

SUOMI 100 -JUHLAVUODEN VAIKUTUKSET: OSA 3

Teema: Identiteetit ja imago

VALTIONEUVOSTON KANSLIAN JULKAISUJA 2021:9

vnk.fi



VALTIONEUVOSTON KANSLIA
STATSRÅDETS KANSLI

Valtioneuvoston kanslian julkaisuja 2021:9

Suomi 100 -juhlavuoden vaikutukset: osa 3

Teema: Identiteetit ja imago

Valtioneuvoston kanslia Helsinki 2021

Julkaisujen jakelu

Distribution av publikationer

**Valtioneuvoston
julkaisuarkisto Valto**

Publikations-
arkivet Valto

julkaisut.valtioneuvosto.fi

Julkaisumyynti

Beställningar av publikationer

**Valtioneuvoston
verkkokirjakauppa**

Statsrådets
nätbokhandel

vnjulkaisumyynti.fi

Valtioneuvoston kanslia

© 2021 tekijät ja valtioneuvoston kanslia

ISBN pdf: 978-952-383-103-2

ISSN pdf: 2490-1164

Kuviot: Tiina Paju

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2021

Suomi 100 -juhlavuoden vaikutukset: osa 3

Teema: Identiteetit ja imago

Valtioneuvoston kanslian julkaisuja 2021:9

Julkaisija Valtioneuvoston kanslia

Tekijä/t Olli Ruokolainen, Mervi Luonila, Vappu Renko, Minna Ruusuvirta, Mia Toivanen, Katri Haila, Satu Korhonen, Kati Ahvonen

Kieli suomi

Sivumäärä

62

Tiivistelmä

Tässä raportissa tarkastelemme Suomi 100 -juhlavuoden vaikutuksia ja kytköksiä kansalliseen identiteettiin ja Suomen maakuvaan. Analysoimme, millainen juhlavuoden merkitys oli suomalaisuudelle ja Suomesta muodostuvalle kuvalle. Tarkastelemme juhlavuoden toiminnan ja kokemusten pohjalta muodostuvaa kuvaa suomalaisten merkittävänä pitämistä asioista ja suomalaisuudesta sekä sitä, miten juhlavuoden aikainen kansainvälinen toiminta asemoitui suhteessa maakuvatyöhön ja aikaisempiin käsityksiin Suomesta.

Juhlavuosi ennemmin toisti ja täydensi kuin haastoi suomalaista identiteettiä ja Suomi-kuvaa. Juhlavuoden avoin toimintatapa ja profiloimattomuus mahdollistivat laajan suomalaisuuteen liittyvien aiheiden kirjon käsittelyn. Silti kansalaiset eivät kokeneet, että juhlavuosi olisi vaikuttanut merkittävästi kuvaan suomalaisuudesta. Maakuvatyön kannalta juhlavuosi oli yksi huippukohta maakuvatyön jatkumossa. Juhlavuoden vaikutus itsenäisyyden juhlimisen tapoihin oli rajallinen, mutta juhlinnan sävyssä on saattanut tapahtua muutoksia kevyempään ja iloisempaan suuntaan.

Henkilökohtainen ja yksilöllinen kokemus suomalaisuudesta oli juhlavuoden jälkeen myönteinen, mutta juhlavuodella ei näytä olleen laajempaa koettua vaikuttavuutta suomalaiseen yhteiskuntaan. Silti juhlavuoden avoin ja demokraattinen toimintatapa oli viesti sellaisenaan ja kertoo suomalaisesta yhteiskunnasta vuonna 2017.

Asiasanat itsenäisyys, juhlavuodet, vaikutukset, kulttuuripolitiikka, kansallinen identiteetti, kansallisuus, suomalaisuus, maakuva, viestintä, kansainväliset suhteet

ISBN PDF 978-952-383-103-2

ISSN PDF

2490-1164

Julkaisun osoite <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-103-2>

Effekterna av Finlands 100-årsjubileum: del 3

Tema: Identiteter och image

Statsrådets kanslis publikationer 2021:9

Utgivare Statsrådets kansli

Författare Olli Ruokolainen, Mervi Luonila, Vappu Renko, Minna Ruusuvirta, Mia Toivanen, Katri Haila, Satu Korhonen, Kati Ahvonen

Språk finska

Sidantal

62

Referat

I denna rapport granskar vi effekterna av Finlands 100-årsjubileum och jubileumsårets kopplingar till den nationella identiteten och Finlandsbilden. Vi analyserar vilken betydelse jubileumsåret hade för finskheten och Finlandsbilden. Utifrån jubileumsårets program och erfarenheter granskar vi bilden av vad finländarna upplever som viktigt och finskhet, och jubileumsårets internationella delar i relation till arbetet med Finlandsbilden och tidigare uppfattningar om Finland.

Jubileumsåret snarare upprepade och kompletterade än utmanade den finska identiteten och Finlandsbilden. Jubileumsårets öppna verksamhetsätt och öppna profil möjliggjorde en omfattande samling ämnen som hänger ihop med finskhet. Ändå upplevde inte medborgarna att jubileumsåret anmärkningsvärt påverkade bilden om finskhet. För arbetet med Finlandsbilden var jubileumsåret en höjdpunkt i arbetet med Finlandsbilden. Jubileumsårets verkningar när det gäller hur man firar självständigheten var marginella, men stämningen i frändet kan ha förändrats i en mer lättsam och gladare riktning.

Den personliga och individuella upplevelsen av finskheten var positiv efter jubileumsåret, men jubileumsåret verkar inte ha haft större upplevda effekter på det finländska samhället. Det öppna och demokratiska genomförandet av jubileumsåret är i sig ett budskap i sig och berättar om det finländska samhället år 2017.

Nyckelord självständighet, jubileumsår, effekter, kulturpolitik, nationell identitet, nationalitet, finskhet, Finlandsbilden, kommunikation, internationella relationer

ISBN PDF 978-952-383-103-2

ISSN PDF

2490-1164

URN-adress <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-103-2>

Impacts of the Finland 100 anniversary year: Part 3

Theme: Identities and image

Publications of the Prime Minister's Office 2021:9**Publisher** Prime Minister's Office**Author(s)** Olli Ruokolainen, Mervi Luonila, Vappu Renko, Minna Ruusuvirta, Mia Toivanen, Katri Haila, Satu Korhonen, Kati Ahvonen**Language** Finnish**Pages**62

Abstract

In this report we examine the impacts of the Finland 100 anniversary year and its connections to the national identity and Finland's country image. We analyze what the centenary has meant for the Finnish identity and the conceived image of Finland. We explore the picture produced by the centenary activities and experiences of what things Finns find important and what they think being Finnish means, and how the international activities during the anniversary year were positioned in relation to Finland's country image work and earlier perceptions of Finland.

The centenary seemed to repeat and supplement rather than challenge the Finnish identity and the country image. The centenary's open profile and operating model made it possible for a broad range of themes connected to Finnishness to become addressed. Still, the citizens themselves did not feel that the centenary had affected their conception of Finnishness to any significant degree. From the viewpoint of country image work, the centenary was one high point in the continuum of work towards building the image of Finland. The centenary had a limited impact on the practices of celebrating independence in Finland, but a slight turn in a lighter and more cheerful direction may be detected in the tone of the celebrations.

In personal and individual experiences Finnishness came to be seen in a positive light after the anniversary year, but it did not seem to have had a more widely experienced impact on the Finnish society. Its open and democratic operating model was however a message in itself, and speaks of the Finnish society in 2017.

Keywords independence, anniversary years, impacts, cultural policy, national identity, nationality, Finnish identity, country image, communications, international relations**ISBN PDF** 978-952-383-103-2**ISSN PDF**

2490-1164

URN address <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-103-2>

Sisältö

Lukijalle	7
1 Johdanto	8
1.1 Teemaraportin tarkoitus	8
1.2 Aineisto ja menetelmät	9
2 Kansallinen identiteetti ja maakuva	11
3 Oletettu suomalaisuus	15
3.1 Identiteetin rakennustarvikkeet Suomessa	15
3.2 Suomalaisen maakuvatyön lähihistoria	17
4 Suomalaisuus juhluvuodessa	20
4.1 Tavoitteenasettelu ja ohjelmahankkeet: heijastuksia suomalaisuudesta	20
4.2 Juhlivien kansalaisten näkemyksiä suomalaisuudesta, juhluvuodesta ja itsenäisyyspäivästä	24
4.3 Muistijälki juhluvuodesta: itsenäisyyden juhlinta ja suomalaisuus	31
5 Maakuva ja juhluvuosi	42
5.1 Maakuvatyön ja juhluvuoden suhde	42
5.2 Juhluvuosi kansainvälisellä näyttämöllä	44
5.3 Juhluvuoden vaikutus maakuvaan	53
6 Johtopäätökset: identiteetit ja imago Suomi 100 -juhluvuodessa	57
Liite 1. Kansalaiskyselyn kuvaus	60
Lähteet	61

LUKIJALLE

Vuonna 2017 vietettiin Suomen itsenäisyyden 100-vuotisjuhlaa, josta muodostui suuri ja monimuotoinen valtiollinen tapahtuma: Suomi 100. Tämä raportti käsittelee kansallista identiteettiä ja maakuvaa Suomi 100 -juhlavuodessa. Raportti on kolmas ja viimeinen kolmen teemaraportin kokonaisuudessa, joka käsittelee Suomi 100 -juhlavuoden vaikutuksia suomalaiseen yhteiskuntaan ja sen eri toimijaryhmiin. Raporttikokonaisuuteen kuuluvat myös kaikkia teemaraportteja taustoittava *Johdanto* sekä kaikkien kolmen teemaraportin tulokset kokoava *Johtopäätökset*.

Suomi 100 -tutkimushankkeen raporttikokonaisuus:



1 Johdanto

1.1 Teemaraaportin tarkoitus

Suomi 100 -juhlavuoden valmisteluasiakirjoissa kansallista identiteettiä ja sen rakentamista koskevia tavoitteita aseteltiin monisanaisesti. Vuonna 2013 Suomen itsenäisyyden 100-vuotisjuhlavuoden projektin asettamispäätöksessä määriteltiin, että juhlavuoden tulisi lisätä ”yhteistä ymmärrystä Suomen valtiollisesta itsenäistymisestä ja kansakunnan kehityksestä, Suomen ja suomalaisuuden merkityksestä nykypäivänä, sekä kansakunnan tulevaisuuden haasteista ja uudesta suunnasta”. Juhlavuodelle osoitettiin tietoa välittäviä, oppimista edistäviä sekä keskustelua avaavia tavoitteita ”niistä keskeisistä arvoista ja periaatteista, joille suomalainen moniarvoinen kansanvalta rakentuu”. (VNK 2013.)

Asettamispäätöksessä juhlavuoden keskeinen tavoite muotoiltiin niin, että juhlavuosi tarkastelisi kansakunnan kuvaa sekä etsisi uutta tulevaisuuden suuntaa, synnyttäisi keskustelua kansakunnan tilasta sekä kannustaisi arvioimaan kriittisesti ja harkitsemaan tulevaisuuden haasteita (emt.). Näillä tavoin juhlavuoden ajateltiin toisin sanoen vaikuttavan suomalaisten käsityksiin siitä, millaisessa maassa he asuvat ja millaisia he itse suomalaisina ovat.

Samalla juhlavuoden tavoitteisiin kuului keskeisesti kansainvälinen ulottuvuus ja Suomen kansainvälisen profiilin vahvistaminen (VNK 2018, 10). Jo asettamispäätöksessä nostettiin esiin, miten juhlavuosi edistäisi ”tietoisuutta ja ymmärrystä siitä, kuinka Suomi kansakuntana ja osana [P]ohjoismaita rakentui kiinteäksi osaksi Eurooppaa ja Euroopan Unionia” (VNK 2013). Itse juhlavuoden aikana merkittäviä maamerkkejä ja rakennuksia valaistiin ympäri maailmaa sinivalkoisin värein (VNK 2018, 60–61) ja satavuotias Suomi oli monin tavoin esillä ulkomaisissa medioissa (UM 2018). Juhlavuoden aikaansaama kansainvälistä näkyvyyttä esiteltiin paljon Suomi 100 -juhlavuoden loppuraportoinnissa (VNK 2018, 46–51).

Tämän teemaraaportin tarkoituksena on selvittää Suomi 100 -juhlavuoden merkitystä kahdesta mielikuviin liittyvästä näkökulmasta: suomalaisten ”omakuvan” eli kansallisen identiteetin (esim. Anttila 2007, 8) sekä kansakunnastamme ulkomaille muodostuvan ulkoisen kuvan eli imagon kautta (esim. Zimmerbauer 2008, 24). Selvitämme siis, **millainen juhlavuoden merkitys on ollut suomalaisuudelle ja Suomesta muodostuvalle kувalle.**

Kansallisen identiteetin osalta tarkastelemme juhlavuoden mahdollisia vaikutuksia suomalaisten käsityksiin itsestään ja yhteiskunnastaan. Ulkoisen imagon osalta pohdimme juhlavuoden asemaa osana suomalaista maakuvatyötä ja vaikutuksia Suomesta muodostuvaan

ulkoiseen kuvaan. Väistämättä nämä näkökulmat myös limittyvät: kansallinen identiteetti on perusta ulkoiselle kuvalle, ja maamme ulkoinen kuva vaikuttaa käsityksiin itsestämme kansakuntana (vrt. Fan 2010, 100; Zimmerbauer 2008, 24–30).

Kysymme tarkemmin:

- Millainen on juhluoden toiminnan ja kokemusten pohjalta muodostuva kuva suomalaisten merkittävinä pitämistä asioista ja suomalaisuudesta?
- Miten juhluoden aikainen kansainvälinen toiminta asemoitui suhteessa maakuvatyöhön ja aikaisempiin käsityksiin Suomesta?
- Miten juhluvuosi kokonaisuudessaan haastoi tai toisti suomalaista identiteettiä ja Suomi-kuvaa?

Raportin rakenne on seuraava. Seuraavaksi esittelemme tiiviisti aineiston ja menetelmät. Toisessa luvussa avaamme lyhyesti keskeisiä käsitteitä: mistä on kyse identiteeteissä, imagossa, brändissä ja maakuvassa. Tämän jälkeen teemme tiiviin katsauksen perinteisesti suomalaisina pidettyihin aiheisiin ja ominaisuuksiin sekä esittelemme suomalaista maakuvatyötä. Luomme näin taustan, jota vasten tarkastelemme juhluoden toimintaa ja sen mahdollista erityisyyttä identiteettien muokkaamisen ja maakuvatyön kannalta. Tämän jälkeen analysoimme ensin suomalaisuutta ja sen jälkeen kansainvälistä Suomi-kuvaa juhluvuodessa. Lopuksi keskustelemme juhluoden merkityksestä kansakunnan sisäisten ja ulkoisten Suomi-mielikuvien kannalta.

1.2 Aineisto ja menetelmät

Kansallista identiteettiä ja maakuvaa tavalla tai toisella koskevaa aineistoa kertyi juhluoden aikana valtavasti esimerkiksi tiedotusvälineissä, yleisessä keskustelussa ja sosiaalisessa mediassa. Teemaraporttimme analyysi rakentuu väistämättä rajatusta aineistokokonaisuudesta, joka tuo kuitenkin esiin niin juhluoden vastuutahojen, sisällön tekijöiden kuin kansalaisten näkökulmia. Perustamme analyysimme sekä aikaisempaan että itse keräämäämme uuteen aineistoon.¹

Aiemmin kerätyn aineiston muodostavat:

- Tutkimushanketta varten saadut, juhluvuotta koskevat raportointiaineistot: juhluoden ohjelmahankkeita koskevat hanketiedot ja -listaukset

¹ Laajempi, koko tutkimushanketta koskeva aineistokuvaus löytyy juhluvuotta käsittelevän teemaraporttisarjamme johdanto-osion liitteistä 1–5 (Ruokolainen ym. 2020, 85–94).

- Juhlavuoden ohjelmahankkeiden loppukyselyn vastaukset (n=1 271), erityisesti hankkeiden aiheiden ja toteutuneen toiminnan kuvaukset
- Tilastokeskuksen Suomi 100 -kansalaisbarometrin vuosina 2015–2018 kerätty aineisto²
- Juhlavuoden sidosryhmähaastattelut: juhluvuoden valtuuskunnan, hankkeiden, kuntien, valtion organisaatioiden edustajia (n=84).
- Suomi-seura ry:n kyselytutkimuksen aineisto (n=18)
- Suomen edustajistojen ja suurlähetystöjen vuoden 2017 toimintaraportit (n=80)

Raporttia varten kerätyn uuden aineiston muodostavat:

- Suomi 100 -juhlavuoden keskeisten, suunnittelu- ja johtotehtävissä toimineiden henkilöiden haastattelut (n=14). (Jatkossa *ydintoimijahaastattelut*)
- Juhlavuoden aluekoordinaattoreiden haastattelut (n=21)
- Alue toimijoille suunnattu kysely (n=48)
- Eri puolella Suomea järjestetyissä aluetyöpajoissa muodostunut aineisto (5 työpajaa/yhteensä 43 osallistujaa)
- Kansalaiskysely (n=1 002). Kansalaiskysely toteutettiin sähköisenä kyselynä paneelivastaajille. Paneeliin kuului 15–87-vuotiaita vastaajia ympäri Suomen. Kansalaiskysely toteutettiin lokakuun alussa 2020. (Jatkossa *kansalaiskysely*.)³
- Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuttien toimijoiden haastattelut (n=4)
- Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuteille suunnatun kyselyn vastaukset (n=17). (Jatkossa *instituuttikysely*)

Juhlavuotta koskevia määrällisiä kyselyaineistoja analysoitiin kuvailevalla tilastollisella tarkastelulla. Aikaisemmin kerättyjä sekä tässä tutkimushankkeessa uutena koottuja haastatteluaineistoja, työpaja-aineistoja sekä kyselyiden avoimia vastauksia analysoitiin laadullisin tutkimusmenetelmin teemoittelemalla.

2 Suomi 100 -kansalaisbarometritutkimus toteutettiin Tilastokeskuksen kuluttajabarometrin yhteydessä. Tutkimuksessa toteutettiin yhteensä kuusi kyselyä vuosina 2015–2018. Tutkimusta varten haastateltiin 15–84-vuotiaita Suomessa asuvia henkilöitä. Tutkimustulokset on suhteutettu vastaamaan koko väestöä. (Ks. https://www.stat.fi/til/kbar/2018/10/kbar_2018_10_2018-10-29_tie_001_fi.html.)

3 Ks. liite 1

2 Kansallinen identiteetti ja maakuva

Käsitlemme tässä teemaraportissa juhlavuoden kytköksiä suuriin ja vaikeasti määrittyviin aiheisiin: suomalaisuuteen eli kansalliseen identiteettiin sekä Suomesta ja suomalaisista ulkomailla muodostuviin käsityksiin eli maakuvaan. Seuraavassa kuvaamme, miten näitä asioita on aiemmissa tutkimuksissa käsitteellistetty ja määritelty. Aloitamme kansallisesta identiteetistä, sillä näemme sen olevan perusta, jolle maakuva voi rakentua.

Identiteetin sanakirjamääritelmä kuuluu englannista vapaasti suomentaen seuraavasti: ”Kuka tai mitä henkilö tai asia on; erityinen vaikutelma henkilöstä tai asiasta muille esitettyinä tai muiden kokemana; ominaisuuksien joukko tai kuvaus, joka erottaa henkilön tai asian toisista (Oxford English Dictionary 2021). **Kansallinen identiteetti** puolestaan määritellään:

”-- yhtenä identiteetin erityistapauksena, viittaa yhtäältä kollektiiviseen identiteettiin, so. kollektiivisen kokonaisuuden eli ryhmän tai sosiaalisen kategorian, tässä kansallisen yhteisön, suhteeseen itseensä. Tällöin tarkastellaan yksilölliset suhteet ylittävää, yleisesti jaetuksi oletettua merkitysmuodostelmaa. Toisaalta sillä voidaan tarkoittaa kansalliseen yhteisöön kuuluvien yksilöiden suhdetta kollektiiviseen kokonaisuuteen, johon he katsovat kuuluvansa tai johon heidän katsotaan kuuluvan. [...] Kansallisella identiteetillä tarkoitetaan useimmiten käsitteen ensimmäistä, laajempaa merkitystasoa eli [...] kansakuntaan kokonaisuutena viittaavien symbolisten merkitysten järjestelmää.” (Anttila 2007, 8.)

Kansallinen identiteetti voidaan jaotella tarkemmin kolmeen osioon, joita ovat kollektiivisella tasolla erikseen valtion identiteetti ja kansallisen yhteisön identiteetti sekä yksilöllisellä tasolla yksilön identifioituminen osaksi kahta edellistä (Saukkonen 2004, 90, 104). Kollektiivisella tasolla kansallinen identiteetti viittaa eräänlaiseen irrationaaliseen siteeseen maan kansalaisten välillä ja jaettuun käsitykseen siitä, millaisia ominaisuuksia kansalaiset pitävät historiaan, nykyhetkeen ja tulevaisuuteen nähden maalleen keskeisinä, erityisinä ja kestävinä (Fan 2010, 100–101). Yksilön näkökulmasta kansallinen identiteetti voidaan määritellä tunteeksi siitä, että kuuluu jäsenenä johonkin geopolitiittiseen kokonaisuuteen (Verdugo & Milne 2016, 3). Kansallisella identiteetillä on määritelmällisesti myös ainakin kolme keskeistä osa-aluetta tai ehtoa: se luo ajallista jatkuvuutta, se erottaa kohteensa ympäristöstään ja toisaalta se luo sisäistä yhtenäisyyttä (Saukkonen 1996 Anttilan 2007, 8–11 mukaan).

Kansallinen identiteetti on kollektiivisen identiteetin erityistapaus usein esiintyvän valtioidonaisuutensa vuoksi: valtiolla on yhteisönä käytössään esimerkiksi hallintokoneisto ja maantieteelliset rajat (Saukkonen 2004, 93; Anttila 2007, 159). Valtiolla on myös selkeät ulkoiset tunnuksot, symbolit ja toimintaperiaatteet, jotka helpottavat kansallisen identiteetin ylläpitämistä arkisissa käytännöissä (vrt. Billig 2009, 349; Skey 2009, 332). Suomi kansakuntana ja valtiona on varsin lähellä kansallisaatteen ”ideaalitapausta” siinä mielessä, että valtiollisiin rakenteisiin ja rajoihin kytkeytyy myös suhteellisen selkeästi määrittyvä kansakunta (Saukkonen 2004, 98). Käytännössä valtiot ja kansakunnat – myös Suomi – ovat kuitenkin koostumukseltaan enemmän tai vähemmän monimuotoisia koostuen useista ja erilaisista kansalaisten ryhmistä ja näiden ryhmien taustalla vaikuttavista kollektiivisista ja yksilöllisistä identiteeteistä (vrt. Valtonen 2004, 110).

Kansalliseen identiteettiin liittyy voimakkaasti ulossulkeva ja toisaalta myös jotain enemmän tai vähemmän kuviteltua yhteisöä (ks. Anderson 2007, 39) – kansakuntaa tai kansaa – yhdistävä ajatus siitä, ketkä ovat esimerkiksi suomalaisia. Identifioituminen johonkin kansaan voi tapahtua tai olla tapahtumatta esimerkiksi asuinpaikan, syntymäpaikan ja sukujuurten kaltaisten tekijöiden vaikutuksesta (Bond 2006, 623). Kansaa voivat hyvin yhdistää historialliset juuret, mutta yhtä hyvin voidaan ajatella, että kansa tarkoittaa esimerkiksi samalla alueella ja saman lakijärjestelmän piirissä toimivaa ihmisryhmää (Saukkonen 2004, 100) tai ihmisryhmiä.

Kansallinen identiteetti on siis hyvin monitulkintainen käsite. Olennaista Suomi 100 -juhlavuoden merkityksen analysoinnin kannalta on se, että valtioiden ja kansakuntien identiteetin muodostumisessa on kysymys kollektiivisen identiteetin ja yksilöllisen identiteetin välisestä dynamiikasta: mitä yksilöt ajattelevat kuulumisestaan tai kuulumattomuudestaan johonkin laajempaan kollektiiviin eli kansakuntaan ja sitä rakenteellisesti havaittavaksi tekevään valtioon.

Kansallisen identiteetin luomisella ja ylläpitämisellä on valtiollisessa yhteydessä erilaisia syitä. Sen avulla on luotu ja vahvistettu tunnetta yhtenäisyydestä ja ”oikeanlaisesta” kansalaisuudesta eli tehty niin sanottua identiteettipoliittikkaa (ks. Saukkonen 2004, 90–91). Kansallisen identiteetin rakentaminen ja sen hyödyntäminen on kuitenkin muuttunut poliittisesta projektista yhä enemmän myös kansakunnan taloudelliseksi kehittämiseksi (Bond ym. 2003, 387–388). Kansallisesta identiteetistä on ylipäätään muodostunut perusta – tai kilpailullinen resurssi – valtion ja kansakunnan ulkoisen kuvan muodostamisessa ja muokkaamisessa (Jansson 2012, 121; Anholt 2010). Tämä kehitys on hyvin nähtävissä myös Suomessa.

Suomi 100 -juhlavuoden raportoinneissa tuodaan esiin juhlavuoden yhteys **maakuvan** tai Suomen kansainvälisen profiilin vahvistumiseen (VNK 2018, 48). Jotta ymmärtäisimme juhlavuoden mahdollista merkitystä niin sanotun maakuvatyön kannalta, käymme lyhyesti

läpi muutamia siihen liittyviä keskeisiä käsitteitä. Näitä keskenään päällekkäisiä ja helposti toisiinsa sekoittuvia käsitteitä ovat maakuva itsessään sekä brändi, maabrändi, brändäys ja imago.

