



Alueellinen imago ja identiteetti kuntarakenteen muutoksessa

Kaupunkisuunnittelun seminaari V

Kaj Zimmerbauer

Oulun yliopisto

28.09.2011





Kuntarakenteen muutoksen taustat

- Laajempi aluejärjestelmän muutos, jossa kaksi tekijää:
 1. Alueiden välisen kilpailun kiristyminen
 - * Kilpailu asukkaista, investoinneista yms.
 - * Neoliberalismi
 2. Palvelutuotannon tehostaminen
 - * Demografiset muutokset, kustannussäästöt
- Laajemmin kansallisvaltioiden ja yksittäisten kuntien roolin heikkeneminen, etenkin kaupunkiseutujen ja ylikansallisen tason vahvistuminen (uusi regionalismi)
- Seurauksena lisääntyvä alueiden institutionalisoituminen ja deinstitutionalisoituminen



Alueiden institutionalisoituminen ja deinstitutionalisoituminen

- Aluerakenne 'joustaa' yhteiskunnallisissa muutoksissa (vanhoista rajoista ongelmia)
- Uusia alueita institutionalisoituu eli syntyy (esim. ei-typilliset alueet, vrt. Deas & Lord 2006)
- Nykyään(kin) monesti 'top-down' –prosesseja
- Vanhoja alueita deinstitutionalisoituu eli katoaa, sulautuu uusiin ja transformoituu
- Toisaalta deinstitutionalisoituneet alueet säilyvät ns. muistinvaraisina alueina (joihin samastuminen voi olla voimakasta), tärkeitä ns. muistijäljet



Kuntarakenteen muutos

- Kuntien määrä 431 vuonna 2006, 336 vuonna 2011
- Liitoksia vuonna 2011 yhteensä kuusi, vuonna 2012 ei liitoksia.
- 2009 yhteensä 32 kpl, joista monikuntaliitoksia 15 kpl (Salossa 10 kuntaa, Hämeenlinnassa 6 kuntaa)
- Samaan aikaan myös muita aluejärjestelmän muutoksia, esim. valtion aluehallinnon uudistus, aluekeskusohjelma jne.
 - Tuloksena alueiden sekamelska?



Mikä identiteetti?

- Identiteetti = identitas, sama, samuus
 - samuus erottautumisena (minuus/ei-minuus)
 - samastumisen prosessi
 - alueellinen identiteetti: *mikä tämä alue on ja mihin minä kuulun*

Paasin mukaan jakautuu:

- alueen itsensä identiteettiin (=alueen ominaisuudet) (vrt. imago)
- ihmisten alueelliseen identiteettiin (=aluetietoisuus, aluesamastuminen)
- Linkittyy alueen institutionalisoitumiseen



Paksu ja ohut identiteetti (Terlouw)

	Paksu alueellinen identiteetti	Ohut alueellinen identiteetti
Spatiaalinen idea	Rajattu, suljettu	Avoin, huokoinen
"Tuottaminen"	Institutionalisoitunut	Projektiluontoinen
Omaksijat	Valtaväestö	Edunsaajat, kehittäjät yms.
Olemus	Moninainen Kulttuurinen	Tarkoitushakuinen Talouspainotteinen
Aikahorisontit	Historiallisesti suuntautunut Vakaa/lineaarinen Vanha	Tulevaisuuteen suuntautunut Joustava/dynaaminen Uusi
Merkittävät skaalat	Paikallinen, kansallinen	Ylikansallinen, globaali, alueellinen



Alueellisen identiteetin erityispiirteitä

- Alueellisen identiteetin kerrostuneisuus.
 - Ihmiset samastuvat monille eri aluetasoille (kylä, kunta, maakunta, kotimaa jne.)
 - Kunnan tai muiden aluetasojen ohella samastutaan moniin muihin paikkoihin ja asioihin.
 - Samallakin alueella asuvilla eri sukupolvilla on keskenään erilaiset alueelliset identiteetit.
- Alueellisen identiteetin ja imagon yhteys
- Mittaamisen vaikeus





Identiteetti aluerakenteen muutoksessa

- Aluejärjestelmän muutospaineet ilmeisiä, identiteetin vaikutuksia/merkitystä ei kuitenkaan riittävästi tutkittu
- Taloudelliset argumentit hallitsevia
- Alueellisen identiteetin merkitystä ei voida väheksyä, se voi estää muutosten toteutumisen
- Vastarintaidentiteetti/projekti-identiteetti muutosprosesseissa
- Identiteetti aluekehittämisen käyttövarana
 - Tieto, tunne, toiminta
- Identiteetti toimii myös (uusien alueiden) imagotyön käyttövarana





