



MAAKUVAN VUOSIKATSAUS 2023



Sisällys

SUOMI
FINLAND

1. Maakuvan merkitys tässä ajassa
2. Maakuvatulokset 2023: mielikuvat
3. Maakuvatulokset 2023: mittaukset
4. Osaajahoukuttelun mittaristot
5. Sanna Marinin maakuvavaikutus
6. Ajankohtaista: Suomen Nato-prosessi
7. Suuntaviivoja tutkimuksista
8. Pieni tietopaketti maakuvasta

Kannen kuva: Marc Goodwin/Archmospheres/Helsinki Partners



1. Maakuvan merkitys tässä ajassa

SUOMI
FINLAND

Suomella on kansainvälisten tutkimusten mukaan vahva maakuva. Suomesta pidetään ja Suomea arvostetaan vastuullisena kansainvälisenä toimijana. Tällä on suuri merkitys, kun pyritään vaikuttamaan Suomea koskeviin poliittisiin ja taloudellisiin päätöksiin. Vahva maakuva toimii myös suojana toimintaympäristön muutoksissa: mitä myönteisempi kuva Suomesta maailmalla on, sitä enemmän Suomen näkökantoja kuunnellaan ja sitä paremmin Suomi pärjää muuttuvassa maailmassa.



SUOMI
FINLAND

2. Maakuvatulokset 2022: mielikuvat



Mielikuvia maista tutkitaan

SUOMI
FINLAND

On olemassa lukuisia tutkimuksia, jotka käsittelevät maabrändejä ja pehmeää valtaa eli valtioiden kulttuurista ja ideologista vetovoimaa ja vaikutusvaltaa. Laajimmat näistä vertaavat käsityksiä Suomesta kymmeniin muihin valtioihin joka vuosi. Suuret tutkimukset antavat kattavan yleiskuvan siitä, mitä Suomesta maailmalla ajatellaan ja miten se vertautuu mielipiteisiin muista maista. Toistuvat tutkimukset mahdollistavat myös Suomi-kuvan kehityksen seuraamisen. Vaikka muutokset ovat hitaita, mielikuvat muuttuvat ja niiden suuntaa on hyvä seurata.



Suomi suuren kiinnostuksen kohteena

SUOMI
FINLAND

Suomeen kohdistui vuoden 2022 aikana historiallinen kansainvälisen median kiinnostus. Ukrainan sota ja Suomen Nato-jäsenyysprosessi toivat Suomelle moninkertaisen näkyvyyden pidemmän ajan keskiarvoon verrattuna. Miten merkittävä näkyvyyden kasvu sitten näkyy maakuva-tutkimuksissa? Se riippuu tutkimuksen tyypistä. Asiantuntijoiden ja aktiivisesti kansainvälisiä uutisia seuraavien ihmisten näkemykset vaihtelevat nopeammin kuin uutisia löyhemmin seuraavien keskivertokansalaisten. Suomi-kuvaa kannattaakin siis tarkastella useamman tutkimuksen valossa.



Anholt-Ipsos Nation Brands Index

SUOMI
FINLAND

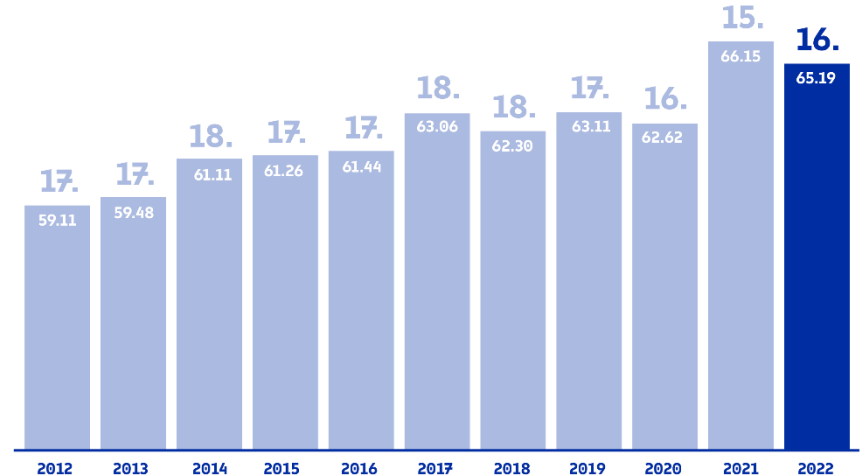
Seuratuin maakuivatutkimus Anholt-Ipsos Nation Brands Index asettaa 60 maata järjestykseen keskivertokansalaisten mielikuvien perusteella. Sijoitukset perustuvat 20 maassa toteutettuun kyselytutkimukseen. Suomi sijoittuu vuoden 2022 tutkimuksessa sijalle 16 pistemäärällä 65,19. Euroopassa keskimääräinen tulos on 62,55, eli Suomi suoriutuu huomattavasti keskiarvoa paremmin. 63 % vastaajista kertoo tietävänsä Suomesta vähintäänkin jotain, mikä sijoittaa Suomen tunnettuudessa sijalle 35. Tunnettuus ei siis ole Suomen vahvuus, mutta Suomesta pidetään reilusti keskiarvoa enemmän: Suomi on sijalla 15 kaikkien 60 maan joukossa.



Suomi-kuvan kehitys 2012–2022

SUOMI
FINLAND

Suomen sijoitus vuosittaisessa Nation Brands Indexissä on kivunnut hiljalleen ylöspäin. Leimallista vuodelle 2022 oli suurimman osan maista tuloksessa tapahtunut pudotus. Vaikka kaikkien muidenkin 20:n kärjessä olevan maan pisteet laskivat, Suomi menetti yhden sijan edellisvuoteen verrattuna.



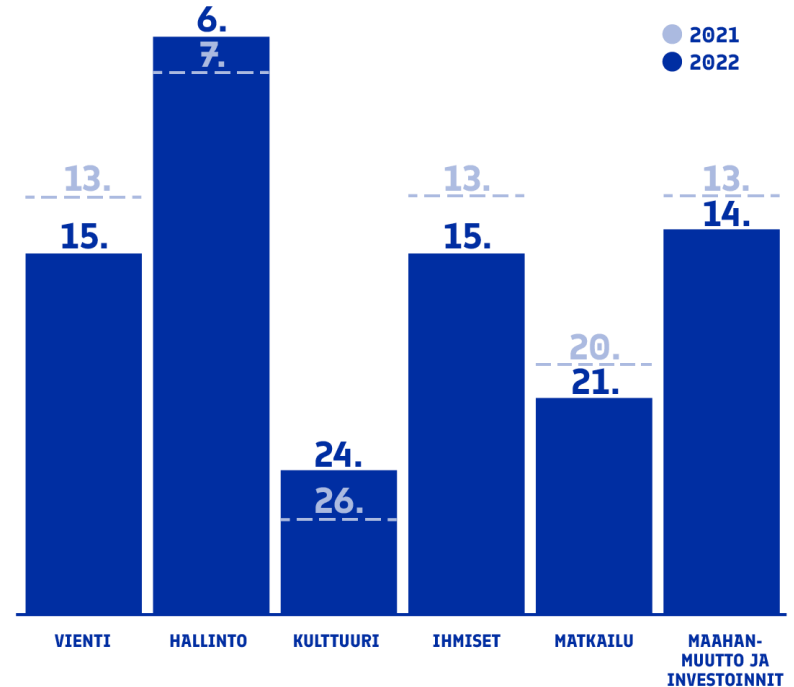
Suomen sijoitus maakuvan päätutkimuksessa 2012–2022.
Lähde: Nation Brands Index 2022



Hallinto on Suomi-kuvan vahvuus

SUOMI
FINLAND

Tutkimus jakautuu kuuteen kategoriaan: vienti, hallinto, kulttuuri, ihmiset, matkailu sekä maahanmuutto ja investoinnit. Parhaiten Suomi sijoittuu hallinnossa, missä nousua on tullut edellisvuodesta yksi sija. Kulttuuri on Suomen heikoin osa-alue, mutta siellä nousua on tapahtunut sijalta 26 sijalle 24.



