

METSÄMAINOSTUKSEN
RAKENTEESTA

EMIL VESTERINEN

THE STRUCTURE OF FOREST EXTENSION

SUMMARY

HELSINKI 1954

Alkulause

Käytännöllisen metsänhoidon edistämistyön lisäksi tarvitaan meidän maassamme vielä sängen paljon aatteellista mainostyötä, nk. metsäpropagandaa. Vasta sitten, kun kansan laajat piirit on saatu suopeiksi metsäasialle, on käytännöllinen metsänhoitotyökin menevä entistä voimakkaammin eteenpäin.

Tämän kirjoittaja on lähes kolmenkymmenen vuoden ajan joutunut osallistumaan metsäpropagandatyöhön ja metsätietouden levittämistoimintaan. Neuvoteltuani eräiden johtavien mainosmiesten kanssa olen seuraavassa rojhennut koota ajatuksia niistä keinoista, joita mielestäni olisi meillä metsätalouden mainostyössä varteen otettava. Suomen Myynti- ja Mainosyhdistyksen johtomieheltä, maisteri Artturi Raulalta olen saanut monia arvokkaita viitteitä. Yksityismetsäin valvontaosaston päällikkö, metsäneuvos Viljo O. Sielä Metsähallituksesta on lue-
nut käsikirjoituksen suositellen sen julkaisemista. Puunjalostusteollisuuden tutkimustoimiston »Metsäteho» johtaja, maisteri Jaakko Vöry on antanut suopean lausunnon käsikirjoituksesta samoin Työtehoseuran metsäosaston päällikkö, maisteri Mikko Kantola. Esitykseni on tarkoitettu kaikkien metsänystävain, mutta varsinkin metsälaitosten ja -järjestöjen ja mainostoimistojen toimihenkilöiden huomioitavaksi sekä myöskin muille, jotka siitä ehkä saattavat löytää toimialalleen soveltuvia metsämainostuskeinoja.

Helsingissä, tammikuussa 1954.

E. V.

Vähän mainonnan psykologiasta

Mainonnasta on monellaisia määritelmiä. Milloin sanotaan sen olevan tunnetuksi tekemistä, milloin kehumista, liioittelua, tyrkyttämistä siis yli-propagandaa, milloin se taasen on valtava voima, milloin vaarallinen ase nykyajan maailmassa. Mainonta ei ole tilastotiedettä eikä kuvaamataidetta mutta varsin hyvin voidaan nyt jo puhua mainontatieteestä ja mainostustaiteesta, jotka askarruttavat valtavaa määrää ihmisaivoja.

Terve mainonta palvelee rehellisiä pyrintöjä. Nämä pyrinnöt voidaan erään amerikkalaisen psykoanalyysin mukaan karkeasti jakaa kaupallistaloudellisiin, yhteiskunnallisiin, poliittisiin ja uskonnollisiin. Kaikissa niissä koetetaan herättää mielenkiintoa, sama asia toistetaan usein, omat mielikuvat punnitaan ja siirretään muihin, mutta ollaan tietoisia myös mahdollisesta vastustusmielialasta. Omat henkilökohtaiset mielipiteemme eivät aina saata olla määrääviä, mutta suggestio tulee avuksi, jos tuntemme ympäristön, kansantavat, mentaliteetin, ennakkoluulot ja taloudellisen aseman. Kaikessa mainostuksessa on nämä erityisen tarkoin tunnettava. Mainostoiminnassa, kuten kaikessa luvullisessa työssä ei saa iskeä yli maalin, vaan on »pysytettävä jalat maassa, vaikka pää olisi kuinka korkealla», kuten engl. mainosmies Witherington sanoo. Mainonnan täytyy miellyttää ihmisiä, saada heidät vakuuttaneiksi ja lopulta vapaaehtoisesti taivuttaa heidät toimintaan. Ja pantakoon tässä heti merkille, että liika imartelu jo on psykologisesti parjauksen alku.

Kun ajattelemme metsätalouden ja puunjalostusteollisuuden mainontaa meillä, ei ole käytettävissä tyhjentyviä numeroita sen nykyisestä laajuudesta ja tehosta. Mainontatyötä on tehty ja tuloksiakin saavutettu, vaikkakin määrätietoisien mainonnan osuus on toistaiseksi ollut verraten vähäinen. Eräät kauniit poikkeukset vain vahvistavat sääntöä.

Metsävalistuksen levittämistyössä tarvitaan johtamis- ja opetustaitoa, joten ei olisi pahaksi, jos yhä useammat metsätalouden mainosmiehet kävisivät jonkin johtamistaidollisen kurssin sovellettuna metsämainontaan ja metsätiedon levittämiseen. Useat metsähoitomiehet ovat varmaan huomanneet, että kun annetun metsäoppitunnin jälkeen kuulijoita kuulustellaan, vain harvat osaavat oikein vastata. Syy ei ole oppilaiden kovapäisyyden, vaan usein opettajan taidottomuuden. Hän ei ole osannut tehdä



Kaksi kovaa: suuri honka myrskyn kourissa. — Valok. Emil Vesterinen.

asiaa kiinnostavaksi, eikä ole saanut kuulijoitaan mukaan. Tämä pätee myös metsätalouden mainostyössä. Tarvitaan annos psykologista vaistoa, asiantuntemusta ja esitystaitoa, jos tahdotaan vaikuttaa kiinnostavasti ihmisiin, olivatpa he metsäntuottajia, pienviljelijöitä, teollisuusmiehiä, suuri yleisö, metsätyöläinen tai vaikkapa vain kadunmies.

Mitä on metsäpropaganda?

Metsäpropagandan tarkoituksena on kiinnittää huomio metsiin ja metsätalouteen sekä herättää harrastusta niihin. Se edellyttää, että mainonnan jälkiä seuraa vakava, asiallinen, määrätietoinen valistus- ja neuvontatoiminta sekä jatkuva käytännöllinen työ. Näitä ei tarvitse aina ja välttämättä erottaa toisistaan, mutta sittenkin kaikilla näillä työmuodoilla on oma tekniikkansa.