Ulkoministeriön (UM 2021) mukaan:

”Maakuvatyö on strategista vaikuttamis-, markkinointi- ja viestintätyötä, jolla vaikutetaan kohderyhmien tietoihin, mielipiteeseen ja lopulta päätöksiin. Onnistunut maakuvatyö helpottaa kaikkien kansainvälisiä yhteyksiä ylläpitävien työtä ja edistää Suomen menestymistä poliittisesti, kaupallistaloudellisesti ja kulttuurisesti.”

Valtioneuvoston kanslia (2021) puolestaan määrittelee, että:

”[m]aakuvaviestintä on vaikuttamis-, viestintä- ja markkinointityötä, jossa Suomen vahvuuksista kerrotaan kansantajuisesti. Työllä pyritään vaikuttamaan kohderyhmien tietoisuuteen, mielipiteisiin ja lopulta päätöksiin. Maakuvatyön konkreettiset tulokset voivat olla sekä taloudellisesti että poliittisesti merkittäviä. Mielikuva Suomesta esimerkiksi auttaa suomalaisyrityksiä myymään tuotteitaan, sekä houkuttelee Suomeen investointeja ja turisteja.”

Maakuvan yhteydessä puhutaan myös maabrändistä. **Brändi** on alkuperäisestä poltto-merkkiä tarkoittavasta merkityksestä johdettu käsite, joka voi nykyisessä merkityksessään olla esimerkiksi nimi, käsite, symboli tai muotoilu, joka erottaa tuotteen tai palvelun muista tuotteista ja palveluista (esim. Kotler & Kertner 2002, 249; Oxford English Dictionary 2021; AMA 2021). **Maabrändi** puolestaan on tietystä maasta erilaisten kansainvälisten toimijoiden muodostamien käsitysten summa, johon voi sisältyä esimerkiksi kansan, paikan, kulttuurin ja kielen, historian, ruoan, muodin, tunnettujen henkilöiden sekä globaalien tuotemerkkien kaltaisia elementtejä (Fan 2010, 98). Suomi 100 viestinnällisine ulkoasuineen oli brändi itsessään, ja osa Suomen maabrändiä.

Niin sanotulla **maabrändäyksellä** voidaan yksinkertaistaen tarkoittaa prosessia, jossa maasta muodostunutta kuvaa luodaan, muutetaan ja arvioidaan, jotta voitaisiin parantaa kansakunnan tai valtion mainetta kansainvälisen yleisön silmissä (Fan 2010, 101; Jansson 2012, 121). Valtion tai kansakunnan brändiä ei voida kuitenkaan hallinnoida yhtä yksinkertaisella tavalla kuin esimerkiksi yritysten tai niiden tuotteiden brändejä (esim. Fan 2006, 7; Anholt 2005, 224).

Brändi ja brändäys muodostavat vain yhden osatekijän siinä, minkälainen imago eli mielikuva jostain asiasta muodostuu. Maakuva voidaankin käsittää brändiä laajemmin imagon käsitteen avulla. **Imago** voidaan määritellä kahtiajakoisesti ”tietoisesti annetuksi kuvaksi” ja samalla myös ”mieliin luotuna käsityksenä tai vaikutelmana”: imago on siis samaan

aikaan sekä visuaalinen ja viestinnällinen että ihmismielen sisäinen asia (Karvonen 1999; Zimmerbauerin 2008, 24 mukaan). Alueen, kaupungin tai valtion markkinoinnista vastaavat toimijat pyrkivät toimenpiteillään luomaan tietynlaisen kuvan (imagon), ja ihmiset muodostavat osittain näiden toimenpiteiden perusteella tietynlaisen oman mielikuvansa markkinoitavasta asiasta, esimerkiksi Suomesta (ks. myös Äikäs 2004, 56–59).

Imagon käsite on kaksijakoinen suhteessa siihen, kenen mielikuvista on kysymys. Ensinnäkin voidaan puhua alueen tai valtion (ulkoisesta) imagosta, jolloin tietoisesti annettu kuva muotoutuu mielikuvaksi kansainvälisessä kontekstissa vaikkapa potentiaalisesti Suomeen muuttoa harkitsevien osaajien mielissä. Toiseksi voidaan ajatella, että tietoisesti annettu kuva muuttuu mielikuvaksi myös alueen asukkaille tai valtion kansalaisille, jolloin puhutaan taas (sisäisestä) identiteetistä (vrt. Zimmerbauer 2008, 24–30). Juhlavuoden tapainen asia voi siis vaikuttaa paitsi valtiosta muodostuvaan ulkoiseen kuvaan (imagoon) myös kansalaisten käsityksiin siitä, millaisia he kansalaisina ovat ja millaisessa valtiossa he elävät (identiteetti).

Olennaista Suomi 100 -juhlavuoden tarkastelussa on, että maabrändäys – tai maakuvatyö – tukeutuu kansalliseen identiteettiin luodakseen tai muokatakseen maasta ulkomailla muodostuvaa imagoa (vrt. Fan 2010, 100). Maabrändityössä – tai maakuvatyössä – voidaan väittää olevan kysymys siitä, että kansallisessa identiteetissä tapahtuvia pitkäaikaisia ja monimutkaisia muutoksia pyritään viestimään kansainväliselle ”yleisölle” ja muuttamaan mielikuvaa, joka ihmisille maan ulkopuolella muodostuu. Tähän liittyy myös ajatus siitä, että kansallinen identiteetti saattaa muuttua eri tahtiin kuin kuva maasta. Maabrändityö voidaankin määritellä myös niin, että siinä pyritään saamaan maakuva vastaamaan sen takana olevaa ”todellisuutta”. (Fan 2010, 101.)

Maakuvatyö tarkoittaa siis käytännössä sitä, että suomalaisten kansallista identiteettiä ja Suomeen tavalla tai toisella liittyviä teemoja hyödynnetään niin, että Suomea kansainvälisellä tasolla tarkastelevan ”yleisön” eli muiden maiden kansalaisten, osaajien, yhteistyökumppaneiden, valtiollisten toimijoiden tai sijoittajien mielikuva Suomesta muuttuisi suomalaisille hyödyllisellä tavalla. Maakuvatyö vaatii kuitenkin aina jonkinlaista kansallista itsereflektiota. Koska maakuvatyö saa näkyvyyttä myös kotimaassa, sen eräänlaisena sivutuotteena suomalaisten käsitys itsestään eli kansallinen identiteetti saattaa hiljalleen muuttua. Osaksi tätä dynamiikkaa tuli myös Suomi 100 -juhlavuosi.

3 Oletettu suomalaisuus

3.1 Identiteetin rakennustarvikkeet Suomessa

Juhlavuodessa oli kysymys valtiollisen itsenäisyyden juhlistamisesta, mutta myös laajemmin ja astetta epäsuoremmin suomalaisuudesta ja sen juhlimisesta. Ennen kuin tarkastelemme juhluvuoden toiminnassa esillä olleita suomalaista kansallista identiteettiä koskevia aiheita, kuvaamme tiiviisti niitä asioita, joita on noin kolmen viime vuosikymmenen aikana pidetty suomalaisina tai suomalaisille tyypillisinä. Tukeudumme muutamaa aikaisempaan tutkimukseen ja selvityksiin, mutta tarkoituksenamme ei ole luoda pidemmälle historiaan ulottuvaa saati erityisen kattavaa kuvausta suomalaisen identiteetin keskeisistä rakennusosista. Sen sijaan pyrimme luomaan keskeisistä viime aikoina esillä olleista teemoista taustan, jota vasten käsitellä juhluvuotta ja sen aikana esillä olleita aiheita.

Lyhyesti todeten nykyisen kansallisen identiteetin taustalla vaikuttaa laaja valikoima erilaisia historiallisia tapahtumia ja aiheita: esimerkiksi kalevalaisuus, luonto ikonisoituine maisemineen, talonpoikaiskulttuurin ihannoiti, suomenruotsalaisten asema ja vaikutus, vaikea itsenäistymisprosessi, suhde länteen ja itään sekä talvi- ja jatkosodan perintö vaikuttavat kollektiiviseen omakuvaamme (ks. esim. Anttila 1993, 111–112; Anttila 2007, 157–158; Alapuro 1999, 98–112; Klinge 1999, 88–97; Häyrynen 2005; Westerholm 1999). Itsenäisyyden juhluvuosien teemoissa ja keskeisissä sanoituksissa 1960-luvulta lähtien ovat näkyneet suomalaisen kansallisen identiteetin taustalla vaikuttaneet suhteellisen viimeaikaiset ja konkreettiset kehityskulut: kansakunnan taloudellisen kehityksen ja hyvinvoinnin rakentaminen, eurooppalaisuuteen avautuminen sekä monikulttuurisuus (Ruokolainen ym. 2020, 95–96).

Tarkempi ”nykyisen” suomalaisen identiteetin rakennusosien hahmottelu voidaan aloittaa esimerkiksi 1990-luvulta. Vuosina 1992 ja 1994 toteutetuissa Elinkeinoelämän valtuuskunnan kyselytutkimuksissa tuli esille, että kaksi voimakkaimmin suomalaista identiteettiä määrittävää tai pohjustavaa asiaa olivat Suomen luonto sekä itsenäisyyskamppailu. Toisaalta samalla ajateltiin, että tulevaisuudessa tulisivat korostumaan tieteellinen ja teknologinen kehittyneisyys sekä suomalaisten koulutus- ja sivistystaso. Samaan aikaan selvitettiin myös ”suomalaista mielentilaa määrittäviä tekijöitä”, jolloin kärkisijoille nousivat maanpuolustustahto ja kansallistunne. Vähiten suomalaista mielentilaa määrittelevinä tekijöinä pidettiin puolestaan suvaitsevaisuutta ja avarakatseisuutta. (Haikonen & Kiljunen 2003, 209–211.)

Vuosina 2003–2004 raportoitiin 40 maan yhteisen vertailevan yhteiskuntatieteellisen tutkimusohjelman tuloksia, joissa oli esillä myös kansallinen identiteetti. Suomen osalta todettiin, että suhteessa muihin maihin ja erityisesti Pohjoismaihin verrattuna suomalaiset arvostivat enemmän maansa historiaa, sosiaaliturvajärjestelmää sekä tieteellis-teknologisia saavutuksia. Mielenkiintoista on myös, että maan armeija nousi yhdeksi keskeiseksi ylpeyden aiheeksi. (Oinonen ym. 2005, 17–20). Raportin (Oinonen ym. 2005, 18) mukaan:

”Kollektiivisen suomalaisen identiteetin vankkana pohjana itsenäisyyden säilyttämisen ja sodista selviytymisen lisäksi näyttävät olevan sodan jälkeinen nopea elintason kohoaminen, yhteiskunnan modernisoituminen ja pohjoismaisen hyvinvointivaltion kehittyminen. Tärkeä osa kollektiivisesti jaettua suomalaisuuden kertomusta on, kuinka pieni sitkeä ja sisukas kansa kaikista vastuksista huolimatta nousi ennätysellisessä ajassa kehittyneiden teollisuusmaiden kärkikastiin ja 1990-luvulla mobiilin tietoyhteiskunnan mallimaaksi.”

Tuoreista identiteettitutkimuksista esille voidaan nostaa Suomen Kulttuurirahaston (SKR) vuonna 2018 julkaisema raporttisarja, jossa selvitettiin suomalaisille merkittäviä identiteetin osatekijöitä. Suomalaisuus koettiin merkittäväksi henkilökohtaisen identiteetin osaksi (Pitkänen & Westinen 2018a, 28). Suomalaisuutta määrittävät kansanluonne (eli jopa stereotyyppinen luonnehdinta suomalaisista sisukkaina, ahkerina, rehellisinä, luotettavina jne.) sekä kielen ja kulttuurin, isänmaan ja itsenäisyyden kaltaiset seikat. Lisäksi esille tuli tarkempia teemoja, joita olivat luonto ja ilmasto, urheilu, yhdistävä historia ja sodat sekä näiden lisäksi hieman vähemmän mainintoja saaneet teemat: yhteiskunnalliset hyveet (tasa-arvo, oikeudenmukaisuus jne.), perinteet, hyvinvointivaltio ja -yhteiskunta sekä pohjoisen sijainti. (Pitkänen & Westinen 2018b, 10–12.)

Maantieteellisillä tasoilla identifioituminen tapahtui SKR:n raportoinnin perusteella ensisijaisesti suomalaisuuden kautta. Kolme seuraavaksi tärkeintä maantieteellistä identifioitumisen kiinnekohtaa olivat pohjoismaisuus, lapsuuden ja nuoruuden kunta tai kaupunki sekä nykyinen asuinkunta. Kiinnostavasti eurooppalaisuus oli lähes yhtä tärkeä kuin paikallisuutta esiin tuova kotikunta. Sen sijaan esimerkiksi niin sanottu heimoidentiteetti (kuten hämäläisyys) tai maailmankansalaisuus eivät olleet kovin tärkeitä suomalaisten identiteetin kannalta. (Pitkänen & Westinen 2018a, 28.)

Juhlavuonna tapahtuneet asiat ja käydyt julkiset keskustelut olivat väistämättä osa tätä ajan saatossa muotoutunutta ja muodostettua merkitysten ja mielikuvien näennäisen muuttumatonta, mutta kuitenkin muovautuvaa kokonaisuutta. Suomalaisuuteen, itsenäisyyteen ja niiden juhlimiseen on totuttu liittämään edellä kuvattuja aiheita sekä ominaisuuksia, ja näitä juhluvuoden tavoitteenasettelulla ja toiminnalla väistämättä haastettiin tai uusinnettiin.

3.2 Suomalaisen maakuvatyön lähihistoria

Suomi 100 -juhlavuoden aikana tehty maakuvatyö oli osa laajempaa maakuvatyön ja maabrändäyksen jatkumoa (vrt. Moilanen & Rainisto 2008). Kiinnostavaa on, miten juhlavuoden aikana Suomi-kuvan parissa tehty työ mahdollisesti poikkesi muusta maakuvatyöstä ja miltä osin juhlavuonna esillä olleet suomalaisuuteen liittyvät teemat noudattelivat maakuvatyön jatkumoa.

Erityistä maakuvatyötä on Suomessa tehty useassa aallossa, joista ensimmäinen ajoittuu varsin lähelle ensimmäisiä suurempia itsenäisyyden tasavuotisjuhlallisuuksia, Suomen 50-vuotisjuhla. 1960-luvulla valtioneuvosto asetti työryhmiä pohtimaan Suomesta muodostuvaa ulkoista kuvaa, ja 1970-luvulla ulkoasiainministeriössä toimi ulkomaantiedotuksen koordinaatiotyöryhmä. Näihin aikoihin keskeisenä huolenaiheena oli Suomen profiloituminen väärään, liian itäiseen, poliittiseen ja kulttuuriseen viiteryhmään. (Hytönen 2012, 63.)

1980-luvulla perustettiin kauppa- ja teollisuusministeriön Suomen kuva -työryhmä, ja vuonna 1988 valtioneuvosto asetti kauppa- ja teollisuusministeriön alaisuuteen Suomi-kuvaa koordinoivan kansainvälisen tiedottamisen neuvottelukunnan, lyhenteeltään KANTINE. 1980-luvun alussa maakuvatyön tavoitteina oli edelleen suuntautua kohti länttä sekä kasvattaa Suomen uskottavuutta eurooppalaisena hyvinvointivaltiona ja teollisuusosaamisen maana. KANTINE-työryhmän ehdotukset Suomi-kuvan keskeisistä elementeistä liittyivät koulutukseen, ympäristöön ja kulttuuriin. (Hytönen 2012, 63–64.)

Vuonna 2006 perustettiin ulkoministeriön alaisuuteen Finland Promotion Board, ja vuonna 2008 asetettiin erityinen **maabrändivaltuuskunta** pohtimaan Suomen maabrändiä (Hytönen 2012, 64). Tämän **valtuuskunnan työstä alkaa Suomen maakuvatyön tuorein ajanjakso, jota käytämme pääasiallisesti Suomen satavuotisjuhlallisuuksien yhteydessä tapahtuneen maakuvatyön kontekstina ja vertailukohtana.**

Jorma Ollilan johtaman maabrändivaltuuskunnan työstämä ja ajatushautomo Demoksen muotoilema maabrändiraportti vuodelta 2010 oli tarkoitettu pohjaksi 2010-luvun maakuvatyölle (Isokangas ym. 2010). Raportti oli nimetty iskevästi muotoon ”Tehtävä Suomelle”. Raportissa esitetään kolme suomalaisen yhteiskunnan vahvuusaluetta, joiden pohjalle maabrändityön tavoitteet tulisi asettaa. Teemat ovat toimivuus, luonto ja koulutus (Isokangas ym. 2010, 29).

Toimivuudessa yhdistyvät raportin (emt. 41) mukaan kaksi suomalaisille luonteenomaista asiaa: yhtäältä luotettavuus ja keskinäinen luottamus, toisaalta epäkonventionaalinen ja epähierarkkinen tapa ratkaista ongelmia. Esimerkkinä näiden asioiden yhdistymisestä mainitaan se, että Suomi on yhdistystoiminnan ja talkoiden maa.

Luonto nähtiin Suomi-kuvan selkeimpänä ja vahvimpana erottavana tekijänä (emt. 41). Voidaan tulkita, että teemana luonto puretaan raportissa osiin niin, että luonto on merkittävä identiteetin ja kulttuurin rakennusaine, teollistumisen ja vaurastumisen lähde, luonnonvarojen säilyttämisen ja kestävän elämäntavan innoittaja sekä demokraattisen ja tasa-arvoisen yhteiskunnan ilmentymä jokamiehenoikeuksineen. Koulutuksesta raportissa todetaan, että se on ”kivijalka, jolle Suomen menestys perustuu”. Esiin nostetaan PISA-mittaustulokset, mutta myös se, että Suomessa uskotaan laajalti koulutuksen merkitykseen ja siihen, että kaikkien kansalaisten kouluttamiseen on panostettava (emt. 43).

Ollilan maabrändityöryhmän näkemyksen mukaan ”Suomi on ratkaisijoiden maa”. Tähän liittyy kuitenkin muutakin: raportissa suomalaisuudesta muodostetaan kuva outouden ja osaamisen yhdistelmänä, siis yhdistelmänä positiivisella tavalla outoa metsäläisyyttä ja korkeaa osaamista, joiden taustalla ovat pohjoismaisen yhteiskunnan hyvinvointia ja osaamista ylläpitävät rakenteet. (emt. 43–45). Samalla raportti kiinnittää huomiota siihen, että emme saisi enää niin sanotusti pitää kynttiläämme vakana alla ja että meidän tulisi unohtaa huono kansallinen itsetuntonne (emt. 37). Maabrändiraportista onkin nostettu tutkimuskirjallisuudessa esille nimenomaan se, että kansallinen itsetunto ja osaamisemme mainostaminen on raportissa yhtä keskeistä kuin vaikkapa laajempi taloudellinen kehitys (Browning 2015, 211–212). Maabrändityöryhmä on siis suomalaisuutta etsiessään myös vaatinut suomalaisilta jotain hyvin epäsuomalaista.

Suomen maakuvatyön strategiassa vuodelta 2017 on nähtävissä samat elementit kuin Ollilan maabrändityöryhmän raportissa. Maakuvatyön strategiassa (Finland Promotion Board 2017) nostetaan esille pitkäkestoisina vahvuuksina kolme tuttua seikkaa, joita on hieman täsmennetty: **toimivuus ja hyvinvointi, luonto ja kestävä kehitys** sekä **koulutus ja osaaminen**. Strategiassa Suomea – tai pikemmin suomalaisia – luonnehditaan myös sanoilla luotettava, omalaatuinen heittäytyjä, ongelmien ratkaisija, tasa-arvoinen ja osallistava.

Maakuvatyön päämäärästä sanotaan seuraavaa: ”Onnistunut maakuvatyö näkyy Suomen kiinnostavuutena sekä erityisesti poliittisena ja taloudellisena menestyksenä” (emt.). Tarvemmin maakuvatyön tavoite määritellään seuraavasti (emt.):

”Suomi tunnetaan siitä, että se ei pelkää oudoiltakaan kuulostavia haasteita, vaan on parhaimmillaan silloin, kun tilanne näyttää mahdottomalta. Suomessa arki on maailman parasta. Suomi on avoin, uudistuva, välittävä ja toimiva maa, jonka kilpailukyky rakentuu korkealle osaamiselle, kestäväälle kehitykselle, ennakkoluulottomuudelle ja yhdessä tekemiselle.”

Maakuvatyön tavoitteiden ja esille nostettujen aiheiden tarkastelu osoittaa, että **maakuvatyö ja Suomesta sekä suomalaisista muodostuva kuva kietoutuu välittömästi myös ”omakuvaamme” eli suomalaisten kansalliseen identiteettiin.** Nykyistä maakuvatyötä keskeisesti määrittävässä dokumentissa asetetaan suoranaisia vaatimuksia esimerkiksi siitä, että suomalaisten täytyisi olla vähemmän vaatimattomia. Vaikka maakuvatyö pohjautuu ideaalilanteessa olemassa oleviin aitoihin kansallisiksi koettuihin vahvuuksiin, maakuvatyössä tehtävä viestintä ja vuorovaikutus myös muuttaa omalta osaltaan sen pohjana olevaa identiteettiä. Aloitamme seuraavaksi juhlavuotta koskevan analyysimme kansallisten mielikuvien analysoinnin perustasta eli kansallisesta identiteetistä.

4 Suomalaisuus juhlavuodessa

4.1 Tavoitteenasettelu ja ohjelmahankkeet: heijastuksia suomalaisuudesta

Juhlavuoden tavoitteenasettelu ja ohjelma sekä hankkeiden aihepiirit muodostivat suomalaisuuden ja itsenäisyyden juhlistamisen rungon vuonna 2017. Tavoitteenasettelu ja hankkeiden aiheet viitoittivat suomalaisen kansallisen identiteetin ilmenemistä juhlavuodessa.

Juhlavuoden tavoitteenasetteluissa näkyy, kuinka moniaineksisen ilmiön äärellä oltiin. Asettamispäätökseen (2013) kirjattiin varsin laajoja tietoa välittäviä, oppimista edistäviä sekä keskustelua avaavia tavoitteita ”niistä keskeisistä arvoista ja periaatteista, joille suomalainen moniarvoinen kansanvalta rakentuu”. Lisäksi mainittiin ”...[yhteinen ymmärrys] Suomen valtiollisesta itsenäistymisestä ja kansakunnan kehityksestä, Suomen ja suomalaisuuden merkityksestä nykypäivänä, sekä kansakunnan tulevaisuuden haasteista ja uudesta suunnasta.” Samalla nähtiin, että historiallisen kehityksen ymmärtäminen auttaisi ymmärtämään myös nykyisyyttä ja sitä, kuinka ”syvenevä ja vaikutuksiltaan muuttuva globalisaatio vaikuttaa Suomeen ja kansakuntaan”. Juhlavuoden katsottiin myös edistävän ”tietoisuutta ja ymmärrystä siitä, kuinka Suomi kansakuntana ja osana pohjoismaita rakentui kiinteäksi osaksi Eurooppaa ja Euroopan Unionia”. Juhlavuoden tarkoitusta kuvattiin toimintana, joka ”korostaa suomalaista kansanvaltaisuutta, ihmisarvon loukkaamattomuutta, yksilön vapautta ja oikeuksia sekä edistää oikeudenmukaisuutta ja avoimuutta yhteiskunnassa”. (VNK 2013.) Juhlavuoden sihteeristö määritteli itse juhlavuotta ja sen tavoitteita loppuraportissa seuraavasti:

”Suomi 100 -juhlavuoden teema oli yhdessä. Sen taustalla oli näkemys itsenäisyyden satavuotisuudesta yhteisenä, kokoavana ja vahvistavana kokemuksena. Vuoden edetessä yhdessä-teeman merkitys syveni ja laajeni, ja se määritteli koko juhlavuoden toteutusta. Juhlavuosi korosti Suomen vahvuuksia, kuten tasa-arvoa ja demokratiaa, ja nosti esiin hyviä uutisia Suomesta. Vuosi tarjosi mahdollisuuden ymmärtää mennyttä, tarkastella nykyhetkeä ja luoda suuntaa Suomen tulevaisuuteen.”
(VNK 2018, 5.)

Laajojen valtion kehitykseen ja arvoihin kytkeytyvien tavoitteiden rinnalla juhlavuoden haluttiin edistävän aikaisempaa osallistavampaa sekä tulevaisuuteen katsovaa ja sävyllään iloisempaa otetta itsenäisyyden juhlintaan. Tavoite oli, että juhlavuosi korostaisi

”kansalaisten osallisuutta ja osallistumista monipuolisesti ja kattavasti, olisi mukaansa tempaava, kokoava ja kansalaisia laajasti kiinnostava, edistäisi oppimista ja ymmärrystä tulevaisuuden haasteista, sisältäisi elämyksiä kaikille” (VNK 2013).

