



SUOMI
FINLAND

SUOMI MUIDEN SILMIN 2025

SUOMI-KUVA TUTKIMUKSESSA JA MEDIASSA

Suomi muiden silmin on Finland Promotion Boardin julkaisu, joka yhdistää tietoa kansainvälisistä tutkimuksista ja mediaseurannasta Suomen ulkomaanedustustojen asiantuntemukseen.

Julkaisija: Finland Promotion Board

Julkaisuvuosi: 2025

Päätoimittaja: Meira Pappi

Painotalo: Grano

Ulkoasu: hasan & partners

Taitto: Tuomo Parikka

ISBN-numero: 978-952-281-826-3

Suomi-kuva polarisoituvassa maailmassa



Meira Pappi

Ulkoministeriön maakuvan ja viestinnän johtava erityisasiantuntija

Suomi on tullut tunnetummaksi ja Suomea koskevat mielikuvat muuttuneet myönteisemmiksi koko 2020-luvun. Suomalaisista pidetään, Suomea arvostetaan ja Suomella katsotaan olevan myönteinen vaikutus maailmaan. Suomi-kuvan viimeaikainen kehitys ei kuitenkaan ole ollut maantieteellisesti yhdenmukaista: samalla, kun Suomea koskevat mielikuvat ovat kehittyneet myönteisesti esimerkiksi Yhdysvalloissa, Saksassa ja Japanissa, ovat ne suorastaan romahtaneet Venäjällä. Myös kiinalaiset suhtautuvat Suomeen aiempaa kriittisemmin.

”Vaikka pohjoismaisuus on edelleen etu, on yhä tärkeämpää, että Suomesta tiedetään, eikä vain oleteta naapuruston perusteella.”

Tutkimukset kertovat, että mielikuvat maista polarisoituvat. Yhtenäiset, globaalit käsitykset hajaantuvat ja ihmisten näkemykset jakautuvat yhä enemmän läntisiin demokratioihin, BRICS+ maihin ja näiden ulkopuolella oleviin alueisiin. Suhtautuminen omiin on myönteistä ja muihin entistä herkemmin ei. Tämä tekee verrattain tuntemattoman Suomen asemasta haavoittuvaisen: koska Suomesta ei tiedetä, meistä oletetaan maantieteellisen sijaintimme ja läntisen viiteryhmämme perusteella.

Pohjoismaisuus on ollut maakuvallinen valttikorttimme – eikä vähiten pitkän Venäjän-ajan vuoksi – mutta nykykehitys muuttaa myös Pohjoismaiden perinteisesti hyvää asemaa maakuvamarkkinoilla. Vaikka pohjoismaisuus on edelleen etu, on yhä tärkeämpää, että Suomesta tiedetään, eikä vain oleteta naapuruston perusteella. Mitä enemmän Suomen oma, yksilöllinen ääni kuuluu, sitä tukevammin Suomi seisoo omilla jaloillaan silloinkin, kun esimerkiksi mielikuvat Ruotsista horjuvat.

Annetaan Suomen äänen siis kuulua, meillä on puheenaiheissa valinnanvaraa. Luonto, kestävyys ja hyvä hallinto ovat Suomea koskevien mielikuvien kärjessä. Koulutusbrändimme on maailman ykkönen ja meitä selkeästi muista Pohjoismaista erottava. Meiltä tullaan hakemaan mallia mediakasvatukseen ja asunnottomuuden ratkaisuihin. Viime vuosina Suomeen on tultu katsomaan myös varautumista sekä sitä pitkää itärajaa, mikä ei tosin aina ole maakuvallinen etu. Tähän medianäkyvyyden kaksiteräisyyteen julkaisussa pureutuu tarkemmin ulkoministeriön viestintäjohtaja ja Finland Promotion Boardin puheenjohtaja Mikko Koivumaa.

Onneksi on myös puhtaasti myönteisiä maakuva-aiheita, jotka ovat juuri meidän omiamme: Suomen seitsemäs perättäinen kärkisija Maailman onnellisuusraportissa, maailmalla noususuhdanteessa oleva saunakulttuuri ja Lapin joulu. Sekä vanhoja että uudempiakin aiheita riittää; pääasia on, että otamme keskusteluissa oman paikkamme.

Suomi muiden silmin 2025

Suomi-kuva tutkimuksessa
ja mediassa

Suomi-kuvan kehitys	6	Näkyvimvät suomalaiset mediassa	32
Suomen medianäkyvyys lukuina	9	Teemat: koulutus	35
Suomi-uutisoinnin pääaiheet	10	Näkökulmia maailmalta: Viro	37
Suomi-kuva Venäjällä	20	Teemat: kulttuuri	38
Näkökulmia maailmalta: Moskova	23	Näkökulmia maailmalta: Japani	40
Teemat: onnellisuus	24	Teemat: innovaatio	41
Teemat: matkailu	27	Taustatietoa julkaisusta	44
Näkökulmia maailmalta: Pariisi	30	Lisätietoa maakuvatyoöstä	46

Mielikuvat Suomesta säilyivät vakaina

Suomi sijoittuu globaalissa Anholt Nation Brands Index -maakuvavertailussa 50 maan joukossa sijalle 16. Suomen pistemäärä tutkimuksessa on pysynyt hyvin tasaisena viimeisen kolmen vuoden ajan. Globaalien muutosten aikana vakaana pysynyt tulos on merkittävä.

Vuodesta 2005 alkaen toteutettu Anholt Nation Brands Index on laaja maakuvavertailu, joka mittaa vuosittain ihmisten mielikuvia 50–60 eri valtiosta 20 panelisti-maassa. Suomi sijoittuu vuoden 2024 tutkimuksessa sijalle 16. Sijoitus muodostuu Suomen saamista pisteistä kuudessa eri kategoriassa, jotka käsittelevät vientiä, hallintoa, kulttuuria, ihmisiä, matkailua sekä maahanmuuttoa ja investointeja.

Suomi-kuvan uusi taso

Suomen tulos Anholt Nation Brands Index -tutkimuksessa on 2020-luvulla vakiintunut uudelle, aiempaa korkeammalle tasolle. 2010-luvulla Suomen sijoitus vaihteli sijojen 18 ja 17 välillä, kun taas 2020-luvulla Suomi on sijoittunut vuorovuosin 16. ja 15. sijalle. Vuoden 2024 16. sija tulee edellisvuoden sijan 15 jälkeen 0,55 pisteen menetyksellä, kokonaispistemäärällä 64,81.

Myös Suomen tunnettuus on kasvanut vuoden 2019 lukemista. Kun kuusi vuotta sitten 39 prosenttia vastaajista kertoi tietävänsä Suomen ainoastaan nimeltä, oli lukema vuonna 2024 pudonnut 35 prosenttiin. Vastavasti Suomea tuntevien osuus oli kasvanut 25 prosentista 29 prosenttiin. 2020-luvun huippulukema tunnettuudessa on vuoden 2023 mittauksesta, jolloin 33 prosenttia vastaajista kertoi tuntevansa Suomen joko hyvin tai erittäin hyvin.

Yhdenvertaisuus ja ympäristönsuojelu ydinvahvuuksina

Kuten aiempinakin vuosina, Suomea arvostetaan erityisesti yhdenvertaisuuden ja ympäristönsuojelun vuoksi. Suomi sijoittuu kummallakin mittarilla viidenneksi 50 maan joukossa. Tutkimuksen korkeimman yksittäisen pistemäärän Suomi saa, kun arvioidaan maan luonnonkauneutta. Hyvästä pistemäärästä huolimatta Suomi ei nouse sijaa 12 korkeammalle suhteessa tutkimuksen muihin valtioihin. Luonnonkauneutta arvioivalla mittarilla on kuitenkin tapahtunut eniten pistenousua edellisvuoteen verrattuna.

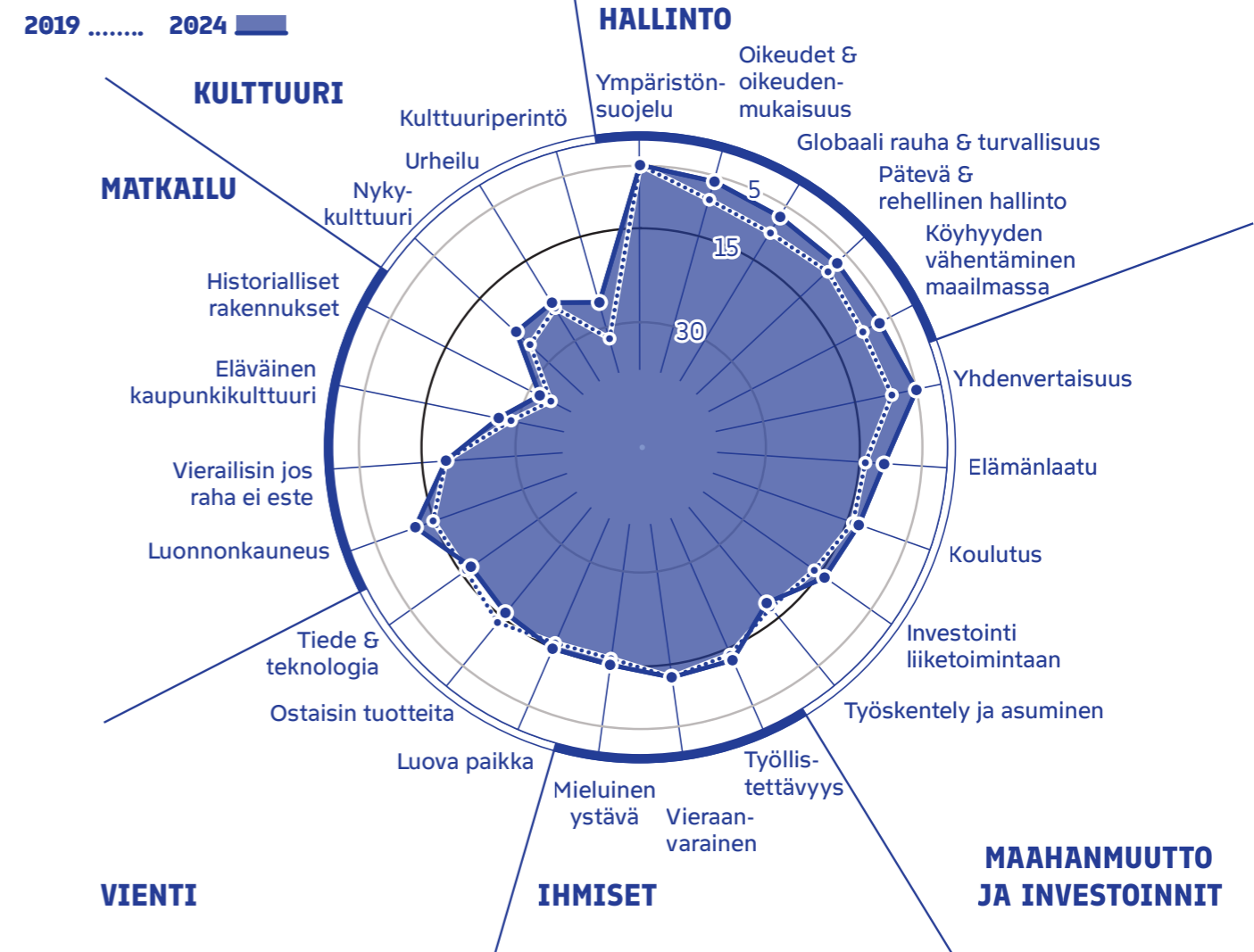
Taantumista vienti- ja matkustusmielikuvissa

Suomea koskevat mielikuvat ovat heikentyneet erityisesti viennin osa-alueella, jonka kolme mittaria ovat tiede ja teknologia, tuotteet sekä luovuus. Vienti on tutkimuksen kategorioista ainoa, jossa Suomen pisteet ovat laskeneet kaikilla mittareilla. Suomen sijoitukset tieteen ja teknologian sekä tuotteiden osalta ovat lisäksi laskeneet vuoden 2019 tason alapuolelle. Piste- ja sijamenetykset ovat kuitenkin suhteellisen maltillisia.

Muut tutkimuksen mittarit, joilla Suomi on sekä menettänyt pisteitä että pudonnut sijoituksessa, liittyvät Suomessa elämiseen ja tänne matkustamiseen. Suomalainen elämänlaatu arvioitiin vuonna 2023 kymmenen parhaan joukkoon, mutta kahden sijan menetyksen

Suomi-kuva on muuttunut myönteisemmäksi 2020-luvulla

Suomen sijoitus Anholt Nation Brands Index -maakuvatutkimuksessa 2019 ja 2024



Suomi on vahvimmillaan hallinnon mittareilla.

Lähde: Anholt Nation Brands Index

jälkeen Suomi löytyy tuoreimman tutkimuksen sijalta 11. Tämä ei kuitenkaan alita vuoden 2019 tasoa, jolloin Suomi oli sijalla 14. Matkailumaana Suomi on menettänyt yhden sijan ja asuin- ja työskentelymaana kaksi sijaa. Näistä mittareista suurin pistepudotus on tapahtunut asumis- ja työskentelymielikuvissa.

Mielikuvat hallinnosta edelleen aiempaa kielteisempiä

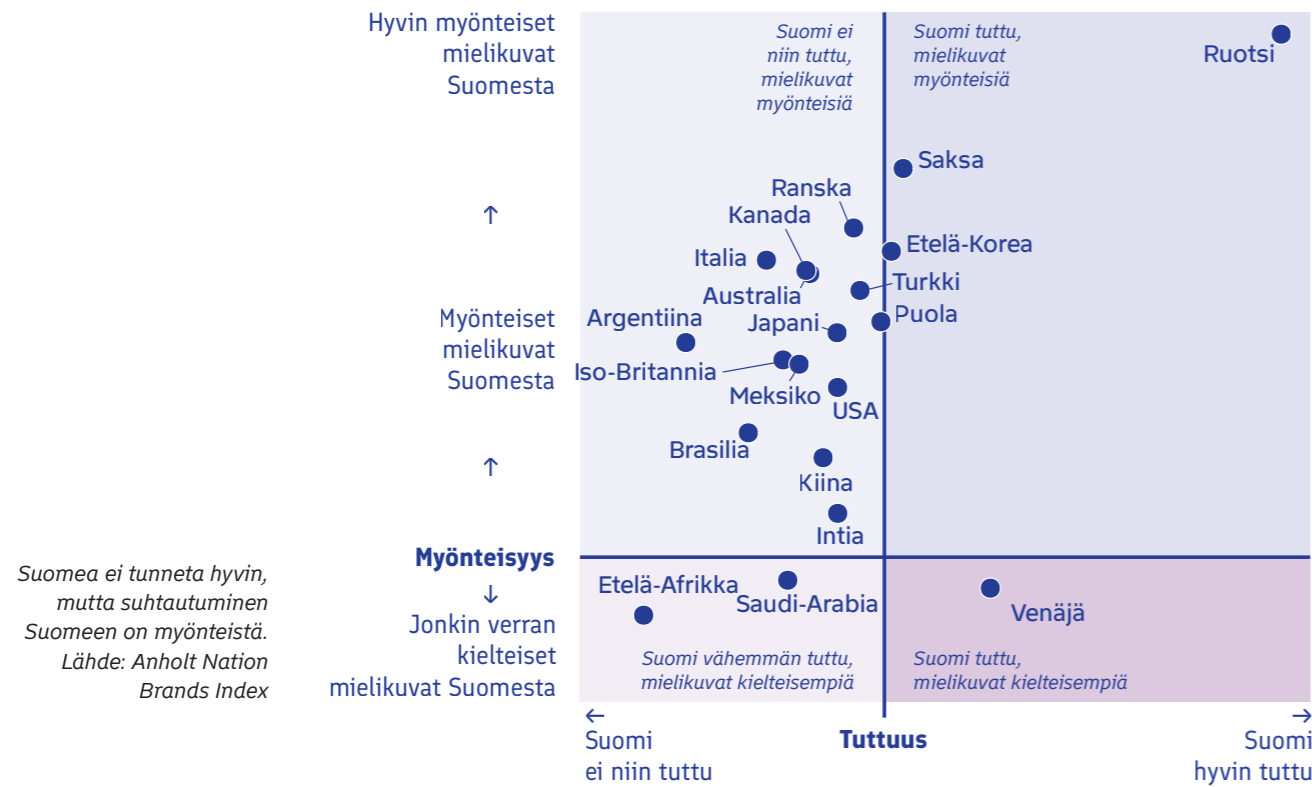
Hallinnon mittarit ovat olleet läpi tutkimuksen historian Suomen menestyksekkäin osa-alue. Tässä kategoriassa arvioidaan esimerkiksi hallinnon pätevyyttä ja rehellisyyttä sekä kansalaisten oikeuksia ja oikeudenmukaista kohtelua. Vaikka Suomen kokonaissijoitus on vaihdellut

sijojen 15 ja 18 välillä, hallinnossa Suomi on sijoittunut systemaattisesti kymmenen kärkeen.

Suomen pistemäärät hallinnon mittareilla ovat kuitenkin olleet laskusuuntaisia kahden viime vuoden ajan ja joko saavuttaneet tai alittaneet vuoden 2019 tason. Suurin pudotus tapahtui vuosien 2022 ja 2023 välillä, ja laskeva suunta on jatkunut lievänä myös vuonna 2024. Toisin kuin vuonna 2023, tuoreimmassa tutkimuksessa mielikuvien muutos noudattelee pääpiirteissään BRICS-maiden ja läntisten demokratioiden jakolinjaa, siten että lännen mielikuvat ovat parantuneet ja BRICS-maiden kiristyneet. Pisteiden laskusta huolimatta Suomen sijoitus tutkimuksessa nousi 8. sijalta 6. sijalle muiden valtioiden pisteiden laskiessa Suomen pisteitä enemmän.

Vaikka Suomea ei tunneta, mielikuvat ovat myönteisiä

Mielikuvien myönteisyys suhteessa tunnettuuteen Anholt Nation Brands Index -tutkimuksessa



Tasaiset tulokset muutoksen keskellä

Hallinto ei ole ainoa osa-alue, jolla Suomen sijoitus suhteessa muihin maihin on noussut pistelaskusta huolimatta. Tämä kertoo suuremmasta globaalista muutoksesta, jossa useiden, tutkimuksessa Suomea paremmin suoriutuneiden valtioiden pisteet ja sijoitukset ovat laskeneet. Ilmiö näkyy erityisesti kulttuurin mittareilla, jotka ovat läpi tutkimuksen historian olleet Suomi-kuvan heikko lenkki.

Suomen pisteet kulttuuriperintöön liittyvissä mielikuvissa putosivat hieman edellisvuodesta, mutta muiden maiden tulosten taantuessa Suomen sijoitus nousi peräti kolme sijaa, sijalle 26. Historiallisten rakennusten osalta Suomen pisteet pysyivät muuttumattomina, mutta sijoitus nousi niin ikään kolme sijaa, sijalle 32. Nykykulttuurissa pisteet laskivat, mutta sijoitus nousi sijalta 24 sijalle 23. Vaikka pistenousu olisi toivottavaa, merkitsee sijoituksissa kohoaminen kuitenkin Suomen aseman paranemista suhteessa muihin tutkimuksen valtioihin.