Joku voi ehkä huomauttaa, etteivät metsämme ja puumme kaipaa mainostusta, koska niitä kysytään ja hakataan liikaa ilman mainostustakin. Totta on, ettei tässä mielessä metsämainostusta tarvita, päinvastoin

enemmänkin vastamainostusta, ettei metsiä hakattaisi liikaa eikä hävitettäisi, vaan että metsiämme säästettäisiin, kunnostettaisiin ja niiden tuottoa lisättäisiin ja toisaalta tarkoituksenmukaisesti käytettäisiin. Metsätuoton lisääminen sinänsä on jo tärkeä mainostuksen aihe. On tehtävä selväksi, miksi näin on meneteltävä ja mitä metsät merkitsevät Suomen talous- ja koko kulttuurielämän perustana.

Kenelle soveltuu metsämainostus?

On luonnollista, että kaikki metsäjärjestömme ja metsänhoitomiehemme työskentelevät parhaansa mukaan metsien hyväksi, antavat opastusta ja levittävät metsäharrastusta ja -tietoa ei vain metsänomistajien keskuuteen, vaan myös muihin yhteiskuntapiireihin. Mutta kun metsien antamasta työstä ja tulosta pääsevät osallisiksi nekin järjestöt, laitokset, liikkeet ja kansalaiset, jotka välittömästi eivät joudu metsän ja siihen liittyvän puunjalostusteollisuuden kanssa tekemisiin, voidaan meidän maassamme metsäasiaa pitää koko kansan yhteisenä ja niin ollen toivoa, että sen tunnetuksi tekemiseen osallistuisivat entistä laajemmat piirit. Metsäpropaganda sopisi myös mainostoimistojen ohjelmaan. Nämäkin myyvät sanomalehtien ja aikakauskirjojen ilmoitustilaa ja voisivat paljon saada aikaan metsäpropagandankin hyväksi. Tämä puoli on tähän saakka ollut suhteellisen vähäistä.

Mainosmuotoja on paljon. Niistä on vain osattava valita se tai ne keinot, jotka kulloinkin ja asianomaisen työalalla parhaiten soveltuvat. Suomessa ei ole varsinaista metsäpropagandaopistoa eikä metsämainostuksen opaskirjaa. Seuraavassa esitetään eräitä metsämainostuskeinoja ja tehdään selvää niiden rakenteesta.

Esitelmät, rainat, elokuvat, radio.

Esitelmänpito edellyttää joukkokuulijakuntaa, siis kokoustilaisuuksia. Niitä on metsämainostuksessakin hyväksi käytettävä. Meidän maassamme metsäesitelmä sopii silloin tällöin miltei millä alalla tahansa toimivan järjestön tai liikkeen kokouksen ohjelmaan. Se voi olla aivan irrallinen, eikä sen välttämättä tarvitse liittyä järjestön tai liikkeen varsinaiseen toimintalaan. Mutta tärkeätä on, että metsäesitelmä on sisällöltään tarkoin tilaisuuden ja kuulijakunnan mukaan sovellettu. Se ei saa olla väsyttävän

pitkä eikä vaikeatajuinen, jota kuunnellessaan kuulijat haukottelevat ja odottavat vain sen loppumista. Hyvillä metsäkuvilla valaistu esitelmä on aina kiintoisa. Ja varsinkin erityiset sarjakuvat n. s. r a i n a t ja niiden näyttämiseen kätevät projektiokoneet ovat sekä esitelmänpitäjälle että kuulijoille suuri helpotus. Kuvia aina katsellaan mielellään. Ja jos esitelmien yhteydessä näytetään hyviä e l o k u v i a metsistä ja metsäteollisuudesta, tulee aihe vielä kiintoisammaksi sellaisellekin, joka tuskin on monesti metsässä käynyt. Elokuvat metsätalouden mainostuksessa on veraton lisä. Niiden avulla voidaan kokouksalissa siirtyä pyryssä ja pakkaessakin metsämaastoon tai retkeillä metsäteollisuuslaitoksissa.

Mainio metsätiedon levittämisväline on r a d i o. Mutta tässä on muistettava, että kuulijoita on monenlaisia. Vain pieni osa on ensinkin metsäammattimiehiä. Siksi on radioesitelmä aina laadittava yleistajuiseksi ja hauskaksi. Sen pituus on koetettava järjestää sellaiseksi, ettei sitä tarvitse nelistämällä lukea, jolloin kuulijat eivät jaksata seurata. Radioesitelmä on aina valmiiksi kirjoitettava. Kun yleisradiossamme on tungosta eri alojen esitelmistä, on näihin saakka metsäesitelmien osuus vuosittain supistunut valitettavan vähiin. Ne ehkä eivät ole aina radiossa saaneet sitä asemaa, jonka metsät jo kulttuurimme tukena edellyttävät. V. 1951 oli yleisradiossamme 131 metsäaiheista esitystä, joista esitelmää 47, pakinota 22, reporttaasheja 13 jne. Senjälkeen ovat metsäesitykset jonkun verran vähentyneet. Ilahduttavaa on mainita, että myös nk. kouluradio-tunneilla on metsäesitelmää ollut ohjelmassa. Niinikään metsäradiossa on ollut silloin tällöin metsätaloutta valaisevia vuoro keskusteluita, joissa m. m. metsätyöläisten sosiaaliseen huoltoon ja neuvontapuoleen on kiinnitetty huomiota.

Viime aikoina paljon käytettyjä opastus- ja mainostilaisuuksia ovat metsätaloudelliset t u p a - i l l a t. Kylän isäntiä kokoontuu johonkin taloon, jossa vietetään iltaa, ohjelmassa joku ammattimiehen esitelmä, elokuva ja keskustelua. Kokemuksestani vakuutan, että tällaiset epäviralliset tilaisuudet ovat sangen antoisia.

Sanomalehdistö ja kuvalehdet

Maassamme ilmestyy tällä haavaa 1063 sanomalehteä, aikakauskirjaa ja kuvalehteä. Niistä on ammatti- ja aikakauslehtiä 945, joista metsätaloudellisia 7. Näistä on noin 100 sellaisia, joiden levikki on yli 10 000 kpl vuodessa. Erityisessä suosiossa ja paljon luettuja ovat pitäjälehdet, joita on 40 ja jotka ovat metsämainostamisenkin kannalta paljon luettuja per-

helehtiä. Sanomalehtiä leviää päivittäin lähes 2 milj. numeroa ja jaetaan postin välityksellä vuosittain 500—600 milj. kpl.

