

SUOMEN VIRALLISEN TIEDOTUSTOIMINNAN TEHTÄVÄT

Max Jakobson

Göbbelsillä oli propagandaministeriö, nykyään ovat muodissa informaatio-ministeriöt, ja vuonna 1984 tulee olemaan George Orwellin utopian mukaan »totuusministeriö». Mutta meillä puhutaan »Suomen tunnetuksi tekemisestä ulkomailla» ja tavallisesti vielä lisätään, että tätä toimintaa olisi tehostettava. Ehkä ensimmäinen parannuskeino olisi luopuminen tästä sanonnasta, joka antaa harhaanjohtavan kuvan tiedotustoiminnan tarkoituksesta ja mahdollisuuksista. Se on samalla kertaa liian vaatimaton ja liian vaativa. Olemme sivuuttaneet sen vaiheen, jolloin saattoi olla tarpeellista tehdä tunnetuksi, että sellainen valtio kuin Suomi on olemassa. Mutta emme myöskään voi asettaa propagandallemme tehtäväksi Suomen tunnetuksi tekemistä kaikkien niiden ihmisten keskuudessa, joiden tietämättömyyden piiriin maamme kuuluu. Tietenkin on harmittavaa ja kansallista itsetuntoa loukkaavaa kohdata ulkomailla henkilöitä, jotka eivät tiedä Suomesta juuri mitään tai joiden käsitykset meistä ovat vääriä. Ei kuitenkaan ole aihetta olettaa, että he tietäisivät muista maista enemmän. Realistisen tiedotustoiminnan täytyykin lähteä siitä, että huomattava osa ihmiskuntaa ei ole kiinnostunut oman maansa, heimonsa tai kylänsä ulkopuolella olevasta maailmasta. Sen tulee olla kohteiltaan, aiheiltaan ja menetelmiltään valikoivaa. Enää ei siis ole paikallaan puhua ylimalkaisesti Suomen tunnetuksi tekemisestä ulkomailla; nyt olisi mieluummin harkittava, mitä on tehtävä tunnetuksi, missä ja miten. On myös tarpeen selvittää käsityksiä siitä, mikä on Suomen ulkomaille suuntautuvan tiedotustoiminnan tarkoitus ja mitkä ovat sen tehtävät.

Kun näitä kysymyksiä ryhdytään käsittelemään, on kuitenkin syytä pitää mielessä, että joudumme liikkumaan erittäin puutteellisesti ja epätarkasti kartoitetuilla vesillä. Puhuttaessa muissa maissa vallitsevista käsityksistä ja mielipiteistä käsitellään äärimmäisen vaikeasti mitattavia suureita, ja vielä vähemmän varmaa voidaan sanoa siitä, miten näihin käsityksiin ja mielipiteisiin voidaan vaikuttaa. Palmerston on sanonut: »Mielipiteet ovat tehokkaampia kuin tykinammukset». Mutta tiedotustoiminta on useimmiten jatkuvaa hakuammuntaa, jonka kohteiden sijainnista ei ole tarkkaa tietoa ja

jonka osumia on tavallisesti mahdoton havaita. Kaikki, minkä tästä aiheesta voi nykyään sanoa, onkin enemmän tai vähemmän subjektiivista arviointia.

On myös tärkeä alusta pitäen ottaa huomioon, että propaganda ei voi olla luovaa toimintaa. Ulkomailla esiintyvät käsitykset Suomesta muodostuvat ensisijaisesti tapahtumien ja tekojen perusteella; propagandalla on niihin vain sekundäärinen vaikutus. Jonkin tapahtuman tai toimenpiteen mainosarvo voi myös olla riippuvainen tekijöistä, jotka ovat kokonaan ulkopuolella vaikutuspiirimme. Esimerkiksi Suomen velanmaksu olisi tuskin tehnyt niin syvällistä ja pysyvää vaikutusta Amerikan yleiseen mielipiteeseen, jos pari, kolme muuta valtiota olisi myös maksanut velkansa Yhdysvalloille. Mitä nimenomaan poliittisiin käsityksiin tulee, niihin vaikuttavat herkästi yleispoliittiset suhdanteet. Tämän saimme kokea havainnollisella tavalla toisen maailmansodan aikana. Talvella 1939—40 esitettiin Amerikassa Suomen taistelun innoittamaa menestysnäytelmää »There shall be no Night»; kun se v. 1941 tuotiin uudelleen näyttämölle, oli tapahtumapaikaksi muutettu vapautensa puolesta taisteleva Kreikka.