Suomesta pidetään keskimääräistä enemmän

Mielikuvat Suomesta ovat olleet globaalia keskiarvoa myönteisempiä koko Anholt Nation Brands Index -tutkimuksen ajan. Vuonna 2023 61,5 % vastaajista suhtautui

Suomeen myönteisesti globaalin keskiarvon ollessa 50 %. Tuoreimmassa mittauksessa vuonna 2024 sekä Suomeen myönteisesti suhtautuvien vastaajien määrä että globaali keskiarvo olivat laskeneet. Tällöin 57,2 % vastaajista kertoi suhtautuvansa Suomeen myönteisesti globaalin keskiarvon ollessa 48,3 %. Suomeen suhtauduttiin 2024 edelleen lähes 10 prosenttiyksikköä myönteisemmin kuin maihin keskimäärin, mutta ero oli kaventunut edellisvuosista.

Vuoden 2024 Anholt Nation Brands Index -tutkimuksen 20 panelistimaasta 17 suhtautuu Suomeen myönteisemmin kuin tutkimuksen 50 maahan keskimäärin. Kaikista myönteisimmin suhtautuu Ruotsi, ja ruotsalaiset myös ilmoittavat tuntevansa Suomen parhaiten. Myös Saksan ja Etelä-Korean vastaajat kertovat tuntevansa Suomea paremmin kuin tutkimuksen maita keskimäärin ja näissäkin maissa suhtautuminen Suomeen on myönteistä. Tutkimuksen kolme Suomeen keskimääräistä kielteisemmin suhtautuvaa maata ovat Etelä-Afrikka, Saudi-Arabia ja Venäjä. Näistä ainoastaan venäläisille Suomi on muiden maiden keskiarvoa tutumpi. Lopuissa panelistimaista Suomi tunnetaan tutkimuksen maiden keskiarvoa heikommin, mutta mielikuvat ovat keskimääräistä myönteisempiä.

Suomen medianäkyvyys on edelleen koholla

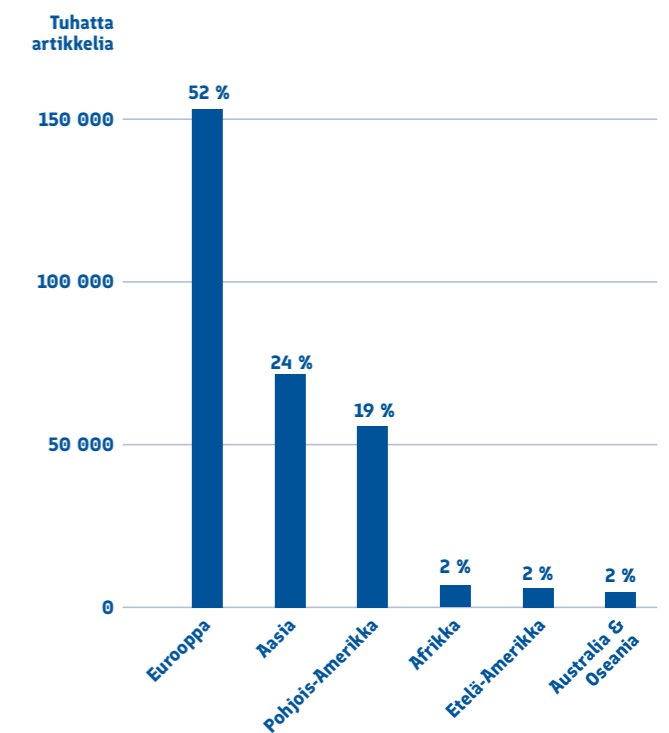
Suomi mainittiin ulkomaisen median otsikoissa 300 000 kertaa vuonna 2024. Se on vähemmän kuin edeltävinä vuosina, mutta paljon enemmän kuin mihin olemme pidemmällä aikavälillä tottuneet. Noin puolet mediaosumista on peräisin Euroopasta, missä Suomen asioita seurataan ahkerimmin.

Vuosi 2022 oli Suomen näkökulmasta historiallisen medianäkyvyyden vuosi. Suomi tai suomalaiset mainittiin ulkomaisen median otsikoissa tuolloin yli 600 000 kertaa. Vuonna 2023 mediaosumia oli noin neljänneksen vähemmän ja viime vuonna huippuvuoden lukema oli jo puolittunut. Jos mainintoja kuitenkin verrataan pidemmän aikavälin keskiarvoon, näkyvyyden määrä on edelleen paljon totuttua suurempi: ennen vuotta 2022 Suomi mainittiin ulkomaisessa mediassa otsikkotasolla vuosittain noin 200 000 kertaa.

Eurooppalainen uutisointi muodostaa hieman yli puolet Suomen medianäkyvyydestä. Venäjän mediassa Suomi esiintyi noin 20 800 kertaa, mikä on lähes 15 000 otsikkoa edellisvuotta vähemmän. Myös Iso-Britannian lehdistö ylsi 20 600 mainintaan. Perässä seurasivat viime vuoden tapaan Saksan ja Ruotsin lehdistöt 15 600 ja 10 600 maininnalla.

Euroopan ulkopuolella Suomesta uutisoitiin eniten Aasiassa ja Pohjois-Amerikassa. Kiinassa, Japanissa ja Turkissa Suomi nousi otsikkotasolle 10 000–11 600 kertaa. Pohjois-Amerikan 57 000 Suomi-maininnasta yli 43 300 on peräisin Yhdysvalloista. Se on noin 17 000 osumaa vähemmän kuin edellisvuonna, mutta lähes kolminkertainen määrä toisena tulevaan Venäjään verrattuna. Australiassa Suomi-otsikoita nähtiin vuoden 2023 aikana noin 3900 kertaa, Egyptissä noin 2900 kertaa ja Brasiliassa vajaat 2300 kertaa.

Suomi-uutisoinnin jakautuminen alueittain



Suomen medianäkyvyys on suurinta Euroopassa. Lähde: Meltwater

Nato-jäsenyys ja turvallisuuspolitiikka nostivat Suomea esille kansainvälisesti

Turvallisuuspoliittiset aiheet toivat Suomelle runsaasti huomiota 2024. Vaikka mediaosumien määrä väheni Nato-jäsenyysprosessin tultua päätökseen, oli Suomen rooli Naton jäsenmaana näkyvä. Erityisesti itäraja, väestönsuojelu sekä Suomen toimet liittyen Estlink 2 -kaapelin vaurioon kiinnostivat maailmalla.

Turvallisuuspoliittiset aiheet ovat hallinneet Suomea koskevaa mediakirjoittelua viime vuosien ajan. Edellisvuoteen verrattuna turvallisuuspoliittisten uutisten määrä väheni kuitenkin noin kolmanneksella. Tämä selittyy suureksi osaksi päätökseensä tulleella Nato-jäsenyysprosessilla, jota seurattiin tiiviisti kansainvälisessä mediassa 2023. Suomen rooli Itämeren alueella ja Ukrainan tukena oli kuitenkin esillä myös vuonna 2024. Suomen yhteydessä kirjoitettiin muun muassa kokonais-turvallisuudesta ja varautumisesta, puolustuskyvystä, asevelvollisuudesta sekä hybridiuhkien torjumisesta.

Pitkä itäraja ja hybridipuolustus puhuttivat

Suomen Nato-jäsenyysprosessia seurattiin maailman mediassa aktiivisesti, mutta Suomi sai huomiota myös tuoreena Nato-maana. Kansainvälinen media kirjoitti muun muassa Suomen puolustusvoimista, sotilaallisesta asiantuntemuksesta, Nato-harjoituksista sekä lisääntyneestä turvallisuusyhteistyöstä Pohjoismaiden välillä. Yksi keskeisin mielenkiinnon aihe oli Nato-alueen uusi, pitkä itäraja, jota havainnollistettiin monissa uutisjutuissa myös kuvin.

Itärajan osalta mediaa kiinnosti vuonna 2024 erityisesti Venäjän harjoittama välineellistetty maahantulo, jota käsiteltiin Venäjän hybriditoimena. Suomen toimenpiteitä seurattiin tiiviisti rajasulusta ja uuden rajalain valmistelusta lain hyväksymiseen eduskunnassa. Kesällä hyväksytystä käännetyislaista raportoitiin laajalti neutraalisti tai

ymmärtävään sävyyn, mutta aihetta käsiteltiin myös kriittisemmin esimerkiksi Espanjassa, Saksassa, Kreikassa, Singaporessa, Chilessä, Brasiliassa, Argentiinassa sekä Venäjällä. Joissakin maissa lain nähtiin olevan EU-lainsäädännön vastainen tai ristiriidassa kansainvälisten ihmisoikeusvelvoitteiden kanssa, Venäjällä ja esimerkiksi Serbian ja Unkarin Venäjä-mielisissä medioissa lakia kuvattiin russofobiseksi ylireagoinniksi.

Hybridivaikuttaminen ja siltä suojautuminen nousivat esiin myös yleisemmin turvallisuusuhkia käsittelevissä yhteyksissä. Suomen nähtiin olevan erinomaisesti varautunut hybridivaikuttamiseen sekä mahdollisiin kriittiseen infrastruktuuriin kohdistuviin iskuihin. Myös Suomen valmiudet torjua disinformaatiota olivat esillä myönteisesti. Esimerkiksi Ruotsissa, Baltiassa, Saksassa, Isossa-Britanniassa ja Espanjassa Suomen katsottiin olevan hyvä esikuva hybridiuhkien torjumisessa.

Kaapelirikot käänsivät katseet Itämerelle

Loppuvuoden tärkeimmäksi Suomea koskevaksi uutisaiheeksi nousivat Itämeren vaurioituneet merikaapelit. Marraskuussa tapahtunut Suomen ja Saksan välisen kaapelin katkeaminen raportoitiin laajasti, mutta vielä suuremman huomion sai joulukuinen Suomen ja Viron välisen Estlink 2 -sähkösiirtoyhteyden vaurioituminen, joka nousi ulkomaan uutisoinnin kärkeen erityisesti Euroopassa ja Yhdysvalloissa. Artikkeleissa seurattiin



Sweden and Finland join Nato's biggest military exercise in decades



BBC, 11.3.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 143 milj.

Finland boosts war readiness in face of Russian aggression



Financial Times, 6.5.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 14 milj.

Finland passes law to block migrants crossing from Russia



Reuters, 12.7.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 36 milj.

Finland Says Vessel Suspected of Cutting Cable May Be Part of Russia's 'Shadow Fleet'



New York Times, 26.12.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 185 milj.

Stockpile diapers, medication, baby food: NATO members Sweden and Finland advise citizens on how to survive war



CNN, 11.11.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 155 milj.

Finland to elect president for troubled times after Nato entry



Financial Times, 27.1.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 13 milj.

Suomi näkyi maailman mediassa erityisesti turvallisuuspoliittisten aiheiden yhteydessä vuonna 2024. Lähde: Meltwater

vaurioiden syntymistä, Eagle S -aluksen ottamista viranomaisten haltuun ja tutkinnan edistymistä. Uutisoinnissa vauriot kehystettiin yleisesti osaksi Venäjän hyökkäysotaa Ukrainassa ja siihen liittyvää hybridivaikuttamista.

Suomen toimintaa kuvattiin pääosin neutraalisti tai myönteisesti korostaen Suomen rohkeutta ja johdonmukaisuutta, viranomaisten nopeaa reagoitua sekä selkeää viestintää. Kuitenkin myös toimintaa kriittisemmin käsitteleviä kirjoituksia nähtiin, esimerkiksi saksalainen media kyseenalaisti Suomen oikeutta tutkia alusta lippuvaltion sijaan. Venäjällä aiheesta ilmestyi päämedioissa joulukuun lopussa 400 artikkelia. Uutisoinnin sävy oli pääosin toteava, mutta etenkin Venäjän valtiollisilla tv-kanavilla ihmeteltiin, miten Suomi kykeni niin nopeasti osoittamaan syylliseksi venäläispolttoainetta kuljettaneen aluksen.

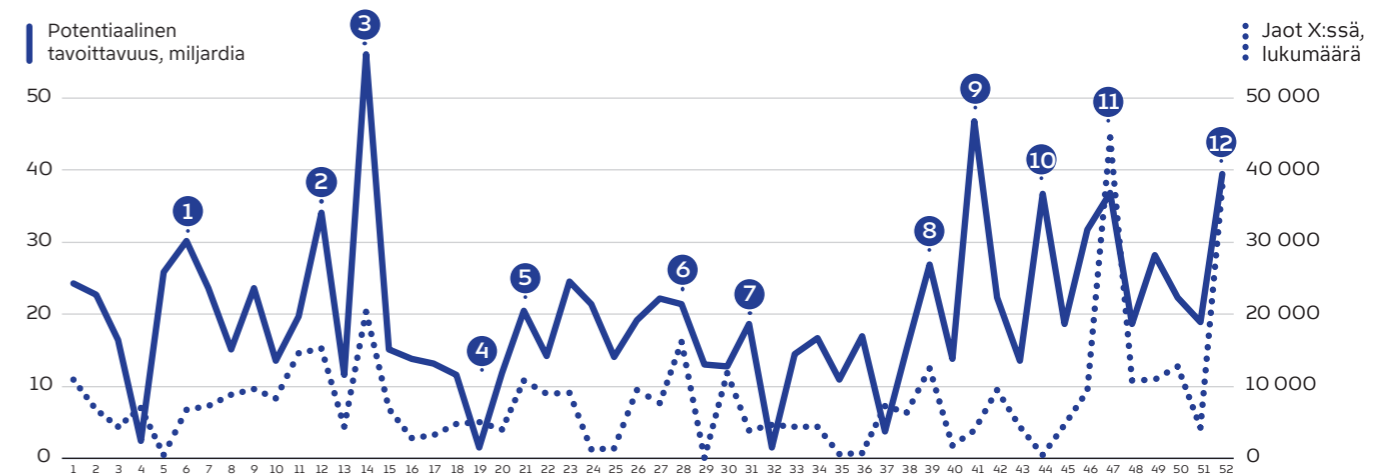
Väestönsuojelu ja varautuminen otsikoissa

Väestönsuojelu ja kansallinen resilienssi saivat osakseen huomiota vuonna 2024. Suomi näyttäytyi myönteisessä valossa vahvana kokonaisturvallisuuden ja kriisi-varautumisen osaajana. Teemaa käsittelevissä uutisissa mainittiin usein Suomen kokonaisturvallisuusstrategia ja kerrottiin turvallisuusajattelun lävistävän koko yhteiskunnan kansalaisista hallintoon. Laaja väestönsuojaverkosto ja kansalaisten siviilipuolustustaidot herättivät ihailua. Myös suomalaisten korkeasta maanpuolustustahdosta uutisoitiin.

Kokonaisturvallisuus ja kriisivarautuminen nousivat loppuvuodesta esille erityisen näkyvästi Suomen ja Ruotsin julkaistessa kansalaisten varautumisohjeet. Vaikka sisäministeriön varautumisoppaassa ei ollut suomalais-

Turvallisuuspolitiikka toi Suomelle eniten näkyvyyttä 2024

Meltwaterin analyysi suurimman potentiaalisen tavoitavuuden uutisista



1. Presidentinvaalien ensimmäinen ja toinen kierros sekä virkaanastujaiset näkyivät Suomea koskevan uutisoinnin määrässä tammikuun lopusta maaliskuun alkuun.

2. Suomen seitsemäs perättäinen kärkisija Maailman onnellisuusraportissa huomioitiin ympäri maailmaa maaliskuussa.

3. Vantaan kouluampuminen oli näkyvin yksittäinen uutinen Suomesta vuonna 2024. Myös uutisointi Suomen päätöksestä sulkea itäraja toistaiseksi kasvatti mediaosumien määrää huhtikuun ensimmäisellä viikolla.

4. Windows95man kasvatti Suomen näkyvyyttä toukokuussa järjestetyissä Euroviisuissa. Mediassa huomioitiin myös Käärijän päätös olla antamatta Suomen pisteitä kilpailun finaalissa.

5. Toukokuun lopussa uutisoitiin Googlen miljardi-investoinnista Suomeen sekä Suomen ja Iso-Britannian välisestä strategisesta kumppanuudesta.

6. Suomen uusi rajalaki huomioitiin heinäkuussa erityisesti Euroopan ulkopuolella. Muut kesä- ja heinäkuun korkeamman tavoitavuuden ajanjakso koostuvat isojen sivustojen hajanaisista Suomi-uutisista.

7. Jyväskylän rallin tapahtumia seurattiin maailman mediassa heinä-elokuun taitteessa.

8. Ähtärin pandojen palautuksesta Kiinaan uutisoitiin syyskuun lopussa. Etenkin Japanissa uutiset keräsivät runsaasti sosiaalisen median jakoja.

9. Uutisointi Suomi-Englanti-jalkapallo-maaottelusta nosti Suomea esille lokakuussa.

10. Tasavallan presidentti vieraili Kiinassa lokakuun lopussa.

11. Marraskuun näkyvyys koostui useasta, runsaasti reaktioita keränneestä aiheesta. Näkyvimpiä olivat vaurioituneet merikaapelit Suomen ja Saksan välillä, Suomen ja Ruotsin julkaisemat varautumisohjeet sekä Simon Ekpan pidätys.

12. Itämerellä vaurioituneet merikaapelit sekä Suomen toimet tilanteessa näkyivät mediassa vuoden viimeisellä viikolla. Aiheesta uutisoivia artikkeleita jaettiin laajasti.

Lähde: Meltwater

sesta näkökulmasta mitään poikkeuksellista, monissa maissa valmiusohjeet uutisoitiin sotaan valmistautumisenä. Erityisesti Euroopan ulkopuolella varautumisoppaasta julkaistiin uutisia, joiden painopiste oli vahvasti turvallisuustilanteen kärjistymisessä.

Presidentinvaalit osana turvallisuuspoliittista uutisoitua

Vuonna 2024 käydyt presidentinvaalit näkyivät maailman mediassa. Vaaleista uutisoitiin hyvin pitkälti

ehdokkaiden kampanjoissakin näkyneiden ajankohtaisten turvallisuuspoliittisten haasteiden kautta. Alexander Stubbin nähtiin painottavan erityisesti Naton merkitystä. Ranskan mediassa Stubbia kuvailtiin ”kielitaitoiseksi eurofiiliksi”, Japanissa vahvasti Natoon nojaavaksi ”kovan linjan Venäjän vastustajaksi”. Pekka Haavisto mainittiin tunnettuna ympäristö- ja ihmisoikeusasioiden puolestapuhujana, jonka ulkopoliittisessa linjassa korostui diplomatian merkitys.



Kuva: Helsinki Partners, kuvaaja Omar El Mrabt

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT:

Mediassa käsiteltiin useita kertoja Suomen hyvää puolustuskykyä. Jutuissa tuotiin esiin esimerkiksi Suomen asevelvollisuusarmeija sekä Suomen Nato-jäsenyyden tuoma hyöty Liettuale ja koko Baltian alueelle. Myös Suomen itärajan tilanne ja Venäjän aikomus arvioida uudelleen Itämeren merirajoja Suomen ja Liettuan edustalla saivat mediassa huomiota.

-LIETTUA

Suomen itärajan sulkua näkyi varsinkin alkuvuonna 2024. Virossa Suomi näyttäytyi päättäväisenä ja jäykkänä torjua Venäjän hybridihyökkäyksen.

-VIRO

Puolan mediassa analysoitiin, että samankaltaiset haasteet, maantieteellinen sijainti, asenteet sotilaallisia uhkia kohtaan ja yhteinen visio Euroopasta tekevät Puola-Suomi-kumppanuudesta mahdollisesti yhden merkittävimmistä koko mantereella.