Juhlavuoden sihteeristön ja hallituksen jäsenien haastatteluista kävi ilmi, että ydintoimijoiden näkökulmasta suomalainen itsenäisyysjuhlinta näyttäytyi monin tavoin suuriin juhlallisuuksiin pohjautuvana, vakavamielisenä ja menneisyyteen katsovana. Haastattelu- jen perusteella perinteisen, arvokkaan ja historiaa painottavan itsenäisyyden juhlistami- sen rinnalle haluttiin juhluvuonna tuoda iloisuutta, avoimuutta ja tulevaisuuteen katsovaa näkökulmaa. Juhlavuoden sihteeristö pyrki mahdollistamaan uusia juhlimisen tapoja ja keskustelun sävyjä vakiintuneiden tapojen ja sävyjen rinnalle: tavoite oli tehdä 100-vuoti- sjuhlinnasta positiivisella tavalla avoimempaa, osallistavampaa, arkisempaa, kepeämpää ja tulevaisuuteen katsovampaa. Kantava ajatus ilon ja arvokkuuden yhdistämisestä sekä erilaisten teemojen yhteen nivomisesta juhluvuodessa tiivistyy esimerkiksi seuraavassa juhluvuoden sihteeristöön kuuluneen henkilön haastattelusitaatissa:

”lähdettiin hakemaan sitä lihaa [...] sen luun ympärille, että mitä se yhdessä tekemi- nen on ja mitä se ei ole, minkä näköinen se on, minkä tuoksuinen se on, minkälainen sen hahmo on, ja yksi sellainen ihan varhainen mielikuva, mikä [...] nauratti kauhe- asti oli, että sehän voi olla vaikka sotilas, kun me mietittiin koko ajan sitä toisen maa- ilmansodan perintöä. [...] mutta se sotilas tuleekin pulla suussa sieltä nurkan takaa.”
(Ydintoimijahaastattelut.)

Osa juhluvuoden sihteeristössä tai hallituksessa vaikuttaneista haastateltavista oli sitä mieltä, että juhluvuodessa jäi lopulta korostamatta useita sellaisia itsenäisyyteen ja sen juhlimiseen liittyviä perustavanlaatuisia teemoja, jotka olisivat olleet keskustelemisen ja esillä pitämisen arvoisia. Tällaisina teemoina mainittiin esimerkiksi valtiollisen itsenäisyy- den syntyprosessi, tunnustettujen kulttuurin merkkihenkilöiden merkityksen korostami- nen maakuvatyössä ja suomalaisen identiteetin rakentamisessa, demokratian perustan kunnossapitäminen ja sen uhkista keskustelu sekä keskustelu valtiollisen itsenäisyyden arvopohjasta. Nämä aiheet olivat periaatteessa esillä juhluvuoden valmistelutyössä, mutta ne eivät kaikkien haastateltavien mielestä saaneet riittävän keskeistä asemaa itse juhla- vuoden toteutuksessa.

Vaikka juhluvuoden kautta pyrittiin suuntautumaan tulevaisuuteen ja jossain määrin myös muuttamaan käsitystä itsenäisyyden juhlinnasta, korostuivat haastateltujen juhluvuoden sihteeristön ja hallituksen edustajien puheissa varsin vakiintuneet suomalaisuuteen liitetyt asiat ja aihepiirit. Ylipäätään historiatietoisuus näkyi lopulta varsin vahvasti juhluvuodessa ja sen ohjelmassa. Juhlavuoden hallituksen ja sihteeristön haastatteluissa suomalaisuu- teen liitettiin joko juhluvuoden sisällöissä tai juhluvuoden taustalla seuraavia asioita:

- luonto, metsä, puhtaus
- sotaisa kansakunnan selviytymiskertomus ja itsenäisyyteen keskeisesti liittyvä maanpuolustustahto
- kansakunnan menestys ja kasvukertomus
- kehittynyt infrastruktuuri
- konsensushakuisuus poliittisten erimielisyyksien keskelläkin
- kulttuuri
- hyvinvointi, hyvinvointivaltio
- demokratia, osallistava toimintatapa, kansalaisten itse tekemä juhla demokratian ilmentymänä
- arjen juhllisuus.

Tavoitteenasettelun lisäksi juhluvuoden ohjelmaan hyväksytyt hankkeet ja niiden kuvaukset valottavat juhluvuoden aikana konkreettisesti esillä olleita aiheita. Niiden kautta saadaan kuva siitä, mitä asioita ja miten juhlittiin tai käsiteltiin juhluvuonna, eli suomalaisuutta ja Suomen itsenäisyyttä juhlistaessa. Juhluvuoden ohjelmassa mukana olleiden hankkeiden ensisijaisten aiheiden kautta muodostuu kuva niistä aihepiireistä, joita ohjelmahankkeiden toteuttajat pitivät satavuotisjuhlissa tärkeinä.

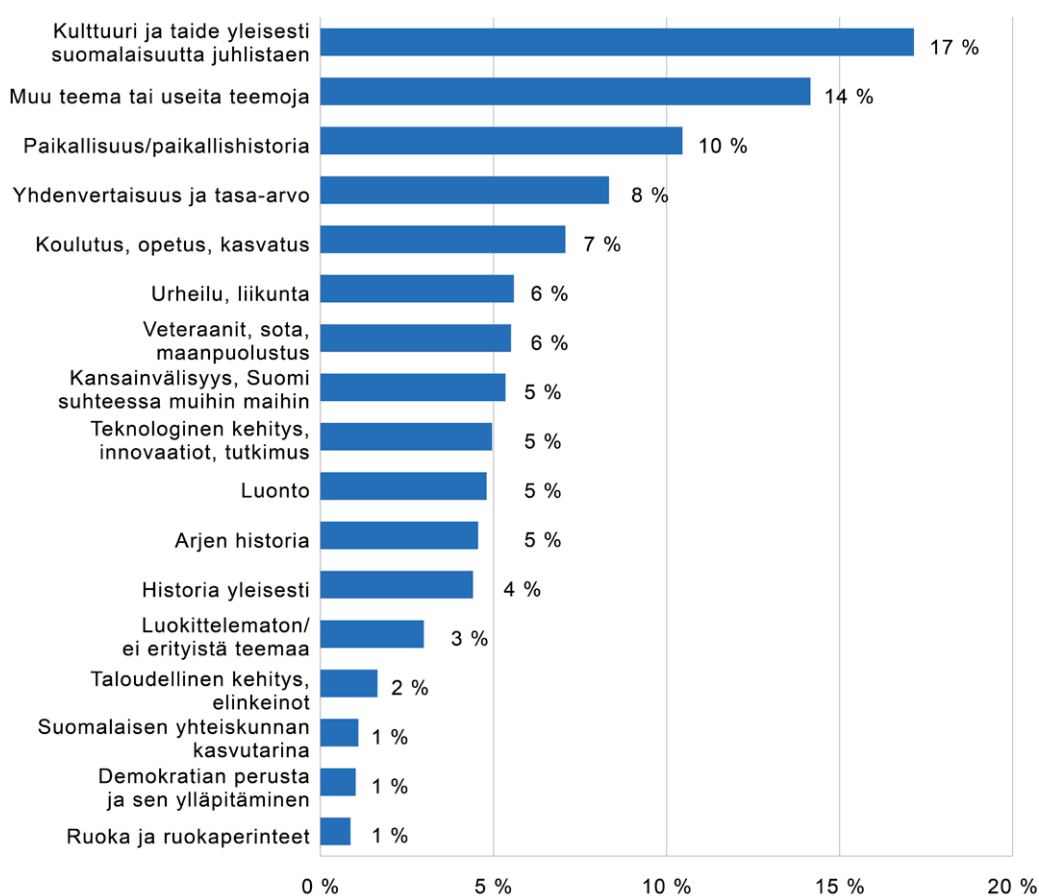
Useimmiten (17 %) juhluvuoden hankkeet edustivat yleisesti kulttuurin ja/tai taiteen piiriin luokiteltavaa toimintaa, jossa suomalaisuutta ja Suomen itsenäisyyttä käsiteltiin hyvin yleisellä tasolla tai juhluvuosi muodosti taustan tai syyn toiminnalle, joka olisi tapahtunut muutoinkin. Lukuisia teemoja yhdistäneitä ohjelmahankkeita oli varsin paljon (14 %). Loput hankkeista olivat sellaisia, joista voidaan nostaa esille jokin selkeä ”kärki” eli pääteema.

Paikallisuus tai paikallishistoria oli pääteema kymmenessä prosentissa ohjelmahankkeita. Kansallinen juhluvuosi oli näiltä osin ihmisten lähiympäristön ja paikallisuuden juhlistamista. Yhteiskunnalliset kysymykset nousivat myös merkittävällä tavalla esiin juhluvuonna yhdenvertaisuutta ja tasa-arvoa tavalla tai toisella käsittelevien hankkeiden (8 %) kautta. Koulutus, opetus ja kasvatusta olivat myös merkittävä teema (7 % hankkeista) ehkä osittain siksi, että paljon juhluvuoden toimintaa organisoitiin kouluissa ja oppilaitoksissa, joita varten sihteeristö laati myös erillisen Suomi 100 -oppaan yhteistyössä Opetushallituksen kanssa (ks. VNK 2018, 37).

Itsenäisyyden juhlinnassa tai laajemmin suomalaisessa kansallisessa identiteetissä ovat perinteisesti olleet keskeisesti mukana veteraanit ja maanpuolustus (vrt. Anttila 2007, 157–158; Oinonen ym. 2005, 17–20). Tätä taustaa vasten on kiinnostavaa, että juhluvuoden hankkeissa toisen maailmansodan perintöön ja maanpuolustukseen painottuneiden hankkeiden (5 %) rinnalle nousi vastaava määrä hankkeita, joissa pääteema oli yleisemmin Suomen historia (4 %) ja erityisesti arjen historia (5 %). Torjuntavoittojen rinnalle nousivat siis useiden hankkeiden arkisen työn ja vapaa-ajan aihepiirit itsenäisyyden vuosikymmeniltä.

Hankkeiden pääteemoihin kuului myös perinteisesti suomalaisina pidettyjä asioita ja vahvuuksia. Näitä olivat urheilu ja liikunta (6 % hankkeista) sekä viime vuosina maakuva-työssä viestinnän painopisteiksi asetetut vahvuudet, kuten teknologinen kehitys, innovaatiot ja tutkimus (5 % hankkeista).

Kuvio 1. Ohjelmahankkeiden pääteemat. Hankkeiden juhlavuoden loppukyselyssä kuvaaman toteutuneen toiminnan perusteella määritellyt hankkeiden ensisijaiset aiheet, osuus hankkeiden lukumäärästä. Lähde: Juhlavuoden ohjelmahankkeiden loppukysely (n=1 271).



Hankkeiden pääteemojen lukumäärien näkökulmasta jotkin aiheet olivat juhlavuoden tavoitteisiin ja odotuksiin nähden aliedustettuja. Luonto oli ensisijainen aihepiiri viidessä prosentissa hankkeita, mikä on vähän verrattuna siihen, miten keskeinen merkitys sille tyypillisesti annetaan suomalaista kansallista identiteettiä määriteltäessä. Juhlavuoden hankkeista varsin pieni osa (noin yksi prosentti) käsitteli juhlavuoden tavoitteenaseteluissa esillä ollutta painavaa teemaa eli demokraattisen yhteiskunnan perustaa. Toisaalta jälkimmäisen kaltaiset hankkeet saattavat olla tyypillisesti jonkin instituution järjestämiä yksittäisiä suuriakin ponnistuksia, eivätkä valtio-opilliset perustavanlaatuiset kysymykset

ole välttämättä luonteva osa-alue esimerkiksi talkoovoimin järjestetyssä kylä- tai kaupunginosajuhlissa. Demokratian perustasta keskusteltiin ja viestittiin esimerkiksi eduskunnan lukuisissa juhluvuoden tapahtumissa (VNK 2018, 62).

Juhluvuoden ohjelmassa mukana olleiden hankkeiden pääteemojen lukumäärä on vain yksi näkökulma eri teemojen näkyvyyteen juhluvuonna. Yksittäinen, mutta osallistujamääriltään ja/tai rahoitukseltaan suuri hanke saattoi olla kauaskantoinen ja näkyvä verrattuna lukuisiin pieniin hankkeisiin. Yksi esimerkki tällaisesta juhluvuoden ”massahankkeesta” on Yleisradion toteuttama Miljoona linnunpönttöä -hanke, jossa suomalaiset tekivät yli 1,3 miljoonaa linnunpönttöä (YLE 2021). Metsähallituksen koordinoimalla Luonnon päivät -hankkeella puolestaan kannustettiin kaikkia kansalaisia luonnossa liikkumiseen ja muun muassa perustettiin Suomeen uusi kansallispuisto Hossan alueelle (VNK 2018, 41; Metsähallitus 2021). Vaikka ruoka ja ruokaperinteet eivät erityisesti näkyneet hankkeiden pääteemojen lukumäärien perusteella juhluvuonna, ruoka oli silti merkittävä taustatekijä tai -teema suuressa osassa hankkeita. Esimerkiksi Suomalaisen ruokakulttuurin edistämistä ELO:n koordinoima, laajalti toimijoita verkottanut ja kansalaisia aktivoinut Syödään yhdessä -hanke oli muun muassa Illallinen taivaan alla -tempauksineen varsin näkyvä osa juhluvuotta (VNK 2018, 97).

Merkittävää on, että juhlinnan sävy ja avoin toimintatapa mahdollistivat ja toivat esille osana virallista juhluvuoden ohjelmaa suomalaisuuteen ja itsenäisyyteen liitettävien aiheiden moninaisuuden perinteisten itsenäisyyden aihepiirien rinnalla. Ohjelmahankkeiden kautta tarkasteltuna ei kuitenkaan tule esille juhluvuonna tapahtunut ”epävirallinen” juhlinta. Raporttikokonaisuutemme johdanto-osiossa toimme esille, miten vuonna 2017 tapahtui kolmenlaisia asioita: juhluvuoden ohjelmaan sisältyneet asiat, virallisen ohjelman ulkopuoliset itsenäisyyden juhlintaan liittyvät asiat sekä muut merkittävät tapahtumat vuonna 2017 (Ruokolainen ym. 2020, 29). Silti nimenomaan juhluvuoden ohjelmahankkeiden kautta tulee esille, miten juhluvuoden toiminnalla pyrittiin uudistamaan perinteisiä itsenäisyyden vieton sävyjä ja sisältöjä sekä tuomaan uutta vanhan rinnalle.

4.2 Juhliviin kansalaisten näkemyksiä suomalaisuudesta, juhluvuodesta ja itsenäisyyspäivästä

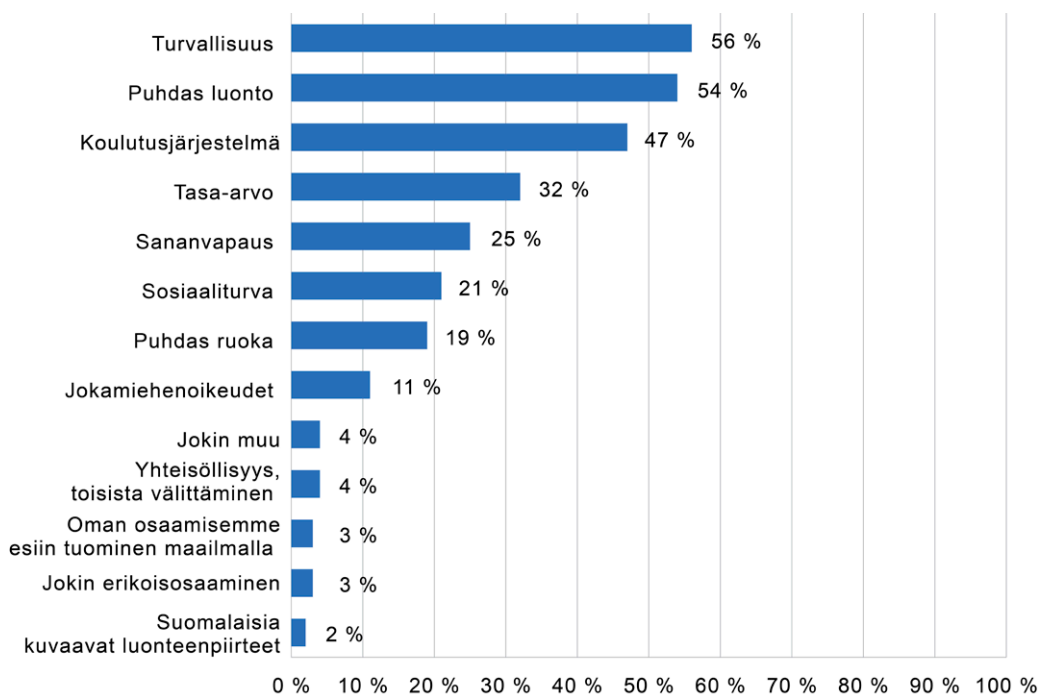
Kansalaisten näkemyksiä ja kokemuksia juhluvuodesta sekä laajemmin suomalaisuudesta voidaan käytettävissä olevan aineiston perusteella tarkastella useasta näkökulmasta: (1) juhluvuoteen kohdistettujen odotusten ja juhluvuotta varten tehdyn ”kansallisen itsereflektion” kautta, (2) varsinaisen juhluvuoden aikaisten kokemusten kautta sekä (3) juhluvuoden jälkeen koettujen vaikutusten kautta. Tarkastelussamme kansalaisten toiveet ja

kokemukset itsenäisyyspäivän vietosta ja itsenäisyyden juhlinnasta ovat varsin keskeisessä osassa, sillä niihin tiivistyy paljon suomalaisuuden ja itsenäisyyden juhlistamisesta.

Suomi 100 -juhlavuosi oli merkkipaalu, joka tarjosi mahdollisuuden pysähtymiseen ja kansalliseen itsereflektioon. Osana tätä reflektointia keväällä 2017 toteutetussa Tilastokeskuksen kansalaisbarometrin kyselyssä vastaajia pyydettiin kertomaan asioita, joista he ovat erityisen ylpeitä Suomessa. Vastaajille annettiin 12 kohtaa sisältävä valmis listaus, joka sisälsi esimerkiksi erilaisia suomalaisen yhteiskuntaan ja ihmisten ominaispiirteisiin liittyviä vaihtoehtoja. Lisäksi vastaajien oli mahdollista listata jokin muu erityistä ylpeyttä tuova asia. Vastaajat saattoivat valita korkeintaan kolme asiaa. (Kuvio 2.)

Selkeästi useimmin kolmen erityisesti ylpeyttä tuottavan asian joukossa olivat turvallisuus, jonka nosti ylpeydenaiheeksi yli puolet (56 %) kaikista vastaajista, puhdas luonto (54 %) sekä koulutusjärjestelmä (47 %). Harvimmoin vastaajat nostivat kolmen eritystä ylpeyttä tuottavien asioiden joukkoon suomalaisia kuvaavat luonteenpiirteet (2 %, vastausvaihtoehdossa esimerkkeinä luotettavuus, sisu ja rehellisyys), jonkin erikoisosaamisen (3 %, esimerkkeinä korkea teknologia, opetus, laivanrakennus ja hyvä hallinto) sekä oman osaamisen esiin tuomisen maailmalla (3 %). Myös yhteisöllisyys ja toisista välittäminen valittiin ylpeyttä aiheuttavien asioiden joukkoon harvoin (4 %). (Kuvio 2.)

Kuvio 2. Mistä asioista olet itse suomalaisena erityisen ylpeä? Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 3/2017 (n=1 098).



Yhteisöllisyys ja toisista välittäminen sekä oman osaamisen esille tuominen nousivat selkeästi useimmin asioiksi, joissa kansalaisbarometrin vastaajat kokivat tarvetta kehittämiseksi⁴. Lähes puolet vastaajista koki, että voisimme olla parempia yhteisöllisyydessä (46 %) ja oman osaamisen esille tuomisessa (45 %). Juhlavuoden yhdessä-teema sekä juhluvuosi maakuvatyön jatkumona voidaan nähdä pyrkimyksinä vaikuttaa juuri näihin kehittämiskohteisiin.

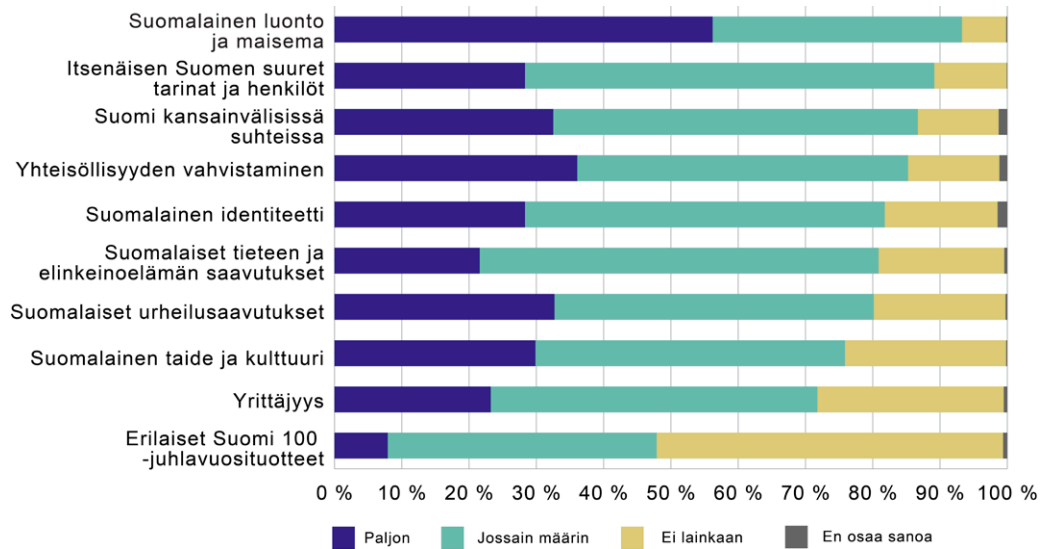
Suomalaisten ylpeydenaiheet vuonna 2017 vastasivat aiempien tutkimusten tuloksia suomalaisten arvostamista asioista. Luonto ja koulutusjärjestelmä ovat asioita, jotka ovat nousseet suomalaisten arvostamina asioina esiin myös aikaisemmissa suomalaista identiteettiä ja suomalaisuutta tarkastelevissa tutkimuksissa (esim. Haikonen & Kiljunen 2003, 209–211). Ne ovat myös suomalaisen maakuvatyön kivijalkoja (Finland Promotion Board 2017). Myös turvallisuus on aikaisemmissa tutkimuksissa todettu suomalaisuutta määrittäväksi tekijäksi. Turvallisuuteen linkittyviä suomalaisten arvostamia asioita ovat muun muassa keskinäinen luottamus, maanpuolustus sekä pysyvyys muutoksen sijaan. Turvallisuuden sijoittuminen vahvasti ylpeyttä aiheuttavien asioiden kärkeen voi osaltaan myös heijastaa vuoden 2017 alun tilannetta, jossa maailmanpoliittisen tilanteen yleinen epävakaus ja epävarmuus sekä Lähi-idästä, Afrikasta ja Etelä-Aasiasta Eurooppaan pyrkivien turvapaikanhakijoiden lukumäärän nopea kasvu vuosina 2014 ja 2015 saattoi aiheuttaa huolta.

Suomalaisia juhluvuoden ohjelmassa kiinnostaneet aiheet ja teemat konkretisoivat sitä, mitä kansalaiset halusivat juhluvuoden yhteydessä liittää osaksi suomalaisuutta. Suositut aiheet vastasivat monissa aiemmissa tutkimuksissa suomalaisuuteen liitettyjä teemoja. Suomalainen luonto ja maisema kiinnostivat kansalaisia juhluvuoden ohjelmassa selkeästi eniten (kuvio 3.). Luonto ja maisema aiheena kiinnosti yli puolta vastaajista paljon ja lähes kaikkia (93 %) vähintään jonkin verran. Myös itsenäisen Suomen suuret tarinat ja henkilöt nähtiin kiinnostavana ohjelma-aiheena.

Lähes kaikki kansalaisbarometrissä listatut kymmenen aihetta kiinnostivat selkeää enemmistöä vastaajista ainakin jonkin verran. Reilua kolmannesta vastaajista kiinnostivat paljon yhteisöllisyyden vahvistamiseen liittyvät aiheet, kolmannesta Suomi kansainvälisissä suhteissa sekä suomalaiset urheilusaavutukset. Vajaa kolmannes vastaajista oli erityisen kiinnostunut suomalaisesta taide- ja kulttuuriohjelmasta sekä suomalaisesta identiteetistä. Selkeästi vähiten juhluvuoden ohjelmassa kiinnostavana aiheina vastaajat näkivät erilaiset Suomi 100 -juhlavuosituotteet, joita piti ainakin jossain määrin kiinnostavina vain hieman alle puolet vastaajista.

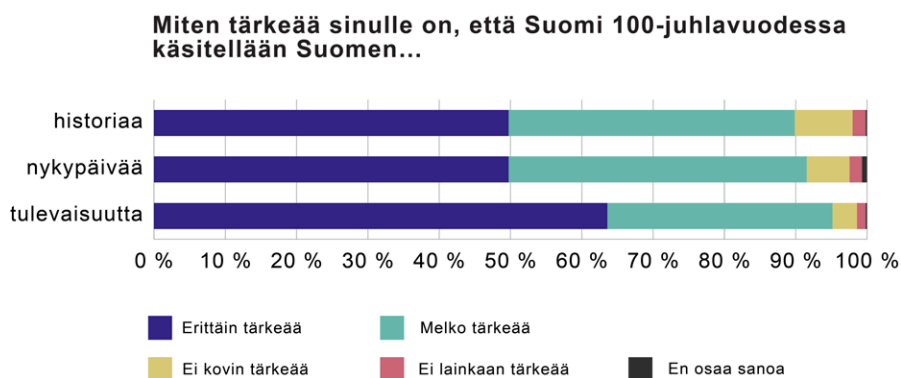
⁴ Lähde: Kansalaisbarometri 3/2017, kysymys 19. Missä voisimme olla vielä parempia? Valitse enintään kolme asiaa.

Kuvio 3. Kansalaisia Suomi 100 -juhlavuoden ohjelmassa kiinnostaneet aiheet. Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 3/2017 (n=1 098).