Metsän puolesta kirjoittaminen on lehdille suorastaan elinkysymys, sillä onhan jo yksinpä lehtien paperi puusta valmistettu. Pääkaupunkimme suurlehdet ovat valtavia puusta valmistetun paperin kuluttajia. Amerikassa ilmestyvä »New York Times» käyttää yksin sunnuntainumeroonsa 800 tonnia paperia, jonka valmistamiseen on tarvittu 4 000 m³ puuta. Lehden toimitukseen kuuluu 2 000 henkeä. Yhdysvalloissa on laskettu olevan 500 000 sanomalehtien jakajapoikaa, joiden yhteenlaskettu vuosipalkka on 100 milj. dollaria eli enemmän kuin Suomen valtion menot ennen sotia. Meillä ei ole tilastoa Suomen sanomalehdistöstä työnantajana, mutta suuri on varmaan niiden joukko, joiden työ ja leipä on riippuvainen lehtipaperista, joka on peräisin metsästä, vaikka paperi ei suinkaan ole lehden pääasia.

Suomen sanomalehdistö on ollut ja on edelleen erittäin suojea metsäasialle. Monet lehdet julkaisevat sadoittain ammatillisia kirjoituksia ja kuvia metsäkysymyksistä ja levittävät siten metsävalistusta syrjäisimpiinkin seutuihin. Ei ole sitä metsiä koskevaa tempausta tai kokousta, jota lehdistö ei kiinteästi seuraisi. Mainitsemme vain esim. valtakunnan metsien arviointit, maailman metsäkongressin, valtakunnan hakkuumestaruuskilpailut, metsämarssien avauksen Tasavallan presidentin läsnäollessa, puun istuttamisen Eleanor Rooseveltin käynnin muistoksi, metsätaitomestaruuskilpailut, maatalous- ja metsätyökoneenäytökset, »risusavotat», valtakunnalliset leimauskilpailut, tukkilaiskisat, metsäviikot jne. Kaikissa niissä on maan lehdistö ollut mukana ja aivan ratkaisevasti vaikuttanut yritysten onnistumiseen.

Toisaalta on muistettava, ettei hyvän metsätaloudellisen lehtikirjoituksen laatiminen ole niinkään yksinkertainen tehtävä kuin moni luulee. Hyvä asia voidaan pilata kehnosti laaditulla kirjoituksella. Jos kirjoitus on pitkä, jos siinä on paljon numeroita tai tilastollisia taulukoita, on se tavallisesti sängen kuiva ja vain harvat sen lukevat. Monet lehdet eivät sellaista mielellään ota. Metsäartikkelin tulee olla lyhyt ja naseva; on kirjoitettava vain yhdestä asiasta kerrallaan, ei sekaisin ryyneistä ja rautanauloista. Pitkiä johdantoja on vältettävä. On iskettävä suoraan asiaan. Lähes 30-vuotinen kokemukseni metsäkirjoitusten hankinnassa ja painokuntoon saattamisessa sekä kirjoittajana on, että vallan taitavakaan ammattimies ei aina osaa panna lehtikirjoitusta kokoon, vaan pilaa ehkä erinomaisen aiheen. Se on monesti uudestaan kirjoitettava ja muokattava. Muodollisen puutteellisuuden ei kuitenkaan tarvitse ketään pelästyttää. Se on helposti

korjattu lehtien toimituksissa. Hyvät ajatukset ja ehdotukset ovat aina käyttökelpoisia.

Meidän kuvalehdistöömme on vaikea saada sisällytetyksi metsäkuvia ja metsäaiheista tekstiä. Toimituksissa selitetään, ettei metsä kiinnosta lukijoita ja että metsäkysymykset ja -kuvat eivät tarjoa sensatioita, kuten esim. kuninkaallisten tai neekerien ja valko-ihoisten naimapuuhat, diplomaattien kongressit ja lausunnot, Persian öljyselkkaus, Korean sota, merialusten uppoamiset, atomipommit tai muut päivän tapahtumat. Ei suinkaan kukaan vaadikaan, että kuvalehdet olisivat yksin metsäkuvien julkaisemista varten. Mutta metsänystävä toivoisi, että metsäkuville ja lyhyelle tekstille annettaisiin tähänastista enemmän tilaa. Sekin olisi hyvä. Toisaalta saattaa olla vikaa kuvien ja tekstien lähettäjäissäänkin. Kuvalehdet panevat suurta painoa kuvien ja piirustusten laatuun ja päivänkohtaisuuteen. Niinpä esim. pienet metsä- ja metsätyödetaljit, joihin sisältyy liikuntaa, saattavat olla lukijoita lämmittävämpiä, kuin joku siistitty puistometsä. Hyvä maisemakuva on aina silmää hivelevä, hyvä valokuva ei valehtele. Niinikään hauskat piirrookset elävöittävät sattuvasti tekstiä ja siveltimen käyttö mainostyössä tarjoaa yleensäkin laajoja mahdollisuuksia.

Metsäkirjallisuus

Metsäkirjallisuutta meillä on runsaasti, on sekä tieteellistä, että käytännöllistä ja yleistajuista, on nuorisollekin tarkoitettua. »Mutta», sanoo Linnankoski, »miten on sivistyksesi ytimen laita, luetko kirjallisuutta, tutkitko, onko tiedonjanosi voimakas?» Ja edelleen huomauttaa Grundtvig: »Kuolleita ovat kaikki kirjaimet, vaikka ne olisivat kirjoitetut enkelin sormilla ja tähtikynällä ja kuollutta on kaikki mahdollinen kirjatieto, joka ei sulaudu vastaiseen elämään.» Niin, mitä hyötyä on metsäkirjoistakaan, jos niitä ei hankita eikä lueta. Ja kuitenkin hyvä metsäkirjallisuus on avain, joka avaa oven metsän ymmärtämiseen.

Meidän on tehtävä propagandaa hyvien metsäkirjojenkin puolesta. Kirjojen sisällöstä on annettava selostuksia sanomalehtiin. Hyvä metsäkirja sinänsä sopii esitelmän aiheeksi niin kokouksissa kuin radiossakin. Meillä tulisi myös olla erityisiä pieniä metsäpropagandakirjasia, jotka olisivat ulkoasultaan huoliteltuja, kauniita kuvakirjoja. Tekstin tulisi olla lyhytsanaista, lämmittävää ja kiinnostavaa. Tällaisia olisi julkaistava myös englannin, ranskan, saksan ja espanjankielisinä ulkomaalaisia varten ja tulisi ne lyhyin väliajoin uudistaa, sillä tilastot vanhenevat nopeasti. Sellaisia ei meillä ole tällä haavaa juuri ollenkaan.