Niissäkin maissa, joissa opinionin muodostus on suhteellisen riippumaton hallitusvallasta, yleinen mielipide ei ulkopoliittisessa asennoitumisessaan hevin poikkea hallituksen linjasta, ei ainakaan kriittisenä aikana. Sotien jälkeisen kauden jännittyneissä vaiheissa läntisen opinionin suhtautuminen Suomen poliittiseen asemaan, sikäli kuin se on ilmennyt lehdistöstä, onkin heijastanut yleensä varsin uskollisesti sen suhtautumista Neuvostoliittoon: Neuvostoliittoon kohdistuneen epäluuloisuuden korollarina on ollut huolestuneisuus Suomen asemasta. Siihen yleiskuvaan Neuvostoliiton politiikasta, jonka lehdistö on omaksunut, on ollut vaikea saada sopeutetuksi Suomen ja Neuvostoliiton suhteita sellaisina kuin me ne näemme. Ja on otettava huomioon, että kun lännestä käsin tarkastellaan Suomen tilannetta, sitä ei yleensä käsitellä erillisenä kysymyksenä, vaan Suomen tapahtumissa kiinnostaa eniten se, minkä uskotaan kuvastavan Suomen ja Neuvostoliiton suhteita. Tässä mielessä voi sanoa, että läntisen lehdistön poliittinen mielenkiinto Suomea kohtaan on lähinnä sen Neuvostoliittoa kohtaan tunteman mielenkiinnon funktio.

Arvioitaessa Suomen virallisen tiedotustoiminnan mahdollisuuksia vaikuttaa tämän ulkomaisen lehdistön käsityksiin, jotka usein perustuvat satunnaisten kirjoittajien pinnallisiin vaikutelmiin tai puutteellisten perustietojen varassa oleviin tulkintoihin, on välttämätöntä luopua kvantitatiivisen mittapuun käytöstä. Tosin usein kuulee valitettavan, että Suomesta kirjoitetaan niin vähän ulkomailla, ikään kuin runsas kirjoittelu olisi sinänsä meille edullista. On kuitenkin epärealistista kuvitella, että Suomen kaltaisella valtiolla, joka pyrkii pysyttelemään suurvaltain eturistiriitojen ulkopuolella, olisi nykyisenä aikana maailmanlehdistön kannalta katsoen poliittista uutisarvoa — ainakin niin kauan kun se näissä pyrkimyksissään onnistuu. Suomesta on

kirjoitettu ulkomailla runsaasti yleensä vain silloin, kun meillä on ollut tai meillä on kuviteltu olevan idänsuhteissamme vaikeuksia.

Virallisen tiedotustoiminnan on myös turha yrittää kilpailla normaalin kansainvälisen uutisvälitystoiminnan kanssa. Tiedotustoimintamme varsinaisena työkenttänä ovat sen sijaan ne sanoma- ja aikakauslehdet, jotka tärkeimmissä maissa muovaavat ns. valistunutta opinionia; tällaisia julkaisuja ei ole kuin muutamia kymmeniä koko maailmassa. Niiden johtavien toimittajien informoiminen edellyttää jatkuvaa toimintaa, jonka tulokset eivät yleensä ole mitattavissa palstamillimetrein, mutta epäilemättä se on hyödyllisempää kuin joidenkin näkyvämpien mutta vaikutukseltaan hetkellisten propagandatuloisten tavoitteleminen.