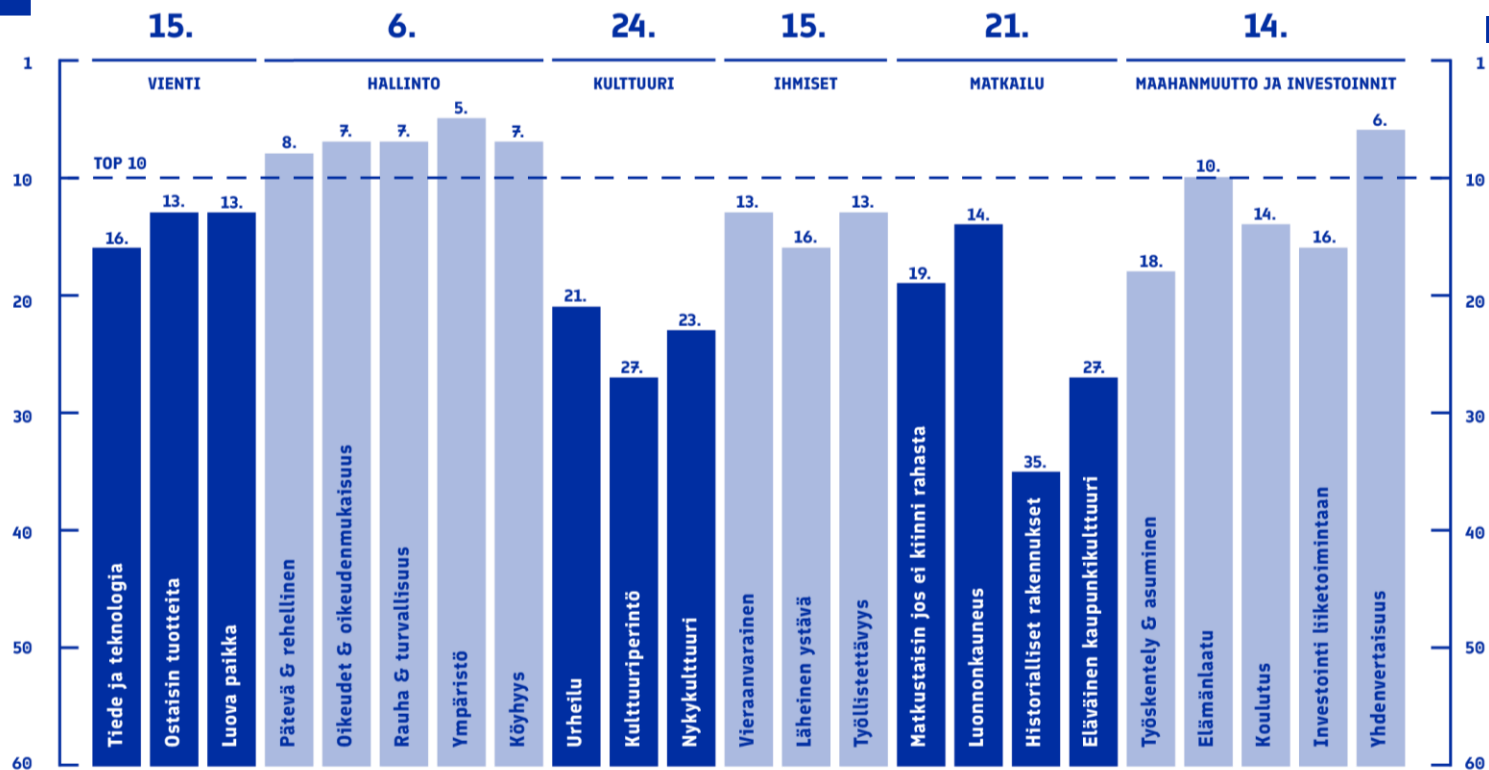
Suomi sijoittuu hallinnossa kuudenneksi.
Lähde: Nation Brands Index 2022



Ympäristönsuojelu ja yhdenvertaisuus terävimpinä kärkinä

SUOMI
FINLAND

Tutkimuksen kuusi teemakategoriaa koostuu yhteensä 23 kysymyksestä. Kysymykset ympäristönsuojelusta (5. sija) ja yhdenvertaisuudesta (6. sija) tuottavat korkeimmat sijoitukset. Nämä ovat hyvin merkittäviä sijoituksia, kun Suomen kokonaistunnettuus jää keskiarvon alapuolelle. Kulttuuriin liittyvät kysymykset tuottavat heikoimmat sijoitukset: historialliset rakennukset (35.), kaupunkikulttuuri (27.), kulttuuriperintö (27.) sekä nykykulttuuri (23.). Yksittäisissä kysymyksissä on tapahtunut sekä pientä nousua että laskua edellisvuoteen verrattuna.



Suomi yltyä kärkekkymmenikköön edellisvuoden tapaan seitsemällä eri mittarilla.

Lähde: Nation Brands Index 2022



Näkemykset vaihtelevat maittain

SUOMI
FINLAND

Suomea arvostetaan erityisesti Ruotsissa, missä Suomi sijoittuu indeksin neljännelle sijalle. Myös Kanada, Saksa ja Ranska sijoittavat Suomen kärkikymmenikköön. Heikoimmat arviot Suomi saa Saudi-Arabiassa, Etelä-Afrikassa ja Intiassa. Näissäkin maissa Suomi selviytyy kuitenkin parempaan puolikkaaseen 60 maan joukossa. Suomen kokonaispisteet nousivat edellisvuoteen verrattuna 0,60–1,95 pistettä Kanadassa, Kiinassa, Italiassa, Puolassa, Saudi-Arabiassa, Etelä-Koreassa ja Yhdysvalloissa. Merkittäviä pistelaskuja nähtiin kuitenkin Turkissa (–5,08), Intiassa (–6,97) ja Venäjällä (–8,37).



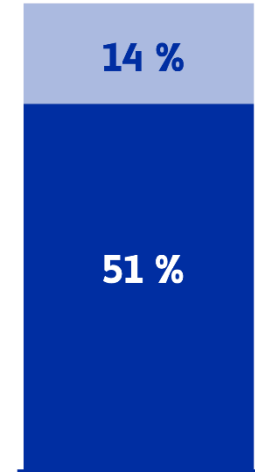
Suomi tekee myönteisen vaikutuksen

SUOMI
FINLAND

Anholt-Ipsos Nation Brands Index kerää varsinaisen brändivertailunsa lisäksi myös muuta tietoa. Vuoden 2022 raportista selviää, että mitattaessa keskivertokansalaisen suhtautumista eri maista kuulemiinsa uutisiin, Suomi sijoittuu jaetulle kolmannelle sijalle tutkimuksen 60 maan joukossa. Suomi tekee siis erittäin myönteisen vaikutuksen.

30%

● KIELTEINEN
● MYÖNTEINEN



30 % vastaajista kertoo kuulleensa uutisia Suomesta. 51 % sanoo niiden tehneen myönteisen vaikutuksen. Lähde: Nation Brands Index 2022



Brand Finance Global Soft Power Index

SUOMI
FINLAND

Vuoden 2023 Brand Finance Global Soft Power Index asettaa 121 valtiota järjestykseen pehmeään valtaan liittyvien mielikuvien perusteella. Kysely kattaa 110 000 ihmisen vastaukset yli sadassa maassa. Suomi sijoittuu 121 maan joukossa sijalle 22. Vuonna 2022 Suomen sijoitus oli 25. Tutkimuksessa arvioidaan maita ensinnäkin tunnettuuden, maineen ja vaikutusvallan kannalta. Tunnettuudessa Suomi on noussut viime vuoteen verrattuna kaksi sijaa, sijalle 41. Vaikutusvallassa on tapahtunut harppaus sijalta 41 sijalle 35. Maine on Suomen vahvin osa-alue: Suomi on sijalla 13 noustuaan kolme sijaa.