Kirjekuoret

Postilaitoksen välityksellä lähetetään vuosittain miljoonia kirjeitä ja kortteja. Amerikan eräissä valtioissa on tapana, että postileimassa on lisätekstinä esim.: »Säästää, suojelkaa metsiä», »varokaa tulta metsissä», »metsät ovat maan tuki ja turva» jne. Useat suuret liikkeet ja järjestöt siellä painattavat punaisella värillä samanlaisia kehoituksia ja huomautuksia **k i r j e k u o r i i n**. Ruotsin rautatievaunujen ikkunoihin on kesäisin liimattu paperilappuja, joihin on painettu: »Älkää heittäkö palavia tupakan ja tulitikun pätkiä ulos ikkunasta.» Kun Suomenkin rautateillä lähes $\frac{2}{3}$ kaikesta kuljetetusta tavaramäärästä on puutavaroita ja puunjalosteita, on metsä siis rautateille suuri työn ja tulon antaja, minkä takia voisi syyllä odottaa, että rautatielaitoksemme osaltaan tekisi mainostusta metsän suojelun ja hoidon hyväksi. Syttyyhän niin usein metsäpaloja juuri veturien kipinöistä. Metsäkuvat rautatievaunujen seinillä edustavat sitä, mikä meidän maassamme on tunnusmerkillistä.

Postimerkit

Postimerkitkin olisi syytä ottaa metsäpropagandan palvelukseen. Suomessa 1949 pidetyn III maailman metsäkongressin johdosta valmistetut postimerkit menivät hyvin kaupaksi. Postimerkeillä on ihmeellinen voima ja vaikutus, niitä keräillään ja katsellaan, niitä joutuu väkisin ulkomaalaisten kokoelmiin. Voitaisiin myös ajatella esim. joulumerkin tapaista, metsäaiheista lisämerkkiä käytettäväksi kirjeissä. Niinikään valtakunnan yleisten merkkitapauksien johdosta painettavissa postimerkeissä ei metsäaiheinen symboli olisi pahasta.

Seinätaulut ja julisteet

Meillä Suomessa on valmistettu ja lähetetty rautatieasemille ja kouluihin **seinätauluja ja julisteita**, joissa kehoitetaan metsiä suojelemaan ja hoitamaan. Eräät kaupungit ja yhtiöt ovat asettaneet metsiinsä teiden varsille tauluja, joissa on samanlaisia kehoituksia. Taulukoiden tekstit vain olisi laadittava yksinkertaisiksi, selviksi eikä liian viisaiksi.

Metsätaloudellinen Valistustoimisto on painattanut ja levittänyt metsiämme esittäviä postikortteja, koska yksityiset korttiliikkeet eivät sitä tee. Mieluimmin ne omien maisemakorttiansa lisäksi tilaavat ulkomailta esim. elokuvatähtien mainoskuvia.

Iskulause on kiteytetyn ajatuksen poljennollinen ilmaisu. Iskulauseet ovat paljon käytetty keino mainontatyössä. Kaikki tunnemme iskulauseet: »vapaus, veljeys, tasa-arvoisuus», »ole valmis», »sana on terävämpi kuin miekka», »niin metsä vastaa, kuin sinne huutaa», »edessä pitkä kanto kaskessa», »metsät kuntoon omin voimin», »aina voi tehdä vähän enemmän» jne. Niissä sanotaan lyhyesti, aidosti ja ytimekkäästi aika paljon, joka jää helposti mieleen. Iskulauseiden käyttöä tulisi viljellä metsämainonnassakin. Ja jos niihin liittyy vielä sattuva kuva tai piirros, voi teho olla arvaamattoman suuri. Iskulauseet kiinnittävät huomiota itseensä ja saavat voiman jatkuvasti toistamisesta. Iskulauseen tulee olla lyhyt, selvä ja ystävällinen; se ei ota paljon tilaa, jää helposti mieleen ja vaikuttaa miellyttävästi lukijaan tai kuulijaan. Mainostoiminnalle on tässä tärkeä ja kiitollinen työmaa ehdotusten teossa.

Julisteen taasen tulisi olla ennenkaikkea kuvasanoma, elävä kehoitus niin viivoiltaan kuin väreiltään. Sen kauneudet ja hienoudet pääsevät oikeuksiinsa vain silloin, jos siihen liittyy lyhyt, naseva teksti, joka syöpyy katsojan aivoihin. Tässäkin kiintoisa työmaa metsämainosmiehille. Mainostoimistojen tulisi keksiä ja myydä myös hyviä, metsiä mainostavia ideoita.

Matkailu ja retkeilyt

Kun katselee niitä lukemattomia mainosjulkaisuja, joita matkailujärjestömme eri kielillä julkaisevat ulkomaalaisia ja kotimaata varten, pistää heti silmää se, että metsän osuus on niissä jäänyt verraten vähäiseksi. Sensijaan esim. Lapin metsätön luonto, tunturit, kalastuskosket, koskien lasku, järvimaisemat, laivat, merkkirakennukset, hotellit, »kuuluisat» maantiemme, liikenneolot ym. ovat kaikissa matkailulehtisissä etualalla. Näin kaiketi pitää ollakin. Mutta sopii kysyä, eikö olisi suotavaa, että näihin mainoslehtisiin otettaisiin kuvia ja hiukan tekstiä metsistämekin, jotta ulkomaalaiset saisivat aavistuksen siitä, millä pieni Suomi on kyennyt maksamaan sotakorvauksensa tai velkansa Amerikalle.

Meillä ei ole vielä saatu syntymään järjestettyä **metsäturismaa**, kuten on laita Yhdysvalloissa. Siellä on laajoja kansallismetsiä nimenomaan metsänkävijöiden oleskelua varten. On selvää, että valtiolla maan suurimpana metsänomistajana tässä olisi paljon tehtävää, jos kohta metsäretkeilyn hyväksi yksityisetkin voisivat kantaa kortensa kekoon, erityisesti retkeilyreittien valitsemisessa ja järjestämisessä.