-PUOLA

Svenska Dagbladetin kolumnisti kuvaili presidentti Stubbia leikkisästi ”bonus-isäksi”, joka saapui Ruotsiin rauhoittamaan muuttuneen turvallisuustilanteen säikäyttämää Ruotsia.

-RUOTSI

Suomen vahvaa puolustuskykyä osana Natoa ja osana pohjoismaista puolustusyhteistyötä korostettiin useissa tanskalaisissa medioissa. Erityisesti uutisoitiin Suomen pitkäjänteisestä ja onnistuneesta työstä varautumisen saralla sekä Suomen vahvasta itärajasta, joka oli viime vuoden aikana usein otsikoissa Venäjän hybridivaikuttamiskampanjojen aikana.

-TANSKA

Iranilaiset asiantuntijat arvioivat haastatteluissa Suomen liittyneen ”Naton sotapeliin” Itämerellä.

-IRAN

Vuoden uutisaiheisiin on sisällytynyt muutoliikkeen torjumista Venäjän vastaisella rajalla, venäläisten omaisuuden kohtaloa Suomessa, Naton toimintaa Suomen maaperällä ja venäläisten mahdollisia sabotaasitoimia Suomessa.

-KREIKKA

Namibian parlamentti- ja presidentinvaalien alla retorikka länsimaita kohtaan on koventunut ja epäluulo lisääntynyt jonkin verran. Tämä on heijastunut myös ns. kollektiivista länttä ja globaalia pohjoista käsitteleviin artikkeleihin.

-NAMIBIA

Päätös palauttaa turvapaikanhakijat Venäjän rajalla ilman turvapaikkahakemusten käsittelyä noteerattiin. Uutisen yhteydessä selitettiin, että Suomen hallituksen mukaan Venäjä kiristää Suomea siirtolaisilla työntämällä heitä Suomen rajanylityspaikoille.

-IRAK

Suomelle kielteistä tai negatiivissävytteistä julkisuutta tuottivat erityisesti Suomi-Venäjä-suhde ja itärajan tilanne käännytyslain vuoksi.

-SINGAPORE

Tansanian mediassa on yleistä, että Venäjä ja Kiina toimittavat uutisiaan suoraan tansanialaisiin lehtiin. Joissakin näistä uutisista käsiteltiin myös Suomea.

-TANSANIA

Päämedioiden uutisoinnissa on kehuttu erityisesti Suomen nopeaa reagoitua ja päättävistä toimintaa liittyen merikaapelin epäiltyyn sabotaasiin. Suomen lähestymistavan on korostettu osoittavan valmiutta ja sietokykyä hybridiuhkien edessä ja toimivan esimerkkinä muulle Euroopalle.

-SVEITSI

Suomen päivitetty valmiusohjeet ovat herättäneet paljon kiinnostusta. Jutut sinänsä kyllä pohjaavat faktoihin, mutta niiden kulma on aika paljon mahdollisessa sodassa, ja Suomen pitkä historia valmiusasioissa unohtuu. Lisäksi kaapeli-vaurioiden ajoitus lisäsi vettä myllyyn.

-BRASILIA

Uutisiin nousi turvallisuuspoliittista aiheista esimerkiksi Suomen rooli Venäjän naapurimaana, venäläisalusten rajaloukkaukset ja presidentti Niinistön EU-raportti siviili- ja puolustusvalmiuden vahvistamisesta.

-KROATIA

Suomen kokonaisturvallisuus oli uusi aihe, josta Japanissa raportoitiin hyvin positiivisesti. Mediassa kerrottiin kansalaisten turvallisuustietoisuudesta, hyvin toimivasta väestönsuojien verkostosta, asevelvollisuusjärjestelmästä sekä nuorten asepalveluksessa olevien positiivisesta asenteesta ja vahvasta halusta puolustaa omaa maataan.

-JAPANI

Osassa Suomen Nato-jäsenyyttä koskivissa uutisissa päätöstä on kuvailtu historiallisen neutraalisuuden linjan hylkäämiseksi. Negatiivista huomiota on tuonut pakolaisten vakavat ja äärimmäiset olot Suomen ja Venäjän rajalla, ja Suomen päätös olla tarjoamatta turvapaikkaa.

-CHILE

Yhdysvalloissa huomioitiin Suomen presidentinvaalit, jotka olisivat amerikkalaiselle yleisölle poikkeuksellisen rakentavat ja yhteistyöhenkiset. Mediat uutisoivat Stubbin valinnasta laajasti, huomioiden sekä Stubbin historian Yhdysvalloissa asumisesta että hänen Nato-myönteisyytensä.

-YHDYSVALLAT



Mikko Koivumaa
Ulkomministeriön viestintäjohtaja ja Finland
Promotion Boardin puheenjohtaja

Turvallisuuden ja maakuvaan monimutkainen suhde

Turvallisuuden merkitys on kasvanut viime vuosina maailman muuttuessa vaarallisemmaksi. Olemme tottuneet ajattelemaan, että maakuva luo taloudellisia ja muunlaisia mahdollisuuksia, mutta vahva maakuva tuo myös turvaa. Mitä pidetynpi maa on, sitä enemmän se saa muilta tukea uhan edessä. Mitä enemmän meistä tiedetään itseinäisenä valtiona, sitä vaikeampi tämä käsitys on kumota. Tätähän Putin yrittää itseinäisen Ukrainan suhteen.

Kun Venäjä vuonna 2022 hyökkäsi Ukrainaan, Suomi sai Venäjän naapurina ja Natoon liittymisen takia enemmän kansainvälistä mediajulkisuutta kuin koskaan aiemmin. Tämä lisäjulkisuus oli etenkin ulko- ja turvallisuuspolitiikkaa – Venäjään varautumista ja Nato-jäsenyyttä.

Ulkopuolisen katse opetti suomalaisiakin siitä, mikä meitä erottaa muista. Me olimme tottuneet siihen, että väestösuojissa pelataan salibandyä ja asevelvollisuus suoritetaan miettimättä sen kummemmin miksi. Meille arkisiksi muuttuneet varautumiskäytännöt ovat suurimmalle osalle muita eksoottisia asioita. Yhtäkkiä Suomen kokonaisturvallisuuden valmiuksia sekä kovan turvallisuuden kyvykkyksiä ihasteltiin läheltä ja kaukaa.

Meille on monenlaista hyötyä siitä, että Suomi tunnetaan kyvystään pärjätä erilaisissa haastavissa tilanteissa: se voi toimia pelotteena Venäjälle, nostaa kynnyistä hybridivaikuttamiselle, vahvistaa vetovoimaamme investointiympäristönä ja tehdä meistä halutun kumppanin puolustusliitossa.

Maakuva on kuitenkin aina laaja kokonaisuus ja turvallisuuden suhde siihen monimutkainen. Yliturvalistuneesta maakuvaan on haittaa, jos kaikki Suomesta kantautuvat uutiset liittyvät turvallisuuteen ja jos media kehystää juttunsa raflaavasti. Tällaisia tapauksia on nähty Venäjän hyökkäyssodan alkuehetkistä lähtien ihan viime aikoihin asti. Yksi esimerkki on syksyllä 2024 julkaistu varautumisopas, josta uutisoitiin ympäri maailmaa sotaan valmistautumisena. Tällaisesta meille epäsuotuisasta kansainvälisestä näkyvyydestä seuraa huolestuneita yhteydenottoja muun muassa matkanjärjestäjiltä. Turvallisuuskysymyksiin keskittyneen uutisoinnin jatkuessa pitkään haittojen määrä kasvaa.

Ilman raflaavaa kehystystäkin varautumiskulttuurimme liittyvät, normaalit asiat voivat herättää pelkoa ja kysymyksiä muualta tulevassa tavallisessa ihmisessä. He saattavat miettiä, miksi Suomi varautuu niin paljon. Mitä heitä uhkaa? On tietenkin myös totta, että Euroopan turvallisuustilanne on merkittävästi muuttunut sotaa käyvän naapurimme takia, kuten myös se, että Itämerellä tapahtuu kummia.

Mitä sitten voimme tehdä?

Turvallisuudesta viestiminen on tasapainoilua. Samalla kun haluamme korostaa osaamistamme ja jakaa oppejamme, olisi varmistettava, ettei viestejämme tulkita meille haitallisella tavalla. Meidän ei aina kannata tavoitella Suomen turvallisuusosaamiselle suurinta



Kuva: © Suomenlinna Governing Body, kuvaaja Dori Saltskij

”Turvallisuudesta viestiminen on tasapainoilua. Samalla kun haluamme korostaa osaamistamme ja jakaa oppejamme, olisi varmistettava, ettei viestejämme tulkita meille haitallisella tavalla.”

mahdollista näkyvyyttä, vaan voimme keskittyä luomaan ymmärrystä rajatuissa yleisöissä, jotka meidän on tärkeä tavoittaa. Suuri yleisö on sitä paitsi useimmiten kiinnostunut muista aiheista, kuten kulttuurista ja ihmisistä.

Suomen sotilaalliset kyvyt korostuivat uutisoinnissa Nato-jäsenyyssprosessin aikana, mutta turvallisuusosaaminen voidaan esittää myös osana kestävä ja hyvinvoinvan yhteiskunnan rakentamista.

Tavallisille ihmisille puhuttaessa on hyvä avata, miten turvallisuusosaaminen parantaa arkea kaikkina aikoina: miten varautuminen turvaa peruspalvelut tai miten kyberturvallisuudella suojataan yksilöiden henkilökohtaisia tietoja. Lasten turvalliset koulumatkat ja medialukutaito ovat osa maailman parasta arkielämää, joka on yksi ydinvahvuusiamme esimerkiksi osajahoukuttelussa. On tärkeää kertoa riittävän monipuolisesti aidoista vahvuusiamme ja pitää maakuva tasapainoisena.

Väkivallanteot loivat synkkiä sävyjä Suomi-uutisointiin

Vantaan kouluampuminen oli laajimmalle levinnyt yksittäinen uutinen Suomesta vuonna 2024. Myös useat muut Suomessa tapahtuneet henkirikokset ja väkivallanteot ylittivät uutiskynnyksen maailmalla viime vuonna. Murheelliset uutiset ovat poikkeus tavanomaisesti myönteisessä Suomi-uutisoinnissa.

Vuonna 2024 Suomessa tapahtuneet väkivaltaiset teot ylittivät uutiskynnyksen maailmalla laajasti ja toivat synkempiä sävyjä yleensä varsin myönteiseen Suomi-uutisointiin. Vantaan Viertolassa tapahtunut kouluampuminen noteerattiin kansainvälisesti laajasti ja se ylitti uutiskynnyksen kaikissa maanosissa. Yhdysvalloissa Vantaan kouluampuminen oli merkittävin yksittäinen Suomeen liittyvä uutisaihe. Tekijän nuori ikä ja kouluampumisten harvinaisuus Suomessa vaikuttivat uutisen leviämiseen. Koulukiusaaminen ampumisen mahdollisena motiivina herätti keskustelua useassa maassa. Tapahtuma yhdistettiin myös Suomen asemaan Maailman onnellisuusraportin kärkimaana: maailman onnellisimmassa maassakin tapahtuu tällaista.

Poikkeuksellisen väkivaltauutisoinnin vuosi

Myös henkirikoksen uhriksi joutuneen jääkiekkoilija Janne Puhakan kohtalo nousi merkittävien Suomea käsittelevien uutisaiheiden joukkoon. Puhakan kuolemaa käsiteltiin yli 200 artikkelissa, joita julkaistiin muun muassa suurissa yhdysvaltalaismedioissa. Tiiveimmin tapahtumia seurattiin Norjassa, missä epäillyn tekijän norjalaisuus yllätti ja järkytti.

Oulun rasistiset puukotustapaukset ylittivät uutiskynnyksen erityisesti Euroopassa. Näkyvää uutisointia oli

esimerkiksi Isossa-Britanniassa, Tanskassa, Portugalissa, Kroatiassa ja Ruotsissa. Näkyvyys muodostui pääosin uutisaihkeistä. Muun muassa Ruotsissa ja Saksassa uutisoitiin laajasti myös kansanedustaja Timo Vornasen ampuma-aserikosepäilystä. Muita uutiskynnyksen ylittäneitä väkivaltauutisia Suomesta olivat Valkeakoskella tapahtunut 15-vuotiaan tytön surma sekä naisiin kohdistuvaa väkivaltaa käsittelevän asennetutkimuksen julkaisu, jonka yhteydessä uutisoitiin naisten kokeman väkivallan yleisyydestä Suomessa.

Suomi esillä rasismien yhteydessä

Rasismia käsiteltiin Suomen yhteydessä myös Oulun puukotustapauksia laajemmin. Noin viidennes Suomen ulkomaanedustustoista raportoi rasismien olleen osa Suomi-uutisointia vuonna 2024. Oulun puukotusten lisäksi aihe nousi esiin muun muassa EU:n perusoikeusvirasto FRA:n julkaiseman raportin yhteydessä, jolloin Suomessa asuvien muslimien uutisoitiin kokevan EU-maista kolmanneksi eniten syrjintää. Pohjoismaissa myös esimerkiksi Lucia-neidon kohtaama rasistinen kommentointi nousi otsikoihin. Vaikka rasismi näkyi Suomen sisäpolitiikkaa käsittelevissä uutisissa viime vuonnakin, aihe sai huomattavasti vuotta 2023 vähemmän näkyvyyttä.

Finland school shooting leaves multiple wounded, suspect arrested



Fox News, 2.4.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 46 milj.

Finland School Shooting's Motive Was Bullying, Police Say



New York Times, 2.4.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 146 milj.

School shooting brings up tough questions for Finland



BBC, 4.4.2023
Potentiaalinen tavoitavuus: 135 milj.

Finland shocked by 'racist' stabbings



BBC, 20.6.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 157 milj.

Janne Puhakka, Finland's first openly gay hockey player, allegedly killed by partner



National Post, 16.10.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 4 milj.

Far-right Finns party drops MP from group over Helsinki nightclub shooting arrest



Euronews, 3.5.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 22 milj.

Usea väkivaltauutinen Suomesta ylitti uutiskynnyksen maailmalla vuonna 2024. Lähde: Meltwater

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT:

Kaikki suuret mediat uutisoivat ampumistapauksesta Viertolan koulussa. Media raportoi tutkinnasta, loukkaantuneiden tilasta, tekijän pidätyksestä ja tunnustuksesta sekä poliisin ja viranomaisten lausunnoista.

-ROMANIA

Oulun puukotukset, joiden kohteina oli ulkomaalaistaustaisia henkilöitä, herättivät mediahuomiota. Myös asennetutkimus, joka kertoi nuorten miesten sallivasta suhtautumisesta naisiin kohdistuvaan väkivaltaan levisi laajalle.

-RUOTSI

Vantaan kouluampuminen ja alaikäinen tekijä uutisoitiin laajasti. Otsikoiden sävy oli ymmärrettävistä syistä järkyttynyt.

-JAPANI

Kielteistä näkyvyyttä Suomelle aiheutti traaginen lapsen hengen vaatinut ja kahta haavoittanut kouluampuminen Vantaalla. Mediassa kerrottiin toisen loukkaantuneista olevan nuori tyttö Kosovosta. Raportointi oli yksityiskohtaista ja sävyllään vakavaa korostaen tapahtuman vaikutusta perheisiin ja laajempaan yhteisöön.

-KOSOVO

Suomi ja suomalaiset eivät ole laajasti esillä Kanadan mediassa, mutta kouluampuminen ja Janne Puhakan surma nousivat esille.

-KANADA

Negatiivisesti esillä olivat sisäpoliittinen keskustelu rasismista ja Oulun rasististen motiivien tehdyt väkivallanteot.

-PORTUGALI

Suomi keräsi Tunisiassa paljon mediahuomiota yhtenä Euroopan islamofobisimmista maista.

-TUNISIA

Suomi nousi esiin negatiivisessa mielessä, kun kävi ilmi, että suomalainen uusnatsi oli osallistunut Britannian äärioikeistolaisten mellakoiden järjestelyyn. BBC:n toimittaja jopa matkusti Suomeen tämän kotiovelle pääkaupunkiseudulla, tuoden aiheelle laajaa näkyvyyttä läpi UK:n mediakentän.

-ISO-BRITANNIA

Venäläismedian tapa käsitellä Suomea säilyi kielteisenä

Suomi on ollut viimeiset vuodet venäläismedian ennennäkemättömän huomion kohteena. Vuonna 2024 uutisointi laantui hieman, mutta käsittelyn sävy pysyi edelleen kielteisenä. Maakuivatutkimuksissa Suomen maine on Venäjällä vakiintunut uudelle, aiempaa alhaisemmalle tasolle.

Nato-jäsenyys ja itärajan tilanne nostivat Suomen historiallisen mediahuomion kohteeksi Venäjällä vuosina 2022–2023. Vaikka uutisoinnin määrä laski jonkin verran vuonna 2024, Suomi oli edelleen esillä huomattavasti useammin kuin muut Pohjoismaat tai Baltian maat. Vuonna 2024 Suomi mainittiin Venäjän päämedioiden otsikoissa noin 20 800 kertaa, kun vuotta aikaisemmin mainintoja oli noin 35 000. Suomea koskeva uutisointi on pääosin kielteistä tai neutraalia, eikä myönteisiä uutisia juurikaan ole.

Asenteet Suomea kohtaan muuttuneet

Venäjällä on perinteisesti suhtauduttu hyvin myönteisesti Suomeen ja suomalaisiin. Venäläiset ovat arvostaneet Suomen puhdasta luontoa, vapautta, korkeaa elintasoja ja laadukkaita tuotteita. Mielikuvat ovat kuitenkin romuttuneet muutamassa vuodessa. Ulkoministeriön vuodesta 2017 tilaaman Levada-tutkimuslaitoksen kyselyn mukaan vuonna 2019 Suomeen suhtautui myönteisesti yli 70 % venäläisistä, kun vuonna 2024 samoin koki enää 40 % vastaajista. Globaalit maakuivatutkimukset kertovat samaa tarinaa: vuonna 2019 venäläiset sijoittivat Suomen 14. sijalle Anholt Nation Brands Index -tutkimuksessa, mutta viimeisimmässä raportissa Suomen sijoitus oli pudonnut sijalle 28.

Levadan tuoreimmassa tutkimuksessa venäläiset luonnehtivat Suomen ja Venäjän välisiä suhteita ennen

kaikkea kylmiksi ja kireiksi. Vain 7 % vastaajista piti suhteita hyvinä ja 15 % normaaleina ja rauhallisina. Venäläisten asennemuutos alkoi vuonna 2022 Suomen liityttyä EU:n pakoterintamaan ja käynnistettyä Nato-jäsenyyssprosessin Venäjän hyökkäyssodan seurauksena. Myös itärajan sulkua on vaikuttanut erityisesti Luoteis-Venäjällä, missä Suomeen on aiemmin suhtauduttu kaikista myönteisimmin.

Kolmasosa ei tiedä Suomen kuuluvan Natoon

Vaikka Suomen Nato-prosessi ja -jäsenyys on ollut laajasti esillä, Levadan tutkimuksen mukaan vain 65 % venäläisistä tietää Suomen olevan Naton jäsen. Venäläismiehistä asian oli pannut merkille 75 %, mutta 18–24-vuotiaista nuorista vain 54 %. Suurin osa vastaajista myös koki, ettei Suomen Nato-jäsenyys ollut vaikuttanut lainkaan heidän suhtautumiseensa Suomeen ja vain 39 % kertoi asian vaikuttaneen kielteisesti.