Katseen suuntaaminen historian rinnalla vahvemmin nykyhetkeen ja tulevaisuuteen oli yksi juhlavuoden tavoitteista. Toiveet tulevaisuuden tarkastelun tärkeydestä juhlavuoden aikana nousivat esiin jo syksyllä 2015 toteutetun Tilastokeskuksen kansalaisbarometrikyselyn tuloksissa. Kyselyn vastauksissa Suomen tulevaisuuden tarkastelua Suomi 100 -juhlavuodessa piti erittäin tärkeänä 64 prosenttia ja melko tärkeänä 32 prosenttia vastaajista. Suomen nykypäivän ja historian tarkastelua pidettiin lähes yhtä tärkeinä aiheina: niitä piti erittäin tärkeänä puolet vastaajista ja melko tärkeänä noin 40 prosenttia vastaajista. (Kuvio 4.)

Kuvio 4. Kansalaisten näkemykset historian, nykypäivän ja tulevaisuuden käsittelyn tärkeydestä Suomi 100-juhlavuodessa. Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 9/2015 (n=1 134).



Yksi juhluvuoden päämäärä oli mahdollistaa uusia itsenäisyyden juhlimisen tapoja tai sävyjä vakiintuneiden tapojen ja sävyjen rinnalla. Keskeisinä pyrkimyksinä oli tuoda juhlintaan lisää iloa ja kääntää katsetta enemmän kohti tulevaisuutta. Itsenäisyyspäivän asema on tähän liittyen keskeinen tarkastelukohde, sillä siihen tiivistyy paljon suomalaisen identiteettiin ja sen juhlistamiseen kuuluvaa. Juhlavuoden sihteeristön ja hallituksen edustajien haastatteluista kävi ilmi, että juhluvuoden järjestäjätahot eivät halunneet radikaalisti muuttaa itsenäisyyspäivän viettoa, mutta ideoivat tapahtumia, joilla ikään kuin ehdotettiin uusia tapoja ja sävyjä itsenäisyyden juhlinnan kaanoniin. Itsenäisyyspäivää edelsi ”Suomen syntymäpäiväviikko” monine tapahtumineen, ja itsenäisyyspäivän aatto nostettiin esiin ajankohtana kevyemmälle yhteiselle juhlinnalle (VNK 2018, 57–58).

Itsenäisyyspäivä on suomalaisille tärkeä juhlapäivä. Tilastokeskuksen syyskuussa 2017 toteutetun kansalaisbarometrin vastaajista selkeä enemmistö (71 %) sijoitti itsenäisyyspäivän kolmen tärkeimmän juhlan joukkoon. Tärkein juhla itsenäisyyspäivä oli neljännekselle vastaajista. Joulukuussa on kuitenkin selkeästi tärkein juhla suomalaisille: sen sijoittivat kolmen tärkeimmän juhlan joukkoon lähes kaikki (91 %) vastaajat ja tärkeimmäksi yli puolet (62 %) vastaajista.⁵ Valtaosa kansalaisista aikoi myös viettää Suomen satavuotispäivää: kolme neljäsosaa kansalaisbarometrin vastaajista aikoi viettää päivää jollain tavalla.⁶

Itsenäisyyden juhlinta herättää kansalaisbarometrin vastausten mukaan monenlaisia tunteita. Suurin osa vastaajista koki itsenäisyyspäivän juhlinnan herättävän ylpeyttä omasta kotimaasta (92 %), iloa ja onnellisuutta (88 %), yhteenkuuluvuuden tunnetta (85 %), kiinnostusta historiaan (83 %) sekä halua olla yhdessä muiden kanssa (77 %).⁷

Keväällä 2017 toteutetun kansalaisbarometrikyselyn vastausten perusteella selkeä enemmistö kansalaisista halusi juhlia 100-vuotispäivää niillä tavoilla, joilla itsenäisyyspäivää on Suomessa totuttu viettämään (kuviokuva 5). Yli 80 prosenttia vastaajista halusi juhlia Suomen satavuotispäivää oman lähipiirin kanssa ja seuraamalla TV:stä perinteistä itsenäisyyspäivän tasavallan presidentin vastaanottoa. Uusia juhlinnan tapoja heijasti, että noin puolet vastaajista oli kiinnostunut juhlistamaan itsenäisyyspäivää iloisella juhlaillalla jo itsenäisyyspäivän aattona.

5 Tilastokeskus, kansalaisbarometri 9/2017, kysymys 14. Aseta seuraavat vuotuiset juhlat tärkeysjärjestykseen tärkeimmästä vähiten tärkeään: joulukuus, pääsiäinen, vappu, juhannus, itsenäisyyspäivä.

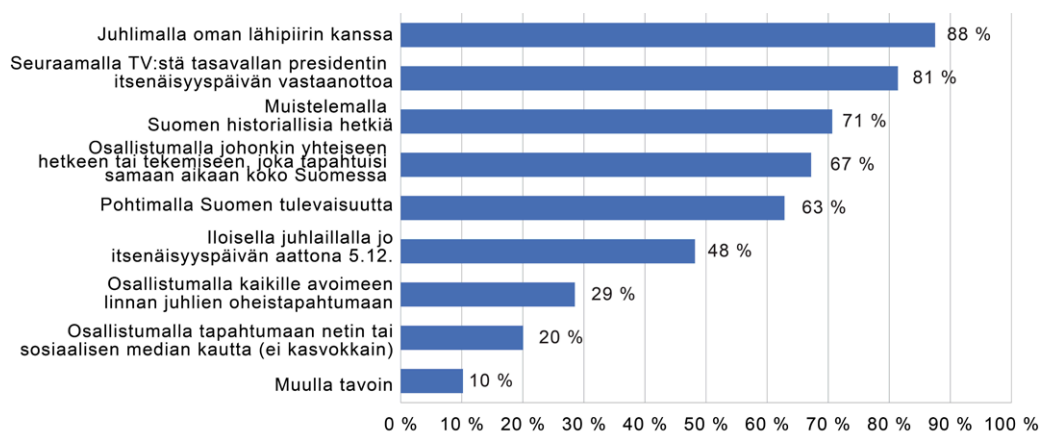
6 Tilastokeskus, kansalaisbarometri 9/2017, kysymys 15. Itsenäinen Suomi täyttää sata vuotta 6. joulukuuta 2017. Aiotko itse viettää jollain tavalla tuota päivää? (Kyllä – ei.)

7 Tilastokeskus, kansalaisbarometri 9/2017, kysymys 16. Mitä tunteita itsenäisyyspäivän juhlinta sinussa herättää? Valitse seuraavista vaihtoehdoista korkeintaan kolme itsellesi merkityksellisintä.

Kansalaisbarometrissa listatuista kahdeksasta juhlimisen tavasta vähiten kiinnostusta herättivät osallistuminen tapahtumaan netin tai sosiaalisen median kautta tai osallistuminen kaikille avoimeen Linnan juhlien oheistapahtumaan. Verkko-osallistumisessa nousi kuitenkin esiin ikäryhmien välisiä eroja. Nuorimmista (15–24 vuotta) 42 prosenttia halusi juhlia osallistumalla tapahtumaan netin tai sosiaalisen median kautta. Vastaava osuus oli 45–54-vuotiaiden joukossa 20 prosenttia ja vanhimpien eli 75–85-vuotiaiden vastaajien joukossa vain kolme prosenttia.

Satavuotiaan Suomen itsenäisyyspäivän vietto ja sen herättämät ajatukset vastasivat monin osin kansalaisten juhlintaa koskeneita toiveita. Neljännes vastaajista (24 %) kertoi juhlineensa uudella tavalla (kuvio 6.).

Kuvio 5. Millä tavalla haluaisit juhlia päivää, jolloin itsenäinen Suomi täyttää sata vuotta? Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 3/2017 (n=1098).

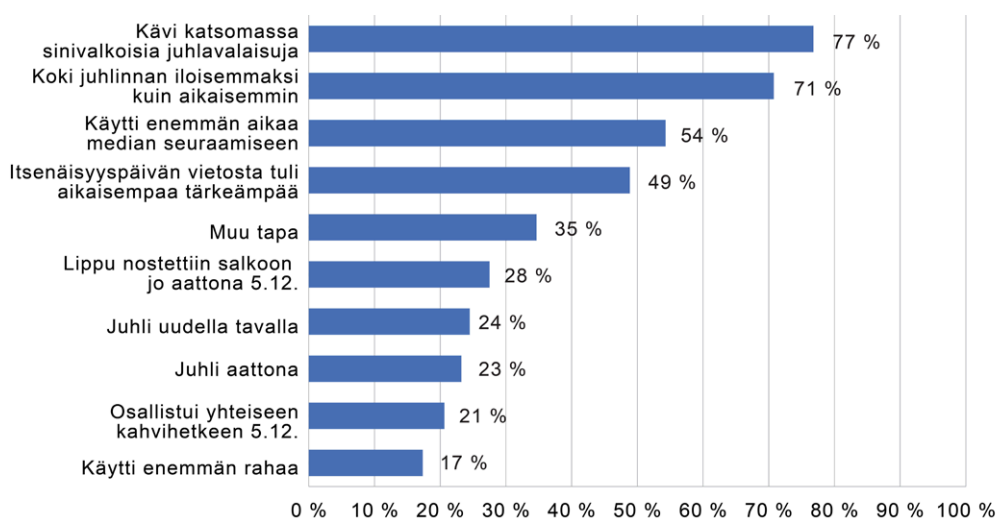


Selkeä enemmistö (77 %) kansalaisbarometrin vastaajista kävi juhluvuoden itsenäisyyspäivänä katsomassa sinivalkeisia juhlaohjelmia ulkona, kaupungilla tai mediassa (kuvio 6). Useimmat (71 %) kokivat juhlinnan aiempaa iloisempana. Median seuraamiseen käytti aiempaa enemmän aikaa hieman yli puolet vastaajista. Esimerkiksi Twitterissä keskustelu Suomi 100 -aihetunnisteilla kohosi huippuunsa itsenäisyyspäivän läheisyydessä ja Linnan juhlat olivat kaikkein selkeimmin kytköksissä itsenäisyyspäivän viettoon (Elo & Hatakka 2018, 12). Noin puolet kansalaisbarometrin vastaajista koki, että itsenäisyyspäivän vietosta tuli heille tärkeämpää kuin aikaisemmin.

Sen sijaan juhluvuoden pyrkimys laajentaa Suomen lipun käyttöä ja juhlintaa myös aaton puolelle ei kansalaisbarometrin kyselyn perusteella saanut juhluvuonna kovin laajaa osallistumista. Reilussa neljänneksessä (28 %) kodeista tai taloyhtiöistä oli nostettu lippu

salkoon jo aattona. Vajaa neljännes (23 %) oli juhlistanut itsenäisyyttä aattona ja viidennes (21 %) oli osallistunut aattona järjestettyyn kahvihetkeen. (Kuvio 6.)

Kuvio 6. Miten vietit juhluvuoden itsenäisyyspäivää ja millaisia ajatuksia se herätti? Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 2/2018 (n=1 093).



Kansalaisten näkemykset suomalaisuudesta, itsenäisyydestä ja niiden juhlistamisesta ovat varsin pysyviä (vrt. esim. Haikonen & Kiljunen 2003; Pitkänen & Westinen 2018b, 10–12; Oinonen ym. 2005), eikä Suomi 100 tuonut tältä osin suuria tai konkreettisia muutoksia. Kansalaisten toiveet juhluvuodelle ennen sen käynnistymistä ja näiden toiveiden ilmentävät asiat suomalaisuudesta olivat varsin hyvin linjassa sen kanssa, mitä aikaisemmissa suomalaista identiteettiä määrittävissä selvityksissä on todettu. Juhlavuoden aikana kartoitetut kansalaisten käsitykset suomalaisen identiteetin kannalta keskeisistä ylpeydenaiheista eivät ylipäätään poikenneet merkittävästi aikaisempien selvitysten ja tutkimusten esille nostamista teemoista.

Itsenäisyyspäivän asema koettiin heti juhluvuoden jälkeen edelleen keskeisenä osana itsenäisyyden juhlintaa. Juhlinta ei kokenut suurta muutosta: vain noin neljännes juhli jollain uudella tavalla tai juhli aattona. Juhlavuodella oli kuitenkin jonkinasteinen herätelijän rooli: pyrkimys juhlinnan iloiseen sävyyn ei aineiston perusteella jäänyt kansalaisilta huomaamatta eikä omaksumatta, mikä saattaa olla keskeistä juhluvuoden pitempiaikaisia vaikutuksia tarkastellessa.

4.3 Muistijälki juhluvuodesta: itsenäisyyden juhlinta ja suomalaisuus

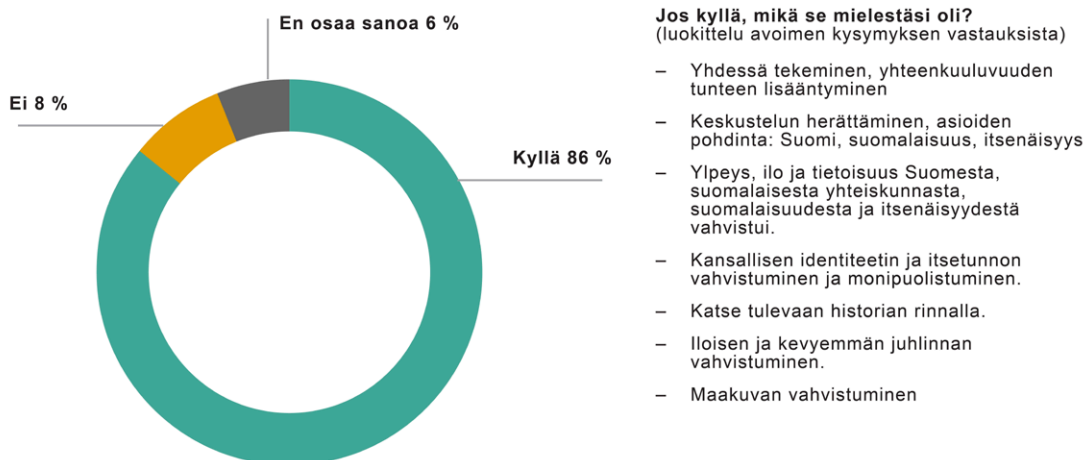
Tässä luvussa siirrytään juhlinnan välittömistä kokemuksista juhluvuoden mahdollisiin laajempiin ja pitkäkestoisempiin vaikutuksiin. Etenemme itsenäisyyden juhlinnan ja sen tapojen mahdollisista muutoksista laajempiin suomalaisuuden ja suomalaisen yhteiskunnan kokemisen muutoksiin. Tarkastelemme seuraavassa vaikutuksia pian juhluvuoden jälkeen koottujen aineistojen kautta sekä tuoreen, syksyllä 2020 toteutetun juhluvuoden kokemuksia keränneen kansalaiskyselyn kautta.

Haastatellut sidosryhmät näkivät juhluvuodella laajempia vaikutuksia

Pian juhluvuoden jälkeen toteutetuissa sidosryhmähaastatteluissa kysyttiin, kokivatko haastateltavat juhluvuoden antaneen Suomelle jotakin erityistä tai juhluvuodella olleen jotakin syvempää tai laajempaa vaikutusta. Vastausten perusteella voidaan tarkastella myös vaikutuksia kansalliseen identiteettiin. Valtaosa (86 %) 84 haastatellusta vastasi kysymyksen mahdollisista laajemmista vaikutuksista myönteisesti. (Kuvio 7.) Muutama haastateltava sen sijaan koki juhluvuoden jääneen kertaluonteiseksi ”hypetykseksi” tai ”bileiksi” ja että juhluvuodella ei ollut laajempia tai pysyvämpiä vaikutuksia.

Kuvio 7. Sidoryhmien näkemyksiä juhluvuoden vaikutuksista. Lähde: Juhluvuoden sidoryhmähaastattelut 2018 (n=84).

Antoiko juhluvuosi mielestäsi Suomelle jotain erityistä?
Oliko juhluvuodella jokin syvempi tai laajempi vaikutus?



Sidosryhmähaastattelujen mukaan erityisesti juhlavuoden yhdessä-teema sekä yhdessä tekeminen ja kokeminen loivat pohjaa laajemmille ja pysyvimmille vaikutuksille sekä vahvistivat yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Melko useassa haastatteluvastauksessa tuotiin esiin, kuinka juhlavuosi nosti keskusteluun ja pysäytti pohtimaan Suomea ja suomalaisuutta sekä vaikutti kuvaan suomalaisuudesta. Haastateltujen mukaan juhlavuosi toi esiin ja vahvisti tietoisuutta historiasta, mutta käänsi katseet myös nykypäivään ja tulevaisuuteen. Tätä kautta vahvistui erään haastatellun mukaan ajatus siitä, että ”itsenäisyys on paljon muutakin kuin menneet sodat”. Suomen kehitys hyvinvointivaltioksi sekä ylpeys suomalaisesta yhteiskunnasta, suomalaisuudesta ja itsenäisyydestä koettiin haastatteluissa asioina, joita juhlavuosi nosti esiin ja vahvisti. Vanhojen aiheiden lisäksi juhlavuosi toi esiin myös uusia tarinoita, erään vastaajan mukaan ”-- vahvasti positiivista narratiivia suomalaisuudesta”. Tämä mahdollisti esimerkiksi kansallisen itsetunnon kasvua sekä kansallisen identiteetin kehittymistä ja monipuolistumista.

Haastatteluvastauksissa juhlavuoden antina nähtiin myös ilon ja kevyemmän juhlimisen tapojen liittäminen perinteisen ”pönötyksen” rinnalle.

*”Antoi iloisen juhlimisen mallin. Juhlinnassa nykypäivä ja tulevaisuus olivat fokus-
sessa - ei niinkään katsottu taaksepäin ja muisteltu sotia. Vuosi oli arvokas ja juhlava,
mutta silti iloinen.” (Sidosryhmähaastattelu.)*

Kansalaisille juhlavuosi ei tarkoittanut suuria muutoksia

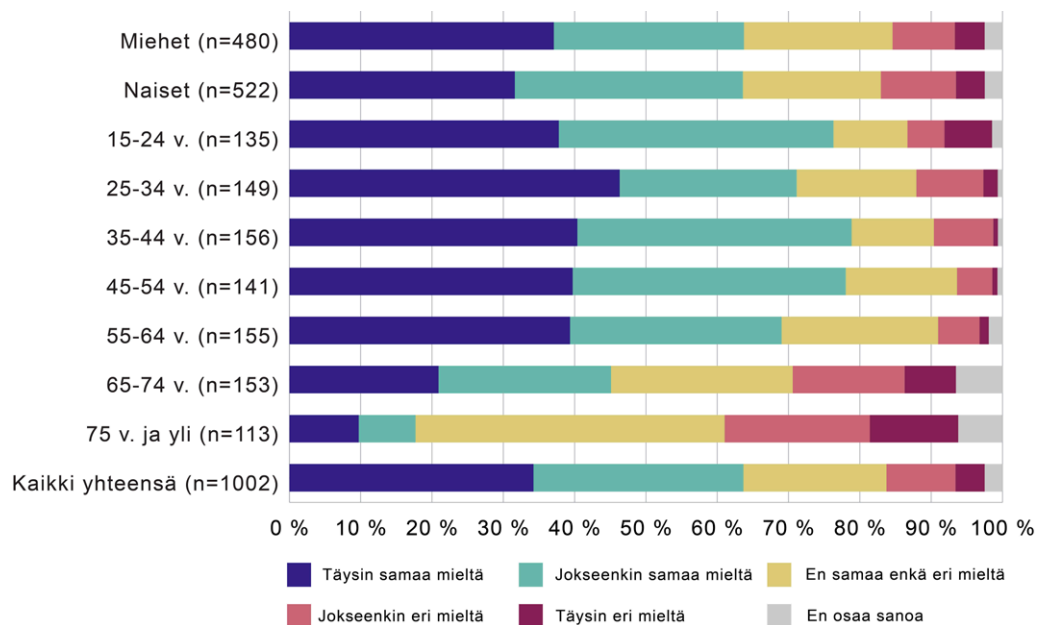
Kansalaisykselyn vastausten mukaan Suomi 100 -juhlavuodesta useimmin mieleen jääneet asiat tai tapahtumat olivat Linnan juhlat, sinivalkoinen teema, itsenäisyyspäivän ilotulitus sekä Suomi 100 -juhlavuosituotteet (kuvio 8.). Juhlavuoden jättämiin muistijälkiin kuuluivat siten toisaalta itsenäisyyspäivään ja suomalaisuuteen vakiintuneesti liitetyt asiat (Linnan juhlat, sinivalkoisuus), toisaalta taas uudet itsenäisyyspäivään liitetyt tapahtumat ja asiat (ilotulitus, juhlavuosituotteet). Myös juhlavuoden aluekoordinaattoreiden haastatteluissa nousi esiin, että Suomi 100 -juhlavuodesta jäivät vahvasti mieleen esimerkiksi sinivalkoinen teema ja rakennusten valaiseminen sinivalkoisiksi. (ks. myös Luonila ym. 2020.)

Kansalaisten kokemukset juhlavuonna eivät kuitenkaan näytä saaneen aikaan pidempikeskitoisia vaikutuksia. Enemmistö (64 %) syksyllä 2020 toteutetun kansalaisykselyn vastaajista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että omat kokemukset juhlavuodesta eivät nykyisin erityisemmin näy heidän elämässään (kuvio 9). Taustamuuttujien valossa eri vastajaryhmien näkemyksissä ei ollut huomattavia eroja. Ikäryhmistä 65-vuotiaat ja sitä vanhimmat kokivat kuitenkin hieman muita ikäryhmiä useammin, että Suomi 100 -juhlavuoden kokemukset näkyvät jollain tapaa omassa elämässä myös kolme vuotta juhlavuoden jälkeen. Yli 75-vuotiaista ainoastaan vajaa viidennes (18 %) oli samaa mieltä väittämän kanssa.

Kuvio 8. Mainitse kolme asiaa tai tapahtumaa, jotka ovat jääneet mieleen Suomi 100 -juhlavuodesta. Lähde: Kansalaiskysely 2020 (n=1002).



Kuvio 9. Kansalaiskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: omat kokemukseni juhlavuodesta eivät erityisemmin näy nykyisin elämässäni. Lähde: Kansalaiskysely 2020.



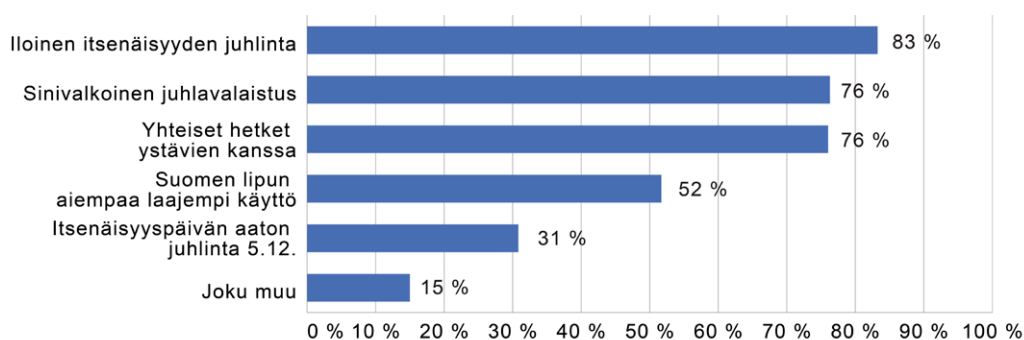
Juhlavuosi ei muuttanut itsenäisyyden juhlintaa

Heti vuoden 2018 alussa toteutetun Tilastokeskuksen kansalaisbarometrikyselyn vastausten mukaan Suomi 100 -juhlavuonna itsenäisyyttä juhlittiin osin uusilla tavoilla. Vastaajista 40 prosenttia koki juhlavuoden tuoneen jonkin verran ja neljä prosenttia juhlavuoden tuoneen paljon uusia tapoja juhlia itsenäisyyttä. Useimmin näin kokivat 45–54-vuotiaat ja korkeakoulutetut. Suurempi osuus vastaajista (48 %) kuitenkin näki, että juhlavuosi ei tuonut lainkaan uusia tapoja juhlia itsenäisyyttä.⁸

Heti juhlavuoden jälkeen kansalaisbarometrikyselyn vastaajat toivoivat, että etenkin iloinen itsenäisyyden juhlinta (83 %), sinivalkoinen juhlavalaistus (76 %) sekä ystävien kanssa yhteiset hetket (76 %) muodostuisivat perinteeksi tai vahvistuisivat itsenäisyyspäivän vietossa (Kuvio 10.). Suomen lipun laajemman käytön toivoi vahvistuvan noin puolet vastaajista. Tulevaisuudessa toivottiin enemmän yhteisöllisiä tapahtumia ja kaikille kansalaisille järjestettyjä juhlia ja tilaisuuksia kaikkialle maahan sekä useamman ”tavallisen kansalaisen” kutsumista Linnan juhliin. Myös lasten ja nuorten mukaan ottamista juhlintaan ja erityisesti heille järjestettyjä juhlia kaivattiin. Historia osana itsenäisyyspäivän viettoa jakoi mielipiteitä: osa vastaajista kaipasi historiatiedon levittämistä sekä veteraanien ja sankarivainajien muistamista, osa taas toivoi vähemmän painotusta sotahistoriaan. Juhlomiselta kaivattiin arvokkuutta ja kunnioitusta, mutta myös iloa. Taiteen ja kulttuurin laajempaa esille tuomista ja esimerkiksi konserttien järjestämistä kaivattiin.

Kuvio 10. Minkä seuraavista toivot muodostuvan perinteeksi tai vahvistuvan itsenäisyyspäivän vietossa?

Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 2/2018 (n=1093).

