

Andreas Backa:

Inlägg vid slutseminariet 9 januari 2014

Beskrivningar av svenskt i Finland: Tolerans som varumärke?

Förra hösten var jag och min fru i Tartu som gästforskare. Vi skulle presentera vår forskning vid ämnet folkloristik, och vi funderade både länge och väl hur vi skulle lägga upp vår föreläsning. Och ju mer vi funderade, desto svårare framstod det att på förhållandevis kort tid försöka förklara vad vi egentligen håller på med, på grund av att vår forskning verkade vara så hårt knuten till en viss kulturell kontext, den svenska i Finland, som vi själva hade ett inifrånperspektiv på som vi dessutom reflexivt problematiserade. Mer konkret tänkte vi oss att till exempel ett ord som ”minoritet” sannolikt skulle väcka helt andra associationer hos våra åhörare i Estland än vad vi kanske avsåg, och att det därmed skulle bli svårt för oss att förmedla det vi ville. Vi visste att den ryska minoritetens ställning i Estland var omdiskuterad, samtidigt som en positiv bild av det svenska dominerade på grund av de historiska kontakterna med Sverige. Finnarna tänkte vi oss att uppfattades som broderfolket i norr. Men hur skulle vi presentera oss själva? Det var ett klassiskt problem om presentation/representation vi stod inför – det vill säga när man vill beskriva en språklig minoritet, eller vilket samhällsligt fenomen som helst för den delen, blir man alltid tvungen att välja vad man tar med, vilka aspekter man framhäver, vilka man utelämnar, vilken betydelse man tillskriver olika händelser, vilka personer man betraktar som viktiga, och så vidare. Detta är något som är utmärkande för alla vetenskapliga beskrivningar, men som för oss framstod som särskilt viktigt, kanske för att vi själva var en del, så att säga, av vårt forskningsmaterial. Vårt problem löste vi genom att visa att det finns många olika typer av *beskrivningar* av det svenska i Finland, som till exempel historiska, statistiska, lingvistiska och sociologiska. För att kunna förstå dessa beskrivningar krävs en intersektionell ansats därför att de är avhängiga kategorier såsom klass, språk, kön, profession och region. Dessutom är de alltid i någon mån politiska, eller riskerar åtminstone potentiellt kunna få politiska följder för en grupp av människor. Vår analys föranledde frågor som: Vem betraktar sig som svensk i Finland i dag och vad inkluderar detta? Vem har (eller borde ha) möjlighet att beskriva och i en mening definiera det svenska i Finland? Hur ska man hantera allt detta som forskare?

Det här blev även ingången till min presentation här i dag som också handlar om hur man beskriver svenskt i Finland, och mera specifikt hur det svenska i Finland framställs av organisationer som på olika sätt säger sig representera den svensktalande minoriteten. Jag fokuserar särskilt på en aspekt av detta, nämligen hur man talar om *tolerans*, och jag ska avslutningsvis diskutera om man kan betrakta detta tal som ett slags försök till *branding* av det svenska i Finland. Mitt val att fokusera på tolerans har att göra med två saker: För det första verkar det finnas något slags allmän föreställning om de svensktalande i Finland som lite mera toleranta än sina finska landsmän, och det här är något som har påpekats av bland andra Merete Mazzarella i artikeln ”Mythical Finland-Swedish identity”. För det andra har begreppet tolerans förekommit enligt mig påfallande ofta under den senaste tiden i en svenskspråkig samhällslig diskurs. För att ge några exempel: År 2011 firades Svenska veckan med temat ”tolerans, öppenhet och respekt”; Wasa Teater ska, enligt ett uttalande av teaterchef Ann-Luise Bertell samma år, ”fungera som en motkraft [...] och arbeta för tolerans och empati”; Enligt Vasa övningsskolas läsårsinformation 2012–2013 ”baseras fostran och undervisning på tolerans och respekt för människan”; och alldeles nyligen läste jag att ”Magma-akademien arbetar för ett tolerant och liberalt Finland”. Jag kan också tillägga att jag under tiden som jag var anställd av Svenska litteratursällskapet händelsevis kontaktades av en reporter från Svenska YLE som skulle göra ett TV-program där man avsåg att granska ”hur vidsynta och toleranta vi finlandssvenskar egentligen är”. Det verkar alltså finnas ett tydligt intresse på många nivåer av att identifiera det svenska i Finland med det toleranta.