Ulkomaiden sanomalehdistön informoiminen kuuluu luonnollisesti tiedotustoimintamme primäärisiin tehtäviin. Näihin on luettava myös sen yhä kasvavan mielenkiinnon tyydyttäminen, joka useimmissa maissa kohdistuu maahamme — tai oikeammin: kansainvälisiin kysymyksiin yleensä ja tässä yhteydessä myös Suomen asioihin. Tämä mielenkiinto on syntynyt ja se lisääntyy täysin riippumatta suomalaisista itsestään. Se kuvastaa sitä fyysisten ja henkisten etäisyyksien kutistumista, joka on tunnusomaista nykyiselle ajalle. Se kohdistuu käytännöllisesti katsoen kaikkiin elämän aloihin ja ilmenee mitä erilaisimmissa muodoissa: Yliopistot ja muut vastaavat laitokset tarvitsevat kirjallisuutta Suomesta, oppikoulujen opettajat haluavat käyttää elokuvia maantiedon opetuksen elävöittämiseksi, eri seurat ja kerhot hakevat luennoitsijoita, kansakoululapset pyytävät kuvitettuja vihkosia. Osa tästä kysynnästä tulee luonnollisesti tyydytetyksi yksityistä tietä, mutta hyvin usein viralliset edustajat joutuvat toimimaan hankkijoina tai vähintään välittäjinä. Siitä moninaisesta työstä ja aineistosta, joka tähän tarvitaan, ei yleensä koidu näkyvää ja välitöntä hyötyä; sen sijaan laiminlyönnit aiheuttavat vahingollisen vastareaktion; ja lopultakin vähin minkä tiedotustoiminnalta voi vaatia on niiden palveleminen, jotka omasta aloitteestaan osoittavat harrastusta, vaikkapa satunnaista ja vaatimatontakin, maatumme kohtaan.

Kansainvälinen kulttuurivuorovaikutus on toinen ala, jolla »kysyntä» — jos tässä yhteydessä on sallittua käyttää näin kaupallista termiä — on viime vuosina voimakkaasti kasvanut ja tulee varmasti edelleen kasvamaan ja jolla myös valtiovallan velvollisuudet ovat vastaavasti lisääntyneet. Stipendiaattivaihdon, taiteilijain esiintymisten ja näyttelyiden järjestämisen katsotaan nykyään kuuluvan diplomatian toimialaan. Suomella ei ole varaa jättäytyä kansainvälisestä kulttuurivaihdosta syrjään. Mutta kannattaa tarkoin harkita, mitä kulttuurielämän aloja on syytä esitellä ulkomailla. Kilpailun yhä kiristyessä ei riitä se, että Suomi pystyy jollakin alalla tyydyttävään esiintymiseen. Koska varat ovat niukat, kannattaa keskittyä sellaisiin yrityksiin, joiden tiedämme olevan korkeinta kansainvälistä tasoa. Mainittakoon tässä

esimerkkinä vain näyttelytoiminta, joka on kulttuuripropagandan näkyvimpiä muotoja. Sekä arkkitehtuuri- että taideteollisuusnäyttelyillämme on ollut taattu menestys kaikissa niissä maissa, joissa niitä on viime vuosina ollut ja niiden vaikutus on ulottunut varsinaisia ammattiipiirejä paljon laajemmalle. Niiden välityksellä alkaa syntyä ulkomailla uusi kuva Suomesta yleensä — kuva, joka poikkeaa edukseen siitä aikaisemmin varsin yleisestä käsityksestä, että Suomi metsineen ja järvineen on primitiivinen maa. Tässä mielessä tehokas ja korkeatasoinen kulttuuripropaganda palvelee maan etuja monella tavalla eikä vähiten kaupallisia intressejä. Kannattaa mainita, että kun Sveitsin kelloteollisuus toisen maailmansodan jälkeen pani alulle suurisuuntaisen mainoskampanjan Yhdysvalloissa, se mainosti ensisijaisesti Sveitsiä ja vain välillisesti kelloja: ensin tahdottiin luoda amerikkalaisen yleisön tietoisuuteen kuva maasta ja kansasta, jonka työn laatuun voitaisiin aina luottaa.

Ne tiedotustoiminnan tehtävät, joihin edellä on viitattu, saattavat vaikuttaa vaatimattomilta. Niihin ei sisälly kovin dramaattisia toimintamuotoja. Ne tuskin toisivat Suomea »esille» sillä näkyvällä tavalla, jota suomalainen ulkomailla liikkeessaan usein tuntuu kaipaavan. Lienee kuitenkin syytä rajoittaa vähimmäistavoitteiden määrittelemiseen: nykyisin varoin nekin ovat saavuttamattomissa.