Venäjän propagandan teho näkyy kuitenkin esimerkiksi kysyttäessä venäläisiltä syitä Suomen ja Venäjän välisen rajan sulkemiselle. Levadan vuoden 2024 tutkimuksessa 38 % vastaajista oli sitä mieltä, että Suomi sulki rajansa Naton, EU:n ja Yhdysvaltojen ruskofobisen politiikan vaikutuksesta. 34 % uskoi, että raja meni kiinni, koska Suomi tuomitsee Venäjän sotatoimet Ukrainassa. Vain 9 % mainitsi todellisen syyn eli Venäjän harjoittaman välineellistetyn maahantulon.

На президентских выборах в Финляндии победил Александр Стубб



Komsomolskaja Pravda, 12.2.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 38 milj.

Парламент Финляндии одобрил ограничение приема и выдворение беженцев



RBK, 12.7.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 31 milj.

МИД выразил протест финскому послу в связи с арестом недвижимости России



Kommersant, 30.10.2024
Potentiaalinen tavoitavuus: 10 milj.

Venäjän mediassa uutisoitiin muun muassa Alexander Stubbin vaalivoitosta, pakolaisten vastaanottoa ja karkotusta koskevien rajoitusten hyväksymisestä sekä Venäjän ulkoministeriön tekemästä protestista venäläiskiinteistöjen takavarikkoja koskien.

Kielteistä ja vääristeltyä uutisointia

Venäjän propagandistisessa valtiomediassa on viimeisen kolmen vuoden aikana vakiintunut uusi tapa käsitellä Suomea: Suomi kuvataan entisenä hyvänä naapurina, joka toimii nyt oman etunsa vastaisesti. Suomen analysoidaan muun muassa tehneen huonon päätöksen sulkiessaan rajansa rahaa tuovilta venäläisturisteilta. Natoon liittymistä kuvataan puolestaan kansan tahdon vastaiseksi ja sen kerrotaan itse asiassa heikentäneen Suomen turvallisuutta. Venäjän toimintaa ei analysoida kriittisesti.

Suomesta myös kirjoitetaan herkästi kielteiseen sävyyn, ja erilaiset aiheet kehystetään Suomen Venäjä-vastaisuudeksi. Vuonna 2024 todisteina Suomen Venäjä-vastaisuudesta esitettiin muun muassa Suomen rajasulku, Suomen viranomaisten tekemät Venäjän valtion kiinteistöjen takavarikot, suunnitelmat Naton maavoimien alaesikunnan perustamisesta Suomeen, huhut Yhdysvaltain joukkojen sijoittamisesta Venäjän rajan läheisyyteen,

raja-aidan rakentaminen sekä Suomen venäjänkielisten koulujen lakkauttamispäätökset. Silloinkin, kun itse uutinen on toteava, korostaa konteksti usein uhkaa Venäjälle.

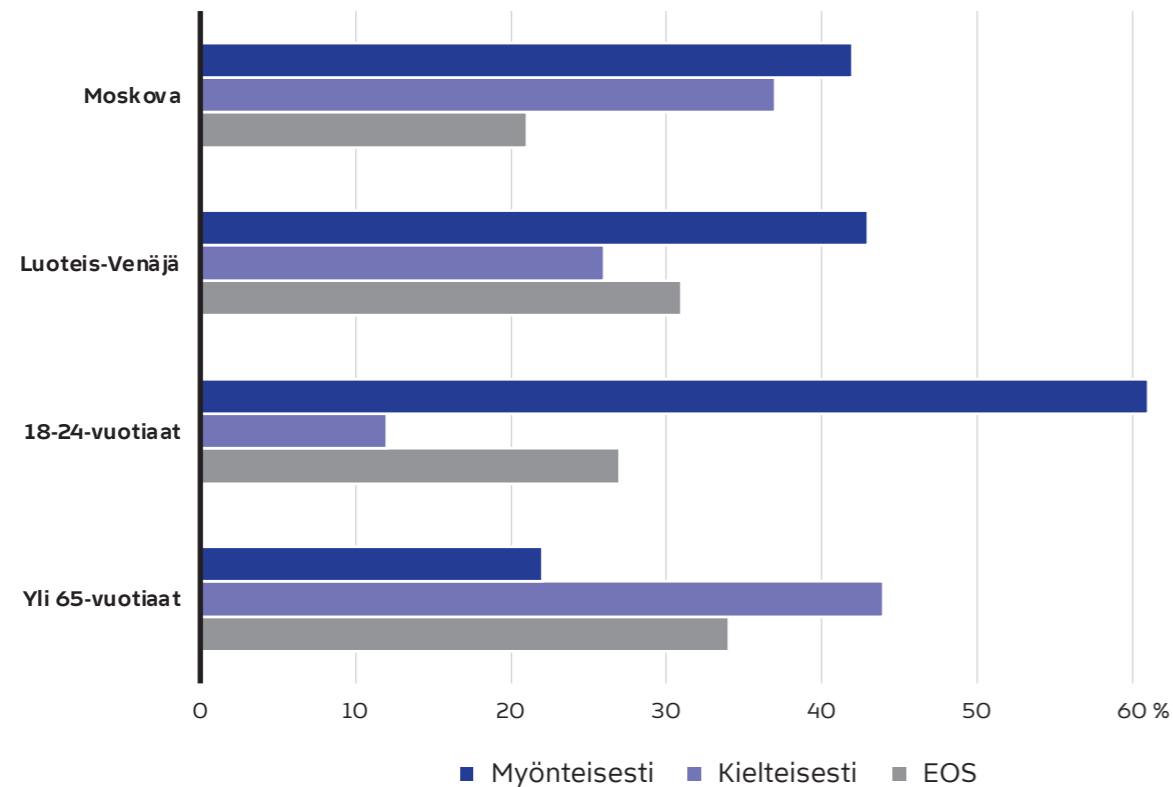
Suomen vahva materiaallinen ja moraalinen tuki Ukrainalle on Venäjällä hyvin tiedossa, ja mediat siteeraavat herkästi Suomen valtiojohtoon ja ulkopoliittiseen johdon eri yhteyksissä antamia Ukrainaa koskevia kommentteja. Vaikka sitaattit olisivat oikein, venäläismedian tapa otsikoida artikkeleita on provokatiivinen ja usein tarkoituksellisen harhaanjohtava. Tämän seurauksena vuonna 2024 monille venäläisille muodostui esimerkiksi käsitys, että Suomi tukisi maajoukkojen lähettämistä Ukrainaan.

Venäjä kirjoittaa historiaa uudelleen

Venäjällä on myös yleistynyt pyrkimys kirjoittaa historiaa uudelleen. Viimeisen parin vuoden aikana Venäjän valtiolisissa medioissa, mukaan lukien television pääkanavilla, on esitetty pseudohistoriallisia ohjelmia, joissa Suomen

Nuoret suhtautuvat Suomeen myönteisimmin Venäjällä

Venäläisten näkemykset Suomesta Levada-tutkimuskeskuksen selvityksessä 2024, %



Suurin osa alle 25-vuotiaista venäläisistä suhtautuu Suomeen myönteisesti. Lähde: Levada

toimista kerrotaan voimakkaasti vääristellen. Toistuvia teemoja ovat olleet suomalaisten ylläpitämät vankileirit jatkosodan miehityksessä Karjalassa, neuvostosotavankien ja siviilien teloitukset, Suomen osallistuminen natsi-Saksan kumppanina Leningradin piiritykseen sekä Suomen haave Suur-Suomen perustamisesta. Samoja teemoja on käsitelty myös erilaisten Venäjän hallintoa lähellä olevien tahojen järjestämissä seminaareissa ja valokuvanäyttelyissä Moskovan keskustassa. Levada-keskuksen vuoden 2024 tutkimuksen mukaan 65 % venäläisistä ei kuitenkaan muista nähneensä kyseisiin aiheisiin liittyvää sisältöä.

Suomi osana kollektiivista länttä

Vaikka Suomea käsitellään Venäjän mediassa kriittisesti ja mielikuvat Suomesta ovat muuttuneet kielteisemmiksi, Suomi ei ole yksin, vaan asettuu Venäjän propagandassa osaksi ”kollektiivista Venäjän vastaista länttä”. Suomi

nousee uutisoinnissa esiin kuitenkin selvästi harvemmin kuin Yhdysvallat, Iso-Britannia, Saksa, Ranska tai Puola. Suhteessa muihin Pohjoismaihin Suomi on esillä eniten ja mielikuvat Suomesta ovat muuttuneet dramaattisimmin.

Uutisointi ei kuitenkaan ole kokonaan kielteistä. Myönteisistä aiheista uutiskynnyksen ylitti vuonna 2024 muun muassa Suomen sijoittuminen seitsemännen kerran peräkkäin maailman onnellisimmaksi maaksi. Tämä huomioitiin lyhyesti useissa keskeisissä venäläismedioissa. Suomea käsiteltiin myönteisesti myös yhteyksissä, jotka on haluttu ymmärtää ystävällisyyden osoitukseksi Venäjälle tai esimerkeiksi yhteistyön jatkumisesta. Näitä olivat esimerkiksi ylilennon salliminen venäläisille matkustajakoneille huonon sään takia, Suomen ja Venäjän viranomaisten yhteistyö rajaseudun tulvatilanteen vuoksi, Saimaan kanavan sopimuksen jatkuminen sekä presidentti Stubbin kommentit siitä, että suhteet maiden välillä palautuvat joskus, vaikka sen aika ei ole nyt.



Jussi Palmén

Ulkoministeriön lehdistövirkamies
Moskova

Nuoret haastavat kielteisen Suomi-kuvan Venäjällä

Työskennellessäni vuonna 2019 lehdistövirkamiehenä Suomen Pietarin-pääkonsulaatissa päätimme selvittää, mitä alueen asukkaat oikein ajattelevat Suomesta. Vaikka tuntumamme lupasi hyvää, tulokset hätkäyttivät: pietarilaisista peräti 95 % ja kaupunkia ympäröivän Leningradin alueenkin asukkaista 88 % kertoi suhtautuvansa Suomeen myönteisesti tai erittäin myönteisesti tutkimuskeskus Levadan teettämässä kyselyssä.

Pandemiaa edeltävässä Pietarissa läntisen rajanaapurin ihannoitiin usein jopa fanittamisen piirteitä. Tuntui, että miltei kaikilla vastaantulijoilla oli omakohtaisia kokemuksia Suomesta. Sen puhdasta luontoa ja korkealuokkaisia tuotteita arvostettiin. Olimme pietarilaisille ikkuna Eurooppaan ja monille läheisin ulkomaankohde.

Pikakelaus vuoteen 2024, ja tulokset puhuvat toisenlaista kieltä: Luoteis-Venäjällä, johon Pietarikin kuuluu, enää 43 % vastaajista suhtautui Suomeen myönteisesti ja koko Venäjällä vain 40 %.

Tavallisesti tällaisen tulosromahduksen äärellä olisi paikallaan kysellä, miten meni noin niin kuin omasta mielestä, mutta tässä tapauksessa kysymyksen voisi pikemminkin esittää venäläisille itselleen. Kaiken taustalla on tietysti maan Ukrainassa käynnistämä hyökkäyssota. Sen seurauksena Suomi on nyt Naton jäsen ja yksi Venäjälle pakotteita asettanut maa muiden joukossa. Kohtelumme Venäjän valtiollisessa mediassa on sen mukaista.

Muutamassa vuodessa lähes kaikki on muuttunut, mutta jotkin Suomeen liitetyt mielikuvat kestävät aikaa. Moskovalaisten taksikusmien kanssa saa nykyisin jutella Natosta, mutta edelleen myös Suomen kalavesistä ja Ville

Haapasalosta (joka on muuten kyselyjemme mukaan edelleen tunnetuin suomalainen Venäjällä).

Maakuvatyömme ydintä on kertoa faktoihin perustuen, millainen maa Suomi on ja mihin arvoihin se nojaa. Yksi tärkeistä kohderyhmistä on nuoret aikuiset, joiden käsitys Suomesta on myös kaikkein myönteisin. Vuoden 2024 maakuvatutkimuksessamme 18–24-vuotiaista venäläisistä 61 % kertoi suhtautuvansa Suomeen edelleen positiivisesti. Ero iäkkäämpiin vastaajaryhmiin selittyy etenkin mediankäyttötottumuksilla – nuoret seuraavat harvakseltaan televisiota, joka on Venäjällä ensisijainen kanava länsivastaisen propagandan välittämiseksi.

Kohtaamisia venäläisnuorten kanssa on viime vuosina ollut aiempaa vähemmän, mutta etenkin yksi on jäänyt mieleen. Viime syyskuussa Moskovassa

EU-maiden yhteisessä eurooppalaisten kielten päivän tapahtumassa tuli vastaan kuuden parikymppisen venäläisnaisen porukka. He olivat taittaneet junalla useamman sadan kilometrin matkan – vain päästäkseen puhumaan suomea natiivin kanssa.

Heille ja kahdelle tuhannelle muulle tapahtumassa vierailleelle Eurooppa näyttäytyi mahdollisuutena, ei uhkana. Ehkä jonain päivänä he saavat äänensä kuuluviin myös kotimaassaan.

”Muutamassa vuodessa lähes kaikki on muuttunut, mutta jotkin Suomeen liitetyt mielikuvat kestävät aikaa.”

Suomi on maailman onnellisin

ONNELLISUUS

Suomi sijoittui viime vuonna Maailman onnellisuusraportin ensimmäiselle sijalle jo seitsemättä kertaa peräkkäin. Kärkisijoitus ja pitkäkestoinen menestys tuovat Suomelle mediahuomiota ympäri maailmaa, ja suomalaisen onnellisuuden syitä etsivät artikkelit esittävät Suomen hyvin myönteisessä valossa. Toistuva uutisointi jättää jäljen myös Suomi-kuvaan.

Maailman onnellisuusraportti on kyselytutkimus, jossa vastaajia pyydetään arvioimaan asteikolla 1–10, kuinka lähellä ideaalia heidän oma elämänsä on. Suomi on sijoittunut tämän kansalaisten raportoimaa elämäntyytyväisyyttä mittaavan tutkimuksen onnellisimpien joukkoon koko tutkimuksen historian ajan ja ensimmäiselle sijalle vuodesta 2018.

Maailman onnellisuusraportti tunnetaan ja siitä uutisoidaan laajasti; onnellisuus on vahva viesti, ja maailman onnellisimman maan titteli herättää kiinnostusta kaikkialla. Vaikka piste-erot kärjessä eivät ole onnellisuuden näkökulmasta merkityksellisiä, ensimmäinen sija on näkyvyyden ja maakuvan kannalta ratkaiseva.

Onnellisuuden syitä löydetään yhteiskunnasta

Suomalaisen onnellisuuden selittäminen tuotti jälleen viime vuonna runsaasti mediaosumia ja laajojakin reportaaseja, joissa Suomea käsiteltiin hyvin myönteisessä valossa. Suomalaisen onnellisuuden todettiin olevan hyvää ja tasapainoista arkea enemmän kuin riehakkuutta tai ylitsempursuvaa iloa.

Onnellisuuden taustalta löydettiin usein suomalainen yhteiskuntamalli. Onnellisuuden tekijöiksi nimettiin esimerkiksi luottamus yhteiskuntaan, yhdenvertaiset mahdollisuudet, vähäinen korruptio, eläkejärjestelmä, vanhempainvapaat, koulutus, työn ja vapaa-ajan tasapaino sekä tasa-arvo. Edellisuosien tapaan myös puhdas luonto ja saunakulttuuri liitettiin Suomen onnellisuuteen.

Myös oman maan sijoituksen lasku sai katseet kääntymään Suomen suuntaan oppien ja ratkaisun toivossa. Esimerkiksi Saksa putosi viime vuonna onnellisuusvertailussa ensimmäistä kertaa 20 parhaan maan joukosta sijalle 24, mikä sai saksalaismediat tekemään useita raportointimatkoja Suomeen onnellisuusreseptin selvittämiseksi.

Toistuva uutisointi muuttaa mielikuvia

Suomen asema Maailman onnellisuusraportin kärkimaana mainitaan Suomea käsittelevissä artikkeleissa matkailu- ja kulttuuriaiheista vakavampiin ajankohtaisaiheisiin. Suomen ulkomaanedustustoista lähes 60 raportoi onnellisuuden näkyneen Suomea koskevassa uutisoinnissa vuoden 2024 aikana. Suomen toistuva esiintyminen



How You Can Move To Finland, 'The World's Happiest Country'



Forbes, 5.8.2024

Potentiaalinen tavoitavuus: 94 milj.

Suomen asema maailman onnellisimpana maana huomioidaan maailmalla.

Lähde: Meltwater

maailman onnellisimpana maana ja laaja, pitkään jatkunut medianäkyvyys heijastuu jo ihmisten Suomea koskevissa mielikuvissa: Bloom Consultingin vuonna 2022 toteuttaman tutkimuksen mukaan onnellisuus on koulutuksen, hyvän hallinnon ja ympäristöteemojen rinnalla ensimmäisiä asioita, joita Suomesta tulee maailmalla mieleen.

Syntyneet mielikuvat Suomen onnellisuudesta sekä median mahdollisuus ennakoida onnellisuusraportin tulosta ovat johtaneet entistä suurempiin panostuksiin teeman ympärillä. Myös suomalaiset markkinointi- ja maakuva-toimijat ovat kysyneet nostamaan onnellisuuden omaan viestintäänsä. Etelä-Koreassa nähtiin esimerkiksi viime vuonna tosi-tv-sarja, jossa neljä korealaista matkusti Suomeen kokeilemaan yksinkertaista arkea onnellisuuden maassa. Visit Finlandin markkinointityön ja korealaislähtöisen kiinnostuksen yhdistelmänä syntyi media-näkyvyyttä, jollaista olisi vaikea saavuttaa ilman onnellisuuden kaltaista maakuvaavalltia.

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT:

Suomesta uutisoitiin merkittävästi onnellisuuteen liittyen.

-SINGAPORE

Suomi mainittiin useaan otteeseen maailman onnellisimpana maana ja syiksi esitettiin luottamus yhteiskuntaan, toimiva yhteiskunta, joka tarjoaa yhdenvertaiset mahdollisuudet jokaiselle, koulutus sekä suomalaisten läheinen luontosuhde.

-CHILE

Onnellisuutta selitettiin Suomen hyvällä hallinnolla, tasa-arvolla sekä ilmaisella koulutuksella ja terveydenhuollolla.

-KOSOVO

Maailman onnellisuusraportti mainittiin useassa mediassa, ja onnellisuuteen yhdistettiin etenkin koulutus ja asuminen.

-NEPAL

Suomi mainittiin useita kertoja maailman onnellisimpana maana. Onnellisuuden tekijöinä mainittiin maan alhainen korruptiotaso, ilmainen koulutus sekä terveydenhuolto.

-FILIPPIINIT

Suomi mainittiin maailman onnellisimpana maana erityisesti toimivan yhteiskuntansa vuoksi. Esille tulivat mm. naisten

asema, äitiyspakkaus kuriositeettina, vähäinen korruptio ja luonto.