I min artikel för pusselprojektets antologi skriver jag om två exempel på hur man talar om tolerans – materialet kommer från Svenska Finlands Folkting och Svenska folkpartiet i Finland. Jag har valt att fokusera på dessa eftersom de båda är – eller åtminstone vill vara – centrala institutioner vad gäller upprätthållandet av det svenska i Finland: Folktinget säger sig på sin webbplats bevaka ”finlandssvenskarnas intressen” och SFP presenterar sig som den ”samlade politiska folkrörelsen för alla som vill arbeta för ett Finland med två levande nationalspråk, svenska och finska”. Den bild eller den beskrivning av det svenska i Finland som dessa för fram är enligt mig särskilt intressant att studera därför att den kan betraktas som officiell och tillrättalagd. I artikeln studerar jag först valmaterial av Svenska folkpartiet. Inför riksdagsvalet 2011 sade dåvarande partiordförande Stefan Wallin att finländarna står ”inför tre vägsval: välfärdssamhällets framtid, ett öppet eller ett slutet Finland samt tvåspråkighetens framtid”. Wallin förklarade vidare att SFP i alla dessa vägsval väljer ”öppenhetens och toleransens väg”. Hur detta tar sig uttryck i valmaterialet undersöker jag bland annat genom

en analys av partiets valfilm på YouTube. Därefter studerar jag i min artikel texten till poplåten ”Vår tid – vårt land” från samma år, som framfördes av en grupp bestående av tio finlandssvenska artister med namnet ”Artister för tolerans och öppenhet” på initiativ av Svenska Finlands folkting. I ett pressmeddelande inför inspelningen sades att man ville ”hitta en ny kanal för att berätta om vårt budskap och våra målsättningar” och att ”låten [...] är Folktingets bidrag till ett öppet och tolerant samhälle”. Mitt syfte är i båda dessa fall att försöka utröna *hur* det talas om tolerans i de två exemplen och diskutera *varför* det kan tänkas vara viktigt för dessa institutioner att positionera sig som toleranta, och varför just i dessa tider. Jag frågar mig i artikeln vad som händer om man betraktar talet om tolerans som en del av det finlandssvenska ideologiska bygget och som en hanteringsstrategi av minoritetskapet. Jag resonerar kring kopplingen till närliggande begrepp såsom öppenhet och respekt, och problematiserar utgående från Wendy Brown dessa ur ett kulturvetenskapligt perspektiv och diskuterar vilka implikationer deras användning i en politisk diskurs kan föranleda.

En första slutsats jag drar av analysen är – utan att här gå in på några detaljer – att tolerans avser olika saker i de båda fallen. I materialet från Folktinget handlar det framför allt om språk – om finska och svenska i Finland – och den förespråkade toleransen syftar till att skapa enhet mellan landets språkgrupper. I SFP:s användning får emellertid begreppet en helt annan innebörd – fokus ligger här i stället på frågor om invandring, flyktingar, sexuella minoriteter, jämlikhet och jämställdhet. Andemeningen är dock i båda fallen att tolerans är något bra, och något som gör att ”användaren” av begreppet föreställer sig bli betraktad i positiv dager. Toleranstalets funktion skulle i så fall i förlängningen kunna sägas bli – mot bakgrund av att det här är finlandssvenska institutioner som talar – att man hoppas att också de svensktalande ska bli tolererade som språklig minoritet i vad man uppfattar som ett allt mer ”slutet” och ”nationalistiskt” Finland. Detta genom att själv visa tolerans: dels mot den finskspråkiga majoriteten, dels, och framför allt, mot andra grupper i samhället som uppfattas som marginaliserade. Underförstått är att om man kan statuera ett gott exempel kan man även själv bli tolererad. Genom att föra ut budskapet om tolerans vill – som jag ser det – de finlandssvenska institutionerna bidra till att skapa ett bättre samhällligt klimat. Man kan också se det som att dessa organisationer uppfattar det som viktigt att visa att de, så att säga, följer med sin tid och inte framstår som gammalmodiga eller bakåtsträvande, och i detta syfte passar det bra att anamma en modern ideologi som tolerans, som antyder moraliska framsteg.

Detta föranleder min tolkning av användningen av begreppet tolerans som ett slags implicit ”varumärke” som används i ”marknadsföringen” av det svenska i Finland. Detta är något som av utrymmesbrist inte kommer att finnas med i min artikel, men som jag funderar på i anslutning till min kommande doktorsavhandling i folkloristik. Jag vill dock redan här framhålla att jag arbetar med begreppet varumärke på en annan nivå än till exempel David Aaker eller Kevin Lane Keller antagligen tänker sig att man ska använda deras modeller – alltså exempelvis som stöd när företag vill bygga starka varumärken. Det jag i min doktorsavhandling lånar av Aaker är i korthet följande: Mervärdet ett varumärke ger en produkt kallas för varumärkeskapital (*brand equity*) och det byggs upp av fyra huvudsakliga beståndsdelar: (1) kännedom om varumärket, (2) varumärkets associationer, (3) upplevd kvalitet samt (4) varumärkeslojalitet. I det här fallet handlar det emellertid inte så mycket om en medveten konstruktion av ett varumärke som om varumärke som ett redskap för att analysera och förstå senmoderna konsumtionsprocesser och identitetsanspråk. Här är varumärket centralt därför att det senmoderna samhället i sin essens kan sägas vara ett konsumtionssamhälle som karaktäriseras av att konsumtion inte bara handlar om att tillfredsställa grundläggande mänskliga behov utan också är en kulturell aktivitet och fungerar som ett medel för individens identitetsbildning. Ett vardagsexempel på detta är matbutikens lyxvaror eller ekologiska och rättvisemärkta produkter: Den som köper dessa visar att han skiljer sig från massorna som inte har råd att köpa dem, eller kanske inte har nått samma tänkta grad av insikt. Därtill får konsumenten i fråga kanske känna sig som en god människa för att han tänker på sin hälsa, miljön, människor i avlägsna, fattiga länder och så vidare.

