrityselämässä kasvoi 1950-luvulla. Laine kirjoitti esimerkiksi tammi-kuussa 1953 kunnallisen suhdetoiminnan tarpeellisuudesta.⁶³ Saman vuoden keväällä maahan perustettiin Johannes Virolaisen johdolla valtion taloudellinen tiedotustoimikunta lisäämään kansalaisten ymmärrystä valtiontalouden kysymyksissä.⁶⁴ Toimikuntaan kutsuttiin mukaan yhdistyksen jäseniä, jotka erosivat siitä kuitenkin epäluottamuksensa osoittaen. Kritiikki kohdistui toimikunnan menetelmiä ja tavoitteita kohtaan.⁶⁵ 1950-luvun alun kehityksestä kertoo myös se, että myöhemmin Tiedotusmiehissä toiminnanjohtajana vaikuttanut Panu Toivonen perusti maahan ensimmäisen tiedottamiseen erikoistuneen konsulttitoimiston.⁶⁶

Tiedottamisen hyötyjä tuotiin lehtikirjoituksissa esiin hyvinkin konkreettisesti: ”Kauppalehti kertoi tyytyväisenä sosiaaliministeriön hinta- ja palkkaosaston saaneen tiedoitussiihteerin mainiten tämän tapahtuman olevan valopilkun byrokratian pimeydessä, koska tiedoitussiihteerin tärkeimmäksi tehtäväksi tuli huolehtia siitä, että elinkeinoelämälle tähdelliset hinta- ja palkkatiedot välitettäisiin viipymättä suoraan niin tuottajille kuin kauppiaillekin.”⁶⁷ *Teollisuus-Sanomissa* julkaistun artikkelin mukaan sanomalehtien palstat vapautuivat siis parempaan käyttöön, kun tiedotus hoitaa faktat kohderyhmälle. Sekä ammatti että siihen liittyvä termistö olivat muodostumassa. Tiedottaminen ymmärrettiin yleisesti faktojen levittämisenä, mutta välineet olivat samat kuin propagandassa. Vuonna 1951 propagandan levittämisen keinoja olivat esimerkiksi puhe tai näyttely.⁶⁸ Aikakauden viestintä perustui ylipäänsä edelleen vahvasti painettuun

59. Ruotsin ja muiden Skandinavian maiden mallin mukaan maakuva-propagandaa tutkittiin vuoden 1949 komiteamietintöä varten. Komiteamietintö Mon. 1949; Ks. myös esim. *Uusi Suomi* 4.11.1949; Svenska Institutetista ja Ruotsin maankuvatiedottamisesta ks. Nikolas Glover, *National relations. Public diplomacy, national identity and the Swedish institute 1945–1970*. Nordic Academic Press 2011. 60. Melgin 2014, 194–195.

61. Tietojen säännöstely maksaisi 25 milj.mk. *Helsingin Sanomat* 13.10.1951; Tiedotusmiehet ja tiedotuslaitos. *Helsingin Sanomat* 14.10.1951; Julkisuuden valokeilassa. *Helsingin Sanomat* 18.10.1951; Tiedotustoiminnan palveluksessa runsaasti voimia Skandinaviassa. *Uusi Suomi* 4.11.1949; Suomi-Instituutti suunnitelma sai viileähkön vastaanoton. *Suomen Sosialidemokraatti* 21.10.1949.

62. Esim. Yrjö Kouti, Tiedotustoiminta kehityksessä meilläkin. *Mainostaja* 3/1951; Kertomukset Tiedotusmiehet ry:n toiminnasta 1949–52.