Ihmiset, arvot ja hallinto vahvuuksina

SUOMI
FINLAND

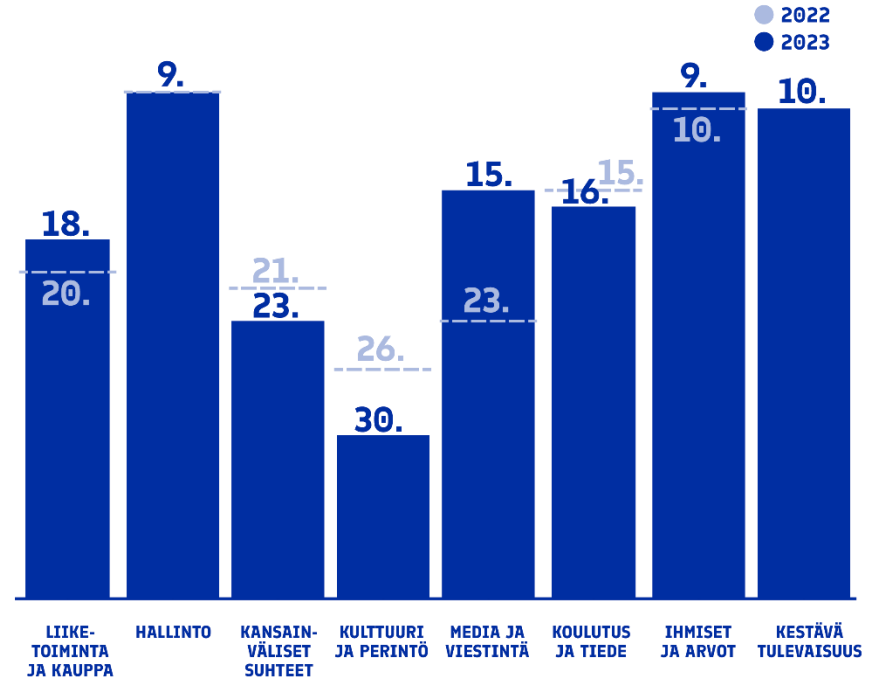
Tunnettuuden, maineen ja vaikutusvallan lisäksi indeksi antaa tietoa siitä, kuinka Suomi menestyy kahdeksassa kategoriassa, joista kukin sisältää useita eri mittareita. Nämä kategoriat ovat: liiketoiminta ja kauppa, hallinto, kansainväliset suhteet, kulttuuri ja perinne, media ja viestintä, koulutus ja tiede, ihmiset ja arvot sekä kestävä tulevaisuus. Suomen vahvuuksien terävimmät kärjet ovat kategoriat ihmiset ja arvot sekä hallinto, joissa Suomen sijoitus on yhdeksäs 121 maan joukossa. Heikoimmin Suomi menestyy – muiden tutkimusten tapaan – kulttuurin ja kulttuuriperinnön saralla sijoittuen sijalle 30.



Yleistä pistenousua

Suomen sijoitus suhteessa muihin on laskenut kolmessa kategoriassa, joista kahdessa pisteet ovat kuitenkin nousseet. Koulutuksen ja tieteen pisteitä ja sijoitusta laskee mittari ”investoi avaruustutkimukseen”.

SUOMI
FINLAND



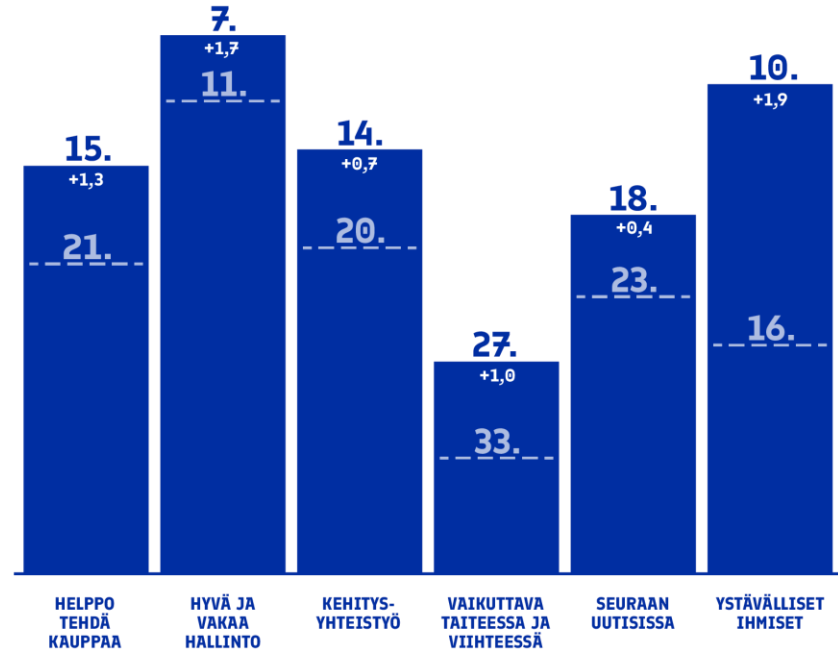
Suomi yltää kymmenen parhaan joukkoon kolmessa kategoriassa.
Lähde: [Brand Finance Global Soft Power Index 2023](#)



Kehitystä ajankohtaisilla mittareilla

SUOMI
FINLAND

Tarkasteltaessa yksittäisiä mittareita suurimmat piste- ja sijaousut ovat tapahtuneet ajankohtaisissa aiheissa. Esimerkiksi hyvä hallinto ja kehitysyhteistyö ovat vahvistuneet. Mittariston pistelaskut ovat pieniä, -0,1 ja -0,3 pistettä tieteessä ja koulutuksessa.



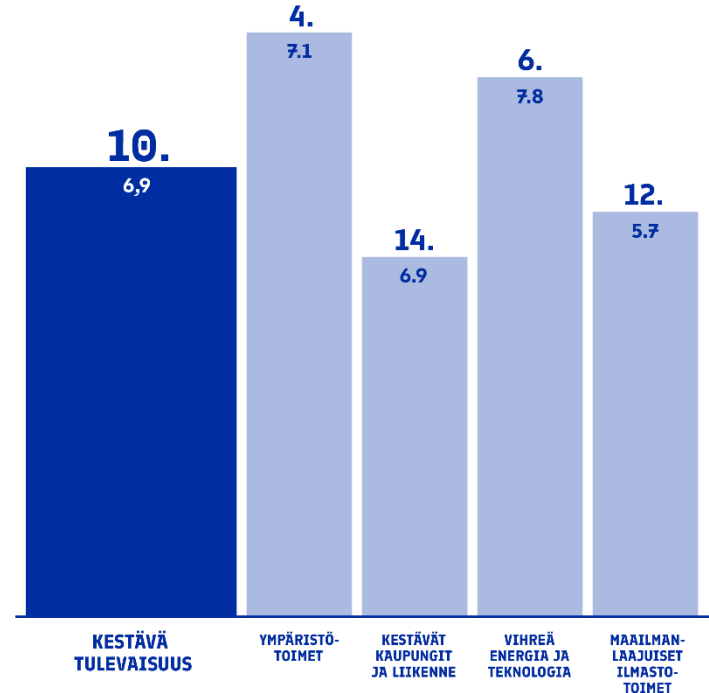
Ihmisten ystävällisyys toi suurimman piste- ja sijaousun.
Lähde: [Brand Finance Global Soft Power Index 2023](#)



Kestävä tulevaisuus uutena mittarina

SUOMI
FINLAND

Vuoden 2023 Global Soft Power Index esittelee uuden kestävän kehityksen arviointikategorian, joka sisältää neljä erillistä mittaria: ympäristötoimet, kestävät kaupungit ja liikenne, vihreä energia ja teknologia sekä maailmanlaajuiset ilmastotoimet. Suomi yltyä kärkekymmenikköön neljästä mittarista kahdella.



Ympäristötoimet tuovat korkeimman sijoituksen.
Lähde: [Brand Finance Global Soft Power Index 2023](#)



Monocle Soft Power Survey

SUOMI
FINLAND

Brittiläinen aikakauslehti Monocle julkaisee Soft Power Survey -listasta, jossa 20–25 maata nostetaan vuosittain esiin ja asetetaan järjestykseen pehmeän vallan näkökulmasta. Toisin kuin aiemmin esiteltyt indeksit Monocle Soft Power Survey ei perustu kyselytutkimukselle, vaan asiantuntijaraadin arviolle yhdistettynä Monoclen pehmeän vallan mittaristoon. Mittaristoon kuuluu muun muassa ulkomaanedustustojen, Olympiamitaleiden, Unescon perintökohteiden, kehitysyhteistyön, Michelin-tähtien, Nobel-palkinnonsaajien, huippuyliopistojen sekä hiilineutraaliuteen jäljellä olevien vuosien määrä.