Vad har ovanstående med svenskt i Finland att göra? Vinner man något på att införa begreppet varumärke? Är varumärke något mer än bara en trendig term? Jag resonerar så att det man inom marknadsföringen kallar för varumärkest teori kan användas i överförd bemärkelse i syfte att förtydliga maktaspekter och belysa frågor om identitet, social distinktion och agens i det senmoderna samhället. Jag gör med andra ord en kulturanalytisk tolkning av talet om tolerans som ett slags indirekt varumärkeskonstruktion då jag tycker mig se att *funktionen* är den samma som när det gäller branding av varor och tjänster. Likheter finns också både med det som brukar kallas *place branding* och *nation branding*. I dessa fall finns det emellertid i allmänhet en aktiv aktör som vill – ofta med hjälp av klichébilder som är lätta föra fram och att ta till sig – marknadsföra en region eller ett land. Till exempel webbplatsen Team Finland (som upprätthålls av statsrådet och strävar efter att skapa ”en stark Finlandsbild ute i världen”) använder sig av stereotypa föreställningar om den tystlåtna finnen

och finsk *sisu*, föreställningar som inte är direkt stötande men dock lätta för en finländare att identifiera sig med. Om syftet med webbplatsen sägs att

Länder konkurrerar sinsemellan på många olika sätt. Konkurrensen styrs till viss del av de föreställningar som människor baserar sina val på [...] En positiv bild av vårt land bidrar till att utländska aktörer väljer Finland [...] Därför är Finlandsbilden viktig. Det handlar om vårt rykte. Finlandsbilden ska betona det som faktiskt är våra starka sidor. (Team Finland 2014)

Kontentan av ovanstående kunde sägas vara att föreställningar är viktiga att kontrollera därför att de styr människors uppfattningar och handlande, eller som Zygmunt Bauman (1998) uttrycker det: i senmoderniteten ligger makten hos de som kontrollerar de normer och värderingar, kunskaper och koder kring vilken den sociala ordningen kretsar. Någon medveten eller aktiv varumärkeskonstruktion förekommer inte direkt i mitt material. Svenskfinland går heller inte direkt att ”branda” som lokalitet eftersom det är en konstruktion som i en mening inte existerar geografiskt (jfr Aelbrecht i pusselprojektets kommande antologi). Inte heller *nation branding* är möjligt eftersom det vedertagna synsättet är att de svensktalande i Finland inte utgör en egen nation, utan att de framför allt är finländare (om än svensktalande). Men den bild som förs fram av finlandssvenska institutioner handlar ändå implicit och i förlängningen om vilken bild andra får av oss. Toleranstalet är i den här bemärkelsen *en* del av det finlandssvenska varumärket, ett slags *culture branding* kunde man kanske säga, och detta utan att man direkt talar om att det är finlandssvenskarna som är si eller så.

När det gäller varor och tjänster spelar varumärket en viktig roll som ett medel för att disciplinera konsumenten. Syftet med varumärkeskonstruktion är att locka till sig konsumenter och att få dem att stanna kvar, inte bara genom att skapa en bra bild av det man vill sälja, utan också genom att göra produkten i fråga till något som bidrar till individers identitetskollage. I överförd bemärkelse betyder detta att talet om tolerans fungerar som ett sätt att disciplinera dels tänkta medlemmar av gruppen finlandssvenskar, dels majoritetsbefolkningen, vars välvilja de svenskspråkiga ofta antas vara beroende av. Detta görs av organisationerna i mitt exempel genom talet om tolerans, som konstruerar en subjektsposition som finlandssvenskar kan och förväntas identifiera sig med.