63. Olavi Laine, Suhdetoiminta. *Helsingin Sanomat* 5.1.1953.

64. Tiedotustoimikunta vaihdettu taloudelliseen tiedotustoimikuntaan. *Helsingin Sanomat* 6.5.1951.

65. Kertomus Tiedotusmiehet ry:n toiminnasta v. 1952.

66. Melgin & Nurmilaakso 2012, 59.

67. E. J. P., Taas valtion tiedotustoiminnasta. *Teollisuus-Sanomien* 1/1951.

68. Hakulinen 1951, 78, 113.

Veitsen terällä

MEILLÄ vain ei ole VARAA

Ei ole ikuisuutta vielä kulunut siitä, kun tiedotustoiminnasta kiinnostuneet kansalaiset tekivät ehdotuksen n.s. Suomi-Instituutin perustamisesta. Se olisi tiedotuselin, joka hoitaisi alansa asiat niin ulkomailla kuin kotimaassakin. On näet katkerasti todettu, että tällaisen toiminnan keskittämisen puutteessa moni hyvä suunnitelma ajautuu karille. Tänne tulee ulkomaalaisia opiskelemaan ja yhteyksiä solmimaan, mutta usein he eivät kuulu minkään elimen ”piiriin”. He saavat jäädä avuttomiksi kielitaidottomien ihmisten parveen. Palatessaan kotimaahansa tästä maasta he eivät varmaan anna kovin myönteistä mainintaa.

Mitä mahtavatkaan sanoa olympiavieraat, sillä todennäköisesti tänne saapuu kansaa mpussakin mielessä kuin vain urheilusuorituksia katsellakseen?

Edellämäinintun huutavan puuteen tuntien ja viimeksimäinintun aavistellen



Tiedotusmiehet eivät tyydy ainoastaan sanalliseen valistukseen, he suorittavat myös käyntejä eri paikoissa. Tässä eräs ryhmä Malmn lentokentällä.

TIEDOTUSMIEHET ryhtyivät tiedotusinstituutin perustamispuuhiin. Jos muut maat tarvitsevat sellaisen, niin tottahan mekin! Siinäkin oli tarpeeksi aihetta. Voimakkain vastus tuli sellaiselta taholta, jolta sitä vähiten aavistettiin. Ministeriöiden virkamiehet teilasivat ajatuksen — tällaisissa tapauksissa totuttuun menettelyyn turvaten — sen vuoksi, että se heidän mielestään ei ollut tarpeeksi kypsytetty.

— Haa, sanoisi Ollin kaveri, Mustapartainen Mies, jos kuulisi tapauksesta kerrottavan. Käytännön alojen ammattimiehet olivat pohtineet tuumaa pari vuotta, ulkomailta oli parhaat asiantuntijat antaneet apunsa. Ministeriöiden herrat, joiden ammattiin alansa tiedotustoiminta ainakin sivutoimisena kuuluu, olivat myös tiedottaneet, mat-

kustaneet, saaneet neuvostittelinsä jne — mutta he eivät kuitenkaan halunneet asiaa viedä eteenpäin.

Nyt jälleen kysytään, kuka hoitaa XV Olympiakisojen propagandan ja tiedotuksen? Sen järjestelytoimikunta? Sillä on kädet täynnä omia tehtäviä.

On selvää, ettei maassa voida perustaa sen etuja palvelevaa elintä, jos valtiovalta, jonka monessakin mjelessä täytyy olla sen johdossa, asettuu sitä vastustamaan. On näet todettu, ettei hallitukseen sellaiseen erikoiseen suopeasti suhtaudu. Se haluaa ”tiedottaa” omalla tavallansa.

Mutta varmaan koittaa aika, jolloin tämäkin puute asiantuntijoiden pontevin voimin saatetaan järjestykseen. Sitkeyttä vain! K.

Kuva 2. Tiedottaminen herätti toisen maailmansodan jälkeen runsaasti keskustelua lehdistössä. Suomi-kuva maailmalla huolestutti erityisesti olympialaisten alla. Lähde: Aatami 3/1951.

sanaan. Lehdet, kirjat, esitteet, julisteet, ilmoitukset olivat aikakauden viestintävälineitä. Kirjoitettuja puheita luettiin myös radiossa. Lisäksi puhuttiin Tiedotustoiminnan ”teknikasta”. Se tarkoitti eri asioita kirjoittajasta riippuen. Kun ”teknillinen” tarkoitti oppikirjan tekijälle aikakautta ja sen mahdollistamia ”mekaanisia” välineitä, kuten gramofonia ja kovaäänislaitteita,⁶⁹ yhdistysmiehelle se merkitsi ”kanssakäymisen tekniikkaa” eli suhdetoiminnan olemusta.⁷⁰ Yhdistyksen kokouksissa suhdetoiminnasta puhuttiin selkeästi ”uutena tulokkaana” vasta vuonna 1952.⁷¹