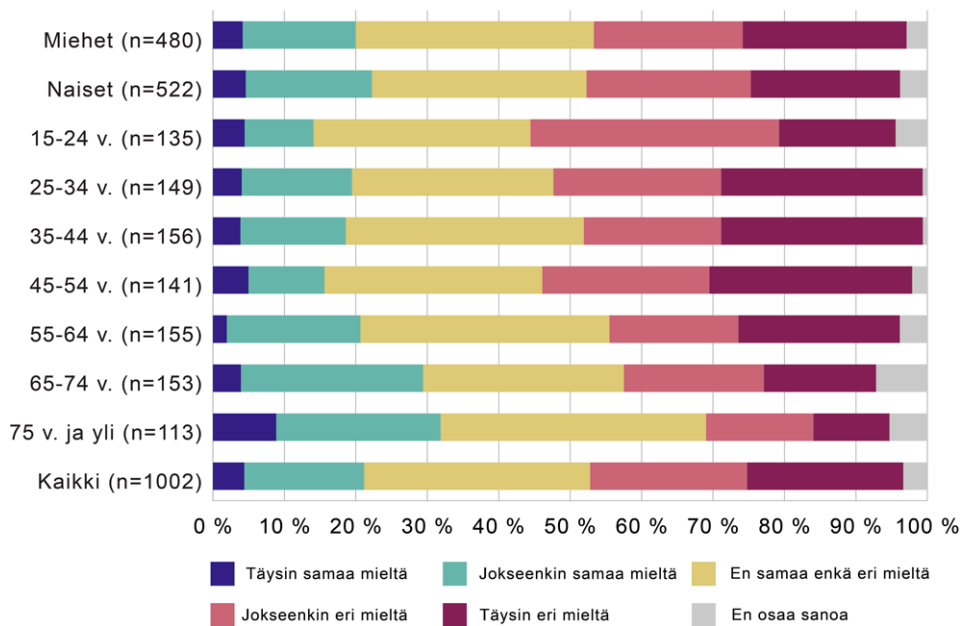


⁸ Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 2/2018, kysymys 13. Toiko juhlavuosi uusia tapoja juhlia itsenäisyyttä Suomessa? (Paljon, Jossain määrin, Ei lainkaan, EOS.)

Syksyllä 2020 toteutetun kansalaiskyselyn perusteella Suomi 100 -juhlavuoden juhlinnalla ei näytä olleen pitkäkestoisempaa vaikutusta tapaan, jolla itsenäisyyttä juhlitaan kolme vuotta juhlavuoden päättymisestä. Vain noin viidennes vastaajista kertoi omien kokemustensa juhlavuodesta vaikuttavan tapaan, jolla he juhlivat itsenäisyyttä nykyisin. Keskimääräistä useammin näin kokivat yli 65-vuotiaat, harvimmoin puolestaan 15–24-vuotiaat vastaajat. (Kuvio 11.)

Taajaan asutuissa (29 %) ja maaseutumaisissa kunnissa (28 %) asuvat kokivat kaupunkimaisissa kunnissa asuvia (19 %) useammin, että omat kokemukset juhlavuodesta vaikuttavat edelleen tapaan juhlaa itsenäisyyttä. Kokemuksissa ei ollut merkittäviä eroja eri puolilla Suomea.

Kuvio 11. Kansalaiskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: omat kokemukseni juhlavuodesta vaikuttavat tapaan, jolla juhlin itsenäisyyttä nykyisin. Lähde: Kansalaiskysely 2020.

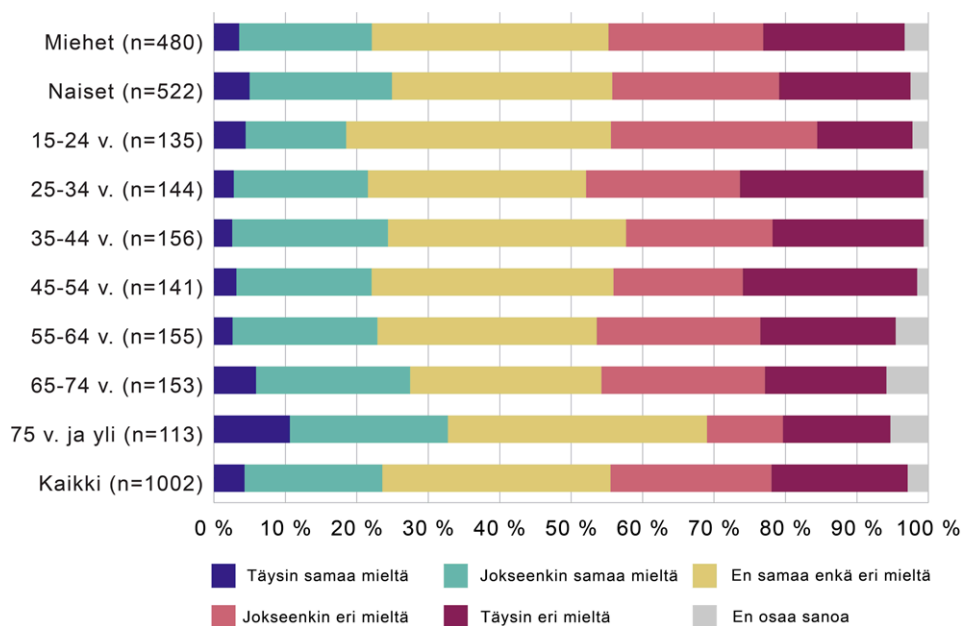


Vaikutukset kokemuksiin suomalaisuudesta ja suomalaisesta yhteiskunnasta

Lähestymme juhlavuoden vaikutuksia kokemukseen suomalaisuudesta ja suomalaisesta yhteiskunnasta kahdella tavalla. Ensimmäisessä kansalaisten henkilökohtaisessa, yksilön näkökulmaa suomalaisuuteen. Tässä näkökulmassa on kyse siitä, miten yksilö kiinnittyy osaksi kansakuntaa. Tämän jälkeen tarkastelemme, millaisena suomalainen yhteiskunta ja sen ominaisuudet kokonaisuutena koetaan. Noudatamme näin kansallisen identiteetin käsitteen määrittelyä, jossa tehdään jako yksilölliseen ja kollektiiviseen näkökulmaan (esim. Anttila 2007; Saukkonen 2004).

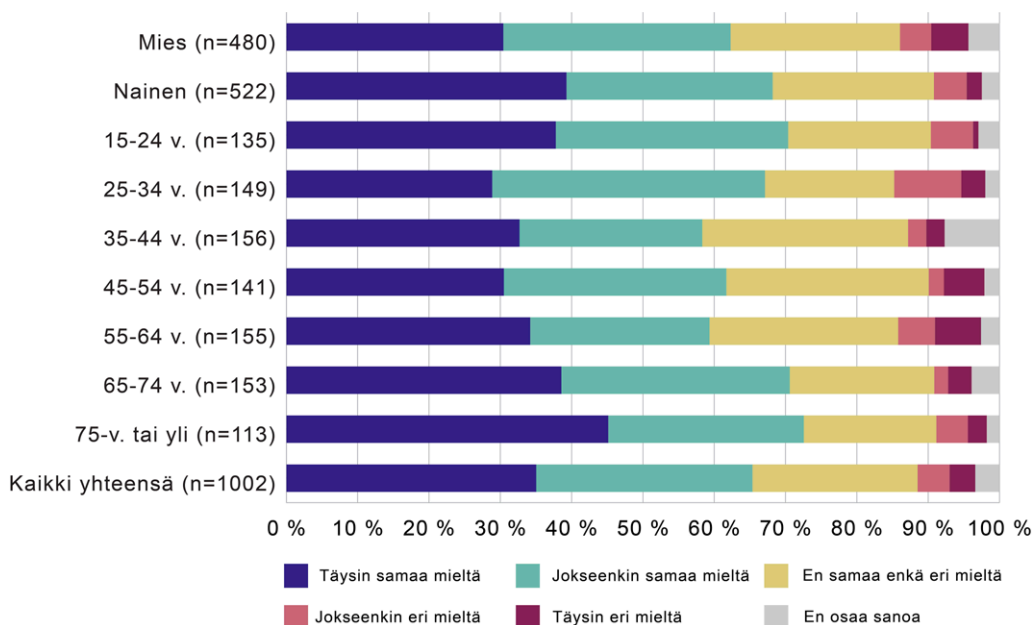
Vuonna 2020 toteutetun kansaliskyselyn vastausten perusteella kokemukset juhluvuo-
 desta eivät juuri muuttaneet kansalaisten näkemystä suomalaisuudesta. Ainoastaan alle
 neljännes (23 %) kaikista vastaajista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä väitteestä, että
 juhluvuo-
 den kokemusten myötä suomalaisuus nähdään eri tavalla kuin aiemmin. Kaikista
 vastaajista 42 prosenttia oli väitteestä täysin tai jokseenkin eri mieltä, kolmannes (33 %)
 ei ollut samaa eikä eri mieltä. Vastaajaryhmistä 75-vuotiaiden ja sitä vanhempien vasta-
 ukset poikkesivat muista siten, että tässä vastaajaryhmässä väitteestä eri mieltä olleiden
 osuus oli pienempi kuin muissa vastaajaryhmissä (kuvio 12). Vastauksissa ei ollut merkittä-
 västi eroa sukupuolten välillä. Alueellinen tarkastelu osoitti pieniä eroja. Noin kolman-
 nes taajaan asutuissa (30 %) ja maaseutumaisissa kunnissa (33 %) asuvista vastaajista oli
 väitteestä vähintään jokseenkin samaa mieltä. Kaupunkimaisista kunnissa asuvista samaa
 mieltä oli viidennes (22 %) vastaajista.

Kuvio 12. Kansaliskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: omat kokemukseni juhluvuo-
 desta vaikuttavat siihen, että näen suomalaisuuden eri tavalla kuin aiemmin. Lähde: Kansaliskysely 2020.



Valtaosa kansaliskyselyn vastaajista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että Suomi
 100 -juhluvuo-
 den kokemusten perusteella suomalaisuus tuntuu omalta. 75-vuotiaiden
 ja vanhempien ikäryhmässä oli suurin osuus niitä, joiden mukaan suomalaisuus tuntuu
 omalta (72 % oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä), kun taas 35–44-vuotiaissa vastaava
 osuus oli pienin (59 %). Vastauksissa ei ollut merkittävää eroa sukupuolten välillä. (Kuvio
 13.) Juhluvuo-
 den avoimen ja kaikkia mukaan kutsuvan otteen vaikutus saattaa heijastua
 monien kokemukseen siitä, että suomalaisuus tuntuu omalta: periaatteessa jokainen "suo-
 malainen tai Suomen ystävä" kutsuttiin mukaan juhlintaan (vrt. VNK 2018, 7).

Kuvio 13. Kansaliskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: Suomi 100 -juhlavuoden kokemusten perusteella suomalaisuus tuntuu omalta. Lähde: Kansaliskysely 2020.

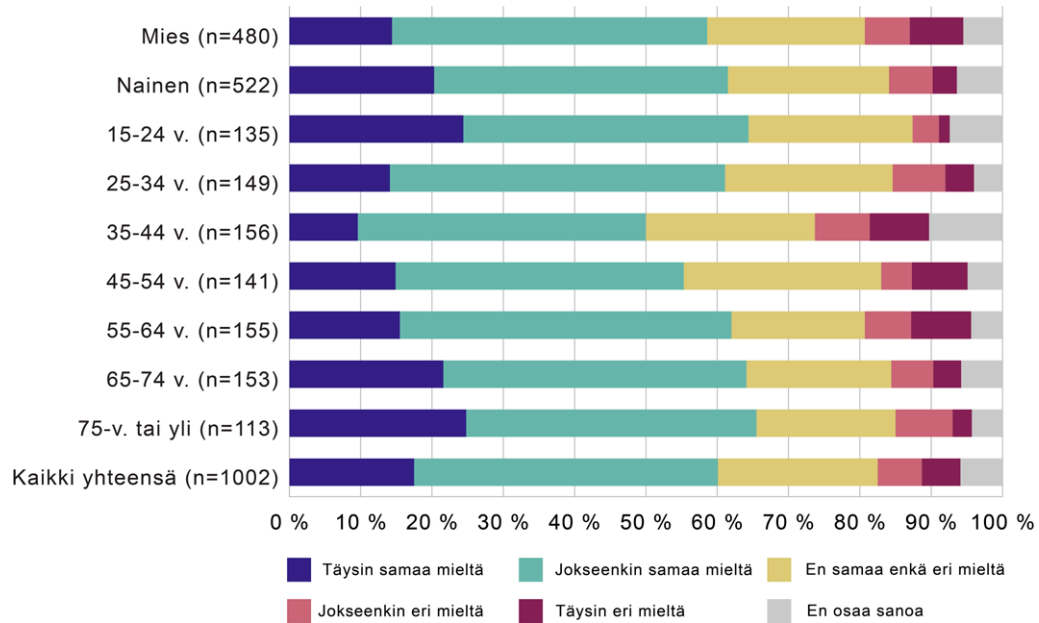


Henkilökohtaisella tasolla ilmenevien suomalaisuuteen kohdistuvien tuntemusten lisäksi voidaan tarkastella laajemmin sitä, millaisia jälkiä juhlavuosi jätti kollektiiviseen tajuntaan ja yhteiskuntaan. Tätä osoittavat vaikutukset kansalaisten ja yhteiskunnan historiatietoisuuteen tai tulevaisuusorientoituneisuuteen sekä kokemus erilaisista suomalaista yhteiskuntaa kuvaavista ominaisuuksista.

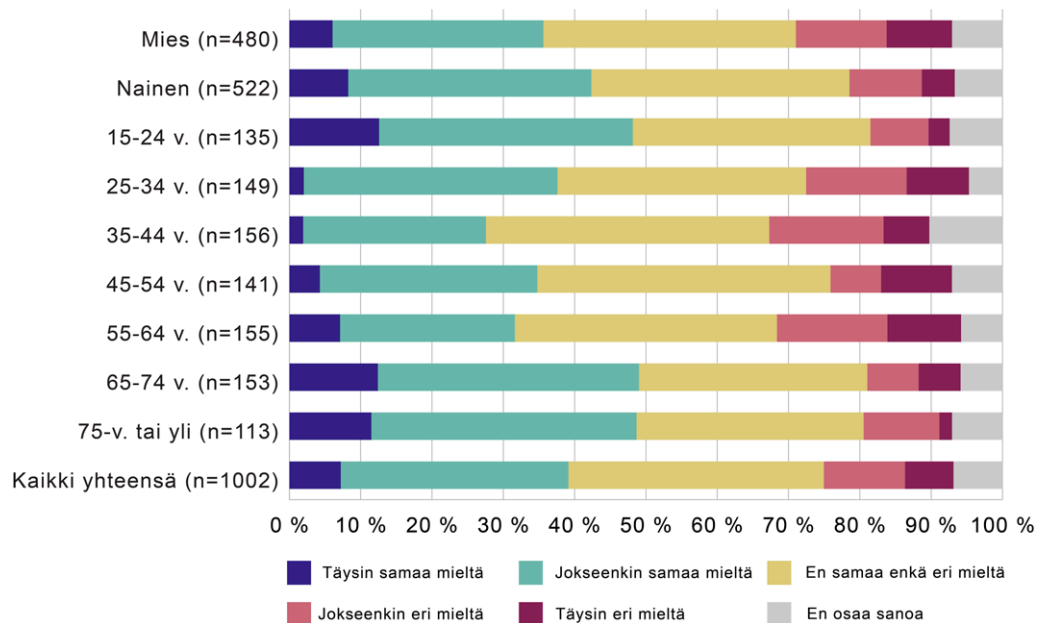
Vuonna 2020 toteutetun kansaliskyselyn vastausten perusteella juhlavuosi vahvisti enemmän historiatietoisuutta kuin tulevaisuuteen katsomista. Yli puolet (60 %) vastaajista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että Suomi 100 -juhlavuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa historiatietoisemman. Täysin tai jokseenkin samaa mieltä olivat useimmiten 75-vuotiaat ja sitä vanhemmat vastaajat (66 %), harvimminkin taas 35–44-vuotiaat vastaajat (50 %). (Kuvio 14.)

Vastaajista alle puolet (39 %) oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että Suomi 100 -juhlavuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa tulevaisuuteen katsovamman. Lähes yhtä moni (36 %) ei ollut samaa eikä eri mieltä, 18 prosenttia oli täysin tai jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa ja seitsemän prosenttia ei osannut sanoa. Samaa mieltä väitteestä olivat hieman useammin naiset (42 %) kuin miehet (36 %). (Kuvio 15.)

Kuvio 14. Kansalaiskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: Suomi 100-juhlavuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa historiatietoisemman. Lähde: Kansalaiskysely 2020.

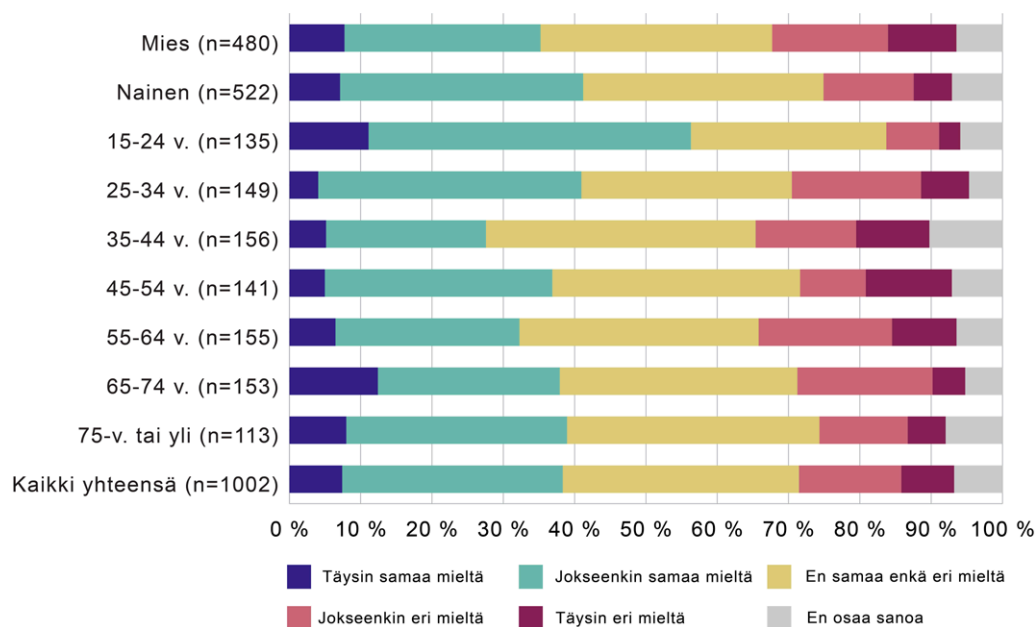


Kuvio 15. Kansalaiskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: Suomi 100-juhlavuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa tulevaisuuteen katsovamman. Lähde: Kansalaiskysely 2020.



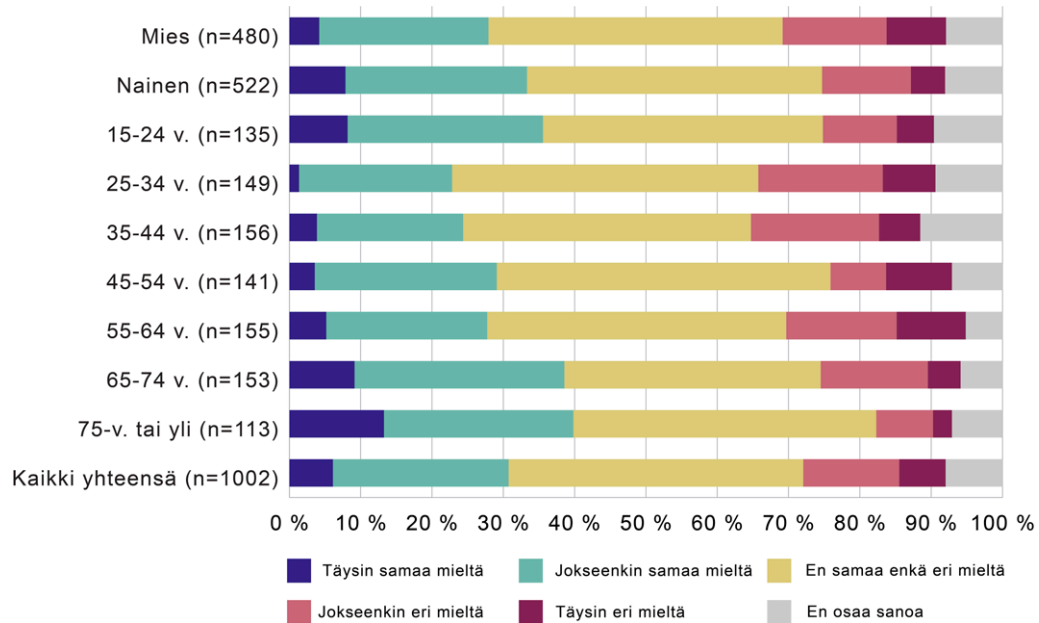
Useimmat kansalaiskyselyn vastaajat eivät nähneet juhluvuodella juuri vaikutusta Suomen yhtenäisyyteen, monimuotoisuuteen tai avoimuuteen. Alle puolet vastaajista koki, että Suomi 100 -juhluvuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa yhtenäisemmän (38 % täysin tai jokseenkin samaa mieltä), monimuotoisemman (31 %) tai avoimemman (28 %). Useimmat eivät olleet väitteestä samaa tai eri mieltä. (Kuviot 16–18.) Tältä osin kansalaiskyselyn tulokset eivät tue heti juhluvuoden jälkeen tehdyissä sidosryhmähaastatteluissa esiin tuotuja vaikutuksia yhtenäisyyden ja yhteenkuuluvuuden tunteen lisääntymisestä.

Kuvio 16. Kansalaiskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: Suomi 100-juhluvuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa yhtenäisemmän. Lähde: Kansalaiskysely 2020.

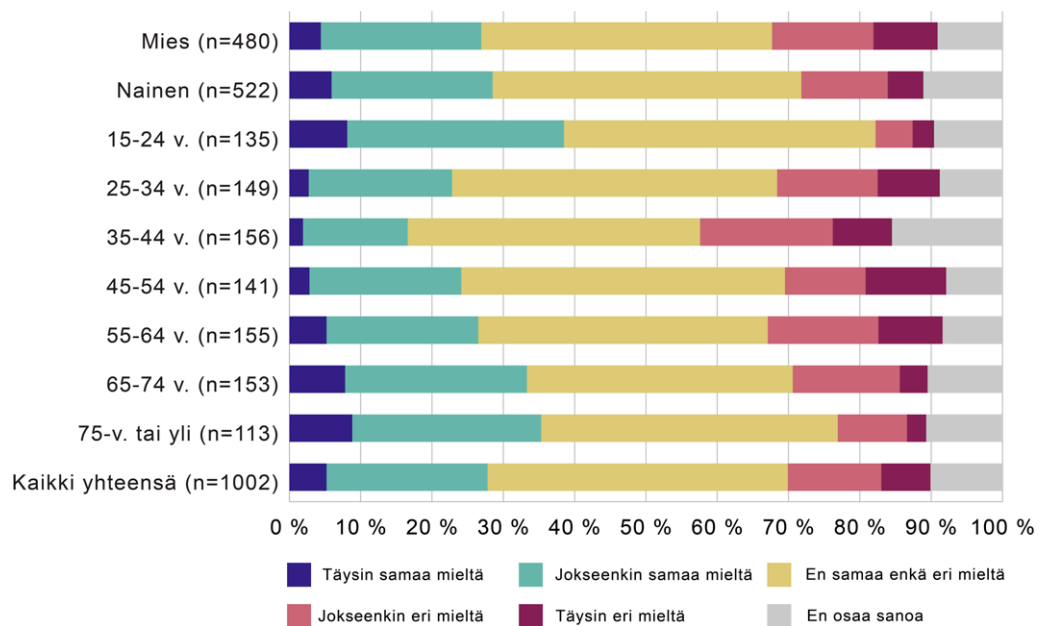


15–24-vuotiaiden näkemykset Suomi 100 -juhluvuoden vaikutuksista erottuvat muita ikäryhmiä myönteisempinä. Muista ikäryhmistä poiketen enemmistö (56 %) 15–24-vuotiaista kansalaiskyselyn vastaajista oli sitä mieltä, että Suomi 100 -juhluvuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa yhtenäisemmän. (Kuvio 16.) Nuorten myönteisiä kokemuksia voivat selittää useat tekijät. Nuorten korostuminen Suomi 100 -juhluvuoden tekijä- ja kohderyhmänä voi heijastua nuorten myönteisiin kokemuksiin suomalaisuudesta ja Suomen yhtenäisyydestä. Siten nuorten erityisasema juhluvuonna vaikuttaa onnistuneen. Myös Suomi 100 -juhluvuoden loppuraportissa todettiin, että 15–24-vuotiaat olivat ikäryhmistä tyytyväisimpiä juhluvuoden tapahtumiin. Nuoret myös osallistuivat aktiivisesti Suomen satavuotissyntymäpäivään. Juhluvuoden virallisten hankkeiden aiheiden tarkastelu osoittaa, että koulua, opetusta ja kasvatusta koskevia aiheita oli viidenneksi eniten (ks. kuvio 1).

Kuvio 17. Kansalaiskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: Suomi 100-juhlavuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa monimuotoisemman. Lähde: Kansalaiskysely 2020.



Kuvio 18. Kansalaiskyselyn vastaajien näkemykset väittämään: Suomi 100-juhlavuoden tapahtumat ja toiminta tekivät Suomesta aiempaa avoimemman. Lähde: Kansalaiskysely 2020.



Eri puolilla Suomea asuvien välillä ei ollut suuria eroja siinä, miten juhluvuoden vaikutukset Suomen yhtenäisyyteen, monimuotoisuuteen tai avoimuuteen koettiin. Helsinki-Uusimaa-alueella asuvat näkivät hieman muilla alueilla asuvia vastaajia harvemmin juhluvuodella vaikutuksia Suomen yhtenäisyyteen, monimuotoisuuteen tai avoimuuteen. Pohjois- ja Itä-Suomessa asuvat vastaajat puolestaan kokivat useimmin (34 %), että juhluvuodella oli vaikutusta Suomen avoimuuteen.