Till sist vill jag alldeles kort återknyta till det jag inledningsvis sade om beskrivningar: Pusselprojektets syfte har också varit att undersöka framställningar av det svenska i Finland. En central frågeställning inom forskningsprojektet har varit hur tillhörighet skapas inom ramen för det svenska i Finland, diskursivt, narrativt, metaforiskt och retoriskt. Det jag har antytt i dag är att talet om tolerans framför allt kan ses som ett sätt för de finlandssvenska institutionerna att göra tillhörighetspolitik på – alltså ett sätt att förhandla om innebörden av tillhörigheten. Det har sagts många gånger att det svenska i Finland håller på att förändras – många uppfattar också svenska språkets ställning som hotad – vilket säkerligen bidrar till att frågor om tillhörighet aktualiseras. Jag betraktar talet om tolerans som en del av en process – en hanteringsstrategi – i vilken social distinktion skapas. Det jag personligen kan se som problematiskt är dock om de gemensamma språkliga och kulturella aspekterna av det svenska får en mer undanskymd roll, till förmån för idé om en grupp av framträdande *individer* som intar vissa sociala och ideologiska positioner. Jag har i dag pratat om det finlandssvenska som varumärke, och även om detta bara är en tolkning kan det ändå löna sig att fundera över vilka konsekvenserna kan tänkas vara. Varumärke antyder till exempel att det svenska i Finland är något som behöver hållas ihop – något som behöver väljas. Att något ger eller har ett visst mervärde kan förstås uppfattas som positivt¹, men det indikerar samtidigt att det svenska i sig inte är tillräckligt, utan att dess värde måste ökas för att det ska kunna legitimera sin position i folks medvetande och därmed i samhället. Det behöver marknadsföras och det behöver lojala understödjare. Om det är så, finns det säkert också skäl (för de finlandssvenska institutionerna) att vara medveten om att de tilltänkta konsumenterna kan börja välja andra identiteter ifall den ideologiska positioneringen misslyckas och det upplevda värdet av tillhörigheten minskar.

¹ Jfr Österlund-Pötzsch 2003: Att vara finlandssvensk är att vara ”finländare plus”. Men det handlar inte alltid om ett upplevt plus, utan snarare om ett indirekt krav på plus (tvåspråkighet som ”rikedom”).

Referenser

Aaker, David A. (1991). *Managing brand equity. Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press, cop.

Aaker, David A. (1996). *Building strong brands*. New York: Free Press, cop.

Brown, Wendy (2008). *Regulating aversion. Tolerance in the age of identity and empire*. New Jersey: Princeton

Folktinget (2011a). Svenska veckan – en vecka för tolerans och öppenhet. (Elektronisk.) Tillgänglig: <<http://www.folktinget.fi/sve/press/article-41726-19396-svenska-veckan-en-vecka-for-tolerans-och-oppnenhet>> (24.2.2013)

Folktinget (2011b). Vår tid – vårt land! (Elektronisk.) Tillgänglig: <http://folktinget.fi/suomeksi/lehdistotiedotteet/article-41732-19161-var-tid-vart-land?offset_41732=60> (24.2.2013)

Magma-akademin (2014). Om oss. (Elektronisk.) Tillgänglig: <<http://www.magmaakademin.fi/se/om-oss>> (7.1.2014)

Mazzarella, Merete (2002). Mythical Finland-Swedish identity. *Finnish Music Quarterly* (2)

SFP (2011a). SFP PÅ CIRKA 100 SEKUNDER. (Elektronisk.) Tillgänglig: <<http://www.youtube.com/watch?v=eGop2jXmSpk>> (24.2.2013)

SFP (2011b). *För ett rikare Finland*. (Elektronisk.) Tillgänglig: <http://www.sfp.fi/Site/Widget/Editor/100/files/SFP_valprogram.pdf> (24.2.2013)

SLS (2014). Bitar av samma pussel? Intersektionella perspektiv på det svenska i Finland. (Elektronisk.) Tillgänglig: <<http://www.sls.fi/doc.php?docid=773>> (7.1.2014)

Strandén-Backa, Sofie & Andreas Backa (2012). Who are the Finland Swedes and how can they be described? Critical perspectives. Föreläsning vid Tartu University 9.10.2012.

Team Finland (2014). Vad är team Finland? (Elektronisk.) Tillgänglig: <<http://team.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=46788&contentlan=3&culture=sv-FI>> (6.1.2014)

Vasa övningsskola. Läsårsinformation 2012–2013. (Elektronisk.) Tillgänglig: <<http://www.vasa.abo.fi/vos/gym/infoskr/info1213.pdf>> (15.4.2013)

Österbottniska Posten (2011). Tre urpremiärer på Wasa Teater i höst. (Elektronisk.) Tillgänglig: <http://www.webbop.fi/arkiv/evenemang/article-20794-8548-tre-urpremiarer-pa-wasa-teater-i-host?offset_22405=70> (7.1.2014)

Österlund-Pötzsch, Susanne (2003). *American plus. Etnisk identitet hos finlandssvenska*. Svenska litteratursällskapet i Finland.