Suoepa Suomi-kuva oli Tiedotusmiehet ry:n kokousten agendalla pysyvin yksittäinen aihe ensimmäisen vuosikymmenen ajan. Tiedotusmiehet kaipasivat sotavuosien ajan tehokasta tiedotusta, etenkin, kun vuoden 1952 olympialaiset olivat tulossa ja maakuvan viestintä oli heikosti resurssoitua. Paitsi Suomi-instituuttia yh-

69. Ibid, 231.

70. Olavi Laine, Suhdetoiminta. *Helsingin Sanomat* 5.1.1953.

71. Kertomus Tiedotusmiehet ry:n toiminnasta v. 1952.

distys ajoi maahan myös omaa ministeriötä, mutta molempia turhaan. ”Niin ohiampuvalla kuin tämä ehdotus (tiedotusministeriö) jo nykyisin vaikuttaakin, kuvastuu siinä erään ajantaitteen luottamus valtioon ja valtiollistettuun tiedotustoimintaan. Muita vaihtoehtoja ei ollut näköpiirissä, varsinkaan kun jälleenrakennuskauden tiedotustoiminta oli noussut sotavuosien taustalta ja suurvaltojen informaatiokeskukset olivat yhä voimakkaina rinnastuskohteina”, kirjoitti puheenjohtaja Veli Virkkunen vuosia myöhemmin.⁷²

Johtopäätökset

Kuten Veli Virkkunen totesi, sotavuodet muodostuivat suomalaisten tiedottajien ammattikunnan kehityksen kannalta olennaisiksi oppivuosiksi. Koskaan aiemmin Suomessa ei ollut harjoitettu yhtä systemaattisesti propagandaa ja tiedottamista kuin talvi- ja jatkosodan aikana. Kokemuksista haluttiin sodan aikana ja varsinkin sen päätyttyä keskustella ja oppeja jalostaa: syntyi kyselytutkimus, komiteanmietintöjä, julkista keskustelua ja rauhanajan yhdistys Tiedotusmiehet ry. Yhteiskunta kehittyi poikkeusoloista kohti jälleenrakennuksen hyvinvointivaltiota ja sen mukana tiedottajia palkattiin yhä enemmän yrityksiin ja kuntien palvelukseen. Yksisuuntaisesta tiedottamisesta tuli kaksisuuntaista, vastaanottajan reaktioita huomioivaa suhdetoimintaa. Tiedottajien yhdistyksessä Tiedotusmiehissä Suomi-kuvaan liittyvä keskustelu väheni vaihteittain olympialaisten jälkeen ja tilalle astui Yhdysvaltojen esikuvien mukainen oppi organisaatioiden suhdetoiminnasta, PR:stä.

Abstract: Birth of a PR profession in Finland

This article illustrates how the public relations (PR) profession started to develop in Finland just before the outbreak of WWII and why certain terminology came to be used. The article sheds light on the PR pioneers who stood out during this chapter in Finland's history, as well as the issues they stood for. Propaganda had never before been conducted on such a scale both within Finland, and by Finland towards other countries. Representatives of the new profession came from the fields of journalism, advertising, and culture. The content created was used as a source for domestic and foreign newspapers and radio programmes. Propaganda pioneers were instrumental in creating the 'Winter War Wonder'. Safeguarding Finland's national image as a key task continued beyond the end of the World War II into the Cold War early era. The Propaganda Union (*Propagandaliitto*, founded in 1937) and other related wartime organizations were followed by *Tiedotusmiehet*, Society of Public Relations, founded in 1947 which is one of the oldest peacetime associations in Europe. To sum up, the article sheds light on the propaganda, information and later PR pioneers as well as the issues they represented.

Keywords: Continuation War, Winter War, Finland, information, national image, propaganda, Propaganda Union, Information Men, Public Relations

72. Veli Virkkunen, *Tiedotustoiminnan kehityskaari. Tiedotusmiehet ry:n vuosikirja*. Tiedotusmiehet ry 1958, 4. – *Nyt julkaistu Elina Melginin artikkeli on käynyt läpi tieteellisen vertaisarvioinnin.*