Suomi tekee paluun listalle

SUOMI
FINLAND

Suomi sijoittuu Monoclen vuoden 2022 listalla sijalle 17. Viimeksi Suomi oli mukana 2019 listauksessa, silloin sijalla 19. Analyysiosassa todetaan, että sekä COVID-19 että Venäjän hyökkäyssota ovat lisänneet Suomen painoarvoa. Erityisesti esiin nostetaan ”pehmeän vallan keulakuva” Marin ja hänen vakaan johtonsa alla toteutettu liiketoimintaystävällinen ja onnistunut koronapolitiikka sekä Nato-jäsenyysprosessi, jota on edistetty taitavasti ja päättäväisesti. Suomen vahvuuksina mainitaan koulutus, onnellisuus ja kansainvälinen yhteistyö, mutta Suomen todetaan tarvitsevan kulttuurista näkyvyyttä.



SUOMI
FINLAND

3. Maakuvatulokset 2022: mittaukset



Rankingit vertailevat sektoreittain

SUOMI
FINLAND

Maakuvatutkimukset mittaavat Suomeen liitettyjä mielikuvia. Suomen varsinaista suoriutumista eri aloilla voidaan puolestaan seurata erilaisten kansainvälisten rankingien avulla. Rankingit kertovat mittaukseen perustuen, miten eri maiden toiminta vertautuu toisiinsa. Näiden vertailujen uutisointi rakentaa edelleen mielikuvia eri maiden vahvuuksista ja heikkouksista, mikä toistuessaan muodostuu lopulta osaksi maakuvaa. Erilaisia rankingeja tuotetaan paljon, mutta maakuvan kannalta erityisen oleellista on seurata vertailuja [Suomen maabrändistrategiassa](#) määriteltyjen Suomen kolmen keskeisen vahvuuden alueilta.

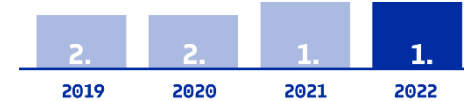


1. Toimivuus ja hyvinvointi

Maakuvatutkimukset kertovat hallinnon, toimivuuden ja elämänlaadun olevan Suomekuvan vahvuuksia. Rankingit vahvistavat tämän olevan totta. Suomi sijoittuu kärkeeseen muun muassa kansalais- ja poliittisissa oikeuksissa, vakaudessa, sosiaalisessa oikeudenmukaisuudessa ja yhdenvertaisuudessa.

SUOMI
FINLAND

The Fund for Peace
Fragile States Index



WEF Global Gender
Gap Report



Quality of Life
Index



Corruption
Perceptions Index



The Social Progress
Index



World Happiness
Report





Suomi on maailman onnellisin

SUOMI
FINLAND

Suomi on sijoittunut kansalaisten kokemaa elämäntyytyväisyyttä mittaavan maailman onnellisuusraportin kärkeen vuodesta 2018. Raporttia seurataan ympäri maailmaa, ja sen ykkössija takaa otsikkotason näkyvyyden jokaisessa raportista uutisoivassa maassa. Vaikka piste-erot kärjessä eivät ole merkityksellisiä, ensimmäinen sija on näkyvyyden ja maakuvan kannalta tärkeä. Onnelliseksi profiloituminen on vahva viesti, joka pitää sisällään paljon positiivista sekä ihmisistä että yhteiskunnasta. Toistuva näkyvyys on alkanut tuottaa tulosta, sillä onnellisuus nousee nykyään esiin Suomeen liittyvissä avoimissa kyselyissä.

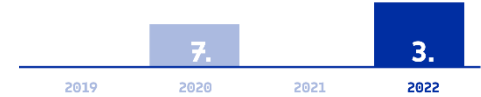


2. Luonto ja kestävä kehitys

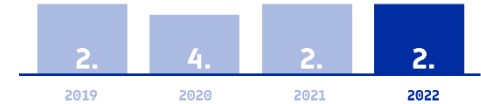
SUOMI
FINLAND

Suomen menestys luonnon ja kestävä kehityksen vertailuissa on ristiriitaista, sillä tulokset juomaveden, ilmanlaadun ja teknologian osalta ovat erinomaisia, mutta mitattaessa esimerkiksi hiilijalanjälkeä tai halua panostaa ilmastonmuutoksen hillitsemiseen Suomi suoriutuu heikommin.

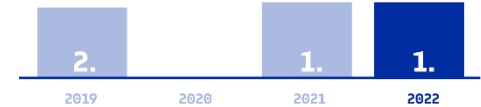
Environmental Performance Index



Global Sustainable Competitiveness Index



The Country Sustainability Ranking



Sustainable Development Report



Climate Change Performance Index



Climate Perceptions Index

68.
2022



Climate Perceptions Index 2022

SUOMI
FINLAND

Ensimmäistä kertaa vuonna 2022 julkaistu Climate Perceptions Index raportoi ihmisten ilmastonmuutoskäsityksistä. Raportti esittelee tietoa 110 maasta tai alueellisesta ryhmästä. Kyselytutkimus kartoittaa ihmisten tietoisuutta ilmastonmuutoksesta, käsitystä siihen liittyvistä riskeistä sekä sitoutumista ilmastotoimiin. Indeksi on hyvä esimerkki siitä, kuinka Suomen sijoittuminen kestävyys- ja ilmastonliittyvillä mittareilla on hyvin vaihtelevaa yhdenkin tutkimuksen sisällä: Suomi sijoittuu tietoisuudessa sijalle yksi, riskien käsittämisessä sijalle 100 ja toimintahalukkuudessa sijalle 89.



TIETOISUUS	3. Kuulen ilmastonmuutoksesta viikottain	1. Olen tietoinen ilmastonmuutoksesta	6. Ilmastonmuutos on ihmisen aiheuttamaa	82. Ilmastonmuutos on tapahtumassa
RISKI	83. Ilmastonmuutos vahingoittaa tulevia sukupolvia	109. Ilmastonmuutos vahingoittaa minua	94. Olen huolissani ilmastonmuutoksesta	98. Ilmastonmuutos on vakava uhka asuinmaassani seuraavan 20 vuoden sisällä
SITOUTUMINEN TOIMINTAAN	90. Valtion, yritysten ja yksilöiden pitää toimia	88. Hallitukseni tulee asettaa ilmastotoimet etusijalle	101. Ilmastotoimet ovat tärkeitä minulle	44. Maani tulee pienentää hiilijalanjälkeään muiden toimista riippumatta

Suomen ilmastonäkemyksiin liittyvät sijoitukset vaihtelevat eri mittareilla sijojen yksi ja 109 välillä.

Lähde: [Climate Perceptions Index 2022](#)



3. Koulutus ja osaaminen

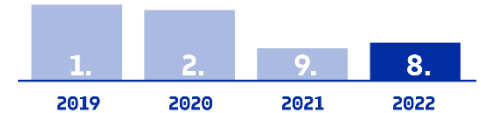
SUOMI
FINLAND

Koulutus nousi Suomen maakuvalliseksi vahvuudeksi 2000-luvun alussa PISA-tutkimuksen myötä. Suomen nykyiset koulutuksen ja osaamisen vahvuudet liittyvät erityisesti tulevaisuuden taitoihin: digitaaliseen osaamiseen, kriittiseen ajatteluun ja luovaan soveltamiseen.

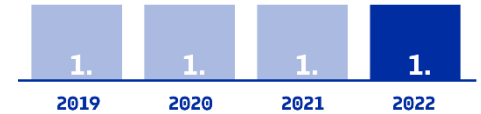
Global Innovation Index



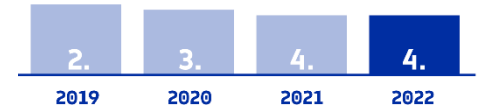
OECD Better Life Index: Education



DESI Index: Human Capital



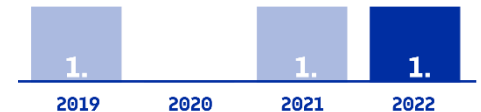
Global Knowledge Index



Global Skills Report



Media Literacy Index





Medialukutaitoindeksi on ennuste

SUOMI
FINLAND

Suomi on sijoittunut medialukutaitoa mittaavan Media Literacy Indexin kärkeen vuodesta 2017, jolloin se julkaistiin ensimmäistä kertaa. Indeksi asettaa 41 Euroopan maata järjestykseen sen perusteella, missä pystytään parhaiten torjumaan vale uutisten ja väärän tiedon vaikutuksia. Mittareina käytetään medianvapautta, koulutusta, sähköistä demokratiaa ja luottamusta yhteiskunnassa. Indeksi ei siis suoraan kerro suomalaisten kyvystä tunnistaa väärää tietoa, vaan antaa ennusteen siitä, kuinka hyvin suomalainen yhteiskunta kykenee käsittelemään esimerkiksi informaatiovaikuttamisen kielteisiä vaikutuksia.