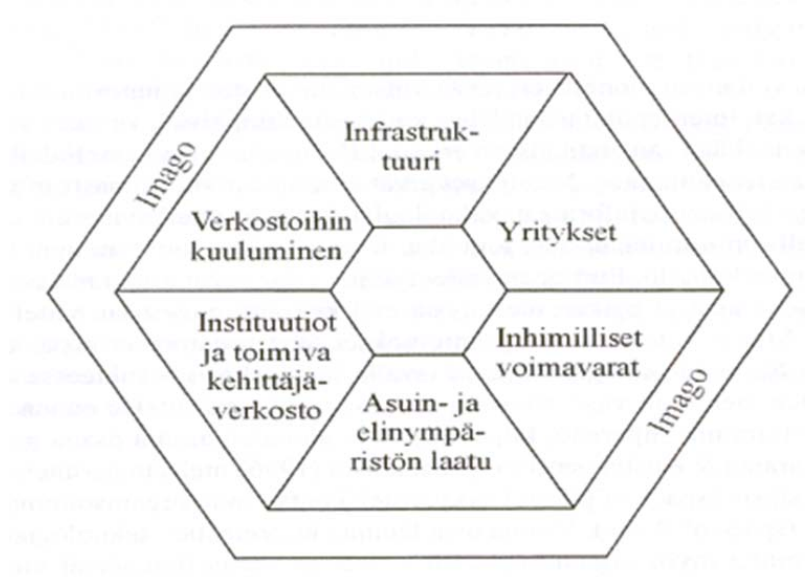
Mikä alueellinen imago?

- *Image* –käsitteen käyttöönotto Yhdysvalloissa 1950-luvulla, taustalla televisioistuminen
- Tietoisesti annettu kuva jostakin kohteesta
- Merkkien ja symbolien tuottamista (vrt. ohut identiteetti)
- Vrt. mielikuvan käsite (viestien tulkinnat, vastaanottajan miellelyhtymät)



Imago aluerakenteen muutoksessa

1. Kilpailukyvyn elementti (vrt. Sotarauta & Mustikkamäki)



2. Identiteetin rakentaja

Imagon ja identiteetin yhteys

- Alue-markkinoinnissa identiteetti ja imago kietoutuvat yhteen
 - Molemmat sosiaalisia konstruktioita
 - Molemmissa kyse alueen kielellisestä tuottamisesta (jonka ytimessä valinnat ja siten myös vallankäyttö)
 - Aluetta, johon samastutaan heikosti, on vaikea markkinoidakaan. (imagoa ei tyhjän päälle)
 - Identiteetti imagotyön perustana, toisaalta imagotyö vahvistaa osaltaan aluetietoisuutta ja -samastumista (identiteettiä)



(Kunta)rajat ja alueellinen muutos

- "Virtojen tila" vs. rajojen maantiede
- Rajojen merkitys "virtojen tilassa" ja verkostoyhteiskunnassa?
- Rajojen kerroksellisuus? (hallinnollinen raja, poliittinen raja, kulttuurinen raja, identiteettiraja jne.) Kaikki kerrokset eivät poistu hallinnollisten muutosten myötä
- Vanhat alueet tärkeitä samastumisen kohteita, samastuminen muuttuu hitaammin kuin aluerakenne (territoriaalinen ihminen/relationaalinen aluejärjestelmä?)



Uuden Oulun identiteetti & imago

- Liitoksella ei välttämättä merkittäviä vaikutuksia ihmisten arkielämään

Haasteina kuitenkin:

1. Kaupunki-maaseutu -vuorovaikutus (Maaseutupolitiikan rooli?)
2. Osallisuus ja osallistuminen (Kaupunginosaidentiteetit? Lähidemokratia?)
3. Uuden Oulun imagotyö ja identiteettisymbolien vaaliminen (kenen ehdoilla?)
Hallinnollinen raja poistuu, entä identiteettiraja?
4. Kaupunkikuvan ja odotusarvojen vastaavuus, miltä näyttää 2020 yli 200000 asukkaan kaupungin keskusta?





Kiitos!

kaj.zimmerbauer@oulu.fi

