

Marko Kilpi kok

Kirjallinen kysymys suomalaisen kulttuurin tunnettuuden kasvatamisesta

Eduskunnan puhemiehelle

Osana maakuvatyötä ulkoministeriö on selvittänyt, ettei suomalaista kulttuuria tunneta. Suomen maakuvan heikkoudet liittyvät nimenomaan suomalaisen kulttuurin vähäiseen tunnettuuteen. Suomen kulttuuriperintöä ei tunneta, eikä Suomessa katsota olevan kulttuurihistoriallisesti merkittäviä matkailukohteita. Tämän lisäksi myös Suomen nykykulttuuri, taide-elämä, kaupunkikulttuuri ja urheilukulttuuri arvioidaan selkeästi Suomen muuta maakuvallista tasoa alemmas.

Matkailusta koko maailmassa merkittävä osa on kulttuurimatkailua: kulttuurikohteet ja -tapahtumat antavat sen sysäyksen, jonka perusteella matkakohteesta päätetään. Suomalaisen kulttuurin tunnettuuden parantaminen ja kulttuurimatkailupalveluiden monipuolistaminen toisivat Suomeen matkailutuloa. Tämä on erityisen ajankohtaista ja tärkeää niiden matkailuyrittäjien ja -alueiden osalta, joiden turismista merkittävä osa on tullut Venäjältä. On kyettävä löytämään uusia kohderyhmiä, jotka innostuvat Suomesta.

Ulkoministeriö toteaa, että kulttuuriset tekijät ja niiden synnyttämät positiiviset elämykset ovat keskeisessä osassa, kun ihminen muodostaa suhdettaan toiseen maahan. Kulttuurin tunnettuuden kasvattaminen olisi siis tärkeää matkailun edistämisen lisäksi osaajahoukuttelun ja koko Suomen kuvan kannalta.

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

Maakuvatyötä tehdään kaikissa edustustoissa, mutta sen tavoitteet ja laajuus vaihtelevat. Erillinen lehdistö- tai kulttuurisihteeri, jonka toimenkuvassa maakuvatyö on tärkeällä sijalla, on seuraavissa edustustoissa: Berliini, Bryssel, Lontoo, Moskova, Pariisi, Peking, Pietari, Tallinna, Tokio, Tukholma ja Washington. Suomalaisen kulttuurin kansainvälistämistä ja kulttuurivientiä tekevät useat kulttuurialan toimijat, kuten tiedotuskeskukset ja kulttuuri-instituutit, joiden rahoituksessa opetus- ja kulttuuriministeriöllä on merkittävä rooli. Koska suomalaista kulttuuria ei maailmalla tunneta, työtä ei selvästikään tehdä riittävässä laajuudessa. Luovien alojen kasvupotentiaali on suuri, vaikka kotimarkkinamme on pieni: nimenomaan kansainvälistämisestä pitäisi löytää kasvua.

Kirjallinen kysymys KK 139/2022 vp

Suomen virallinen maakuvamedia on ThisisFINLAND. Pääministerin nimittämä Finland Promotion Board (FPB) ohjaa ja linjaa Suomen maakuvatyötä. Verkostoon kuuluu julkishallinnon, yksityisen ja kolmannen sektorin edustajia. Sihteeristö on ulkoministeriön maakuvayksikössä. Finland Promotion Board toimii verkostomaisesti ja sen johtoryhmän strategista työtä tukee Task Force -työryhmä.

Ulkoministeriö toteuttaa yhdessä yhteistyökumppaneidensa kanssa satojen toimittajien ja vaikuttajien vierailuja Suomeen vuosittain. Luovilla aloilla mielenkiintoa on herättänyt muotoilu, arkkitehtuuri ja musiikki. Suomella on siis vahvuuksia, vaikka yleisesti ottaen kulttuurimme tunnetuus on vielä heikkoa.

Edellä olevan perusteella ja eduskunnan työjärjestyksen 27 §:ään viitaten esitän asianomaisen ministerin vastattavaksi seuraavan kysymyksen:

Miten suomalaisen kulttuurin tunnettuutta aiotaan lisätä?

Helsingissä 23.3.2022

Marko Kilpi kok