Jo 80-luvulta lähtien on metsäjärjestöjemme toimesta järjestetty metsäretkeilyjä niin ammattimiehille kuin metsänomistajille. Tällaisissa

tilaisuuksissa opastetaan samalla käytännöllistä metsänhoitoa metsänomistajille juuri paikan päällä, näytemetsä silmään edessä. Metsäretkeilyjen onnistumisen ehtona on, että ne ovat hyvin suunniteltuja ja kohteet tilanteen mukaan valittuja. Lisäksi päivän marssien ei pitäisi olla kovin pitkiä ja rasittavia, vaan retkeilyt olisi koetettava keskittää mahdollisuuksien mukaan.

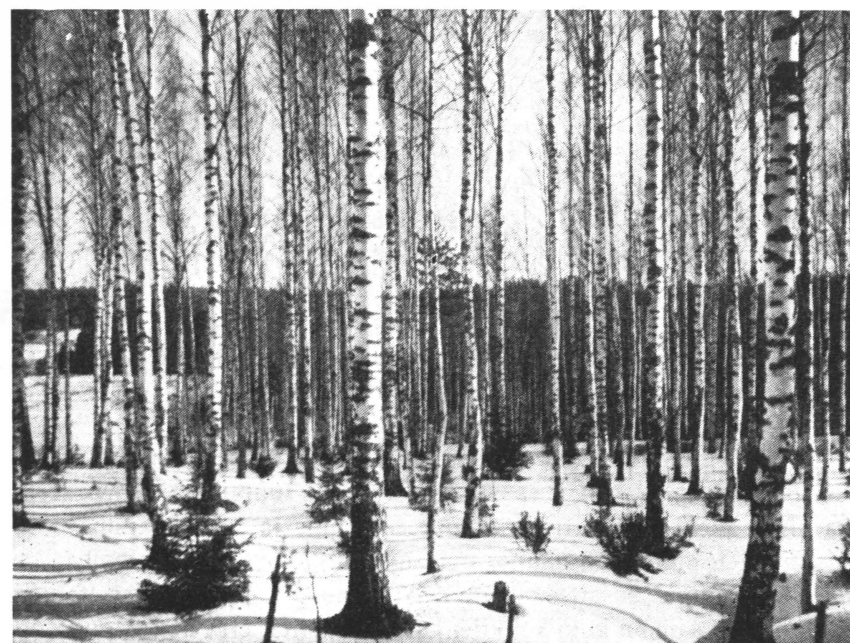
Näyttelyt

On ollut jo kauan tapana, että maatalous- ja teollisuusnäyttelyihin ja messuihin metsätalous ja puunjalostusteollisuus osallistuvat. Tavallisesti on niissä metsäpuolta varten ollut vaatimattomat osastonsa, jotka useimmiten ovat hukkuneet muiden näyttelyosastojen paljouteen. Tosin Viipurissa v. 1932 järjestetyssä yleisessä maatalousnäyttelyssä oli saman katon alla metsä ja puunjalostus arvokkaasti edustettuina, mutta me emme ole vielä tässä maassa saaneet aikaan yksistään metsän- ja puunjalostustuotteiden näyttelyä, vaikka siihen pitäisi olla syytä ja edellytyksiä. Pääkaupungin valtava, laajennettu messuhalli odottaa sen järjestämistä.

Kuivat numerot, lukuisat tilastolliset taulukot eivät juuri ketään kiinnosta. Niiden ohi mennään tarkkailematta. Taiteilijain ja metsämiesten tulisi tässä mielessä lähentyä toisiaan. Konkreettiset asiat, kuten taimitarhat, metsässä hakattavat erilaiset puutavarat mallipinoissa, ojitukset, leimaus- ja hakkuukilpailut kiinnostavat aina suurtakin yleisöä. Esim. Metsähallituksen osasto Työtehoseuran suurnäyttelyssä syksyllä 1953, oli esikuvaksi kelpaava hyvästä asettelustaan.

Englannissa ja Amerikassa on järjestetty erityisiä puunjalosteiden näyttelyjuniä, jotka kiertävät kaupungista toiseen ja joissa metsän ja puun käytön hyväksi on tehty propagandaa. Työtehoseura järjesti joku vuosi sitten erityisiä rautateillä kiertäviä näyttelyvaunuja, joihin oli asetettu näytteille maa- ja kotitalouden rationalisoimisvälineitä ja jonkun verran myös metsätyökaluja ja -koneita. Ennen sotia kierteli parina kesänä Saimaan vesistöalueella erityinen messulaiva, jossa oli metsäntuotteita ja puunjalosteita pantu näytteille muiden näyttelytavaroiden ohella. Monet tuhannet kansalaiset riensivät tätä messulaivanäyttelyä katsomaan. Tällaista propaganda-toimintaa on jälleen jatkettu juuri Saimaan vesistöllä.

Suomen Puunjalostusteollisuuden Keskusliitto ja Keskusmetsäseura Tapio ovat järjestäneet erityisen kiertävän metsiä ja metsäteollisuutta mainostavan telttänäyttelyn, joka on autolla siirretty näyttelystä toiseen ja joka on mahdollisimman suurella huolella kokoonpanttu. Kokemus tästä uutuudesta on ollut myönteinen.



Tällainen silmähivelevä koivikko maantien varressa mainostaa koivumetsiämme.
— Valok. Emil Vesterinen.

Näytealat ja tienvarsimetsät

Voimakkaasti puhuvat metsien hoidon hyväksi näytealat ja mallimetsiköt varsinkin, jos ne sijaitsevat vilkasliikenteisten teiden varsilla. Millaisen tulisi näytealan olla, siitä kyllä ollaan selvillä: viljellyt metsiköt, hoitohakkauksilla käsitellyt nuoret ja keski-ikäiset metsiköt, metsien kunnostamistyöt, ojitettujen soiden metsittäminen, viljellyt laitumet, rinnakkaisnäytealat hoidetuista ja hoitamattomista ja miksei hävitetyistä metsiköistä, lepikön muuttaminen kuusen kasvuun, laatupuiden (karsiminen) kasvatus, mainitaksemme vain eräitä näyte- ja mallimetsiköiden tehtäviä, ovat varmaan sellaisia, jotka ohikuljijaa väkisinkin kiinnostavat. Ja jos näytemetsiköiden kohdalla olisi vielä selittävä taulukko, johon on painettu tietoja puheenaolevasta metsiköstä sekä esim. tämän sisältöinen lause: »Kulkija, pysähdy ja katso, tämä on mallimetsää», olisi näytemetsikön teho täydellinen.