SUOMI
FINLAND

4. Osaajahoukuttelun mittaristot



Suomi osaajien houkuttelijana

SUOMI
FINLAND

Osaavan työvoiman saatavuudesta, ulkomailta tulevan työvoiman houkuttelusta sekä osaajahoukuttelun roolista Suomen talouspolitiikassa on keskusteltu viime vuosina ahkerasti. Suomen houkuttelevuudesta on ollut huolta, ja toimenpiteitä sen parantamiseksi on peräänkuulutettu. Suomalaisen osaajahoukuttelun valtteja ja kompastuskiviä voidaan niitäkin tutkia erilaisilla mittareilla. Kaksi merkittävää Suomenkin seuraamaa mittaristoa ovat OECD Indicators of Talent Attractiveness ja Global Talent Competitiveness Index.



OECD Indicators of Talent Attractiveness

SUOMI
FINLAND

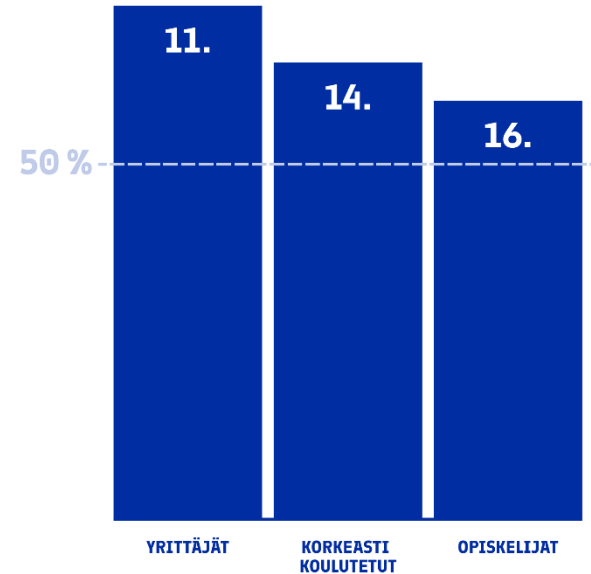
Ensimmäistä kertaa vuonna 2019 julkaistu OECD Indicators of Talent Attractiveness on kattava katsaus OECD-maiden vahvuuksiin ja heikkouksiin osaajahoukuttelussa. Osaajahoukuttelun osa-alueita tarkastellaan korkeasti koulutettujen (maisteri tai tohtori), yrittäjien ja yliopisto-opiskelijoiden näkökulmasta kuudella ulottuvuudella: mahdollisuuksien laatu, tulotaso ja verotus, tulevaisuudennäkymät, perhe-elämä, osaamisympäristö, osallisuus sekä elämänlaatu. Suomen suoriutuminen vaihtelee osaajaryhmittäin 11.–16. sijojen välillä, ulottuvuuksien välillä sijoituksia on ylimmästä neljänneksestä alimpaan.



Suomi on houkuttelevin yrittäjille

SUOMI
FINLAND

Suomi sijoittuu parhaiten yrittäjien houkuttelijana, sijalle 11. Korkeasti koulutettujen osaajien houkuttelijana Suomi on sijalla 14 ja opiskelijoiden houkuttelijana sijalla 16. Ylimpään kolmannekseen Suomi sijoittuu siis yrittäjien houkuttelijana, ja kaikissa ryhmissä parempaan puolikkaaseen.



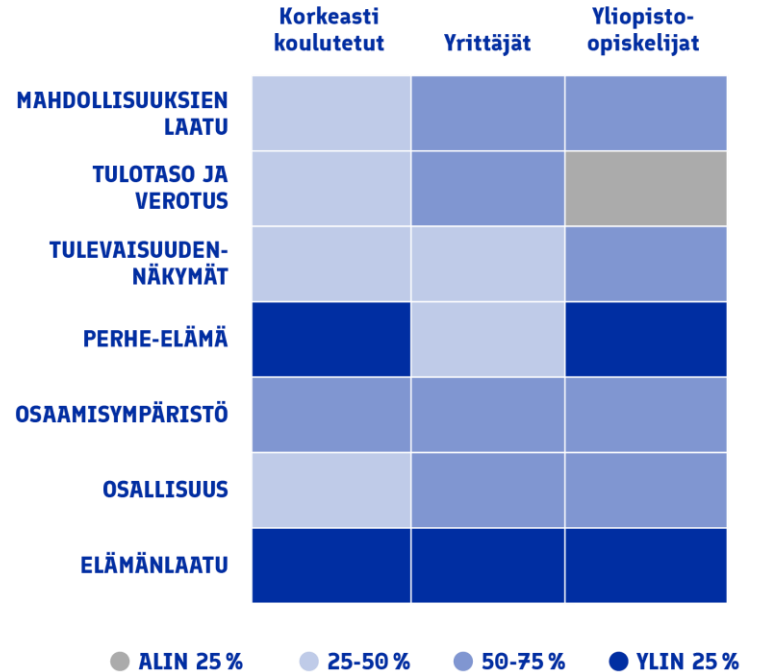
Suomi on houkuttelevin yrittäjälle.
Lähde: [OECD Indicators of Talent Attractiveness 2023](#)



Perhe-elämä ja elämänlaatu kärjessä

SUOMI
FINLAND

Suomi sijoittuu parhaaseen neljännekseen viidessä mittauspisteessä: korkeakoulutettujen ja opiskelijoiden perhe-elämä sekä korkeakoulutettujen, opiskelijoiden ja yrittäjien elämänlaatu. Alimpaan neljännekseen Suomi sijoittuu ainoastaan opiskelijoiden tulotasossa ja verotuksessa.



Suomi sijoittuu pääosin toiseksi ylimpään neljännekseen.
Lähde: [OECD Indicators of Talent Attractiveness 2023](#)



Mistä ulottuvuudet koostuvat?

SUOMI
FINLAND

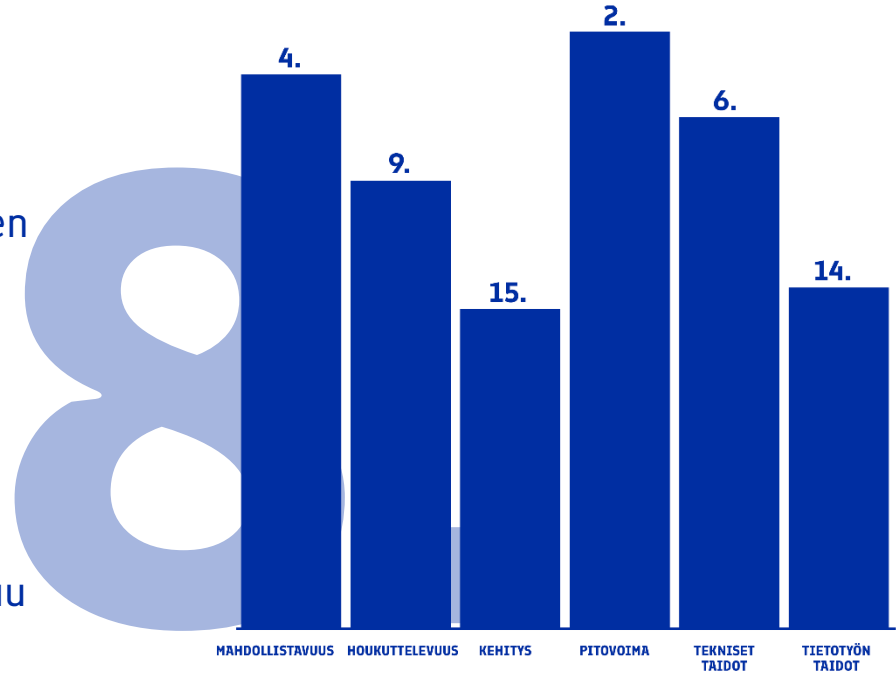
Suomen vahvuusalue ”perhe-elämä” sisältää seuraavat mittarit: puolison oikeus muuttaa maahan ja työskennellä, lasten kansalaisuusprosessin helppous, PISA-tutkimuksen matematiikan tulokset, julkiset menot perhe-etuuksiin sekä toisen vanhemman osallistumisveroaste. Elämänlaatua mitataan OECD Better Life Indexillä, jossa Suomen vahvuuksia ovat koulutus ja tyytyväisyys elämään. Suomen heikko lenkki ”opiskelijoiden tulotaso ja verotus” sisältää seuraavat mittarit: ammattitaitoisten työntekijöiden tulotaso, hintatasoindeksi, ero lukukausimaksuissa kotimaisten ja ulkomaisten opiskelijoiden välillä sekä työoikeus tuntia/viikossa.