-ITALIA

Suomen sija maailman onnellisimpana maana mainitaan lähes jokaisessa Suomen matkailua tai kulttuuria käsittelevässä uutisessa. Uutisoimissa onnellisuuteen liitetään usein tasa-arvoisen ja turvallisen yhteiskunta, luonnon läheisyys ja saunakulttuuri.

-YHDYSVALLAT

Ranskalaisessa mediassa Suomen onnellisuuden syiksi nostettiin yhteys luontoon ja luottamus yhteiskuntaan, mutta myös suomalainen design ja ruoka.

-RANSKA

Vietnamissa onnellisuuden avaimiksi mainittiin muun muassa metsäkävelyt, sisu, sauna, medialukutaito, koulutus ja työelämä.

-VIETNAM

Marokossa suomalainen onnellisuus nähdään esimerkkinä siitä, miten kokonaisvaltainen lähestymistapa hyvinvointiin, sosiaaliseen tasa-arvoon, mielenterveyteen ja työ- ja vapaa-ajan tasapainoon voi parantaa elämänlaatua.

-MAROKKO

Suomen sijoituksen keskeisiksi selittäviksi tekijöiksi nostetaan sosiaalinen tuki ja luottamus.

-INDONESIA

Uutisoimissa mainittiin hyvinvointiyhteiskunnan, luottamuksen viranomaisiin, vähäisen korruption sekä koulutuksen olevan avaintekijöitä onnellisuuden taustalla.

-QATAR

Mediassa raportoitiin myönteisessä valossa, että Suomi säilytti asemansa maailman onnellisimpana maana. Tieto Suomen sijoituksesta on levinnyt laajasti irakilaiseen yhteiskuntaan.

-IRAK

Erityisesti Suomen sijoittuminen seitsemättä kertaa maailman onnellisemmaksi maaksi sai laajaa näkyvyyttä. Erilaisiksi tekijöiksi listattiin muun muassa tasa-arvo, sosiaalinen tukiverkosto, hyvä hallinto, koulutus ja matala korruptiotaso.

-KENIA

Kiinan mediassa uutisoitiin suomalaisen psykologin neuvoja maailman onnellisimmasta maasta.

-KIINA

Mielikuvat Suomesta matkailukohteena monipuolistuvat

MATKAILU

Suomi on perinteisesti kiinnostanut matkailijoita lumisen Lapin, revontulien ja joulupukin vuoksi. Matkailumielikuvat ovat monipuolistuneet viime vuosina, mutta sotaa käyvä naapuri langettaa myönteisen kehityksen ylle varjon.

Mielikuvatutkimukset kertovat, että Suomella on matkailumaana selkeitä heikkouksia, mutta myös selkeä valtti. Suomen heikkouksiksi nousevat Anholt Nation Brands Indexin mukaan alhainen tunnettuus sekä vähäiset mielikuvat historiallisista kohteista, kulttuuriperinnöstä, nykykulttuurista sekä kaupunkien eläväisyydestä. Brand Finance Global Soft Power Index nostaa näitäkin merkittävämmäksi puutteeksi suomalaisen ruokakulttuurin, joka sijoittuu vuoden 2024 tutkimuksessa 193 valtion joukossa vasta sijalle 92. Vuoden 2023 tutkimuksessa Suomi oli 88. sijalla 121 maan joukossa.

Suomen valttikortti on selkeä: luonto. Kummankin tutkimuksen mukaan Suomi sijoittuu kärkikymmenikköön tai sen tuntumaan sekä luonnonkauneudessa että ympäristön suojeleluun liittyvissä mielikuvissa. Luonto nousee myös ensisijaiseksi syyksi matkustaa Suomeen sekä Anholt Nation Brands Index -tutkimuksen että G7-maiden näkemyksiä analysoivan RepCore® Nations -raportin mukaan. Myös houkutteleva suomalainen elämäntyyli vaikuttaa matkailumielikuviin myönteisesti.

Uudet teemat näkyvät mediaosumissa

Suomen vahvuudet ja heikkoudet näkyvät matkailuun liittyvissä mediaosumissa. Luontomatkoilu, Lapin talvi sekä revontulet toistuvat Suomea koskevissa artikkeleissa ympäri maailmaa. Perinteisten luontonäkökulmien rinnalle ovat viime vuosina nousseet kestävyysliikkeen liittyvät kysymykset. Vuonna 2024 uutiskynnyksen ylitti muun muassa Helsingin valinta maailman kestävimmäksi matkakohteeksi. Suomesta kirjoitettiin myös rantaloman korvaavana viileänä ja kestävästä "coolcation"-matkakohteena.

Mediaan on alkanut nousta myös kokonaan uudenlaisia teemoja, kohteita – ja kesä. Kun kulttuurialaista mukaan mahtuivat aiemmin lähinnä joulupukki ja sauna, on Suomesta kirjoitettu erityisesti Euroopassa viime vuosina paljon monipuolisemmin. Myös suomalainen ruoka on alkanut näkyä maailman mediassa. Yksi vuoden 2024 eksoottisimpia medianostoja oli espanjalaisen El País -lehden tamperelaiselle mustallemakkaralle omistama artikkeli.



Kuva: © City of Helsinki, kuvaaja Jussi Heilinen

Venäjän vaikutus näkyy mielikuvatutkimuksissa

Venäjän käymän hyökkäyssodan vaikutukset näkyvät yleisenä mielikuvien muutoksena globaaleissa tutkimuksissa, mutta Suomen kohdalla ne näkyvät erityisesti muutoksina halukkuudessa muuttaa, investoida tai matkailaa Suomeen. Sekä Suomen saamat pisteet että sijoitus suhteessa muihin maihin ovat laskeneet näillä mittareilla. Anholt Nation Brands Indexin mukaan kielteinen turvallisuustilanne vaikuttaa kuitenkin enemmän muutto- ja investointihalukkuuteen kuin matkailumielikuviiin. Myös Brand Finance Global Soft Power Indexin vastaajat suosittelivat Suomea mieluummin matkakohteena kuin investointikohteena tai työskentelymaana.

Yleisesti ottaen Suomea käsitellään matkailuartikkeleissa myönteisesti ja sijoitukset mielikuvatutkimuksissakin ovat tutkimusten keskiarvoa korkeampia. Anholt Nation Brands Index sijoittaa Suomen 50 maan joukossa sijalle 21, Brand Finance Global Soft Power Index 193 maan joukossa sijalle 27. Vaikka matkailumielikuviiin liittyvillä mittareilla on viime vuosina tapahtunut laskua, pudotukset ovat kuitenkin olleet hyvin maltillisia. Kielteinen kehitys ei myöskään näy kaikilla markkinoilla.

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT:

Espanjalainen media on vuosien ajan uutisoinut perinteisistä Suomi-teemoista, kuten joulupukista ja revontulista, mutta vuonna 2024 kerrottiin laajasti ja myönteiseen sävyyn suomalaisesta urbaanista kulttuurista, modernista saunakulttuurista sekä suomalaisesta ruoasta.

-ESPANJA

Matkailu Suomeen ja tätä kautta Suomen luonto on klassikkoteema saksalaismediassa. Matkailun pääkohteita ovat erityisesti Lappi, Helsinki ja vuoden 2024 aikana Saimaan alue ja Itä-Suomi. Saimaan nosteeseen ovat vaikuttaneet muun muassa European Region of Gastronomy -titteli sekä Visit Finlandin tekemä matkailunedistämistyö alueelle.

-SAKSA

Suomi on saanut uudenlaista näkyvyyttä matkakohteena yhä useampien kolumbialaisten matkustaessa Suomeen. Esimerkiksi Barranquillon karnevaalien hallitseva kuningatar matkusti Helsinkiin ja jakoi vierailunsa 328 000 seuraajalleen.

-KOLUMBIA



Sari Hey
PR & Media Manager
Visit Finland

Suomen matkailuun nostetta julkkisten avulla

Kansainvälistä matkailua kurittaneista kriiseistä ja niitä seuranneesta kuluttajien ostovoiman heikkenemisestä huolimatta matkailu on jälleen kasvussa maailmalla. Myös Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun odotetaan palautuvan kriisejä edeltävälle tasolle vuonna 2025. Useista maista, kuten Ranskasta, Espanjasta ja Yhdysvalloista, saapuvien matkailijoiden määrä on jo jopa ylittänyt kansainvälisten yöpymisten ennätysvuoden 2019 lukemat.

Maailmalla Suomi tunnetaan pääkaupungin ohella etenkin pohjoisen lumisista maisemista revontuliseen. Lapin talvimatkailun menestystarina luo pohjaa koko Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun kasvuille. Isossa roolissa Lapin tunnettuuden muodostumisessa on ollut kansainvälisten vaikuttajien ja etenkin julkisuuden henkilöiden vierailuiden herättämä kiinnostus alueen matkailutarjontaa kohtaan. Hieno esimerkki tästä on Cristiano Ronaldon somepostaukset Leviltä perheensä joulunvietosta sadoille miljoonille seuraajille. Tällainen näkyvyys on mittaamattoman arvokasta Suomelle – etenkin ottaen huomioon sen, että Ronaldo oli Suomen matkallaan yksityishenkilönä.

Kun julkisuuden henkilöt vierailevat Suomessa, heidän aikaansaamansa mediahuomio tarjoaa uskottavuutta ja vetovoimaa, joka voi olla vaikuttavampaa kuin tavallinen mainonta. Tällainen lisääntynyt näkyvyys vaikuttaa matkailun kasvuun matkailijoiden halutessa kokea Suomen samalla tavalla kuin ihailemansa julkkikset. Myös sosiaalisen median vaikuttajien kanssa tehtävä strateginen yhteistyö tarjoaa väylän tavoittaa uusia yleisöjä ja edistää Suomen tunnettuutta. Luomalla aitoa ja seuraajiaan



Christiano Ronaldon Lapin-loma huomioitiin myös mediassa ympäri maailmaa. Lähde: The Mirror

puhuttelevaa sisältöä, vaikuttajat voivat innostaa heitä harkitsemaan Suomea seuraavaksi matkakohteekseen.

Vaikuttajatyö kuuluu suomalaisen matkailunedistämisen kulmakiviin. Visit Finland, yritykset ja alueelliset toimijat tuovat Suomeen vuosittain suuren määrän vaikuttajia, jotka jakavat kokemuksiaan sosiaalisen median kanavissaan. Vuonna 2024 Visit Finland teki yhteistyötä 59 vaikuttajan kanssa tavoittaen lähes 12 miljoonaa silmäparia. Markkinoinnin vaikutukset näkyvät kiinnostuksen kasvuna, jota tarkkaillaan muun muassa yöpymistilastoja ja matkailuaiheisia nettihakuja seuraamalla.

Kilpailu kansainvälisten matkailijoiden houkuttelusta on tiukkaa, ja melko tuntemattomana matkakohteena Suomen on tehtävä hartiavoimin töitä päästäkseen matkailijoiden harkintalistalle. Sosiaalisen median vaikuttajat ja erityisesti julkisuuden henkilöt ovat jatkossakin avainasemassa tärkeiden kansainvälisten yleisöjen tavoittamisessa.



Maria Kurikkala

Ulkoministeriön lehdistövirkamies
Pariisi

Tuntemattomasta trendikkääksi – ranskalaiset löysivät Pohjolan

”Vietin viimeisimmällä reissulla viikon Jyväskylässä”, toteaa trendikahvilassa istuva pariisilaisnainen ystävälehen. Kolmikymppiset naiset naapuripöydässä juovat matchalattea ja keskustelevat Suomesta innostuneina. He kehuvat muun muassa Suomen luontoa ja Helsingin ravintoloita – molemmat tuntuivat tehneen vaikutuksen.

Kuuntelen hetken ja hymyilen itsekseni. Edellisessä Pariisi-elämässäni, 2000-luvun alussa, olisin samassa tilanteessa todennäköisesti pyörtnyt hämmästyksestä. Jos olisin pysynyt pystyssä, olisin kysynyt naisilta, mistä ihmeestä he tietävät Jyväskylän (tai edes Suomen) ja miksi he ovat siellä käyneet. Nyt jätän naiset rauhaan.

Saapuessani Pariisiin vaihto-opiskelijana vuonna 1999 Suomi oli ranskalaisille vielä tuntematon ja kaukainen maa, jota pidettiin jopa hieman takapajuisena. Suomi kiinnostoi vain harvoja.

Muistan, kuinka postissa joutui kalliimman postimaksun välttääkseen todistelemaan, että Suomi kuuluu EU:hun. Kun joku tiedusteli kotimaatani, sain usein ihmetteleviä katseita: ”Sanoitteko Irlanti? Vai Hollanti?” Pääkaupunkimme nimi oli koulutettujenkin ranskalaisten suussa lähes aina Helsinki. Jopa monilta vaihto-opiskeluhajoni Sciences Po Paris’n politiikan ja kansainvälisten suhteiden opettajilta oli jäänyt huomaamatta, että Suomi on osa EU:ta tai edes Eurooppaa – kyseessä oli kuitenkin yksi Ranskan arvostetuimmista korkeakouluista.

Suomen Pariisin-suurlähetystön vuosina 2000–2015 kokoamista ohuehkoista mediakatsauskansioista

välittyy Suomesta kuva sympaattisena, mutta hiukan vanhanaikaisena joulupukin kotimaana. Uutiskynnyksen ovat vuosien varrella ylittäneet joulupukin ohella lähinnä Suomen Kreikka-takuut, Nokian romahdus, ranskalaisen Arevan Raumalle rakentama ydinvoimala ja perussuomalaisten ”jytty”.

”Suomesta on tullut Ranskassa yhtäkkiä trendikäs – maa, jonka kaikki tietävät ja johon jokainen haluaa matkustaa.”

Nykyään asiat ovat toisin. Sähköiset maakuva- ja mediatilastot kertovat Suomen tunnettuuden ja maakuvan paranemisesta erityisesti viimeisen viiden vuoden aikana. Vuonna 2019 Suomi mainittiin ranskalaisessa mediassa 10 200 kertaa, kolme vuotta myöhemmin 28 600 kertaa. Tuon huippuvuoden jälkeenkin mainintoja on ollut vuosittain lähes 20 000.

Tilanteita, joissa Suomi on keskustelukumppanille täysin vieras, tulee vastaan enää ani harvoin. Ranskalaisen turistien ja vaihto-opiskelijoiden määrä on kasvanut tasaisesti. Viime talvena ranskalaiset olivat yöpymisten määrässä mitattuna suurin ulkomainen matkailijaryhmä Suomessa. Suomesta on tullut Ranskassa yhtäkkiä

trendikäs – maa, jonka kaikki tietävät ja johon jokainen haluaa matkustaa. Ainakin jos on trenditietoinen keski-
luokkainen pariisilainen.

Miksi Suomea koskeva kiinnostus on kasvanut Ranskassa? Euroopan turvallisuustilanteen muutos ja Suomen Nato-jäsenyys, Sanna Marin -ilmiö, ilmastonmuutoksen ja koronaepidemian aiheuttamat muutokset matkustusmieltymyksiin ja yleinen Pohjoismaiden vetovoiman kasvu ovat joitakin tekijöitä. Saattaapa myös olla, että Suomesta on oikeasti tullut kiinnostavampi ja kansainvälisempi paikka kuluneiden vuosien aikana. Ajatelkaapa esimerkiksi Helsingin nykyistä hotelli-, ravintola-, sauna- ja kulttuuritarjontaa ja verratkaa sitä 15 vuoden takaiseen.

Kulttuuri on Ranskassa Suomen maakuvan heikoin osa-alue. Potentiaalia muutokseen kuitenkin on. Ranskalaiset kuluttavat kulttuuria monipuolisesti ja aktiivisesti. Se on olennainen osa heidän arkeaan ja asia, johon käytetään rahaa. Suomen yleinen kiinnostavuus kannattaa hyödyntää myös kulttuuripuolella. Yleisöä ja kiinnostusta riittää myös suomalaisille artisteille, kunhan he tulevat Ranskaan.

Poliitikot ja urheilijat näkyvimpiä suomalaisia

Suomalaiset näyttäytyivät ulkomaisessa mediassa satoja tuhansia kertoja vuoden 2024 aikana. Kymmenen mainituimman suomalaisen kärkeen ylsi poliitikkoja, urheilijoita ja Windows95man. Poliitikoista eniten esillä oli tasavallan presidentti Alexander Stubb, urheilijoista F1-kuljettaja Valtteri Bottas.

Näkyvimpien suomalaisten kärki vaihtelee hieman sen mukaan, lasketaanko mainintoja kaikesta uutistekstistä vai ainoastaan otsikoista, ja mainitaanko nimien yhteydessä Suomi tai suomalaisuus. Kansainvälisessä mediassa näkyvyyttä saaneista suomalaisista, joiden yhteydessä mainittiin Suomi, selkeästi eniten esillä oli tasavallan presidentti Alexander Stubb. Pääministeri Petteri Orpo seurasi perässä reilulla puolella Stubbin maininnoista. Erityisesti Itämeren alueeseen ja Ukrainaan liittyvä turvallisuuspoliittinen uutisointi nosti poliitikkojen näkyvyyttä. Myös presidentinvaaleista kirjoitettiin kansainvälisesti, joskaan ei yhtä paljon kuin vuoden 2023 eduskuntavaaleista.

Valtteri Bottas urheilijoiden kärjessä

Urheilijat olivat edellisvuosien tapaan vahvasti edustettuna mainituimpien suomalaisten joukossa. Suomen yhteydessä mainituista urheilijoista eniten näkyvyyttä keräsivät autourheilutähdet Valtteri Bottas ja Kalle Rovander, miesten nelinpelin grand slam -voiton Wimbledonin tennisturnauksessa pokannut Harri Heliövaara, jääkiekkoilija Aleksander Barkov ja jalkapallomaalivahti Lukas Hradecký.

Jos tarkastellaan kaikkia mediaosumia, myös ilman Suomen tai suomalaisuuden mainintaa, näkyvimpien suomalaisten kärki koostui kokonaan urheilijoista:

Valtteri Bottas, Aleksander Barkov ja koripalloilija Lauri Markkanen. Kolmestakymmenestä eniten mainintoja keränneestä suomalaisesta 21 oli urheilijoita, joista suurin osa oli NHL-kiekkoilijoita. Urheilijoiden näkyvyyttä nostaa urheilutulosten uutisointi, joka saattaa lajista riippuen olla hyvinkin tiheää. Mielenkiintoinen suomalaisnimi kaikista mediaosumista seulottuna on Linus Torvalds, joka nousee ilman Suomi-mainintaa sijalle kahdeksan, vaikka Suomen yhteydessä listattuna hän on sijalla 63.

Uutisotsikoissa yllätysnimi

Presidentti Stubb oli näkyvin suomalainen myös uutisotsikoissa. Hänen jälkeensä tulivat NHL-jääkiekkoilija Patrik Laine ja Valtteri Bottas. Otsikoissa mainittujen suomalaisten kymmenen kärkeen mahtui myös yllättävä urheilunimi: Pariisissa kesällä 2024 kisatut olympialaiset nostivat juoksisjalegenda Paavo Nurmen seitsemänneksi otsikkotason maininnoissa. Nurmi teki historiaa Pariisin olympialaisissa 1924 voittamalla viisi olympiakultaa ja on edelleen eniten mitaleita olympialaisissa voittanut yleisurheilija.

