

SVERIGE INFÖR UTLANDET

INSTÄLLNINGEN till Sveriges s. k. kulturpropaganda har under årens lopp i hög grad växlat. Kring det andra världskrigets slut rådde av allt att döma en viss oro för att vårt land såsom »ex-neutralt» skulle röna bitterhet från segrarmakternas sida, och det är ingen tillfällighet att det centrala organet för våra internationella kulturförbindelser, Svenska institutet, kom till just på förslag av Amerikautredningen, den kommitté som haft till uppgift att överse våra allmänna relationer västerut.

Dessa farhågor förflyktades emellertid ganska snart. Den östvästliga motsättningens dominerande betydelse i efterkrigstidens värld gjorde, att inställningen till den tidigare konflikten blev mindre betydelsefull. Avhållsamheten från Atlantpakten väckte en ny, sannolikt mera befogad oro; men icke heller denna blev bestående. Icke blott vårt förhållande till främmande makter, utan även vårt anseende hos främmande makter är gott.

Sverige åtnjuter en ur många synpunkter överraskande goodwill på de flesta håll. Om man bortser från staterna öster om järnridån kan man till en början konstatera, att vår ställning är god hos alla de stora västmakterna. I Förenta Staterna kvarstå starka sympatier för den skandinaviska demokratien, liksom vårt accepterande av en mängd amerikanska kulturelement gör att den resande västerifrån känner sig hemma hos oss. England har alltid godtagit de skandinaviska länderna, kanske jämte Holland, i nästan högre grad än det gjort med någon annan grupp av folk. Fransmännen finna hos oss en viss anknytning till de europeiska ideal, som i det abstrakta betyda så mycket för dem, vilka svårigheter tillämpningen än kan medföra. Och i Tyskland förenas slutligen gammalt svärmeri för det »nordiska» med tillfredsställelsen över att stå inför ett land som i motsats till nästan alla andra i Europa icke är en f. d. fiende och där man således kan vänta sig en smula sympati.

Också på många andra håll möter emellertid en påtaglig hjärtlighet. De mindre europeiska staterna ha under årens lopp utvecklat en stark samhörighetskänsla, som i hög grad kommer oss till-

godo. I förhållande till de utomeuropeiska länder, vilkas politiska och ekonomiska betydelse kan väntas oavbrutet öka under de närmaste årtiondena, har Sverige den stora tillgången att vara helt obelastat av kolonialt föregående och att stå fritt gentemot de storpolitiska maktgrupperna. Och vad slutligen beträffar Norden är det uppenbart, att det inbördes gnabb som kan förekomma inte hindrar en växande politisk samverkan och en samhörighetskänsla, som blir allt starkare ju längre man avlägsnar sig från den rent nordiska miljön.

Detta är starkt positiva drag, vilkas betydelse på intet sätt minskas av att vårt gynnade läge på det hela taget är mera vår lycka än vår förtjänst. Likväl skulle det vara orätt att tro att vi för den skull kunna slå oss till ro. Detta blir uppenbart, så snart man synar saken närmare i sömmarna.

Det har t. ex. talats rätt mycket om »psykologisk krigföring». Många synas tro, att denna inte kräver några större förberedelser utan kan uppskjutas tills en väpnad konflikt utbrutit. Intet kunde vara mera felaktigt. Redan det kalla kriget kräver uppmärksamhet även av ett litet »neutralt land». Det är endast på grundval av utbredd förståelse för och kännedom om Sveriges allmänna problem, som dess ställningstagande vid särskilda tillfällen kan vinna den nödvändiga sympatien. Vidare befinner vi oss ekonomiskt i ett förändrat läge, kännetecknat av skarp konkurrens och ökade krav, vilka måste tillgodoses om vår standard skall kunna bevaras. Naturligtvis är huvudsakligen säljande reklam därvid påkallad. Men det direkt propagandamässiga i all sådan reklam gör att den inte kan slå igenom med mindre den bygges på grundvalen av allmänt förtroende. Och detta måste skapas icke blott i vår närhet och i länder med vilka vi sedan länge ha nära förbindelser, utan kanske framför allt på de nya marknader, vilka ännu i dag äro små men kanske före nästa årtiondes slut betyda mera än den europeiska, t. ex. Latinamerika och Orienten.

I själva verket är avvägningen mellan propaganda och saklig upplysning ett av kärnproblemen. Var och en är alltför benägen att fästa epitetet saklig vid sin egen propaganda, till skillnad från motpartens eller konkurrentens. Det gäller dock att se saken med andras ögon, och då finner man lätt att även sanna påståenden ha svårt att vinna tilltro, om de äro onyanserat självgoda. Allmän good-will-propaganda är i alldeles särskilt hög grad underkastad denna reservation: öppen självkritik är många gånger värdefullare än skildringar, där läsaren säger sig att det måste finnas nå-

gon hake, åtminstone så tillvida att ett eller annat ogynnsamt drag blivit utelämnat. Här ha vi icke sällan syndat. Man får t. ex. komma ihåg, att den turistreklam, som bygger på det svenska landskapets skönhet, blir mindre användbar, allteftersom den utländske turisterna får mer att välja på. Det är i dylika hänseenden lättare att konkurrera med t. ex. Nordtyskland än med Kalifornien och Schweiz; och ej ens Stockholm, en av världens erkänt vackraste städer, kan med visshet sägas vara mer sevärd än Rio, San Francisco eller Istanbul.