Global Talent Competitiveness Index

SUOMI
FINLAND

Vuoden 2022 Global Talent Competitiveness Index (GTCI) asettaa 133 maata järjestykseen kuuden osaajahoukuttelun mittarin perusteella. Nämä mittarit ovat mahdollistavuus, houkuttelevuus, kehitys, pitovoima, tekniset taidot ja tietotyön taidot. Suomi sijoittuu kokonaispisteissä sijalle 8.



Suomi sijoittuu 15 parhaan joukkoon jokaisella mittarilla.
Lähde: [The Global Talent Competitiveness Index 2022](#)



GTCI-indeksin mittarit 1–4: panos

SUOMI
FINLAND

2.

PITOVOIMA

eläketurva, sosiaalinen suojelu, turvallisuus, yksilön oikeudet, ympäristötehokkuus, osaajien pysyvyys, lääkärin lukumäärä, sanitaatio

9.

HOUKUTTELEVUUS

suorien ulkomaisten investointien rajoittaminen sääntelyllä, talouden globalisaatio, siirtolaiskanta, kansainväliset opiskelijat, aivotuonti, suvaitsevaisuus vähemmistöjä kohtaan, suvaitsevaisuus maahanmuuttajia kohtaan, sosiaalinen liikkuvuus, naisten taloudelliset vaikutusmahdollisuudet, sukupuolten tasa-arvo korkean ammattitaidon töissä, naisten johtamismahdollisuudet

4.

MAHDOLLISTAVUUS

julkisen hallinnon tehokkuus, oikeusvaltio, poliittinen vakaus, sääntelyn laatu, korruptio, määräävän markkina-aseman laajuus, kotimainen luotonanto yksityiselle sektorille, klusterien kehitys, tutkimus- ja kehitysmenot, TVT-infrastruktuuri, kaupungistuminen, työelämäoikeudet, työntekijöiden ja työnantajien yhteistyö, ammattimainen johtaminen, palkan suhde tuottavuuteen, yritysohjelmistot, pilvipalvelut, yritykset joilla verkkosivu

15.

KEHITYS

ammattillisen koulutuksen oppilaiden osuus opiskelijaikäisestä väestöstä, korkea-asteen oppilaiden osuus opiskelijaikäisestä väestöstä, korkea-asteen koulutusmenot, lukutaito, matematiikka ja luonnontieteet, korkeakoululuokitus, liikealan oppilaitosten luokitus, koulutus yrityksissä, työntekijöiden kehittäminen, muodolliset ja epämuodolliset opinnot, päätösvallan delegointi, nuorison osallisuus, virtuaalisten sosiaalisten verkostojen käyttö, virtuaalisten ammatillisten verkostojen käyttö

Mittaristo jakautuu panoksena ja tuotoksena käsiteltyihin kategorioihin.

Lähde: [The Global Talent Competitiveness Index 2022](#)



GTCI-indeksin mittarit 5–6: tuotos

SUOMI
FINLAND

6.

AMMATILLISET JA TEKNISET TAIDOT

työntekijät joilla keskiasteen koulutus, väestönosa jolla keskiasteen koulutus, ammattilaiset, työn tuottavuus työntekijää kohden, ammattitaitoisten työntekijöiden löytämisen vaivattomuus, osaamisen kysynnän ja tarjonnan kohtaanto, korkeasti koulutettujen työttömyys

15. GLOBAALIT TIETOTYÖN TAIDOT

työntekijät joilla korkea-asteen koulutus, väestönosa jolla korkea-asteen koulutus, asiantuntijat, tutkijat, johtajat ja ylemmät virkahenkilöt, digitaidot, innovointitulokset, korkean arvon vienti, ohjelmistojen kehittäminen, uusien yritysten lukumäärä, artikkelit tieteellisissä julkaisuissa

Ammatilliset ja tekniset taidot tuovat Suomelle tietotyön taitoja enemmän pisteitä.

Lähde: [The Global Talent Competitiveness Index 2022](#)



Pitovoima Suomen ykkösvahvuus

SUOMI
FINLAND

Suomi sijoittuu toiselle sijalle tarkasteltaessa osaajia maassa pitäviä tekijöitä. Erityisesti hyvinvointivaltion palvelut sekä kestävyys tuovat pisteitä. Suomi sijoittuu hyvin myös työelämän mahdollistajana; pisteitä tulee kategorioissa sääntely-ympäristö sekä yritysmaailma ja työelämä, joissa molemmissa Suomi sijoittuu kolmanneksi. Muun muassa työntekijöiden oikeudet, ammattimainen liikkeenjohto sekä teknologian käyttöönotto yrityksissä nostavat Suomen pisteitä. Ehkä hieman yllättäen Suomen heikkoudeksi osoittautuvat koulutukseen liittyvät tekijät. Esimerkiksi elinikäisen oppimisen mittareilla Suomi on vasta 22.



Osaajahoukuttelun mittarit vs. maakuva

SUOMI
FINLAND

Osaajahoukuttelun mittaristot kertovat paljon Suomesta ja Suomessa työskentelystä. Osaajahoukuttelun todellisuuden tiedonlähteenä ne ovat kuitenkin teoreettisia. Esimerkiksi Global Talent Competitiveness Index asettaa Suomen Iso-Britannian, Saksan ja Kanadan edelle. On tärkeää tiedostaa, ettei osaajahoukuttelun mittaristo ole mielipidekysely; osaajan mielikuva tietystä maasta ei välttämättä vastaa todellisuutta ja muuttopäätökseen vaikuttavat myös monet mittaristojen ulkopuoliset tekijät. Osaajahoukuttelu onkin toimintaa, jossa maakuvalla vahvuuksineen ja heikkouksineen on suuri merkitys.



SUOMI
FINLAND

5. Sanna Marinin maakuva vaikutus



Maakuva kaipaa tunnettuja henkilöitä

SUOMI
FINLAND

Suomi-kuva kaipaa tutkimusten mukaan vahvistuakseen globaaleja julkisuudenhenkilöitä. Vuonna 2019 kansainväliseen julkisuuteen noussut Sanna Marin on tuonut tilanteeseen myönteistä kehitystä. Ulkoministeriön maakuvayksikkö tilasi analyysin Marinin maakuva-vaikutuksesta hänen poikkeuksellisen näkyvyyteensä vuoksi; viimeisen kolmen vuoden aikana Marin mainittiin Suomen tai suomalaisuuden yhteydessä ulkomaisessa mediassa noin 195 000 kertaa. Toiseksi eniten Suomi-näkyvyyttä tuottanut presidentti Sauli Niinistö mainittiin samana ajanjaksona 156 400 kertaa. Sosiaalisessa mediassa vuonna 2022 Marin mainittiin 1,6 miljoonaa kertaa, Niinistö 381 000 kertaa.



Muutakin kuin politiikka-aiheita

SUOMI
FINLAND

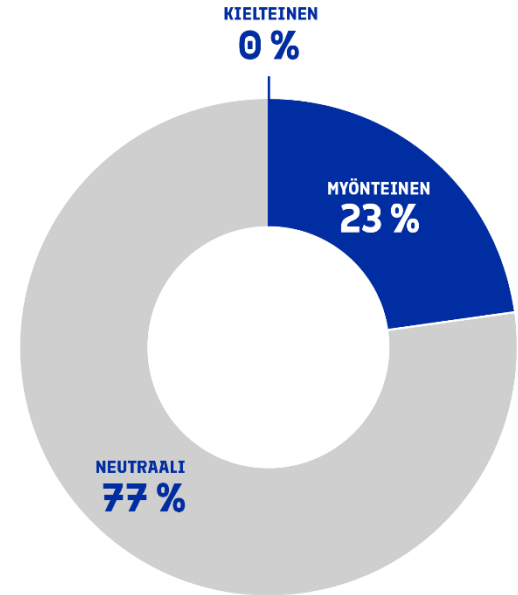
Erityisen merkittävää Marinin näkyvyydestä tekee sen sijoittuminen myös perinteisen politiikkasektorin ulkopuolelle. Meltwaterin toteuttaman analyysin mukaan noin viidesosa suurinta näkyvyyttä saaneesta Marin-uutisoinnista käsitteli jotain muuta kuin politiikkaa. Suomea käsiteltiin erityisesti Marinista kirjoitetuissa henkilöartikkeleissa. Henkilökuvia julkaisivat isot kansainväliset mediat kuten The Independent, BBC, Vogue ja Daily Mail, joiden potentiaalinen tavoitavuus mitataan kymmenissä miljoonissa näyttökerroissa. Erityisesti tällainen näkyvyys on tarjonnut merkittävän kanavan Suomen tunnettuuden kasvulle.