Uutisotsikoiden kymmenen kärkeen mahtui tasavallan presidentin ja urheilijoiden lisäksi myös kulttuurivaikuttajia. Sijalla kahdeksan oli Suomen euroviisuedustaja Windows95man eli Teemu Keisteri jäljessään kapellimestari Klaus Mäkelä. Muusikko Samu Haber nousi uutisotsikoihin tehdessään paluun The Voice of Germany -ohjelman

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT:

Tasavallan presidentti Stubb oli selvästi eniten vuoden aikana venäläismediassa esillä ollut suomalainen. Näkyvyys oli huomattavaa jo presidentinvaalien aikana ja lisääntyi tasaisesti, kun venäläiset tiedotusvälineet siteerasivat pitkin vuotta presidentin kotimaan ja kansainvälisille medioille antamia, Ukrainan tukemista koskevia lausuntoja.

-VENÄJÄ

Presidentti Alexander Stubb raikasti norjalaisten Suomi-kuvaa ulosamallaan ja kielitaidollaan.

-NORJA

Valtteri Bottas on ottanut Australian toiseksi kodikseen, ja australialaiset rakastavat häntä sen vuoksi.

-AUSTRALIA

Kalle Rovander nousi uutisiin voittaessaan toisen kerran kartanlukija Jonne Halttusen kanssa Kenian MM-rallin.

-KENIA

Muusikko Samu Haber teki paluun julkisuuteen Saksassa The Voice of Germany -televisiosarjan tähtivalmentajana. Haberin suosioon vaikuttaa muun muassa hänen rento ja hauska persoonansa sekä sujuva ”rallisaksansa”. Hän rikkoo stereotyyppia hiljaisista suomalaisista.

-SAKSA

Nigerilais-suomalainen Biafra-aktivisti Simon Ekpa esitettiin mediassa uhkana Nigerian vakaudelle. Hänen kuvailtiin olevan etäältä vaikuttava vaara.

-NIGERIA

tähtivalmentajaksi. Hän sijoittui kymmenenneksi otsikkotason maininnoissa.

Suomalaisnaiset näkyvät vähemmän

Suomalaisedustus kansainvälisessä mediassa on kokonaisuudessaan hyvin urheilu- ja miespainotteista. Kymmenen mainituimman suomalaisen joukosta löytyi 2024 yksi nainen, ulkoministeri Elina Valtonen sijalta 6. Hänen jälkeensä tulivat Sanna Marin (16.), Henna Virkkunen (19.) ja Mari Rantanen (20.). Heidän lisäksi viidenkymmenen mainituimman suomalaisen listalle naisista ylsivät Alma Pöysti (21.), Kerttu Niskanen (39.), Tove Jansson (41.), Sari Essayah (46.) ja Kaija Saariaho (49.).

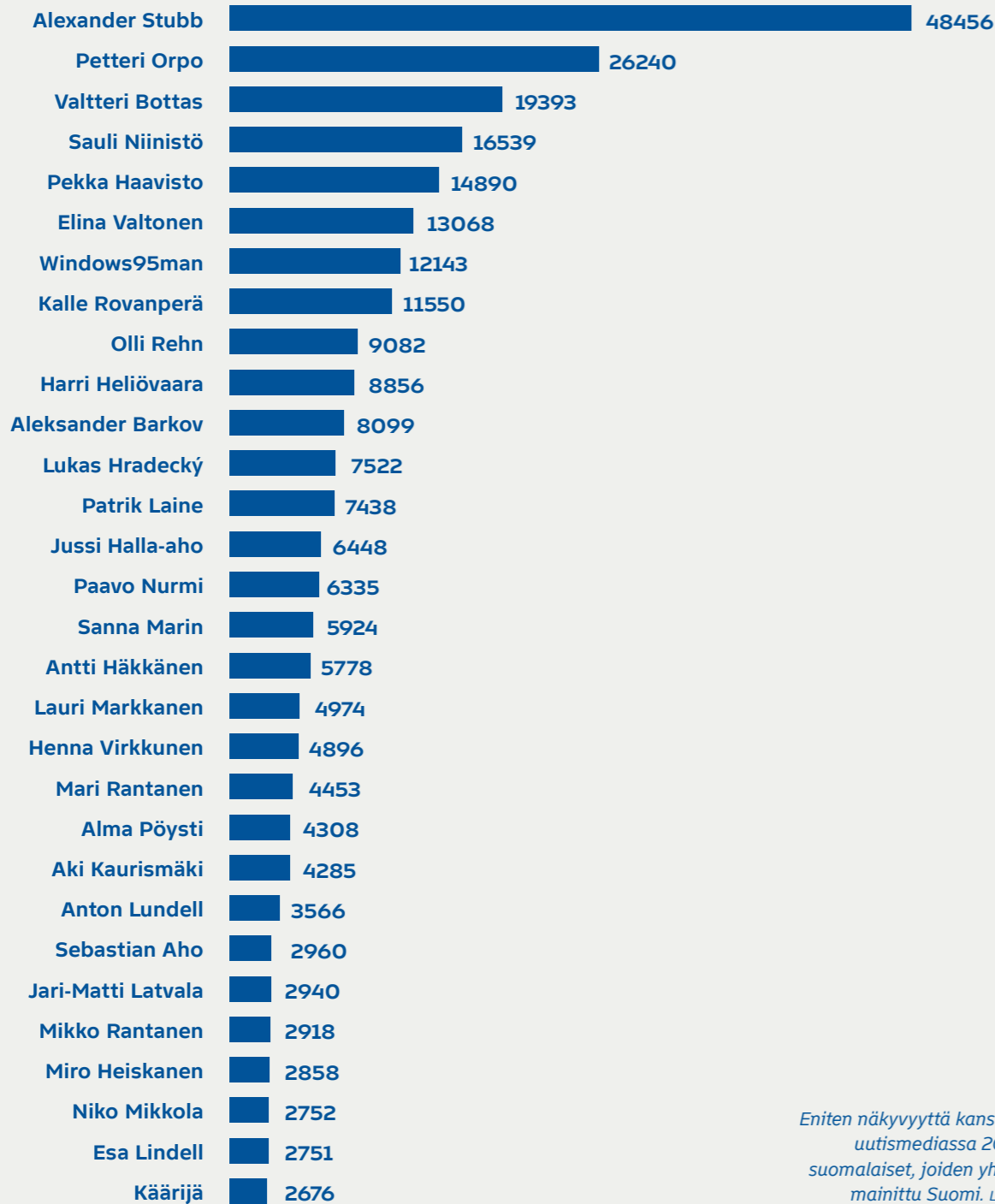


Olympialaiset nostivat vuonna 1924 Pariisin olympiakisoissa kultamitaliennätyksen tehneen Paavo Nurmen mainituimpien suomalaisten listalle. Lähde: Finna

Lahtelainen Simon Ekpa esillä Nigeriassa

Nigerilais-suomalainen Biafra-aktivisti Simon Ekpa vangittiin marraskuussa terrorismirikoksesta. Lahden paikallispolitiikassa toiminut Ekpa nousi pidätyksen myötä mainituimpien suomalaisten listan sijalle 31. Otsikkotasolla hän oli neljänneksi mainituin. Vaikka tapaus ei herättänyt kansainvälisen median mielenkiintoa laajasti, uutisointi Nigeriassa oli suurta. Ekpaan liittyvä näkyvyys oli merkittävää myös sosiaalisessa mediassa. Ekpan tapauksen yhteydessä Suomesta kirjoitettiin hyvin kielteiseen sävyyn. Suomen uutisoitiin muun muassa suojelevan terroristia, joka on vastuussa levottomuuksien lietsomisesta ja jopa kuolemantapauksista Kaakkois-Nigeriassa.

30 mainituinta suomalaista



Eniten näkyvyyttä kansainvälisessä uutismediassa 2024 saaneet suomalaiset, joiden yhteydessä on mainittu Suomi. Lähde: Meltwater

Suomi tunnetaan koulutuksesta

KOULUTUS

Suomi tunnetaan koulutuksen mallimaana ja suomalainen koulutusjärjestelmä on kestoaihe maailman mediassa. Vuonna 2024 esillä olivat muun muassa peruskoulutuksen korkea laatu, opettajien arvostus ja oppilaiden hyvinvointiin panostaminen. Suomi mainitaan usein silloin, kun etsitään ratkaisuja koulutuksen kehittämiseen.

Koulutus nousi Suomen maakuvalliseksi vahvuudeksi 2000-luvun alussa PISA-tutkimuksen myötä. Suomen tulokset ovat heikentyneet huippuvuosista, mutta mielikuvissa Suomi on edelleen koulutuksen mallimaa. Bloom Consultingin vuonna 2022 toteuttaman tutkimuksen mukaan koulutus on globaalisti ensimmäinen Suomesta mieleen tuleva asia.

Suomen koulutusjärjestelmä on myös yksi yleisimmistä Suomi-aiheista maailman mediassa. Suomen ulkomaanedustustojen raportoinnin mukaan koulutuksesta kirjoitettiin vuonna 2024 kolmanneksi eniten ulko- ja turvallisuuspolitiikan sekä onnellisuuden jälkeen. Lähes 75 prosenttia raportoineista edustustoista kertoi koulutuksen nousseen esiin viime vuoden uutisoinnissa.

Suomesta haetaan esimerkkiä

Suomen koulutusjärjestelmää käytetään mediassa usein vertailukohtana keskusteltaessa oman maan kehitystarpeista. Median nostoja suomalaisen koulutusjärjestelmän onnistumisista olivat viime vuonna muun muassa laadukas varhaiskasvatus ja peruskoulu, opettajien arvostus ja korkea koulutustaso, yhdenvertaisuus ja oppilaiden hyvinvointiin panostaminen. Myös mediakasvatus ja medialukutaito ovat alkaneet nousta vakioaiheiden joukkoon.

Suomi myös osoittautui viime vuonna koulutusmaaneensa veroiseksi OECD:n julkaisemassa, ”aikuisten PISA:ksi” kutsutussa, PIAAC-tutkimuksessa: Suomi sijoittui ensimmäiseksi tutkimuksen kaikilla osa-alueilla. Suomen suoritus aikuisväestön luku- ja numerotaitoa sekä ongelmanratkaisua testaavassa tutkimuksessa ylitti jopa Suomen menestyksekkäimpien PISA-vuosien tulokset.



Sanna-Leena Immanen
Ulkomministeriön lehdistövirkamies
Tallinna

Virolainen kohtaa Suomen joka päivä

Mikä on se maa, jonka uutisvirrassa olemme läsnä päivittäin, jossa toimii tuhansia suomalaisyrityksiä, jonka suurin ulkomainen investoija olemme, joka on meille 7. tärkein vientimaa ja jossa ensimmäinen benchmarking-kohteeksi asiassa kuin asiassa on Suomi? Se on tietysti Viro – maa, jossa Suomi oikeasti näkyy.

Eikä nyt puhuta mistään Suomi-buumista tai Nato-jäsenyyden myötä virinneestä kiinnostuksesta, vaan asioiden normaalista tilasta. Suomi on referenssiyhteiskunta, jonne katsotaan ja jonka ratkaisuihin tutustutaan, kun tarvitaan mielekästä vertailukohtaa. Tämä ei tarkoita sitä, että tehtäisiin samalla lailla kuin Suomi tekee. Joskus otetaan malliakin, mutta useimmiten etsitään omaa tehokasta, virolaista vaihtoehtoa.

Suomi-kuva voi Virossa hyvin. Virolainen näkee Suomessa pitkään rakennettua vakautta ja vaurautta, toimivan yhteiskunnan, omaleimaisen kulttuurin ja sympaatitiset urheilijat, joita kannustetaan kuin omia. Suomalaisia pidetään joskus hitaina, mutta yhtä kaikki aina pärjäävinä ja aikaansaavina.

Ärtymystä on lähimenneisyydessä aiheuttanut Suomen asiointitapa Venäjän suuntaan. Virossa on suhtauduttu nihkeästi siihen, miten Suomi ylläpiti turhan ystävällisiä suhteita Venäjään, mutta se keskustelu on nyt päättynyt. Suomen Nato-jäsenyys on ollut Viron näkökulmasta vain ja ainoastaan myönteistä. Viron posti julkaisi juhlapostimerkin Suomen Natoon liittymisen kunniaksi monta kuukautta ennen Suomen postia.

On hyvä muistaa, että virolaisten Suomi-kuva rakentuu myös Suomessa. Meillä asuu ja työskentelee kymmeniä tuhansia virolaisia. Kaikilla virolaisilla vaikuttaa olevan tuttuja tai sukulaisia Suomessa. Heidän luonaan vierailaan, Suomessa autoillaan ja kierrellään. Perheiden kesälomiin kuuluvat huvipuistoreissut Suomeen, talvella käydään laskettelemassa.

Miltä näyttää Suomi-kuvan tulevaisuus Virossa? Viron koulut määrättiin hiljattain monipuolistaan vieraiden kielten tarjontaan, jottei vaihtoehtoina olisi vain englantia ja venäjää. Parissa vuodessa suomea vieraana kielenä opettavien koulujen määrä on tuplaantunut

40:stä 80:een. Vastaan myöntävästi jokaiseen kutsuun vieraila näissä kouluissa tai opettajien pyyntöön päästä oppilaidensa kanssa käymään lähetystössä. Juttuhetkissä nuorten kanssa kuulen paljon hyvää Suomesta. Virossa kasvaa tällä hetkellä Suomeen hyvin myönteisesti suhtautuvien nuorten sukupolvi, ja koska nuorena syntyneet mielikuvat kestävät yleensä aikaa, vaikuttaa Suomi-kuvan tulevaisuus oikein valoisaalta.

”Suomi on referenssiyhteiskunta, jonne katsotaan ja jonka ratkaisuihin tutustutaan, kun tarvitaan mielekästä vertailukohtaa.”

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT

Suomen maine koulutuksen mallimaana on edelleen hämmästyttävän vahva.

-ITÄVALTA

Unkarin mediassa on perinteisesti käsitelty laajasti Suomen opetusjärjestelmää. Suomen koulutus on ollut vertailukohtana Unkarin koulujärjestelmää arvosteltaessa. Opettajien arvostus Suomessa on toiminut esimerkkinä opettajapulan kanssa kamppailevassa Unkarissa.

-UNKARI

Koulutusaiheisissa uutisissa Suomi mainitaan usein hyvänä esimerkkinä.

-ISLANTI

Otsikoihin nousi Suomen hyvä menestys PIAAC-tutkimuksessa. Suomea kehuittiin lukutaidon, matematiikan ja ongelmanratkaisun kärkimaana.

-SVEITSI

Suomen koulutusjärjestelmää arvostetaan tasa-arvon ja oppilaskeskeisen lähestymistavan, maksuttoman opetuksen ja kouluruoan sekä vähäisen standardisoidun testauksen vuoksi.

-INDONESIA

Monia vuosia Suomi on tunnettu lähinnä koulutusjärjestelmänsä ja menneiden vuosien PISA-tulosten johdosta. Suomen koulutusjärjestelmää ihannoidaan yhä Kolumbiassa.

-KOLUMBIA

Erityisesti peruskoulutuksen korkea laatu, opettajien arvostus ja oppilaiden hyvinvointiin panostaminen olivat esillä. Useat artikkelit käsitelivät mahdollisuuksia soveltaa suomalaisia käytäntöjä Alankomaiden kouluissa.

-ALANKOMAAT

Suomea käytetään usein ”mallimaana”, josta kerrotaan edistyksellisiä ja innovatiivisia asioita, joskaan ei aina faktuaalisesti oikein. Erityisen paljon ja myönteisesti Suomi mainitaan koulutuksen yhteydessä.

-PAKISTAN

Eteläafrikkalaisen Inclusive Society -ajatushautomon vierailu Suomeen sekä heidän tutkimuksensa suomalaisen koulutuksen kieli-inklusiopolitiikasta mallina Etelä-Afrikalle olivat esillä mediassa.

-ETELÄ-AFRIKKA

Koulutusosaamista käsiteltiin erityisesti Namibian koulutussektorin haasteita käsittelevien uutisten yhteydessä ja erityismainintoja sai Suomen laadukas opettajien koulutus ja varhaiskasvatus.

-NAMIBIA

Suomalainen kulttuurinäkyvyys rakentuu palasista

KULTTUURI

Suomesta ei tule luovien alojen supertähtiä, mutta suomalainen kulttuuri näkyy tasaisesti maailman mediassa. Vuosi 2024 oli poikkeuksellisen menestyksenkäs suomalaiskapellimestareille, joista erityisesti Esa-Pekka Salonen ja Klaus Mäkelä keräsivät mediahuomiota. Suomalaisen kulttuurin valtavirtänäkyvyys on kuitenkin vähäistä, ja kulttuurimielikuvat laahaavat Suomen yleisen maakuvasen alapuolella.

Suomalainen taide ja kulttuuri ovat suurelle yleisölle pääosin tuntemattomia. Anholt Ipsos Nation Brands Index kertoo, että Suomi sijoittuu nykykulttuurimielikuvien mittarilla 50 maan joukossa 23. sijalle. Kulttuuriperinnön ja kaupunkikulttuurin osalta Suomi sijoittuu tutkimuksen heikompaan puolikkaaseen, 26. ja 27. sijalle. Suomen kokonaissijoitus tutkimuksessa on 16., ja vahvuus-alueillaan, yhdenvertaisuudessa ja ympäristönsuojelussa, Suomi sijoittuu 5. sijalle.

Kapellimestarien supervuosi

Suomen luovat alat eivät näy suurten megatähtien eivätkä pääosin edes keskikokoisten globaalien julkisuudenhenkilöiden kautta, vaan kulttuuriteemat pirstaloituvat maailmalle maihin, genreihin ja ilmiöihin. Ylivoimaisesti mainituin kulttuurinimi vuonna 2024 oli Suomen euroviisuedustaja Windows95man eli Teemu Keisteri. Myös edellisvuoden edustaja Käärijä näkyi edelleen mainituimpien suomalaisten joukossa. Heidän lisäksi 30 mainituimman joukkoon kulttuurivaikuttajista ylsivät elokuvaohjaaja Aki Kaurismäki sekä näyttelijä Alma Pöysti.

Viime vuosi oli poikkeuksellisen menestyksenkäs suomalaisille kapellimestareille. Muun muassa Tarmo

Peltokoski, Sakari Oramo, Klaus Mäkelä, Mikko Franck ja Esa-Pekka Salonen näkyivät maailman mediassa ahkerasti. Klassisen musiikin marginaalisesta asemasta kertoo kuitenkin se, ettei kapellimestareista yksikään yltänyt mainituimman 30 suomalaisen joukkoon. Mäkelä oli kuitenkin otsikkotasolla yhdeksänneksi mainituin.

Paikallisuus on usein avain näkyvyyteen

Ulkosuomalaiset kulttuurin ja luovien alojen toimijat ovat usein ratkaisevassa asemassa suomalaisen kulttuurin näkyvyyden suhteen. Suurten kansainvälisten tähtien puuttuessa medianäkyvyyttä tuottavat eri maiden omakseen ottamat suomalaiset. Esimerkiksi Islannissa asuva kirjailija Satu Rämö oli viime vuonna näkyvästi esillä islantilaisessa mediassa Hildur-kirjansa tiimoilta. Etelä-Koreassa puolestaan paikallinen suomalaisvaikuttaja Leo Ranta teki läpimurron YouTube-kentässä.