Miltä juhluvuoden vaikutukset siis näyttävät itsenäisyyden juhlinnan ja suomalaisuuden kokemisen osalta, kun juhluvuoden muistikuvat alkavat jo hieman haalistua? Aineistomme perusteella juhluvuodella ei näytä olleen huomattavia pitkäkestoisia vaikutuksia itsenäisyyden juhlimisen tapoihin tai siihen, mitä suomalaisuuteen katsotaan keskeisesti sisältyvän. Juhlavuosi ei näytä myöskään vaikuttaneen suomalaiseen yhteiskuntaan esimerkiksi yhtenäisyyden, avoimuuden tai monimuotoisuuden osalta. Merkittävää on kuitenkin se, että juhluvuoden kokemusten perusteella suuri osa kansalaisista kokee edelleen henkilökohtaisella tasolla suomalaisuuden omakseen. Tämä viittaa juhluvuoden kutsuvan ja iloisen sävyn onnistumiseen ja mieleenpainuvuuteen samalla, kun juhlissa on voitu käsitellä suomalaisuutta ja itsenäisyyttä monipuolisista lähtökohdista.

5 Maakuva ja juhluvuosi

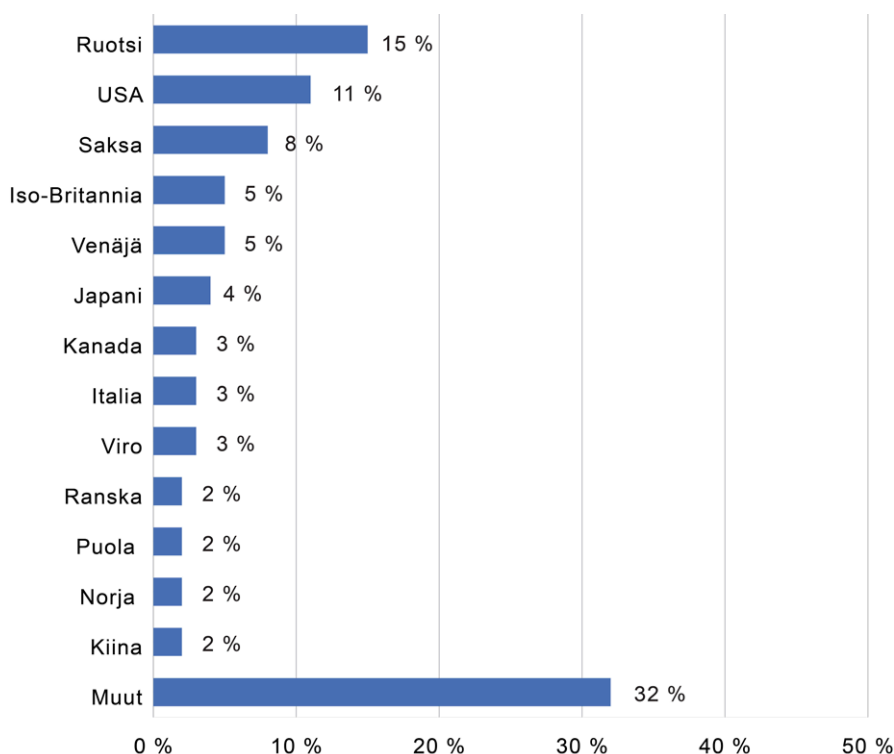
5.1 Maakuvatyön ja juhluvuoden suhde

”Suomi-brändiin vaikuttavat lähteestä riippumatta kaikki ne kontaktit, jotka vastaanottaja liittää Suomeen. Tällaisia lähteitä ovat yhtälailla esimerkiksi Lordin voitto Euroviisuissa, suomalaisten vientiyritysten tuotteet, talk-show isäntä Conan O'Brianin ja presidentti Tarja Halosen yhdennäköisyydestä kertova tv-show, suomalaiset tieteen, taiteen ja kulttuurin supertähdet, formula- ja rallikuskit, Karibialla risteilevät Suomessa rakennetut risteilyalukset, eukonkannon ja suofutiksen maailmanmestaruuskisat, suomalainen muotoilu, tai vaikkapa lomamatkalla tavatun suomalaisen matkailijan kertomat asiat kotimaastaan.” (Moilanen & Rainisto 2008, 27.)

Suomen kansainvälisen profiilin vahvistaminen oli yksi Suomi 100 -juhluvuoden keskeisimpiä päämääriä. Tämä nivoi juhluvuoden ja sen tapahtumat tiiviisti osaksi Suomen maakuvatyötä ja sille asetettuja tavoitteita. Juhluvuosi oli potentiaalinen yhteisöllisyyden tunnetta ja omaa kansallista identiteettiä vahvistava tapahtuma tuhansille ulkosuomalaisille. Samalla maakuvatyö ulottui ainakin välillisesti myös Suomeen ja maassa asuviin suomalaisiin.

Suomi 100 -juhluvuoden loppuraportin mukaan Suomea juhlittiin kuudella mantereella ja yli sadassa maassa. Eniten Suomi 100 -ohjelmaa ulkomailla oli Ruotsissa ja Yhdysvalloissa. Muita merkittäviä juhluvuoden kansainvälisiä kohdemaita olivat Saksa ja Viro. (VNK 2018, 46–48; Kuvio 19.)

Ulkoministeriön (UM) ja Suomen edustustojen rooli itsenäisyyden juhluvuoden kansainvälisen toiminnan edistäjänä ja toteuttajana oli tärkeä. Lisäksi juhluvuodelle nimettiin erityinen Suomi 100 -suurlähettiläs, joka yhdessä muutaman hengen tiimin kanssa vastasi UM:n juhluvuositoiminnasta valtioneuvoston kanslian (VNK) Suomi 100 -sihteeristön kanssa (VNK 2018, 48). VNK pyrki monin tavoin vahvistamaan juhluvuoden kansainvälisiä toimenpiteitä. VNK esimerkiksi järjesti kohdennetun valtionavustushaun ulkomailla toteutuvalla Suomi 100 -ohjelmalla keväällä 2016. Lisäksi juhluvuoden sihteeristö valmisti kesän 2016 aikana yhteistyössä UM:n kanssa niin kutsutun Suomi 100 -ohjelmatarjottimen, joka suunnattiin ulkosuomalaisyhteisöille ja muille toimijoille ulkomailla. Tarjotin oli alusta, joka sisälsi esittelyt noin 30 sellaisesta ohjelmakonseptista, joita oli tuotannollisesti ja taloudellisesti mahdollista toteuttaa ulkomailla. Ohjelmatarjotin sisälsi myös oppaan, joka tarjosi ohjeet ohjelmahankkeiden sisältöjen hyödyntämiseen esimerkiksi lähetystöjen tiloissa tai tapahtumissa.

Kuvio 19. Ulkomailla toteutuneen Suomi 100 -ohjelman jakautuminen eri maihin (VNK 2018, 47).

Keskeisiä ohjelman toteuttajia ulkomailla olivat Suomen edustustot ja ulkosuomalaisyhteisöt. Lisäksi kulttuuri- ja tiedeinstituutit raportoivat järjestäneensä vuonna 2017 yhteensä 115 näyttelyä, 171 keskustelutilaisuutta, 158 konserttia, 176 nykysirkusesitystä, 355 elokuvanäytöstä ja 59 tieteellistä esitelmää (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2018, 4). Ulkosuomalaisten sekä maailmalle lähtevien ja sieltä palaavien suomalaisten etu-, asiantuntija- ja palvelujärjestö Suomi-Seura ry raportoi jäsenjärjestöjensä (n=145) keskuudessa tehdyn kyselytutkimuksen pohjalta, että maailmalla juhluvuotta juhlittiin yli 1 100 tapahtumassa.

Ulkoinen imago liittyy Suomesta tietoisesti annettuun mielikuvaan kansainvälisessä kontekstissa. Ydintoimijahaastattelujen mukaan Suomen maakuvatyön näkökulmasta Suomi 100 -juhlavuosi oli yksi viestinnällinen projekti, joka tapahtumana sopi hyvin Ollilan maabrändityöryhmän selvityksestä alkaneeseen maakuvatyöhön ja Suomi-brändin rakentamiseen (ks. Isokangas ym. 2010). Haastatteluissa nousi esiin, että Suomi 100 -juhlavuoden viralliset toimenpiteet ja resursointi painottuivat Suomeen. UM:n maakuvayksikössä yhteistyötä tehtiin juhluvuoden sihteeristön kanssa ja juhluvuosisisältöistä panostusta suunnattiin myös kansainvälisiin toimenpiteisiin.

Juhlavuonna Suomi ja suomalaisuus siis näkyivät maailmalla monella tapaa. Seuraavaksi nostamme esiin käytännön esimerkkejä Suomi 100 -juhlavuonna ulkomailla tapahtuneesta juhlinnasta kolmen keskeisen kansainvälisen toimijatahon näkökulmasta (vrt. Ruokolainen ym. 2020, 64). Näitä ovat:

1. Ulkoministeriö, joka oli valtion kansainvälinen toimija juhlavuoden organisoinnissa
2. Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit, joiden toiminnan lähtökohtana on kansainvälisen yhteistyön edistäminen taiteen, kulttuurin ja tutkimuksen kentällä
3. Suomi-Seura ry, jonka toiminnassa keskeistä on tämän tutkimuksen näkökulmasta ulkosuomalaisten juhlavuoteen osallistuminen ja ruohonjuuritason toiminta.

Tarkastelu kohdistuu kansainvälisen toiminnan ja ulkomailla järjestettyjen tapahtumien sisältöihin ja teemoihin sekä juhlimisen tapoihin, mutta myös siihen, kuinka paljon vuoden 2017 aikaisista ulkosuomalaisten tapahtumista ja toiminnasta liittyi Suomi 100 -juhlallisuuksiin tai minkälaisia vaikutuksia juhlavuodella arvioidaan olleen Suomen brändin ja imagon kehitystyössä.

5.2 Juhlavuosi kansainvälisellä näyttämöllä

Juhlavuosi oli ulkoministeriön maakuvatyön kärkihanke

Suomessa maakuvatyö on liitetty osaksi UM:n toimintaa ja sitä ohjaa pääministerin nimitämä Finland Promotion Board (FPB). Maakuvatyön keskeisiä työkaluja määbrändin rakentamisessa ovat esimerkiksi erilaiset tapahtumat, mediasisällöt ja niiden jakelu eri kanavissa sekä teemakampanjat (vrt. esim. Moilanen & Rainisto 2008). Suomi 100 -juhlavuoden aikana maakuvatyötä tehtiin sekä Suomessa että ulkomailla. UM toteutti maakuvatyötä teemoilla, jotka mukailivat Suomi 100 -juhlavuoden virallisen ohjelman teemoja toimien yhteistyössä VNK:n ja juhlavuoden sihteeristön kanssa. UM oli Suomen virallisten kansainvälisten toimien organisoija ja toteuttaja Suomi 100 -juhlavuoden aikana (ks. myös Ruokolainen ym. 2020).

Ydintoimijahaastatteluissa kuvailtiin, että vuonna 2017 juhlavuosi oli UM:n maakuvatyön kärkihanke ja 100-vuotisjuhlinta oli yksi maakuvatyötä tukeva projekti, joka erään ydintoimijan mukaan nähtiin ”hyvänä tilaisuutena parantaa Suomen tunnettuutta maailmalla”. Haastattelun mukaan perusmaakuvatoiminnot, joita tehdään vuosittain edustustojen kanssa konseptoitiiin ”Suomi 100 -pakettiin”. UM:n juhlavuoden sisältöjen määrittelyä sekä juhlimisen tapojen suunnittelua johdatteli ajatus siitä, että pelkkä Suomen satavuotisuus ei riitä herättämään maailmalla suurta kiinnostusta.

"[Juhlavuoden] ei ollut tarkoitus olla katsaus Suomen historiaan ja Suomen itsenäistymisen historiaan, vaan tarkoitus oli tuoda esille nykypäivää ja puhua enemmän Suomesta, suomalaisesta yhteiskunnasta, tasa-arvosta... mistä on lähdetty ja mitä tässä ajassa oli tehty" (Ydintoimijahaastattelut.)

Ydintoimijahaastatteluissa nousi esiin myös havainto siitä, että 100-vuotiaan Suomen saavutuksia voidaan ihailla ja kunnioittaa, mutta juhluvuoden vaikutusten arvioitiin jääneen ainoastaan tähän yhteen näkökulmaan nojattaessa lyhytaikaisiksi. Sisältöjen ja tapahtumien suunnittelussa päädyttiin erään haastatellun mukaan johtopäätökseen, että "olenaista on osata kertoa Suomesta sellaisia asioita, jotka ovat myös ulkomaisten näkökulmasta niiden omien olosuhteiden kannalta merkittäviä".

Suomen lähetystöissä ja edustajistoissa juhlimisen tapoja olivat tyypillisesti erilaiset vierailut, vastaanotot, tapahtumat ja seminaarit. Suomessa ja ulkomailla oleviin edustajistoihin tehtiin useita korkean tason vierailuja. Suomessa olevat ulkovaltojen suurlähetystöt halusivat onnitella Suomea erilaisin lahjoin.

"-- [lahjoja] alkaen pandoista joita lahjoitettiin [Kiina] Ähtärin eläintarhaan... Japani lahjotti kirsikkapuita... [hollantilaiset kehittivät uuden Finlandia-tulppaanilajikkeen, Chilen suurlähetystö käännätti Suomi-aiheisen runon suomeksi... [Ruotsi lahjoitti taideteoksen Hanasaareen... Tanska teki huonekalulahjoituksen Designmuseoon ja Haminan lippumaailma oli sellainen, johon hyvin monet maat osallistuivat [lahjoittamalla maansa lipun]" (Ydintoimijahaastattelut.)

Kaikissa Suomen edustustoissa ja suurlähetystöissä järjestettiin itsenäisyyspäiväjuhllisuudet vuonna 2017. Tätä 'juhllisuuksien ydintä' täydensivät useat muut huomiointi- ja onnittelutilaisuudet ja juhlat edustajistoissa eri puolilla maailmaa (taulukko 1). Edustajistojen ja suurlähetystöjen hankkeiden ja tapahtumien teemoissa yhdistyivät Suomen maakuu- vatyötä ohjaavat suuntaviivat: toimivuus ja hyvinvointi, luonto ja kestävä kehitys, koulutus ja osaaminen sekä Suomi 100 -juhlavuoden ohjelman ensisijaiset teemat, jotka on esitelty aikaisemmin tässä teemaraportissa (ks. kuvio 3, s. 27).

Taulukko 1. Sisältöesimerkkejä Suomen suurlähetystöjen ja edustajistojen juhlimisen tavoista. Lähde: Suomen edustajistojen ja suurlähetystöjen vuoden 2017 toimintaraportit.

Suomi 100 -juhlavuoden keskeiset teemat	Suomen suurlähetystöjen ja edustustojen juhlinnan tavat: esimerkkejä
Suomalainen luonto ja maisema	<p><i>México, Meksiko:</i> Juhlavuoden teema oli ympäristö. Teemaa tuotiin esille esimerkiksi kestävän kehityksen seminaarilla, jonka aiheina ilmastomuutoksen torjuminen ja luonnonkatastrofiriskien vähentäminen.</p> <p><i>Windhoek, Namibia:</i> Istutettiin ”tulevaisuuden kuusi”, joka asemamaan ilmaston vuoksi oli suomalaista sisukkuutta kuvaavana oliivipuu.</p>
Suomi kansainvälisissä suhteissa	<p><i>OECD ja Unesco -edustustot:</i> Yhteispohjoismainen Unescon yleiskokouksen vastaanotto yli 500 vieraille, jossa pääpuhujina Suomen opetusministeri Grahn-Laasonen ja Unescon pääjohtaja.</p> <p><i>Lissabon, Portugali:</i> Kansanedustaja Anna Kontula oli Portugalin parlamentin tasa-arvovaliokunnan vieraana osana Suomi 100 -juhlallisuuksia. Tilaisuus oli osa edustuston tasa-arvotekoja, kun ensimmäisten naiskansanedustajien valinnasta tuli kuluneeksi 110 vuotta.</p>
Yhteisöllisyyden vahvistaminen	<p><i>Dar es Salaam, Tansania:</i> Pohjoismaiden perinteisessä urheilutapahtumassa oli vuonna 2017 Suomi 100 -teema. Tavallisten joukkuelajien lisäksi kisailtiin saappaanheitossa, tasa-arvoisessa kumppaninkannossa ja köydenvedossa. Lisäksi edustusto järjesti naistenpäivän aattona Suomi 100 -jumppatapahtuman sadalle naiselle.</p> <p><i>Kööpenhamina, Tanska:</i> Suurlähetystö osallistui 100 tasa-arvotekoa -hankkeeseen, jonka puitteissa esimerkiksi Pohjoismaiden suurlähetystöjen edustajat marssivat CPH Pride -paraatissa ”Pohjoismaiden suurlähetystöt tasa-arvon puolesta” -bannerin alla.</p> <p><i>Rabat, Marokko:</i> Suurlähetystö järjesti puutarhassaan kaikille avoimen Finnish Your Dinner -piknikin.</p>
Suomalainen identiteetti	<p><i>Strasbourg, Ranska:</i> Suomen pysyvä edustusto Euroopan neuvostossa osallistui 100 vuotta demokratiaa Suomessa -näyttelyn järjestelyihin. Näyttelyn järjesti Suomen eduskunta huhtikuun Euroopan neuvoston parlamentaarisen yleiskokouksen (PACE) yhteydessä.</p> <p><i>Bern, Sveitsi:</i> Baselin yliopiston Nordistiikan laitos järjesti Suomen kulttuuria, kieltä ja historiaa käsittelevän avoimen luentosarjan Baselissa kevään 2017 aikana.</p>

Suomi 100 -juhlavuoden keskeiset teemat	Suomen suurlähetystöjen ja edustustojen juhlinnan tavat: esimerkkejä
Suomalaiset tieteen ja elinkeinoelämän saavutukset	<p><i>Singapore:</i> Suomi 100 -juhlavuoden ohjelma rakennettiin tukemaan Team Finlandin Singaporen prioriteetteja. Pääteemat olivat 1) terveysteknologiat, vanhusten huolto, 2) koulutus, erityisesti varhaiskasvatus ja aikuiskoulutus ja digitaaliset oppimisvälineet, koulutusvienti, 3) start upit ja innovaatiot sekä 4) design, erityisesti palvelumuotoilu.</p> <p><i>Dar es Salaam, Tansania:</i> Edustusto järjesti yhteistyössä Nokian ja Turun yliopiston kanssa Suomi-päivän, jonka aiheena oli ”Smart technologies and solutions”.</p> <p><i>Lima, Peru:</i> Edustusto järjesti Limassa suomalaiseen koulutukseen keskittyvän teemaviikon, joka sisälsi sekä asiantuntijoille suunnattuja että suurelle yleisölle avoimia tilaisuuksia. Tässä yhteydessä järjestettiin myös ”Koulutus ja talouskasvu – suomalaisia näkökulmia” -seminaari.</p>
Suomalaiset urheilusaavutukset	<p><i>Kuala Lumpur, Malesia:</i> Suomen lähetystö järjesti jääkiekon ystävyysottelun Kanadaa vastaan. Urheiludiplomatian keinoin juhlustettiin molempien maiden lähes samanaikaisia juhlavuosia.</p> <p><i>Oslo, Norja:</i> Holmenkollenin hyppyrimäet valaistiin sinivalkoisin värein.</p>
Suomalainen taide ja kulttuuri	<p><i>Praha, Tšekki:</i> Echoes – 100 years in Finnish Design and Architecture -näyttely lokakuussa 2017 oli Prahan lähetystön juhlavuoden päätapahtuma. Näyttely oli osa maan suurimman muotoilualan tapahtuman Designblokin virallista ohjelmaa. Näyttely toteutettiin suomalaisten yritysten tuella.</p> <p><i>Budapest, Unkari:</i> Suurlähetystö järjesti 3.12. Listz-akatemiassa juhlakonsertin, jota johti unkarilais-suomalainen kapellimestari Tibor Bogányi. Konserttiin osallistuivat Unkarin presidentti ja eduskunnan puhemies.</p> <p><i>Windhoek, Namibia:</i> Suomi 100 -juhlavuoden itsenäisyyspäivänä järjestettiin pianisti Laura Mikkolan juhlakonsertti.</p>
Yrittäjyys	<p>Doing Business with Finland -yrittäjätahtumat eri maanosissa, kuten Aasiassa (esim. Hongkong ja Japani) ja Afrikassa (esimerkiksi, Mosambik).</p>

Haastattelujen perusteella juhlavuoden tapahtumissa ja toimenpiteissä tavoiteltiin iloista ja positiivista ilmettä. Tämä koettiin ydintoimijoiden keskuudessa hyvänä ja tervetulleena. Ajatuksen positiivisesta otteesta satavuotiseen itsenäisyyteen arvioitiin onnistuneen juhlavuoden sisältöjen suunnittelun kehyksenä niin Suomessa kuin Suomen lähetystöissä ulkomailla. Haastattelujen perusteella maakuvatyössä yhdistyivät kommunikaatio eli viestintä ja tiedon jakaminen sekä juhlinta tai –avaintoimijan sanoin – ”ainakin juhلاميeli”.

Juhlavuotta juhlittiin myös perinteisistä vastaanotoista ja virallisista juhlallisuuksista poiketen uudenaikaisilla tavoilla ja nostamalla esiin erilaista kansainvälistä toimintaa ”Suomi 100 -sateenvarjon” alla. Eräs esimerkki uudenaikaisesta yhteisöllisyyttä korostavasta juhlinnan tavasta oli ensimmäistä kertaa maailmanlaajuisesti toteutettu Finnish Your Dinner. Yhdessä syömisen merkitystä korostanut konsepti oli osa virallista juhluvuosiohjelmia, ja maakuva-yksikkö muotoili tapahtumatoteutuksen niin, että se oli mahdollista koordinoita etänä ja toteuttaa monipaikkaisesti ja interaktiivisesti. UM:n kansainvälisestä toiminnasta voidaan nostaa esiin 100 kehitystulosta -kampanja, jossa UM:n julkaisemassa globaalikysymysten Kehitys-Utveckling -aikakauslehdessä edistettiin kansalaisten tietoisuutta Suomen kehitysyhteistyöstä julkaisemalla lähes päivittäin uusi kehitysyhteistyöhön liittyvä toimenpide, jota Suomi on toteuttanut yhteistyöverkostoissaan eri puolilla kehittyvää maailmaa (ks. Kehitys-Utveckling 2021). Maakuvatyoössä toiminut haastateltu katsoi, että ”maailmalla toimivat suomalaiset saatiin innostumaan Suomi 100 -vuoteen”.

Suomi 100 -teemat olivat osa Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuttien ohjelmistoa

Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ovat kansalaisyhteiskunnan toimijoita, joiden tehtävänä on edistää kansainvälistä yhteistyötä taide-, kulttuuri-, tutkimus- ja tiedeorganisaatioiden välillä. Omassa perustoiminnassaan seitsemäntoista eri puolilla maailmaa toimivaa instituuttia tuottaa instituuttikohtaisen toiminta-ajatuksensa mukaisesti tapahtumia, näyttelyitä, seminaareja ja muuta ohjelmaa, tekee tieteellistä tutkimusta sekä ylläpitää ammattilaisten liikkuvuus- ja residenssiohjelmia. (ks. Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2021). Instituuttien toiminnan tarkoituksena on jakaa kohdemaissaan tietoa suomalaisesta kulttuurista, tieteestä ja yhteiskunnasta ja tuoda instituuteille suunnatun juhluvuotta koskeneen kyselyn vastauksen perusteella ”markkinoille vain kovinta osaamista suomalaiselta kulttuurin kentältä”.

Kulttuuri- ja tiedeinstituutit juhlivat Suomen satavuotista itsenäisyyttä nostamalla esiin ydintehtäviensä mukaisesti suomalaista taidetta ja ammattitaitelijoita sekä korkeatasoista tutkimusta ulkomailla. Vuonna 2017 instituuttien toiminta näkyi aikaisempaa korostetummin myös Suomessa, kun instituuttiohjelmaa järjestettiin kohdemaiden lisäksi runsaasti myös kotimaassa (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2018).

Tätä tutkimusta varten toteutetussa Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuteille suunnatussa kyselyssä selvitettiin, miten suomalaisuutta tuotiin esille instituuttien Suomi 100 -aiheisessa ohjelmassa. Lisäksi kyselyllä kerättiin tietoa siitä, kuinka juhluvuoden ohjelma näkyi instituutin kohdemaissa ja koettiin instituuttien ohjelmalla olleen vaikutusta Suomen maakuvaan tai käsityksiin suomalaisuudesta.