Näkyvyyttä neutraalista positiiviseen

SUOMI
FINLAND

Valtaosa Marinin näkyvyydestä on ollut neutraalia, tiedottavaa uutisnäkyvyyttä. Meltwaterin analyysin mukaan kuitenkin lähes neljännes näkyvyydestä on ollut selkeästi positiivista Suomi-kuvan kannalta. Uutisissa on tuotu esiin esimerkiksi suomalaista yhteiskuntaa myönteisessä valossa. Meltwater analysoi noin 900 laajimmalle levinnyttä kansainvälisen median uutista, joista ainoastaan kahdessa oli Suomelle kielteinen sävy.



Marin on tuonut Suomelle paljon myönteistä näkyvyyttä.
Lähde: Meltwaterin näkyvyysanalyysi



Kohut myönteisenä maakuvanosteena

SUOMI
FINLAND

Myös Mariniin liittyneiden mediakohujen käsittely oli valtaosin neutraalia tai selkeästi myönteistä. Kriittiset kommentit olivat lähinnä Suomen mediasta poimittujen kantojen raportointia. Etenkin niin kutsuttu juhlakohu elokuussa 2022 näyttää vaikuttaneen Suomi-kuvaan ja Suomen tunnettuuteen myönteisesti. Eniten näkyvyyttä saaneiden uutisten näkökulmia aiheeseen olivat muun muassa sukupuolten välinen tasa-arvo ja moderni pääministeriys. Sosiaalisessa mediassa esiin nousivat myös suomalainen elämisen vapaus sekä pääministerinkin mahdollisuus viettää vapaa-aikaa ja elää tavallista elämää.



Maakuvan ydinvahvuudet esillä

SUOMI
FINLAND

Suomi tuotiin esiin hyvin myönteisesti ennen kaikkea Marinista kirjoitetuissa henkilöartikkeleissa, joissa käsiteltiin Marinin taustan ja henkilön kautta muun muassa yhdenvertaisuuteen, koulutukseen ja mahdollisuuksien tasa-arvoon liittyviä teemoja. Poliitiikkaa koskevista aiheista erityisen myönteisiä maakuvan kannalta olivat esimerkiksi Suomen edistyksellisyyttä ja tasa-arvoa korostanut uutisointi perhevapaa uudistuksesta, laaja uutisointi Suomen onnistuneista koronatoimista sekä Marinin hallituksen kokoonpanoa tasa-arvon ja monimuotoisuuden näkökulmasta käsitelleet uutiset.



SUOMI
FINLAND

6. Ajankohtaista: Suomen Nato- prosessi



Tilaustutkimus: Nato-prosessin vaikutus Suomi-kuvaan

SUOMI
FINLAND

Ulkoministeriön maakuvayksikkö tilasi Bloom Consultingilta tutkimuksen, joka kartoittaa koulutettujen, kansainvälisesti suuntautuneiden ihmisten näkemyksiä Suomesta ja mielikuvien muutosta viimeisen vuoden aikana.

Kyselytutkimukseen vastasi noin 4000 ihmistä kymmenessä maassa (Yhdysvallat, Saksa, Japani, Iso-Britannia, Intia, Brasilia, Turkki, Etelä-Korea, Kiina ja Venäjä, jonka tulokset analysoitu erillisinä). Kyselyn toteutusajankohta oli heinä–elokuu 2022.



Historiallista huomiota Nato-prosessista

SUOMI
FINLAND

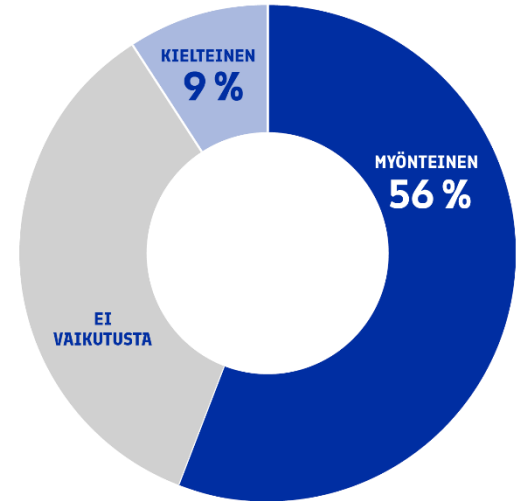
Suomen Nato-prosessi on tuottanut Suomelle täysin poikkeuksellista, maailmanlaajuista mediahuomiota. Ulkoministeriön mediaseurannan mukaan 2022 Suomi mainittiin kansainvälisen median otsikoissa noin 600 000 kertaa. Tämä on kolminkertainen määrä edellisvuoteen verrattuna. Bloom Consultingin tutkimukseen vastanneista peräti 72 prosenttia muistaa kuullessa uutisia Suomesta viimeksi kuluneen vuoden aikana. Noin puolet heistä kertoo uutisten liittyneen Suomen Nato-prosessiin. Kysyttäessä kaikilta Naton tuntevilta vastaajilta (69 %) Suomen jäsenyushakemuksesta, 74 % kertoo olevansa tietoinen jäsenyushakemuksen jättämisestä.



Nato-prosessin vaikutus myönteinen

SUOMI
FINLAND

Suhtautuminen Suomen Nato-jäsenyyshakemukseen vaihtelee maittain, mutta Bloom Consultingin tutkimus osoittaa myönteisen suhtautumisen olevan huomattavasti kielteisistä yleisempää. Kun Venäjän vastaukset ohitetaan, 56 % vastaajista kertoo myönteisestä muutoksesta Suomi-kuvassaan, vain 9 % raportoi heikentyneistä käsityksistä.

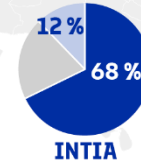
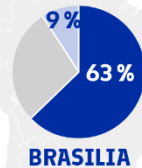
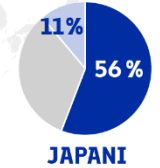
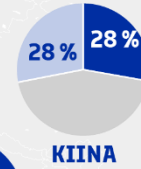
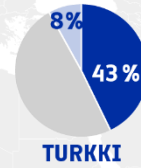
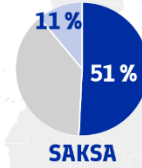
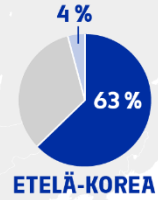
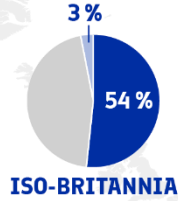
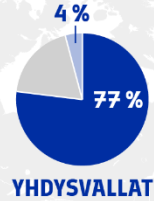