Suomi-näkyvyyden erityispiirre Ruotsissa on ruotsin-suomalainen vähemmistö, Markus Krunegårdin ja Miriam Bryantin kaltaiset toisen polven suomalaistaustaiset taiteilijat, jotka omalta osaltaan vahvistavat Suomi-kuvaa pitämällä taustansa positiivisesti esillä ruotsalaisessa mediassa.

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT:

Suomalainen kulttuuri herätti paljon kiinnostusta, näkyvimpiä esimerkkeinä design ja arkkitehtuuri, klassinen musiikki sekä kapellimestarit. Saamelaistaiteilija Outi Pieskin laaja näyttely Tate St Ives -museossa Englannin Cornwallissa sai brittimediassa laajaa ja poikkeuksetta positiivista huomiota. Pieskin kuvailtiin kuuluvan maailman kiinnostavimpien nykyaiteilijoiden joukkoon, ja esimerkiksi The Guardian -lehti antoi sille täydet viisi tähteä.

-ISO-BRITANNIA

Yhdysvalloissa uutisoidaan lähes viikoittain erilaisista suomalaisista kulttuuri-ilmiöistä. Vuoden isoimpia kulttuuri-uutisia olivat Kuolleiden lehtien sekä Alma Pöysin Oscar- ja Golden Globes -ehdokkuudet, Klaus Mäkelän valinta historian nuorimmaksi Chicagon sinfoniaorkesterin johtajaksi, Esa-Pekka Saloselle myönnetty Polar Music Prize ja suomalaisen taiteilijan Iria Leinin taidevaraston löytäminen New Yorkissa.

-YHDYSVALLAT

Suomalaiset kapellimestarit Klaus Mäkelästä Mikko Franckiin ja Tarmo Peltokoskeen näkyvät ranskalaismediassa viikoittain.

-RANSKA

Suomalaiset kapellimestarit sekä klassisen musiikin muusikot ovat saaneet suitsutusta osakseen vieraillessaan Saksassa. Mediahuomiota ovat saaneet kapellimestareista Tarmo Peltokoski, Klaus Mäkelä, Hannu Lintu ja Susanna Mälkki sekä muusikoista Camilla Nylund ja Verner Pohjola. Myös muun muassa Voice of Germany -tähtivalmentaja Samu Haber ja Suomen euroviisuedustaja Windows95man ovat olleet esillä mediassa.

-SAKSA

Aki Kaurimäki ja Kuolleet lehdet saivat paljon myönteistä julkisuutta, positiivisena yllätyksenä El Paísin kulttuuri-liite julkaisi pitkän haastattelun ja henkilökuvan elokuvan miespääosasta Jussi Vatasesta. Kapellimestareista Klaus Mäkelästä ja Jukka-Pekka Sarasteesta kirjoitettiin

useita artikkeleja. Myös suomalaisen mieskuoro Huutajien ja espanjalaiskoreografi Israel Galvánin yhteistulkintaa Carmenista johtanut kapellimestari Maria Itkonen huomioitiin. Sofi Oksanen kiinnostaa edellisvuosien tapaan Espanjassa teostensa lisäksi ennen kaikkea Venäjän ja Ukrainan tuntijana sekä kommentaattorina.

-ESPANJA

Sofi Oksasen unkariksi hiljattain ilmestynyt Samaan virtaan -esseeteos on herättänyt paljon kiinnostusta hallituskirittisessä mediassa ajankohtaisen aiheensa vuoksi.

-UNKARI

Tarmo Peltokoski on Latvian kansallis-orkesterin pääkapellimestari ja taiteellinen johtaja. Hän on kulttuurielämän tähti, jota pidetään nerokkaana muusikkona.

-LATVIA

Tšekin yleisradioyhtiö raportoi Suomen kansallisesta Ääniä-äänimaisemateoksesta. Suomi kuvattiin modernina maana, joka ei pelkää uusia asioita. Artikkelissa oli myös tietoa suomalaisesta musiikista, erityisesti suomalaisesta metallista, joka nauttii erittäin hyvää mainetta Tšekissä. Uutinen otettiin sosiaalisessa mediassa vastaan positiivisesti.

-TŠEKKI

Kyproksen sinfoniaorkesterin vuoden 2024 ensimmäinen konsertti oli suomalaisen Einojuhani Rautavaaran teos.

-KYPROS

Näyttelijä Alma Pöysti oli erikoisvieras Sofian kansainvälisillä elokuvafestivaaleilla, jotka ovat suurimmat Balkanilla. Hän antoi useita haastatteluja suurille medioille ja kansallisille tv-kanaville.

-BULGARIA

Käärijän yhteistyö ja yhteinen kappale Alankomaalaisen Euroviisu-edustajan Joost Kleinin kanssa sai valtavasti julkisuutta.

-ALANKOMAAT

Euroviisujen Windows95man sai 80-luvun retrolookissaan ja lähes housuttomana yllättävän paljon huomiota paikallisessa mediassa, tosin pikemminkin hilpeän esityksensä kuin laulutaitonsa vuoksi.

-ITÄVALTA

Suomalainen taide ja kulttuuri saivat mediahuomiota keväällä Belgradissa järjestetyn ja erittäin suosituksen suomalaisen elokuvaviikon tiimoilta.

-SERBIA

Montenegrossa kesällä järjestetyn Operosa-oopperafestivaalin suomalainen ohjelma toi huomiota. Festivaalin perustaja ja johtaja, ruotsinsuomalainen Katherine Haataja esiteltiin laajasti paikallisissa tiedotusvälineissä.

-MONTENEGRO

Taide, musiikki ja kulttuuri ovat tänä vuonna näkyvämpiä Argentiinassa vieraillevien suomalaisten metallimusiikkiryhmien ansiosta.

-ARGENTIINA

Laulaja Robin Packalen teki unohtumattoman vaikutuksen konserteillaan useissa intialaisissa kaupungeissa. Hänen esiintymisensä saivat positiivista palautetta ja niistä kirjoitettiin myönteisesti mediassa.

-INTIA

Valokuvaaja Elina Brotherusta haastatettiin Perun päälehdessä hänen Limassa avatun näyttelynsä yhteydessä.

-PERU

Kansallisoopperan innovatiivinen XR Stage -aloite sai mainintoja Chilen medioissa.

-CHILE

Suomalainen taide, musiikki ja kulttuuri saivat näkyvyyttä radiossa ja televisiossa.

-SAMBIA

Metallimusiikin bändit saavat aina näkyvyyttä alan medioissa.

-MEKSIKO



Reetta Purontakanen
Ulkomministeriön lehdistövirkamies
Tokio

Big in Japan – ja muuallakin

Japanissa Suomi tulee vastaan usein ja iloisesti. Maan suurimman sanomalehden kutsuilla uusi tuttavuus haluaa esitellä minulle kuvia Muumi-mukeistaan. Maa-seutumajatalon emäntä kertoo puolestaan seuraavansa Suomen suurlähetystä sosiaalisessa mediassa. Toimitaja ottaa yhteyttä, koska haluaa lähteä jatko-opiskelamaan Suomeen naisten tasa-arvoisen aseman takia. Trendikäs tokiolainen tavaratalo järjestää Suomi-teema-viikon. Naapuriin avattu kauneushoitola saa suomenkielisen nimen. Jälleen uusi urheilujoukkue palkkaa suomalaisen päävalmentajan.

Kun Japanissa kertoo olevansa Suomesta, on vastaanotto ilahtunut ja keskustelukumppanit usein yllättävän tietäväisiä Suomen suhteen. He saattavat luetella joulupukin, revontulet, Muumit, Marimekon, tasa-arvon, Sibeliuksen, aiemmat Pisa-tulokset tai edellisen nuoren naispääministerimme. Yllättävän moni tietää myös saunan tai mölkyn, ja japanilaisten Suomi-osaamisen luettelo voisi jatkaa paljon pidempäänkin.

Japanissa Suomesta tiedetään paljon ja tämä näkövinkkeli antaa erilaista perspektiiviä siihen mitä me Suomena voimme maakuvatyöllä tavoitella – ja saavuttaa. Ja miten me itsestämme puhumme.

Japanissa meillä on tilaa kertoa Suomesta ja osaamisestamme aiempaa moninaisempaa tarinaa. Sinnikäs ja innovatiivinen kestävä kehityksen puolesta tehty työ kiinnostaa valvutunutta yleisöä. Digitalisaatio, media-

lukutaito ja kyberturvallisuus ovat ajassa kiinni olevia teemoja. Myös kokonaisturvallisuudesta kannattaa puhua aiheeseen vihkiytyneelle yleisölle.

Suomi-kuva on vahvin Japanin työikäisen väestön keskuudessa. Tulevaisuudessa haastetta riittää uusien, nuorempien kohdeyleisöjen tavoittelussa. Se on kuitenkin hyvä tehdä pyllistämättä niille vanhoille vahvuuksille, joille Suomen erinomainen maakuva Japanissa perustuu. Moni muu maa kärkeä myös Suomen olon takana entistä vahvempaa jalansijaa, onhan Japani maailman neljänneksi suurin markkina.

Hyvä uutinen on kuitenkin se, etteivät vakiintuneet brändit näytä merkkejä heikkenemisestä. Tuoreen markkinatutkimuksen mukaan Muumit ovat Japanin neljänneksi tunnetuin piirroshahmo. Se jos mikä on tässä maskottien ja animaation luvatussa maassa melkoinen saavutus.

Onkin aika myöntää itsellemme, ettei Suomen suosio Japanissa ole kupla tai sattumaa. Samalla voisimme lopettaa pienestä Suomesta puhumisen. Suomi on mielenkiintoinen, monipuolinen ja iso. Näin on Japanissa ja myös muualla.

”Tuoreen markkinatutkimuksen mukaan Muumit ovat Japanin neljänneksi tunnetuin piirroshahmo.”

Ratkaisuja Suomesta

INNOVAATIO

Suomi näyttäytyi vuoden 2024 mediaosumissa ratkaisukeskeisenä maana, jolla on tarjottavaa myös muille. Muun muassa sosiaalisiin innovaatioihin, kestävyteen ja teknologiaan liittyvät teemat nousivat esille mediassa ympäri maailmaa.

Suomi sijoittuu globaalien maakuvatutkimusten luovuutta ja innovaatiota koskevilla mittareilla suhteellisen hyvin, joskaan ei tutkimusten kärkeen. Anholt Nation Brands Indexin luovuusmittarilla Suomi on viidenkymmenen maan joukossa sijalla 15. Brand Finance Global Soft Power Indexin teknologiaa ja innovaatioita käsittelevällä mittarilla Suomi on puolestaan 193 maan joukossa sijalla 19. Vaikkei Suomi hätyyttele innovaatiomielikuvien kärkeä, on Suomella kuitenkin sekä vakiintuneita että uudempia vahvuuksia, jotka herättävät kiinnostusta maailmalla.

Hyvinvointia ja sosiaalisia innovaatioita

Suomen merkittävimmät maakuvalliset vahvuudet liittyvät yhteiskunnallisiin ratkaisuihin. Erityisesti koulutus, hyvä hallinto, hyvinvointi sekä tasa-arvo näkyvät vuosittain maailman mediassa. Näistä suurinta näkyvyyttä tuottaa koulutus, johon liittyvää oppia Suomesta on tultu hakemaan jo yli kahden vuosikymmenen ajan. Suomalaisessa järjestelmässä kiinnostivat vuonna 2024 muun muassa inkluusio, maksuton kouluruoka, digitaalisuus, ratkaisut koulukiusaamiseen, oppilaiden hyvinvointi sekä uusimpana aiheena mediakasvatus.

Hallinnon teemoista kiinnostusta herättivät viime vuonna erityisesti Suomen vähäinen korruptio, vapaus, verojärjestelmä, naisten yhteiskunnallinen osallistuminen sekä eläkejärjestelmä. Uusina suurina hallinnon ja yhteiskunnan teemoina näkyvät Suomen kokonaisturvallisuusmalli sekä hybridivaikuttamiselta suojautuminen. Myös asunnotomuden ratkaisut ovat verrattain tuore kansainvälisen

kiinnostuksen kohde ja erityisesti brittimedian suosiossa.

Suomen pitkäkestoinen asema maailman onnellisimpana maana on avannut kansainväliselle medialle uuden lähestymistavan suomalaisen yhteiskuntaan ja kulttuuriin. Vaikka suurin osa onnellisuuden selityksistä keskittyy juuri yhteiskunnallisiin ratkaisuihin, kuten hyvinvointiyhteiskunnan palveluihin, vanhempainvapaisiin, työn ja vapaa-ajan tasapainoon sekä mahdollisuuksien tasa-arvoon, korostuvat onnellisuus uutisoinnissa myös hyvinvoinnin ja terveyden näkökulmat. Näitä ovat esimerkiksi suomalainen luontosuhde, rauhoittuminen ja saunakulttuuri.

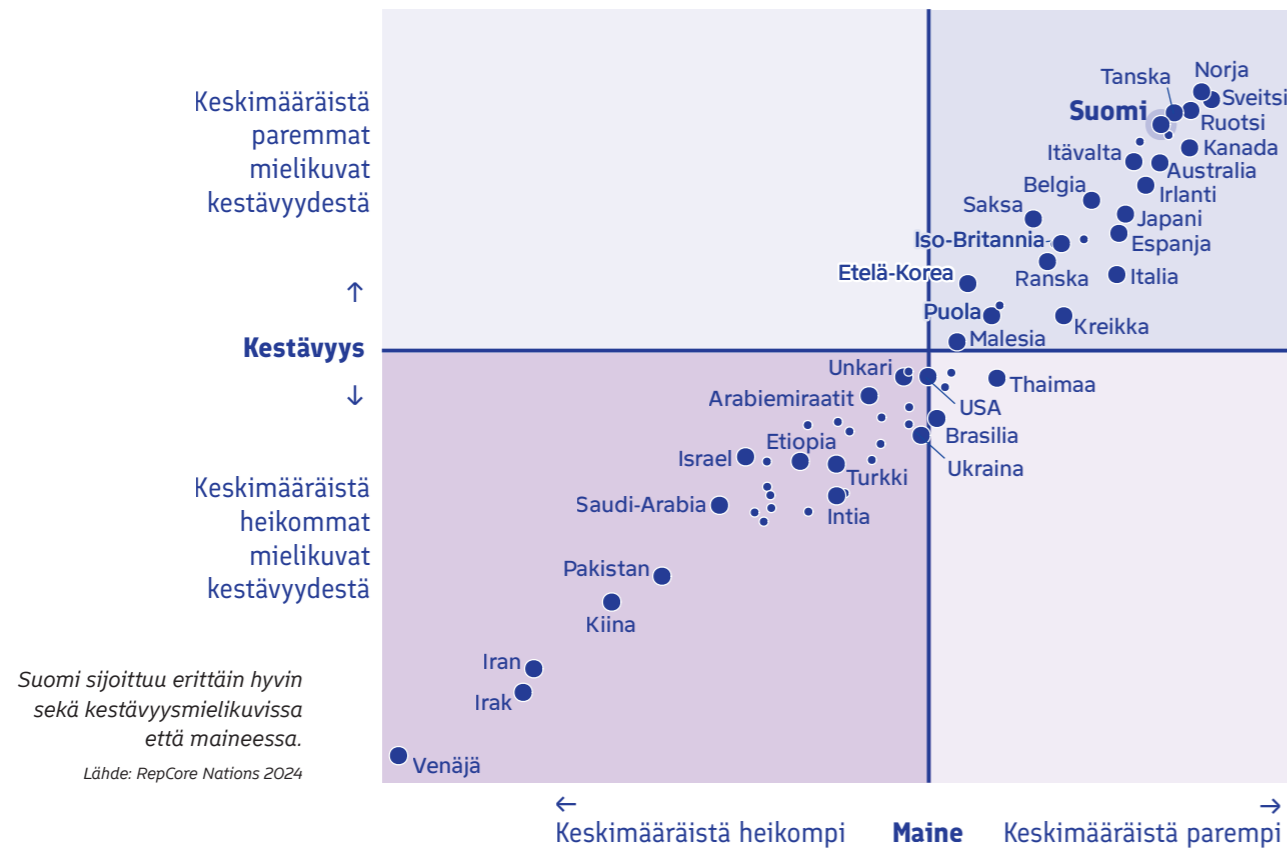
Puhtaasta energiasta kestävään rakentamiseen

Suomi-kuvan kärkeen, hallinnon ja koulutuksen rinnalle, on viimeisen vuosikymmenen aikana noussut uusi teema: kestävyys. Erityisesti ympäristönsuojeluun ja ilmatoratkaisuihin liittyvät mielikuvat ovat maailman huippua. Suomi sijoittuu Anholt Nation Brands Indexin ympäristönsuojelumittarilla sijalle 5. Brand Finance Global Soft Power Indexin kestävään tulevaisuuteen liittyvällä mittaristolla Suomi sijoittuu kahdeksanneksi. Mittariston parhaat sijoitukset tulevat ympäristönsuojelusta (5. sija) sekä vihreästä energiasta ja teknologioista (6. sija).

Kestävyysaiheista kirjoitetaan Suomen yhteydessä ympäri maailmaa. Uutisointi keskittyy usein innovaatio-näkökulmaan, ja Suomi esitetään ratkaisuja tarjoavana kestävyuden edelläkävijänä. Yleisimpiä aiheita ovat kierrätys, kiertotalous, ilmatoratkaisut, puhdas energia, jätteenkäsittely, biotalous, kestävä rakentaminen sekä

Vahvat kestävyysmielikuvat ovat yhteydessä hyvään maineeseen

60 valtion maine- ja kestävyystulokset RepCore® Nations -tutkimuksessa 2024



kestävä matkailu. Teeman yhteydessä nostetaan esiin myös julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyö sekä pitkän tähtäimen suunnittelu.

Teknologia ja yritysten innovaatiot

Kuluttajatuotteiden ja yritysten vähäinen tunnettuus on yksi Suomi-kuvan keskeisiä heikkouksia. Suomi sijoittuu maakuvatutkimuksissa kuitenkin kohtalaiselle tasolle myös tuotteita ja teknologiaa koskevien mielikuvien kohdalla. Tuotteiden osalta Suomi sijoittuu Anholt Nation Brands Index -tutkimuksen sijalle 16, tieteen ja teknologian osalta sijalle 17. Brand Finance Nation Brands Index asettaa Suomen 21. sijalle kategoriassa ”Tuotteet, joita maailma rakastaa”.

Vuonna 2024 suomalaiset yritykset ja tuotteet näkyivät globaalisti erityisesti kestävyden, teknologian ja innovaatioiden kehityksessä. Esimerkiksi Solar Foods, Spinnova, Valmet, Nokia ja Wärtsilä olivat esillä kestävien innovaatioiden tiimoilta. Myös Suomen digitaalisia ratkaisuja, teknologiaosaamista sekä Suomessa tehtyä tutkimusta teknologian ja lääketieteen aloilta nostettiin esille maailmalla. Pohjois-Amerikan mediassa suomalai-

nen jäänmurtaajaosaaminen nousi esiin arktisen alueen yhteistyötä vahvistavan ICE Pact -sopimuksen solmimisen yhteydessä.

Kehittyvissä maissa Suomen rooli ratkaisujen ja asiantuntemuksen tarjoajana korostuu uutisoinnissa. Viime vuonna Suomi oli esillä muun muassa kestävien innovaatioiden, koulutuksen, vesiosaamisen sekä tieto- ja viestintäteknologian asiantuntemuksen tiimoilta. Myös kehitysyhteistyö sekä esimerkiksi Ukraina-tuki tuottavat myönteistä näkyvyyttä.