Lähes jokaisella kyselyyn vastanneella instituutilla (n=14) oli vuonna 2017 Suomi 100 -aiheisia sisältöjä ja hankkeita: suomalaisuutta nostettiin esiin eri tekijöiden, teemojen,

tuotteiden ja sisältöjen kautta. Kun instituuteilta kysyttiin, miten suomalaisuutta tuotiin esille instituutin Suomi 100 -aiheisessa ohjelmassa, esiin nousivat esimerkiksi suomalaisille tärkeät globaalit aiheet, Suomen historian ja suomalaisen identiteetin kuvaus, uudet tieteelliset ja taiteelliset avaukset sekä erilaiset kansainvälisen vuoropuhelun muodot taiteen ja kulttuurin keinoin (ks. myös Ruokolainen ym. 2020; vrt. kuvio 3, s. 27). Toisaalta kiinnostavaa on se, ettei suomalaisuus korostunut kyselyaineiston mukaan juhluvuoden ohjelmasisällöissä normaalia toimintaa erityisemmin. Erään vastauksen mukaan:

*”-- kaikki instituutin tapahtumat tuovat suomalaisuutta esille tavalla toisella, olipa sitten kyseessä Fingerpori-albumin venäjännös, pohjoismainen tasa-arvoseminaari, suomalaisen taiteilijan näyttely tai suomenruotsalaisen pop-yhtyeen keikka”
(Instituuttikysely.)*

Esimerkkinä globaalista, monelle instituutille tärkeästä aiheesta oli Suomen Ranskan, Lontoon, Saksan ja Benelux-maiden instituuttien Mobile Home -yhteishanke, jossa keskityttiin kodin merkitykseen. Esimerkiksi Ranskan Mobile Home -osatoteutuksessa tutkittiin kodin ja kotimaan merkityksiä nyt ja tulevaisuudessa esittämällä kysymyksiä siitä, ”mitä on koti, mikä tekee kodin, mikä on kodin merkitys, mikä tekee kotimaan”. Ranskan osatoteutuksena tuotettu projekti esitteli aittainstallaatioissa suomalaista kesämökkikulttuuria ja sen yhteisöllisyyttä ja vieraanvaraisuutta. Mobile Home London vei puurakentamisen tietotaitoa maailmalle tekemällä yhteistyötä kohdemaan yliopiston arkkitehtikoulutuksen kanssa kestävän ja ekologisen puurakentamisen alalla.

Toisaalta esimerkiksi Lontoon instituutissa Suomea haluttiin esitellä niin taiteellisesti kuin yhteiskunnallisesti mielenkiintoisena tasa-arvon maana osana instituutin juhluvuonna toteuttamaa A tale of two countries -digihanketta. Hankkeessa luotiin digigalleria, jossa jaettiin Suomen ja Ison-Britannian historiaa, tarinoita ja uutisointia (ks. Tale of two countries 2021). Uutissisällöissä ja lehtileikearkistoissa nostettiin esiin niin Suomen ja Ison-Britannian väliset viralliset suhteet ja tehdyt valtiovierailut, mutta myös paikallisissa lehdissä julkaistuja artikkeleita Suomen kansainvälisestä brittiläisittäin mielenkiintoisesta positivista sotien jälkeen.

Erityisesti rauhanomaista yhteistyötä painottaviin toimenpiteisiin instituuttien ohjelmassa kuului Norjassa pidetty kahdenvälinen Reboot Neighbour -seminaari, jonka tavoitteena oli vahvistaa ja uudistaa Suomen ja Norjan välistä yhteistyötä nostamalla esiin yhteistyömahdollisuuksia uudessa valossa. Budapestin Finnagora-instituutin juhluvuosiohjelmiston tavoitteena oli luoda kuva Suomesta modernina, luovana, ratkaisukeskeisenä ja -kykyisenä maana ohjelman noudateltaessa maakuvatyön keskeisiä teema-alueita.

Instituuttien ohjelma esitteli Suomen historiaa juhluvuoden aikana erityisesti muotoilun keinoin. Samanaikaisesti sisältöihin liitettiin uusia avauksia muotoilun saralla. Suomen

Viron-instituutin koordinoima 100 esinettä Suomesta -näyttely kiersi laajasti instituuteissa eri puolilla maailmaa. Näyttelyn tarkoituksena oli havainnollistaa Suomea esittelemällä yksi esine kultakin itsenäisyyden vuodelta niin, että esineiden tarinoissa näkyivät suomalaisille tärkeät globaalit teemat kuten ilmasto, työ, vastoinikäymisestä selviytyminen, pärjääminen, hoksaaminen ja ilo (Suomen Viron-instituutti 2018; ks. myös *100 objects from Finland* 2021). Oslon teknisen museon digitaalisesti toteutetussa näyttelyssä Suomea esiteltiin nykuteknologian, muotoilun ja arkkitehtuurin maana. Suomalais-norjalaisen kulttuuri-instituutin osatoteuttamassa 100 esinettä Suomesta -näyttelyssä lapsille järjestettiin oheishjelmana teemallisia ohjelmointi-, muotoilukasvatus- ja arkkitehtuurityöpajoja, joita pitivät suomalaiset ammattilaiset. Esillä olivat siten niin kutsuttu historiallinen Suomi että nykypäivän Suomi. Näyttelytoteutuksissa kerrottiin esineiden ja muotoilun keinoin Suomen historiasta ja sen vaikutuksesta nykypäivään.

Kulttuuri- ja tiedeinstituuttien ohjelmasisällöt kuvasivat osaltaan myös suomalaista identiteettiä ja mielenmaisemaa. Esimerkiksi Suomalais-norjalainen kulttuuri-instituutti toteutti graafikko ja sarjakuvataiteilija Karoliina Korhosen kanssa ”Finnish Nightmares”/”Suomalaisten painajaisia”-sarjakuvahahmo Mattiin perustuvan projektin. Matti-hahmo seikkaili vähäeleisesti sosiaalisten tilanteiden maailmassa, ja hahmon kautta nostettiin esille suomalaisuuteen liittyviä stereotyyppioita (ks. *Finnish Nightmares* 2021). Tietoa hahmon seikkailuista ja siten suomalaisuuteen yleisesti liitettävästä sosiaalisesta vähäeleisyydestä levitettiin perinteisen printtimedian ja sosiaalisen median kautta. Projektin aikana Matista painatettiin erilaisia korttihahmoja, joita jaettiin Norjassa eri kulttuuri-instituutioihin. Kuka tahansa saattoi ottaa ”Matti matkalla”-hahmosta kuvan ja julkaista sen some-kanavissa aihehahmoilla #mattimatalla ja #mattipåtur.

Esimerkki suomalaisen mielenmaiseman esille tuomisesta ja toisaalta juhluvuoden tavoitteesta hyvän mielen ja ilon juhlan oli Suomen Rooman-instituutin itsenäisyyspäivän yhteydessä järjestämä seminaari ja siihen liittynyt iltajuhla. Instituutin Villa Lantessa järjestetyn seminaarin päättävän iltajuhlan yhteydessä laulettiin yhteislaulunsa Toto Cutugno *Sono italiano* -laulu Kari Tapion *Olen suomalainen* -käännöksen sanoin sekä suomeksi että italiaksi *Sono finlandese*. Muutoin seminaarin sisällöt painottuivat Suomen historiaan ja kulttuuriin, kuten Kalevalaan sekä Eino Leinon ja Alvar Aallon tuotantoihin.

Suomalaiset taide- ja kulttuurisisällöt olivat Suomi 100 -juhlavuoden ydin Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituuttien ohjelmasisällöissä. Taidetta ja kulttuuria nostettiin esiin sisällöllisesti ja juhlimisen muotoina esimerkiksi suomalaisen tai kohdemaan kulttuuriperinnön uudelleen tulkintoina ja vuoropuheluna. Tällaisesta vuoropuhelusta ovat esimerkkinä suomalaisen kulttuuriperinnön uudelleen tulkinnat kuten Kalevalan tanskannos, japanilaisten nykyaiteilijoiden Kalevala-aiheinen näyttely Tokiossa tai Suomen Kansallisbaletin tulkinta *Lumikuningatar* -baletista Tanskan kuninkaallisessa teatterissa Kööpenhaminassa. Baletti yhdisti suomalaista ja tanskalaista kerrontaa, kun Suomen Kansallisbaletin taiteellinen

johtaja Kenneth Greve loi teoksen H.C. Andersenin samannimisen sadun pohjalta. Greve sijoitti kertomuksen sata vuotta ajassa taaksepäin, ja paikkana oli Suomi. Konkreettinen esimerkki vuoropuhelusta maiden välillä taiteen ja kulttuurin keinoin oli myös Suomen Viron-instituutin koordinoima 100 hetkeä -valokuvakilpailu ja siitä syntynyt näyttely. Näytteen teokset kuvasivat suomalaisuutta ja virolaisuutta.

Juhlimisen tavoissa kulttuuri- ja tiedeinstituutit nojasivat monin osin perustoimintansa mukaisiin tuotantotapoihin: vaikka juhluvuoden sisällöissä nostettiin esiin Suomen itenäisyyden satavuotisuutta, instituuttien 'juhlallisuuksien ydin' muodostui perustoimintaan kuuluvista näyttelyistä, konserteista ja seminaareista, mutta myös taiteilijavierailuista ja virallisista valtiollisista muistamisista. Näissä yhteyksissä kulttuuri- ja tiedeinstituuttien toiminta ja tapahtumat asemoituivat kahdenvälisen kansainvälisen kanssakäymisen alustaksi. Esimerkiksi Ruotsi antoi Suomelle kaksi lahjaa 100-vuotisjuhlan kunniaksi. Ensimmäinen lahja oli Anna Uddenbergin pronssiveistos *Free Fall*, joka on sijoitettu Hanasaaren suomalais-ruotsalaisen kulttuurikeskuksen edustalle. Toinen lahja, *Tandem Forest Values*, oli merkittävä panostus yhteiseen metsäntutkimukseen.⁹ Projektin rahoitti kaksitoista kaksivuotista tutkijan virkaa ruotsalaisille ja suomalaisille tutkijoille. Lahja ja hanke olivat Suomalais-ruotsalaisen kulttuurirahaston ja rahaston Ruotsin-projektikonttorin Tandemin aloite.

Kun kulttuuri- ja tiedeinstituuteilta kysyttiin arvioita siitä, saavuttiko instituutin juhluvuoden ohjelma huomioita kohdemaassa tai miten Suomi 100 -juhlavuosi näkyi yleisesti kohdemaan mediassa ja yleisessä keskustelussa, näkemykset vaihtelivat paljon. Yleisesti ottaen juhluvuoden aikaisen toiminnan arviointiin saaneen osakseen julkisuutta ja osittain juhluvuoden toimenpiteiden näkyvyys koettiin jopa erinomaisena erilaisten medialle ja PR-työhön kohdistettujen satsausten tuloksena. Tästä esimerkkejä ovat mm. Ranskassa Mobile Home tai Virossa koordinoitu 100 esinettä Suomesta. Osa instituuteista koki, että julkisuutta ja median huomiota saatiin ohjelmallisten satsauksien ja huomioita herättävien tempausten myötä. Kyselyaineiston perusteella tämänkaltaista toimintaa olivat esimerkiksi Tanskan kuningattaren suojelema Suomen Kansallisbaletin Tanskan-vierailu sekä juhluvuoden kunniaksi valaistut historialliset kohteet kuten Colosseum Roomassa ja Elisabetin silta Budapestissa. Eräissä kohdemaissa vastaavasti kansallinen yleisradio huomioi juhluvuoden Suomen ohjelmistossaan. Näissä tapauksissa esiin nostettuja teemoja olivat historia, mutta myös jo aikaisemmin eri yhteyksissä esiin noussut koulutus. Juhlavuoden koettiin myös kohentaneen toiminnan edellytyksiä, mikä instituuttien kohdalla konkretisoitui erityisesti mahdollisuutena toteuttaa näyttelyitä kohdemaiden kansallisesti merkittävässä instituutioissa.

9 Tandem Forest Values, <https://www.ksla.se/om-ksla/projekt/tandem-forest-values/>

Juhlavuosi vahvisti ulkosuomalaisten yhteenkuuluvuuden tunnetta ja me-henkeä

Maailmalla olevien ulkosuomalaisten sekä maailmalle lähtevien ja sieltä palaavien suomalaisten etu-, asiantuntija- ja palvelujärjestö Suomi-Seura ry toteutti vuonna 2017 Suomi 100 Maailmalla -projektin yhteistyössä Kirkon ulkosuomalaistyön ja Siirtolaisuusinstituutin kanssa. Lisäksi projektin toteuttamiseen osallistuivat UM ja Suomen Merimieskirkko ry sekä sadat ulkosuomalaisyhteisöt. Projektin loppuraportin mukaan hankkeen tavoitteet olivat vahvasti viestinnälliset: tarkoituksena oli ”kannustaa ulkosuomalaisia toimijoita yhdistämään resurssinsa ja järjestämään yhteisiä itsenäisyyden juhluvuoden tilaisuuksia, joissa samalla levitetään tietoa Suomesta ja maan vahvuuksista”.

Juhlavuotta juhlittiin Suomi-Seuran toiminnan puitteissa Suomessa ja ulkomailla. Suomi 100 Maailmalla -hanke otti piiriinsä kaikki ulkosuomalaisten tapahtumat ja hankkeet, eikä sillä ei ollut kriteereitä juhluvuoden ohjelmille. Itsenäisyyspäiväjuhlia vietettiin ulkosuomalaisyhteisöissä pitkin syksyä, kun juhlia sovitettiin viikonloppuihin ja niitä yhdistettiin muihin suurempiin juhliin. Suomi-Seuran pyynnöstä VNK toteutti juhluvuoden kunniaksi ensimmäistä kertaa presidentin videotervehdyksen julkaistavaksi ja jaettavaksi ulkosuomalaisten omissa juhlallisuuksissa. Sähköisten kanavien hyödyntäminen oli keskeinen osa hanketta ja juhluvuoden toteutusta: sosiaalinen media toimi kanavana aktivoida ihmisiä juhluvuoden viettoon. Projektille perustetussa avoimessa Suomi 100 Maailmalla -Facebook-ryhmässä oli vuoden aikana 1600 kirjautunutta jäsentä ja vuorovaikutteisuus alkoi projektin loppuraportin mukaan herätä kesäkuussa 2017, jolloin eri puolilla maailmaa juhlittiin juhannusta. Elokuun lopussa ulkosuomalaiset lähtivät innokkaasti toteuttamaan Finnish Your Dinner -konseptin mukaisia tapahtumia. (Suomi 100 maailmalla -projekti, loppuraportti.)

Haastateltu ydintoimija korosti eri medioiden kanavia ulkosuomalaisten juhluvuoden juhlallisuuksissa.

”-- sinä vuonna erilaisten videoiden merkitys korostui... Suomi 100-videot kiirivät eri puolilla maailmaa [sosiaalisen median kanavissa] ... lisäksi Suomi-koulujen lähettämät terveiset 100-vuotiaalle Suomelle olivat upeita. [Niihin osallistui] 32 koulua Singaporesta, Australiasta, Japanista... on vaikea ymmärtää välillä, miten maailmalla Suomen kieli ja kulttuuri elää.” (Ydintoimijahaastattelut.)

Suomessa järjestetyistä tilaisuuksista keskeinen oli Suomi-Seuran organisoima Suomi maailmalla -konsertti Helsingin Musiikkitalossa. Ulkosuomalaisparlamentin (USP) istunnon yhteydessä järjestetty konsertti järjestettiin USP:n 20-vuotisjuhluvuoden iltajuhlana. Konsertissa esiintyi useita ulkosuomalaisia muusikkoja ja Suomi-Seuran jäsenyhdistysten harastajakokoonpanoja eri puolilta maailmaa. Muihin Suomessa järjestettyihin, ulkosuomalaisiin ja ulkosuomalaisuuteen keskittyneisiin tapahtumiin ja tilaisuuksiin kuuluivat USP:n edustajien vierailu Kultarannassa sekä Vuoden ulkosuomalainen 2017 -tunnustus. Lisäksi

USP:n yhteydessä järjestettiin yhteislaulutilaisuus 100-vuotiaalle Suomelle Helsingin Tuomiokirkon rappusilla ja Suomi-Seura/Suomi 100 Maailmalla -projekti piti paneelikeskustelun Porin SuomiAreenassa heinäkuussa 2017.

Suomi-Seura laati ulkosuomalaisyhteisöille juhluvuoden päätyttyä loppukyselyn, jolla haluttiin kerätä tietoa ulkosuomalaisyhteisöjen juhluvuoden kokemuksista, juhluvuoden vaikuttavuudesta sekä siitä, lisäksi juhluvuosi Suomen näkyvyyttä maailmalla. Loppukysely jaettiin sosiaalisessa mediassa ja Suomi 100 Maailmalla -projektin yhteistyötahojen verkostojen kautta. Vastauksia saatiin 145.

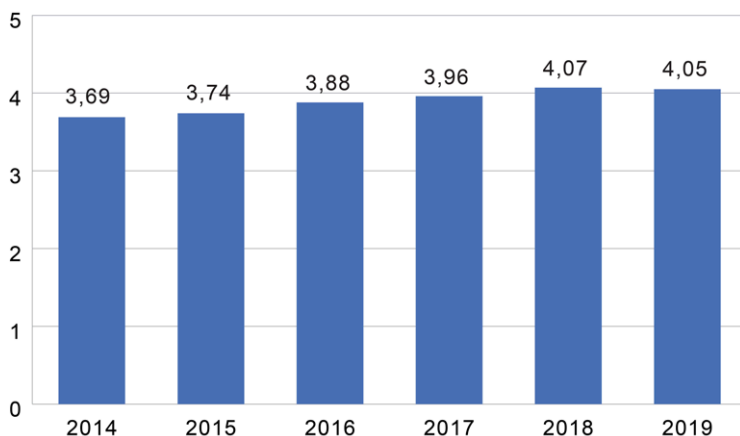
Lähes kaikki (97 %) kyselyyn vastanneet olivat tyytyväisiä tilaisuuksien osallistujamääriin, joiden moni arvioi ylittäneen odotukset tai vastanneen niitä: 72 prosenttia vastaajista arvioi tapahtumien osallistujamäärien olleen normaalia suurempia ja tapahtumien tavoittaneen uutta yleisöä. Tapahtumien arvioitiin aktivoineen normaalia enemmän yhdistysten alueilla asuvia ulkosuomalaisia (59 % vastaajista), paikallista väestöä (49 %) ja jonkin verran myös mediaa (33 %).

Loppukyselyn vastausten perusteella juhluvuoden tapahtumien koettiin vahvistaneen ulkosuomalaisten yhteenkuuluvuuden tunnetta ja me-henkeä sekä ulkosuomalaisjärjestöjen keskinäistä toimintaa. Juhlavuoden tapahtumat koettiin kyselyvastauksissa ainutlaatuisina ja laajasti ulkosuomalaisia ja heidän läheisiään kokoavina tilaisuuksina. Juhlavuoden toiminnan merkitys ulkosuomalaisten keskuudessa nousi esiin myös ydintoimijahaastattelussa: moni haastateltu näki vastaavat tempaukset ja toiminnan tapana ylläpitää Suomen kieltä ja kulttuuria maailmalla.

5.3 Juhlavuoden vaikutus maakuvaan

Maakuvaa mitataan useilla erilaisilla listauksilla, jotka kertovat muun muassa eri maiden tunnettuudesta ja houkuttelevuudesta. Suomen sijoitus näissä mittauksissa on ollut joko hyvin tasainen tai nousujohteinen riippuen siitä, millaista mittaristoa ja aineistoa eri listauksissa käytetään. UM:n koostamassa vuosittaisessa kansainvälisen median Suomi-uutisointia koskevassa katsauksessa Suomen maine tiivistetään arvosanaksi asteikolla yhdestä viiteen. Tämä arvosana oli juhluvuonna noin 4, sitä edeltävänä vuonna 3,9 ja seuraavana vuonna 4,1. Suomen maineessa ei vuosina 2014–2019 näytä olleen katsauksen perusteella juurikaan vaihtelua (kuvio 20). (UM 2016; 2017; 2018; 2019; 2020.) Vakiintuneella ja laajalti käytetyllä Anholt Ipsos Nation Brand -indeksillä mitattuna Suomi on sijoittunut vuosina 2008–2019 varsin tasaisesti sijoille 17–18 kaikkiaan 50 maata kattavassa tarkastelujoukossa. 75 maata koskevassa FutureBrand Country Index -mittauksessa Suomi on kuitenkin noussut kahdeksan sijaa vuodesta 2014 vuoteen 2019. (Ministry for Foreign Affairs of Finland 2019.)

Kuvio 20. Suomen yleinen maine perustuen Suomen edustustojen mediaseurantakyselyyn vuosina 2014–2019 (asteikolla 1–5). Lähde: UM 2016; 2017; 2018; 2019; 2020.



Suomesta muodostuvien mielikuvien määrällinen mittaaminen saati erisuuntaisten mitausten vertailu ja syy-yhteyksiä etsivä suhteuttaminen juhluvoiteen on hyvin epävarmaa. Määrällistä kuvaa maineesta laajentavat Suomeen ulkomailla liitetyt teemat. Esimerkiksi UM:n edustustojen vuosina 2014–2019 tekemät mediakatsaukset osoittavat, että ulkomailla esille nousee paitsi hetkellisiä ilmiöitä ja puheenaiheita, myös pysyvämpiä ja laajempia teemoja, joihin palataan toistuvasti Suomesta ja suomalaisista puhuttaessa (UM 2016; 2017; 2018; 2019).

Maakuvatyön sisältöjen ja juhluvoiteen osalta voidaan nostaa esille esimerkiksi vuotta 2018 koskeva Country Reprtrak -selvitys. Siinä mainitaan Suomen hyvän sijoittumisen kyseisessä listauksessa olleen tulosta 100-vuotisjuhlista, mutta myös varsin pysyvistä tasa-arvon ja koulutuksen teemoista, joiden osalta esille nostetaan samaa sukupuolta olevien avioliiton laillistaminen sekä suomalaisen koulutusjärjestelmän saamat ranking-tunnukset. (Ministry for Foreign Affairs of Finland 2019.)

Ohimenevät, hetkelliset aiheet Suomen saamassa kansainvälisessä huomiossa liittyvät esimerkiksi sisäpoliittisiin kuohuntoihin, turvallisuuspoliittisessa tilanteessa tapahtuneisiin äkkikäännteisiin, huippukokouksiin, suurin urheilutapahtumiin sekä mediatilaa saaneisiin kulttuuri-ilmiöihin. Nämä aiheet ovat enemmän tai vähemmän sattumanvaraisia, eikä niissä ole välttämättä kysymys ilmiöiden tietoisesta rakentamisesta ainakaan valtiollisten toimijoiden taholta. Pysyvämpiä Suomea koskevia teemoja mediakatsauksissa näyttäisivät olevan koulutusjärjestelmä ja suomalaisen yhteiskunnan toimivuus. Näihin liittyvät esimerkiksi Pisa-tulokset, perustulokokeilu, suomalaisten asema maailman onnellisimpana maana ja tasa-arvo. Vuonna 2017 ulkomaisissa medioissa olivat esillä etenkin Suomen itsenäisyyden satavuotisjuhlallisuudet ja erityisistä teemoista esimerkiksi matkailu ja kulttuuri sekä saunan ja Sibe-liuksen kaltaiset ”perinteiset” aiheet sekä kesto suosikit koulutus ja yhteiskunta (UM 2018).

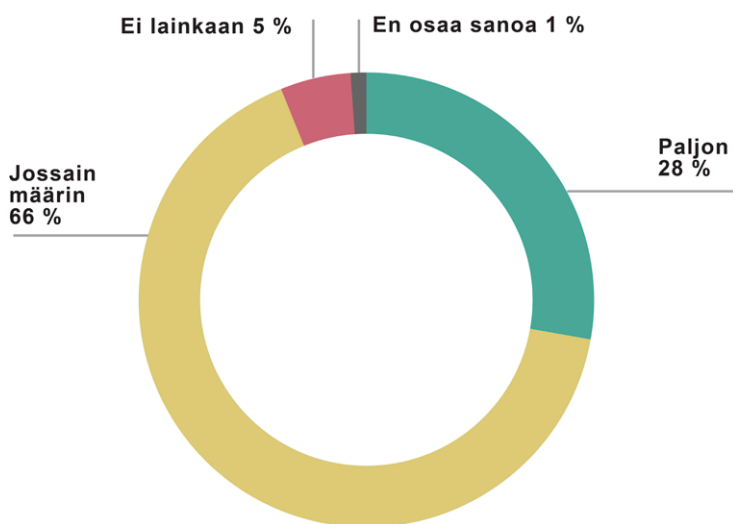
Vuoden 2017 aikana nostettiin esille Suomen maakuvan ydinvahvuuksia, esimerkiksi luontosuhdetta, tasa-arvoa, yhteiskunnan toimivuutta sekä yhteisöllisyyttä ja osallistamista. Juhlavuoden ”yhdessä”-teema sopikin hyvin yhteen maakuvatyön teemojen kanssa.

Tilastokeskuksen Suomi 100 -kansalaisbarometrin tulokset antavat kuvaa siitä, miten kansalaiset hahmottavat Suomen keskeistä kansainvälistä kontekstia. Tulosten mukaan kansalaiset arvostavat Suomea maana. Alkuvuonna 2017 lähes puolet vastaajista antoi Suomelle kouluarvosanan 8 ja noin kolmannes kouluarvosanan 9. Kukaan vastaajista ei antanut huonointa arvosanaa. Kaikkien vastaajien antamien arvosanojen keskiarvo oli 8,9.¹⁰

Useimmat vastaajat eivät osanneet tai halunneet sanoa maata, jolle antaisivat paremman arvosanan kuin Suomelle (n=331). 120 vastaajaa katsoi, että Suomea ei voi verrata tai että ei ole olemassa Suomea parempaa maata. Eniten kannatusta yksittäisistä maista saivat Ruotsi (n=229) ja Norja (n=132). Suomalaiset vertaavat tämän perusteella itseään etenkin pinta-alaltaan vastaaviin, mutta väkiluvultaan Suomea suurempiin Pohjoismaihin.¹¹

Kansalaisbarometristä käy lisäksi ilmi, että suomalaisten enemmistö uskoi Suomen satavuotisjuhlan vahvistaneen Suomen tunnettuutta ja mainetta maailmalla (kuvio 21).