Vaikutus Suomi-kuvaan on ollut myönteistä.
Lähde: Bloom Consulting 2022



Mielikuvien muutos maittäin

SUOMI
FINLAND



● KIELTEINEN ● EI VAIKUTUSTA ● MYÖNTEINEN

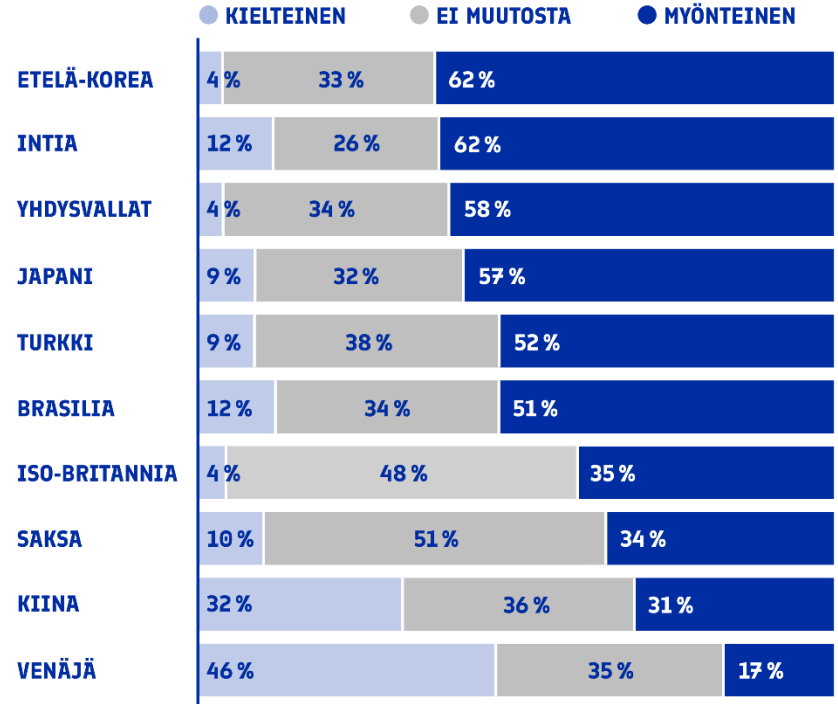
Lähde: Bloom Consulting 2022



Sektorikohtainen vaikutus

Suomen Nato-prosessilla katsottiin olevan myönteinen vaikutus myös haluun muuttaa (43 %), matkustaa (49 %) ja investoida (47 %) Suomeen sekä ostaa suomalaisia tuotteita (47 %). Maajakauma on samankaltainen kaikilla sektoreilla.

SUOMI
FINLAND



Venäläisten muuttohalukkuus on kärsinyt.
Lähde: Bloom Consulting 2022



SUOMI
FINLAND

7. Suuntaviivoja tutkimuksista



Suuren näkyvyyden vuoden perintö

SUOMI
FINLAND

Vuosi 2022 oli poikkeuksellisen näkyvyyden vuosi Suomelle. Näkyvyys ja erityisesti sitä tuottaneet Venäjän hyökkäyssota, Suomen Nato-prosessi sekä politiikkajulkisuuden ulkopuolelle ponkaissut pääministeri Sanna Marin ovat vaikuttaneet Suomi-kuvaan ympäri maailmaa. Jyrkintä muutos on ollut Venäjällä, missä perinteisesti hyvin myönteiset näkemykset Suomesta ovat kiristyneet. Toisaalta esimerkiksi länsinaapuri Ruotsi on lämmennyt Suomelle yhteisen Nato-prosessin myötä uudella tavalla. Maakuvat kuitenkin muuttuvat hitaasti, joten vasta aika näyttää, mikä vaikutus jää pysyväksi osaksi Suomi-kuvaa.



Vahva maakuva tarjoaa suojaa

SUOMI
FINLAND

Keskeistä kaiken Suomi-näkyvyyden ymmärtämisessä on, että Suomen käsittely kansainvälisessä mediassa tapahtuu aina maakuvan kehyksessä. Esimerkiksi Nato-uutisoinnissa Suomi on profiloitunut huoltovarmuuden, kokonaisturvallisuuden ja osaamisen kautta. Maakuvalliset vahvuuden ohjaavat myös esimerkiksi pääministeri Mariniin liittyvien vapaa-ajanuutisten myönteistä tulkintaa. Kaiken kaikkiaan vahva maakuva toimii suojana silloin, kun Suomi joutuu yllättävien tai kielteistenkin teemojen keskelle, tai kun toimittaja ja lukija joutuvat tekemään Suomesta oletuksia ennakkokäsitystensä perusteella.



Myönteistä kehitystä heikkouksissa

SUOMI
FINLAND

Suomi-kuvan heikkouksina voidaan pitää yhtäältä suhteellisen alhaista tunnettuutta toisaalta jokseenkin olemattomia kulttuurimielikuvia. Suomen tunnettuus keskivertokansalaisen silmissä kasvaa hyvin hitaasti, mutta suuri näkyvyys tuottaa aina myönteistä kehitystä. Kulttuurin saralla varovaista kehitystä näkyy useammassakin tutkimuksessa. Esimerkiksi Anholt-Ipsos Nation Brands Indexin kulttuurimittareilla Suomi on noussut kaksi sijaa viime vuoteen verrattuna, viisi sijaa viimeisen neljän vuoden aikana. Brand Finance Global Soft Power Index puolestaan kertoo kuuden sijan noususta taiteessa ja viihteessä.



Osaajahoukuttelu kaipaa tunnettuutta

SUOMI
FINLAND

Vaikka Suomi suoriutuu hyvin useilla osaajahoukuttelun mittareilla, ei tunnettuuden merkitystä osaajahoukuttelussa voi ylikorostaa. Silloinkin, kun Suomi olisi paperilla hyvä vaihtoehto, tarvitaan päätöksenteon tueksi riittävän vahvoja myönteisiä mielikuvia. Suomen täytyy lähtökohtaisesti myös tulla mieleen vaihtoehtoja punnitessa. Ihminen kaipaa toisesta maasta vaikuttuakseen toimivuuden ja turvallisuuden lisäksi myös hauskuutta, eläväisyyttä ja elämyksellisyyttä, eli tunnetasolla vaikuttavia positiivisia kokemuksia. Nämä ovat useimmiten erilaisia kulttuuriin liittyviä tekijöitä.



Toimintamme vaikuttaa Suomi-kuvaan

SUOMI
FINLAND

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 maakuvalähettiläänä. Näiden välimaastossa on verkosto toimijoita, joiden työnä on edistää Suomen näkyvyyttä ja maakuva pitkäjänteisellä työllä. Jokainen taso hyötyy maakuvaan liittyvästä tiedosta. Ymmärtämällä Suomi-kuvaa meillä on mahdollisuus voimistaa sen vahvuuksia, tukea sen heikkouksia ja hyödyntää näkyvyys silloin, kun katseet kääntyvät Suomeen.



SUOMI
FINLAND

8. Pieni tietopaketti maakuvasta



Maakuva lyhyesti

SUOMI
FINLAND

Maakuva muodostuu mielikuvista, jotka perustuvat tietoon, kokemuksiin ja uskomuksiin maasta. Maakuvan pohjana ovat vuosikymmenten aikaiset tapahtumat, mutta kukin muodostaa mielikuvansa omassa henkilökohtaisessa viitekehyksessään. Mielikuvat maista muuttuvat hyvin hitaasti; siinä missä maine muuttuu nopeasti ja katoaa, maakuva säilyy. Käsitykset eri maista myös syntyvät hyvin varhaisessa vaiheessa ihmisen elämää. Suomi-kuvan näkökulmasta maakuvassa on kaikessa yksinkertaisuudessaan kyse siitä, ”mitä ne meistä ajattelevat”.



Maakuvalla on väliä

SUOMI
FINLAND

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. Vaikka joskus sanotaan, että suomalaiset ovat liian kiinnostuneita siitä, mitä Suomesta ajatellaan, ymmärrys Suomen maakuvasta on tärkeää, kun pyritään vaikuttamaan Suomea koskeviin päätöksiin.



Maine ei ole yhtä kuin maakuva

SUOMI
FINLAND

Se, millaisessa maineessa jokin maa tietyllä hetkellä on, on vain osa kyseisen maan maakuva. Vaikka vuosia jatkuva, systemaattinen mediakirjoittelu voi vähitellen vaikuttaa myös maakuvaan, hetkellinen maine ei ole maakuva – niin hyvässä kuin pahassa. Yksittäiset mediakohut eivät tahraa mielikuvia Suomesta, eivätkä yksittäiset positiiviset nostotkaan tee pitkäikäistä vaikutusta. Maakuva vaikuttaa kuitenkin siihen, miten eri maita käsitellään mediassa: vahva maakuva ohjaa näkökulmien valintaa ja kuulijan tulkintoja.



Maakuvan vuosikatsauksen on tuottanut ulkoministeriön maakuvayksikkö. Maakuvayksikkö vastaa Suomen maakuvatyötä linjaavan [Finland Promotion Boardin](#) operatiivisesta toiminnasta. Finland Promotion Boardin jäsenorganisaatioihin kuuluu julkishallinnon, yksityisen ja kolmannen sektorin edustajia. Tietoa Suomen maakuvatyöstä ja maakuvatyön materiaaleja löytyy [Finland Toolboxista](#).

Lisätietoa: FinlandPromotionBoard@finland.fi