Eettisyys ja vastuullisuus tekevät vaikutuksen

Vuonna 2024 julkaistun RepCore Nations -tutkimuksen mukaan juuri kestävyysmielikuvat ovat keskeisiä maineen rakentumisessa. G7-maiden näkemyksiä kartoittavassa tutkimuksessa todetaan vastuullisuus- ja kestävyyskysymysten selittävän 44 prosenttia valtion maineesta. Viisi tärkeintä tekijää ovat tutkimuksen mukaan ympäristönsuojelu, ilmastotoimet, julkisten varojen tehokas hallinta, toimiva hallinto ja instituutiot sekä ihmisoikeudet. Nämä ovat Suomen systemaattisia vahvuuksia eri maakuvatutkimuksissa.

SUOMEN EDUSTUSTOT RAPORTOIVAT:

IRLANNISSA kiinnostavat erityisesti Suomen asuntopolitiikan ratkaisut sekä digitaalinen ja vihreä siirtymä.

-IRLANTI

Suomalaisratkaisuille turvallisuuden saralla on nyt kysyntää.

-RUOTSI

Suomalainen kokonaisturvallisuus ja valmiustyö sai mediatilaa.

-ETIOPIA

Suomi mainittiin monesti kansainvälisissä vertailuissa maana, jossa on korkea vapauden taso, matala korruptio, toimiva eläkejärjestelmä, alhainen työttömyys ja suotuisa liiketoimintaympäristö.

-VALKO-VENÄJÄ

Suomen roolia ilmastomuutoksen torjunnassa ja puhtaiden teknologioiden kehityksessä arvostettiin laajasti. Suomalaisen innovatiiviset ratkaisut energiantuotannossa ja kiertotaloudessa nostivat maan esille kestävä kehityksen malliesimerkinä.

-BELGIA

Suomi mainitaan mediassa maana, joka on maailman huippua esimerkiksi uusiutuvan energian ja vihreän energian käytössä, digitalisaatiossa ja korruption torjunnassa.

-BULGARIA

Suomalainen, tasa-arvo, onnellisuus ja ympäristötoimijuus nousivat esiin mediassa.

-KAZAKSTAN

Suomesta on julkaistu säännöllisesti artikkeleita innovatiivisista yrityksistä ja ratkaisuista, kuten Spinnova ja Solar Foods, ihmetellen maan sitoutumista kiertotalouteen ja vihreämpään tulevaisuuteen.

-JAPANI

Suomi kuvataan vihreän siirtymän edelläkävijämaana, joka on ensimmäisenä maailmassa aloittamassa Koreassakin paljon mietittyvän ydinjätteen loppusijoituksen.

-ETELÄ-KOREA

Suomen maine ilmastotoimet huomioivana maana nousi esiin positiivisesti.

-MALESIA

Kolumbiassa Suomi on profiloitumassa erityisesti kiertotalouden pioneeri- ja innovaatiomaana. Suomen tiedetään olevan innovaatioiden maa ja suomalaisten yritysten olevan teknologisen kehityksen edelläkävijöitä.

-KOLUMBIA

Suomalaiset innovaatiot vihreässä siirtymässä ja kestävyden edistämisessä saivat paljon näkyvyyttä. ”Kestävyys on hyvää liiketoimintaa” oli selkeä viesti tiedotusvälineissä.

-ARGENTIINA

Mediassa uutisoitiin suomalaisista teknologisista ratkaisuista ja kaupallisesta yhteistyöstä. Suomi nostettiin myös mm. ”Maailman kymmenen innovatiivisinta maata” -listalle. Lisäksi energiamurros ja Wärtsilän tuki maan energia-alan kehitykselle oli esillä.

-NIGERIA

UN Womenin ja Nokian pyöreän pöydän tapahtuma oli positiivisesti esillä eri medioissa, teemoina teknologia, naisten oikeudet ja tasa-arvo.

-TUNISIA

Mediassa on korostuu, miten edistyneesti ympäristönäkökohdat on huomioitu yhteiskunnassa.

-ISRAEL

Yhdessä artikkelissa korostettiin, miten vähäväkainen ja lähes ”luonnonvaraton” Suomi on onnistunut luomaan järjestelmän, jossa lähes kaikki suomalaiset maksavat veroja ja pitävät sitä kansainvälisyydenä.

-SENEGAL

Artikkeleita, jotka koskivat suomalaisyrityksiä, innovaatioita ja teknologioita.

-ALGERIA

Suomi sai paljon huomiota teknologia- ja innovaationäkökulmasta. Aiheita olivat mm. proteiinin tuottaminen ilmasta ja hiilidioksidista, uusi lääketieteellinen robotti, kierrätysteknologia sekä useat muut, pääosin Nokian kehittämät innovaatiot.

-THAIMAA

Suomen ja Mosambikin pitkä ja merkityksellinen historia kehitysyhteistyössä ovat tuoneet Suomelle tänäkin vuonna näkyvyyttä Mosambikin mediassa.

-MOSAMBIK

Suomen ja Tansanian kehityspoliittinen yhteistyö nousi esille eniten. Uutiset ovat käsitelleet esimerkiksi Suomen roolia Tansanian ICT-sektorin kehittymisessä.

-TANSANIA

Nepalissa uutisoitiin Suomen kehitysyhteistyöstä, etenkin ilmastokestävyys-hankeesta kerrottiin useassa mediassa.

-NEPAL

Medianäkyvyys on ollut myönteistä korostaen Suomen sitoutumista Kosovon edistymiseen muun muassa koulutuksen, innovaation ja turvallisuuden alueilla. Suomen asiantuntemus on tunnustettu arvokkaaksi voimavaraksi Kosovon kehitykselle. Myös Suomen Ukraina-tuesta on uutisoitu myönteiseen sävyyn.

-KOSOVO

Taustatietoa julkaisusta

Suomi muiden silmin on Finland Promotion Boardin julkaisu. Sen on tuottanut ulkoministeriön maakuvayksikkö, joka vastaa Suomen maakuvatyötä linjaavan Finland Promotion Boardin operatiivisesta toiminnasta. Finland Promotion Boardin jäsenorganisaatioihin kuuluu julkishallinnon, yksityisen ja kolmannen sektorin edustajia.

Suomen medianäkyvyyden määrällinen analyysi

Meltwater kartoitti Suomen medianäkyvyyttä digitaalisessa mediassa vuoden 2024 aikana. Aineisto rajattiin artikkeleihin, joissa Suomi mainitaan otsikkotasolla. Tarkastelussa on mukana noin 297 000 mediaosumaa ja siitä on rajattu pois Suomessa julkaistut uutiset. Analyysin monikielinen data-aineisto kerättiin käyttämällä Meltwaterin ohjelmistoa, joka monitoroi yli 320 000 globaalia toimituksellista medialähdettä. Sosiaalisen median reaktiota on seurattu viestipalvelu X:stä.

Potentiaalinen tavoitavuus kuvastaa uutisten ja artikkeleiden mahdollista lukijamäärää. Yksittäisen artikkelin potentiaalinen tavoitavuus on sen julkaisseen sivuston kuukausittainen kävijämäärä. Tavoitavuuden kokonaisluvut on laskettu yhteen artikkeleiden potentiaalisen tavoitavuuden mukaan. Luvut Meltwaterille toimittaa SimilarWeb.

Suomen medianäkyvyyden laadullinen analyysi

Suomen medianäkyvyyden laadullinen analyysi pohjautuu Suomen ulkomaanedustustojen havaintoihin. Ulkoasianhallinnon edustustoverkossa on 89 toimipistettä, joista 70 raportoi vuoden 2024 medianäkyvyydestä. Suomen suurlähetystöistä noin viidesosassa on kokopäiväinen viestintä- ja maakuvatyötä tekevä virkahenkilö,

muissa toimipisteissä media-asioita hoidetaan muiden toimien ohella. Edustustoissa seurataan digitaalisen median lisäksi myös muita uutislähteitä.

Maakuvan tilaustutkimukset

Levada: Suomen Moskovan-suurlähetystö on tilannut maakuvatutkimuksia Venäjällä vuodesta 2017 alkaen. Tutkimukset on toteuttanut riippumaton tutkimuslaitos Levada, jonka Venäjän oikeusministeriö on lisännyt niin sanottujen ulkomaalaisten agenttien rekisteriin. Vuonna 2024 toteutettu tuorein kyselytutkimus oli järjestyksessään kuudes ja siihen vastasi läsnähaastatteluina kodeissaan yhteensä 1 603 täysi-ikäistä henkilöä 137 asutuskeskuksessa 50 Venäjän alueella. Kyselyn virhemarginaali on 3,4 %. *Kysely toteutettiin heinäkuun lopussa 2024.*

Bloom Consulting: Ulkoministeriön maakuvayksikkö tilasi vuonna 2022 Bloom Consultingilta tutkimuksen, joka kartoitti koulutettujen, kansainvälisesti suuntautuneiden ihmisten näkemyksiä Suomesta ja mielikuvien muutosta edeltäneen vuoden aikana. Kyselytutkimukseen vastasi noin 4000 ihmistä. Tutkimus toteutettiin kymmenessä maassa: Yhdysvallat, Saksa, Japani, Iso-Britannia, Intia, Brasilia, Turkki, Etelä-Korea, Kiina ja Venäjä, jonka tulokset analysoitiin erillisinä. *Kysely toteutettiin heinä-elokuussa 2022.*

Globaalit maakuvatutkimukset

Anholt-Ipsos Nation Brands Index: Pitkäikäisin maakuvavertailu *Anholt Nation Brands Index* asettaa vuosittain 50 maata järjestykseen täysi-ikäisten keskivertokansalaisten mielikuvien perusteella. Sijotukset perustuvat 20 maassa toteutettuun kyselytutkimukseen. Vuoden 2024 tutkimukseen osallistui 42 107 vastaajaa, joista kukin pisteytti 10 hänelle sattumanvaraisesti osoitettua maata. Kussakin panelistimaassa toteutettiin vähintään 2000 kyselyä, ja jokainen arvioitava maa sai pisteet noin 500 vastaajalta kussakin maassa.

Tutkimuksen 20 panelistimaata ovat: Yhdysvallat, Kanada, Iso-Britannia, Saksa, Ranska, Italia, Ruotsi, Venäjä, Puola, Turkki, Japani, Kiina, Intia, Etelä-Korea, Australia, Argentiina, Brasilia, Meksiko, Saudi-Arabia ja Etelä-Afrikka.

Tutkimuksessa arvioitavat 50 maata ovat: Kanada, Yhdysvallat, Itävalta, Suomi, Belgia, Ranska, Saksa, Kreikka, Islanti, Irlanti, Italia, Alankomaat, Pohjois-Irlanti, Norja, Portugali, Skotlanti, Espanja, Ruotsi, Sveitsi, Britannia, Wales, Tšekki, Viro, Puola, Romania, Venäjä, Slovakia, Turkki, Ukraina, Australia, Kiina, Intia, Indonesia, Japani, Uusi-Seelanti, Singapore, Etelä-Korea, Taiwan, Argentiina, Brasilia, Chile, Meksiko, Peru, Egypti, Israel, Kenia, Palestiina, Saudi-Arabia, Etelä-Afrikka ja Yhdistyneet arabiemiraatit. *Kysely toteutettiin heinä-elokuussa 2024.*

Brand Finance Global Soft Power Index: *Brand Finance Global Soft Power Index* -tutkimus on laajin maakuva-vertailu ja se asettaa järjestykseen 193 maata 101 maassa toteutetun kyselyn perusteella. Vuonna 2024 tutkimukseen osallistui yli 170 000 täysi-ikäistä vastaajaa, jotka edustavat kunkin maan keskimääräisiä Internetin käyttäjiä. Kehittyvillä markkinoilla, joilla on suhteellisen alhainen

Internet-yhteystiheys, tämä vinouttaa otoksen jossain määrin nuorempiin ihmisiin, joilla on korkeakoulutus ja korkeammat tulot. Lisätietoa maavaliinnoista: <https://brandirectory.com/softpower> *Kysely toteutettiin syys-marraskuussa 2024.*

RepCore® Nations: *RepCore® Nations* on sovellus Reputation Labin alun perin yritysten maineen mittaamiseen suunnitellusta RepCore®-mallista. Se arvioi kansakunnan kansainvälisesti herättämää ihailua, kunnioitusta ja luottamusta. Selittävinä tekijöinä analysoidaan yhteensä 22 taloudellista, poliittista, sosiaalista ja kulttuurista elementtiä.

Vuonna 2024 tutkimusta varten toteutettiin 37 613 haastattelua 28 maassa. Raportti sisältää G7-maiden arviot 60 suurimmasta maasta bruttokansantuotteensa mukaan. Lisätietoa tutkimuksesta: <https://corporatereputationlab.com/en/repcore-model/> *Kysely toteutettiin maaliskuussa 2024.*

Lisätietoa maakuvatyöstä

Maakuva

Maakuva muodostuu mielikuvista, jotka perustuvat tietoon, kokemuksiin ja uskomuksiin tietystä maasta. Maakuvan pohjana ovat vuosikymmenten aikaiset tapahtumat, mutta kukin muodostaa mielikuvansa omassa henkilökohtaisessa viitekehysessään. Mielikuvat maista muuttuvat hyvin hitaasti; siinä missä maine muuttuu nopeasti ja katoaa, maakuva säilyy. Yksilön mielikuvat maista muodostuvat nuoruudessa ja muuttuvat sen jälkeen hyvin vähän – ellei maahan synny suoraa kontaktia myöhemmin.

Maakuvan merkitys

Maailmalla tehdään päivittäin Suomeen vaikuttavia päätöksiä. Nämä päätökset voivat olla poliittisia, taloudellisia tai esimerkiksi yksittäisen kuluttajan valinta kahden eri tuotteen tai lomakohteen välillä. Erilaisia päätöksiä tehdään faktojen lisäksi usein mielikuvien perusteella. Maakuva vaikuttaa myös siihen, tuleeko Suomi edes mieleen vaihtoehtoja punnitessa. Mitä paremmin Suomi ja Suomen vahvuudet tunnetaan, sitä paremmin Suomi ja suomalaiset pärjäävät niin poliittisten kuin kaupallisten etujen näkökulmasta.

Suomi-kuvan rakentuminen

Nykyhetkessä Suomi-kuvaa muodostetaan sekä suuressa että pienessä mittakaavassa. Isossa kuvassa suurin merkitys on sillä, millaisia päätöksiä Suomi tekee ja miten se osallistuu kansainväliseen yhteistyöhön. Ruohonjuuritasolla jokainen suomalainen toimii maakuvalähtettiläänä. Näiden välimaastossa on verkosto toimijoita, joiden työnä on edistää Suomen näkyvyyttä ja maakuva pitkäjänteisellä työllä. Ymmärrys Suomen maakuvasta on tärkeää kaikilla tasoilla, kun pyritään vaikuttamaan Suomea koskeviin päätöksiin.

Maakuvatyö

Maakuvatyö on ennen kaikkea vaikuttamis- ja viestintätyötä, jolla vaikutetaan kohderyhmien tietoon, mielipiteeseen ja lopulta päätöksiin. Se on pitkäjänteistä ja hidasta viestimistä johdonmukaisella tavalla. Maakuvaviestintä voi olla erillistä ja itsetarkoituksellista viestintää Suomen vahvuuksista, mutta useimmiten se on muun toiminnan yhteydessä rakentuvaa Suomen tarinan kertomista ja tunnettuuden kasvattamista. Hyvä maakuvaviestintä lisää tietoisuutta Suomesta ja Suomen vahvuuksista tavalla, joka herättää myönteisiä tunteita ja lisää kuulijan kiinnostusta Suomea kohtaan.

Maakuvatyön työkalut

Tietoa Suomen maakuvatyöstä, tutkimustietoa Suomikuvasta, Suomi Finland -visuaalinen ilme ja Finlandica-fontti sekä presentaatioita, videoita ja muita materiaaleja Suomesta kertomiseksi löytyy maakuvaviestinnän työkalupakki Finland Toolboxista: www.finlandtoolbox.fi

Lisätietoa maakuvasta ja maakuvatyöstä: FinlandPromotionBoard@finland.fi

Maakuvatyön järjestäminen Suomessa

Pääministerin nimittämä Finland Promotion Board linjaa Suomen maakuvatyötä. Verkostoon kuuluu julkishallinnon, yksityisen ja kolmannen sektorin edustajia. Finland Promotion Boardin puheenjohtajana toimii ulkoministeriön viestintäjohtaja ja varapuheenjohtajina TEM:in ja VNK:n viestintäjohtajat. Finland Promotion Boardin sihteeristö on ulkoministeriön maakuvayksikössä. Maakuvayksikkö vastaa maakuvaan liittyvästä suunnittelusta, ohjauksesta ja materiaalityöstä – sekä koko Finland Promotion Boardin verkostolle että erityisesti ulkoasianhallinnolle.

Maakuvatyötä ohjaa vuonna 2017 hyväksytty Suomen maakuvatyön strategia, jossa määritellään Suomen arvot, keskeiset vahvuudet ja pääviestit.

Finland Promotion Board 2024–2027

- Puheenjohtaja: viestintäjohtaja **Mikko Koivumaa**, ulkoministeriö
- Varapuheenjohtaja: viestintäjohtaja **Matti Hirvola**, työ- ja elinkeinoministeriö
- Varapuheenjohtaja: viestintäjohtaja **Päivi Paasikoski**, valtioneuvoston kanslia
- Sihteerit: yksikönpäällikkö **Mika Kukkonen**, ulkoministeriö

Jäsenet

- Viestintäjohtaja **Laura Aalto**, Aalto-yliopisto, kaudelle 2024–25
- Toimitusjohtaja **Clarisse Berggårdh**, Helsinki Partners
- Ulkoisen viestinnän ja median johtaja **Sanna Hellstedt**, Fiskars
- Palvelualueen johtaja **Johanna Jäkälä**, Business Finland
- Viestintäjohtaja **Liisa Kivelä**, Helsingin kaupunki, kaudelle 2024–25
- Toiminnanjohtaja **Hanna Lämsä**, Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit
- Pääsihteerit **Rosa Meriläinen**, Kulta ry
- Suhdetoiminta- ja markkinointipäällikkö **Iina Ojala**, Tampereen kaupunki, kaudelle 2024–25
- Kansainvälisten asiain johtaja **Jaana Palojärvi**, opetus- ja kulttuuriministeriö
- Partneri **Mari Pantsar**, One Planet by Kari & Pantsar
- Kansainvälisten asioiden johtaja **Päivi Pohjanheimo**, Keskuskauppakamari
- Markkinointi- ja brändijohtaja **Ruusa Koskelainen**, Finnair
- PR-päällikkö **Lauri Sallantaus**, Marimekko
- Johtaja **Timo Vuori**, Elinkeinoelämän keskusliitto



TYÖKALUT SUOMEN TARINAN KERTOMISEEN

Finland Toolbox on avoin materiaalipankki. Se tarjoaa työkaluja kaikille, jotka haluavat kertoa Suomesta kansainvälisesti.

Löydät Finland Toolboxista Suomi-faktoja, presentaatioita, videoita ja paljon muuta. Tutustu materiaaleihin ja ota Suomen vahvuudet käyttöösi: www.finlandtoolbox.fi