Nuorison valmentaminen

Koululaisten, partiolaisten, maatalouskerholaisten ja sotilasnuorison valmentamisessa ovat metsän kylvö- ja istutuspäivät osoittautuneet erinomaisiksi opastustilaisuuksiksi. Muistan aina isännän, joka tuli katselemaan maallaan olevaa hävitettyä metsäaluetta, johon partiolaiset juuri istuttivat kuusen taimia. Hetken katseltuaan ja mietittyään hän sanoi: »Partiolaiset, olette oikeassa, te rakennatte sitä, minkä minä hävitin.» Ikuisesti jäi mieleen myös se näky, kun v. 1936 600 kansakoululasta opettajiansa johdolla oli kylvämässä Ruovedellä metsäpalon hävittämää kangasta. Siinä oli työniloa ja tulevaisuuden uskoa, joka kelpaisi esimerkiksi koko Suomen kansalle ja erittäin metsänomistajille. Nyt on Ruoveden istutusalueella kaunis männyn taimisto.

Koulunuorisolle ja eräinä vuosina sotilaille keväisin järjestetyt metsän kylvö- ja istutuspäivät ovat saavuttaneet melko suuren laajuuden, joskin vasta aivan pieni prosentti koulunuorisostamme ja sotilaistamme niihin osallistuu. Metsänhoitolautakuntamme, metsänhoitoyhdistyksemme ja keskusmetsäseuramme ansaitsevat täyden tunnustuksen tämän toiminnan järjestämisestä samoin kuin koulujen opettajat siitä, että he antavat oppilailleen tilaisuuden olla päivän pari metsänviljelytyössä. Metsäopetus kansakouluissa ja niiden jatkokouluilla on nyt vihdoin, 40-vuotisen taistelun jälkeen saatu käyntiin. Lukuisten kuntain kansakoululautakunnat ovat päättäneet ottaa metsäopetuksen koulujensa opetusohjelmaan. Eräissä kunnissa järjestetään oppilaille 25—50 tunnin kurseja, joissa opettajina toimii paikalliset metsämiehet. Muutamat koulut ovat saaneet naapuriltaan erityisen harjoitusmetsän (2—5 ha) koulun oppilaiden työskentelyä varten. Sitten kun päästään siihen, että metsäopetusta annetaan Suomen kaikissa 6 000 kansakouluissa ja jatkokouluissa, on nuorison opetus metsänhoidon alkeissa tyydyttävä.

Partiolaisia meillä on 35—40 000. Heidän toimintaohjelmassaan on ollut m.m. metsäpuiden taimien kouluminen partiolaisten pikku taimitarhoissa ja pienten metsäpalstojen hoitaminen. Myös istutusta ja kylvöä ovat partiolaiset keväisin suorittaneet. Helsingin partiolaiset ovat istuttaneet kaupungin metsiin 15 000 puun tainta ja useat niistä suorittaneet kuulustelun partiolaisten metsätaitomerkin varten.

Armeijamme monissa joukko-osastoissa järjestettiin ennen sotaa Norjan esimerkin mukaan metsän kylvö- ja istutuspäiviä, joihin osallistui vuosittain tuhansia asevelvollisia upseeriensa johdolla. Toiminta oli yhä laajenemaan päin ja pidettiin sitä hyödyllisenä peruskoulutuksen osana. Sota-

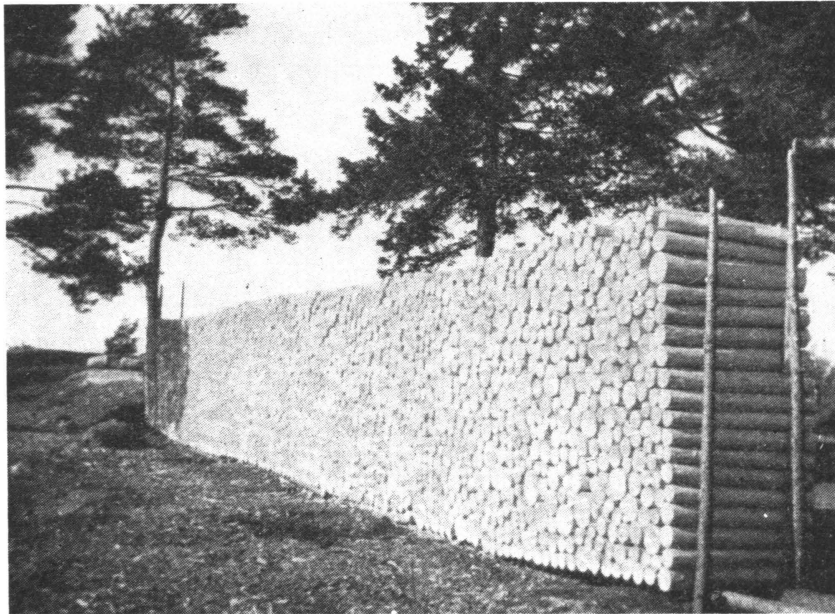
aika lamautti tämän toiminnan. Sitä on jälleen koetettu herättää eloon. Mm. valtakunnan ensimmäiseen metsämarssiin v. 1950 osallistui yli 14 000 sotilasta ja toisessa marsissa v. 1951 hakattiin puolustusvoimain tavoitteena 350 000 m³ halkoja. Kaikkeen tällaiseen on alkusysäys saatu metsäjärjestöjemme mainostoiminnasta.

Maatalouskerhotoiminta on saanut meillä sangen suuren laajuuden, onhan kerhoissa jo yli 45 000 jäsentä. Suomen Maatalouskerholiitto on ottanut ohjelmaansa myös metsäharrastuksen levittämisen muun kerhotoyönsä yhteydessä, ja ovat maatalouskerhot kiinteässä yhteistoiminnassa metsänhoitolautakuntain kanssa. Kerholaiset ovat omissa pikkutarhoissaan kouluneet ja kasvattaneet satojatuhansia kuusen taimia metsiin istutettaviksi. Valtiovaltakin on kallistanut korvansa tämän toiminnan tukemiseksi. Kilpailut, ansiomerkit, oman metsäpalstan hoito, diploomit, metsätutkinnot, todistukset jne. on otettu kerholaisten kesken käytäntöön.