Vidare är det önskvärdt, att den allmänna good-will-propagandan utformas med tanke på påtagliga konsekvenser. Varför är det t. ex. av vikt att understryka våra socialpolitiska framsteg? Är det därför att de visa vår överlägsenhet över andra folk? Knappast. Men den socialpolitiska standarden är betydelsefull, dels som garanti för det svenska samhällets lugn och sociala sammanhållning, dels därför att den visar vår produktions- och organisationsförmåga. Andra folk ha kanske i och för sig inte så stor glädje av att Sverige är demokratiskt, att dess kungahus är populärt, att dess ämbetsmän äro hederliga och dess lagar kloka. Men det kan betyda mycket om de ha klart för sig att vår politik utformas under medverkan av alla större åsiktsgrupper och att man därför inte riskerar några tvära kastningar; att regeringen utåt talar på hela folkets vägnar; och att lag och ordning upprätthållas på ett sätt som garanterar den medborgerliga, icke minst den ekonomiska verksamhetens obrutna fortgång. Att vår levnadsstandard och bildningsstandard äro höga tillfredsställer på det hela taget oss själva mera än dem, men att vi ha betydande ekonomiska resurser, en skicklig arbetarstam och kapitalstarka företag — ja, det är saker som kunna göra oss till en åtråvärd handelspartner.

I vilken utsträckning ha vi skäl att inför utlandet avslöja respektive dölja våra inre meningsskiljaktigheter? Här står man igen inför ett avvägningsproblem. Om vi påstå oss vara ense i allt väsentligt, är det ingen som tror oss. Men utan allt tvivel skulle det vara farligare att överdriva i motsatt riktning. Också den som är starkt kritisk mot socialdemokratiens politik måste erkänna, att det finns mera doktrinära socialdemokrater på andra håll i världen; den som har motsatt grundinställning kan å andra sidan omöjligt förneka, att den sociala ansvars känslan hos svenska företag är förhållandevis mycket starkt utvecklad. Vare sig det gäller ekonomisk politik, utrikespolitik eller något annat kunna vi lugnt erkänna att vi inte äro ense om riktigt allting, men det vore både

dumt och farligt att förneka att vi äro mycket mindre oense än de flesta andra folk, och att vi sålunda vid behov kunna prestera en stark sammanhållning.

Det fanns tidigare, under den bekanta »skördetiden», tämligen starka tendenser att söka använda utlandspropagandan som instrument för partireklam. Åtskilligt tyder på att de tendenserna nu äro ganska fullständigt övervunna. Det kan naturligtvis tänkas uppstå nya politiska tvister om utformningen av vår upplysningsverksamhet, åtminstone i ett skärpt inrikespolitiskt läge. Men på det hela taget måste det sägas att viljan till saklighet i dylika hänseenden blivit allt starkare dokumenterad på senare år. En förutsättning för att detta lyckliga tillstånd skall fortsätta är emellertid, att statliga och icke-statliga organisationer — företag och företagssammanslutningar, folkrörelser m. fl. — allt framgent betrakta upplysningen till utlandet som en *gemensam* uppgift, som måste lösas med gemensamma ansträngningar. Var och en av intressenterna har anledning att vaka över att det som är viktigt för honom inte blir utelämnat i presentationen av vårt land. Skulle exempelvis näringslivet dra sig ifrån den allmänna kulturpropagandan, finns det risk för att denna försummar vad som är betydelsefullt ur näringslivets synpunkt; minskas det allmännas bidrag, är det svårt att få allmänna kulturella och sociala synpunkter tillgodosedda. Endast genom den samverkan mellan offentligt och enskilt, som är så betecknande för svenskt samhällsliv, kan man uppnå en väl avvägd upplysning om svenskt samhällsliv.

Till slut finns det skäl att betona några punkter, som äro av betydelse för upplysningsverksamhetens framtida utformning. Den första, tämligen självklara, är att det visserligen är mycket viktigt att skapa grundval för »säljande reklam» av olika slag, men att detta naturligtvis inte kan vara det *enda* man tar hänsyn till. Verksamheten riktar sig också till de mera upplysta element utomlands, som helt enkelt vilja få veta hur saker och ting förhålla sig, vare sig av allmänt intresse eller för att kunna lära något av oss; eller som vilja tillgodogöra sig den svenska kulturens skatter för sin egen tillfredsställelss skull. Vi ha råd att tänka på dem, antingen det »lönar sig» eller inte, och dessutom är det troligt att det lönar sig i längden.

Kanske mindre självklart men inte mindre sant är att den utåt-riktade upplysningsverksamheten måste ha sin motsvarighet också i det inre. Om vi själva äro insulära, isolationistiska och självgoda

kunna vi icke räkna med att andra skola intressera sig för oss, och vi bli dessutom mindre skickade att skapa och vidmakthålla det intresse vi göra anspråk på. Endast vidgad kännedom om andra länder och förmåga att se oss själva i ett vidare sammanhang kan skapa en användbar grund för upplysning om Sverige.

Slutligen kan man fråga sig, om inte själva upplysningsverksamheten borde få en vidare syftning än den rent svenska. Det är ett ofrånkomligt och knappast ens beklagligt faktum, att man utomlands på många håll inte kan skilja på de nordiska länderna. Den som vill veta något om Sverige, vill i regel också lära känna Danmark, Finland och Norge; den som kommer som turist till Stockholm vill också se Köpenhamn, de norska fjordarna och de finländska sjöarna. Svensk utrikespolitik är inte lätt att förstå, om man inte känner till de andra nordiska ländernas situation. Hittills ha de nordiska länderna, med några beaktansvärda undantag, i huvudsak skött sina upplysningsverksamhet och sin utlandspropaganda var för sig. Organisatoriskt måste det självfallet fortsätta att vara så. Men i den praktiska utformningen finns här kanske ett nytt fält för nordiskt samarbete.