Kuvio 21. Uskotko, että Suomen satavuotisjuhla vahvisti Suomen tunnettuutta ja mainetta maailmalla?
Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 2/2018 (n=1093).



¹⁰ Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 3/2017, kysymys 21. Minkä kouluarvosanan (4–10) antaisit Suomelle maailman maana kokonaisuutena?

¹¹ Lähde: Tilastokeskus, kansalaisbarometri 3/2017, kysymys 22. Jos antaisit jollekin muulle maalle paremman arvosanan, mikä maa se olisi?

Myös sidosryhmähaastattelujen vastauksissa juhluvuoden yhtenä vaikutuksena nostettiin esiin maakuvan vahvistuminen ja Suomi-kuvan parantuminen maailmalla. Maakuvan koettiin erään haastateltavan mukaan kehittyneen, kun ”Suomi pystyi näyttämään monet puolensa ja olemaan esillä”. Sidosryhmähaastatteluissa juhluvuoden koettiin myös nostaneen Suomen profiilia kansainvälisessä yhteisössä: eräs haastateltu kuvasi, miten ”-- on kova juttu saavuttaa 100-vuotias demokraattisen valtion ikä”.

Kulttuuri- ja tiedeinstituuteissa Suomi 100 -juhluvuoden vaikutukset yleiseen keskusteluun nähtiin eri tavoin. Osa instituuttien johtajista koki, että juhluvuoden tapahtumat ja tilaisuudet lisäsivät tietoisuutta Suomesta, vaikka yksittäisiä projekteja lukuun ottamatta juhluvuoden toiminnalla ei nähty suuria vaikutuksia yleiseen keskusteluun kohdemaissa. Instituuttien vastaajat arvioivat kohdemaissaan vallitsevat käsitykset suomalaisuudesta pääosin hyvin positiivisiksi, mutta eivät pitäneet tätä juuri juhluvuoden toiminnan tuloksena.

Suomi-Seura ry:n jäsenyhdistysten keskuudessa tehdyn kyselyn vastauksissa Suomen tunnettuuden ja profiilin koettiin lisääntyneen juhluvuoden tapahtumien myötä. Tähän vaikuttivat vastausten mukaan niin sosiaalisen kuin perinteisemmän median kautta tullut näkyvyys. Valtaosa vastaajista (95 %) piti juhluvuotta erittäin tai melko onnistuneena. Kyselyn vastauksissa painottuivat juhluvuoden merkitys yhteisöllisyyden ja kansallisympäyden vahvistumisessa. (Suomi-seura ry:n kyselytutkimus; Suomi 100 maailmalla -projekti, loppuraportti.)

Maakuvatyön osalta ydintoimijoiden haastatteluaineisto osoittaa, että vaikka juhluvuoden tavoitteet liittyivät myös kansainväliseen kontekstiin, oli juhluvuoden painopiste kuitenkin Suomessa tapahtuvassa toiminnassa. Toiminta kohdistui nimenomaan suomalaisiin Suomessa ja ulkomailla, ja siinä juhluvuoden toiminnan koettiin onnistuneen: juhluvuosi nähtiin yhteisenä suomalaisten kokemuksena ja yhdessä tekemisenä. Maakuvaan liittyvien vaikutusten mittaaminen mainittiin haastatteluissa myös hankalana:

”Näiden [kansainvälisten toimenpiteiden] vaikutusten mittaaminen on vaikeaa ... [k] uinka paljon Suomen näkyvyys maailmalla lisääntyi, kun ihmiset esimerkiksi katselevat sinivalikoiseksi värjättyä Colosseumia tai Eiffel-tornia? [On pohdittava] tuliko heille mieleen, että tämä liittyy jotenkin Suomeen, vai onko tämä Marseillen jalkapallojoukkue, joka juhlii ottelua Pariisissa, vai onko tämä kreikkalaisten juhla... [n]ämä ovat vaikeita asioita.” (Ydintoimijahaastattelut.)

Voidaankin todeta, että Suomi 100 -juhluvuosi vaikuttaa olleen merkittävydessäänkin vain yksi kohokohta ja markkinoinnin mahdollisuus maakuvatyön ja esille nostettavien aiheiden jatkumossa. Maakuvatyön näkyvyyttä juhluvuosi varmasti lisäsi, mutta sisällöllisesti juhluvuosi ei tuonut mitään erityisen uutta maakuvaan ja sen pitkiin linjoihin.

6 Johtopäätökset: identiteetit ja imago Suomi 100 -juhlavuodessa

Tässä raportissa tarkastelimme juhlavuoden vaikutuksia ja kytköksiä kansalliseen identiteettiin ja Suomen maakuvaan. Analysoimme, millainen juhlavuoden merkitys oli suomalaisuudelle ja Suomesta muodostuvalle kuvalle. Tarkastelimme juhlavuoden toiminnan ja kokemusten pohjalta muodostuvaa kuvaa suomalaisten merkittävänä pitämistä asioista ja suomalaisuudesta sekä sitä, miten juhlavuoden aikainen kansainvälinen toiminta asemoi tui suhteessa maakuvatyöhön ja aikaisempiin käsityksiin Suomesta.

Juhlavuoden tavoitteenasettelu voidaan pelkistää identiteetteihin ja maakuvaan liittyen yhteen keskeiseen seikkaan: varsin yksiulotteinen kuva suomalaisuudesta, itsenäisyydestä ja näiden asioiden juhlimisesta yritettiin muuttaa avoimemmaksi. Tämä tavoite tarkentuu kahdella tavalla. Ensinnäkin avoimuudessa oli kyse sekä pyrkimyksestä kohti juhlimisen aiheiden muuttumista (suurista, juhlavista ja menneisyyteen katsovista asioista kohti arkista, pientä, nykyhetkessä elävää ja tulevaisuuteen katsovaa). Toiseksi kysymys oli pyrkimyksestä kohti juhlimisen tapojen muutosta (vakavamielisyydestä kohti kepeyttä ja positiivista ylpeyttä) sekä avoimemmasta oikeudesta juhlimiseen. Välillä nämä asiat toki limittyivät ja limittyivät toisiinsa.

Juhlavuoden avoin toimintatapa ja profiloimattomuus mahdollistivat laajan suomalaisuuteen liittyvien aiheiden kirjon käsittelyn. Tämä tarkoitti esimerkiksi arkisten tai ”pienien” aiheiden sekä niiden historian esille tuomista vakiintuneiden itsenäisyyden käännekohtien, merkkihenkilöiden ja suurten tapahtumien muistelun ohessa. Myös nykyhetken yhteiskunnalliset teemat kuten tasa-arvo ja yhdenvertaisuus olivat monin tavoin esillä. Juhlavuoden temaattinen monimuotoisuus ei kuitenkaan automaattisesti tarkoita sitä, että perinteisiä suomalaisuuden ja itsenäisyyden teemoja olisi perustavalla tavalla uudistettu juhlavuoden myötä. Tuntemattomalla sotilaalla, veteraaneilla ja Linnan juhlilla on edelleen keskeiset paikkansa itsenäisyyden juhlinnan kaanonissa.

Juhlavuoden moninaisuus tarkoitti myös sitä, että kansallisen identiteetin maantieteellinen kerroksellisuus sai tilaa ja paikallisuus korostui hankkeiden aiheissa. Juhlavuoden ohjelmaan kuuluneista hankkeista suuressa osassa kytkös laajempaan kansalliseen yhteyteen tapahtui paikallisen toiminnan ja paikallishistorian kautta joko niin, että hankkeet olivat paikallisin voimin järjestettyjä ja paikallisyhteisöjä aktivoivia tai niissä kytkeydyttiin kansalliseen historiaan paikallisten tapahtumien, henkilöiden ja aiheiden kautta.

Kansalaiset eivät kokeneet, että juhlavuosi olisi vaikuttanut erityisen merkittävästi kuvaan suomalaisuudesta. Ilmeisesti juhlavuoden hankkeiden moninaisuus ja esimerkiksi niissä esille nousseet paikalliset ja pienet aiheet eivät lopulta olleet riittävän merkittäviä suomalaisuuteen ja Suomen valtiolliseen itsenäisyyteen perinteisesti kuuluvien aiheiden rinnalla. Yksittäinen kansalainen saattoi myös kokea vain pienen osan juhlavuodesta yksittäisen hankkeen muodossa. Juhlavuoden moninaisuudesta ei siis aiheita ja sisältöjä tarkastellen muodostunut tai löytynyt uusia suuria kansallisia kertomuksia. Ei juhlavuoden tavoitteena toisaalta ollutkaan perinteisten Suomi-kuvien suoranainen syrjään siirtäminen.

Juhlavuoden vaikutus itsenäisyyden juhlimisen tapoihin oli rajallinen, mutta juhlinnan sävystä kuitenkin keskusteltiin ja siinä on saattanut tapahtua muutoksia aikaisempaa kevyempään ja iloisempaan suuntaan. Juhlavuodella haluttiin muuttaa sitä, miten itsenäisyyttä juhlitaan. Kansalaiset itse tosin halusivat juhlia suurelta osin perinteisin tavoin ja menoin. Konkreettiset juhlimisen tavat muuttuivat joiltain osin varsin pienellä joukolla kansalaisia. Juhlimisen sävyn osalta muutoksia oli kuitenkin havaittavissa. Juhlavuoden myötä esille tuotua itsenäisyyden juhlinnan iloista sävyä pidettiin kansalaisten keskuudessa tervetulleena.

Juhlavuosi oli yksi temaattinen huippukohta maakuvatyön jatkumossa. Juhlavuosi ei erityisemmin muuttanut Suomen maakuvaa, vaikka toikin jossain määrin Suomelle erityistä huomiota. Juhlavuoden toiminta oli siis enemmän näkyvyyden määrään kuin Suomi-kuvan sisältöön vaikuttavaa. Yksi juhlavuoden tavoitteista oli nimenomaan Suomen kansainvälisen profiilin vahvistaminen (VNK 2018, 10), ei muuttaminen tai haastaminen. Tätä tavoitteenasettelua vasten juhlavuosi oli kansainvälisellä tasolla varsin onnistunut.

Maakuvan rakentaminen on ylipäättään pitkäjänteistä työtä, jonka aikajänne on vähintäänkin kymmeniä vuosia ja joka perustuu pysyviin kansallisen identiteetin ja suomalaisen yhteiskunnan esiintuomiin ja muodostamiin vahvuuksiin. Kestoltaan rajallisen juhlinnan vaikutusta maakuvan suuriin sisällöllisiin linjoihin tulisikin tarkastella realistisin odotuksin. Juhlavuoden aikana tukeuduttiin tuttuihin maakuvaa rakentaviin teemoihin, kuten yhteiskunnan toimivuuteen, koulutukseen ja tasa-arvoon sekä siihen, että Suomi näyttäytyy ongelmien ratkaisijana.

Henkilökohtainen ja yksilöllinen kokemus suomalaisuudesta oli juhlavuoden jälkeen myönteinen, mutta juhlavuodella ei näytä olleen laajempaa vaikuttavuutta kokemuksiin suomalaisen yhteiskunnan ominaisuuksista. Kansalaisia lähellä olevat ja helposti tunnistettavat asiat olivat merkittäviä juhlavuonna. Juhlavuoden jälkeen kansalaiset pääosin kokivat, että suomalaisuus tuntuu henkilökohtaisesti omalta. Sen sijaan suomalaisen yhteiskunnan ei koettu muuttuneen kokonaisuutena juhlavuoden yhteisten kokemusten myötä esimerkiksi avoimemmaksi, monimuotoisemmaksi tai yhtenäisemmäksi.

Laajempaa yhteiskunnallista vaikuttavuutta koskien voidaan miettiä, miten suomalaisen yhteiskunnan ”jäsenyys” lopulta juhluvuodessa määrittyi. Kansallisen identiteetin ja suomalaisuuden määrittelyyn kiinteästi liittyvä monikulttuurisuuden teema oli lähtökohtaisesti avoimuuteen pyrkivän toimintamallin sekä aihetta käsittelevien hankkeiden kautta juhluvuodessa esillä. Juhlijoiden joukon määrittely oli avoin: mukaan kutsuttiin kaikki suomalaiset ja Suomen ystävät. Ohjelmahankkeiden hakemuksista viisi prosenttia oli ruotsinkielisiä ja neljä prosenttia englanninkielisiä (VNK 2018). Merkittävä osa juhluvuoden hankkeista myös käsitteli tasa-arvoa ja yhdenvertaisuutta. Juhluvuoden valmistelun ja toteutuksen aikana ei kuitenkaan kerätty aineistoa tästä aiheesta siinä laajuudessa ja tarkkuudessa, joka olisi mahdollistanut juhluvuoden jälkeisen analyysin esimerkiksi eri kieli- ja vähemmistöryhmien kansallista identiteettiä koskevista juhluvuosikokemuksista.

Juhluvuoden toimintatapa oli viesti sellaisenaan. Ainakin periaatteen tasolla yksittäisellekin kansalaiselle osallistumismahdollisuuden tarjonnut avoin hankehaku kuvasti suomalaisen yhteiskunnan demokraattisia perusarvoja ja matalia hierarkioita. Juhlavuosi oli tältä osin hyvin kiinni ajassa ja suomalaisen yhteiskunnan toimivuuden kuva vuodelta 2017. Tämä seikka on merkittävä kansallisen identiteetin kannalta. Itsenäisen kansakunnan ensimmäisen vuosisadan juhlintaa ja sen ohjelmaa sai omalla toiminnallaan määrittää kuka tahansa lakeja ja hyviä tapoja noudattava.

Tekemämme tarkastelu osoittaa, että **juhluvuosi ennemmin toisti ja korkeintaan täydensi kuin haastoi suomalaista identiteettiä ja Suomi-kuvaa.** Juhluvuoden huippuhetken merkitys on rajallinen joka päivä läsnä olevien suomalaisuutta ylläpitävien käytäntöjen ja satojen vuosien aikana rakentuneiden ja rakennettujen kansallisen identiteetin elementtien rinnalla. Juhluvuoden merkitystä tarkastellessa on täysin aiheellista kysyä, onko yksittäisellä juhluvuodella ylipäätään mahdollisuutta muokata – saati kääntää – suomalaisuuden kokemisen suurta jatkumoa. Ehkä juhluvuoden merkitys on siinä, että pysähdymme ylipäätään tarkastelemaan, millaisia arkisia ja itsestään selviäkin suomalaisuuteen ja suomalaiseen yhteiskuntaan liittyviä asioita nostamme esille juhlan hetkellä.

Liite 1. Kansalaiskyselyn kuvaus

Osana tutkimusta toteutettiin kansalaiskysely vuoden 2020 lokakuussa. Tämä toteutettiin 1002 vastaajan paneelille sähköisenä kyselynä. Paneelin vastaukset edustavat hyvin erilaisia kansalaisryhmiä; vastaajat olivat eri puolilta Suomea, kattoivat ikäryhmät 15–87 ja jakaantuivat tasaisesti mies- ja naisvastaajien kesken. Kysymykset käsittelivät juhluvuoden vaikutuksia yhteenkuuluvuuden tunteeseen, itsenäisyyden juhlintaan ja suomalaisuuden kokemukseen. Kysymykset olivat pääasiassa määrällisiä, mutta sisälsivät myös laadullisia kysymyksiä. Pyysimme esimerkiksi määrittämään kolme asiaa tai tapahtumaa, jotka ovat jääneet mieleen juhluvuodesta. Samoin vastaajat saivat omin sanoin kertoa juhluvuoden vaikutuksista nykyiseen juhlinnan tapaan ja näkemyksiin suomalaisuudesta.

Lähteet

- 100 objects from Finland (29.6.2021). <https://www.100objects.fi> Luettu 29.6.2021.
- Alapuro, R. (1999). Kertomus suomalaisista idän ja lännen välissä. Teoksessa Löytönen, M. & Kolbe, L. (toim.): *Suomi. Maa, kansa, kulttuurit*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 753. Gummerus, Jyväskylä, 98–112.
- AMA (2021). Branding. American Marketing Association. <https://www.ama.org/topics/branding/> Luettu 21.1.2021.
- Anderson, B. (2007). *Kuvitellut yhteisöt. Nationalismin alkuperän ja leviämisen tarkastelua*. Vastapaino, Tampere.
- Anholt, S. (2005). Editorial. Nation brand as context and reputation. *Place Branding* 1:3, 224–228.
- Anholt, S. (2010). Editorial. Definitions of place branding – Working towards a resolution. *Place Branding and Public Diplomacy* 6, 1–10.
- Anttila, J. (1993). Käsitteet suomalaisuudesta – traditioaalisuus ja modernisuus. Teoksessa Korhonen, T. (toim.): *Mitä on suomalaisuus*. Suomen antropologinen seura. Gummerus, Jyväskylä, 108–134.
- Anttila, J. (2007). *Kansallinen identiteetti ja suomalaiseksi samastuminen*. Sosiaalipsykologisia tutkimuksia 14. Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitos.
- Billig, M. (2009). Reflecting on a critical engagement with banal nationalism – reply to Skey. *The Sociological Review* 57:2, 347–352.
- Bond, R. (2006). Belonging and becoming: National identity and exclusion. *Sociology* 40:4, 609–626.
- Bond, R. McCrone, D. & Brown, A. (2003). National identity and economic development: reiteration, recapture, reinterpretation and repudiation. *Nations and Nationalism* 9:3, 371–391.
- Browning, C.S. (2015). Nation branding, national self-esteem and the constitution of subjectivity in late modernity. *Foreign Policy Analysis* 11, 195–214.
- Elo, K. & Hatakka, N. (2018). #Suomi100 Twitterissä: Itsenäisyyden juhluvuoden yhtenäinen digitaalinen historiakulttuuri? *Ennen ja nyt. Historian tietosanomat* 2/2018.
- Fan, Y. (2006). Branding the nation: What is being branded? *Journal of Vacation Marketing* 12:1, 5–14.
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy* 6, 97–103.
- Finland Promotion Board (2017). *Suomen maakuvastrategia*. 6/2017.
- Finnish Nightmares (30.4.2021). <http://finnishnightmares.blogspot.com/> Luettu 30.4.2021.
- Haikonen, J. & Kiljunen, P. (2003). *Mitä mieltä, suomalainen? EVAn asennetutkimuksien kertomaa vuosilta 1984–2003*. Elinkeinoelämän valtuuskunta. https://www.eva.fi/wp-content/uploads/files/149_aseenne_20v.pdf Luettu 7.2.2021.
- Hytönen, K. (2012). *Suomen maabrändäyksen taustasyyt ja toimintamallin kehittäminen*. Akateeminen väitöskirja. Acta Electronica Universitatis Lapponiensis 104.
- Häyrynen, M. (2005). *Kuvitettu maa. Suomen kansallisen maisemakuvaston rakentuminen*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 834. Helsinki.
- Isokangas, A. Kaskinen, T. Kousa, T. Kuittinen, O. Laitio, T. Lippo, A. Mokka, R. Neuvonen, A. Tuomi, T. Vassinen, S. & Kilpi, H. (2010). *Tehtävä Suomelle! Miten Suomi ratkaisee maailman viheliäisimpiä ongelmia. Consider it solved. Maabrändiraportti*. Maabrändivaltuuskunta.
- Jansson, D. (2012). Branding Åland: Reflections on place identity and globalization in a Nordic archipelago. *Place branding and public diplomacy* 8:2, 119–132.
- Kehitys-Utveckling (30.4.2021). 100 kehitystulosta. <https://kehityslehti.fi/100-kehitystulosta/> Luettu 30.4.2021.
- Klinge, M. (1999). Suomi-myytti. Teoksessa Löytönen, M. & Kolbe, L. (toim.): *Suomi. Maa, kansa, kulttuurit*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 753. Gummerus, Jyväskylä, 88–97.
- Kotler, P. & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Brand Management* 9: 4–5, 249–261.
- Luonila, M. Ruusuvirta, M. Renko, V. Ruokolainen, O. Toivanen, M. Rausmaa, S. Haila, K. Korhonen, S. Hämäläinen, M. & Kilpi, J. (2020). *Suomi 100 -juhluvuoden vaikutukset: osa 2. Teema: Osallistuminen ja osallisuus*. Valtioneuvoston kanslian julkaisuja 2020:12.
- Metsähallitus (2021). Luonnon päivät 2017. <https://www.metsa.fi/projekti/luonnonpaivat-2017/> Luettu 10.5.2021.
- Ministry for Foreign Affairs of Finland (2019). Finland in country brand research 2019. Ppt-esitys. Tiedonanto ulkoministeriön maakuvastrategialta 22.1.2020.
- Moilanen, T. & Rainisto, S. (2008). *Suomen maabrändin rakentaminen*. Finland Promotion Board.

- Oinonen, E. Blom, R. & Melin, H. (2005). *Onni on olla suomalainen? Kansallinen identiteetti ja kansalaisuus. Raportti ISSP 2003 ja 2004 Suomen aineistoista*. Yhteiskuntatieteellisen tietoarkiston julkaisuja 1/2005.
- Oinonen, L. (2018). *Suomi 100 maailmalla -projektin 2016–2017 loppuraportti*. Suomi-Seura ry.
- Oxford English Dictionary (2021). <https://www.oed.com/> Luettu 21.1.2021.
- Pitkänen, V. & Westinen, J. (2018a). *Sittenkin samanlaisia? Tutkimus suomalaisten identiteeteistä. Raportti 1. e2*, Suomen kulttuurirahasto.
- Pitkänen, V. & Westinen, J. (2018b). *Samat huolet, eri näkökulmat. Tutkimus suomalaisten asenteista ja identiteeteistä. Raportti 2. e2*, Suomen kulttuurirahasto.
- Ruokolainen, O. Luonila, M. Ruusuvirta, M. Renko, V. Toivanen, M. Rausmaa, S. Haila, K. Korhonen, S. Hämäläinen, M. & Kilpi, J. (2020). Suomi 100 -juhluvuoden vaikutukset: osa 1. Johdanto ja Teema: Yhteistyö ja organisoituminen. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 10/2020. Valtioneuvoston kanslia.
- Saukkonen, P. (2004). Kansallinen identiteetti. Teoksessa Pakkasvirta, J. & Saukkonen, P. (toim.): *Nationalismit*. WSOY, Porvoo, 90–105.
- Skey, M. (2009). The national in everyday life: A critical engagement with Michael Billig's thesis of Banal Nationalism. *The Sociological Review* 57:2, 331–346.
- Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit (2018). Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit. Vuosikertomus 2017. Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ry.
- Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit (29.6.2021). <https://instituutit.fi>. Luettu 29.6.2021.
- Suomen Viron-instituutti (2018). Suomen Viron-instituutti. Toimintavuosi 2017. <https://view.joomag.com/suomen-viron-instituutin-vuosikertomus-2017/0623671001525337613> Luettu 29.6.2021.
- Tale of two countries (30.4.2021). <https://taleoftwocountries.fininst.uk/virallinen-galleria/> Luettu 30.4.2021.
- UM (2016). Suomi maailman mediassa. Ulkoasiainministeriön kooste vuodesta 2015. Ulkoasiainministeriö.
- UM (2017). Suomi maailman mediassa. Ulkoasiainministeriön kooste vuodesta 2016. Ulkoasiainministeriö.
- UM (2018). Suomi maailman mediassa. Ulkoasiainministeriön kooste vuodesta 2017. Ulkoasiainministeriö.
- UM (2019). Suomi maailman mediassa. Ulkoasiainministeriön kooste vuodesta 2018. Ulkoasiainministeriö.
- UM (2020). Suomi maailman mediassa. Ulkoasiainministeriön kooste vuodesta 2019. Ulkoasiainministeriö.
- UM (2021). Maakuvatyo. Ulkoasiainministeriö. <https://um.fi/maakuvatyo> Luettu 5.5.2021.
- Valtonen, P. (2004). Etnisyys ja kansakunta. Teoksessa Pakkasvirta, J. & Saukkonen, P. (toim.): *Nationalismit*. WSOY, Porvoo, 106–123.
- Verdugo, R.R. & Milne, A. (2016). Introduction: National identity: Theory and practice. Teoksessa Verdugo, R.R. & Milne, A. (toim.): *National identity: Theory and research*. A volume in Cross National Research. Information Age Publishing, Charlotte, 1–21.
- Westerholm, J. (1999). Kansa ja alue. Suomenruotsalaiset osana kansakuntaa ja valtiota. Teoksessa Löytönen, M. & Kolbe, L. (toim.): *Suomi. Maa, kansa, kulttuurit*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 753. Gummerus, Jyväskylä, 278–289.
- VNK (2013). Asettamispäätös. Suomen itsenäisyyden 100-vuotisjuhluvuoden projekti. 14.8.2013. Valtioneuvoston kanslia.
- VNK (2018). Suomi 100 vuotta. Yhdessä. Suomi 100 -juhluvuoden raportti. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 9/2018. Valtioneuvoston kanslia.
- VNK (2021). Finland Promotion Board. Valtioneuvoston kanslia. <https://vnk.fi/finland-promotion-board> Luettu 5.5.2021.
- YLE (2021). Miljoona linnunpönttöä. Vesa Sundqvist. <https://yle.fi/uutiset/3-9625372> Luettu 10.5.2021.
- Zimmerbauer, K. (2008). *Alueellinen imago ja identiteetti liikkeessä*. Akateeminen väitöskirja. Ruralia-instituutti, julkaisuja 15. Helsingin yliopisto.
- Äikäs, T.A. (2004). *Imagoa etsimässä: Kaupunki- ja aluemarkkinoinnin haasteista mielikuvien mahdollisuuksiin*. Acta nro 166, Suomen Kuntaliitto.

SNELLMANINKATU 1, HELSINKI
PL 23, 00023 VALTIONEUUVOSTO
p. 0295 16001
info@vnk.fi
vnk.fi/julkaisut

ISBN PDF 978-952-383-103-2
ISSN PDF 2490-1164