Runouskin sopii metsäpropagandan palvelukseen. Niinpä runoilijain tulisi laatia metsäkerholaisten marssi, partiolaisten metsämarssi, pienten metsänistuttajain marssi, metsäretkeilijäin marssi, metsätyöläisen marssi, sotapojan metsämarssi jne. Aiheita on loppumattomiin. Laulun mahti on Suomessa suuri. Tiedämme, mikä merkitys meillä on ollut esim. Pellervon laululla, Nälkämaan laululla, Jääkärien marssilla jne. Mutta milloin saamme »Metsänystävain laulun»? Meillä on olemassa jo eräs aika hyvä »metsän laulu», mutta Suomen kansa ei ainakaan vielä ole ottanut sitä omakseen. Sitä ei opeteta koululapsille, eikä se ole edes painettu oppikirjoihin. Sveitsiläisillä esim. on sangen hauska metsänhakkaajain laulu jodlaamisineen: »Die lustigsten Leute sind Holzhackerleute» (Metsähakkaajat ovat maailman hausimpia ihmisiä).

Metsämainostus ja puunjalostusteollisuus

On luonnollista, että puunjalostusteollisuus, jolle metsät ja puu ovat kaiken alku ja loppu, omasta puolestaan koettaa tehdä mainostusta metsien hoidon parantamiseksi ei vain omissa vaan myöskin yksityismetsissä. Teollisuus onkin kiinnittänyt huomiota yksityismetsänhoidon edistämistyön tukemiseen. Sitä todistaa mm. puunjalostusteollisuuden miljoonalahjoitus koivumetsien hoitokilpailujen palkitsemiseen ja vuoden 1936 puunjalostuspäivillä tehty miljoonalahjoitus kuusen taimien hankkimiseksi yksityismetsänomistajille sekä avustukset eräiden metsätieteellisten tutkimusten suorittamiseksi. Niinikään on puunjalostusteollisuus tukenut



Esikuvallinen pino täysipuhutuksi kuorittuja paperipuita. —
Valok. Emil Vesterinen.

Metsätaloudellista Valistustoimistoa metsäharrastuksen levittämisessä, samoin kuin perustamaansa tutkimustoimistoa »Metsätehoa». Monien puunjalostusyhtiöiden julkaisuissa on omistettu huomiota metsiin ja niiden hoitoon. Tällä alalla pitäisi kuitenkin olla paljon enemmän tehtävävelvollisuuksia, joiden täyttäminen empimättä koituu niin koko metsätaloutemme kuin puunjalostusteollisuudenkin hyväksi. Siinä on usein vaikea erottaa, mikä on propagandaa, mikä neuvontaa. Sellaisina pitäisimme kurssien kustantamista metsänomistajille, lehtimiehille ja opettajille yhteistoiminnassa keskusmetsäseuran ja metsänhoitolautakuntain kanssa, metsänhoitokilpailujen järjestämistä yksityismetsänomistajille (tätä jo tehtykin), hankintatekniikan opastamista metsäyönjohtajille ja metsäntuottajille, vakiuisten metsätyöläisten kasvattamista ja ohjaamista metsätöihin, metsätyöläisten asunto-olojen parantamista, kaiken metsäpropagandatoiminnan tukemista, metsätiedon levittämistä kaikkiin kansalaispiireihin jne. Tällaista metsäntuottajain ja teollisuuden yhteistyötä suunniteltiin 1953 loka-kuussa Washingtonissa pidetyssä metsäkongressissa, johon otti osaa 800

henkeä. Osa tällaisista tehtävistä on kylläkin jo enemmän kuin mitä varsinaiseen propagandaan kuuluu, mutta ei suinkaan sitä ole pidettävä moitittavana.

Metsäpropaganda ja politiikka

On usein huomautettu, että metsänhoitajamme, harvoja poikkeuksia lukuunottamatta, eivät ole politikasta kiinnostuneita, ja jos sillä alalla on jotain yritetty, ei ole ollut menestystä. Nyt on kuitenkin niin, että kun politisten puolueiden edustajista kokoonpantu eduskuntamme viime kädessä ratkaisee tärkeimmät metsäkysymykset, olisi erittäin toivottava, että puolueilla olisi metsänhoitomiehiäkin mukana eduskunnassa. Tähän saakka eivät politiset puolueet ole juuri käyttäneet hyväkseen metsätaloutta ja sen edistämistä propagandakeinona eikä vaalivalttinaan, vaikka siinä pitäisi olla sangen kiitollinen aihe. Metsätaloudellinen asiantuntemus eduskunnassa saisi melkoisen voimanlisän metsämiehistä, joiden kautta eduskuntaryhmät voisivat vaikuttaa maan hallituksenkin esityksiin metsätalouden hyväksi. Ehkäpä kauan kaivatun metsäministeriönkin aikaansaaminen toteutuisi, jos metsämiehet enemmän osallistuisivat aktiiviseen politiikkaan ja puolue toimintaan, jolloin olisi mahdollisuus tehdä johtavissa piireissä propagandaa yleensäkin koko metsätalouden hyväksi.

Mainosmetsämiehet

Metsämainostuksen tehostamiseksi olisi suotavaa, jos tärkeimpien metsäjärjestöjemme palveluksessa olisi erityisiä mainosmetsänhoitajia, jotka olisivat tehtäväänsä valmennettu. Eräillä metsänhoitolautakunnilla onkin tällaiseen tehtävään erikoistunut, jopa Myynti- ja Mainoskoulun käynyt metsänhoitaja. Lehdistöä tarkkailtaessa huomaa, että ne tekevät toiminta-alueellaan hyvää työtä. Heidän kirjoituksensa ovat lyhyitä ja asiallisia ja niistä lehdet pitävät. Keskusmetsäseuroillamme on useita ammattimiehiä, joiden päätyönä on metsäpropaganda. Mainoskursseja on lautakuntain metsänhoitomiehille järjestetty. Mainosjohtaja on ollut vakiu- tuisesti myös Metsäteholla ja Työtehoseuralla. Niinikään Suomen vanhimman metsäjärjestön, Suomen Metsäyhdistyksen valitustoimistolla on sellainen ollut jo lähes 30 vuotta. Myös Myynti- ja mainosyhdistyksen toiminnan johtajana on nyt metsänhoitomiehiä, mutta mainostoimistoissamme on metsäammattituntemus heikosti edustettu.