Virallinen tiedotustoimintamme kuuluu pääasiallisesti ulkoasiainhallinnon toimialaan, kun taas kulttuurivaihtoon liittyvät tehtävät, mm. kulttuurinäyttelyt, hoidetaan opetusministeriössä. (Kaupalliset näyttelyt kuuluvat kauppa- ja teollisuusministeriön alaisuuteen, ja matkailumainonnasta huolehtii Suomen Matkailijayhdistys, jonka valtionapu tulee kulkulaitosten ja yleisten töiden ministeriöltä.) Kenttätyön ulkomailla tekee Suomen ulkomaanedustus, jonka palveluksessa tiedotustoiminnan kannalta tärkeimmissä pääkaupungeissa ovat sanomalehtiavustajat. Heitä on Tukholmassa (Toimii samalla Kööpenhaminassa ja Osllossa.), Lontoossa, Pariisissa, Bonnissa ja Washingtonissa. Kotimaassa on ulkoasiainministeriön sanomalehtiasiantointimisto se elin, jolle kuuluu tiedotustoiminnan käytännöllinen hoitaminen. Sen henkilökunta käsittää nykyisin viisi vakinaista virkamiestä ja sen käyttövaroiksi myönnettiin vuoden 1960 budjetissa 39 milj. mk. Sen tehtävänä on yhteydenpito kotimaiseen lehdistöön ja täällä toimiviin ulkomaisiin kirjeenvaihtajiin, lehtimiesvierailujen järjestäminen ja Suomeen omasta aloitteestaan saapuvien ulkomaisten lehtimiesten palveleminen, kotimaan asioita koskevan aineiston toimittaminen ulkomaanedustukselle sekä tiedotusjulkaisujen, elokuvien ja muun vastaavan aineiston valmistuttaminen ja hankkiminen ulkomailla suoritettavaa tiedotustoimintaa varten.

Tiedotustoimintaan varatun määrärahan käyttöarvo ilmenee ehkä parhaiten yhdestä esimerkistä: 15 minuutin pituisen värielokuvan, eri kielisten versioiden ja n. 30 kopion valmistuttaminen maksaa nykyisin n. 5—6 milj. mk.

Vähemmän kuin 30 kopiota ei juuri kannattaisi valmistaa, sillä edustustojakin on saman verran ulkomailla. Kuitenkin tarvittaisiin pelkästään olemassa olevan kysynnän tyydyttämiseksi vähintään 900 elokuvakopiota; niitä ei ole tällä hetkellä läheskään näin paljon edustustojemme käytössä, ja vanhimpia olisi vielä jatkuvasti uusittava.

Ehdotuksia tiedotustoimintamme tehostamiseksi ja kehittämiseksi valmistellaan komiteassa, jonka valtioneuvosto eduskunnan esittämää toivomusta noudattaen on asettanut tätä kysymystä tutkimaan. Julkisessa keskustelussa on jo esitetty kahta vaihtoehtoista ratkaisua: toinen on uuden laitoksen — Suomen instituutin — perustaminen tiedotustoiminnan keskuselimeksi, toinen jo olemassa olevan organisation vahvistaminen. Kysymys on kauaskantoisesta ratkaisusta, joka jäänee odottamaan komitean lopullisen mietinnön valmistumista. Sillä välin voitaisiin kuitenkin saada aikaan välitön parannus pelkästään korottamalla määrärahoja. Nykyään tiedotusaineiston valmistumiseen tarvittava pääoma ei useinkaan tule käytetyksi täysin mitoin hyväksi: julkaisujen painokset tahtovat jäädä liian pieniksi, elokuvista ei ole varaa ottaa riittävän useita kopioita, jonkin suuren näyttelyn tai muun vastaavan esiintymisen herättämää mielenkiintoa ei jakseta pitää vireillä. Vaattominkin lisämäärärahoihin olisi saatavissa huomattavasti nykyistä suurempi hyöty siitä työstä, joka nyt jo tehdään.