Meillä on ryhdytty valmentamaan myös vakituisia ammattisanomalehtimiehiä ja radioreporttereita metsätalouden tuntemisessa. Siinä tarkoituksessa on Keskusmetsäseura Tapio järjestänyt opastuskursseja, joihin on runsaasti osallistunut lehtimiehiä ja -naisia eri puolilla maata ilmestyvien lehtien toimituksista. Tällaista kurssitoimintaa tulisi jatkaa.

Mainonta kysyy tietysti kustannuksia. Tanskalaisen professori K j a e r H a n s e n i n tutkimusten mukaan olivat pelkät mainoskustannukset Tanskassa jo v. 1935 1.5 % kansantulosta, Englannissa vastaavasti 2.4 % ja U.S.A:ssa 3 %. V. 1948 käytettiin Yhdysvalloissa mainostukseen 4 800 milj. dollaria. Siitä lähtien on mainonta moninkertaistunut koko maailmassa. Suomessa on arvioitu mainostukseen käytettävän vuosittain noin 2 miljardia markkaa. Yksistään metsämainoskuluista ei ole tarkkoja lukuja esitettäväksi.

Metsämainostuksessa samoin kuin mainostamisessa yleensä on tähdellistä se, että »itse ei tee itsestään» propagandaa. Tässä pitää paikkansa sananlasku »oma kiitos haisee». Metsätaloudessa tehdään propagandaa koko metsätalouden, puunjalostuksen ja maan hyväksi. Jos siinä tulee pisara yksityisen metsäntuottajan, metsätyöläisen, tutkijan, mainosmiehen, keiilijän, sahanomistajan, vaneritehtaan, sellulosatehtaan, paperitehtaan ym. hyväksi, niin ei ole syytä valittaa. Yhden etu on lopulta kaikkien etu. Työmaa ja -muodot ovat tavattoman laajat.

Iowan yliopiston professori John V. Lund huomautti täällä Mainosyhdistyksen luentokursseilla syksyllä 1951, että hän on kuullut väitetävän, että Suomi on köyhä maa. Mutta kun hän oli täällä lentänyt tuntimääriä loputtomien metsiemme yli ja nähnyt kuohuvat koskemme, ei hän sanonut uskovansa enää tuota väitettä. Hänen mielestään »tämä maa, joka on taistellut sisällissodan ja kaksi ulkomaista sotaa, on teollisuuden ja kaupan alalla saavuttanut ihmeitä. Ja kuitenkin edessä on suuremmat mahdollisuudet kuin mitä on aikaan saatu. On vain käytettävä niitä hyväksi».

Kaukainen vieras asetti metsämme sangen korkealle jalustalle. Eikö meillä itselläkin olisi syytä tehdä niin?

Kirjallisuutta

- Hopkins, Claude C. Elämäni mainosmiehenä. Otava, 1929.
 Raula, Artturi. Miten Amerikassa tehdään ja tutkitaan mainontaa? Oy. Mainos Taucher, 1952.
 Huhtamäki, Heikki. Sata viitettä nuorille myyjille. S. Kauppa-Teollisuus Oy. 1939.
 Overstreet, H. A. The Mature Mind, New York 1950.
 »Mainostajan» kaikki vuosikerrat vuoteen 1953.
 Wiklund, Walter. Amerikkalaisen markkinatutkimuksen pääpiirteet, Otava, 1946.
 Lumley, Fr. G. The Propaganda Menace (1933).
 Seyffert, Rudolf. Allgemeine Werbelehre (1929).
 Marbe, Karl. Psychologie der Werbung (1926).
 Puukari, Arvo. Myyvää kieltä, Sininen Kirja. Oy. 1950.
 Latvala, K. V. Kokoomateos, Mainonta-Propaganda, 1938.
 Metsälehti, vuosikerrat 1928—1953.
 Vesterinen, Emil. Suomen Metsäyhdistyksen Metsävalistustoimiston vuosikertomukset ja 25-vuotiskertomus 1927—1953.
 Metsätaloudell. Valistustoimisto, vv. 1927—1953 42 lehtileikekirjaa, sisältävä 8 000 sivua.
 Keskusmetsäseura Tapio. Gallututkimus »Metsänomistajat ja metsätalous v. 1949.»

The Structure of Forest Extension

SUMMARY

The author presents an account of his 30 years' experience as an extension forester. He starts by explaining the nature and scope of forest propaganda and the agencies suitable and intended for forest extension work. Different means and measures of forest propaganda and extension, such as lectures, films, film-strips, newspapers, magazines, forest literature, envelopes, stamps, placards and posters, excursions, exhibitions, fairs, representative sample plots, forests along main highways, competitions, education of youth etc., are reviewed and criticized on the basis of practical experience, and their usefulness in different situations is weighed.

The improvement of forest management and the doubling of forest yield from its present level is a great national task which requires the cooperation of the entire population. It requires law, encouragement, written propaganda, practical advice and purposeful work in the forest: but it also requires repeated idealistic extension and education work and unselfish devotion to the task. Just how much the general education of citizens should include forestry material — is it enough to know that pine is pine and spruce is spruce — is another question. It certainly is not necessary for everybody to aim at expertise. Let it suffice that public opinion generally favors, supports and defends forestry always and everywhere. Forestry should be neither demon nor fanciful notion to be forced on the public. It must become a part of the consciousness, a duty that cannot and will not be evaded or neglected. This can only be achieved by still stronger, purposeful forest extension work.

In forest propaganda as in all propaganda it is most important that the subject does not do the »boasting». Self-praise is not likely to command belief. Forest propaganda is for the benefit of the forests, forest industries and the entire country. If an incidental part of the credit goes at the same time to the private forest grower, lumberjack, research worker, public relations officer, experimenter, saw mill owner, veneer mill, pulp plant etc., no one will complain.

Mr. John V. Lund, Professor of Iowa University, mentioned in his lectures at the courses of the Finnish Propaganda and Sales Association in the fall of 1951, that in his opinion »this country, which has fought a civil and two international wars, has achieved miracles in the field of industry and trade. However, there are still greater opportunities ahead, they only have to be fully used.»